

УДК 330.338:658.8

М.В. СИМАШКО

ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Прибуток є узагальнюючим показником, який характеризує кінцевий фінансовий результат господарської діяльності, виступає основним джерелом подальшого розвитку підприємства. Під прибутком розуміють абсолютний показник, який розраховують як різницю між сукупним доходом і сукупними витратами підприємця. Для більш глибокого розуміння сутності прибутку, необхідно розглядати його через призму тих чи інших факторів, які впливають на його формування. Наведено класифікація факторів формування прибутку торговельного підприємства, яка дозволить максимізувати прибуток.

Ключові слова: прибуток, управління, торговельні підприємства, формування прибутку, фактори формування прибутку.

Прибыль является обобщающим показателем, который характеризует конечный финансовый результат хозяйственной деятельности, выступает основным источником дальнейшего развития предприятия. Под прибылью понимают абсолютный показатель, который рассчитывается как разница между совокупным доходом и совокупными затратами предпринимателя. Для более глубокого понимания сущности прибыли, необходимо рассматривать ее через призму тех или иных факторов, которые влияют на ее формирование. Приведена классификация факторов формирования прибыли торгового предприятия, которая позволит максимизировать прибыль.

Ключевые слова: прибыль, управление, торговые предприятия, формирования прибыли, факторы формирования прибыли.

Maximizing profit is the main purpose of any business. Profit is a generic indicator that characterizes the final financial result of production and economic activity of the enterprise, is the main source of further development of the enterprise. The study examines the main approaches to defining the concept of «profit». There are three main approaches used in the scientific literature: political, accounting, and regulatory, which complement each other. In the practical plane, profit is understood as an absolute figure, which is calculated as the difference between the total income and the total expenses of the entrepreneur. For a deeper understanding of the essence of profit, it is necessary to consider it through the prism of certain factors that influence its formation. The profit level of a trading company is influenced by a large number of different factors. The classification of factors affecting the level of profit is based on their division into external and internal. The classification of factors of formation of profit of the trading enterprise is given taking into account the specificity of the industry. For business executives, internal factors are of most interest because they can be directly influenced by the business. Research and purposeful management influence on internal factors of formation of profit, will allow executives to effectively manage profit of the trading enterprise.

Keywords: profit, management, trading enterprises, profit formation, factors of formation of profit.

Вступ. Сучасний етап розвитку економіки України характеризується високою швидкістю змін, нестабільністю та невизначеністю бізнес-середовища. Враховуючи ситуацію, що склалася, для забезпечення успішного функціонування і розвитку підприємства, необхідно прагнути до раціонального використання усіх наявних ресурсів, підвищення прибутковості діяльності, поліпшення якості продукції і послуг, задоволення соціальних потреб споживачів.

В умовах сьогодення підприємство повинне прагнути до одержання максимального прибутку, який є основним показником ефективності діяльності підприємства. Прибуток виступає основним джерелом формування фінансових ресурсів, сприяє розвитку підприємств торгівлі. Роль прибутку в розвитку підприємства і забезпеченні інтересів його власників і персоналу визначають необхідність ефективного і безупинного управління ним. Для ефективного управління прибутком торговельного підприємства є необхідним дослідження основних факторів, що впливають на формування прибутку підприємства.

Отже, фактори формування прибутку торговельного підприємства визначає потребу його наукового дослідження.

Велика роль у сфері обороту товарів промисловості України належить оптовій і роздрібній торгівлі. Підприємства торгівлі перетворюють

виробничий асортимент у торговий, виступають на ринку як посередники між виробниками і кінцевими споживачами.

Оптові підприємства сприяють гармонізації споживчого ринку харчових продуктів України та збільшенню обсягів їх реалізації, а також підвищують ефективність матеріально-сировинного забезпечення підприємств харчової промисловості.

Погіршення фінансових показників, зниження прибутку торговельних підприємств, падіння платоспроможного попиту населення через негативні тенденції у світовій та вітчизняній економіці вимагають від торговельних підприємств пошуку нових факторів і резервів формування прибутку.

Мета статті. Метою статті є дослідження основних факторів, що впливають на прибуток підприємств та класифікація факторів, які впливають на формування прибутку торговельних підприємств України в сучасних умовах.

Постановка проблеми. Головна мета кожного суб'єкта господарювання це одержання максимального прибутку. Прибуток характеризує ефективність виробництва, обсяг і якість виробленої продукції, стан продуктивності праці, є основним джерелом розвитку підприємства.

Ключова роль прибутку у функціонуванні і

© М.В. Симашко, 2019

розвитку підприємства визначає необхідність дослідження факторів які впливають на формування прибутку підприємства з метою знаходження нових резервів його підвищення і підвищення ефективності управління прибутком.

Викладення основного матеріалу. Прибуток – найпростіша і одночасно найбільш складна категорія ринкової економіки. Він є основною і головною рушійною силою економіки ринкового типу, основним мотивом діяльності підприємств в цій економіці [1, с. 37].

Прибуток як вартісний показник вимірюється в грошовій формі, оскільки практика узагальненого вартісного обліку основних показників господарської діяльності підприємства – вкладеного капіталу, отриманого доходу, понесених затрат тощо регулюється діючим порядком податкових актів [2].

Аналізуючи визначення прибутку необхідно відмітити, що трактування цієї категорії залежить від підходу, який використовується. У науковій літературі використовують наступні основні підходи: політекономічний, бухгалтерський і нормативно-правовий [3, с. 89].

Науковці Алексеєнко Л.М., Олексієнко В.М., які дотримуються політекономічного підходу, визначають прибуток як : «Виразений у грошовій формі чистий дохід підприємства на викладений капітал, який характеризує його винагороду за ризик здійснення підприємницької діяльності і представляє собою різницю між сукупним доходом і сукупними затратами у процесі виконання цієї діяльності.» [4].

Представник бухгалтерського підходу Біла О.Г. визначає прибуток як : «Позитивний фінансовий результат господарської діяльності підприємства, характеризує ефективність виробництва і зрештою свідчить про рівень і якість виробленої продукції, рівень собівартості» [5, с. 41].

Згідно з нормативно-правовим підходом, Податковий кодекс України, ст. 134.1.1 [6] визначає прибуток як: «Це сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати».

Аналіз категорії «прибуток» дає змогу зробити висновок про те, що поняття «прибутку» кожним

вченим тлумачиться по-різному, але існують наступні спільні риси:

- найчастіше прибуток визначають як різницю між доходом і витратами;
- прибуток виступає одним із найважливіших показників фінансових результатів господарської діяльності підприємства.

Узагальнюючи різні підходи до визначення категорії «прибуток», можна констатувати, що прибуток – це важливий узагальнюючий показник оцінки ефективності функціонування кожного суб'єкта господарювання, оскільки в прибутку акумулюються резерви всіх сторін діяльності підприємства: виробництво і реалізація, якість і асортимент, ефективність використання виробничих ресурсів, собівартість продукції.

Проаналізувавши різні підходи до визначення категорії «прибуток», можна зробити висновок, що існуючі підходи взаємодоповнюють один одного. Прибуток – це фінансовий результат підприємства, абсолютний показник, який здійснює виробничу, комерційну, науково-дослідну та іншу діяльність та характеризує ступінь успіху проведення цієї діяльності. Прибуток синтезує в собі всі найважливіші сторони роботи підприємства.

У практичній площині під прибутком розуміють абсолютний показник, який розраховують як різницю між сукупним доходом і сукупними витратами підприємця.

Уміння здійснювати ефективне управління формуванням прибутку підприємства, враховуючи перспективи його розвитку, залежить від визначення впливу тих чи інших факторів, як на діяльність підприємства загалом, так і на його прибуток зокрема.

В економічній літературі [7, 8] на рівень прибутку впливають дві великі групи факторів: зовнішні (фактори, що не залежать від діяльності підприємства) й внутрішні (фактори, що знаходяться у компетенції підприємств). Розглянемо фактори, які впливають на рівень прибутку підприємства більш детально у таблиці 1 [9].

Таблиця 1 Фактори, що впливають на рівень прибутку [9]

Фактори	Класифікація		Опис
1	2		3
Внутрішні фактори	Виробничі	Екстенсивні	Впливають на процес одержання прибутку через кількісні зміни: обсягу засобів і предметів праці, фінансових ресурсів, часу роботи обладнання, чисельності персоналу, фонду робочого часу тощо
		Інтенсивні	Впливають на процес отримання прибутку через «якісні» зміни: підвищення продуктивності обладнання і його якості, застосування прогресивних видів матеріалів і удосконалення технології їх обробки, прискорення обертання оборотних засобів, підвищення кваліфікації і продуктивності праці персоналу, зниження матеріалоємності продукції, удосконалення організації праці і більш ефективне використання фінансових ресурсів
	Позавиробничі		Належать постачальницько-збутова і природоохоронна діяльність, соціальні умови праці і побуту тощо

Закінчення таблиці 1

1	2	3
	Основні	Валовий дохід і дохід від продажу продукції (обсяг продажів), собівартість продукції, структура продукції й витрат, величина амортизаційних відрахувань, ціна продукції
	Неосновні	Фактори, пов'язані з порушенням господарської дисципліни, такі як цінові порушення, порушення умов праці й вимог до якості продукції, інші порушення, що ведуть до штрафів і економічним санкціям
Зовнішні фактори		Природні умови, державне регулювання цін, тарифів, відсотків, податкових ставок і пільг, штрафних санкцій та інше. Ці фактори не залежать від діяльності підприємств, але можуть спричиняти значний вплив на величину прибутку

Одними з найбільш впливових факторів на рівень прибутку є зростання обсягу виробництва й реалізації продукції, впровадження науково-технічних розробок, підвищення продуктивності праці, поліпшення якості продукції і послуг.

Важливим фактором, який впливає на величину прибутку, є рівень цін. В остаточному підсумку обсяг валового доходу підприємства, а отже, прибутку, залежить від застосовуваних цін. Проблема ціноутворення займає центральне місце в ринковій системі країни. Ціна може розглядатися як внутрішній, так і зовнішній фактор. З одного боку, ціну на продукцію і послуги встановлює підприємство, виходячи з рівня витрат, співвідношення ринкового попиту і пропозиції. За допомогою високих цін підприємства відшкодовують будь-які по величині виробничі витрати, що аж ніяк не сприяє підвищенню якості продукції і послуг. З іншого боку, держава може регулювати ціни, на окремі види продукції, і тоді ціна виступає зовнішнім фактором. Ще один фактор, що впливає на величину прибутку – це амортизація основних фондів і нематеріальних активів. Сума амортизаційних відрахувань визначається на підставі балансової вартості основних фондів і діючих норм амортизації й амортизації нематеріальних активів, виходячи зі строку корисного використання таких нематеріальних активів, але не більш 10 років безперервної експлуатації. При цьому враховується прискорена амортизація активної частини основних виробничих фондів, що виражається у встановлених законодавством більш високих нормах амортизації на відповідні види основних фондів.

В економічній літературі зустрічається думка, що на формування прибутку підприємства впливають специфічні фактори, які залежать від сфери діяльності підприємства.

В економіці України значна роль відведена

торгівлі. У 2018 році загальна кількість суб'єктів господарювання в Україні склала 12933,6 тис. одиниць, з них підприємства оптової та роздрібною торгівлі складають 3492 тис. одиниць, що дорівнює 27% [10]. Формування прибутку торговельних підприємств залежить від великої кількості факторів, врахування яких дозволяє цілеспрямовано управляти діяльністю підприємства з метою отримання прибутку. Класифікація факторів, які впливають на формування прибутку торговельного підприємства, наведено у таблиці 2.

Як бачимо, прибуток торговельного підприємства формується під впливом цілої системи різноспрямованих факторів, які необхідно враховувати в процесі управління підприємством.

Основою для класифікації факторів, які впливають на прибуток торговельного підприємства є їх поділ на зовнішні та внутрішні. Розглянемо найбільш важливі фактори, що впливають на рівень прибутку торговельних підприємств, які необхідно враховувати в процесі прийняття управлінських рішень.

До внутрішніх виробничих екстенсивних факторів, що впливають на прибуток торговельного підприємства відносять: розміри підприємства по обсягу товарообігу, розміри і наявність сучасного обладнання складських приміщень та торговельних залів, стан матеріально-технічної бази підприємства, кількість персоналу підприємства.

Серед внутрішніх виробничих інтенсивних факторів, які впливають на прибуток торговельного підприємства можна виділити якісний склад управлінського персоналу торговельного підприємства, ефективність розробки та реалізації загальної стратегії розвитку підприємства, цінової і маркетингової політики, організації торгово-технологічних процесів на підприємстві.

Таблиця 2 Класифікація факторів, які впливають на рівень прибутку торговельного підприємства

Фактори	Класифікація		Опис
1	2		3
Внутрішні фактори	Виробничі	Екстенсивні	розміри підприємства по обсягу товарообігу;
			розміри і наявність сучасного обладнання складських приміщень та торговельних залів;
			стан матеріально-технічної бази підприємства;

Закінчення таблиця 2

1	2	3
	Інтенсивні	кількість персоналу.
		якісний склад управлінського персоналу торговельного підприємства;
		ефективність розробки та реалізації загальної стратегії розвитку підприємства, цінової і маркетингової політик;
		організації торгово-технологічних процесів на підприємстві;
		товарно-групова та асортиментна структура товарообігу;
	Позавиробничі	ефективність закупівельної політики.
		політика в області цінових знижок, які надаються покупцям;
		забезпеченість власними транспортними засобами;
		своєчасність розробки та ефективність реалізації засобів по зниженню втрат від інфляції;
	Основні	дотримання договірної дисципліни самим підприємством та стягнення штрафів з контрагентів при порушенні договірних зобов'язань.
		організація і регулярність постачання товарів, організація складського господарства та форми обслуговування покупців й ін.
		рівень розвитку торговельної мережі підприємства;
	Неосновні	спеціалізація торговельного підприємства (товарний профіль).
		віддаленість постачальників підприємства;
	Неосновні	розвиненість ринку страхових послуг;
		своєчасність укладання страхових угод торговельним підприємством по відшкодуванню втрат від стихійних лих, пожеж, техногенних аварій;
		можливості забезпечення товарними, трудовими й іншими ресурсами, їх якісний склад;
		рівень цін та тарифів на послуги рекламних агентств;
		надання додаткових послуг покупцям.
Зовнішні фактори		державна цінова політика;
		участь держави у формуванні і розподілі доходів населення;
		державна політика в області оплати праці та амортизації основних засобів;
		платоспроможний попит населення;
		особливості національної культури споживання товарів та послуг;
		співвідношення цін на продовольчі і непродовольчі товари, платні послуги населення;
		державна податкова політика, рівень митних зборів;
		кон'юнктура споживчого ринку і рівень конкуренції на ньому;
		політична ситуація в країні і в світі;
		розвиток інфраструктури, для використання всіх наявних можливостей з метою створення нових конкурентних переваг торговельного підприємств;
		рівень розвитку фінансового ринку;
		сезонність попиту на товари і послуги підприємства;
		рівень тарифів і ставок на транспортні й інші послуги, пов'язані з рухом товарної маси;
		кон'юнктура вторинних товарних ринків.

товарно-групова та асортиментна структура товарообігу підприємства, ефективність закупівельної політики

До позавиробничих внутрішніх факторів варто віднести політику в області цінових знижок, які надаються покупцям, забезпеченість підприємства власними транспортними засобами, своєчасність розробки та ефективність реалізації засобів по зниженню втрат від інфляції, дотримання договірної дисципліни самим підприємством та стягнення штрафів з контрагентів при порушенні договірних зобов'язань.

До основних внутрішніх факторів віднесено організацію і регулярність постачання товарів,

організацію складського господарства та форми обслуговування покупців, рівень розвитку і розміри торговельної мережі підприємства, спеціалізація торговельного підприємства, тобто його товарний профіль.

До складу внутрішніх неосновних факторів включають віддаленість основних постачальників підприємства, розвиненість ринку страхових послуг країни, де працює підприємство, своєчасність укладання страхових угод торговельним підприємством по відшкодуванню втрат від стихійних лих, пожеж, техногенних аварій, можливості забезпечення торговельного підприємства ресурсами (товарними, трудовими й іншими), їх якісний склад,

рівень цін та тарифів на послуги рекламних агентств, надання додаткових послуг покупцям, які пов'язані з реалізацією товарів.

До числа зовнішніх факторів, що визначають розмір прибутку торговельного підприємства відносять: державну цінову політику, участь держави у формуванні і розподілі доходів населення, державну політику в області оплати праці та амортизації основних засобів, рівень платоспроможного попиту населення, особливості національної культури споживання товарів та послуг, державна податкова політика, встановлені державою рівень митних зборів, кон'юнктура споживчого ринку і рівень конкуренції на ньому, політична ситуація, яка склалась в країні і в світі, геополітичне становище країни, де розташоване торговельне підприємство, розвиток інфраструктури, для використання всіх наявних можливостей з метою створення нових конкурентних переваг торговельного підприємства, рівень розвитку фінансового ринку в країні, сезонність попиту на товари і послуги торговельного підприємства; рівень тарифів і ставок на транспортні й інші послуги, пов'язані з рухом товарної маси, кон'юнктура вторинних товарних ринків.

Запропонована класифікація факторів, які впливають на прибуток торговельного підприємства, дозволяє виявляти тільки фактори, які обов'язково необхідно враховувати у процесі управління прибутком торговельного підприємства.

Також ця класифікація дає можливість оцінити окремо вплив кожного з факторів, які впливають на формування прибутку.

Висновки. Дослідження теоретичних та практичних аспектів визначення прибутку, дає

можливість зробити висновок, що трактування цієї категорії залежить від підходу, який використовується. У науковій літературі використовують три основні підходи: політекономічний, бухгалтерський і нормативно-правовий. Існуючі підходи взаємодоповнюють один одного.

Прибуток – це фінансовий результат підприємства, абсолютний показник, який здійснює виробничу, комерційну, науково-дослідну та іншу діяльність та характеризує ступінь успіху проведення цієї діяльності.

У практичній площині під прибутком розуміють абсолютний показник, який розраховують як різницю між сукупним доходом і сукупними витратами підприємця.

Для більш глибокого розуміння сутності прибутку, необхідно розглядати його через призму тих чи інших факторів, які впливають на формування прибутку, та на діяльність підприємства загалом.

На рівень прибутку торговельного підприємства впливає велика кількість різноспрямованих факторів. Основу класифікації факторів, які впливають на рівень прибутку складає їх поділ на зовнішні та внутрішні. Для керівників торговельного підприємства найбільший інтерес представляють внутрішні фактори, тому що на них підприємство може впливати безпосередньо.

Дослідження і цілеспрямований управлінський вплив на внутрішні фактори формування прибутку, дозволить керівникам ефективно управляти прибутком торговельного підприємства.

Список літератури:

- 1 Пігуль Н. Г. Управління прибутком підприємства / Н. Г. Пігуль. – К.: КНЕУ, 2012. – 198 с.
- 2 Тульчинська С. О. Визначення доцільності фінансового оздоровлення підприємства на підставі оцінки фінансового потенціалу / С. О. Тульчинська, М. В. Нікітіна // Ефективна економіка № 4. – 2014. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>
- 3 Кузь В.І. Трактуювання сутності прибутку підприємства: диференціація підходів / В.Ш. Кузь // Вісник ЖДТУ №4 (42). – 2007 – с.88-98
- 4 Алексеєнко Л.М. Економічний тлумачний словник: власність, приватизація, ринок цінних паперів / Л.М. Алексеєнко, В.М. Олексієнко. – Тернопіль: Астон, 2003. – 672 с.
- 5 Біла О.Г. Фінанси підприємств: Монографія / О.Г. Біла. – Львів: Магнолія, 2009. – 383 с.
- 6 Податковий кодекс України – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/2755-17>
- 7 Манів З.О. Економіка підприємства: [Монографія.] / З.О. Манів, І.М. Луцький. – К.: Знання, 2014. – 580 с.
- 8 Шлійко А.В. Економіка підприємництва на ринку товарів і послуг: [Монографія.] / А.В. Шлійко. – К.: ЦНЛ, 2008. – 376 с.
- 9 Сябер Е.А. Фактори формування прибутку підприємства/ Е.А. Сябер// Науковий журнал «Молодий вчений». - №6 (58). – 2018 рік – С. 431-435
- 10 Статистика Міністерства економічного розвитку і торгівлі України: Основні показники економічного та соціального розвитку України, 2017. Електронний ресурс. Код доступу: <http://www.me.gov.ua>

References:

- 1 Pigul' N. G. Upravlinnya pributkom pidpriemstva / N. G. Pigul'. – K.: KNEU, 2012. – 198 S.
- 2 Tul'chins'ka S. O. Vznachennya docil'nosti finansovogo ozdorovlennya pidpriemstva na pidstavi ocinki finansovogo potencialu / S. O. Tul'chins'ka, M. V. Nikitina // Efektivna ekonomika № 4. – 2014. – [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupU: <http://www.economy.nayka.com.ua>
- 3 Kuz' V.I. Traktuvannya sutnosti pributku pidpriemstva: diferenciaciya pidkhodiv / V.SH. Kuz' // Visnik ZHDTU №4 (42). – 2007 – p.88-98
- 4 Alekseenko L.M. Ekonomichnij tлумachnij slovník: vlasnist', privatizaciYA, rinok cinnikh paperiv / L.M. Alekseenko, V.M. Oleksienko. – Ternopil': AstoNA, 2003. – 672 P.
- 5 Bila O.G. Finansii pidpriemstv : Monografiya / O.G. Bila. – L'viv: MagnoliYA, 2009. – 383 S.
- 6 Podatkovij kodeks Ukraїni – [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupU: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/2755-17>
- 7 Maniv Z.O. Ekonomika pidpriemstva : [MonografiYA.] / Z.O. Maniv, I.M. Luc'kiI. – K.: ZnannYA, 2014. – 580 S.
- 8 Shlijko A.V. Ekonomika pidpriemnictva na rinku tovariv i poslug : [MonografiYA.] / A.V. Shlijko. – K.: CNL, 2008. – 376 P.
- 9 Syaber E.A. Faktori formuvannya pributku pidpriemstva/ E.A. Syaber// Naukovij zhurnal «Molodij vchenij». - №6 (58). – 2018 rik – P. 431-435
- 10 Statistika Ministerstva ekonomichnogo rozvitku i torgivli Ukraїni: Osnovni pokazniki ekonomichnogo ta social'nogo rozvitku Ukraїni, 2017. Elektronnij resurs. Kod dostupU: <http://www.me.gov.ua>

Надійшла(received) 12.12.2019

Бібліографічні описи / Библиографические описания / Bibliographic descriptions

Фактори формування прибутку торговельного підприємства / М.В. Симашко // Електронна збірка наукових праць «Е-КОНОМІКА». – Х. : НТУ «ХПІ». – 2019. - №1(3). – С. 77-82

Факторы формирования прибыли торгового предприятия / М.В. Семашко // Электронный сборник научных работ «Е-КОНОМІКА». – Х. : НТУ «ХПІ». – 2019. - №1(3). – С. 77-82

Factors of formation of profit of the trading enterprise / MV. Semashko // Electronic collection of scientific papers «E-CONOMICS». – Kharkiv. : NTU «KhPI». – 2019. - №1(3). – P. 77-82

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Author

Сімашко Маріна Валеріївна – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», магістрант; м. Харків, Україна; e-mail: marina97simashko@gmail.com

Симашко Марина Валерьевна – Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт», магистрант; г. Харьков, Украина; e-mail: marina97simashko@gmail.com

Simashko Marina Valerevna – National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute», Master's degree; Kharkiv, Ukraine; e-mail: marina97simashko@gmail.com

Посилання на статтю / Reference to the journal article:

ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА [Електронний ресурс] / М.В. СІМАШКО // «Е-КОНОМІКА». Електронна збірка наукових праць. – 2019. – № 1 (3). – С. 77-82. – Режим доступу до журн.: <http://e-economics.hpi.kh.ua/index.php/e-economics/article/view/78/62>