

Керівництву не слід забувати, що вибір дивідендної політики впливає на трудову активність персоналу підприємства, додаткову соціальну захищеність працівників та створює позитивний імідж на фінансовому ринку, впливаючи на рівень поточної платоспроможності та ліквідності.

Література

1. Дехтяр Н. А. Фінансовий механізм діяльності суб'єктів господарювання: монографія / Н. А. Дехтяр, О. В. Люта, Н. Г. Пігуль. – Суми: Університетська книга, 2011. – 182 с.
2. Кушнерук А. С. Форми і методи розвитку корпоративних підприємств у західних країнах / А. С. Кушнерук // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 2. – С. 100–108.
3. Сірко А. В. Проблеми корпоративної культури в період трансформування економіки / А. В. Сірко, Н. М. Найди // Регіональні перспективи. – 2009. – № 2-3. – С. 123–124.
4. Управління фінансами акціонерних товариств: навч. посіб. / Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України»; [С. В. Леонов, Н. Г. Пігуль, І. М. Боярко та ін.]. – Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2013. – 305 с.
5. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / За заг. ред. Терещенка О. О. – К.: КНЕУ, 2006. – 312 с.

Бачинський В. О., ст. гр. ФСГм-11
Квасовський О. Р., к.е.н., доцент

РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

Рентабельність є одним з основних показників ефективності роботи підприємства, яка характеризує інтенсивність господарювання. Іншими словами, це ступінь прибутковості, вигідності, дохідності.

Рентабельність вимірюється за допомогою цілої системи відносних показників, що характеризують ефективність роботи підприємства в цілому, прибутковість різних напрямів діяльності (виробничої, комерційної, інвестиційної тощо), вигідність виробництва окремих видів продукції (робіт, послуг). Показники рентабельності більш повно, порівняно з абсолютним обсягом прибутку, характеризують остаточні результати господарювання, тому що їх величина відображає співвідношення ефекту з вкладеним капіталом або спожитими ресурсами [2, с. 209].

Показники рентабельності, зазвичай, використовуються для оцінки діяльності підприємства, а також як інструмент для вибору виважених управлінських рішень в інвестиційній політиці та ціноутворенні. Вони належать до похідних від прибутку відносних індикаторів, що дають змогу оцінювати результативність вкладених коштів, використовуються в економічних розрахунках і фінансовому плануванні.

На рівень показників рентабельності впливає багато чинників, що характеризують різні аспекти діяльності підприємства. Регулюючи вплив чинників з урахуванням їхнього взаємозв'язку, можна досягти бажаного рівня рентабельності.

Всі фактори, що впливають на рентабельність суб'єкта господарювання, можуть бути розділені на дві групи:

1) фактори зовнішнього середовища (об'єктивні): 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 та комерційних банків; тарифи на товари та послуги, що надаються іншими суб'єктами господарювання; ціна на сировину та товари для підприємств;

2) фактори внутрішнього середовища (суб'єктивні): тип і категорія підприємства та, відповідно, розмір націнки на сировину, продукти та послуги, що встановлюються підприємствами; рівень продуктивності праці; обсяг і склад виробленої продукції, послуг і товарообігу; сума та рівень витрат виробництва й обігу, в тому числі співвідношення між змінними та постійними витратами; обсяг активів підприємства, їхня структура, віддача та інші фактори [3, с. 95].

Основними напрямками підвищення рентабельності є: проведення ґрунтовних маркетингових досліджень і прогнозування динаміки кон'юнктури ринку, визначення «ніші» компанії на ринку та контингенту споживачів її продукції та послуг, збільшення виручки підприємства, обсяг якої істотно впливає на прибуток.

Для підвищення рентабельності підприємства потрібно збільшувати прибуток, адже два згадані показники перебувають у прямій взаємозалежності. Це можна досягнути такими методами:

- підвищенням конкурентоспроможності власної продукції за рахунок зменшення частки пасивної частини основних засобів у їхній загальній вартості та зменшення адміністративно-управлінських витрат [4, с. 135];

- скороченням усіх витратних статей, а саме: зменшенням витрат на виробництво та реалізацію продукції;

- найдоцільнішим розміщенням (вкладенням) одержаного раніше прибутку з точки зору досягнення максимального ефекту;

- покращенням маркетингу, що пов'язане з коригуванням стратегії і тактики маркетингу;

- усуненням каналів втрати прибутку (виплата різних штрафів, пені, неустойок тощо).

Не варто забувати і про виявлення резервів, які не були використані підприємством у базовому періоді для зростання прибутку, а саме за рахунок: ліквідації непродуктивних і понаднормативних витрат, що відносяться на

собівартість реалізованої продукції, та структурних зрушень в її асортименті в бік випуску більш рентабельної продукції [1].

У підвищенні рівня рентабельності величезну роль також відіграють трудові ресурси, з цього випливає, що на підприємстві обов'язково потрібно удосконалювати рекрутингову роботу відділу кадрів у контексті концентрації уваги на професійних якостях працівників, їхньому умінні працювати з колективом, ставленні до своїх функціональних обов'язків.

Таким чином, підприємства повинні постійно вести активний пошук можливих шляхів модернізації виробництва, підвищення конкурентоспроможності власної продукції, що сприятиме зростанню прибутку та рентабельності таких суб'єктів господарювання.

Література

1. Гавалешко С. В. Рентабельність підприємства та шляхи його підвищення [Електронний ресурс] / С. В. Гавалешко // Економікс. – 2012. – № 10. – Режим доступу: www.rusnauka.com/10_DN_2012/Economics/10_106158.doc.htm.
2. Проскурович О. В. Моделювання рентабельності діяльності підприємства / О. В. Проскурович, А. Ю. Басс // Вісник Хмельницького національного університету. – 2015. – № 3. – С. 209–212.
3. Свірідова С. С. Оцінка факторів впливу на рентабельність підприємства / С. С. Свірідова, О. О. Пожар // Молодий вчений. – 2014. – № 11. – С. 93–96.
4. Швиданенко Г. О. Сучасна технологія діагностики фінансово-економічної діяльності підприємства / Г. О. Швиданенко, О. І. Олексюк. – К.: КНЕУ, 2002. – 192 с.

Берега І. П., ст. гр. ФСТзмл-21

Спасів Н. Я., к.е.н., доцент

ЗНИЖЕННЯ ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА У ПРОЦЕСІ ЇХ ОПТИМІЗАЦІЇ

Величина витрат виробництва та собівартості продукції значною мірою впливає на розмір прибутку, рівень рентабельності підприємства та ефективність фінансово-господарської діяльності, тобто на його фінансові результати. Разом з тим, у процесі дослідження витрат виробництва доцільно звернути увагу на певні особливості їх формування. Перший за все те, що у їх формуванні прослідковується періодична змінність (динамізм). Це пов'язано із змінами функціонування ринку, що, у свою чергу, обумовлює коливання величини цін, зміни в асортименті продукції, системи нормування витрат підприємства тощо. Другою характеристикою витрат є їх різноманітність. Серед досить значної їх кількості кожен вид витрат має окремий ступінь впливу на результати фінансово-господарської діяльності підприємства [1, с. 245].

В західній економічній теорії переважає думка про те, що в основі виробничих витрат підприємства лежать критерії «обмеженості економічних