

Пропонована діяльність регіональних органів управління дозволить радикально поліпшити інвестиційний клімат, активізувати інвестиційну діяльність у регіоні, підвищивши її ефективність і збільшити інвестиції в ресторанний бізнес, що дозволить заповнити вільні сегментні ніші, збільшити виробничі потужності, поліпшити якість обслуговування.

Таким чином, стратегічними напрямками розвитку ринку ресторанних послуг є: залучення інвестицій грошових та інтелектуальних, взаємовигідна взаємодія зі суміжними галузями, впровадження інновацій.

Література.

1. Керанчук Т. Л. Сучасний стан та проблеми розвитку підприємств готельного та ресторанного бізнесу / Т. Л. Керанчук // Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. – 2013. – № 4(20). – С. 34–42.

2. Борисова О. В. Тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні / О. В. Борисова // Економічні стратегії і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2012. – С. 331–338.

3. Варипаєв О. М. Стратегії сервісу в готельному та ресторанному сервісі / О. М. Варипаєв, Л. М. Варипаєва // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2012. – Вип. 2. – 295–302.

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Підгайний М. Ю., студент

*Науковий керівник: Сидорченко Т. Ф., к.е.н., доцент
Бердянський державний педагогічний університет*

Головним джерелом фінансування підприємства є прибуток. В умовах трансформаційної економіки прибуток підприємства залежить від багатьох чинників, основними серед яких є: галузеві особливості та спеціалізація виробництва, форма власності та організація ведення бізнесу, стратегічні цілі та політика.

Зниження економічної стабільності в світі та в Україні пояснює зростання уваги до дослідження впливу на формування прибутку неекономічних факторів: соціальних, політичних, географічних тощо.

Криза висвітлила важливе значення політичних і соціальних факторів у системі впровадження заходів антикризової політики та політики економічного зростання.

Дослідження даної проблеми проводили ще представники класичної школи, зокрема: Дж. Ст. Міль, Д. Рікардо, А. Сміт. Увага проблемам формування та використання прибутку підприємств приділялася в економічних працях О.І. Вужинської, А.П. Ковальова, І.В. Зятковського, С.Ф. Покропивного та інші [1, с. 12].

Метою дослідження є розгляд основних проблем формування прибутку та виявлення шляхів його підвищення в сучасних умовах суспільно-політичної нестабільності в Україні.

Нестабільна політична та економічна ситуація в Україні, зумовлена багатьма несприятливими чинниками, негативно впливає на економіку держави та роботу підприємств зокрема. Проте, навіть в таких умовах підприємства намагаються забезпечити прибутковість власної діяльності або, принаймні, стабілізувати прибуток на певному рівні.

Прибутковість підприємства є складною та багатогранною економічною категорією, що одночасно характеризує як одержані результати діяльності підприємства, так і можливості отримувати прибуток як головне джерело розширеного відтворення в майбутньому [2, с. 35].

Формування прибутку залежить від багатьох чинників, кожний з яких позитивно або негативно впливає на величину прибутку підприємства. Всі фактори, від яких залежить прибутковість можна поділити на зовнішні (фактори, які не залежать від діяльності суб'єктів господарювання) та внутрішні (фактори, які залежать від діяльності підприємства).

Серед зовнішніх факторів можна виокремити три групи: загальноекономічні фактори (побудова на основі власності виробничих відносин, формування організаційно-правових структур ринкового типу, створення інфраструктури ринку), ринкові фактори (суттєве коливання попиту і пропозиції, рівень реальних доходів населення, нестабільність фінансового ринку) та інші фактори (політична нестабільність, негативні демографічні тенденції та ін.) [1, с. 57].

Серед внутрішніх факторів також можна виокремити три групи: виробничі фактори (використання матеріально-технічної бази виробництва, використання трудового потенціалу), інвестиційні фактори (впровадження у виробництво нових засобів праці, витрати інвестиційних ресурсів), фінансові фактори (формування фінансової

стратегії, планування діяльності, структура джерел фінансування) [1, с. 58-59].

Оцінку прибутковості функціонування підприємства визначають за показником рентабельності. Зростання показників рентабельності залежить від збільшення прибутку та зменшення витрат підприємства. Однак, в умовах соціальної та політичної нестабільності спостерігається порушення пропорційної залежності між показниками рентабельності виробництва [2, с. 125].

Одним з головних важелів впливу на об'єми продажу та собівартості продукції, а отже в цілому й на прибуток, є ціна. За рахунок збільшення реалізаційної ціни зростає сума прибутку від продажів [2, с. 146]. В умовах погіршення економічного стану більшої частини споживачів зростання цін на товари та послуги слід детально аналізувати та впроваджувати залежно від їх якості, попиту, платоспроможності споживачів.

Посилення кризових тенденцій у вітчизняній економіці висвітлює ряд проблем, викликаних нестабільністю соціально-політичних процесів: тіньовий характер роздержавлення і приватизації, монополізацію виробництва та повільне формування середнього та малого бізнесу, високу орієнтацію вітчизняного виробництва на імпорт і, як наслідок, залежність від коливання курсів світових валютних ринків.

Економічний спад призвів до банкрутства багатьох компаній. Прибутковість переважної більшості підприємств підтримується штучно: зниження собівартості продукції досягається не шляхом удосконалення системи фінансово-господарської діяльності, а за рахунок низької заробітної плати, використання дешевої та неякісної сировини, порушення технологічно-виробничого процесу, завищення цін.

Підвищення прибутковості підприємства може досягатися шляхом впровадження двох основних методів.

Перший метод – це досягнення лідерського (монопольного) положення на ринку конкурентної продукції, шляхом забезпечення її унікальності та постійної новації. У цьому випадку необхідно враховувати такі протидіючі сили, як антимонопольну політику держави, зростаючу конкуренцію з боку інших підприємств, попит та купівельну спроможність споживчого середовища [3, с. 284].

Ефективність використання другого методу залежить від знання кон'юктури ринку та вміння постійно адаптувати під неї розвиток виробництва. Величина прибутку в даному випадку залежить від: правильного вибору виробничої спрямованості підприємства щодо

випуску продукції (вибір продуктів, які користуються стабільним та високим попитом); створення конкурентоспроможних умов продажу своїх товарів та надання послуг (ціна, строки поставок, обслуговування покупців, після продажне обслуговування тощо); об'ємів виробництва (чим більше об'єм продажів, тим більша маса прибутку); асортименту продукції та зниження витрат виробництва [3, с. 285].

Для ефективного управління прибутком підприємства та збільшення його величини необхідно:

1. Розробити таку стратегію управління прибутком, яка б відповідала довгостроковим цілям розвитку підприємства та дозволяла досягти найкращих результатів за допомогою наявних ресурсів.

2. Враховувати доходи від усіх видів діяльності підприємства, кожний з яких матиме досить вагомий вплив на величину прибутку.

3. Планувати витрати таким чином, щоб їх сума в жодному разі не перевищувала доходи в даному періоді. Це дозволить забезпечити хоча б безбитковість виробництва та врятувати в подальшому підприємство від банкрутства.

4. При використанні прибутку орієнтуватися, в першу чергу, на потреби самого підприємства у формуванні джерел власного фінансування, що в подальшому призведе до максимізації та стабілізації прибутку та розвитку суб'єкта господарювання [2, с. 315].

У ході проведеного аналізу встановили, що в умовах соціально-політичної нестабільності дія негативних факторів різко посилюється, що потребує від підприємства впровадження методів, спрямованих на удосконалення системи управління виробництвом в умовах нестабільного зовнішнього середовища.

Література.

1. Аранчій В.І. Фінанси підприємств. Навч. посіб. / В.І. Аранчій – К.: ВД «Професіонал», 2004. – 304 с.

2. Бланк І.А. Управління прибутком / І.А. Бланк. – К.: «Ніка – Центр», 1998. – 544 с.

3. Ногіна С., Свіридова М. Шляхи вдосконалення формування та розподілу прибутку / С. Ногіна, М. Свіридова // Економічний аналіз. – 2011. – № 2. – Вип. 8. – С. 283–286.