УДК 658

ОСОБЛИВОСТІ ТА ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Григор'єв Денис Валерійович,
здобувач вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент»
Миколаївський національний аграрний університет
м. Миколаїв, Україна

Анотація: *в роботі розглянуто особливості формування прибутку підприємства. Досліджено зовнішні та внутрішні фактори, які впливають на формування прибутку основними з яких є: природні умови, державне регулювання цін, ефективне управляння витратами, конкурентне середовище, потреби споживачів.*

Ключові слова: *прибуток, підприємство, управління фінансами, маркетингові стратегії, ринок товарів та послуг.*

Сучасний бізнес немислимий без формування прибутку підприємства. Для того, щоб підприємство було стабільним та успішним, необхідно не тільки залучати нових покупців та розширювати асортимент продукції, але й зосереджуватися на оптимізації виробничих процесів та контролю витрат. При цьому важливо не забувати про соціальну відповідальність та взаємодію зі спільнотою.

Метою дослідження є вивчення особливостей та факторів формування прибутку підприємства.

Прибуток є основним показником ефективності підприємства, оскільки він свідчить про те, наскільки успішно воно здатне генерувати прибуток від своєї діяльності. Однак, формування прибутку не є простим завданням, і залежить від багатьох факторів.

Одним з найважливіших факторів формування прибутку є ефективне управління витратами. Підприємство повинно постійно аналізувати свої витрати та шукати шляхи їх оптимізації. Це може бути досягнуто шляхом використання новітніх технологій та забезпечення ефективного використання ресурсів. Оптимізація виробничих процесів є важливою складовою формування прибутку. Підприємство повинно постійно прагнути до вдосконалення своїх виробничих процесів, щоб забезпечити максимальну продуктивність та ефективність. Це може бути досягнуто шляхом використання автоматизованих систем, вдосконаленням ланцюга постачання та оптимізацією логістики.

Маркетинг також грає важливу роль у формуванні прибутку. Підприємство повинно розробити ефективну маркетингову стратегію, щоб забезпечити збільшення обсягу продажів та залучення нових клієнтів. Важливо враховувати конкурентне середовище та потреби споживачів. Якість продукту або послуги є ключовим чинником успіху підприємства. Підприємство повинно забезпечити якість своїх продуктів або послуг, щоб задовольняти потреби

споживачів та зберігати свою репутацію на ринку [1]. Важливо постійно вдосконалювати продукт та відповідати вимогам ринку та споживачів.

Підприємства можуть зосередитися на покращенні маркетингових стратегій та забезпеченні високого рівня якості своїх товарів або послуг. Це може бути досягнуто шляхом аналізу попиту на ринку та потреб споживачів, відстеження тенденцій розвитку ринку та відповідне використання маркетингових інструментів [4]. Збільшення прибутку підприємства може бути досягнуто шляхом пошуку нових ринків та розширення асортименту товарів або послуг.

На формування прибутку впливають і зовнішні фактори. До зовнішніх факторів належать природні умови, державне регулювання цін, тарифів, відсотків, податкових ставок та пільг, штрафних санкцій тощо. Ці фактори не залежать від діяльності підприємства, але суттєво впливають на його прибуток.

Податкові платежі, незважаючи на їх джерело і стадію господарської діяльності підприємства, на якій вони здійснюються, зменшують розмір прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства [2]. Тому, підприємство завжди повинно бути готове до змін та відповідно реагувати на них.

Таким чином, формування прибутку підприємства - це динамічний та постійно змінюючий процес. Для забезпечення прибутковості підприємства важливо зосередитися на оптимізації виробничих процесів, контролі витрат та підвищенні ефективності використання ресурсів, а також на покращенні маркетингових стратегій та розширенні асортименту товарів або послуг. Враховуючи ці фактори та забезпечуючи їх оптимальну комбінацію, підприємство може досягти успіху та стати прибутковим. Здійснення бізнесу з урахуванням соціальних та екологічних аспектів сприяє покращенню іміджу підприємства, забезпечує довгострокові перспективи його розвитку та збільшує конкурентоспроможність на ринку. Важливо пам’ятати, що формування прибутку підприємства - це не самоціль, а засіб для досягнення більш важливої мети - створення вартості для споживачів, працівників, власників та всього суспільства в цілому.

Список використаних джерел

1. Факторний аналіз формування прибутку підприємства. URL: http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_17_ekon/stat_17/33.pdf

2. Моделювання впливу факторів на формування прибутку державного підприємства. URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2017/5_05_uk/25.pdf

3. Досягнутий рівень продуктивності праці, його оцінка, аналіз і фактори підвищення. URL: https://buklib.net/books/26712/

4. Розробка маркетингової стратегії підприємства. URL: https://buklib.net/books/28652/

Abstract. *The article examines the peculiarities of the formation of the company's profit. The external and internal factors that influence the formation of profit are studied, the main ones of which are: natural conditions, state regulation of prices, effective cost management, competitive environment, consumer needs.*

Key words: *profit, enterprise, financial management, marketing strategies, market of goods and services.*

Науковий керівник:
Олійник Т. Г.,
канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри економіки підприємств,
Миколаївський національний аграрний університет

УДК 005.2:[339.138:338.488.2]

EVENT-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК НАПРЯМ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Гулько Анастасія Володимирівна,
здобувачка вищої освіти спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»
Миколаївський національний аграрний університет
м. Миколаїв, Україна

Анотація: *розкрито значення event-менеджменту як важливої складової маркетингової стратегії в індустрії гостинності, що допомагає залучати нових клієнтів, зберігати існуючих, підвищувати впізнаваність бренду та підвищувати рівень задоволення клієнтів. Він допомагає компаніям привернути увагу клієнтів та забезпечити їхнє задоволення, що в свою чергу допомагає компанії збільшити свій прибуток та підвищити рівень конкурентної здатності.*

Ключові слова: *індустрія гостинності, event-менеджмент, заходи.*

Гостинності як індустрії відводиться важлива роль у багатьох країнах світу, оскільки вона є ключовим елементом туристичної промисловості. В сучасному світі готельний бізнес, ресторанний бізнес, туризм та інші сфери гостинності є дуже конкурентоспроможними та стабільними галузями економіки, що забезпечує роботу для мільйонів людей по всьому світу. Однак, для того, щоб компанії в сфері гостинності були успішними, вони мають враховувати різні чинники, включаючи ефективний маркетинг та event-менеджмент.

Event-менеджмент - це процес планування, координації та виконання подій, які спрямовані на досягнення конкретних цілей. У галузі гостинності event-менеджмент є важливою складовою маркетингової стратегії, оскільки ефективні заходи можуть допомогти залучати нових клієнтів, зберігати існуючих та підвищувати рівень задоволення клієнтів [1].