

через участие в политической жизни, поддержку политических и общественных движений, участие в решении региональных проблем экологии, занятости, здравоохранения [4, с. 56].

Выводы. Таким образом, формирование эффективного имиджа туристического предприятия - процесс сложный и многогранный, требующий достаточного количества времени, особого внимания и больших усилий. Туристическое предприятие должно постоянно заботиться о формировании и поддержании благожелательного отношения общества и сотрудников к себе.

Наука создания положительного образа туристического предприятия требует комплексного подхода. Команда профессионалов, работающая над проблемой формирования и поддержания имиджа, должна обладать синтезом знаний в различных областях, таких как психология, дизайн, журналистика и даже физиология человека. Это должна быть команда креативно мыслящих специалистов.

Как показывает практика, только то туристическое предприятие, которое работает над формированием положительного имиджа на постоянной основе может рассчитывать на долговременный успех в условиях жесткой конкуренции и глобализации экономики.

Источники и литература:

1. Ильина Е. Н. Туризм путешествия. Создание туристской фирмы / Е. Н. Ильина. – М. : Финпрес, 2010. – 280 с.
2. Савельев В. Российские бренды : товар, которого нет на мировом рынке туризма / В. Савельев, Е. Борисова, Р. Тюлькова. – СПб. : Турбизнес, 2008. – С. 30
3. Лесник А. Л. Организация управления гостиничным бизнесом / А. Л. Лесник, А. В. Чернышев. – М. : Изд-кий дом «Альпина», 2009. – 400 с.
4. Джи Б. Имидж фирмы : планирование, формирование, продвижение / Б. Джи. – М. : Академия, 2008. – 180 с.

Михайлова В.Є., Абрамський Ю.С.

УДК: 336.671:658

ПРИБУТОК І РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ЯК ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Постановка проблем: Перехід до ринкової економіки вимагає від підприємств підвищення ефективності діяльності підприємства. В умовах, коли підприємства отримали самостійність в управлінні та веденні господарства, право розпоряджатися ресурсами і результатами праці, вони несуть повну економічну відповідальність за свої рішення і дії. Їх благополуччя і комерційний успіх цілком залежать від ступеня ефективності їх діяльності. Головними показниками являються прибуток і рентабельність. Ці два показники повною мірою відображають ефективність роботи підприємства, показують перспективи розвитку її в найближчому майбутньому. Своєчасний розрахунок та аналіз цих показників призведе в майбутньому до стабільного зростання та розвитку підприємства, максимізації прибутку, скорочення витрат обігу і збільшення темпів розвитку.

Мета дослідження: Визначення важливості показників прибутку і рентабельності. Возможные джерела формування прибутку та ефективне використання прібилі. Способи збільшення прибутку і зниження рівня рентабельності.

Основні результати досліджень. З доходами і прибутком підприємства пов'язане вирішення важливих соціальних, економічних, політичних, етичних проблем суспільства як на мікро-, так і на макрорівні. Все це надає цим господарським поняттям підвищену актуальність і значимість. Будь-яке підприємство основною метою своєї діяльності вважає отримання прибутку. Прибуток є одним з фінансових результатів діяльності підприємства і свідчить про його успішної діяльності, яка досягається, якщо доходи перевищують видатки. У зворотному випадку підприємство отримує збиток. Зростання прибутку визначає зростання потенційних можливостей підприємства, підвищує ступінь його ділової активності. За прибутком визначається частка доходів засновників і власників, розміри дивідендів та інших доходів. Прибуток використовується також для розрахунку рентабельності власних і позикових коштів, основних засобів, всього авансованого капіталу і кожної акції. Однак прибуток є не тільки основною метою діяльності будь-якої комерційної організації, але і найважливішою економічної категорії [3].

Прибуток - це грошове вираження основної частини грошових накопичень, створюваних підприємствами будь-якої форми власності.

Господарюючий суб'єкт, як правило, ставить за мету отримання прибутку, але не завжди її витягує. На ринку товарів підприємства виступають як відносно відособлені товаровиробники. Установивши ціну на продукцію, вони продають її споживачу, одержуючи при цьому дохід, що не означає отримання прибутку. Для виявлення фінансового результату від продажу продукції необхідно зіставити валовий дохід з валовими витратами на виробництво й обіг, які приймають форму собівартості продукції. Коли валовий дохід перевищує валові витрати, фінансовий результат свідчить про одержання прибутку. Якщо валовий дохід дорівнює валовим витратам, то відбувається лише відшкодування витрат на виробництво і продаж продукції. Продаж відбулася без збитків, але відсутній і прибуток як джерело виробничого, науково-технічного і соціального розвитку. При валових витратах, що перевищують валовий дохід, підприємство одержує збитки - негативний фінансовий результат, що ставить його в досить складн

становище, не виключає і банкрутство [2].

Оподатковуваний прибуток - це прибуток, який визначається шляхом зменшення суми скоригованого валового доходу підприємства на суму валових витрат підприємства і суму амортизаційних відрахувань.

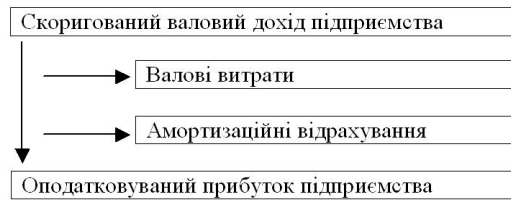


Рис. 1. Формування оподаткованого прибутку підприємства.

Чистий прибуток - це прибуток, що залишається в розпорядженні підприємства після сплати податку на прибуток. Прибуток, що залишається в розпорядженні підприємства, використовується ним самостійно і направляється на подальший розвиток підприємницької діяльності. Ніякі органи, в тому числі державні, не мають права втручатися в процес використання чистого прибутку підприємства. Ринкові умови господарювання визначають пріоритетні напрями власної (чистої) прибутку. Розвиток конкуренції викликає необхідність розширення виробництва, його вдосконалення, задоволення матеріальних і соціальних потреб трудових колективів.

Весь прибуток, що залишається в розпорядженні підприємства, поділяється на дві частини. Перша збільшує майно підприємства і бере участь в процесі накопичення. При цьому не обов'язково весь прибуток, який спрямовується на нагромадження, використовується повністю. Залишок прибутку, не використаної на збільшення майна, має важливе резервне значення і може бути використаний в наступні роки для покриття можливих збитків, фінансування різних витрат. Такий прибуток називається нерозподіленим. Прибуток, використаний на нагромадження, і нерозподілений прибуток минулих років свідчить про фінансову стійкість підприємства, про наявність джерела для подальшого розвитку.

Друга характеризує частку прибутку, що використовується на споживання. Прибуток, спрямована на накопичення і споживання, називається розподіленою. Напрями розподілу та використання отриманого прибутку підприємством визначаються самостійно [2].

Резерви збільшення суми прибутку визначаються за кожним видом товарної продукції. Основними їх джерелами є збільшення обсягу реалізації продукції, зниження її собівартості, підвищення якості товарної продукції, реалізація її на більш вигідних ринках збуту і т.д.

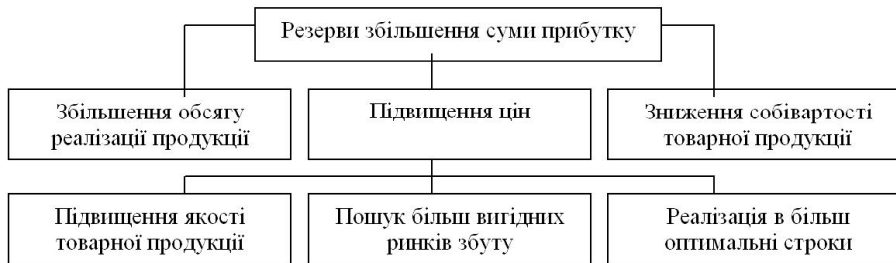


Рис.2. Схема підрахунку резервів збільшення прибутку від реалізації продукції.

Показники рентабельності, застосовувані в економічних розрахунках, характеризують відносну прибутковість. Розрізняють показники рентабельності продукції і рентабельності підприємства.

Рентабельність продукції приміряють у 3-х варіантах: рентабельність реалізованої продукції, товарної продукції й окремого виробу. Рентабельність реалізованої продукції це відношення прибутку від реалізації продукції до її повної собівартості. Рентабельність товарної продукції характеризується показником витрат на грошову одиниць товарної продукції або його зворотною величиною.

$$\frac{T - C}{T} \times 100$$

де: Т-товарна продукція в оптових цінах підприємства; С - повна собівартість товарної продукції.

Класичною формулою обчислення рентабельності товарної продукції є формула

$$\frac{T - C}{T} \times 100$$

Рентабельність виробу - це відношення прибутку на одиницю виробу до собівартості цього виробу. Прибуток по виробі дорівнює різниці між його оптовою ціною і собівартістю.

Рентабельність підприємства - це показник ефективності використання основних засобів, що розраховується як відношення прибутку до середньої вартості основних і оборотних коштів. Основних виробничих фондів і нормованих оборотних коштів. Відношення фонду до матеріальних і прирівняним до них витратам відображає прибутковість підприємства.

Рівень загальної рентабельності - це ключовий індикатор при аналізі рентабельності підприємства. Але якщо потрібно

необхідно обчислити додатково ще два ключових індикатора: рентабельність обороту і число оборотів капіталу [1].

Порівняння норм рентабельності двох підприємств, що працюють на одному ринку, може говорити про те, яке з них робить основний акцент на розмірах націнки, і яке - на швидкості обороту.

Рентабельність не оборотних активів постачальника (прибуток / сума основних засобів), а точніше, її зміни говорять про наступне: падіння показника означає, що підприємство неефективно використовує активи і не завантажує ресурси на повну силу. Підвищення показника, навпаки, означає, що активи використовуються правильно. Але незабаром компанія може зіткнутися з проблемою браку потужностей [4].

Джерела та література:

1. Гаген А. Загальна рентабельність. Аналіз прибутку і рентабельності : [Електронний ресурс] / А. Гаген. – Режим доступу : http://www.financial-lawyer.ru/newsbox/business_plan/141-528051.html
2. Буряковскій В. В. Фінанси підприємств : [Електронний ресурс] : електронний підруч. / В. В. Буряковскій. – 2008. – Режим доступу: <http://books.efaculty.kiev.ua>
3. Ільїна А. І. Економіка підприємства: підручник / А. І. Ільїна, В. П. Волкова. – Мінськ : Нове знання, 2000. – 677 с.
4. Пестрецова О. Головна складова бізнес-моделі : [Електронний ресурс] / О. Пестрецова. – Режим доступу : <http://www.tot.com.ua/ru/publications/44.html>
5. Поддерєгіна А. М. Фінанси підприємств : підруч. / А. М. Поддерєгіна. – 3-є вид. – К. : КНЕУ, 2000. – 385 с.

Наливайтченко С.П., Знаменская Ю.Е.

УДК 331.108.26

ОСОБЕННОСТИ И ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНЫ.

Введение. Принципиальные изменения в политической и экономической жизни Украины, изменения в

современных форм и передовых методов управления трудовыми коллективами. В современных условиях хозяйствования перед руководителем фирмы стоят проблемные задачи относительно внедрения новых технологий, выпуска конкурентоспособной продукции, внимания к качеству выпускаемой продукции, решение комплекса социальных вопросов, поиск новых методов стимулирования труда и др. Наибольший успех в решении этих задач достигается тогда, когда все элементы производственной цепочки согласованы друг с другом во времени и пространстве. Одним из наиболее важных элементов является управление персоналом. Эффективность управления персоналом, т.е. кадровой политики, зависит от того, насколько эффективно работники используют свой потенциал для реализации поставленных целей.

Постановка задачи. В современных условиях хозяйствования большое внимание уделяется вопросам повышения эффективности кадровой политики на предприятиях Украины. Это, в свою очередь, требует совершенствования существующей кадровой политики в соответствии со стандартами качества ISO 9001, а также расчетов показателей оценки эффективности кадровой политики на предприятии.

Анализ исследований и публикаций. В современной экономической литературе большое внимание уделяется развитию и повышению эффективности кадровой политики предприятий. Эту проблему исследовали специалисты Маслов Е. [1], Мица В. [2], Петренко К. [3], Стахов А. [4]. Однако, в современных быстроменяющихся условиях хозяйствования появляются новые особенности кадровой политики, которые необходимо учитывать.

Целью статьи является исследование особенностей кадровой политики украинских предприятий и поиск показателей для оценки ее эффективности.

Результаты исследования. В условиях рыночной экономики кадровая политика занимает важное место в эффективной деятельности предприятия. Каждая организация разрабатывает и осуществляет свою функциональную политику, в том числе и кадровую. Через кадровую политику осуществляется реализация целей и задач управления персоналом, которая представляет собой стратегическую линию поведения в работе с персоналом.

Мы согласны с автором, что кадровая политика – это сознательная, целенаправленная деятельность по созданию трудового коллектива, который наилучшим образом способствовал бы совмещению целей и приоритетов предприятия [1]. Общие требования к кадровой политике современного предприятия