

## **ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ПРИБУТКОВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА**

Автор – Баранова Анастасія, студ. гр. ЕПз-19мп

Науковий керівник – д. е. н., професор,

зав. каф. економіки та підприємництва Поповиченко І. В.

*ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»*

Прибуток підприємства та фактори, що впливають на його прибутковість, є предметом дослідження для багатьох науковців, однак, не зважаючи на це, дана тема залишається не достатньо вивченою на сучасному етапі розвитку економіки. В умовах нестабільності політико-економічної ситуації вивченню факторів впливу на прибутковість приділяють особливо важливе значення. Отже, дослідження факторів, що впливають на прибутковість підприємства, є актуальним, що становить необхідність розгляду цього питання.

Прибуток є основною економічною метою діяльності підприємства, джерелом фінансування його розвитку, вдосконалення його матеріально-технічної бази та продукції, забезпечення всіх форм інвестування, об'єктом оподаткування та джерелом сплати податків. Під прибутковістю слід розуміти стійке економічне явище, що проявляється як підтверджена здатність підприємства генерувати позитивний фінансовий результат від здійснення як основної так і всієї господарської діяльності. Тобто, прибутковість – це перевищення доходу над здійсненими витратами в розмірі, достатньому для ефективного подальшого функціонування [2].

На прибутковість підприємства впливають різноманітні фактори, які можна поділити на зовнішні та внутрішні. Зовнішні фактори впливу на прибуток підприємства – це фактори, що не залежать від діяльності підприємства. До них належить: природні та транспортні умови, кон'юнктура та інфраструктура ринку, рівень конкуренції на ринку, вартість виробничих ресурсів, державне регулювання цін в сучасних умовах на товари, які входять до споживчого кошика, нормативні документи галузі, в якій працює підприємство, система оподаткування, зміна нормативних документів щодо кредитування, політика держави по формуванню доходів тощо. Фактори зовнішнього середовища можуть створювати як можливості, так і загрози для підприємства. Наприклад, за останні роки такі фактори як інфляція, курс валют, політична ситуація, відсутність індексації доходів населення негативно вплинули на розвиток підприємництва.

Внутрішні фактори впливу на прибуток підприємства – це фактори, що залежать від діяльності підприємства. До них можна віднести: обсяг виробництва та реалізації продукції, ефективність використання ресурсів підприємства, ефективність цінової та асортиментної політики, якість та собівартість продукції тощо та, загалом, якість менеджменту на підприємстві. Залежно від рівня впливу внутрішні фактори поділяють на основні та неосновні. До групи основних факторів належать такі показники, як дохід від реалізації продукції, валовий прибуток, величина амортизаційних відрахувань, собівартість продукції та ціна її реалізації. Порушення, що є причиною різних типів штрафів чи санкцій, (наприклад, порушення трудової дисципліни, умов праці, якості продукції або ціни) становлять групу неосновних внутрішніх факторів.

Внутрішні фактори розділяють на невиробничі та виробничі. До невиробничих факторів належать соціальні умови праці та побуту, постачальницько-збутова та природоохоронна діяльність та інше. Виробничі фактори характеризуються наявністю й

використанням засобів та предметів праці, трудових і фінансових ресурсів. Останні, у свою чергу, поділяють на екстенсивні та інтенсивні.

Екстенсивні фактори впливають на процес управління прибутковістю через кількісні зміни, тобто обсяг коштів і предметів праці, фінансових ресурсів, часу роботи обладнання, чисельності персоналу, фонду робочого часу тощо [3].

Інтенсивні ж фактори впливають на процес управління прибутковістю через «якісні» зміни, тобто мова йде про покращення продуктивності обладнання і його якості, використання прогресивних видів матеріалів і вдосконалення технології їх обробки, прискорення оборотності оборотних коштів, підвищення кваліфікації і продуктивності праці персоналу, зниження трудомісткості і матеріаломісткості продукції, вдосконалення організації праці та більш ефективного використання фінансових ресурсів тощо [3].

Більш детально розглянемо фактори, що впливають на величину прибутку від реалізації продукції чи надання послуг за допомогою таблиці.

*Таблиця*

#### **Фактори впливу на величину прибутку від реалізації продукції чи надання послуг**

Фактор	Вплив на прибутковість підприємства
Зміна обсягу реалізації продукції	Збільшення обсягів продажу рентабельної продукції веде до збільшення суми прибутку, а нерентабельної – навпаки до її зменшення та отримання збитку.
Зміна асортименту продукції	При збільшенні частки рентабельної продукції в загальному обсязі реалізації, прибуток зростає, при зменшенні – спадає.
Зміна собівартості продукції	Зменшення собівартості є причиною збільшення прибутку, і навпаки, зростання собівартості – зменшення прибутку.
Зміна ціни реалізації	Збільшення ціни призведе до зростання величини прибутку, при зменшенні ціни зменшується і прибуток, але це залежить від еластичності попиту на продукцію чи послуги.
Чисельність та кваліфікація персоналу	Достатня кількість працівників для повноцінного обслуговування технологічного процесу та відповідна їх кваліфікація забезпечує збільшення величини прибутку.
Продуктивність праці	Зростання продуктивності праці, за умови стабільності інших факторів, сприяє збільшенню величини прибутку.
Стан матеріально-технічної бази підприємств	Продуктивність праці підвищується при використанні сучасних засобів праці, тобто зростає й прибуток.
Фондовіддача	Збільшення фондівіддачі збільшує випуск продукції на 1 грн. вкладених грошей, це також веде до зростання величини прибутку.

*Джерело: складено на основі [1, с. 300–303; 2; 3]*

#### **Список використаних джерел**

1. Бойчик І. М. Економіка підприємства : підруч. Київ : Кондор-Видавництво, 2016. 378 с.

2. Гречко А. В., Мельнікова О. М. Дослідження факторів впливу на прибутковість підприємства та пошук резервів збільшення прибутку. *Ефективна економіка*. 2017. № 11. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5862> (дата звернення: 07.04.2020).

3. Романова Т. В., Даровський Є. О. Чинники, що впливають на збільшення прибутку підприємств України в сучасних умовах. *Ефективна економіка*. 2015. № 4. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3976> (дата звернення: 07.04.2020).

## **ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ УКРАЇНИ НА ПРИКЛАДІ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ДЕРЖАВ**

Автор – Барбуль Є. С., студ. факультета міжнародної економіки  
Науковий керівник – канд. наук з держ. управл.,  
доц. каф. міжнародної економіки Кахович О. О.

*ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва і архітектури»*

Інтеграція до ЄС не є можливою без аналізу та приймання досвіду європейських країн. Щоб приєднатися до Євросоюзу, держава-заявник має задовольняти політичним і економічним умовам. Ідеї соціальної справедливості, рівності і відповідальності традиційно є вельми популярними в європейських країнах. Розвиток соціальної відповідальності – це значна репутаційна перевага бізнесу, дозволяє отримати вигідне позиціонування на ринку і створення відповідального бренду.

Україна не може залишатися осторонь світових тенденцій, враховуючи обраний курс євроінтеграції та з врахуванням майбутніх глобальних змін у сфері економічних та соціальних відносин.

Активне впровадження корпоративної соціальної відповідальності бізнес-організацій в Європі почалося з моменту офіційного закріплення її положень на Лісабонському європейському саміті в 2000 році і з моменту публікації "Зеленої книги з КСВ" Європейською комісією [1].

Згідно з текстом Зеленої книги, КСВ – це «відповідальність підприємств за свій вплив на суспільство» [1; с. 6] КСВ передбачає врахування екологічних і етичних норм, дотримання прав людини і споживача.

У документі запропоновано основні інструменти КСВ, які до цих пір актуальні і підтримуються Єврокомісією. До них відносяться: відповідальні практики щодо персоналу; відповідальні практики по відношенню до споживачів; розвиток місцевих спільнот; охорона навколишнього середовища; сумлінні ділові практики [2].

У країнах Європи, робота компаній в напрямку реалізації стратегій КСВ регламентована державою: на бізнес-організації покладено обов'язки з обов'язкового медичного страхування, забезпечення пенсіями, охорони навколишнього середовища. Всі ці положення закріплені в Міжнародній організації праці, Загальної Декларації прав людини, Організації економічного співробітництва і розвитку, рішеннях всесвітніх саміт і ін. [2].

Серед найбільш поширених сфер КСВ для всіх країн ЄС можна назвати проблеми зайнятості, освіти та охорону здоров'я [3; с.79]. Лідерами в реалізації європейської моделі КСВ як правило є компанії, що функціонують в галузях, орієнтованих насамперед на споживача – підприємства харчової та фармацевтичної промисловості, роздрібної торгівлі та ін.

Багато компаній вкладають кошти в розвиток інфраструктури, медичну і освітню сфери, чому сприяє реалізація реформ в Україні та децентралізація.

КСВ в Україні має кілька стадій розвитку. Зазвичай все починається з благодійності / спонсорства. Компанію просять надати матеріальну допомогу. Однак, благодійність не веде до сталого розвитку. Усвідомивши це, компанії переходять на новий рівень – короткострокового партнерства (наприклад, річні проекти). І лише