

*Ольшєвський Л.Б., к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки та менеджменту
Вінницький інститут Університету «Україна»
Човган А.В., здобувач вищої освіти,
спеціальності «Фінанси і кредит»,
Вінницький інститут Університету «Україна»*

РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ЯК ПОКАЗНИК ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

PROFITABILITY AS AN INDICATOR OF EFFICIENCY OF FUNCTIONING OF THE ENTERPRISE

Анотація. У статті розглядається сутність рентабельності як показника ефективності діяльності підприємства. Досліджуються основні групи та види рентабельності. Визначаються фактори впливу на підвищення рентабельності підприємства.

Ключові слова: ефективність, результат, результативність, прибуток, витрати, рентабельність, збитковість.

Abstract. In the article is examined essence of profitability as an indicator of efficiency of activity of enterprise. The basic groups and types of profitability are investigated. The factors of influence on the increase of profitability of enterprise are determined/

Keywords: efficiency, result, effectiveness, profits, expenses, profitability, unprofitableness.

Постановка проблеми. На даний час в економіці спостерігаються складні кризові процеси. В таких умовах дуже важливо шукати доступні резерви підвищення рентабельності, які дозволи б суб'єктам господарювання проводити стабільну діяльність, здійснювати просте та розширене відтворення. Висока вартість позикових коштів, стрімке знецінення вартості національної валюти, малий внутрішній ринок - усі ці фактори сприяють підвищенню актуальності дослідження аспектів визначення та управління рентабельністю підприємства з метою забезпечення ефективності його функціонування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема визначення сутності рентабельності та її видів, пошуку шляхів підвищення рентабельності знайшли своє відображення в працях багатьох вчених-економістів. Зокрема це такі автори, як: Ф. Ф. Бутинець, В. Я. Горфінкель, А. Ю. Дронова, Г. І. Кіндрацька, М. Я. Коробов, А. М. Лебедева, С. Ф. Покропивний, Г. В. Савицька, П. Самуельсон, М. Ю. Танцюра, А. Д. Шеремет, С. П. Ярошенко та багато інших.

Метою дослідження є необхідність розглянути економічну сутність рентабельності як показника ефективності функціонування підприємства та її значимість.

Виклад основного матеріалу. Саме поняття «рентабельність» походить від слова «rentabel» – тобто, прибутковий, дохідний. Виходячи з цього, рентабельність це прибутковість. Раніше, термін «рентабельність» означав саме ступінь віддачі від використання факторів виробництва. Зокрема, відомий американський вчений-економіст П. Самуельсон вказує, що рентабельність є безумовним доходом від чинників виробництва, як винагорода за підприємницьку діяльність, технічні нововведення та удосконалення, за вміння ризикувати в умовах невизначеності, як монопольний дохід, як етичну категорію [4, с. 135].

Рентабельність доцільно розглядати з двох позицій - як об'єктивну економічну категорію і як показник. Як об'єктивна економічна категорія, рентабельність характеризує прибутковість, фінансовий результат господарської діяльності [2, с. 59].

Рентабельність – це індикатор, який характеризує ефективність фінансово-економічного механізму та прибутковість діяльності підприємства в умовах жорсткої ринкової конкуренції, а також економічної кризи. Він відображає адекватність системи управління та доцільність управлінських заходів у процесі функціонування торгового підприємства [1, с. 140].

Суть рентабельності, полягає в тому, що це критерій, який містить в собі вплив усіх факторів роботи суб'єкта господарювання. Тому саме цей показник і є найкращим вимірником рівня менеджменту, правильності рішень, які були прийняті керівниками протягом досліджуваного періоду тощо.

В економічній теорії застосовується кілька визначень категорії рентабельності: прибутковість; відношення корисного результату діяльності у вигляді прибутку до вартості сукупних витрат на її отримання; зіставлення результатів господарської діяльності з витратами або ресурсами, обчисленими у вартісній формі; інтегральний показник, узагальнюючий інші показники ефективності.

У будь-якому визначенні рентабельність – це відносний показник, який буде означати відношення суми отриманого (очікуваного) результату до одного з показників (виручки, витрат, середньої вартості основних і оборотних коштів, фонду заробітної плати і т. п.).

Загалом усі показники рентабельності за своєю структурою можна розділити на три групи:

1) витратні показники рентабельності, які характеризують дохідність понесених витрат;

2) ресурсні показники рентабельності, які визначаються як відношення чистого прибутку, прибутку від звичайної діяльності до оподаткування до вартості активів (капіталу) або їх складових;

3) дохідні показники рентабельності, які розраховуються як відношення валового прибутку, прибутку від операційної діяльності, чистого прибутку до чистого доходу від реалізації [3, с. 33].

Крім того, показники рентабельності в залежності від аналізованого періоду можуть бути моментні, статичні та динамічні. За критерієм узагальнення вони можуть як характеризувати ефективність усієї роботи підприємства як системи, так і характеризувати якість роботи окремої структурної частини підприємства.

Загалом у систему показників рентабельності найчастіше включають рентабельність активів (майна), рентабельність власного капіталу, рентабельність реалізації продукції, рентабельність інвестованого капіталу, рентабельність виробництва, рентабельність фондів, рентабельність поточних витрат.

Рентабельність підприємства формується під впливом великої кількості взаємопов'язаних факторів, які впливають на результати діяльності підприємства по-різному: одні – позитивно, інші – негативно.

Виходячи з того, що будь-який господарюючий суб'єкт є одночасно і суб'єктом, і об'єктом економічних відносин, то в першу чергу необхідно розглянути розподіл на фактори зовнішнього середовища (незаплановані) і фактори внутрішнього середовища (плановані). Загалом виділяють такі групи чинників, що впливають на формування стратегії підвищення рентабельності суб'єкта господарювання (табл. 1):

Таблиця 1

Фактори впливу на підвищення рентабельності підприємства [5, с. 115]

Чинники	Характеристика
1. Внутрішні чинники	
- матеріально-технічні чинники	проведення модернізації та реконструкції матеріально-технічної бази підприємства

- організаційно-управлінські чинники	розробка стратегії і тактики діяльності та розвитку підприємства, інформаційне забезпечення процесу прийняття рішення
- фінансові чинники	фінансове планування діяльності підприємства, аналіз і пошук внутрішніх резервів зростання прибутку, податкове планування
- кадрові чинники	підвищення кваліфікації працівників, поліпшення умов праці, організація оздоровлення і відпочинку працівників
2. Зовнішні чинники	
- ринкові чинники	підвищення конкурентоспроможності у наданні послуг, організація ефективної реклами нових видів товарів
- адміністративні чинники	оподаткування, правові акти, постанови і положення, що регламентують діяльність, організації, державне регулювання тарифів і цін
- зовнішньо-економічні чинники	зміна тарифів і цін продукцію та послуги в результаті інфляції

Вплив зовнішніх факторів не може бути значно зміненим, проте підприємства можуть розробити заходи адаптації для максимально ефективного використання сформованої ситуації. На противагу їм вплив внутрішніх факторів піддається корегуванню і може бути зміненим управлінськими рішеннями. Тому важливо розуміти, які наявні інструменти та які шляхи досягнення підвищення рентабельності підприємства.

Висновки. Безпосереднім результатом комерційної діяльності підприємства служить прибуток, але він відображає ефективність господарської діяльності в абсолютному значенні. Більш точну оцінку функціонування організацій дає рентабельність, як відносний показник, що дозволяє порівнювати досягненні результати діяльності із ресурсами, витраченими на їх досягнення.

Таким чином, рентабельність - це інтегральний показник, що відображає ефективність роботи підприємства, що націлене на отримання прибутку та який вказує на якість управлінських рішень, що стосуються фінансової, операційної та інвестиційної діяльності підприємства. Тобто, рентабельність є критерієм економічної ефективності діяльності підприємства, а різні види показників рентабельності дозволяють визначити рівень ефективності різних ділянок роботи менеджменту підприємства.

Список використаних джерел

1. Дронова А. Ю. Рентабельність як складова оцінки ефективності діяльності торговельних підприємств на ринку нафтопродуктів України / А. Ю. Дронова // Економіка промисловості. – №53. – 2011. – С. 140-146.
2. Ефимова О. П. Рентабельность гостиничного комплекса и методика ее оценки / О. П. Ефимова, С. О. Белова // Потребительская кооперация. – № 4 (31). – 2010. – С. 58-62.
3. Лебедева А. М. Методичні аспекти аналізу рентабельності діяльності підприємства / А. М. Лебедева // Вісник ОНУ ім. І. І. Мечникова. – 2012. – Т.17. Вип. 3-4. – С. 29-36.
4. Самуэльсон П. Э. Микроэкономика / П. Э. Самуэльсон / пер. с англ. О. Л. Пелявского. – М.: Вильямс, 2009. – 752 с.
5. Танцюра М. Ю. Стратегія забезпечення рентабельності підприємства / М. Ю. Танцюра, Д. Л. Шихмамбетова // Економіка Крима. – 2012. – №2(39) – С. 113-116.