

МЕТОДИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах господарювання прибутковість діяльності підприємства є результатом використання відповідної моделі бізнесу. Для успішного функціонування кожне підприємство має не лише забезпечувати отримання прибутку, а й одночасно виконувати щонайменше дві функції: забезпечувати платоспроможність підприємства за рахунок ефективної поточної діяльності і підвищувати потенціал підприємства за рахунок оновлення технології, виробничих потужностей, продукції, тобто розвивати підприємництво.

До пріоритетних методів та інструментів забезпечення прибутковості підприємства слід віднести: інструментарій діагностики ефективності діяльності, факторного аналізу рентабельності, кластерного аналізу для дослідження фінансових результатів діяльності підприємства; технологію оцінки результативних показників; економіко-математичне моделювання управління прибутковістю; показники взаємозв'язку прибутковості і фінансової безпеки підприємства. При розробці виробничої програми і цінової політики слід враховувати всі можливі комбінації «обсяг реалізації – ціна», в процесі реалізації яких формується певний обсяг чистого доходу. Зростання ціни за фіксованого обсягу реалізації тотожне зростанню обсягу виробництва та фіксованої ціни. Також слід враховувати, по-перше, що за достатньої ємності ринку зменшення ціни при зростанні обсягу виробництва може забезпечити абсолютне і відносне зростання прибутку, а по-друге, що на обсяг беззбитковості позитивно впливає загальне зменшення витрат (і постійних, і змінних). З метою ефективного управління підприємством показники рентабельності за економічним змістом згруповано таким чином: показники окупності витрат підприємства, що відображають віддачу кожної гривні витрат; показники рентабельності продажу, що показують величину прибутку підприємства з кожної гривні доходу; показники доходності капіталу, що відображають віддачу кожної гривні капіталу, що належить підприємству. До показників, розрахунок яких базується на витратному підході відносяться: рентабельність окремих видів продукції, рентабельність операційної діяльності, рентабельність інвестиційної діяльності і окремих інвестиційних проектів, рентабельність звичайної діяльності. Показники рентабельності продажу окремих видів продукції загальної рентабельності продажу відображають співвідношення прибутку і виручки від реалізації

продукції. Третя група показників рентабельності охоплює показники рентабельності сукупних активів, операційного капіталу, власного капіталу.

У системі управління підприємством, зокрема прибутковістю, прогнозування займає особливе місце, оскільки дає можливість отримання науково обгрунтованого висновку про його можливий фінансовий стан, термін досягнення бажаного стану, альтернативні шляхи розвитку фінансово-економічної діяльності. Однак через нестабільність економічної ситуації в Україні прогнозування діяльності підприємства та його фінансових результатів з погляду їхніх майбутніх змін стає не просто додатковим інструментом планування, а необхідною умовою виживання у сучасному мінливому середовищі. Для прогнозування майбутнього розвитку подій потрібно дотримання загальноекономічних принципів: первинності та реальності – при розрахунку прогнозних показників відповідно до планових цілей і очікуваних імовірних змін у середовищі діяльності підприємства, науковості – для врахування об'єктивних законів розвитку, оптимальності – при виборі найкращих прогнозних показників із усіх можливих альтернатив відповідно до визначених критеріїв оптимізації.

Оцінювання запропонованих альтернатив здійснюється за результатами прогнозування з метою обрання найкращої альтернативи. Для цього важливим є врахування принципів: гнучкості – при визначенні можливостей щодо коригування планів відповідно до передбачуваних чи непередбачуваних змін у середовищі; науковості – для врахування досягнень у техніко-технологічній сфері та управлінні; адаптивності – у пристосуванні діяльності підприємства до умов зовнішнього середовища; ефективності – при розрахунку економічного ефекту від запропонованих альтернатив.

Оскільки ринкову ситуацію на короткий період спрогнозувати важко, а використання трендового моделювання в короткостроковому періоді не дасть бажаного ефекту, вважаємо, що у цьому разі доцільно використовувати адаптивні ситуаційні методи. Основною властивістю таких методів є зміна коефіцієнтів побудованої моделі під час надходження нової інформації, тобто адаптація моделей до нових даних.

Література

1. Андріяш А.С. *Особливості управління прибутком підприємства* / А.С. Андріяш, А.Ю. Моголова // *Молодий вчений*. – 2014. – № 6(1). – С. 68–70.
2. Гайбура Ю.А. *Управління прибутковістю підприємства та шляхи її підвищення* / Ю.А. Гайбура // *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. Випуск 14. Частина 2. – 2015. – С. 127–130.