

**Свідерський Роман**  
студент ОС»Магістр»  
спеціальності «Підприємництво, торгівля  
та біржова діяльність»  
Науковий керівник: **Добровольська Е. В.**,  
к.е.н., доцент кафедри економіки,  
підприємництва, торгівлі та біржової діяльності  
Подільський державний аграрно-технічний університет,  
м. Кам'янець-Подільський

## **ПРИБУТОК ЯК КІНЦЕВИЙ ФІНАНСОВИЙ РЕЗУЛЬТАТ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Прибутковість підприємства є складкою та багатогранною економічною категорією, що одночасно характеризує як одержані результати діяльності підприємства так і можливості отримувати прибуток в майбутньому. Тому: 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, який полягає в перевищенні доходу над здійсненими витратами, в розмірі достатньому для ефективного подальшого функціонування.

Таке трактування може відображати характеристику прибутковості підприємств не лише потенційно прибуткових але, головно, тих, що досягли необхідного рівня прибутку. Відповідно, прибутковість підприємства підтверджує досягнену ним, високого рівня економічну ефективність, відображаючи дійсні результати, та можливість до самофінансування, розширеного відтворення та розвитку загалом.

Виходячи з цього твердження, прибутковість підприємства оцінюється з позиції таких взаємопов'язаних параметрів: розмірності, якості, потенціалу. Виділення параметрів прибутковості дозволяє комплексно оцінити прибутковість, провести рейтингову оцінку підприємств та визначити найперспективніші.

Найважливішим параметром прибутковості підприємства безумовно є розмірність, що виражається величиною одержаних фінансових результатів підприємства по підсумку здійснюваної ним господарської діяльності. Розмірність прибутковості доцільно оцінювати за допомогою комплексу абсолютних та відносних показників. Абсолютним показником прибутковості є маса прибутку, що набуває таких форм:

- чистий прибуток;
- операційний прибуток;
- прибуток від сільськогосподарської діяльності;
- прибуток від фінансової діяльності;
- прибуток від інвестиційної діяльності.

Величина даних показників характеризує можливості підприємства до розширеного відтворення. Відносні показники рентабельності, що відображають величину одержаного підприємством зиску на одиницю затрат, авансованого ресурсу, капітал включають нижче наведені.

Відносні показники прибутковості виражають співвідношення прибутку з певною базою порівняння. Норма прибутку, або, рентабельність активів характеризує прибуток отриманий підприємством на весь авансований капітал. Рентабельність власного капіталу відображає суму прибутку отриманого підприємством на одиницю власного капіталу підприємства. Рівень рентабельності є визначальним серед показників рентабельності, адже, характеризує ефективність здійснюваних підприємством витрат на виробництво продукції. Даний показник дає можливість оцінити прибутковість різних видів продукції, інвестиційну привабливість різних галузей, та дає можливість порівнювати ефективність господарсько-комерційної різних підприємств [39, с. 83].

Висновки про економічну ефективність підприємства базовані на факті наявності прибутку, та певної норми прибутку є неповними і не можуть однозначно характеризувати прибутковість підприємства.

Адже джерелами чистого прибутку можуть бути як результати основної діяльності, так і інші доходи, часом випадкового характеру, або ж зумовлені побічними видами діяльності. З цієї позиції необхідним є визначення якості прибутковості. Дана дефініція на сьогодні не дуже широко висвітлена в публікаціях.

Якість прибутковості більшість авторів схильні оцінювати через параметри динаміки фінансових результатів, структури прибутку відповідно до порядку його визначення, достовірності відображення даних. Так Подлужна Н.О. розглядає якість прибутку як частку операційного прибутку в сумі загального фінансового результату підприємства.

Хмелевський О. в цьому контексті пропонує визначати якість прибутку через співвідношення прибутку від операційної діяльності та прибутку від звичайної діяльності.

Якість прибутковості сільськогосподарського підприємства є параметром, що відображає джерела формування фінансових результатів, таким чином, будучи комплексною відносною оцінкою управління діяльності підприємства.

Якість прибутковості акумулює сукупність параметрів прибутку, що відображають ефективність здійснення діяльності підприємства в контексті виконання його місії. Тому при її оцінці потрібно враховувати специфіку його діяльності. Якість прибутковості сільськогосподарського підприємства характеризує вплив ефективності сільськогосподарської діяльності на загальну фінансову результативність підприємства, віддзеркалюючи ефективність реалізації стратегії підприємства, виробничої діяльності та фінансового менеджменту, та виражається через співвідношення прибутку від сільськогосподарської діяльності та чистого прибутку підприємства. Така пропозиція обґрунтовується наступними міркуваннями: чистий прибуток підприємства є узагальнюючим результатом підприємницької діяльності, відображуючи рівень використання підприємством внутрішніх та зовнішніх можливостей, а також обумовлює здатність підприємства до розвитку. Прибуток від здійснення сільськогосподарської діяльності відображає ефективність

здійснення основної діяльності в контексті виконання виключної місії сільськогосподарського підприємства, а також результативність галузевого управління.

Кінцевим фінансовим результатом діяльності підприємства є величина прибутку (або збитку), яка обчислюється на основі суми доходу і поточних витрат, пов'язаних з його отриманням. Категорія прибутку виникає саме на рівні суб'єкта господарювання — юридичної особи. Фінансовим результатом діяльності фізичної особи, яка не виконує підприємницьких функцій (найманого працівника, вкладника банку, володільця акцій тощо) вважається сума доходу, який може складатися із заробітної плати, процентів на інвестований капітал, рентних платежів за використання власних ресурсів. Для визначення кінцевого фінансового результату діяльності юридичної особи необхідно обчислювати саме величину прибутку, оскільки підприємство, здійснюючи господарську діяльність, витрачає певні кошти (здійснює поточні витрати), пов'язані з отриманням доходу. У разі, коли величина доходу перевищує суму таких витрат, підприємство має бажаний очікуваний фінансовий результат від своєї діяльності, який вимірюється сумою отриманого прибутку [21, с. 356].

### Список використаних джерел

1. Економіка підприємств : підручник / М. Г. Грицак, А. М. Колот, О. Г. Медрул [та ін.] ; [за заг. і наук. ред. Г. О. Швиданенко]. — [вид. 4-те, перероб. і доп.]. — К. : КНЕУ, 2009, —816 с.
2. Осипова Т. В. Теоретичні аспекти трактування прибутковості в сучасних умовах господарювання / Т.В. Осипова //Управління розвитком. – 2012. - №1(122). – С.82-84
3. Стецюк П. А. Теорія і практика управління фінансовими ресурсами сільськогосподарських підприємств : монографія / П. А. Стецюк. — К. : ННЦ ІАЕ, 2008. — 386 с.

4. Теоретико-методологічні аспекти стратегії забезпечення прибутковості підприємства /Н. В. Зятюк //Культура народів причерномор'я. – 2009. - №154. – С.27-31

**Слюсар Надія Василівна**  
к.вет.н., доцент кафедри мікробіології,  
фармакології та гігієни тварин  
Подільський державний аграрно-технічний університет,  
м. Кам'янець-Подільський

### **«МАРКЕТИНГ-МІКС» ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ У ВЕТЕРИНАРНІЙ ФАРМАЦІЇ**

Фармакологічні препарати у ветеринарній медицині, як і інші товари виробляють з метою споживання їх споживачем. Але фармацевтична продукція є життєво необхідною, тому комплекс маркетингових прийомів і послуг, які в зарубіжній літературі називають «Маркетинг- Мікс», має певні особливості.

**Вступ.** В нашій країні функціонують заклади ветеринарної медицини різних форм власності, але споживання такого продукту як ліки, необхідне в різних напрямках, де проводиться лікувально-профілактична робота. Тому, для забезпечення фармацевтичною продукцією необхідні знання основ маркетингу.

**Мета** роботи вивчити і зрозуміти економічну складову за реалізації такого особливого товару як ліки. Адже лікарські препарати піддаються всім економічним законам ринку, а отже і маркетингу у фармації.

Згідно літератури, маркетинг, з англійської, це «діяльність пов'язана з ринком». Це вид людської діяльності, направлений на задоволення потреб і попиту шляхом обміну на взаємно вигідній основі[1-2].

Маркетинг являє собою комплексно-системний підхід до вирішення проблем ринку, що охоплює усі стадії руху товару: а) від вивчення потреб і попиту; б) розробки програм виробництва та надання різного виду послуг,