

: Екон. науки. Полтава: ПУЕТ, 2019. № 3 (94). С. 38-48. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/58560>

6. Перерва П.Г. Формування системи моніторингу підприємницької діяльності підприємства / П. Г. Перерва, Т. О. Кобелева // Економіка: реалії часу: електрон. наук. вид. 2023. № 1 (65). С. 5-11. URL: <https://economics.net.ua/files/archive/2023/No1/5.pdf>

7. Кобелева Т.О. Комплаєнс як категорія економічної безпеки промислового підприємства // Економіка: реалії часу. 2018. № 6 (40). С. 52-59. URL: <https://economics.net.ua/files/archive/2018/No6/52.pdf>

8. Шаульська Л.В., Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Дослідження впливу підприємницьких ризиків на сталий розвиток // Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит. 2023. № 3 (181). С. 14-23. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/66827>

9. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Методичні засади моніторингу показників енергетичної безпеки в діяльності бізнес-структур // Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит. 2023. № 3(181). С.33-42. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/66824>

10. Перерва П.Г., Борзенко В.І., Кобелева Т.О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/286988829.pdf>

11. Kocziszky G., Veres Somosi M., Kobieliava T.O. Compliance risk in the enterprise // Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність "Форвард-2017": тр. 8-ї Міжнар. наук.-практ. Internet-конф. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. С. 54-57.

12. Шаульська Л.В., Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Формування та використання системи моніторингу підприємницьких ризиків як запорука сталого розвитку бізнес-структур // Економіка і організація управління. 2023. №1(49). С.34-44. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/68529>

УДК 338.45

Шарова С.В.², Волков М.С.²

¹ канд. економ. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

² студ. гр. ФЕУЗ-112М НУ «Запорізька політехніка»

УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ЯК СУБ'ЄКТА ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КРАЇНИ

Якщо темпи продажів підприємства падають, то чи зменшиться відповідно цьому виробництво товарів або підприємство повинно дотримуватися колишніх темпів розвитку, роблячи запас на майбутнє? Або

якщо попит на продукцію сильно і несподівано збільшується, то чи можна з існуючих потужностей зняти більше продукції? Чи повинне підприємство розвивати нові технології, що вимагають значних капіталовкладень, або обмежитися інтенсифікацією праці.

Все це зрештою пов'язано з оцінкою використання ресурсів підприємства. Для оцінки рівня ефективності роботи підприємства одержуваний результат (валовий дохід, прибуток), зіставляється з витратами або використовуваними ресурсами. Порівняння прибутку з витратами означає рентабельність, або, точніше, норму рентабельності.

Рентабельність – це відносний показник, що характеризує рівень ефективності (доходності) діяльності підприємства. Показники рентабельності повніше, ніж прибуток, характеризують кінцеві результати роботи підприємства, оскільки їх величина показує співвідношення прибутку з наявними або використаними ресурсами.

Конкурентоспроможність продукції – це здатність продукції відповідати вимогам конкурентного ринку, запитам покупців порівняно з іншими аналогічними товарами, представленими на ринку. Конкурентоспроможність визначається, з одного боку, якістю товару, його технічним рівнем, споживчими властивостями, а з іншого – цінами, встановленими продавцем товарів. Крім того, на конкурентоспроможність впливає мода, сервіс під час продажу і після нього, реклама, імідж виробника, ситуація на ринку, коливання попиту.

Існує низка коефіцієнтів, які аналізують прибутковість продукції компанії, зокрема валова рентабельність, операційна рентабельність, чиста рентабельність, рентабельність продажів і рентабельність окремих видів продукції. Зміна рентабельності окремих видів продукції, асортименту або структурні зміни в реалізованій продукції можуть призвести до зміни рентабельності продукції компанії в цілому.

Також існує ряд ефективних методів аналізу конкурентоспроможності продукції підприємства та все зводиться до визначення рівня якості продукції, що являє собою кількісну характеристику міри придатності того чи іншого виду продукції для задоволення конкретного попиту на неї порівняно з відповідними базовими показниками цього ж виду продукції, якою вже користується споживач.

Так як рентабельність характеризує ефективність роботи підприємства в цілому, дохідність різних напрямків діяльності (виробничої, підприємницької, інвестиційної), окупність витрат і т. д., в сучасних умовах господарювання, підприємствам необхідно вжити заходів, що сприятимуть зростанню рентабельності їх діяльності. Всі фактори та шляхи підвищення ефективності підприємства можна поділити на внутрішні та зовнішні. Зовнішні фактори не залежать від діяльності підприємства, а формуються під

дією ринкового механізму, законодавчого регулювання, економічної та політичної ситуації в державі.

Для оптимального управління конкурентоспроможністю та рентабельністю продукції необхідним є проведення аналізу зовнішнього середовища підприємства для визначення оптимальних напрямів виробництва продукції, оскільки підприємство «має виробляти те, що продається, а не продавати, те що виробляється». З цією метою здійснюють маркетинговий аналіз, предметом вивчення якого є зовнішнє середовище підприємства, зокрема ринкове.

Активна маркетингова діяльність компанії є одним із найважливіших факторів у визначенні можливостей зростання та підтримки високого рівня конкурентоспроможності продукції. При цьому основні резерви повністю відповідають вимогам споживачів: зниження відпускних цін, підвищення якості продукції, збутового обслуговування тощо.

Максимізація рентабельності та конкурентоспроможності виробництва (особливо продукції) є однією з цілей будь-якого бізнесу. Взагалі кажучи, рентабельність продукту можна підвищити шляхом зміни наступних факторів: обсяг продажів; структура реалізації; ціна продажу; витрати на реалізацію.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Брінь П. В., Мохамад Н. Конкурентоспроможність підприємства: сутність, показники та методичні засади динамічної оцінки. Причорноморські економічні студії. 2021. №64. С. 36–43.

2. Камарчук І. М., Шопський Ф. І., Шевченко О. В. Змістовно-теоретична характеристика міжнародної конкурентоспроможності підприємства. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. 2022. №66. С. 78–84.

3. Мицак О., Ковтун Н., Лихач О. Удосконалення механізму управління фінансовими результатами підприємства. Галицький економічний вісник. Тернопіль : ТНТУ, 2019. Том 56. №1. С. 115–122.

УДК 331.59

Шарова С.В.², Жуков М.А.²

¹ канд. економ. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

² студ. гр. ФЕУ-112М НУ «Запорізька політехніка»

ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

Поняття «рівень життя» населення характеризує ступінь задоволення фізичних, духовних і соціальних потреб людей. Рівень життя населення - це рівень споживання матеріальних благ. Під бідністю розуміється нездатність