

А. М. ДАНЧУК
Л. О. ПОЄЗДНІК

ШЛЯХИ ЗБІЛЬШЕННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розглянуто методи формування та вимірювання доходів на підприємстві. Проаналізовано внутрішні та зовнішні чинники, що впливають на рівень виручки, критерії їх оцінювання в ринковій економіці. Розкрито роль прибутку у функціонуванні та розвитку підприємства. Запропоновано шляхи максимізації прибутку в розрізі різних аспектів функціонування та розвитку підприємства.

Ключові слова: прибуток, підприємство, дохід, додана вартість, непрямі доходи, критерії оцінювання надходження доходів, методи формування доходів.

ПУТИ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье рассмотрены методы формирования и измерения доходов на предприятии. Проанализированы внутренние и внешние факторы, которые влияют на уровень выручки, критерии их оценивания в рыночной экономике. Раскрыта роль прибыли в функционировании и развитии предприятия. Предложены пути максимизации прибыли в разрезе разных аспектов функционирования и развития предприятия.

Ключевые слова: прибыль, предприятие, доход, добавленная стоимость, непрямые доходы, критерии оценивания поступления доходов, методы формирования доходов.

THE WAYS OF INCREASE IN PROFITS OF THE ENTERPRISE

The article deals with the methods of forming and measure revenue at the company. Analysis of internal and external factors that affect the level of earnings, their evaluation in a market economy has been done. The role of income in the functioning and development was described. The ways of maximizing profit in terms of various aspects of the functioning and development were defined. The company's interest income from a position of management, strategic decision-making was presented. Therefore, for effective revenue management is necessary, first of all, to evaluate methods of formation and internal and external factors that directly affect the generation of profits. Revenue growth can constantly update technical-technological base of production, motivate personnel to work more efficiently, expand the sphere of influence and so on.

Keywords: income, enterprise, profit, added value, indirect profits, evaluation criteria of receipt of profits, methods of forming of profits.

Постановка проблеми. В сучасних умовах господарювання при складанні плану виробництва та реалізації його на підприємстві в майбутньому найважливішу роль відіграє планування доходів. Зіставлення запланованих величин доходів з фактичними показниками допомагає в прийнятті обґрунтованих управлінських рішень. При управлінні доходами важливе значення має структуризація підприємства за центрами відповідальності за певними видами доходів, за територіальними сегментами одержання доходів організації тощо. Мотивація та стимулювання працівників також враховуються при управлінні доходами на підприємстві.

Однак саме управління процесом формування доходів забезпечує довгостроковий контроль за ними. Наприклад, процесний підхід до формування доходів, що застосовується для кожної групи продукції, робіт, послуг, якнайкраще відображає надходження доходу від певного виду діяльності й дає можливість для подальшого аналізу структури доходів, управління ними та прийняття управлінських рішень. Застосування системи обліку доходів за функціями дає змогу краще зрозуміти динаміку доходів, випуску продукції, привертає увагу до включення в кошториси доходів з різних джерел та обліку витрат за функціями. Тому необхідна подальша робота щодо систематизації методів формування та управління доходами на сучасних підприємствах [7, с. 81–83].

Керівництво підприємства цікавлять доходи саме з позиції управління, прийняття стратегічних рішень. Тому для ефективного управління доходами необхідно, перш за все, оцінити методи їх формування та внутрішні й зовнішні чинники, які безпосередньо впливають на процес формування прибутку.

Аналіз останніх досліджень. Вирішення проблем нарощування прибутковості

підприємств знайшли своє відображення у працях вітчизняних і зарубіжних вчених [1–7]. Ряд авторів, зокрема П.В. Круш, В.І. Подвігіна, Б.М. Сердюк [6, с. 596], стверджують, що прибуток є джерелом збагачення власників підприємства. Однак, шляхи нарощення прибутковості не вказуються. У праці [5] розкривається суть, види, порядок формування та розподілу прибутку підприємства. Перспектива максимізації прибутку також залишається поза увагою. Те саме стосується змісту праць таких вчених, як Бойчик І., Верхоглядова Н.І., Ядранський Д.М., Іваннікова Н.А. [3; 4]. Значно ширше категорія «прибуток підприємства» представлена в роботі І. Бланка [2]. В ній розкрито шляхи підвищення прибутковості підприємств.

Метою статті є огляд та аналіз чинників формування доходів підприємств у ринковій економіці, визначення методів і критеріїв оцінювання доходів з урахуванням непрямих доходів від реклами, соціальної відповідальності бізнесу, впровадження інформаційних технологій, які забезпечать довгостроковий контроль за доходами та їх зростання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Орієнтація вітчизняної економіки на ринкові відносини потребує перегляду відношення до прибутку, що обумовлено його особливим місцем у системі господарювання. Метою діяльності будь-якої комерційної структури в умовах ринкової економіки в кінцевому рахунку є отримання прибутку, здатного забезпечити його подальший розвиток [8, с. 127–136].

Прибуток є грошовим виразом чистого доходу підприємства, отриманого від усіх видів його діяльності й зумовленого різницею між його сукупним доходом і сукупними видатками.

Прибуток – головний спонукальний мотив власників, менеджерів і працівників підприємства до успішної діяльності. Це зумовлено роллю й значенням прибутку в умовах ринкової економіки. Прибуток вважається основним внутрішнім джерелом формування інвестиційних ресурсів підприємства, що забезпечують його розвиток.

Менеджери підприємства, що не є власниками його майна, також зацікавлені в одержанні підприємством прибутку, оскільки він є найважливішим критерієм їх діяльності з управління підприємством і, крім того, рівень оплати їх праці також багато в чому визначається сумою отриманого підприємством прибутку.

Для працюючих інших категорій зростання прибутку забезпечує одержання підвищених сум за дивідендами тих працівників, які є власниками акцій конкретного підприємства, а також слугують підставою для підвищення заробітної плати й задоволення ряду соціальних потреб працюючих.

Проаналізувавши наявні критерії оцінювання надходження доходів та методи їх формування, слід відзначити, що на сучасному ринку компанії жорстко конкурують у галузі реклами, якості продукції, надійності, зручності доставки, післяпродажного обслуговування, а також рівня задоволення клієнтів. Жоден з названих параметрів не враховується в традиційних методах і критеріях оцінювання доходів, незважаючи на те, що саме вони відображають основні якості промислових підприємств, а отже, дають їм додатковий дохід. Виникає небезпека того, що існуюча система управління формуванням доходів буде стимулювати виробничі чинники та ігнорувати інші джерела підвищення доходу, прибутку, стабілізації компанії і, відповідно, збільшення прибутковості [5, с. 157–170].

Доведено на практиці, що ефективно організована логістична діяльність, можливо з частковим аутсорсингом, спроможна надати підприємству додатковий непрямий дохід за рахунок підвищення швидкості просування товару до споживача, ефективна рекламна діяльність дає додатковий дохід у вигляді можливості підвищення ціни та збільшення обсягу продажу продукції. Імідж підприємства, його соціальна відповідальність дають додаткові привілеї для бізнесу при налагоджених відносинах з органами влади та додатковий дохід при збільшенні обсягу попиту на продукцію з боку населення в разі усвідомлення того факту, що конкретне підприємство є соціально відповідальним.

Досвід показує, що, наприклад, серед підприємств харчової промисловості на сучасному етапі лідерами в плані зростання обсягів продажу є підприємства, які недовго існують на ринку, але мають свій бренд, торговельну марку. Ця продукція знайома покупцям

з рекламних роликів та інтернет-сайтів. Підприємства-лідери продажу, як правило, багато уваги приділяють організаційній культурі, інформаційному забезпеченню підприємства та реалізації.

Тому основними чинниками, за допомогою яких можливе зростання доходу для сучасних підприємств, є:

- результативна логістика (оптимізація каналів розподілу, стимулювання збуту, в тому числі за рахунок аутсорсингу);
- впровадження сучасних ІТ-технологій;
- ефективна реклама (яка підтримує репутацію товарів, формує довіру споживачів до них, допомагає в завойовуванні ринку);
- дієва організація управління (організаційна структура, система управління, фірмова культура; престиж та імідж фірми; комунікації, соціально-психологічний клімат);
- впровадження елементів корпоративної соціальної відповідальності (екологічні чинники, відносини з органами влади та іншими групами стейкхолдерів) тощо.

Вплив цих чинників формування доходу та розмір додаткового доходу від них неможливо розрахувати напряму. Тому об'єднаємо їх однією економічною категорією “непрямі доходи” [5, с. 77, 78].

Урахування впливу непрямих доходів при аналізі чинників формування прибутку дасть змогу вийти на новий, якісно вищий рівень підготовки рекомендацій для оперативного й стратегічного управління доходами підприємства.

Практичне використання цього критерію дасть змогу стабільно підвищувати доходи підприємства та її власників за рахунок:

- 1) відокремлення бізнес-процесів, які не дають додаткового доходу, вкладання додаткових коштів та оптимізації тих процесів, які є ефективними та створюють свою частку вартості;
- 2) вдосконалення управління логістикою шляхом наукового обґрунтування ефективності потоків збуту та постачання активів;
- 3) інтенсифікації внутрішнього та зовнішнього інформаційного обміну на основі створення інформаційно-аналітичних систем та широкого застосування ІТ-технологій;
- 4) впровадження сучасних видів реклами та ІТ-технологій згідно з вимогами споживачів, оцінювання їх ефективності, збору інформації стосовно змін на ринку та нових споживчих цінностей;
- 5) підвищення якості продукції, продуктивності праці при формуванні організаційної культури шляхом заохочення успіху кожного працівника у формуванні єдиної команди, стимулювання ініціативи, мотивації праці, довіри персоналу.

Висновки. Проведене дослідження шляхів нарощування прибутку підприємств дозволяє зробити ряд висновків. По-перше, будь-яке підприємство, незалежно від форми власності, виду діяльності зацікавлене у отриманні прибутку, який виступає джерелом його подальшого розвитку. По-друге, для підприємства більш важливим є підвищення прибутковості у довгостроковій перспективі, а ніж у короткостроковій, адже це підкреслює стабільність не лише його функціонування, але й розвитку також. По-третє, ріст прибутку дозволяє постійно оновлювати техніко-технологічну базу виробництва, мотивувати персонал підприємства працювати більш ефективно, розширяти сфери впливу та ін.

Подальші розвідки у даному напрямку повинні бути спрямовані на пошук можливостей підтримання стабільності прибутковості діяльності.

Список використаних джерел

1. Афанасьєв Є. Моделювання фінансового ризику багатоцільових рішень в управлінні прибутковістю промислового підприємства / Є. Афанасьєв // Фінанси України. – 2006. – № 3. – С. 46–55.
2. Бланк І.А. Управление прибылью / Бланк И.А. – К. : Ника-Центр, 2002. – 544 с.
3. Бойчик І. Економіка підприємства : [навч. посібник] / Бойчик І. – [2-е вид.]. – К. :

Атика, 2006. – 528 с.

4. Верхоглядова Н.І. Економіка підприємства : [навч. посібник] / Верхоглядова Н.І., Ядранський Д.М., Іваннікова Н.А. – К. : Видавничий дім "Професіонал", 2008. – 384 с.

5. Економіка підприємства : [навч. посібник / за заг. ред. З.В. Герасимчук]. – Луцьк : РВВ ЛНТУ, 2010.

6. Економіка підприємства : навч. посіб. для студ. вищих навч. закладів / [П.В. Круш, В.І. Подвігіна, Б.М. Сердюк та ін.] ; за заг. ред. П.В. Круша, В.І. Подвігіної, Б.М. Сердюка. – [2-е вид., стереотип.]. – К. : Ельга-Н, КНТ, 2009. – 780 с.

7. Кривицька О. Планування прибутку підприємства при визначенні стратегії його розвитку / О. Кривицька // Фінанси України. – 2005. – № 3. – С. 138–146.

8. Методы и способы максимизации прибыли [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.therreferats.allbest.ru/finance/d00023387.html>.

9. Жарун Ю.А. Шляхи удосконалення максимізації прибутку підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/13.DNI_2007/Economics/21077.doc.htm.

10. Ляхоцька М. М. Прибуток торговельного підприємства, його роль та шляхи підвищення у сучасних умовах [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnlntu/16_7/157_Blonska_16_7.pdf
