

ринкової економіки використовуються різноманітні методи, серед яких найбільш поширеними є:

1) Метод порівняння спрямований на вивчення всієї сукупності показників і дозволяють дати характеристику рівня ефективності управління діяльністю підприємства безпосередньо по виявлених відхиленнях фактичних значень від базових.

2) Метод угруповань полягає у виділенні серед сукупності досліджуваних підприємств однорідних груп по будь-яким загальним ознакам. Угруповання здійснюється за однією або декількома ознаками. Отримані при цьому результати містять в собі характеристики окремих підприємств як типових представників своєї групи, а також характеристики їх положення як в межах своєї групи, так і серед підприємств, що вивчаються.

3) Метод рейтингової системи є складним і на основі різних аналітичних підходів до їх рейтингу є кілька способів, щоб побудувати рейтинг підприємства: метод створення рейтингу з низкою показників, метод кластерного аналізу, бальний метод.

Для того, щоб повноцінно проаналізувати діяльність підприємства, зробити вірні висновки про його стан, необхідно розглядати всі ці показники в сукупності. Адже якщо той або інший показник залежить від іншого прямо або побічно, його значення змінюється. Тому за 3-5 років можна чітко відстежити ту або іншу динаміку, виявити певні закономірності, сформулювати план дій по усуненню існуючих відхилень.

Необхідно також зазначити, що використання оцінки результативності роботи підприємства тільки фінансових показників не дозволить заздалегідь діагностувати багато проблем (наприклад зниження якості продукції, що випускається, рівень обслуговування клієнтів тощо), тому застосування нефінансових показників мають велике значення для визначення ефективності діяльності підприємства.

Виходячи з того, що найбільш важливим завданням компанії є збільшення вартості капіталу, необхідно враховувати наступне: фінансові показники компанії повинні бути всеосяжними; немає чистого прибутку (грошового потоку) або поверненні інвестиції не повинні «затуляти» інші важливі особистості; вимірювання ефективності бізнесу повинні бути за рахунок використання низьких очікувань, що дані насправді збігаються; розрахунки, особливо в період високої інфляції, не повинні ґрунтуватися на історичній вартості.

Література:

1. Кісіль М.І. Критерій і показники економічної ефективності малого та середнього бізнесу на селі / М.І. Кісіль // Економіка АПК. – 2011. – № 8. – С. 59-64.

2. Бланк И.А. Инвестиционный менеджмент: Учебный курс / И.А. Бланк. - [2-е изд., перераб. и доп.]. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2001.- 448с.

РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ, ЯК ФАКТОР ВІДТВОРЕННЯ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДРАСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

БОВДУЙ А.В.

*Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка*

**Науковий керівник – к.е.н., доцент
Артеменко О. О.**

Основною метою діяльності кожного підприємства є здобуття економічних вигод. Ступінь прибутковості підприємства характеризує рентабельність.

Рентабельність – це якісний, вартісний показник, що характеризує рівень віддачі витрат або ступень використання ресурсів, що наявні на господарстві, в процесі виробництва і реалізації продукції.

Рентабельність характеризує ефективність роботи підприємства, дає уявлення про його спроможність отримувати економічні вигоди від своєї діяльності.

Проблематикою рентабельності в сільському господарстві займалися багато науковців. Зокрема, О.А. Бужин, Р.В. Лавров, Ю.В. Баранчук, Н.М. Буняк, А.А. Мельник, В. Горьовий, П.Т. Саблук.

Вчені розглядали питання рентабельності виробництва різних галузей сільського господарства та надали ряд доречних та ефективних порад щодо підвищення прибутковості.

На рівень рентабельності підприємства впливають ряд зовнішніх і внутрішніх факторів. При визначенні резервів підвищення рентабельності сільськогосподарського виробництва, необхідно визначити розміри грошового виторгу від реалізації та собівартості продукції. Формування собівартості кожного виду продукції має свою специфіку і перелік витрат, що до неї включаються.

Кризовий стан економіки на даний момент зумовлює потребу оперативної оцінювати фактичні та планові показники результатів

економічної діяльності сільськогосподарського виробництва залежно від часового інтервалу та ситуацій, що можуть скластись в процесі виробничого циклу.

Так за даними Державної служби статистики у 2013 році рентабельність сільського господарства склала 11,2%, у тому числі продукція рослинництва 11,1%, а саме зерно – 1,8%, насіння сояшнику 28,8%, цукрові буряки – 2,7%, продукція тваринництва – 11,5%, рентабельним є тільки виробництво молока – 13,7% та яйця – 48%, м'ясо ВРХ, овець та кіз і птиці є нерентабельні останні декілька років -43,5%, -43,4% -9,9% відповідно. На прикладі підприємства ТОВ «Агростет» у відповідному році рентабельність зерна склала -8,4%, а сояшнику – 16%, м'ясо ВРХ – 25,8%, а молока – 71,2%. Це говорить про те, що фактична рентабельність на сільськогосподарських підприємствах є значно нижчою від середньої по країні, тому деякі види виробництва є збитковими для підприємства, таким чином вони несуть збитки і недоотримують прибуток.

Собівартість є вагомою складовою ціни продукції, що безпосередньо впливає на економічну ефективність та конкурентоспроможність продукції. Тому об'єктивний та оперативний аналіз фактичного стану і можливих змін в собівартості продукції, надає більше можливостей прийняття вірних рішень у підтримці необхідного рівня конкурентоспроможності.

Важливим фактором рентабельності є визначення напрямку господарювання, виходячи з наявних ресурсів та ринків збуту.

Іноді підприємства прагнуть підвищити рівень рентабельності за рахунок збільшення урожайності. Маємо не погодитись з таким підходом, адже такий варіант потребує збільшення витрат і не завжди призводить до росту рентабельності. Додаткові вкладання хоч і сприяють зростанню урожайності, але призводять до збитковості виробництва. Така поведінка основних вказує на те, що існує оптимальний рівень урожайності культури і технологічних затрат у цій галузі, параметрів яких необхідно дотримуватись.

Сільськогосподарські товаровиробники повинні значну увагу приділяти питанням планування витрат, виходячи з показників минулих років. При плануванні виробництва нового виду сільськогосподарської продукції ретельно зважити наявні ресурси і можливість їх використання у такому виробництві, враховуючи науково-технічний прогрес (технологію обробки насіння, вирощування саджанців, догляду за тваринами та інші).

Обов'язковим є планування ринків збуту, адже збільшення обсягів продажу призводить до збільшення рентабельності підприємства. Важливо використовувати методику «самострахування», не варто заціклюватись на виробництві одного виду продукції, тому що в розрізі сільськогосподарського виробництва це є нерентабельним.

Отже, визначення резервів підвищення рентабельності сільськогосподарського виробництва зводиться, з одного боку, до визначення резервів збільшення грошового виторгу від реалізації, а з іншого боку – резервів зниження собівартості продукції. Що є важливим фактором відтворення на сільськогосподарських підприємствах, в сучасних умовах їх функціонування.

Література:

1. Бужин О.А. Оперативне визначення динаміки рентабельності та собівартості продукції тваринництва, складових конкурентоспроможності в умовах ринку/О.А. Бужин // Економіка АПК. - 2007. - №4. - С. 71-75.
2. Мельник Л.Л. Прибутковість і рентабельність фермерських господарств в Україні / Л.Л. Мельник // Економіка АПК. - 2009. - № 9. - С. 2-6.
3. Рентабельність сільськогосподарського виробництва у 2010-2013рр. [Електронний ресурс]. - Режим доступу до інформації: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

БОНДАРЕНКО В. В.

*Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка*

Науковий керівник – к.е.н., доцент

Мандич О. В.

Дослідження механізму формування конкурентних переваг сільськогосподарського виробництва в межах бізнес-процесу дозволяє трактувати його як систему взаємопов'язаних, взаємозалежних важелів, методів, способів, регламентів, правил, умов, що впливають на процес виробництва сільськогосподарської продукції.

Економічні інструменти в системі механізму формування конкурентних переваг виконують