

ПРИБУТКОВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

©2021 БРАГІНА О. С., БУГЕНКО С. І., ПАВЛУСЬ М. Г.

УДК 658.14.011.1
JEL: D29; D92; M21

Брагіна О. С., Бугенко С. І., Павлусь М. Г. Прибутковість підприємства та шляхи її підвищення

Об'єктом дослідження статті є прибуток підприємства та шляхи його підвищення. Проаналізовано думки вчених щодо визначення поняття «прибуток підприємства» та сформовано основні підходи до його розуміння. Відповідно до зазначених підходів прибуток можна уявити як: грошовий вираз частини вартості додаткового товару; чистий дохід підприємця від вкладеного капіталу; різниця між загальним доходом і сукупними витратами; позитивний фінансовий результат підприємства. Відповідно до проведеного дослідження було сформовано визначення поняття «прибуток» та розкрито сутність його значення та основні функції. У статті розглянуто теоретичні аспекти підвищення прибутковості підприємства, досліджено фактори, що на неї впливають. Серед основних факторів впливу на прибуток можна виділити дві групи: фактори, що не залежать від діяльності підприємства (зовнішні); фактори, що знаходяться в компетенції підприємств (внутрішні). Проаналізовано стратегії підприємства, пов'язані з прибутком. Прибутковість підприємства – показник, який безпосередньо визначає кінцевий результат діяльності будь-якого підприємства. Збільшення прибутковості підприємства – одна із основних цілей керівництва будь-якого підприємства. Методів збільшення прибутковості багато, кожне підприємство вибирає найбільш вигідний і зручний для себе, деякі з них розглянуто в даній статті. Методологічною та інформаційною основою дослідження прибутковості підприємства та шляхів її підвищення є спеціальна та методична література зарубіжних і вітчизняних авторів, статистичні дані Міністерства статистики України, періодична та довідкова література, бухгалтерська, статистична й оперативна звітність.

Ключові слова: прибуток, прибутковість, рентабельність, підприємство, собівартість, аналіз фінансових показників, шляхи підвищення.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-10-261-266>

Рис.: 1. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 8.

Брагіна Ольга Сергіївна – кандидат економічних наук, доцент кафедри підприємництва і торгівлі, Державний університет «Одеська політехніка» (просп. Шевченка, 1, Одеса, 65044, Україна)

E-mail: braginaos@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2050-552X>

Researcher ID: <https://publons.com/researcher/1926266/olha-serhiivna-brahina/>

Бугенко Сергій Іванович – аспірант кафедри підприємництва і торгівлі, Державний університет «Одеська політехніка» (просп. Шевченка, 1, Одеса, 65044, Україна)

E-mail: kaf.pt@op.edu.ua

Павлусь Марина Геннадіївна – студентка, Державний університет «Одеська політехніка» (просп. Шевченка, 1, Одеса, 65044, Україна)

E-mail: citrus230814@gmail.com

UDC 658.14.011.1
JEL: D29; D92; M21

Brahina O. S., Buhenko S. I., Pavlus M. H. Profitability of the Enterprise and Ways to Increase It

The object of research of the article is the profit of enterprise and ways to increase it. The scholars' opinions on the definition of «enterprise profit» were analyzed and the main approaches to its understanding are formed. According to the specified approaches, profit can be figured as follows: a monetary expression of part of the value of an additional product; net income of the entrepreneur from the invested capital; the difference between total income and total expenses; positive financial result of enterprise. According to the study, the definition of the concept of «profit» is formed and the essence of its meaning together with main functions is disclosed. The article discusses the theoretical aspects of increasing the profitability of enterprise, examines the factors of influence. Among the main factors influencing profits can be identified two groups: factors that do not depend on the activities of the enterprise (external); factors within the competence of enterprises (internal). The enterprise's strategies related to profit are analyzed. The profitability of enterprise is an indicator that directly determines the final result of the activity of any enterprise. Increasing the profitability is one of the main goals of the management of any enterprise. There are many methods of increasing profitability, each enterprise chooses the most advantageous and convenient for itself, some of the methods are discussed in this article. The methodological and informational basis for the study of profitability of enterprise and ways to increase it are special and methodical literature by foreign and domestic authors, statistics of the Ministry of Statistics of Ukraine, periodic and reference literature; accounting, statistical, and operational reporting.

Keywords: profit, profitability, efficiency, enterprise, self-cost, analysis of financial indicators, ways to increase.

Fig.: 1. **Tabl.:** 1. **Bibl.:** 8.

Brahina Olha S. – PhD (Economics), Associate Professor of the Department of Entrepreneurship and Trade, Odesa Polytechnic State University (1 Shevchenko Ave., Odesa, 65044, Ukraine)

E-mail: braginaos@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2050-552X>

Researcher ID: <https://publons.com/researcher/1926266/olha-serhiivna-brahina/>

Buhenko Serhii I. – Postgraduate Student of the Department of Entrepreneurship and Trade, Odesa Polytechnic State University (1 Shevchenko Ave., Odesa, 65044, Ukraine)

E-mail: kaf.pt@op.edu.ua

Pavlus Maryna H. – Student, Odesa Polytechnic State University (1 Shevchenko Ave., Odesa, 65044, Ukraine)

E-mail: citrus230814@gmail.com

Важливе місце для оцінки як виробничої, так і фінансової діяльності підприємства займає формування, використання та збільшення прибутку підприємства. Показники прибутку характеризують ступінь його ділової активності та фінансове благополуччя. У сучасній Україні економічне питання отримання прибутку та зростання ефективності виробництва є актуальними, особливо в період карантину у зв'язку з пандемією коронавірусу. Отже, це зумовлює необхідність глибокого дослідження теоретичних засад збільшення прибутковості підприємства, її впливу на темпи та пропорції суспільного відтворення.

На сучасному етапі збільшення прибутку дає можливість визначити зростання потенційних можливостей підприємства, підвищує ступінь його ділової активності, створюється фінансова база для самофінансування, розширеного відтворення, задоволення матеріальних і соціальних потреб трудових колективів. Тому необхідно чітко визначити новий шлях до теоретичного висвітлення та практичного обґрунтування рекомендацій щодо активізації ролі прибутковості підприємства в економічній системі

Питання прибутковості підприємства висвітлені у працях багатьох вітчизняних і зарубіжних авторів, серед яких слід відзначити А. Д. Шеремета, В. П. Савчука, Г. В. Савицьку, Г. Г. Кірейцева, Дж. К. Ван Хорна, Є. Ф. Брігхема, І. О. Бланка, М. Д. Білика, С. Ф. Покропівного та багатьох інших. Проте наразі по даній темі залишається чимало дискусійних питань, що мають простір для подальшого обговорення та вивчення, адже економічна сутність прибутку є однією зі складних і дискусійних проблем у сучасній економічній теорії. Поняття прибутку в міру розвитку економічної теорії постійно змінюється й ускладнюється.

Мета статті полягає у визначенні основних шляхів зростання прибутку на підприємстві. Для досягнення мети поставлено такі завдання:

- ✦ визначити сутність прибутковості підприємства;
- ✦ виявити фактори, які впливають на прибутковість;
- ✦ обґрунтувати шляхи підвищення прибутковості підприємства.

Прибутковість підприємства – це фінансовий результат господарської діяльності, який характеризується відносними та абсолютними показниками. Сучасна економічна теорія має багато уявлень про економічну сутність прибутку. У простому розумінні прибуток – це різниця між доходами компаній від реалізації продукції (товарів, послуг, робіт) і собівартістю її виробництва, тобто собівартістю продукту. Чим вищий прибуток, тим ефективніший розвиток і

можливість розширення виробничої діяльності підприємства.

У літературі немає єдиного та загального визначення прибутку, тому слід розглянути деякі з них у *табл. 1*.

Аналіз наведених у *табл. 1* підходів показує, що в економічній літературі під прибутком розуміється:

- ✦ грошовий вираз частини вартості додаткового товару;
- ✦ чистий дохід підприємця від вкладеного капіталу;
- ✦ різниця між загальним доходом і сукупними витратами;
- ✦ позитивний фінансовий результат підприємства.

Враховуючи вищевикладене, пропонуємо таке вичерпне визначення прибутку: *прибуток* – це така категорія економіки, яка є підсумком фінансового результату господарської діяльності, що визначається як різниця між витратами та доходами, пов'язаними з цією діяльністю, та яка обчислюється в грошовій формі.

Значення прибутку полягає в тому, що він є:

- 1) головним джерелом фінансування розвитку підприємств, поліпшення їх матеріально-технічної бази та продукції, що забезпечує всі форми інвестицій;
- 2) об'єктом оподаткування та джерелом сплати податків.

Головними функціями прибутку є:

- а) міра, що дозволяє оцінити результат господарської діяльності підприємств;
- б) винагорода власникам підприємств. Показник прибутку визначає частку доходу власників бізнесу та розмір виплат, які очікуються від компанії;
- в) у ринкових відносинах прибуток є головним джерелом фінансування для розвитку підприємств та забезпечення всіх форм інвестицій шляхом вдосконалення матеріально-технологічної бази. [6, с. 300];
- г) прибуток є критерієм зручності для затвердження господарських рішень на підприємствах. Оскільки більшість рішень компанії пов'язані з матеріальними витратами, витратами на оплату праці та фінансовими витратами, вони повинні розглядатися з точки зору величини прибутку, який компанія отримує в результаті впровадження;
- д) основним фінансовим інструментом є прибуток від формування доходу для державного бюджету. Регулюючи розмір прибутку в розпорядженні підприємств, держава може сприяти підприємницькій діяльності підприємств [4, с. 162].

Сутність прибутку підприємства

Автор	Визначення прибутку
Шеремет А. Д.	Прибуток – основне власне внутрішнє фінансове джерело, яке забезпечує розвиток підприємства на принципах самофінансування
Савчук В. П.	Прибуток – основний критерій ефективності господарювання
Бланк І. А.	Прибуток – мірило фінансового здоров'я підприємства, характеристика рентабельності вкладення коштів в активи конкретного підприємства
Меєв В. О.	Прибуток – фінансова категорія, яка показує позитивний фінансовий результат, характеризує ефективність виробництва, свідчить про обсяг і якість виготовленої продукції, стан продуктивності праці, рівень собівартості
Єфімова О. В.	Прибуток – змінена форма додаткової вартості, виробленої, реалізованої, готової до розподілу, що сформована під час суспільного відтворення для задоволення різних інтересів підприємства та його власників
Буряковський В. В.	Прибуток – це грошове вираження основної частини грошових накопичень, які створені підприємствами різних форм власності
Білик М. Д.	Прибуток – це додаткова вартість, яка утворюється під час виробництва понад вартість спожитих виробничих ресурсів і робочої сили

Джерело: складено за [1; 7; 8].

Завдяки ефективному управлінню аналітикою та генеруванню доходів виділяють кілька видів корпоративних прибутків: граничний, валовий, операційний, загальна діяльність і чистий прибуток. Відповідно до чинних в Україні стандартів бухгалтерського обліку загальний прибуток підприємства виникає від повсякденної діяльності підприємства та від прибутку, заробленого в спеціальних підрозділах. Прибуток від повсякденної діяльності становить приблизно 95% валового прибутку компанії.

Тільки для оцінки результатів та ефективності управління та використання складових виробничого процесу, завдяки яким отримується прибуток, його величину потрібно віднести до відповідного показника. У результаті буде отримано показник прибутковості, або рентабельності.

Отже, прибуток є об'єктивною економічною категорією. Тому на його формування зазвичай впливають процеси, що відбуваються в суспільстві під час виробництва та розподілу валового внутрішнього продукту. На абсолютний прибуток підприємства впливає результат, тобто ефективність його фінансово-господарської діяльності. Тому прибуток є головною метою будь-якого підприємства в умовах ринкової економіки. Це результат кваліфікованої й успішної реалізації бізнесу, виражений у грошовій формі. Прибуток – це найпростіша і водночас дуже складна категорія ринкової економіки, яка виконує багато важливих завдань і функцій.

На величину прибутку впливають різноманітні фактори. В економічній літературі фактори впливу поділяються на дві групи: фактори, що не залежать від діяльності підприємства (зовнішні); фактори, що знаходяться в компетенції підприємств (внутрішні).

Внутрішніми факторами, що впливають на прибуток компанії, є: обсяг підприємства; стан та ефективність усіх ресурсів підприємства; рівень доходу; рівень витрат; ефективність асортименту та цінова політика.

Зовнішніми факторами, що впливають на прибуток підприємств, є: державне регулювання цін у сучасних умовах на такі товари, що знаходяться в споживчому кошику; підвищення цін для інших галузей економіки; оподаткування; зміни в регулюванні кредитування, збільшення ставок дисконтування при користуванні кредитом; державна політика щодо отримання доходів; відсутність індексації доходів домогосподарств залежно від інфляції.

Зовнішнє середовище залежно від характеру впливу можна розділити на два типи – середовище прямої та непрямой дії.

Середовище прямої дії на організацію формується певними суб'єктами – споживачами, конкурентами, постачальниками, державними установами, фінансовими установами та іншими зовнішніми агентами та підрядниками.

Фактори зовнішнього середовища прямого впливу:

1) Постачальники ресурсів (забезпечують введення в організацію матеріалів, обладнання, енергії, капіталу та праці, які потім організація з точки зору системного підходу перетворює на готову продукцію).

2) Споживачі.

3) Конкуренти.

4) Державні органи влади (без втручання держави, без державного регулювання підприємство не зможе зробити виробництво економічно безпечним, гарантувати реалізацію соціально-економічних прав людини).

Фактори зовнішнього середовища опосередкованого впливу:

1) Науково-технічний прогрес (технологічні інновації впливають на ефективність виробництва продукції та її реалізацію, швидкість виробництва, спосіб розповсюдження, зберігання та збір інформації, а також на те, чого споживачі нових продуктів і послуг очікують від організації).

2) Політичні фактори (нестабільна політична ситуація спричиняє відтік капіталу з галузі та водночас спрямовує ділову діяльність на короткий цикл обігу, який властивий торговому бізнесу).

3) Соціокультурні фактори (ці фактори формуються в межах певного суспільства та відображають характеристики основних поглядів, цінностей і норм поведінки людини, що впливають на їх управлінські рішення. До них належать: ставлення людини до себе та інших, ставлення до соціальних інститутів, довіля, основних культурних цінностей тощо).

4) Особливості міжнародних економічних відносин (при реалізації функцій планування, організації, сприяння та контролю керівники повинні враховувати відмінності між економікою, культурою, законами, політичною стабільністю, рівнем технологічного розвитку в різних країнах).

5) Стан економіки (керівництво повинно мати можливість передбачити, як діяльність організації вплине на загальні зміни в стані економіки, що впливає на вартість товарів і попит на товари).

Одним із найвпливовіших факторів стала пандемія коронавірусу у світі. Вона завдала серйозної шкоди світовій економіці, а режим локдауну, при якому людям наказано не виходити з дому, за винятком крайньої необхідності, вплинув на прибуток усіх компаній.

Фінансові результати до оподаткування великих і середніх підприємств за 2020 р. склав 264,4 млрд грн. Це в 1,7 разу менше, ніж у 2019 р., коли підприємства показали 446,9 млрд грн прибутку (рис. 1).

За даними статистичного відомства, прибуток підприємств склав 602,3 млрд грн, що на 2,9% менше порівняно з 2019 р., натомість збитків допущено на суму 337,9 млрд грн, що на 94,6% більше порівняно з 2019 р.

Частка збиткових підприємств за січень – грудень 2020 р. склала 29,2% (за січень – грудень 2019 р. – 19,5%).

Як повідомляло РБК-Україна, капітальні інвестиції в економіку України за 2020 р. склала 419,8 млрд грн. Це на 38,2% менше порівняно з 2019 р.

Динаміка, диверсифікація зовнішнього середовища та взаємозв'язок його факторів ускладнюють точне й одночасне врахування всіх можливих наслідків тривалого впливу на різні види діяльності підприємства, своєчасній та об'єктивній оцінці явищ, процесів і тенденцій, що відбуваються в зовнішньому середовищі. З огляду на це, керівники підприємств повинні обмежити сферу дії зовнішніх факторів, щоб враховувати та надавати перевагу лише тим, що мають найбільший вплив на результати діяльності. Досягнення цієї мети зумовлене насамперед точним визначенням мікросередовища підприємств, що працюють.

Таким чином, бажано, щоб компанія використовувала всі наявні внутрішні можливості для підвищення ефективності та пристосовувалася до зовнішніх впливів для підвищення ефективності. Внутрішніми факторами зростання прибутковості є організаційні й управлінські фактори, фактори матеріалів і технологій, фінансові та кадрові фактори. До зовнішніх факторів належать адміністративні, зовнішньоекономічні та ринкові фактори. Ефективне управління факторами та комбінаціями факторів у розумній стратегії максимізує рівень прибутковості підприємства.

Загалом, більшість доходів компанії припадає на продаж певних товарів та послуг. Дохід від реалізації залежить від продажів, структури, витрат і се-

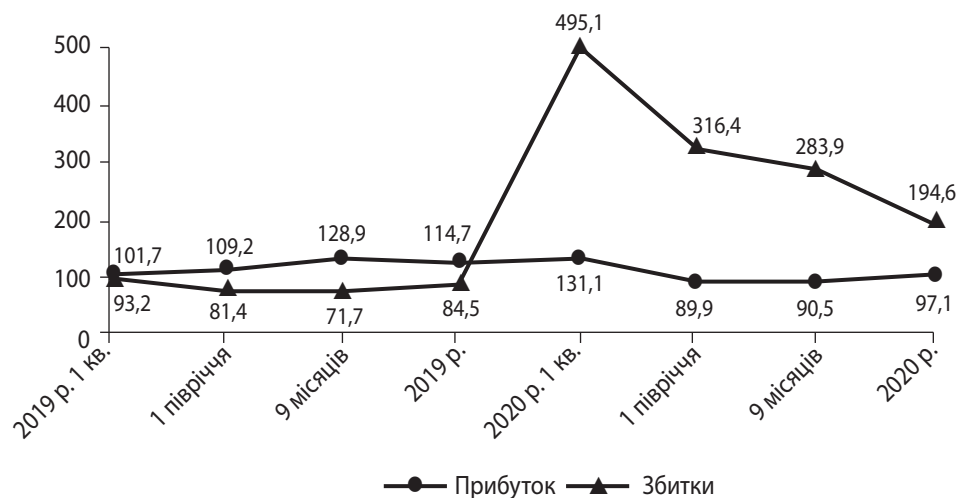


Рис. 1. Темпи зростання прибутку та збитків, % до відповідного періоду попереднього року

реднього рівня продажних цін. Обсяг продажів може негативно вплинути на величину доходу. Коли продажі прибуткової продукції зростають, прибуток збільшується пропорційно. Якщо товар неприбутковий, величина прибутку від продажу прибуткового товару зменшується в міру збільшення обсягу продажів. Структура товарного товару також може по-різному впливати на величину доходу.

Щоб підвищити рівень прибутковості підприємства, дії слід проводити лише в такій послідовності:

- ✦ *організаційні* (вдосконалення виробничих структур, організаційних структур управління, диверсифікація виробництва, реструктуризація виробництва тощо);
- ✦ *економічні засоби та стимули* (вдосконалення тарифної системи, форм і систем оплати праці, сприяння кругообігу оборотних коштів тощо).

Якщо послідовність змін інша, позитивні зміни в роботі рідко помітні або відсутні.

Зростання прибутку можна досягти двома способами: зменшенням собівартості продукції або збільшенням виручки від реалізації. Тому кожна компанія стикається з проблемою правильного формулювання цінової стратегії та вибору оптимального обсягу виробництва. Причина максимізації прибутку така ж, як мотивація максимізації споживчої користі. Максимізація прибутку є важливою умовою успішної корпоративної конкурентоспроможності, життєздатності та консолідації ринку.

Якщо компанія працює в умовах високої конкуренції, це означає, що вона повинна продавати свою продукцію за ринковими цінами, а не за власною стратегією. Продавець не може встановити ціну вище поточної ціни, інакше товар можуть не придбати. Якщо ви встановите ціну, нижчу за своїх конкурентів, ви продасте всю свою продукцію швидше, але втратите більше. У такій ситуації максимізації прибутку можна досягти лише за рахунок збільшення випуску продукції. Ці два показники мають бути рівними, щоб визначити обсяг випуску, необхідний для порівняння граничного доходу та витрат. Це правило поширюється на всі підприємства, незалежно від ринку, на якому вони працюють [2, с. 169].

Для підприємств, що працюють в умовах недосконалої конкуренції, ціни не є фіксованими і можуть змінюватися. Виробник розуміє, що чим більше продукції він виробляє, тим нижча ціна, за яку він може продати. Монополіст завжди максимізує прибутки, коли граничні витрати дорівнюють граничним доходам. Однак ціна, яку вони встановлюють, значно перевищує граничні витрати.

Що стосується олігополій, виробники контролюють ціни або пристосовуються до цін лідерів у результаті змови з іншими олігополістами. Для олігополії важливо розуміти, що за недосконалих умов

конкуренції граничний дохід і граничні витрати можуть змінитися залежно від обсягу виробництва [2, с. 170].

Загалом, для збільшення прибутку ви можете перевірити такі резерви: необхідно *постійно вдосконалювати всі засоби виробництва* (впровадження нового обладнання, вдосконалення технології, застосування вдосконалених матеріалів). Це суттєво зменшить виробничі витрати та, відповідно, збільшить прибуток.

Зменшення виробничих витрат є найважливішим фактором збільшення прибутку, а саме: економія матеріалів, що належать компанії, трудових і фінансових ресурсів. Максимальна мобілізація виробничих витрат важливіша в ефективних умовах роботи підприємств.

Механізоване виробництво вимагає значно меншої кількості робітників, зменшуючи витрати на оплату праці. Також завдяки новому обладнанню можна збільшити виробництво, що в основному знижує ціну за одиницю. Але після цього компанії доведеться знаходити нові ринки збуту як в Україні, так і за її межами. Тобто, потрібно виділити кошти на рекламу, і це неодмінно принесе результати.

Крім того, збільшення виробництва не тільки зменшує витрати, але й збільшує виробництво, що, своєю чергою, збільшує прибуток підприємств. Отже, чим більше продукції, за інших рівних умов, тим більший масштаб прибутку компанії. Але водночас збільшення прибутку означає збільшення внесків підприємства до державного бюджету.

Резервом зростання прибутку промислових підприємств є *підвищення якості самої продукції та зменшення збитків через нестачу*. Проблеми якості продукції в деяких галузях пов'язані з підвищенням її надійності та довговічності. Багато компаній випускають продукцію з гарантією. Як показала практика, деякі компанії платять за достроковий ремонт дефектної продукції, що продається споживачам, щоб забезпечити довший термін служби своєї продукції. Заплановані витрати вже включають вартість гарантійного ремонту, що призводить до матеріальної та моральної шкоди як покупцю, так і виробнику, а це веде до зниження якості продукції та збільшення витрат.

Збільшення прибутку також може відбуватися за рахунок *збільшення продуктивності*. Зі збільшенням продуктивності праці витрати на одиницю продукції зменшуються, а отже, частка заробітної плати в структурі витрат може змінюватися. Для того, щоб досягти цього, компанія повинна використовувати різноманітні стимули: перевести якомога більше працівників за відрядною ставкою; працівникам, які мають погодинну ставку, платити більше за надурочний час, а також забезпечити доставку працівників від роботи за узгодженими маршрутами; надавати мате-

ріальну допомогу працівникам з нагоди ювілеїв та інших знаменних дат. Необхідно врахувати специфіку роботи щодо проведення профілактичної реабілітації та медичного огляду працівників за рахунок коштів підприємства, організації санаторно-курортних процедур для робітників та інвалідів [3, с. 126].

Потрібне *вдосконалення та стандарти*. Технічно обґрунтовані стандарти та норми (і своєчасний перегляд їх) можуть вплинути на заробітну плату, а з іншого боку – на формування ціни. Це пов'язано з тим, що виявлення резервів може зменшити суспільно необхідні витрати робітників [3, с. 54].

Дотримання найсуворіших режимів жорсткої економії в усіх сферах виробничо-господарської діяльності підприємств є життєво важливим у його боротьбі за зменшення витрат і збільшення прибутку. Послідовне впровадження економічної системи підприємства в основному проявляється у зменшенні витрат матеріальних ресурсів на одиницю продукції, на обслуговування та виробництво та зменшенні інших непродуктивних витрат. Запаси та обладнання слід регулярно перевіряти щодо надлишків. Ці надлишки мають продаватися за ринковими цінами.

Маркетинг також відіграє важливу роль. Практика світової торгівлі показала, що нові товари не можуть знайти покупців на ринку без кваліфікованої маркетингової організації. Отже, у цій економічній ситуації більше уваги слід приділяти маркетингу.

Повне використання вторинних ресурсів і супутніх товарів є одним із резервів збільшення прибутку промислових підприємств. Частка вторинної сировини серед загальних матеріальних ресурсів, що використовуються в народному господарстві, значно зростає [5, с. 180].

Резервом збільшення прибутку бізнесу є також *усунення простоїв протягом усього дня та періодичних простоїв*, доплат за додаткові години, невиробничих витрат і втрат на обслуговування, за винятком невиробничих виплат заробітної плати [5, с. 101].

Для збільшення прибутку необхідно застосувати *правильну тактику до промислових підприємств у сфері ціноутворення*. Ціна повинна відображати суспільно необхідні витрати на виробництво та реалізацію товару, споживчі якості, якість і платоспроможний попит. Залежно від того, як правильно розрахована ціна, вона багато в чому пов'язана з величиною доходу компанії, ліквідністю, платоспроможністю та її фінансовим станом [3, с. 54].

Отже, для збільшення прибутку необхідно вивчити техніко-економічні показники підприємств і рівень виробничих організацій, виробничі потужності й основні фонди, сировину, робочу силу, економічні відносини тощо.

ВИСНОВКИ

Таким чином, прибуток – це найпростіша і водночас дуже складна категорія ринкової економіки, яка виконує багато важливих завдань і функцій. На

величину прибутку впливають різноманітні фактори, які поділяються на зовнішні та внутрішні. Ефективне управління факторами та комбінаціями факторів у необхідній стратегії максимізує рівень прибутковості підприємства.

Отже, для того, щоб підвищити прибутковість підприємства, необхідно провести детальний аналіз внутрішніх можливостей підприємства, тобто розглянути всі шляхи зниження собівартості продукції, а також провести детальний аналіз ситуації на ринку та впровадити правильну цінову політику. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Семенов А. Г., Шарко А. І. Аналіз та вдосконалення оплати праці. *Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво»*. 2010. № 6. С. 232–238.
2. Крупська Л. П., Кириленко Л. М., Пархоменко І. М., Тимченко І. Є. *Моя економіка : підручник для учнів 8–10 кл.* Київ : А. П. Н., 2005. 320 с.
3. Внутрішній економічний механізм підприємства : навч. посіб. / Круш П. В., Тульчинська С. О., Тульчинський Р. В. та ін. Київ : ЦНЛ, 2008. 206 с.
4. Манів З. О., Луцький І. М. *Економіка підприємства: навч. посіб. 2-ге вид.* Київ : Знання, 2006. 580 с.
5. Пасічник В. Г., Акіліна О. В. *Організація виробництва: підручник.* Київ : ЦНЛ, 2005. 248 с.
6. Шлійко А. В. *Економіка підприємництва на ринку товарів і послуг : навч. посіб.* Київ : ЦНЛ, 2008. 376 с.
7. Шеремет А. Д., Сайфулін Р. С., Негашев Е. В. *Методика фінансового аналізу : учебное пособие.* М. : Инфра-М, 2001. 208 с.
8. Савчук В. П. *Управління прибутком торговельних підприємств у сучасних умовах.* URL: <https://conf-cv.at.ua/forum/39-184-1>

REFERENCES

- Krupska, L. P. et al. *Moia ekonomika* [My Economy]. Kyiv: A. P. N., 2005.
- Krush, P. V. et al. *Vnutrishnii ekonomichnyi mekhanizm pidpriemstva* [Internal Economic Mechanism of the Enterprise]. Kyiv: TsNL, 2008.
- Maniv, Z. O., and Luts'kyi, I. M. *Ekonomika pidpriemstva* [Enterprise Economy]. Kyiv: Znannia, 2006.
- Pasichnyk, V. H., and Akilina, O. V. *Orhanizatsiia vyrobnytstva* [Organization of Production]. Kyiv: TsNL, 2005.
- Savchuk, V. P. "Upravlinnia prybutkom torhovelnikh pidpriemstv u suchasnykh umovakh" [Profit Management of Trade Enterprises in Modern Conditions]. <https://conf-cv.at.ua/forum/39-184-1>.
- Semenov, A. H., and Sharko, A. I. "Analiz ta vdoskonalennia oplyaty pratsi" [Analysis and Improvement of Wages]. *Derzhava ta rehiony. Seriiia «Ekonomika ta pidpriemnytstvo»*, no. 6 (2010): 232-238.
- Sheremet, A. D., Sayfulin, R. S., and Negashev, Ye. V. *Metodika finansovogo analiza* [Financial Analysis Methodology]. Moscow: Infra-M, 2001.
- Shliiko, A. V. *Ekonomika pidpriemnytstva na rynku tovariv i posluh* [Economics of Entrepreneurship in the Market of Goods and Services]. Kyiv: TsNL, 2008.