

9. URL: <https://www.chip.pl/2016/03/3-419-miliarda-osob-korzysta-juz-z-internetu/>
Dostęp z dnia 28.12.2018 r.
10. Lis R. Problem nadmiernego zaangażowania studentów w aktywności internetowej. *Postęp Nauk Tech* 2010, 4: 12-22.
11. Bartlett P., History of the net, *Internet today*, January 1997 18-20.
12. A. Błachnio *Psychologia Społeczna* 2007 tom 2 3–4 (5) 225-233.
13. Jakubik A. Zespół uzależnienia od Internetu. *Studia Psychologica UKSW* 2002, 3: 133-142.
14. Kowalski R. Uzależnienia od Internetu — prawda, poszlaka czy fikcja? *Wychowanie Na Co Dzień* 2005, 9: 4-8. *Piśmiennictwo / References*.
15. Strelau J. Osobowość jako zespół cech. [w:] *Psychologia. Podręcznik akademicki (tom II)* Strelau J (red). GWP, Gdańsk 2004: 525-560.

М.В. Симашко,

студентка Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу
Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

науковий керівник: ***О.Ю. Лінькова,***

кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту та оподаткування
Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу
Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

РЕЗЕРВИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ринкових відносин основним показником ефективності діяльності підприємства є прибуток. Тільки прибуток може бути основою для створення стійких, довгострокових конкурентних переваг, збільшення долі ринку, впровадження інновацій і задоволення потреб підприємства. Саме прибуток є головною метою діяльності підприємства будь-якої виробничої галузі, а також є основною рушійною силою розвитку ринкової економіки, тому пошук резервів його збільшення є актуальним питанням.

Питання пошуку резервів прибутку досліджують вітчизняні та іноземні автори: Д. Дейлі аналізує ціноутворення як основу конкурентної переваги підприємства [1, с. 157]. Гончаров В.М., Солоха Д.В., Гладка С.Л., Висоцький О.П. концентрують увагу на стратегічних засадах ціноутворення за умов ризику та невизначеності в системі інноваційного розвитку економічної системи України [2, с. 64]. Долан Р. Дж., Саймон Г. систематизують процес ціноутворення [3, с. 281]. Але питання використання резервів прибутку підприємства залишаються не розкритими.

Мета роботи — проаналізувати основні резерви підвищення прибутку підприємства.

Прибуток — це різниця між виручкою підприємства від реалізації товару та витратами на його виробництво. Податковий кодекс України визначає прибуток як суму валових доходів, тобто доходів від усіх видів діяльності, яка зменшена на суму валових витрат підприємства і на вартість зносу (амортизації) основних і нематеріальних активів [4]. Одним з найбільш важливих завдань сьогодення є знаходження резервів підвищення прибутку підприємства. Резерви підвищення

прибутку — це запаси, ресурси, кошти, що зберігаються і при потребі можуть використовуватися для певної мети [5]. Резерви підвищення прибутку виявляються на стадіях планування, виробництва та реалізації товару.

До основних резервів підвищення прибутку відносять:

- підвищення якості товару;
- зниження витрат на виробництво та реалізацію товару;
- постійне оновлення асортименту товарів;
- підвищення конкурентоспроможності товару;
- вивчення та прогнозування споживчого попиту;
- пошук нових ринків збуту;
- здійснення ефективної маркетингової політики підприємства;
- оптимізація податкової політики підприємства;
- модернізації обладнання та устаткування;
- запровадження досягнень науково-технічного прогресу;
- використання нетрадиційних форм та каналів збуту товарів.

Отже, основними резервами підвищення абсолютної величини прибутку можна назвати збільшення обсягу реалізації товару, зниження його собівартості, підвищення якості товару, реалізації його на більш вигідних умовах, систематичне вивчення потреб і вподобань споживачів, оптимізація усіх видів витрат на підприємстві.

За часів інтеграції економіки України з Європейською результатом використання резервів підвищення прибутку є реалізація оптимальної комерційної стратегії для кожного вітчизняного підприємства. Вітчизняні підприємства для максимізації прибутку мають використовувати ціннісний підхід до ціноутворення, який виходить з можливостей задовольнити потреби споживача. Систематичне використання всього комплексу резервів може забезпечити підвищення прибутку на підприємстві.

Література

1. Дейли Д. Эффективное ценообразование — основа конкурентного преимущества : пер. с англ. — М. : Вильямс, 2004. — 304 с.
2. Гончаров В.М., Солоха Д.В., Гладка С.Л., Висоцький О.П. Стратегічні засади ціноутворення за умов ризику та невизначеності в системі інноваційного розвитку економічної системи України : монографія. — Луганськ : СНУ ім. В. Даля, 2007. — 208 с.
3. Долан Р.Дж., Саймон Г. Эффективное ценообразование. — М : Экзамен, 2005. — 416 с.
4. Податковий кодекс України. URL: <http://sfs.gov.ua/nk/>
5. Бугай В.З., Суржок Р.П. Напрямки антикризового управління фінансами промислового підприємства //Регіональна бізнес-економіка та управління — 2013. № 1 (37), — С. 52–56.