

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

УДК658.155.012.7

JEL classification: D24

Бершадська І. І.

КПІ ім. Ігоря Сікорського ФММ, гр. УЕ-31

Макалюк І. В.

к.е.н., ст. викл. КПІ ім. Ігоря Сікорського

ФАКТОРИ ТА РЕЗЕРВИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У статті обґрунтовано важливість підвищення прибутку підприємств для забезпечення фінансової стійкості та інвестиційної привабливості. Розглянуто фактори, які впливають на прибуток підприємств в контексті динамічності, невизначеності та ризику сучасного економічного середовища. Наведено групи факторів за ознакою керованості з боку підприємства (зовнішні та внутрішні), в межах внутрішніх проаналізовано основні і другорядні фактори та визначено характер їх впливу на прибутковість. Виявлено резерви, котрі дозволяють підвищити прибуток підприємств, в розрізі двох груп: тактичні(поелементні) – збільшення обсягу реалізації продукції, оптимізація витрат на виробництво, оптимізація структури виробництва і реалізації продукції, і стратегічні(комплексні) – збільшення різниці між ціною та витратами на виробництво, збільшення добутку обсягу виробництва продукції та одиначного прибутку, підвищення якості продукції та вихід на нові ринки збуту. Охарактеризовано концепцію «центрів фінансової відповідальності» та її значення в управлінні факторами впливу на прибутковість підприємств.

Ключові слова: прибуток; підприємство; зовнішні та внутрішні фактори; тактичні і стратегічні резерви; управління прибутком.

Постановка проблеми. Ефективне функціонування підприємства можливе за умови його прибутковості, оскільки прибуток є головним джерелом подальшого розвитку, а отже, забезпечує можливість успішної адаптації до мінливих умов середовища, підвищує фінансову стійкість і інвестиційну привабливість. Чим вищий прибуток, тим реальнішим є досягнення цілей, котрі стоять перед підприємством. Прибуток забезпечує безперервність діяльності, що в нинішніх умовах є одним із пріоритетних напрямків стратегічного та оперативного управління. Проблема підвищення прибутковості особливо актуальна в умовах економічної нестабільності ринкових відносин в Україні. Тому, приймаючи до уваги

економічну кризу в країні, варто відзначити, що наразі завдання максимізації прибутку є першорядною необхідністю для підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню теоретичних і практичних засад прибутковості в економіці присвячені роботи таких видатних зарубіжних економістів як У. Петті, Ф. Кене, А. Тюрго, А. Сміта, Д. Рікардо, К. Маркса, А. Пігу, А. Маршалла, Е. Бем-Баверка, Ф. Найта, П. Самуельсона, І. Шумпетера. Серед українських науковців проблемами прибутковості, в тому числі ідентифікацією факторів впливу та пошуком резервів підвищення прибутку на підприємствах різних видів діяльності, займалися: С. Гавалешко [2] (дослідження шляхів підвищення рентабельності підприємства), І. Кайтанський, В. Самофатова, В. Олійник [4] (аналіз факторів і резервів підвищення прибутковості на хлібопекарських підприємствах), А. Макеєнко [5] (дослідження впливу інновацій на підвищення показників прибутку, конкурентоспроможності й ефективності діяльності підприємств), С. Стецюк [6] (аналіз факторів впливу на прибуток м'ясопереробних підприємств залежно від характеру дії на економічний ефект), Л. Шендерівська [7] (кількісна оцінка факторів впливу на прибуток поліграфічних підприємств), В. Щука, Я. Щипанова [8] (вивчення впливу факторів на чистий прибуток енергопостачального підприємства) та ін.

Однак, у зв'язку зі змінами умов розвитку економіки і функціонування бізнесу з'являються нові проблеми і нові можливості, що, в свою чергу, вимагає проведення додаткових досліджень і виявлення нових поглядів на чинники, котрі впливають на прибуток підприємств, а відповідної формування нових підходів до управління цими факторами.

Метою статті є аналіз факторів та виявлення резервів підвищення прибутковості на підприємствах в контексті стратегічного і тактичного управління.

Виклад основного матеріалу. Прибуток як головний результат підприємницької діяльності забезпечує потреби самого підприємства, його працівників і держави в цілому [1]. Він виконує такі важливі функції:

- відтворювальну – як джерело фінансових ресурсів підприємства і держави;
- стимулюючу – як джерело власного капіталу, матеріального заохочення працівників та соціального розвитку;
- контрольну – як підсумковий показник результату діяльності підприємства.

У процесі формування прибутку підпадає під вплив різних чинників. Оскільки сучасній економіці притаманні динамізм, невизначеність, ризик і багатфакторність, то вимоги до системи управління підприємством і прибутком значно посилюються, вимагаючи нових підходів до її організації, методів та інструментів. Зміна в динаміці прибутку стає сигналом необхідності прийняття управлінських заходів щодо виявлення фактора впливу і його усунення у тому разі, якщо він носить негативний

характер, або ж використання його в якості резерву збільшення прибутку у тому випадку, якщо він позитивний.

Для ефективного управління фактори необхідно класифікувати. Традиційний підхід до класифікації передбачає розподіл факторів на зовнішні і внутрішні, що відображено на рис. 1.

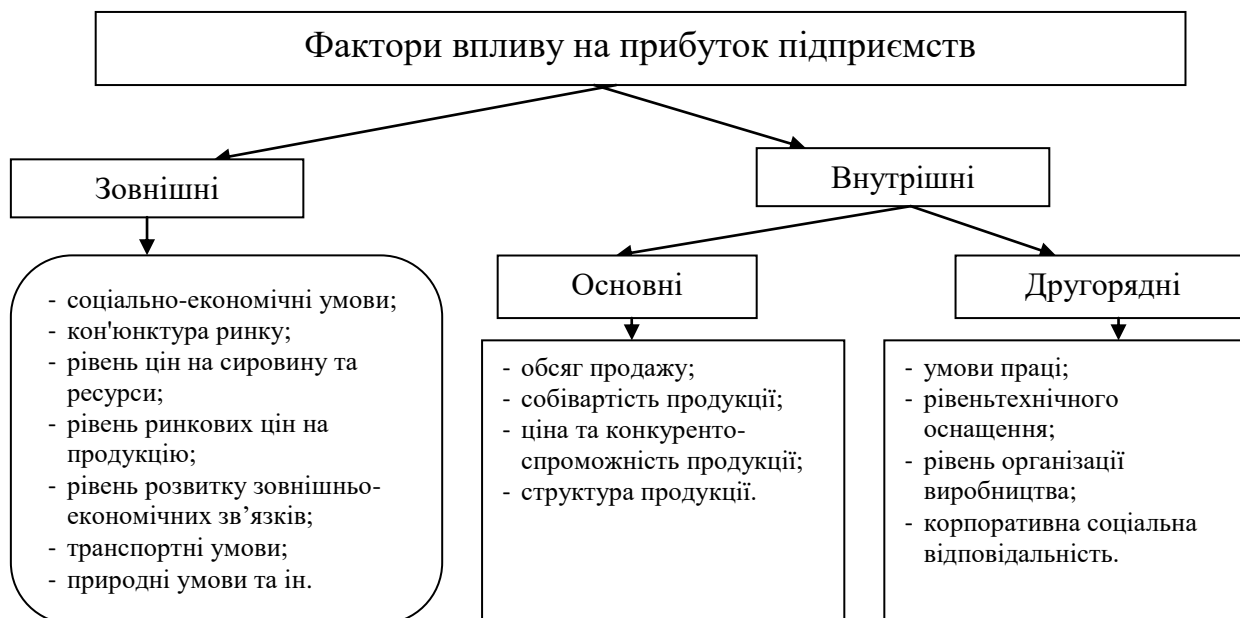


Рис. 1. Фактори, що впливають на прибуток підприємств
Джерело: сформовано на основі [1].

З точки зору керованості внутрішні чинники, як відображають результати діяльності підприємства, піддаються управлінському впливу і дозволяють моделювати господарські процеси з метою підвищення прибутковості. При цьому частина внутрішніх чинників об'єднують в підгрупу основних, до яких відносять [2]:

- зростання обсягів продажів, що в свою чергу залежить від того наскільки конкурентоспроможною є продукція, наскільки швидко вона оновлюється, який її асортимент, чи наявне післяпродажне або сервісне обслуговування, чи задовольняє споживача якість продукції і рівень цін тощо;

- собівартість продукції відчутно здійснює безпосередній вплив на розмір прибутку, оскільки прибуток формується в процесі виробництва. Саме в собівартості необхідно шукати резерви його зростання. Ефективним інструментом управління витратами і прибутком може служити управлінський облік;

- вплив ціни на прибуток, при інших рівних умовах, визначається питомою вагою валових витрат в структурі ціни. Чим вона нижче, тим більшим є прибуток, і навпаки, підвищення питомої ваги валових витрат призводить до зниження прибутку. Крім того, варто відзначити, що конкурентоспроможність продукції також впливає на прибуток. Оскільки,

чим більш конкурентоспроможним є товар, тим більшим буде прибуток підприємства, і навпаки;

– вплив структури продукції визначається співвідношенням високорентабельної, низькорентабельної і збиткової продукції. Чим вище частка високорентабельної продукції, тим більший прибуток, тому надзвичайно важливо оптимізувати портфель замовлень, збільшуючи в ньому частку саме високорентабельної продукції.

Підгрупа другорядних факторів справляє менш істотний вплив, який не відразу може стати помітним, проте враховувати його необхідно, оскільки роль основних факторів, котрі розглядаються як резерви, може бути в повній мірі вичерпана, і тоді другорядні фактори виходять на інший рівень значущості.

Необхідно звертати увагу та усувати порушення:

– в організації виробництва і умовах праці (неоптимальна організація виробництва та умови праці, які не відповідають нормам, призводять до спаду як обсягів виробництва, так і якості продукції);

– в рівні технічного оснащення (застаріле обладнання сповільнює виробництво, що стає причиною недостатньої конкурентоспроможності компанії на ринку, що в результаті веде до зниження прибутковості) та ін.

Проте, наразі, враховуючи кризове становище в країні, найбільш значущим фактором стає саме корпоративна соціальна відповідальність, оскільки чим вищий її рівень, тим кращий імідж і вищий рівень конкурентоспроможності підприємства, що в свою чергу сприяє підвищенню його прибутковості.

Зовнішні чинники знаходяться поза зоною керованості підприємства, але контролювати їх необхідно з метою вироблення адекватних і своєчасних кроків у відповідь на зміну цих факторів, що дозволить уникнути ситуацій, які призводять до збитковості діяльності та навіть до банкрутства.

Аналіз внутрішніх факторів, що викликають зміни величини прибутку, дозволяє виявити резерви, тобто невикористані можливості, реалізація яких призведе до збільшення прибутку. До них відносять:

– зростання обсягу виробництва продукції за рахунок вдосконалення технологічного процесу і технічного переозброєння;

– збільшення обсягу продажів продукції за рахунок створення сприятливих умов продажу та мотивації клієнтів, виходу на нові ринки, вдосконалення розрахунково-платіжних відносин і різних маркетингових прийомів;

– адаптація цін до чутливості ринку (мова йде про використання стратегії гнучких цін);

– оптимізація структури виробленої і реалізованої продукції за рахунок диверсифікації виробництва і збільшення частки рентабельних продажів;

- зниження собівартості виробництва і реалізація продукції за рахунок підвищення ефективності використання матеріальних, фінансових і трудових ресурсів;
- підвищення якості та конкурентоспроможності продукції;
- збільшення доходів від іншої діяльності підприємства (продажу основних фондів та іншого майна, цінних паперів тощо).

Резерв – це кількісна величина. Резерви виявляються на стадіях планування та безпосереднього виробництва продукції і її реалізації. Резерви підвищення прибутку можна поділити на дві групи – тактичні (поелементні) і стратегічні (комплексні) (рис. 2) [3].



Рис. 2. Резерви підвищення прибутковості підприємств
Джерело: сформовано на основі [2].

Тактичні резерви в основному є поелементними. До них відносяться такі резерви як збільшення обсягу виробництва і реалізація продукції, скорочення витрат на виробництво продукції і структурні зрушення в виробництві і реалізації продукції. Контроль над цими резервами здійснюють менеджери вищої та середньої ланки конкретного підприємства і несуть відповідальність за реалізацію заходів щодо їх реалізації.

Комплексні резерви є стратегічними. Їх реалізація пов'язана з перспективою існування підприємства. Кожен комплексний резерв включає в себе кілька елементів, зміна яких має різноспрямований характер: одна їх частина при реалізації покращує кінцевий результат, а інша – погіршує (наприклад, розвиток спеціалізації та кооперування, усунення внутрішньовиробничих диспропорцій і ліквідація «вузьких місць»).

До комплексних належать такі резерви: по-перше, резерв збільшення різниці між ціною товару і витратами на його виробництво, який полягає в тому, що зростання ціни товару випереджає зростання витрат на його виробництво, і реалізація цього резерву пов'язана з підвищенням якості продукції; по-друге, резерв збільшення добутку обсягу виробництва продукції і одиничного прибутку полягає в тому, що зростання одного

множника випереджає зниження іншого, і врешті-решт кінцевий результат зростатиме; по-третє, шляхом підвищення якості продукції, врахуванням всіх організаційно-економічних факторів зовнішнього середовища, можна говорити про вихід на нові ринки збуту.

Однак, варто відзначити, що для того, аби слідкувати за коректністю використання резервів і передбачати можливий негативний вплив вищенаведених факторів, можна користуватись концепцією «центрів фінансової відповідальності», дослідженням якої займались такі науковці, як І. А. Бланк, В. П. Савчук та ін. Концепція центрів відповідальності передбачає визначення ступеня відповідальності конкретних осіб за фінансові результати своєї роботи.

По суті, центр відповідальності (ЦО) – це структурний підрозділ або інша організаційна одиниця, менеджер якої контролює певний, ввірений йому фінансовий показник: доходи, витрати, прибуток (співвідношення доходів і витрат), рівень інвестицій. Сенс введення центрів відповідальності – децентралізація контролю та управління витратами компанії за відхиленнями від запланованих фінансових показників. При цьому передбачається для кожного центру відповідальності встановлення конкретного завдання у вигляді цільового показника його функціонування, порівняння фактичного результату з цільовим показником, аналіз відхилень, і застосування коригувальних заходів, якщо відхилення несприятливі і значні. Ціль обліку за центрами відповідальності – накопичення даних про витрати і доходи по кожному центру відповідальності таким чином, щоб відхилення від кошторису могли бути віднесені на відповідальну особу.

Висновки. Таким чином, в результаті проведеного дослідження, було виявлено, що управління прибутком залежить як від використання діючих факторів, так і від їх наслідків, дзеркальним відображенням яких є зміна інформації на параметричному рівні. Найбільш успішно контролювати використання резервів і попереджати негативний вплив факторів вдається при впровадженні концепції управління на основі «центрів фінансової відповідальності», тобто структурних підрозділів, керівники яких делегують повноваження посамостійно прийнятим управлінським рішенням і встановлюють повну відповідальність за виконання цільових показників, в т.ч. і по прибутку. Управлінському персоналу при виборі методів управління прибутком необхідно керуватися інформацією про всі фактори і швидкість їх впливу, що в результаті дозволить підвищити прибуток підприємства.

Перспективами подальших наукових досліджень у даному напрямку є розробка більш розвиненого плану заходів щодо підвищення прибутковості на підприємстві, враховуючи те, що прибуткове функціонування підприємств є результатом грамотного та коректного управління всім комплексом факторів, які безпосередньо впливають на результати виробничо-господарської діяльності.

Список використаних джерел

1. Верхоглядова Н. І. Зміст та значення прибутку як головної рушійної сили ринкової економіки [Електронний ресурс] / Н. І. Верхоглядова, С. Б. Ільїна, В. П. Шило // Економічний простір. – 2008. – № 18. – С. 180-192. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Ekpr/2008_18/verhog.pdf.
2. Гавалешко С. В. Рентабельність підприємства та шляхи її підвищення [Електронний ресурс] / С. В. Гавалешко // Економікс. – 2012. – № 10. – Режим доступу : www.rusnauka.com/10_DN_2012/Economics/10_106158.doc.htm
3. Іванюта С. М. Антикризове управління : навч. посібн. [Електронний ресурс] / С. М. Іванюта. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – Режим доступу : <http://www.twirpx.com/file/605994/>.
4. Кайтанський І. С. Аналіз шляхів і резервів підвищення прибутковості хлібопекарської галузі України / І. С. Кайтанський, В. А. Самофатова, В. В. Олійник // Економіка харчової промисловості. – 2015. – № 1. – С. 33-37.
5. Макеєнко А. Г. Інноваційна діяльність як один із факторів впливу на прибуток суб'єктів господарювання в Україні / А. Г. Макеєнко // Інвестиції: практика та досвід. – 2013. – № 13. – С. 62-65.
6. Стецюк С. С. Фактори впливу на прибуток м'ясопереробних підприємств Черкаської області / С. С. Стецюк // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2013. – Вип. 1. – С. 72-81.
7. Шендерівська Л. П. Фактори впливу на прибуток поліграфічного підприємства / Л. П. Шендерівська // Економічний аналіз. – 2014. – Т. 16 (2). – С. 203-209.
8. Шука В. Г. Обґрунтування вибору факторів, які чинять вплив на чистий прибуток енергопостачального підприємства ПАТ «Хмельницькобленерго» для його моделювання / В. Г. Шука, Я. І. Щипанова // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2015. – № 1. – С. 105-108.

Бершадская И. И.

КПИ им. Игоря Сикорского

ФММ, гр. УЕ-31

Макалюк И. В.

к.э.н., ст. преп. КПИ им. Игоря Сикорского

ФАКТОРЫ И РЕЗЕРВЫ ПОВЫШЕНИЯ ПРИБЫЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

В статье обосновано важность повышения прибыли предприятий для обеспечения финансовой устойчивости и инвестиционной привлекательности. Рассмотрены факторы, влияющие на прибыль предприятий в контексте динамичности, неопределенности и риска современной экономической среды. Приведены группы факторов по признаку управляемости со стороны предприятия (внешние и внутренние), в пределах внутренних проанализированы основные и второстепенные факторы и определен характер их влияния на прибыльность. Выявлены резервы, позволяющие повысить прибыль предприятий, в разрезе двух групп: тактические (поэлементные) – увеличение объема реализации продукции, оптимизация затрат на производство, оптимизация структуры производства и реализации

продукции, и стратегические (комплексные) – увеличение разницы между ценой и затратами на производство, увеличение производства объема производства продукции и единичной прибыли, повышение качества продукции и выход на новые рынки сбыта. Охарактеризовано концепцию «центров финансовой ответственности» и ее значение в управлении факторами влияния на прибыльность предприятий.

Ключевые слова: прибыль; предприятие; внешние и внутренние факторы; тактические и стратегические резервы; управление прибылью.

Bershadskaya I. I.

student, FMM, Igor Sikorsky KPI

Makaliuk I. V.

PhD of Economic sciences, Senior Lecturer, Igor Sikorsky KPI

FACTORS AND RESERVES INCREASE PROFITABILITY OF THE ENTERPRISE

In the article substantiates the importance of increasing the profits of enterprises to ensure financial stability and investment attractiveness. The factors which affect income tax in the context of dynamics, uncertainty and risk current economic environment. An group of factors on the basis of control of the company (internal and external) within the internal analysis of major and minor factors and determined the nature of their impact on profitability. Discovered reserves that can increase profits, in the context of two groups: tactical (of unit) – increase sales, optimize production costs, optimize the structure of production and sales, and strategic (integrated) – increasing the difference between price and cost of production, increase product volume production and unit profit, improve product quality and expansion into new markets. Characterized the concept of «center of financial responsibility» and its importance in the management of impacts on profitability.

Keywords: profit; company; external and internal factors; tactical and strategic reserves; profit management.

Бершадська Інна Ігорівна
innaziglitskaya.live@gmail.com

Макалюк Ірина Віталіївна
irina.makaljuk@gmail.com