

РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

Термін «ефект» у перекладі з латинської означає «результат». Ефект може бути як позитивним, коли зміни є корисними, так і негативним, коли зміни деструктивні, або нульовим коли змін немає. Визначення ефективності діяльності підприємства полягає в оцінці його результатів. Узагальнюючий, кінцевий результат роботи підприємства оцінюється рівнем ефективності його господарської діяльності: загальним обсягом одержаного прибутку та в розрахунку на одиницю ресурсів. Прибуток та відносний показник прибутку – рентабельність є основними показниками ефективності роботи підприємства, які характеризують інтенсивність господарювання. Теоретико-методологічним проблемам значення і підвищення рентабельності підприємства присвячені роботи відомих вчених-економістів: О.А. Бугуцького, В.І. Іващенко, В.П. Савчук, М.А. Болух, В.С. Дієсперова, В.М. Єрмоленко, Є.С. Карнаухової, П.П. Руснака та інших. Рентабельним вважається підприємство, яке приносить прибуток. В сучасних ринкових умовах для того, щоб покупці віддавали перевагу продукції виготовленій даним підприємством, щоб товари користувалися великим попитом, необхідно ретельно стежити за фінансовим положенням, правильно організувати виробничу діяльність і простежувати економічні показники діяльності суб'єкта господарювання. Одним із показників ефективності діяльності підприємств, що характеризується відносною дохідністю чи прибутковістю є показник рентабельності. Неefективність використання фінансових ресурсів призводить до низької платоспроможності і, як наслідок, до зниження рентабельності підприємства, що є проблемою сучасних підприємств. Щоб уникнути даних проблем, фінансовий стан підприємства треба систематично й усебічно оцінювати з використанням різних методів, прийомів та методик аналізу.

Рентабельність – це ступінь прибутковості, вигідності, доходності. Вона вимірюється за допомогою цілої системи відносних показників, що характеризують ефективність роботи підприємства в цілому, прибутковість різних напрямів діяльності (виробничої, комерційної, інвестиційної і т.д.), вигідність виробництва окремих видів продукції (робіт, послуг). Показники рентабельності більш повно, чим прибуток, характеризують остаточні результати господарювання, тому що їх величина відображає співвідношення ефекту з вкладеним капіталом або спожитими ресурсами. Показники рентабельності зазвичай використовуються для оцінки діяльності підприємства, а також як інструмент в інвестиційній політиці і ціноутворенні. Показники рентабельності належать до похідних від прибутку відносних показників, що дозволяють оцінювати результативність вкладених коштів, використовуються в економічних розрахунках і фінансовому плануванні. В економічній літературі найчастіше показники рентабельності об'єднують у наступні три групи:

1. Показники, що характеризують окупність витрат виробництва та інвестиційних проектів;
2. Показники, що характеризують прибутковість продажів;
3. Показники, що характеризують прибутковість капіталу та його частин.

Сукупність показників рентабельності всебічно відбиває ефективність виробничої (операційної), інвестиційної та фінансової діяльності підприємства і відповідає інтересам учасників економічного процесу. На рівень показників 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. Рентабельність як показник дає уявлення про достатність (недостатність) прибутку порівняно з іншими окремими величинами, що впливають на виробництво, реалізацію і взагалі на фінансово-господарську діяльність підприємства. При визначенні показника рентабельності прибуток співвідноситься з чинниками, що мають найзначніший вплив на його отримання. Одним із таких чинників є витрати. Адже від того, скільки ми вкладаємо, залежить величина прибутку, який нам надходить у ціні реалізації разом з компенсацією завданих витрат.

Для того, щоб підвищити рентабельність підприємства потрібно збільшувати прибуток. А це можна зробити наступними методами:

- нарощувати обсяги виробництва та реалізації товарів, робіт, послуг;
- 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;
- вміти найдоцільніше розміщувати (вкладати) одержаний раніше прибуток з точки зору досягнення оптимального ефекту.

Також до шляхів підвищення рентабельності підприємства можна віднести:

- покращення маркетингу, пов'язане з коригуванням стратегії і тактики маркетингу.
- вироблення тільки тієї продукції, що безумовно буде купуватися, при цьому підприємству потрібно згрупувати свою продукцію за ознакою рентабельності та зосередити свою увагу на тій продукції, яка є високорентабельною. Також потрібно покращувати продукцію з середнім рівнем рентабельності, а низькорентабельну продукцію зняти з виробництва;
- приділяти більше уваги дизайну продукції, упакувці, а також рекламі. Для підприємства реклама є вагомим засобом, за допомогою якого воно зможе підвищити попит на свою продукцію, що призведе до збільшення обсягів продажу, прибутку та рентабельності.
- усунення каналів втрати прибутку (виплата різних штрафів, пені, неустойок);
- підвищення оптових або інших відпускних цін на продукцію, але так, щоб ці ціни відповідали якості продукції.

Рентабельність використання фінансових ресурсів може бути підвищена, якщо підприємство досягає того ж обсягу прибутку, але зменшує при цьому суму коштів, які вкладені в основі і оборотні засоби (наприклад, реалізує частину машин, устаткування, якщо вони використовуються не досить ефективно, знижує залишки виробничих запасів, незавершеного виробництва, готової продукції, товарів, вивільняє кошти, іммобілізовані в дебіторську заборгованість). Рентабельність підприємства напряму залежить від його прибутку. Для одержання максимального прибутку підприємство повинне найбільше повно використовувати ресурси, що знаходяться в його розпорядженні.

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.

Для ефективного функціонування суб'єктів господарювання в умовах ринкових відносин найбільше значення має виявлення резервів збільшення об'єму продукції, зниження собівартості та ріст прибутку. Отже, показники рентабельності є важливими характеристиками середовища формування прибутку підприємств. Тому їх розрахунок обов'язковий при проведенні порівняльного аналізу і оцінці фінансового стану суб'єкта господарювання. При визначенні показників рентабельності, прибуток співвідноситься з чинниками, які мають найбільший вплив на його отримання. До таких чинників належать інвестиції, активи, витрати. На основі аналізу середніх рівнів рентабельності можна визначити, які види продукції і які господарські підрозділи забезпечують велику прибутковість. Кожне підприємство повинно активно шукати всі можливі шляхи вдосконалення виробництва, підвищення конкурентоспроможності власної продукції, це і буде сприяти зростанню рентабельності підприємства.