

РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

Кубатко В. В.

Підвищення своєї рентабельності є основною метою діяльності підприємств. Для оцінки асортиментної політики підприємства використовується ціла система показників, в тому числі і отримання максимуму прибутку.

Прибуток – перетворена форма додаткової вартості, в якій виражаються відносини між власниками засобів виробництва і найманими працівниками з приводу його створення та привласнення.

Концентрація зусиль на прибутковості як на першочерговій цілі неминуче породжує особливий тип керівництва. Підприємство в умовах ринку у своєму прагненні максимізувати прибуток володіє чотирма ступенями свободи: встановлення цін, урахування витрат, формування обсягів продукції, розробка асортиментних груп продукції.

На рентабельність підприємства впливають зміни обсягів реалізованої продукції, зміни вартості активів за рахунок прискорення їх оборотності. Практичних варіантів формування динаміки та рівня рентабельності може бути багато, у тому числі і цінові показники, зміни структури реалізованої продукції, оборотність активів і відсоток чистого прибутку на 1 грн. реалізації. Однак зміна цін – тимчасовий фактор. Більш надійним є зменшення витратності продукції, тобто внутрішньовиробничі резерви підвищення рентабельності.

В умовах ринку виробники змагаються за те, щоб найповніше задовольнити вимоги покупця, споживача. Лише в цьому разі вони можуть процвітати як виробники і отримувати прибуток.

У цих напрямках розробляють свою політику конкурентні фірми в залежності від моделі ринкової конкуренції. При цьому чиста конкуренція найбільше відповідає вимогам ефективності суспільного виробництва.

Резерви збільшення суми прибутку необхідно визначати по кожному виду товарної продукції з урахуванням умов виробництва і її реалізації. Прибуток від реалізації продукції в цілому по підприємству залежить від чотирьох основних факторів, які визначають в подальшому рівень рентабельності та успішності діяльності

підприємства: об'єму реалізації продукції, від її структури, собівартості, рівня середньо реалізаційних цін.

Як фактор росту прибутку потрібно застосовувати оновлення асортименту продукції, ширше використовувати інтелектуальний потенціал виробництва, знижувати фонд заробітної плати та створювати оптимальні умови праці на виробництві.

В ринковій економіці валовий дохід конкурентної фірми зростатиме прямо пропорційно обсягу продажів. Оскільки у короткотерміновому періоді капітал залишається незмінним, то пристосування обсягів виробництва фірми до ринкових умов для максимізації прибутку чи мінімізації збитків досягається маневруванням змінними витратами.

Побудова моделі поведінки виробника вимагає з'ясування механізму пошуку відповіді на такі запитання:

1. Варто чи не варто виробляти продукт?
2. Якщо варто, то скільки?
3. Які прибутки чи збитки принесе це виробництво?

Фірмі варто виробляти певний обсяг продукції, якщо це приносить їй економічний прибуток або якщо збитки будуть меншими, ніж у разі припинення виробництва. Економічний прибуток фірма оперуватиме тоді, коли валовий дохід виявиться більшим, ніж сукупні витрати.

Отже, якщо різниця між валовим доходом та сукупними витратами фірми при якомусь обсязі виробництва має позитивне значення, то фірмі краще виробляти продукцію, ніж припинити виробництво. У цьому випадку вона буде вирішувати питання збільшення обсягів прибутку.

Якщо ж за будь-яких умов та обсягів виробництва сукупні витрати перевищують валовий дохід, треба шукати таке рішення, яке мінімізує збитки. Економіка конкурентних цін спрямована на розподіл ресурсів таким чином, щоб максимізувати задоволення потреб.

Фірма, керуючись мотивом максимізації прибутку, повинна залучати ресурси та виробляти кожен товар до тієї точки, в якій ціна зрівняється з граничними витратами. При цьому потрібно створити систему виробництва, яка буде найбільш ефективною: з одного боку вироблятиме необхідний продукт при найменших витратах, а з іншого – забезпечить оптимальний розподіл обмежених ресурсів між галузями та окремими виробництвами.

Таким чином, аналіз шляхів максимізації прибутку дозволить фірмі досягнути конкурентоспроможності в ринковому середовищі.