

Підприємство може сформувати програму заходів для підвищення інвестиційної привабливості, виходячи зі своїх індивідуальних особливостей та сформованої кон'юнктури ринку капіталу. Реалізація такої програми дозволить прискорити залучення фінансових ресурсів і знизити їх вартість.

Можна зробити висновок, що потреба підприємств в інвестиціях, як джерелі фінансування, дуже висока. Їх залучення, перш за все, дозволить підвищити продуктивність активів, так як знос основних засобів на даний момент на багатьох підприємствах перевищує всі допустимі норми, також допоможе впровадити виробництво нової продукції, що сприятиме отриманню прибутковості (прибутку) і дозволить розвивати інноваційні технології. Але залучити інвестора не можливо без постійної оцінки та аналізу інвестиційної привабливості підприємства, що є обов'язковою умовою розрахунку очікуваної ефективності будь-яких вкладень у цей об'єкт.

Література

1. Урванцева С. В. Інвестиційна привабливість підприємства: сутність та фактори її формування / С. В. Урванцева // Молодий вчений. – 2014. – № 7 (10). – С. 85–89.
2. Чараева М. В. Финансовая оценка инвестиционной привлекательности предприятия / М. В. Чараева // Вестник финансового университета. – 2011. – № 1 (61). – С. 29–33.

Підгрушна Ю. А., ст. гр. ФСГм-21
Налукова Н. І., к.е.н., доцент

ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ЩОДО ФОРМУВАННЯ І ВИКОРИСТАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Діяльність підприємств у сучасних умовах характеризується низьким рівнем рентабельності, що пов'язано зі значною собівартістю продукції та збитковістю окремих виробництв. У цьому аспекті вагомим значення набувають питання, пов'язані з розробкою управлінських рішень у даному напрямку. Управління прибутком підприємства – це одна з ланок роботи, яка спрямована на максимізацію фінансових результатів та покращення фінансового становища.

У процесі управління прибутком підприємства необхідно диференційовано підходити до прийняття управлінських рішень залежно від джерел формування прибутку. Основним джерелом формування прибутку підприємства є виручка від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг). У цьому напрямку варто здійснювати управління валовим прибутком підприємства, який виражає фінансовий результат від основної діяльності.

Вважаючи, що основним абсолютним показником прибутковості підприємства є чистий прибуток, який, окрім того, що показує кінцевий

фінансовий результат діяльності підприємства, ще й виступає основним джерелом формування доходів власників та нарощення активів. Результати управлінського аналізу повинні дозволити прийняти основні управлінські рішення щодо збільшення чистого прибутку, який, окрім зміни прибутку від реалізації, залежить від низки чинників інвестиційної, фінансової та іншої операційної діяльності.

У процесі прийняття управлінських рішень у напрямку збільшення прибутку підприємства вагома роль належить урахуванню впливу всіх чинників як внутрішнього, так і зовнішнього середовища.

Проведений аналіз прибутковості підприємства дає змогу чітко детермінувати різновиди взаємозв'язків між прибутковістю та результативністю діяльності підприємства, що передбачає виокремлення чотирьох типів зв'язків:

1. «Висока результативність – висока прибутковість» – фінансово-економічний стан підприємства, як правило, стійкий, ринкові позиції стабільні, а перспективи реальні. За наявності такої залежності підприємство намагається підтримати такий стан якнайдовше.

2. «Низька результативність – висока прибутковість» – підприємство з таким співвідношенням перебуває у ситуації тимчасового успіху, тобто висока прибутковість не може бути забезпечена у довгостроковій перспективі, поступово низька результативність діяльності нівелює високу продуктивність поточних операцій. Основною метою підприємства з таким типом співвідношення є «створювати власне майбутнє» – підвищувати результативність, а саме конкурентоспроможність продукції.

3. «Висока результативність – низька прибутковість» – характеризує підприємства, які незабаром почнуть працювати збитково, а висока результативність формується за рахунок досягнень минулих періодів чи винятково ринкового становища. Така ситуація характерна на початковому етапі розвитку підприємства або на етапі кардинальних змін. Отже, для підвищення прибутковості таких підприємств менеджери мають спрямувати зусилля на маркетингову діяльність, оптимізувати товарну політику тощо.

4. «Низька результативність – низька прибутковість» – таке співвідношення характерне для підприємства на межі банкрутства, без перспектив виходу з кризового стану в короткостроковій перспективі. Для таких підприємств варто вживати найрадикальніших заходів антикризового менеджменту.

Таким чином, вище зазначене дозволяє свідчити, що отримані результати можуть бути базою для подальших досліджень, спрямованих на формування системи управління результативністю діяльності підприємства і, насамперед, його прибутковістю.