

1. Артеменко Л. П. Наукові підходи до стратегічної ефективності підприємства / Л. П. Артеменко // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. – 2014. – № 2(2). – С. 115–119. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/pirpr_2014_2\(2\)_25](http://nbuv.gov.ua/UJRN/pirpr_2014_2(2)_25).
2. Горбашко, Е. А. Управление конкурентоспособностью. Теория и практика : учебник для магистров / под ред. Е. А. Горбашко, И. А. Максимце-ва. – М. : Издательство Юрайт, 2014. – 447 с. – Серия : Магистр.
3. Казачков І.О. Сутнісний підхід до оцінки ефективності реалізації маркетингових стратегій / І.О. Казачков // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». – Харків: НТУ «ХПІ». – 2010. – № 58. – С. 36–42
4. Максименко Д.В., Чекан Ю.Ю. Збалансована система показників у системі стратегічного управлінського обліку Науковий вісник Мукачівського державного університету Економічні науки Журнал наукових праць №21(16) 2016 р. – С. 209–215
5. Шишкова Е.А. Способы оценки эффективности реализации стратегии развития компании // Экономический журнал. 2012. №26. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sposoby-otsenki-effektivnosti-realizatsii-strategii-razvitiya-kompanii>

ОЦІНКА ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА АДМІНІСТРУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ БІЗНЕСУ

Н.С. Артамонова, к. е. н., доцент

К. П. Мунтян, студентка

Одеський національний політехнічний університет
м. Одеса

Кінцевою метою діяльності підприємства в ринкових умовах є отримання прибутку. Прибуток є основним джерелом фінансування розвитку підприємства, удосконалення його матеріально-технічної бази, забезпечення всіх форм інвестування. Характеризуючи перевищення надходжень над витратами, прибуток виражає мету підприємницької діяльності і є головним показником її результативності (ефективності) [1].

На сьогодні актуальними є проблеми рівня прибутковості підприємств та можливості використання фінансових результатів для розвитку діяльності суб'єктів господарювання. Станом на 2016 рік кількість підприємств, які отримали прибуток, склала 73 % від загальної кількості з сукупним фінансовим результатом розміром 396,7 млрд. грн. Сукупні збитки решти суб'єктів господарювання протягом того самого періоду склали 367 млрд. грн, що є значно меншим аналогічного показника у 2015 році, який склав 726,5 млрд. грн. У 2015 році через економічну та політичну кризи збитки більшості підприємств значно перевищували прибутки, що негативно вплинуло на розвиток національної економіки. Враховуючи значну частку збиткових підприємств, досягнення високого рівня прибутковості на сьогодні є однією з актуальних проблем української економіки (табл. 1).

Таблиця 1 – Фінансові результати великих та середніх підприємств України за січень – вересень 2017 року (за даними Державної служби статистики) у млн. грн.

	Фінансовий результат (сальдо)	Підприємства, які одержали прибуток		Підприємства, які одержали збиток	
		У % до загальної кількості	Фінансовий результат	У % до загальної кількості	Фінансовий результат
До оподаткування	237767,9	70,3	368629,9	29,7	130862,0
Після оподаткування	158849,8	69,7	274839,1	30,3	115989,3

Проаналізувавши дані з таблиці, можна сказати, що на сьогодні дуже важливо під час стратегічного планування врахувати всі фактори зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства та аспекти подальшого розвитку для повного і обґрунтованого визначення величини прибутку підприємства та забезпечення певного рівня прибутковості [2].

Для оцінки прибутковості діяльності підприємства економісти використовують декілька показників прибутку та рентабельності. Прибуток виражає абсолютний ефект без урахування використаних ресурсів. Тому для аналізу його доповнюють показником рентабельності [1]. Рентабельність – це відносний показник інтенсивності виробництва, який характеризує рівень окупності (прибутковості) відповідних складових процесу

виробництва або сукупних витрат підприємства. З іншого боку, рентабельність – якісний вартісний показник, який показує рівень віддачі витрат або ступінь використання існуючих ресурсів у процесі виробництва і реалізації товарів (робіт і послуг). Це не просто статистичний, розрахунковий параметр, а складний комплексний соціально–економічний критерій. На відміну від прибутку, він характеризує ефективність фінансової діяльності будь–якого конкретного економічного суб'єкту, щодо всіх інших (індивідуальних підприємств, організацій, регіонів, окремих країн і світу в цілому), незалежно від розмірів і характеру економічної діяльності. Дана якість надає рентабельності, з одного боку, форму економічної категорії, що виражає економічні відносини між економічними суб'єктами з приводу результативності використання факторів капіталу, а з іншого – характер об'єкта й інструмента фінансового менеджменту.

Показники рентабельності характеризують ефективність роботи підприємства в цілому, прибутковість різних напрямків діяльності (операційної, фінансової, інвестиційної); вони більш повно, ніж прибуток, характеризують узагальнюючі результати господарювання. Для успішного розвитку будь–якого підприємства необхідно вивчати співвідношення об'єму виробництва (реалізації) продукції з витратами і прибутком, тому дуже важливим моментом у діяльності підприємства є виявлення та кількісне вимірювання впливу факторів на показники прибутковості підприємства, пошук резервів зростання рентабельності роботи підприємства та обґрунтування і розробка заходів щодо використання виявлених резервів [3].

Розрізняють такі показники рентабельності:

- рентабельність активів (відношення прибутку до оподаткування за рік до середньої суми активів за річним балансом);
- рентабельність власного капіталу (відношення прибутку після оподаткування до розміру власного капіталу);
- рентабельність інвестицій (відношення прибутку після оподаткування до обсягу інвестицій);
- рентабельність реалізованої продукції (відношення прибутку від операційної діяльності до повної собівартості продукції);
- рентабельність продажу (відношення прибутку від операційної діяльності до чистого доходу) [1].

Резерви збільшення сум прибутку та рентабельності пов'язані з напрямками господарювання підприємства. Для керівників і відповідних спеціалістів, важливим є детальне значення масштабів дії, форм контролю та використання найбільш істотних внутрішніх і зовнішніх чинників ефективності на різних рівнях управління діяльністю підприємства. Процес накопичення прибутку відбувається під впливом факторів внутрішнього та зовнішнього характеру. Внутрішні фактори впливу на прибуток підприємства – це фактори, які залежать від діяльності підприємства: обсяг діяльності підприємства, стан та ефективність використання ресурсів підприємства, рівень доходів, рівень витрат, ефективність цінової та асортиментної політики. Зовнішні фактори впливу на прибуток підприємства – це фактори, які не залежать від діяльності підприємства: державне регулювання цін в сучасних умовах на товари, які входять до споживчого кошика, подорожчання послуг інших галузей народного господарства, система оподаткування, зміна нормативних документів по кредитуванню, збільшення облікової ставки за користування кредитними, політика держави по формуванню доходів, відсутність індексації доходів населення залежно від темпів інфляції.

Для того щоб рівень прибутковості покращувався, на підприємстві повинні проводитися наступні заходи:

- організаційні (удосконалення виробничої структури, удосконалення організаційної структури управління, диверсифікація виробництва, реструктуризація виробництва тощо);
- технічні (оновлення техніко–технологічної бази, переозброєння виробництва, вдосконалення виробів, що виробляється)
- економічні важелі та стимули (удосконалення тарифної системи, форми і системи оплати праці, прискорення обігу оборотних коштів тощо). Якщо почати проводити зміни не в такому порядку, то позитивні зрушення у ефективності діяльності будуть малопомітними, або відсутніми взагалі [3].

Ці заходи потребують ретельного адміністрування як з боку керівництва підприємства, так і з позиції забезпечення державного регулювання бізнесу.

Безпосередньо управління фінансовим результатом діяльності підприємства здійснюється шляхом послідовного виконання обов'язкових етапів таких, як:

- 1) визначення необхідного розміру фінансового результату з урахуванням цілей підприємства;
- 2) аналіз поточного стану та виявлення зовнішніх та внутрішніх факторів, які впливають на їх зміни;
- 3) розрахунок планових величин фінансових результатів, що найповніше відповідає цільовим настановам;
- 4) розробка певних заходів для досягнення запланованих цілей;
- 5) моніторинг усіх вищесказаних етапів та внесення коригувань у ході виконання запланованих заходів [4].

Будучи джерелом виробничого і соціального розвитку, прибуток займає провідне місце в забезпеченні самофінансування підприємств, можливості яких багато в чому визначаються тим, наскільки доходи перевищують витрати. Проте, для оцінки ефективності роботи підприємства недостатньо використання показника прибутку, оскільки його наявність ще не означає, що підприємство працює добре. Для покращення

показників рентабельності як головних коефіцієнтів прибутковості господарської діяльності, потрібно, перш за все, розширювати обсяги виробництва та знижувати собівартість продукції; розширювати, орієнтуючись на ринок, асортимент та підвищувати якість продукції, впроваджувати заходи по підвищенню продуктивності праці своїх працівників; доцільно будувати договірні відносини з постачальниками і споживачами; вміло розміщувати отриманий раніше прибуток для досягнення оптимального ефекту та з максимальною віддачою використовувати потенціал, що є в розпорядженні підприємства (у тому числі фінансові ресурси).

Література:

1. Показники прибутковості. Їх економічна сутність і особливості [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://referat-ok.com.ua/ekonomichna-teoriya/pokazniki-pributkovosti-jih-ekonomichna-sutnist-i-osoblivosti>
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. К.Г. Міщенко. Прибутковість підприємства та шляхи її підвищення // Международный научный журнал «Интернаука» // № 2 (24), 2 т., 2017
4. В. Тимкован. Управління фінансовими результатами діяльності підприємства [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/1489098348253.pdf>

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ТРАНСПОРТНО-ЕКСПЕДИТОРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

О.І. Продіус, к.е.н., доцент

Ю.О. Цуркаль

Одеський національний політехнічний університет
м. Одеса

Транспортно-експедиторська діяльність в сучасних умовах в Україні є антимонопольною, і ведення бізнесу відбувається в умовах жорстокої конкуренції за клієнтів і вантажопотоки, як всередині галузі, так і між перевізниками. Саме в умовах такої жорсткої конкуренції компанії борються за підвищення якості транспортного обслуговування, оскільки це один з головних чинників, що впливають на утримання конкурентних позицій, або розширення ринку збуту.

Проблема управління конкурентоспроможністю транспортно-експедиторської компанії є відносно новою, серед дослідників, що займаються дослідженням даної проблеми, можна виділити таких як Є.В. Бабкін, І.В. Мальцев, А.В. Макаренков, А.В. Болдирев, Е.В. Макашина, Н.П. Белозерцева, М.С. Ярайкіна.

У сучасних умовах розвитку економіки, загострюється конкуренція на ринку транспортних послуг, і тому дуже актуальною стає проблема покращення якості і комплексності транспортного обслуговування підприємств, зниження транспортних витрат економіки. В цих умовах зростає роль спеціалізованих транспортно-експедиторських фірм та компаній, які беруть на себе функції координатора логістичного процесу товароруку.

Транспортно-експедиторська послуга – робота пов'язана з організацією і забезпеченням перевезень експортного, імпортного, транзитного або іншого вантажу за договором транспортної експедиції. Займатися таким видом діяльності, як надання послуг з транспортної експедиції, можуть суб'єкти господарювання різних форм власності, як юридичні особи, так і фізичні особи-підприємці. Суб'єкти господарювання, які займаються цим видом діяльності, іменуються експедиторами. Сфера діяльності по наданню клієнту транспортно-експедиторських послуг включає такі види перевезень, як експорт з України, імпорт до України, транзит по території України або по території інших держав, внутрішні перевезення по території України. Для ефективного розвитку системи ТЕО необхідна система інформаційного забезпечення [1].

Конкурентоспроможність транспортно-експедиційного підприємства полягає в можливості займати і утримувати певну ринкову нішу в сфері послуг. Бути конкурентоспроможним – це перш за все забезпечити високу якість транспортно-експедиційних послуг з урахуванням всіх їх споживчих сторін. Одним з головних показників якості транспортно-експедиційних послуг є їх безвідмовність. Конкурентоспроможність транспортно-експедиційних підприємств можна характеризувати і як сукупність споживчих властивостей послуги, що характеризує їх відмінність від послуги конкурента за ступенем відповідності конкретним потребам, з урахуванням витрат на їх задоволення, співвідношення ціни і споживчих якостей послуги.

При розробці заходів щодо підвищення конкурентоспроможності необхідно виходити з вимог клієнтури, основні з яких зводяться до: своєчасності доставки товару (вантажу); забезпечення збереження вантажу при транспортуванні і виконання вантажно-розвантажувальних робіт, економічності доставки, готовності транспортних і експедиційних підприємств прийняти на себе функції по збуту продукції, проміжного зберігання, пакування та іншими операціями і послуг.