

4. Базилевич В.Д. Інтелектуальна власність: підручник. К.: Знання, 2008. 481с.

УДК 338.314

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Шахно А.Ю., д.е.н., доцент, завідувач кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Стрельчук А.М.**, здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна.

Вступ. В сучасних кризових умовах господарювання, коли зростає конкуренція, одним з важливих показників діяльності підприємства є рентабельність. Мета кожного підприємства - отримати дохід від вкладеного капіталу у виробництво. Рентабельність дає змогу оцінити чи правильно працює підприємство, та чи окупаються кошти, вкладенні у ресурси. Актуальність дослідження шляхів підвищення рентабельності на підприємстві зумовлена фінансово-економічною кризою, яка поширюється під впливом всесвітньої пандемії COVID-19. Будь-який комерційний, інтелектуальний або господарський проект має на меті вкладення ресурсів й отримання прибутку, тому розраховувати дохід з урахуванням усіх факторів, що впливають на нього, необхідно ще на стадії планування економічної діяльності.

Мета роботи. Визначити основні шляхи підвищення рентабельності як головного індикатора ефективності діяльності підприємства в сучасних кризових умовах господарювання.

Матеріали та методи. Проблемі пошуку шляхів підвищення рентабельності підприємства приділяли увагу багато відомих науковців, а саме: І.В. Алексєєв, І.А. Бланк, О.М. Гриньова, А. Г. Загородній, Г.Г. Кірейцев, В.В. Ковальов, А.С. Мороз, М.К. Пархомець, А.М. Поддєрьогін, С.Ф. Покропивний, Г.В. Савицька, Н. В. Тарасенко, М. В. Тітов, М. Г. Чумаченко та ін.

Але в кризових умовах господарювання підприємства потребують пошуку нових підходів до зростання рентабельності та шляхів підвищення ефективності фінансово-економічної діяльності.

Результати. Рентабельність – це відносний показник результатів діяльності підприємства, показник прибутковості, який показує ефективність виробництва. Об'єктивно існують два шляхи підвищення рентабельності:

1. Зниження витрат.
2. Збільшення прибутку.

Вважається, що підвищити рентабельність можна знизивши собівартість і розширивши збут. Насправді для ефективного контролю прибутковості необхідний облік багатьох факторів: внутрішніх і зовнішніх. З цієї причини розрізняють специфічні показники рентабельності: продажів, активів, виробництва, власного і позикового капіталу, основних засобів та інші.

Ці два шляхи підвищення ефективності виробництва вирішуються такими загальними методами, як: впровадження інновацій, диверсифікація матеріальних потоків, оптимізація кредитної політики й оподаткування тощо. Активи також використовуються з більшою або меншою прибутковістю. Проведення фінансових операцій (наприклад, на фондовому або кредитному ринку) може сприяти збільшенню загальної рентабельності підприємства. З усього перерахованого вище можна зробити висновок про те, що крім загальної рентабельності, необхідний її аналітичний облік за окремими напрямками й аспектами фінансово-господарської діяльності підприємства [1].

Одним з важливих методів підвищення рентабельності виробництва є зниження собівартості продукції. Йому сприяють внутрішні й зовнішні чинники. До перших, внутрішніх, відноситься все, на що менеджмент підприємства може вплинути: створення оптимальної системи управління, рівень автоматизації, технології, способи контролю якості, раціоналізація виробничих процесів і т. д.

До зовнішніх факторів належать обставини, невіддільні керівникам окремо взятого підприємства: податкова політика держави, зміни цін на

сировину, ринкова кон'юнктура, тарифи перевізників і постачальників необхідних послуг та ін. На зовнішні фактори вплинути не можна, але їх неодмінно слід враховувати при плануванні виробництва, формуванні асортименту й інших заходах, що сприяють максимізації прибутку. Також сюди можна віднести зниження цін на продукцію, так як це дає змогу підприємству підтримувати низькі витрати. Споживачі надають перевагу дешевим і доступним товарам [2].

Отже, для збільшення прибутку необхідно вжити таких заходів:

- збільшити ціну при тих же витратах;
- зменшити собівартість продукції, не зменшуючи ціну;
- підвищити якість продукції (що збільшить попит на продукцію й сприятиме зростанню прибутку) [3].

З нашої точки зору, один з не менш важливих факторів є поліпшення або розробка маркетингової політики фірми. Для цього використовують такі інструменти: акції, реклама у соцмережах, банери тощо. Всі запропоновані заходи сприятимуть зростанню прибутку, а з цим й підвищенню рентабельності підприємства.

Висновки. Таким чином, існує багато шляхів підвищення рентабельності на підприємстві, але об'єктивно їх можна поділити на: зниження витрат та збільшення прибутку. Ці два шляхи можна вирішити загальними методами, такими як: впровадження інновацій, підвищення якості продукції, збільшення асортименту, поліпшення або розробка маркетингової політики фірми, проведення фінансових операцій, більш ефективне використання вторинних ресурсів, застосування сучасних технологій, які призводять до зниження енергомісткості виробництва тощо. Але потрібно розуміти, що високі показники рентабельності не завжди відповідають найвигіднішим сферам бізнесу. Для розрахунку оцінки діяльності підприємства існує багато різних інструментів визначення стійкості та стабільності положення компанії на ринку: розрахунок фінансової стійкості, ліквідності, прибутковості та інші.

Отже, аналізування показників прибутковості підприємства, зокрема, рентабельності дає можливість визначити ефективність вкладених фінансових ресурсів у виробничо-господарську діяльність підприємства, раціональність та оптимальність їх використання.

Список літератури.

1. Чигріна К.О. Рентабельність підприємства та шляхи її підвищення. *Науковий огляд*. 2015. Том 2. № 12. URL: <https://naukajournal.org/index.php/naukajournal/article/view/421> (дата звернення: 21.03.2021).

2. Шахно А.Ю., Царенко В.О. Основні напрями оптимізації витрат на підприємстві *Актуальні економіко-правові, соціальні та екологічні аспекти розвитку промисловості та суспільства: матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції* (Кривий Ріг, 1–31 березня 2020 року). Кривий Ріг: КНУ, 2020. С.52-56.

3. Бочкарьова Т.О., Кулинич Р.О., Пігуль Н.Г. Показники рентабельності підприємств різних галузей України та шляхи підвищення їх рівня. *Економіка і суспільство*. 2017. №10. С. 188-193. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/10_ukr/35.pdf (дата звернення: 23.03.2021).

УДК 330.322:331.101.262

ІНВЕСТУВАННЯ В ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ЯК ЧИННИК ЗРОСТАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Шахно А.Ю., д.е.н., доцент, завідувач кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Федоренко Т.В.**, здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна

Вступ. В умовах розвитку науково-технічного та соціально-економічного прогресу погляди науковців на фактори економічного зростання та росту продуктивності людських ресурсів поступово змінюються. У сучасному світі