

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Калінова Д.О., магістрант
Державний біотехнологічний університет
м. Харків, Україна

Одним з найважливіших показників розвитку підприємства є його прибутковість. Це пов'язано з тим, що без стратегічного напрямку розвитку та відповідного рівня прибутковості підприємство може поступово стати неліквідним і врешті-решт збанкрутувати.

Відповідно до загальноприйнятого підходу, прибутковість підприємства вимірюється двома показниками: прибутком і рентабельністю. Рентабельність є одним з найважливіших показників успішності бізнесу. Постійний аналіз і контроль цього показника дозволяє приймати обґрунтовані управлінські рішення і забезпечувати стабільний розвиток підприємств.

В основу визначення показника рентабельності покладено відношення прибутку до вкладених коштів. Підвищення рентабельності виробництва, як правило, пов'язують із активним пошуком шляхів вдосконалення виробництва, підвищення конкурентоспроможності власної продукції.

Прибуток, як економічний показник, є різницею між чистим доходом і собівартістю продукції. Він є кінцевим результатом діяльності підприємства. Методів розрахунку прибутку виділяють декілька. На підприємствах виробничої сфери частіше використовують метод прямого розрахунку; розрахунок прибутку за показником витрат на одну гривню продукції; економічний (аналітичний) метод [1].

За умов виробництва на підприємстві невеликого асортименту продукції, частіше звертаються до методу прямого розрахунку прибутку підприємства. За думкою практиків, цей метод є достатньо точний саме для підприємств із невеликою кількістю продукції, яка виробляється, але надто трудомісткий, коли реалізується великий асортимент продукції.

Використання методу розрахунку прибутку на підставі показника витрат на 1 грн. продукції частіше застосовується по підприємству в цілому з використанням величини прибутку від випуску, реалізації всієї продукції.

Економічний (аналітичний) метод може використовуватися для розрахунку прибутку від випуску (реалізації) продукції. Він відрізняється від інших методів розрахунку тим, що дає змогу

визначити не тільки загальну суму прибутку, а й вплив на неї зміни окремих чинників, у тому числі: обсягу виробництва (реалізації) продукції; собівартості продукції; рівня оптових цін і рентабельності продукції; асортименту та якості продукції [4]. Тобто при аналізі впливу цих чинників на величину прибутку використовують факторний аналіз.

Підвищення прибутковості – це постійна мета діяльності будь-якого підприємства. Існує безліч факторів, які можуть вплинути на цей показник, основними з них є:

- підвищення швидкості руху оборотних коштів, скорочення усіх видів запасів, домагатися прискорення просування готових виробів від виробника до споживача продукції;
- збільшення обсягу виробництва продукції, при більш повному використанні виробничих потужностей підприємства;
- підвищення рівня продуктивності праці працівників підприємства, ефективності використання сировини, матеріалів, палива, електроенергії, обладнання;
- використання ефективної цінової політики щодо збуту продукції, яка може бути диференційованою по відношенню до окремих категорій покупців;
- проведення політики в області підготовки і перепідготовки персоналу підприємства;
- запровадження нововведень при виробництві продукції, в результаті чого зростає продуктивність праці та ін. [1, 2].

Таким чином, прибутковість виробництва належить до числа важливих показників розвитку підприємства, виступає джерелом виконання поставлених перед ним цілей. Важливо розуміти, що підвищення прибутковості – це комплексний процес, який вимагає системного підходу і залучення всіх співробітників підприємства, яке повинно обрати ті напрямки розвитку, які найбільш відповідають його специфіці та місії.

Список використаних джерел

1. Ткачук В. Методи визначення норми прибутку як основного компоненту проектного аналізу діяльності підприємства. *Економіка та суспільство*. 2023. № 49. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-34> (дата звернення: 25.10.2024).
2. Єпіфанова І.Ю., Гуменюк В.С. Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності. *Економіка та суспільство*. 2016. Вип. 3. URL: <http://economyandsociety.in.ua> (дата звернення: 25.10.2024).