

3. Поддєрьогін А. М. Фінанси підприємств: Підручник 3-тє вид., перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2000. – 460 с.
4. Романенко О. Р. Фінанси: Підручник. 4-тє вид. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 312 с.
5. Фінанси: курс для фінансистів: навч. посіб. / [за ред. В. І. Оспіцева]. – К.: Знання, 2008. – 567 с.
6. Чорна М. В. Обґрунтування підходу до визначення ефективності діяльності підприємств торгівлі як основи їх конкурентостійкості / М. В. Чорна // Формування ринкових відносин в Україні. – 2009. – № 7/8. – С. 113-128.

Скоробогатий О.І.

студент,

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

КАТЕГОРІЯ ПРИБУТКУ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

В умовах ринкової економіки прибуток виступає як мета діяльності всіх комерційних організацій, та є позитивним кінцевим фінансовим результатом діяльності. Фінансовий результат може бути і негативним, тобто підприємство може нести збитки. Отримання прибутку життєво необхідно підприємствам, так як прибуток служить джерелом фінансових ресурсів для їх розвитку [1].

Прибуток, є найважливішим економічним поняттям в діяльності підприємства. Від її величини залежить успішність і ефективність роботи організації, рівень виплат премій і бонусів робітникам і службовцям. Кінцевий фінансовий результат є одним з основних джерел для ремонту і модернізації основних фондів, так як часто амортизація не здатна в повній мірі покрити потреби підприємства у введенні нового обладнання.

Прибуток являє собою форму доходу від підприємницької діяльності, в результаті вкладення капіталу з метою досягнення певного комерційного успіху. Отримання прибутку і її нарощування є необхідною умовою функціонування будь-якої комерційної структури. Категорія прибутку нерозривно пов'язана з поняттям капіталу і являє собою в усередненому вигляді ціну функціонуючого капіталу.

З іншого боку зростання прибутку господарських суб'єктів створює необхідні умови для ефективного функціонування державних структур, в рамках розподільних систем.

Поняття прибутку пов'язане з поняттям фінансового результату та відіграє такі ролі в здійсненні підприємницької діяльності:

- 1) Прибуток це головна мета діяльності підприємства
- 2) Прибуток є базою економічного розвитку;
- 3) Прибуток є критерієм ефективності конкретного заходу;
- 4) Прибуток є основний внутрішнім джерелом формування фінансових ресурсів, що забезпечують розвиток підприємства;

5) Прибуток це головне джерело приросту ринкової вартості підприємства;

6) Важливе джерело задоволення соціальних потреб суспільства;

7) Отримання прибутку, є основним захисним механізмом від загрози банкрутства підприємства [2].

Завдання щодо забезпечення добробуту власників отримує конкретне вираження: максимізація ринкової вартості підприємства і є гарантом зростання ресурсного потенціалу підприємства та гармонізації ринкової кон'юнктури. Фінансовий директорат будь-якої комерційної організації на кожному етапі розвитку підприємства повинен знаходити відповіді на наступні питання:

1) Чи покриває бухгалтерський прибуток витрати, в тому числі приховані і пов'язані з використанням капіталу;

2) Якщо розмір, одержуваного прибутку досить для розподілу, то яким чином це розподіл необхідно організувати за допомогою заходів дивідендної політики та з урахуванням подальших перспектив розвитку підприємства;

3) Яким чином сформувані загальну структуру капіталу для підвищення рентабельності власного капіталу;

4) Які попередні заходи антикризового управління слід вжити для гармонізації життєвого циклу підприємства.

В умовах функціонування організації перед її керівництвом стоять завдання, спрямовані на ефективність реалізації зазначених стратегічних цілей:

1) Забезпечення оптимального розміру формованого прибутку і її раціональне поєднання з ресурсним потенціалом і ринковою кон'юнктурою;

2) Забезпечення оптимальної пропорції між рівнем формованого прибутку і допустимим рівнем ризику;

3) Забезпечення високої якості формованого прибутку. У процесі формування прибутку повинні бути в першу чергу резерви її зростання за рахунок операційної діяльності і реального інвестування;

4) Забезпечення виплати необхідного рівня доходу на інвестований капітал. Цей рівень не повинен бути нижче норми прибутковості на ринку.

Величина прибутку формується під впливом трьох основних чинників: собівартості продукції, обсягу реалізації і рівня діючих цін на реалізовану продукцію. Найважливішим із них є собівартість. Кількісно в структурі ціни вона займає значну питому вагу, тому зниження собівартості дуже помітно позначається на зростанні прибутку за інших рівних умов [3]. На величину прибутку підприємства впливають фактори, обумовлені специфічними особливостями тієї галузі, до якої воно відноситься. Від того, чи діє підприємство в матеріало-, фондо- або трудомісткою галузі, залежить рівень і структура витрат виробництва, шляхи їх зниження і норма прибутку. Всі чинники зростання прибутку можна звести до наступних основних груп:

1) Збільшення обсягів виробництва продукції, робіт, послуг. Крім явного ефекту від збільшення обсягів продажів підприємство отримує і додатковий економічний ефект, за рахунок зниження частки умовно-постійних витрат в кожній виробленій одиниці продукції;

2) Зниження собівартості продукції. При зниженні витрат на виробництво, яке не вплине на якість продукції і зміна ціни у підприємства збільшується маржа з кожної проданої продукції, яке підприємство може знизити ціну на товар з метою залучення нових споживачів;

3) Підвищення якості продукції, що випускається і як наслідок збільшення ціни;

4) Удосконалення асортименту та номенклатури товару, що випускається. Суть полягає в зміні структури виробництва продукції, метод спрямований на збільшення тієї категорії продукції, яка приносить більше прибутку.

На завершення можна сказати, що важливою умовою отримання прибутку є наявність відповідей на наступні питання: що робити, як робити, для кого виробляти. Неправильне визначення цілей або невірна стратегія можуть призвести до отримання збитків, що, безсумнівно, призведе до фінансової кризи на підприємстві.

Список використаних джерел:

1. Баскакова О.В. Економіка підприємства (організації): Підручник / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. – М.: Видавничо-торгова корпорація «Дашков», 2013.
2. Аналіз прибутків підприємств // В кн.: Мельник В.М. Основи економічного аналізу./ Мельник Віктор Михайлович. – К.: Знання, 2008. – С. 96-104.
3. Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економічна діагностика: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / О.О. Гетьман, В.М. Шаповал. – Київ, Центр навчальної літератури, 2007.

Сябер Є.О.

студент,

*Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського»*

ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Будь-який суб'єкт підприємницької діяльності такий як юридична особа, веде її на основі отримання прибутку. Підприємства реалізують свою продукцію споживачам, отримуючи за неї дохід. Однак це ще не є показником для отримання прибутку. Для виявлення фінансового результату необхідно співставити дохід з собівартістю продукції, а також з усіма податками та платежами до бюджету. Якщо дохід перевищує суму собівартості і податків, то підприємство отримує прибуток; якщо дорівнює, то підприємство знаходиться на рівні точки беззбитковості; і коли витрати перевищують дохід, то, зрозуміло, підприємство несе збитки, тобто від'ємний фінансовий результат, що ставить його в складне фінансове становище, яке веде до банкрутства. Тому підприємство повинно знати всі фактори впливу на прибуток підприємства та дуже ретельно контролювати їх з метою збільшення прибутковості діяльності підприємства.