

Формування системи стратегічного контролінгу та впровадження його в діяльність підприємства передбачає виконання таких етапів:

перший етап – формування необхідної інформаційної бази контролінгу;
другий етап – оцінювання та прогноз потенційних можливостей підприємства;

третій етап – створення системи взаємопов'язаних стратегічних і операційних цілей підприємства;

четвертий етап – адаптація системи стратегічного контролінгу до умов обраної стратегії з урахуванням визначених цільових показників;

п'ятий етап – формування комплексної системи контролінгу;

шостий етап – впровадження комплексної системи контролінгу [0].

Список використаних джерел:

1. Карцева В. В. Формування системи стратегічного контролінгу підприємства на базі визначення цільових показників. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2012. № 1 (52). С. 184–188.

2. Петренко С. Н. Контроллинг : учеб. пособ.. Киев : Ника-Центр, Эльга, 2003. 328 с.

3. Погостинская Н. Н., Погостинский Ю. А. Контроллинг в системе стратегического управления : монография. Санкт-Петербург : Изд-во МБИ, 2006. 117 с.

ЗАХОДИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

С. А. СИДОРЕНКО, студент
*ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені В. П. Гетьмана»*
03057 Україна, м. Київ, просп. Перемоги, 54
s.anna2013@ukr.net

В сучасних умовах функціонування бізнесу виникла гостра необхідність у набутті нових знань та проведенні досліджень у сфері прибутковості підприємництва, що особливо важливо для забезпечення ефективної роботи підприємств. Основною метою створення та функціонування будь-якого підприємства незалежно від форми його власності та розміру є отримання справедливої нагороди за здійснену діяльність, тобто достатнього розміру прибутку. Прибуток є тією категорією, яка найповніше відображає фінансові можливості підприємства та його здатність до розширення виробничої діяльності підприємства. Зрозуміло, що чим більший прибуток, тим більше можливостей з'являється в підприємства для економічного розвитку та активізації своєї діяльності.

В економічному аналізі результати діяльності підприємства можна оцінити за такими показниками, як випуск, продажі, прибуток і т. д. Однак, коли мова йде про оцінку ефективності підприємства, стає очевидним, що

перелічених характеристик недостатньо, оскільки ті є абсолютними показниками. У зв'язку з цим для того, щоб характеризують ефективність діяльності підприємства в цілому, прибутковість різних сфер виробництва в економічного аналізу, тут використовуються, зокрема, показники прибутковості. Прибутковість в широкому розумінні слова означає ефективність і віддачу. Прибутковість визначається як здатність підприємства генерувати позитивний фінансовий результат від здійснення господарської діяльності, який полягає в перевищенні доходу над здійсненими витратами [1].

Основою прибутковості є сам прибуток, який у цілому й визначає результат фінансово-господарської діяльності підприємств. Отже, прибутковість – це показник, який характеризує ефективність діяльності підприємства з точки зору здатності його приносити прибуток та забезпечувати ефективне відтворення використаних ресурсів. Прибутковість підприємства характеризують за рівнем отриманого прибутку та рентабельністю. Більшість власників бізнесу розуміють прибутковість з фундаментальної точки зору. Якщо дохід від продажів покриває витрати компанії, то вона отримує прибуток. Прибуток означає позитивний грошовий потік. Позитивний грошовий потік допомагає підтримувати роботу бізнесу компанії [2]. Прибутковість, як правило, є однією з основних цілей власників бізнесу. Вони прагнуть отримати прибутковий досвід і заробити на матеріальній вигоді. Однак власники бізнесу не повинні обмежуватися простою сумою, що прибула в грошових одиницях. Основна сума в грошових одиницях не вказує, чому бізнес є прибутковим. Аналіз ключових показників може допомогти власникам бізнесу визначити, чи здорова їх компанія та чи є прибутковість стабільною. Обчислюючи та порівнюючи показники, власники можуть визначити сфери бізнесу, які добре працюють, і ті, які потребують покращення [2].

Загалом, існує три основних способи визначити, чи є ви прибутковим бізнесом: показник рентабельності, маржинальний та багатофакторний аналіз. Також варто взяти до фінансові коефіцієнти, які нададуть компанії точну оцінку прибутковості, але й допоможуть передбачити майбутню прибутковість [3].

Для підвищення рівня прибутковості підприємства можуть впроваджувати такі заходи:

- організаційні (удосконалення виробничої структури, організаційної структури управління, диверсифікація виробництва, реструктуризація виробництва тощо);
- техніко-технологічні (оновлення техніко-технологічної бази, переозброєння виробництва, вдосконалення виробів, що виготовляються);

- економічні важелі та стимули (удосконалення тарифної системи, форми і системи оплати праці, прискорення оборотності оборотних коштів тощо) [2].

Для успішного розвитку будь-якого підприємства та забезпечення ефективності його діяльності необхідно постійно працювати над пошуком

шляхів підвищення його прибутковості. Важливим моментом у діяльності підприємства є виявлення та кількісне вимірювання впливу різних факторів на показники прибутковості, пошук резервів зростання рентабельності роботи підприємства та обґрунтування і розробка заходів щодо використання виявлених резервів. Підводячи підсумки, зауважимо, що підвищення ефективності діяльності підприємств у світі та швидкий розвиток бізнесу підвищує їх прибутковість. В свою чергу для збільшення прибутковості підприємства важливо проводити детальний аналіз його внутрішніх можливостей, тобто розглянути усі резерви зниження собівартості продукції, а також зосередити увагу на взаємодії з ринком, для цього слід детально аналізувати ситуацію на ньому, знайти «свого» споживача та проводити правильну цінову політику.

Список використаних джерел:

1. Дзюбенко Л. М. Методологічні особливості планування прибутковості підприємства: міжвід. наук. збірник. Київ: КНЕУ, 2000. 289с.
2. Каширська О. М. Сутність прибутковості в аналітично-управлінській системі підприємства: науковий вісник. Чернівці, 2008. 340 с.
3. Огійчук М.Ф. Суть прибутку та підходи до методики його визначення: економіка АПК. 2009. 356 с.

ОРГАНІЗАЦІЯ АНАЛІТИЧНОЇ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВА

Г. Г. СОБОЛЄВА, канд. екон. наук, доцент

Б. О. НОЖЕНКО, здобувач вищої освіти
другого (магістерського) рівня

*Харківський національний університет міського
господарства імені О. М. Бекетова
61002 Україна, м. Харків, вул. Маршала Бажанова, 17
soboliva.ag@gmail.com*

Проведення аналітичної роботи на підприємстві спрямоване на забезпечення прийняття ефективних управлінських рішень та запобігання негативним впливам. Для цього необхідно підібрати й оптимально використовувати велику кількість різноманітних показників ефективності, чого одночасно можна досягти лише шляхом глибокого вивчення технології, економіки та організації виробництва, стану бухгалтерського обліку та звітності, особливості взаємозв'язку тем економічного аналізу, а також правильну організацію праці працівників, залучених до економіко-аналітичної роботи на підприємстві. Успішне вирішення завдань вимагає прозорої організації аналітичної роботи. Організацію зазвичай розуміють як створення узгодженої та постійної системи для виконання певної роботи або досягнення певної кінцевої мети [1].