

Савчук Д. Ю.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

РЕЗЕРВИ ЗБІЛЬШЕННЯ ПРИБУТКУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ЗА СУЧАСНИХ РИНКОВИХ УМОВ

По-перше, щоб розуміти, які можуть бути резерви збільшення прибутку суб'єктів господарювання, необхідно чітко для себе визначити, що таке «прибуток». Отже, прибуток – це різниця між отриманими доходами підприємства за реалізацію своєї продукції та собівартістю цієї ж самої продукції. Також можна сказати, що прибуток – це перевищення суми доходів від збуту продукції над сумою витрат, які пов'язані з господарською діяльністю.

Таким чином, можна стверджувати, що максимізація прибутку суб'єкта підприємницької діяльності прямо пропорційно залежить від доходів підприємства та його витрат.

Якщо розбирати резерви збільшення прибутку, хочеться згадати декілька з них:

- збільшення обсягу реалізації продукції;
- підвищення цін;
- зниження собівартості продукції.

Збільшення обсягу реалізації продукції є екстенсивним резервом, так як залежить від кількості виготовленої продукції. На жаль, у цьому випадку маємо певні обмеження, до них можна віднести:

- обмежені матеріальні ресурси;
- трудові ресурси;
- ресурс часу.

Основною особливістю економіки є максимально ефективне використання обмежених ресурсів, щоб у майбутньому отримати позитивний результат від господарської діяльності. На сьогоднішній день, на сучасних підприємствах все частіше і частіше замість людей використовують автоматизовану техніку, яка є

більш ефективною. Але, якщо розглянути реалії України, то все стабільно незмінно – трудовий ресурс є одним із основних на виробництві. Людина не повинна працювати більше годин ніж зазначено у законодавстві без збільшення суми зарплати (понаднормована оплата праці). Також не слід забувати, що людина – це живий організм, який потребує відпочинку та оновлення. При великому навантаженні та зменшенні годин відпочинку трудові ресурси втрачають свою ефективність. Якщо згадати про ресурс часу, то у добі не більше ніж 24 години. Як би товаровиробник не хотів максимально використовувати часовий резерв, за дану межу він вийти ніяк не зможе.

Підвищення цін – один із найпопулярніших способів збільшення прибутку як у нас в країні, так і за її межами. Для цього не потрібно змінювати кількість виготовленої продукції, або її склад. Дана зміна може вплинути тільки на одну річ – попит споживачів. Будь – яка така зміна має незворотні наслідки. Це стосується економіки також. Якщо товаровиробник збільшить ціну на свою продукцію, споживач може відреагувати на таку новину по-різному через його покупну спроможність. У першому випадку, він все ж буде купувати обрану продукцію, незважаючи на підвищення ціни, бо він знає, що ця продукція є більш якісною ніж у інших товаровиробників. У другому випадку, споживач буде змушений відмовитися від продукції даного товаровиробника, через неспроможність купити її. Тож споживач не матиме іншого виходу, як перейти на продукцію конкурента, ціна якої є більш оптимальною.

Досить непоганим варіантом збільшення прибутку суб'єкта господарювання є зниження собівартості продукції [1]. До резервів зменшення собівартості продукції слід віднести внутрішньовиробничі та зовнішні. До внутрішньовиробничих відносяться: більш раціональне використання основних фондів підприємства, ефективніше використання матеріальних ресурсів та поліпшення використання трудових ресурсів, тощо. До зовнішніх слід віднести: удосконалення системи матеріально – технічного постачання. Якщо розглядати даний резерв більш широко, то хочеться наголосити, що до кращого використання основних фондів відноситься доцільне та ефективне

використання обладнання підприємства, тобто. Більш ефективно використання матеріальних ресурсів призведе до зменшення кількості їх використання, що у результаті дасть зменшення собівартості виготовлення продукції.

Щодо поліпшення використання трудових ресурсів, не можна не згадати покращення умов праці та побуту, впровадження різних методів стимулювання персоналу, тощо [2].

Безперечно, кожне підприємство має резерви збільшення прибутку. Але у даному випадку постає питання як правильно ними скористатися, щоб отримати максимальний результат [3]. Більшість суб'єктів господарювання маючи на меті збільшити суму прибутку зовсім забувають про якість продукції, своїх працівників та постійних покупців. Будь – яка маніпуляція з якістю чи ціною своєї продукції мають свої наслідки. Саме тому товаровиробникам слід більш раціонально використовувати наявні ресурси, проводити періодичний аналіз господарської діяльності підприємства, розроблювати та впроваджувати довгострокові плани щодо максимізації прибутку, які можуть вплинути на роботу об'єкта підприємницької діяльності, а тим паче на його фінансовий результат.

Список використаних джерел:

1. Величко Л. А. Обґрунтування рішень щодо формування витрат підприємства / Л. А. Величко // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – № 3. – С. 13-17
2. Grynko T., Krupskiy O., Koshevyy M., Maximchuk O. Modern Concepts of Financial and Non-Financial Motivation of Service Industries Staff // Journal of Advanced Research in Law and Economics; Craiova Vol. 8, Iss. 4(26), (Summer 2017): 1100-1112.
3. Мала Н. Т. Економічний розвиток підприємства: планування та моделювання / Н. Т. Мала // Вісник НУ «Львівська Політехніка». – Л.: Вид-во Львівської політехніки. – 2012. – № 739. – С. 22-30.