

**Міністерство освіти і науки України**  
**Тернопільський національний економічний університет**  
**Навчально-науковий інститут міжнародних економічних відносин**  
**ім. Б.Д. Гаврилишина**  
**Кафедра економічної теорії**

**Міждисциплінарна курсова робота**

з

економічної теорії

на тему:

**“Аналіз прибутку фірми та основних факторів, що його  
визначають”**

Студентки 2 курсу групи МЕНМФ-21

Швайко Наталії Анатоліївни

Науковий керівник:

доктор сільськогосподарських наук,

професор Гайда Ю.І.

Національна шкала

Кількість балів

Оцінка ECTS

**Тернопіль 2017**

## План

Вступ

1. Прибуток підприємства: системно-теоретичний підхід
2. Аналіз прибутку фірми на прикладі компанії “Apple”
3. Шляхи та резерви підвищення прибутковості діяльності підприємства

Висновок

Список використаної літератури

## Зміст

Вступ.....	4
1. Прибуток підприємства: системно-теоретичний підхід .....	6
2. Аналіз прибутку фірми на прикладі компанії “Apple” .....	10
3. Шляхи та резерви підвищення прибутковості діяльності підприємства.....	17
Висновки.....	20
Список використаної літератури .....	22

## Вступ

**Актуальність теми дослідження:** Прибуток відіграє важливу роль як для домогосподарств так і для великих підприємств. Він є однією з головних категорій товарного виробництва.

Прибуток - це частина додаткової вартості, створеної і реалізованої, готової до розподілу. Підприємство одержує прибуток після того, як втілена у створеному продукті вартість буде реалізована і набере грошової форми.

Прибуток є однією з найскладніших економічних категорій. Оскільки для формування прибутку, його аналізу, подальшого використання потрібна фінансова грамотність, для того щоб ефективно його в подальшому розподілити. Маючи знання, можна вирішувати різноманітні проблеми пов'язані з прибутками, максимізацією прибутку і мінімізацією витрат, ефективним розподілом залишку в фондах, рентабельності фірми, аналізом прибутку.

Сутність прибутку можна по-різному подавати і у світовій економіці багато вчених мають своє визначення прибутку. Проблеми формування, розподілу і аналізу прибутку досліджували багато іноземних і вітчизняних науковців, а саме: А. Сміт, Дж. Ст. Мілль, Д. Рікардо, К. Маркс, Ф. Найт, І.О. Бланк, І. А. Бугай, Т.О. Скрипко, Г.Б. Поляк, П. Самуельсон, С.Ф. Покропивний, Л.І. Шваба, А.М. Поддєрьогіна та інші.

**Метою дослідження** є теоретична сутність та функції прибутку, та фактори, які визначають його, аналіз та ефективний розподіл прибутку, системно-теоретичний підхід та шляхи підвищення прибутковості діяльності підприємства.

**Об'єктом дослідження** є власне прибуток, який формується на виробництві, акціонерних товариствах, приватних підприємствах.

**Предметом дослідження** є фактори які визначають прибуток та аналіз самого прибутку.

**Методи дослідження.** В курсовій роботі використовувались загальнонаукові, а також спеціальні методи дослідження (аналіз, порівняння, узагальнення, дедукція та індукція, системно-теоретичний підхід)

**Обсяг і структура роботи.** Дана робота складається з трьох основних частин, в яких йдеться про системно-теоретичний підхід прибутковості підприємства, аналіз прибутку і шляхи та резерви підвищення прибутковості. Повний обсяг курсової роботи становить 23 сторінки друкованого тексту.

## 1. Прибуток підприємства: системно-теоретичний підхід

Прибуток - це різниця між заробленим від продажу товару на ринку (що називається торговим виторгом) і витратами на всі використані ресурси. Він безпосередньо пов'язаний з категорією “витрати виробництва”. Прибуток вважається одним з основних критеріїв який характеризує ефективність господарської діяльності підприємства.

Він є однією з основних категорій товарного виробництва. Поняття прибутку пов'язана з категорією “витрати підприємства”. Прибуток - це форма реалізації вартості в основному додатковому продукті. Додатковий продукт - це продукт, який створений безпосередніми виробниками. Він відіграє важливу умову для вдалого розвитку виробництва.

Поняття прибутку найперше збігалось зі значенням валового доходу, який поділявся на доходи: від капіталу, землі та праці.

Це добре розуміли ще засновники класичної школи Дж. Ст. Мілль та А. Сміт.

Представники меркантилізму вважали, що прибуток створюється у зовнішній торгівлі як продаж товарів за вищою ціною. Головною помилкою меркантилістів було ігнорування прибутку у мануфактурній сфері виробництва. На їх думку, головною метою будь-якої діяльності було багатство, джерелом якого був оборот грошей, особливо між країнами.

Один з фізіократів Ж. Тюрго вважав, що земля є єдиним джерелом багатства, при тому прибутком землевласника є частина його доходу, котра перевищує витрачені ним засоби та оплату його праці.

Таким чином меркантилісти головну увагу спрямовували на отримання прибутку в торгівельній діяльності, фізіократи - в землеробстві.

А. Сміт та Д. Рікардо виокремили прибуток в особливу економічну категорію. А. Сміт трактував прибуток як:

- закономірний результат продуктивності капіталу;
- винагороду капіталістові за його діяльність і ризик;

- вирахування з частини неоплаченої праці найманого робітника.

Усі ці трактування прибутку є правильними з різних точок зору, проте існують фактори, які безпосередньо впливають на кінцевий результат. Саме тому досліджуються чинники та фактори які впливають на збільшення або зменшення прибутку.

Основні чинники, які впливають на роботу суб'єкта господарювання:

- пошук джерел для поєднання ресурсів;
- вивчення неосвоєного ринку;
- застосування нових технологій;
- пошук сировини та резервів;
- виробництво продукції;
- конкурентоспроможність;
- сфера діяльності;
- умови праці;
- рівень організації підприємства;
- зв'язки з громадкістю;
- маркетинг;
- розвиток персоналу;
- рентабельність продукції;
- економічна безпека кожного суб'єкта господарювання;
- фінансовий капітал;
- подальший розвиток.

Саме за допомогою цих чинників досягається стабілізація та розвиток суб'єкта господарювання, що напряду впливає на загальний стан підприємства.

Розглядаючи сутність прибутку, в першу чергу слід відзначити такі характеристики:

- прибуток являє собою форму доходу підприємця, який здійснює певний вид діяльності. Ця зовнішня, найпростіша форма вираження прибутку є разом із тим недостатньою для його повної характеристики,

тому що як у низьці випадків активна діяльність в будь-якій галузі може бути і не пов'язана з отриманням прибутку (наприклад, діяльність політична, благодійна і т.д)

- прибуток є формою доходу підприємця, який вклав свій капітал з метою досягнення певного комерційного успіху.
- прибуток не є гарантованим доходом підприємця, що вклав свій капітал в той чи інший вид бізнесу. Він є результатом тільки вправного та успішного здійснення цього бізнесу. Але в процесі ведення бізнесу підприємець внаслідок своїх невдалих дій чи об'єктивних причин зовнішнього характеру може не тільки залишитися без очікуваного прибутку, але й повністю або частково втратити вкладений капітал. Тому прибуток є в певному розумінні і платою за ризик здійснення підприємницької діяльності.
- прибуток характеризує не весь дохід, отриманий в процесі підприємницької діяльності, а тільки ту частину доходу, яка є "очищеною" від затрат, понесених на здійснення цієї діяльності. Іншими словами, у кількісному виразі прибуток є тим показником, що являє собою різницю між сукупним доходом і сукупними затратами у процесі здійснення підприємницької діяльності.
- прибуток є вартісним показником, вираженим у грошовій формі. Така форма оцінки прибутку пов'язана з практикою узагальненого вартісного обліку усіх пов'язаних з ним основних показників - вкладеного капіталу, отриманого доходу, понесених затрат і т.п., а також з діючим порядком його податкового регулювання [3 с.201].

Із урахуванням розглянутих основних характеристик прибутку його поняття в найбільш узагальненому вигляді може бути сформульовано наступним чином: "Прибуток являє собою виражений у грошовій формі чистий дохід підприємця на вкладений капітал, що характеризує його винагороду за ризик здійснення підприємницької діяльності і являє со-



бою різницю між сукупним доходом і сукупними затратами в процесі здійснення цієї діяльності”[1 с.329].

Для того, щоб підприємство правильно функціонувало і мало додатні показники у продажі, варто правильно розподілити прибуток. Порядок його розподілу показано в додатку А. Із нього можна зрозуміти, що одна частина прибутку (податки, збори) надходить державі і використовується на потреби суспільства, а інша залишається в підприємстві і використовується на виплату дивідентів акціонерам фірми, на розширення виробництва, створення резервних фондів і т. ін.

Зазвичай отриманий прибуток порівнюють з витратами, які були здійснені для того, щоб зробити висновок про рівень ефективності роботи фірми.

Витрати можна розглядати як:

- поточні витрати діяльності фірми, тобто собівартість продукції;
- авансовану вартість для забезпечення фінансово-господарської та виробничої діяльності фірми.

Проявом сутності прибутку підприємства виступають функції, серед яких виокремлюють:[11 с.405]

- Стимулююча функцію. Спрямовується на подолання та зниження витрат з метою запровадження різноманітних інновацій задля розширення виробництва та зростання масштабів підприємства.
- Розподільча функція. Ця функція дає підприємству можливість розподіляти прибуток на дві частини: частину на податок і прибуток, та частину, яка залишається у підприємства задля подальшого використання.
- Оцінювальна функція. Ця функція може використовуватися лише в умовах ринкової економіки, яка передбачає свободу вибору, свободу встановлення цін, свободу вибору покупця, постачальника та продавця.

- Функція господарського розрахунку. Тобто, прибутки виробництва повинні не тільки покривати витрати, а йти ще й в резерв.
- Інформаційна функція. Дає підприємству певну інформацію, про його діяльність, про наповнення ринку його товаром, і відповідно дає сигнал чи потрібно збільшувати чи зменшувати обсяг виробництва.

Також важливо для підприємства оприділитись з типом стратегічної орієнтації прибутку, оскільки це буде впливати на планування прибутку, короткострокову перспективу та подальше його використання [1 с.329].

Отже, є такі стратегічні типи орієнтації підприємства на прибуток: «Задовільний прибуток», мінімізація прибутку (стабільний прибуток) і максимізація прибутку [14 с.266].

Співвідношення прибутку з поточними витратами або авансовою вартістю характеризує рентабельність. Вона безпосередньо пов'язана з отриманням прибутку.

Показники прибутку не відображаються ступеню ефективності господарювання, тому що сума доходу може зростати і при недостатньому використанні матеріальних, трудових, фінансових ресурсів. Тому для характеристики ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства можна використовувати показники рентабельності [2 с.616].

Рентабельність характеризує економічну ефективність<sup>6</sup> тобто коли підприємство за рахунок прибутку від реалізації продукції, робіт чи послуг відшкодовує всі затрати на виробництвом одержує прибуток, як гловне джерелодля подальшого розширення виробництва.

Коефіцієнти рентабельності - система показників, які характеризують можливість виробництва створювати необхідний прибуток в процесі своєї діяльності. Вони визначають загальну ефективність використовуваних активів [4 с.384]

Аналіз рентабельності підприємства дозволяє визначати ефективність вкладення коштів у підприємство та раціональність їх використання.

Також важливу роль при аналізі відіграє розподіл показників на узагальнюючі і конкретні. Є три основні моделі, які можуть структурувати та ідентифікувати взаємозв'язки між основними показниками та застосування яких залежить від конкретних цілей аналізу:

- описові моделі;
- предикативні моделі;
- нормативні моделі.

Отже, кожні витрати, реалізація послуг та товари у різних видах підприємств - це є шлях до отримання прибутку. Ціль поставлена перед роботою суб'єкта господарювання повинна вплинути на розвиток підприємства. Успіх у розвитку спричинить стабілізацію, ефективність а також зростання доходів, які матимуть найбільший вплив на подальший розвиток підприємства. [7 с.385]

## 2. Аналіз прибутку фірми на прикладі компанії “Apple”

Компанія “Apple” заснована в 1976 році в Каліфорнії Стівом Джобсом, Стівом Возняком та Рональдом Вейном. Метою створення була розробка та продаж комп’ютерів.

Компанія спеціалізується на виготовленні побутової електротехніки, програмного забезпечення та офлайн-сервісах. Apple - це найбільша у світі компанія за обсягом виручки в області інформаційних технологій, найбільша у світі за обсягом активів технологічна компанія, третій у світі найбільший виробник мобільних телефонів, найбільша у світі корпорація за капіталізацією ринку та перша компанія у США, вартість якої перевищила 700 мільярдів \$ США.

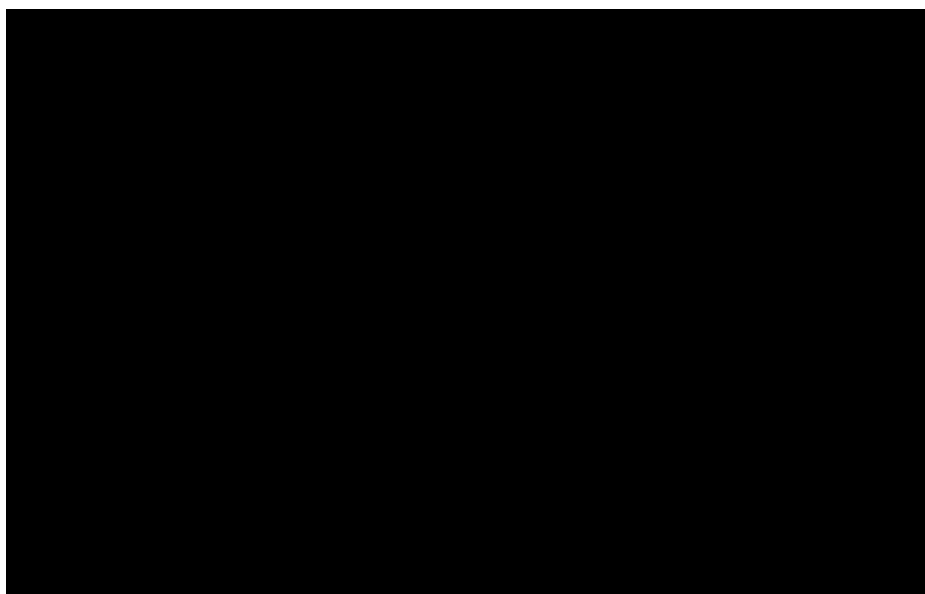
Для оптимізації податкового навантаження Apple створює багаторівневі корпоративні структури в країнах з низькими податковими ставками і переказує кошти між ними. Використовувана компанією стратегія податкової оптимізації відома як "Подвійний ірландський віскі з голландським сендвічем" ("Double Irish with a Dutch Sandwich"). Така схема дозволяє виводити прибуток в Ірландію, Нідерланди і на Карибські острови. Наприклад, значна частина бізнесу Apple в Європі ведеться через ірландський підрозділ компанії, через який в підсумку проводиться до 30% корпоративного прибутку. В цілому близько 70% прибутку Apple заробляється за межами США, не дивлячись на те, що штаб-квартира компанії і основні центри дизайну і розробок розташовані саме в цій країні.

У США корпорація активно використовує внутрішні податкові офшори: її штаб-квартира розташована в Каліфорнії, проте більшість податків Apple виплачує в сусідньому штаті Невада, де податкова ставка по цілому ряду операцій є нульовою.

Крім того, в країнах з високим рівнем оподаткування Apple реєструє представництва під іноземною юрисдикцією. (Рис.1) Наприклад, представництво компанії в Німеччині може бути зареєстровано в Сінгапурі,

де податковий режим є істотно м'якшим. А більшість додатків продається компаніями, зареєстрованими в європейському "податковому оазисі" - Люксембурзі.

Прибуток компанії Apple з кожним роком зростає і цим самим стає рекордною корпорацією в світі. У кожній компанії існує два способи заробляти гроші: підвищувати доходи або скорочувати видатки. Apple ви-



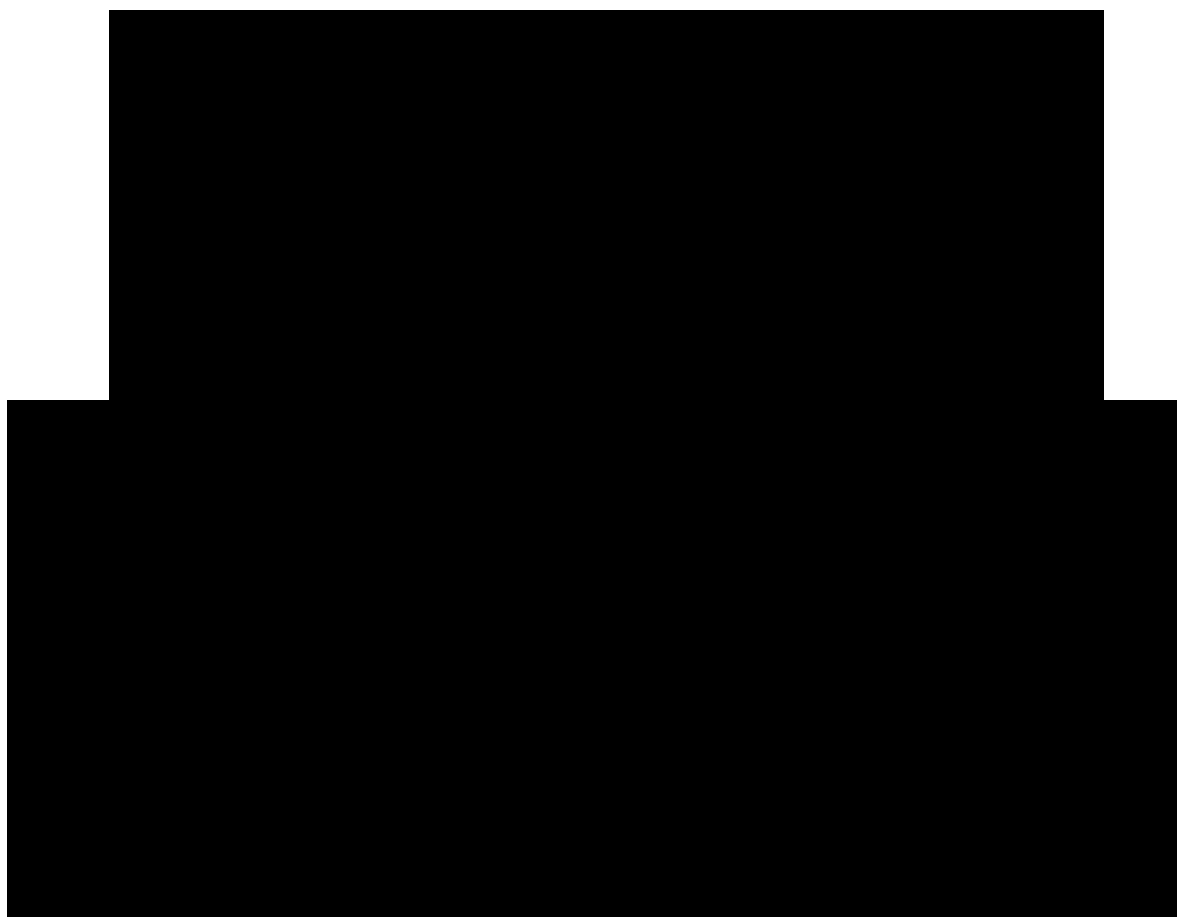
користовує обидва, і вибудований Куком оперативний механізм - це та машина, що забезпечує низькі видатки, одночасно дозволяючи з'являтися продуктам, які ведуть до зростання. Йдеться не про ціну. Йдеться про продукт. Apple займається продажем стилю життя.

Головними критеріями, на яких постійно наголошується при об'явленнях про продукти Apple, є простота і зрозумілість. Протягом усієї своєї історії Apple не раз представляла продукти та можливості, яких перед тим або не існувало, або завдяки ним вся галузь робила значний стрибок уперед.

Останні роки принесли Apple рекордний прибуток в історії публічних компаній - \$ 18,4 млрд, причому виробник iPhone побив власний рекорд річної давності [12 с.96].

Прибуток 2016р. Apple за підсумками початку року знизився вперше за 15 років. І це незважаючи на те, що продажі смартфонів останні три місяці перевищили всі очікування. (Рис.2.)

Останні дев'ять місяців в компанії не принесли очікуваної виручки: дохід склав \$ 46,85 млрд, що на 9% нижче за показник за аналогічний



період минулого року. За три місяці, починаючи з кінця червня минулого року, компанія Apple реалізувала 45,51 млн iPhone. Рівень продажів перевищив прогнози, проте виявився менше, ніж в третьому кварталі 2015 року (Рис.3)

У компанії сподівалися, що фінансову ситуацію виправить вихід і реалізація нових моделей айфонів.

За 41 рік свого існування компанія випустила більше ніж 75 окремих продуктів. Продукція Apple за останні 10 років (Табл.1)

Таблиця 1. Продукція Apple за останні 10 років

Рік	Продукт
2007	Apple iMac Перший iPhone iPod Touch Apple TV
2008	MacBook Air
2010	Apple iPad iPhone 4
2012	Macbook Pro с дисплеєм Retina iPhone 5 iPod Touch 5g iMac iPad mini
2013	iTunes Radio Logic Pro X iOS 7 iPhone 5s і iPhone 5c iPad Air
2014	iOS 8 21,5-дюймовий iMac Apple Pay iPhone 6, iPhone 6s і iPhone 6 plus iPad Air 2
2015	MacBook Apple Watch Apple Music iPod touch
2016	MacBook Pro iPad Pro с дисплеєм 9,7 iPhone SE iOS 10 Apple Watch Nike+ AirPods iPhone 7 і iPhone 7 plus Apple Watch Series 2 MacBook Pro
2017	iPhone 7 і iPhone 7 Plus (PRODUCT)RED Special Edition 9,7-дюймовий iPad

Фінансовий рік у компанії з США, як правило, не збігається з календарним. Для компанії Apple новий 2017 почався ще в жовтні 2016 року, а його перший квартал включив жовтень, листопад і грудень 2016 року. Корпорація опублікувала звіт про підсумки першого кварталу, згідно з яким продажі компанії і її прибуток демонструють досить позитивну динаміку (Табл.2).

Таблиця 2. Дохід компанії Apple 2016-2017рр по кількості продажу продуктів

Продукти	1-й квартал 2017р		4-й квартал 2016		1-й квартал 2016	
	Одиниць млн шт	Дохід млн\$	Одиниць млн шт	Дохід млн\$	Одиниць млн шт	Дохід млн\$
iPhone	78 290	54378	45 513	2816	74 779	51635
iPad	13 081	5533	9 267	4255	16 122	7084
Mac	5 374	7244	4 886	5739	5 312	6746
Сервіс		7172		6325		6056
Інші продукти		4024		2373		4351
<b>Разом</b>		<b>78351</b>		<b>46852</b>		<b>75872</b>

Основним джерелом доходу для Apple як і раніше залишаються смартфони iPhone. За перший квартал 2017 компанія реалізувала 78 млн 290 тис мобільних пристроїв, що принесло їй 54 млн 378 тис доларів доходу. Однак варто зазначити, що четвертий квартал завжди був для Apple «застійним», так як саме на нього припадає період, коли ніхто не поспішає купувати Айфон, чекаючи нову модель.

Друга значна стаття доходів компанії - планшетні комп'ютери Apple iPad. Їх на початку 17 року продали 13 млн 81 тис примірників. На тлі 4 кварталу 2016 показник обнадіює (тоді продали 9,2 млн «таблеток» на



суму 4,2 млн), але на тлі 1 чверті 2016 - засмучує. Ще рік тому за 3 місяці «яблучна компанія» могла реалізувати 16,1 млн планшетів, виручивши трохи більше 7 мільярдів. Таким чином, за рік iPad стали на 19% менш популярними, і принесли на 22% менше грошей в Купертіно.

Третя важлива стаття доходів компанії Apple - продаж комп'ютерів і ноутбуків серії Mac. У 1 кварталі 2017 року корпорації «Apple» вдалося реалізувати 5 млрд 374 тис настільних і портативних комп'ютерів, що принесло 7 млрд 244 тисячі доларів. Зростання фінансових показників, найбільш ймовірно, пов'язаний з появою оновлених MacBook восени.

Єдиний постійний дохід Apple, який демонструє стабільне зростання - це послуги. Сюди входять прибутки від хмарного сховища, магазину додатків, сервісів музики і т.д.

Цікаво виглядає продаж Apple по регіонах світу. (Табл.3) Основний ринок, який приносить майже половину всіх доходів - це Америка. В Європі вдалося отримати 18,5 млрд USD, тут теж спостерігається невелике зростання доходів. А ось «великий Китай» (крім КНР, в нього входять Тайвань, Гонконг, Сінгапур) приніс 16, 2 млн, що на 2,1 млн менше, ніж в минулому році.

Позитивну динаміку для Apple демонструє Японія. У ній виручено 5,77 млн доларів - на 20% більше, ніж роком раніше.

	1-й квартал 2017р	4-й квартал 2016	1-й квартал 2016
Країна	Дохід млн\$	Дохід млн\$	Дохід млн\$
Америка	31968	20229	29325
Європа	18521	10842	17932
Великий Китай	16233	8785	18372
Японія	5766	4324	4794
Азія	5863	2672	5448
Разом	78351	46852	75872

## Дохід компанії Apple 2016-2017рр по регіонах світу Таблиця 3.

Компанія Apple має свою структуру, план та індивідуальність. У середині Apple надзвичайно мало існує невизначеностей. Ця компанія має чіткий план, який продуманий до найменшої дрібниці.

З початку свого існування Apple керується тим, що просуває свою компанію у використанні піару. Для Apple зв'язки з громадкістю є точно вивіреною, потайною, безкомпромісною справою, точно такою ж як ставлення в компанії до дизайну та внутрішньої секретності. Піарники Apple працюють переважно не на традиційних засадах “вам це потрібно знати” а радше в стилі “вам цього знати не варто”. Це той куток компанії, де найкраще опанували знамените мистецтво казати “ні”. Стратегія Apple у стосунках із журналістами, шанувальниками та фахівцями з усіх куточків світу дуже обережна в сенсі надання якоїсь інформації. Подібної позиції не дотримується майже жодна інша компанія. Така таємничість і зумовлює великий інтерес до продукції яка, випуститься.

### **3. Шляхи та резерви підвищення прибутковості діяльності підприємства**

Для ефективної діяльності суб'єктів господарювання в умовах ринкових відносин найбільшу роль має виявлення резервів зростання обсягу продукції, зменшення собівартості, росту прибутку.

Одним із резервів збільшення доходу підприємства є збільшення об'єму реалізації товарної продукції. Між прибутком та цим об'ємом є пряма залежність, чим більше продукції реалізується, при інших рівних умовах, тим сума прибутку буде більшою, і навпаки. Отже, різноманітність продукції, що реалізується Apple має значний вплив на збільшення реалізованої продукції фірми.

Підвищення прибутковості підприємства повинно бути головним пріоритетом фірми.

Одним з аспектів підвищення прибутку - це можливі шляхи мінімізації витрат.

#### **1. Скорочення витрат на сировину та матеріали.**

Вибирати постачальників, які постачають сировину за нижчими цінами. Або здійснювати закупівлю сировини і матеріалів безпосередньо з заводу-виробника скорочуючи число посередників.

#### **2. Скорочення витрат за електроенергію.**

Провести перехід на економне витрачання енергії на підприємстві. Придбати енергозберігаючі лампи, впровадити датчики денного / нічного витрачання електроенергії.

#### **3. Скорочення витрат на утримання персоналу.**

Провести поєднання деяких суміжних посад, виключити при цьому дублювання посад, особливо управлінського персоналу.

#### **4. Скорочення витрат на експлуатацію обладнання.**

Ввести використання зворотного лізингу обладнання.

Скоротити до мінімуму технологічні простой.

Зменшити витрати під час перерв і відпочинку.

Практикувати здачу в оренду або продаж невикористаного підприємством обладнання.

#### 6. Зниження адміністративні витрати.

Скоротити витрати на Інтернет і послуги телефонних операторів за допомогою контролю за витратами, скорочення Інтернет-трафіку.

Скоротити представницькі витрати.

Оптимізувати витрати на рекламу в рамках, які встановлені законодавчо.

На кожному підприємстві повинні передбачатися планові заходи щодо збільшення прибутку. У загальному плані ці заходи можуть бути наступного характеру:

- збільшення випуску продукції;
- поліпшення якості продукції;
- продаж зайвого устаткування та іншого майна або здача його в оренду;
- зниження собівартості продукції за рахунок більш раціонального використання матеріальних ресурсів, виробничих потужностей і площ, робочої сили і робочого часу;
- диверсифікація виробництва;
- розширення ринку продажів і ін.

Важливу роль в процесі реалізації продукції відіграє правильна організація оплати праці робітників.

Також значну роль в зростанні прибутку відіграє відділ маркетингу. Багато нових виробів не знаходять свого покупця на ринку без вдалої організації маркетингу. Так, наприклад для компанії “Apple”, важливу роль відігравали простота дизайну, «одержимість» дрібницями, якість та секретність, яка не залишала байдужими всіх користувачів Apple. Сьогодні ми більше звертаємо увагу на оформлення різних магазинів, офісів і т.д. Таким чином можна зробити висновок, що здебільшого люди будуть вибирати те, що їм сподобається на вигляд.

Резервом росту прибутку підприємств є підвищення цін.

Ціни відображають кон'юктуру ринку, протиставляючи виробника споживачу товару і навпаки.

Для збільшення обсягу отриманого прибутку підприємства мають використати досконалу тактику встановлення цін. При встановленні ціни товару слід використовувати спеціальну методику розрахунку вихідної ціни.

У цінах повинні відображатись суспільно-необхідні витрати на виробництво і реалізацію продукції, її споживчі властивості, якість, платоспроможний характер.

Від правильності розрахунку ціни багато в чому залежить обсяг отриманого прибутку, ліквідність і платоспроможність підприємства, його фінансовий стан.

Досконалий розрахунок резервів збільшення доходу є обов'язковим для його планування на подальший період. Коли ми будемо знати перспективну суму прибутку підприємства, який вона отримає в майбутньому, ми зможемо правильно спрогнозувати інвестиційну політику, а також витрати на соціально-культурні заходи та матеріальні заохочення працівників.[3 с.201]

## Висновки

Отже, розглядаючи прибуток, як економічну категорію, маємо на увазі його речовий зміст та суспільну форму, які перебувають у діалектичній єдності. Разом з тим, прибуток - це та частина вартості товару, яка є надлишком над витратами, закладеними на його виробництво.

Водночас, прибуток можна розглядати як систему економічних відносин між роботодавцями та найманими працівниками, а саме: розподіл та привласнення додаткової вартості.

В економічній практиці в різних цілях використовують кілька показників прибутку:

- прибуток від основної діяльності;
- прибуток від інших видів діяльності;
- прибуток від реалізації майна;
- прибуток від позареалізаційних операцій;
- загальний прибуток.

Формування прибутку підприємства залежить від багатьох факторів:

- від обсягу діяльності підприємства;
- видів діяльності;
- позареалізаційних доходів і т.д.

Різниця між загальними доходами(виторгом) підприємства від реалізації продукції та сукупними витратами на її виробництво - кількісне визначення прибутку.

Із основних функцій прибутку виділяють:

- розподільча (регулювання розподілу ресурсів і доходів між галузями);
- облікова (необхідний елемент ціни товару);
- стимулююча (спонукає впроваджувати досягнення науково-технічного прогресу).

Прибуток від реалізації продукції безпосередньо залежить від двох основних показників: обсягу реалізації продукції та її собівартості.

На зміну об'єму реалізації продукції впливає зміна об'єму виробництва, залишки нереалізованої продукції, частка прибутку в ціні продукції (рентабельність продукції).

Також важливу роль при аналізі відіграє розподіл показників на узагальнюючі і конкретні. Є три основні моделі, які можуть структурувати та ідентифікувати взаємозв'язки між основними показниками та застосування яких залежить від конкретних цілей аналізу:

- описувальні моделі;
- предикативні моделі;
- нормативні моделі.

Прибуток, який лишається після сплати податку на прибуток, є чистим доходом виробництва. Він йде у розпорядження власників виробництва та використовується для певних фондів, котрі в свою чергу використовують чистий прибуток на власний розсуд.

### Список використаної літератури

1. Фінансово-економічні результати діяльності підприємства: собівартість, прибуток[текст]: навчальний посібник/П.В.Крущ, О.В.Клименко, В.І.Подвігіна - К.:Каравела. 2015 - 329с.
2. Підприємництво. - Київ: Центр навчальної літератури, 2003. - 616с.
3. Економіка підприємств. Підручник/За редакцією К.Ф.Полякова.- К.:Епіцентр, 2001, 201с.
4. Фінанси підприємств: Підручник / Керівник авт. і наук. ред проф. А.М.Поддєрьогін. 2-ге вид., перероб. та доп. - К.: КНЕУ, 1999. - 384 с.
5. Економічна суть прибутку підприємства та фактори, які впливають на нього [текст]/ Оксана Богданівна Гуменна // Економіка. Фінанси. Право. - 2015. - №2. - 41с.
6. Економіка підприємств. Підручник/За редакцією К.Ф.Полякова.- К.:Епіцентр, 2001, 301с.
7. Фінанси підприємств: Підручник / Керівник авт. і наук. ред проф. А.М.Поддєрьогін. 2-ге вид., перероб. та доп. - К.: КНЕУ, 1999. - 385 с.
8. Бондар Н.М. Економіка підприємства: Навч. посіб. - К.:Видавництво А.С.К.,2004. - 400с.
9. Підприємництво. - Київ: Центр навчальної літератури, 2003. - 246с.
10. Підприємництво. - Київ: Центр навчальної літератури, 2003. - 617с.
11. Бондар Н.М. Економіка підприємства: Навч. посіб. - К.:Видавництво А.С.К.,2004. - 405с.
12. Адам Лашинський, Apple зсередини /Пер. з англ О.Красюк. - К.:Брайт Стар Паблішинг, 2012. - 96с.
13. Адам Лашинський, Apple зсередини /Пер. з англ О.Красюк. - К.:Брайт Стар Паблішинг, 2012. - 99с.
14. Іванова Н.Ю. Економічна теорія управління фірмою. Навч.пос. - К.: Центр учбової літератури, 2016. - 266с.
15. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: Навч.посіб. - 2-ге вид., випр. і доп. - К.: Знання, 2005. - 312с.