

М.М.Орлова, студ. ІV курсу, гр.ЕП-36, ФЕМ
Науковий керівник: викл. А.А.Корнійчук
Житомирський державний технологічний університет

РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

Перехід до ринкової економіки вимагає від підприємств підвищення ефективності виробництва, конкурентоздатності продукції і послуг на основі введення досягнень науково-технічного прогресу, ефективних форм господарювання і управління виробництвом, активізації підприємництва тощо. Тому рентабельність має велике значення при визначенні фінансових результатів діяльності підприємства. При створенні підприємства, його власників хвилює, перш за все прибутковість, тобто щоб прибуток організації покривав витрати. Чим більший прибуток тим ефективніше відбувається розвиток і з'являються можливості для розширення виробничої діяльності підприємства. Таким чином, основним показником для визначення ефективності діяльності підприємства є рентабельність, а її аналіз є особливо актуальним.

Дослідженню рентабельності підприємства присвячені праці таких вітчизняних науковців, як Агапова М.В., Амелюченко Т.В., Гущина І.І., Марцин В.С. та інших. Вагомий внесок у розвиток теорії та практики аналізу рентабельності зробили такі вчені, як: Алексєєв І.В., Бланк І.А., Гриньова О.М., Кірейцев Г.Г., Мороз А.С., Пархоμεць М.К., Поддєрьогін А.М., Покропивний С.Ф., Савицька Г.В., Білик М.Д. Проте слід зазначити, що, незважаючи на численні публікації, єдина точка зору щодо методичних підходів до аналізу рентабельності підприємства в сучасних умовах відсутня, що, у свою чергу, свідчить про необхідність продовження наукових досліджень у цьому напрямку.

Рентабельність є одним із головних вартісних показників ефективності виробництва, який характеризує рівень віддачі активів і ступінь використання капіталу у процесі виробництва. Рентабельність безпосередньо пов'язана з отриманням прибутку. Однак її не можна ототожнювати з абсолютною сумою отриманого прибутку. Білик М.Д. вважає, що рентабельність характеризує кінцеві результати господарської діяльності підприємства, оскільки її величина відображає співвідношення отриманого результату з наявними чи використаними ресурсами. Вчений вважає, що рентабельність – це відносний показник, тобто рівень прибутковості, що вимірюється у відсотках. Такої ж думки дотримуються В.С. Прохоровський і А.Н. Поддєрьогіна.

Показники рентабельності більш повно чим прибуток, характеризують остаточні результати господарювання, тому що їх величина відображає співвідношення ефекту з вкладеним капіталом або спожитими ресурсами. Їх використовують як інструмент в інвестиційній політиці і ціноутворенні. Різноманітність варіантів рішень, що приймаються при визначенні прибутку, поточних витрат, авансованій вартості для розрахунку рентабельності обумовлюють наявність значної кількості її показників.

Основні показники рентабельності можна об'єднати в наступні групи:

- показники рентабельності капіталу (активів);
- показники рентабельності продукції;
- показники, розраховані на основі потоків наявних грошових коштів.

На рівень рентабельності впливає багато чинників, що відбивають різні аспекти діяльності підприємства. Звичайно, позитивні чинники сприяють підвищенню рентабельності. Регулюючи розмір чинників з урахуванням їх взаємозв'язку можна досягти бажаного рівня рентабельності.

Збільшення показників рентабельності підприємства значною мірою залежить від зростання чистого прибутку, який залишається в розпорядженні підприємства після сплати податків. Адже в умовах ринкової економіки чистий прибуток є основою економічного та соціального розвитку підприємства. Тому для підвищення рентабельності підприємства потрібно збільшувати прибуток. А це можна зробити наступними методами: нарощувати обсяги виробництва і реалізації товарів, робіт, послуг; здійснювати заходи щодо підвищення продуктивності праці своїх працівників; зменшувати витрати на виробництво (реалізацію) продукції, тобто знижувати її собівартість; з максимальною віддачею використовувати потенціал, що є в розпорядженні підприємства, в тому числі і фінансові ресурси; кваліфіковано, зі знанням справи здійснювати цінову політику, оскільки на ринку діють переважно вільні (договірні) ціни; грамотно будувати договірні відносини з постачальниками, посередниками, покупцями; вміти найдоцільніше розміщувати (вкладати) одержаний раніше прибуток з точки зору досягнення оптимального ефекту.

Рентабельність продукції, яка досягнута підприємством в базовому періоді повинна бути скоригованою з урахуванням умов ціноутворення планового періоду. Можна визначити резерви, які не були використані підприємством у базовому періоді для зростання прибутку, а саме за рахунок: ліквідації непродуктивних і понаднормативних витрат, що відносяться на собівартість продукції;

ліквідації фактів поставки готової продукції покупцям з відхиленнями від узгоджених технічних і якісних параметрів, які ведуть до зниження оптових цін на ці вироби, і отже, прибутку від реалізації; структурних зрушень в асортименті продукції, що виробляється та реалізується, в бік випуску рентабельнішої продукції. У підвищенні рівня рентабельності величезну роль відіграють також і трудові ресурси, з цього випливає що на підприємстві обов'язково: потрібно удосконалити роботу відділу кадрів; в першу чергу потрібно звернути увагу на професійні якості працівників, їх уміння працювати з колективом, відношення до своїх функціональних обов'язків.

Таким чином, роль і значення показника рентабельності полягає у наступному:

- цей показник є одним з основних критеріїв оцінки ефективності роботи підприємства;
- підвищення рентабельності характеризує мету підприємства будь-якої галузі у ринковій економіці;
- рентабельність – результативний, якісний показник діяльності підприємства;
- зростання рентабельності сприяє підвищенню фінансової стійкості підприємства;
- збільшення рентабельності забезпечує перемогу підприємства у конкурентній боротьбі і сприяє виживанню підприємства в ринковій економіці тощо.

Завданнями аналізу рентабельності підприємства є:

- оцінка виконання визначених параметрів (плану, прогнозу тощо);
- пошук резервів зростання рентабельності;
- розробка заходів для використання виявлених резервів.

Для підвищення рентабельності підприємства потрібно збільшувати прибуток, а це можна зробити наступними методами:

- нарощувати обсяги виробництва і реалізації товарів, робіт, послуг;
- здійснювати заходи щодо підвищення продуктивності праці своїх працівників;
- зменшувати витрати на виробництво (реалізацію) продукції, тобто знижувати її собівартість;
- з максимальною віддачею використовувати потенціал, що є в розпорядженні підприємства, в тому числі і фінансові ресурси;
- кваліфіковано, зі знанням справи здійснювати цінову політику, оскільки на ринку діють переважно вільні (договірні) ціни;
- грамотно будувати договірні відносини з постачальниками, посередниками, покупцями;
- вміти найдоцільніше розміщувати (вкладати) одержаний раніше прибуток з точки зору досягнення оптимального ефекту.

Отже, рентабельність як показник дає уявлення про достатність чи недостатність прибутку порівняно з іншими окремими величинами, які впливають на виробництво та реалізацію та взагалі на діяльність підприємства. Чим швидше обертається капітал, тим більша рентабельність. Щоб підвищити показники рентабельності, потрібно мінімізувати всі витратні статті, а саме: зменшити транспортні витрати; налагодити систему збуту; підвищити продуктивність праці; підприємству необхідно скоротити витрати на виробництво та реалізацію продукції.

Різноманітність показників рентабельності зумовлює, у свою чергу, різноманітність методик аналізу рентабельності і, відповідно, визначає альтернативність пошуку шляхів її підвищення.

При аналізі шляхів підвищення рентабельності важливо розрізняти вплив зовнішніх та внутрішніх факторів. Такі показники, як ціна продукту і ресурсу, обсяг використовуваних ресурсів та обсяг виробництва продукції, прибутку від реалізації т рентабельності (доходності) продаж, знаходяться між собою у тісному функціональному зв'язку.