підприємства, може стати джерелом завдань для формування на наступних робочих групах.

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Урлапова О. А., студентка
Науковий керівник: Захарченко В. І., д.е.н., професор
Черкаський державний технологічний університет

Прибуток показує абсолютний ефект діяльності підприємства без урахування використаних при цьому ресурсів, тому його слід доповнювати показником рентабельності. Ступінь прибутковості підприємства характеризує рентабельність.

Рентабельність – це якісний, вартісний показник, що характеризує рівень віддачі витрат або ступінь використання ресурсів, що є в наявності, в процесі виробництва і реалізації продукції [1, с. 93].

Підприємство рентабельне, якщо суми виторгу достатньо не тільки для сплати витрат на виробництво, але і для утворення прибутку. Таким чином, рентабельність характеризує ефективність роботи підприємства, дає уявлення про спроможність підприємства збільшувати свій капітал.

Показники рентабельності характеризують фінансові результати та дохідність різних напрямів діяльності (виробничої, підприємницької, інвестиційної), окупність витрат. Вони більш повно, ніж прибуток, відображають кінцеві результати господарчої діяльності підприємства, тому що їх величина показує співвідношення ефекту до наявних або використаних ресурсів.

Розвиткові теорії і практики формування та використання прибутку, а також визначенню рентабельності підприємства присвячено праці таких вітчизняних вчених, як В. Збарський, Н. Мазур, В. Ситник, М. Білик, І. Бланк, Г. Кірейцев, Г. Савицька та інших. При цьому недостатньо уваги приділяється питанням оцінки впливу факторів на процес формування прибутку на підприємстві.

Рентабельність – прибутковість підприємства, показник економічної ефективності виробництва підприємства, який відображає кінцеві результати господарської діяльності.

Її розраховують як відношення балансового прибутку до середньорічної вартості основного капіталу і нормованих оборотних коштів.

Види рентабельності та їх призначення полягає в оцінці роботи підприємства. Це відносні показники, за допомогою яких можна побачити прибутковість підприємства щодо всіх витрат, які необхідні для отримання цього доходу. Виражаються показники найчастіше у відсотках.

Розрізняють два види рентабельності:

– рентабельність, розрахована на основі балансового (загальною) прибутку,

– рентабельність, розрахована на основі чистого прибутку.

Ріст будь-якого показника рентабельності залежить від багатьох процесів, зокрема, від удосконалювання системи керування виробництвом, підвищення ефективності використання ресурсів організаціями, стабільності взаємних розрахунків і системи розрахунково-платіжних відносин з банками, постачальниками й покупцями.

Досягнення достатнього рівня рентабельності залежить від багатьох факторів. Всі фактори, що впливають на рентабельність, можуть бути розділені на дві групи: фактори зовнішнього середовища (об’єктивні), фактори внутрішнього середовища (суб’єктивні) [2].

До факторів зовнішнього середовища відносять: економічна ситуація в країні, рівень інфляції, характер і гострота конкурентної боротьби, кон’юнктура ринку або співвідношення між попитом і пропозицією на продукцію та послуги підприємств, податкова і кредитна політика держави і комерційних банків, тарифи на товари та послуги, що надаються іншими підприємствами, ціна на сировину та товари для підприємств. Одні з цих чинників прямо впливають на прибуток, інші опосередковано через товарообіг (оборот) або витрати виробництва та обігу.

До внутрішніх факторів, залежних від діяльності підприємств, відносяться: тип і категорія підприємства, і відповідно розмір націнки на сировину, продукти та послуги, що встановлюються підприємствами, рівень технічної оснащеності підприємства, рівень механізації праці, прогресивність техніки та обладнання, що застосовуються на підприємствах, характер технологічних процесів та їх прогресивність, рівень продуктивності праці, обсяг і склад виробленої продукції, послуг і товарообігу, сума і рівень витрат виробництва і обігу, в тому числі співвідношення між змінними і постійними витратами, обсяг активів підприємства, їх структура, віддача і інші фактори.

Основними напрямами підвищення рівня рентабельності підприємств є [1, с. 95]:

– проведення серйозних маркетингових досліджень та прогноз кон'юнктури ринку;

– визначення своєї ніші на ринку і споживачів своєї продукції і послуг;

– збільшення виручки підприємства, яка має великий вплив на прибуток.

Підвищенню рентабельності підприємства сприяє:

– впровадження прогресивних технологій в галузі організації виробництва і обслуговування споживачів товарів і послуг;

– вдосконалення організації виробництва та якості обслуговування;

– підвищення технічної оснащеності підприємств та продуктивності праці;

– впровадження прогресивних інформаційних технологій;

– здійснення режиму економії на підприємствах;

– стимулювання збуту продукції та послуг;

– вдосконалення системи організації та оплати праці працівників, підвищення мотивації праці та ряд інших.

Одним з сучасних напрямів підвищення рентабельності є використання методу «витрати – випуск». За цим методом загальний результат роботи підприємства визначається шляхом підсумовування експлуатаційного, фінансового та надзвичайного результатів. По кожному з видів діяльності провадиться порівняння витрат з випуском продукції (реалізацією), доходами і визначається кінцевий результат. Це надає можливість аналізувати кожний фактор впливу, визначити «вузьке» місце та обрати напрями покращення діяльності і підвищення рентабельності.

Література.

1. Свірідова С.С. Оцінка факторів впливу на рентабельність підприємства / С.С. Свірідова, О.О. Пожар // Молодий вчений. – 2014. – № 11 (14). – С. 93-96.

2. Турчиняк Ю.Б. Прибуток підприємства та чинники, що впливають на його розвиток / Ю.Б. Турчиняк // Науковий вісник. – 2008. – С. 272-274.