

Дослідження проблеми підвищення рівня рентабельності підприємства

Ринкова економіка потребує постійного володіння інформацією про ефективність господарювання суб'єктів підприємницької діяльності по їх класифікаційним ознакам. У зв'язку з цим по даним обліку та звітності обчислюється система різноманітних кількісних та якісних показників, що призвана дати комплексну оцінку діяльності компанії. Узагальнюючим показником економічної ефективності виробництва є показник рентабельності. Рентабельність означає дохідність, прибутковість підприємства. На даний момент часу світова економіка і, зокрема, економіка України знаходиться у стані кризи. Ці обставини впливають негативно на здійснення господарської діяльності всіх господарюючих суб'єктів. Багато з них, в основному дрібні підприємства, змушені припинити своє існування. Показники тих підприємств, які ще «тримаються на плаву», значно змінились в гіршу сторону, доводиться приймати кардинальні заходи по стабілізації стану шляхом скорочення обсягів виробництва, засобів виробництва, робочої сили та інше.

В даних умовах питання аналізу методів підвищення рентабельності надто актуальний, оскільки рівень рентабельності, тобто дохідність підприємств стрімко знижується. Таким чином необхідно розглянути фактори, що впливають на рівень рентабельності, методи підвищення її рівня.

Показники рентабельності являються відносними характеристиками фінансових результатів та ефективності діяльності підприємства. Вони вимірюють дохідність підприємства з різних сторін та групуються в співвідношенні інтересами учасників економічного процесу, ринкового обміну.

Показники рентабельності є важливими характеристиками факторного середовища формування прибутку (та доходу) підприємства. З цієї причини вони є обов'язковими елементами порівняного аналізу та оцінки фінансового стану підприємства.

При аналізі виробництва, показники рентабельності можна об'єднати в наступних групах:

1. показники рентабельності продукції;
2. показники рентабельності капіталів (активів);
3. показники, розраховані на підставі потоків власних грошових коштів.

Перша група показників формується на підставі розрахунків рівнів рентабельності (дохідності) по показникам прибутку (доходу), що відображені у звітності підприємства:

$$\begin{aligned} \text{Рентабельність} &= \text{Прибуток від реалізації} / \text{Обсяг продажу}; \\ \text{Рентабельність} &= \text{Балансовий прибуток} / \text{Обсяг продажу}; \\ \text{Рентабельність} &= \text{Оподаткований прибуток} / \text{Обсяг продажу}; \\ \text{Рентабельність} &= \text{Чистий прибуток} / \text{Обсяг продажу}. \end{aligned}$$

Даний показник характеризує прибутковість (дохідність) продукції базисного

та звітнього періоду.

Друга група показників рентабельності формується на підставі розрахунків рівнів рентабельності в залежності від зміни розміру та характеру авансованих коштів:

- всі активи підприємства;
- інвестиційний капітал (власні кошти + довгострокові зобов'язання);
- акціонерний (власний) капітал.

$$\begin{aligned}\text{Рентабельність} &= \text{Чистий прибуток} / \text{Всі активи}; \\ \text{Рентабельність} &= \text{Чистий прибуток} / \text{Інвестиційний капітал}; \\ \text{Рентабельність} &= \text{Чистий прибуток} / \text{Акціонерний капітал}.\end{aligned}$$

Неспівпадіння рівнів рентабельності по цим показникам характеризує ступінь використання підприємством фінансових важелів для підвищення доходності, довгострокових кредитів та інших залучених коштів.

Дані показники – практичні. Вони відповідають вимогам власників. Наприклад, адміністрацію підприємства інтересує віддача (доходність) всіх активів (всього капіталу); потенційних інвесторів і кредиторів – віддача на інвестований капітал; власників та засновників – доходність акцій.

Третя група показників рентабельності формується на базі розрахунку рівня рентабельності аналогічно показникам першої та другої груп, однак замість прибутку в розрахунку приймається прибуток грошових коштів:

$$\begin{aligned}\text{Рентабельність} &= \text{Чистий прибуток грошових коштів} / \text{Обсяг продажу}; \\ \text{Рентабельність} &= \text{Чистий прибуток грошових коштів} / \text{Сукупний капітал}; \\ \text{Рентабельність} &= \text{Чистий прибуток грошових коштів} / \text{Власний капітал}.\end{aligned}$$

Дані показники дають уяву про ступінь важливості підприємства забезпечити кредиторів, позичальників та акціонерів власними грошовими коштами в зв'язку з використанням його виробничого потенціалу.

Концепція рентабельності розраховується на підставі притоку грошової "готівки", широко використовується в країнах з розвинутою ринковою економікою. Вона більш пріоритетна, тому що операції з грошовими потоками є ознакою інтенсивного типу виробництва, ознакою "здоров'я" економіки і фінансового стану підприємства. Перехід на використання цієї концепції потребує перебудови звітності підприємства.

В ринковій економіці велике значення має порівняння прибутку з прибутково утворюючими факторами і базами його формування.

Результати. При стандартній оцінці фінансового стану підприємства пропонуються зарубіжні методики:

1. По-перше, використання системи взаємозв'язаних показників рентабельності, кожний з яких несе однакове навантаження як для робітників підприємства так і для користувачів фінансової інформації (менеджерів, акціонерів, інвесторів та кредиторів);
2. По-друге, використання системи показників рентабельності як однієї з

елементів фінансово-економічної оцінки поточного стану підприємства;

3. По-третє, необхідність проведення динамічного і порівняного аналізу показників рентабельності по секторам основної діяльності, по підприємствам - аналогам і підприємствам - конкурентам.

Для цієї мети розроблена система показників рентабельності, яка об'єднує три основних класи показників (див. табл. 1):

1. Показник рентабельності, розрахований на підставі прибутку (доходу).
2. Показник рентабельності, розрахований у зв'язку з використанням виробничих активів.
3. Показник рентабельності, розрахований на підставі потоків власних грошових коштів.

Таблиця 1 – Система фінансових показників рентабельності.

Основні класи показників рентабельності	Фінансові показники рентабельності
1. Показник рентабельності, розрахований на підставі прибутку (доходу)	1.1. Коефіцієнт обмеженого рівня валового прибутку 1.2. Коефіцієнт обмеженого рівня прибутку від основної (операційної) діяльності 1.3. Коефіцієнт обмеженого рівня прибутку всієї діяльності підприємства 1.4. Коефіцієнт обмеженого рівня чистого прибутку 1.5. Коефіцієнт критичної рентабельності
2. Показник рентабельності, розрахований у зв'язку з використанням виробничих активів	2.1. Коефіцієнт віддачі на всю суму виробничих активів 2.2. Коефіцієнт віддачі на інвестований капітал 2.3. Коефіцієнт віддачі на акціонерний капітал
3. Показник рентабельності, розрахований на підставі потоків власних грошових коштів	3.1. Коефіцієнт рентабельності відбору 3.2. Коефіцієнт рентабельності сукупного капіталу 3.3. Коефіцієнт рентабельності власного капіталу 3.4. Коефіцієнт обслуговування боргу

Різноманітність показників рентабельності визначає альтернативність пошуку шляхів її підвищення. При аналізі шляхів підвищення рентабельності важливо розрізнити вплив зовнішніх та внутрішніх факторів. Такі показники, як ціна продукту і ресурсу, обсяг використаних ресурсів та обсяг виробництва продукції, прибутку від реалізації та рентабельності (доходності) продаж, знаходяться між собою в тісному функціональному зв'язку.

Резерви збільшення рентабельності пов'язані з напрямками господарювання підприємства, для керівників і відповідних спеціалістів (менеджерів), важливим є детальне значення масштабів дії, форм контролю та використання найбільш істотних

внутрішніх і зовнішніх чинників ефективності на різних рівнях управління діяльністю підприємства.

Розглянемо головні внутрішні і зовнішні чинники підвищення рентабельності підприємства:

1. Технологія. Технологічні нововведення, особливо сучасні форми автоматизації та інформаційних технологій, справляють найстатичний вплив на рівень і динаміку ефективності виробництва продукції.
2. Устаткуванню належить провідне місце в програмі підвищення ефективності передовсім у виробничій діяльності. Продуктивність діючого устаткування залежить не тільки від його технологічного рівня, а й від належної організації ремонтно-технічного обслуговування, оптимальних строків експлуатації, змінності роботи, завантаження в часі.
3. Матеріали та енергія позитивно впливають на рівень ефективності, якщо вирішують проблеми ресурсозбереження, зниження матеріаломісткості та енергоємності продукції, тобто раціоналізується управління запасами матеріальних ресурсів і джерелами постачання.
4. Вироби. Самі продукти праці, їхня якість і зовнішній вигляд (дизайн) також є важливими чинниками. Рівень дизайну має корелювати з корисною вартістю, тобто ціною, яку покупець готовий заплатити за вироби відповідної якості. Проте для досягнення високої ефективності господарювання самої тільки користі товару недостатньо. Запропоновані підприємством для реалізації продукти праці мають з'явитися на ринку в потрібному місці, у потрібний час і за добре обміркованою ціною. У зв'язку з цим суб'єкт господарювання має стежити за тим, щоб не виникало будь-яких організаційних та економічних перешкод між виробництвом продукції (наданням послуг) та окремими стадіями маркетингових досліджень.
5. Працівники. Основним джерелом і визначальним чинником зростання ефективності діяльності є працівники – керівники, менеджери, спеціалісти, робітники. Ділові якості працівників, підвищення продуктивності їхньої праці багато в чому зумовлюється діловим мотиваційним механізмом на підприємстві, підтриманням сприятливого соціального мікроклімату в трудовому колективі.
6. Організація і системи. Єдність трудового колективу, раціональне делегування відповідальності, належні норми управління характеризують добру організацію діяльності підприємства, що забезпечує необхідну специфікацію та координацію управлінських процесів, а отже, вищий рівень ефективності будь-якої складної виробничо-господарської системи. При цьому остання для підтримання високої ефективності господарювання має бути динамічною та гнучкою, періодично реформуватися відповідно до нових завдань, що постають за зміни ситуації на ринку.
7. Методи роботи. За переважання трудомістких процесів досконаліші методи роботи стають достатньо перспективним для забезпечення зростання ефективності діяльності підприємства. Постійне вдосконалення методів праці передбачає систематичний аналіз стану робочих місць та їхню атестацію, підвищення кваліфікації кадрів, узагальнення та використання нагромадженого

на інших підприємствах позитивного досвіду.

8. Стиль управління, що поєднує професійну компетентність, діловитість і високу етику взаємовідносин між людьми, практично впливає на всі напрямки діяльності підприємства. Від цього залежить, у якій мірі враховуватимуться зовнішні чинники зростання ефективності діяльності на підприємстві. Відтак належний стиль управління як складовий елемент сучасного менеджменту є дійовим чинником підвищення ефективності діяльності підприємства.
9. Державна економічна і соціальна політика істотно впливає на ефективність суспільного виробництва. Основними її елементами є:
 - практична діяльність владних структур;
 - різноманітні види законодавства;
 - фінансові інструменти (заходи, стимули);
 - економічні правила та нормативи (регулювання доходів і оплати праці, контроль за рівнем цін, ліцензування окремих видів діяльності);
 - ринкова, виробнича і соціальна інфраструктури;
 - макроекономічні структурні зміни;
 - програми приватизації державних підприємств;
 - комерціалізація організаційних структур виробничої сфери.
10. Інституціональні механізми. Для безперервного підвищення ефективності діяльності всіх суб'єктів господарювання держава має створити відповідні організаційні передумови, що забезпечуватимуть постійне функціонування на національному, регіональному чи галузевому рівнях спеціальних інституціональних механізмів – організацій. Їхню діяльність треба зосередити на розв'язанні ключових проблем підвищення ефективності різних виробничо-господарських систем, практичні реалізації стратегії і тактики розвитку національної економіки на всіх рівнях управління.
11. Інфраструктура. Важливою передумовою зростання ефективності діяльності підприємств є достатній рівень розвитку мережі різноманітних інституцій ринкової та виробничо-господарської інфраструктури. Інші всі підприємницькі структури користуються послугами інноваційних фондів і комерційних банків, бірж та інших інститутів ринкової інфраструктури. Безпосередній вплив на результативність діяльності підприємства оказує належний розвиток виробничої інфраструктури.
12. Структурні зміни в суспільстві також впливають на показники ефективності на різних рівнях господарювання. Найважливішими є структурні зміни економічного та соціального характеру. Головні з них відбуваються в таких сферах як склад та технічний рівень основних фондів, масштабів виробництва та діяльності, склад персоналу за ознаками статі, освіченості, кваліфікації.

Впровадження системи фінансових показників допоможуть використати резерви збільшення рентабельності. Отже використання всієї системи перелічених чинників зможе забезпечити достатні темпи зростання рентабельності підприємства.

Література:

1. Осипов В.І. Економіка підприємства. – Одеса: Маяк, 2005. – 724 с.

2. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства. – К.: КНЕУ, 2002. – 435 с.
3. Сідун В.А., Пономарьова Ю.В. Економіка підприємства: Навч. пос. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 473 с.
4. Шегда А.В., Литвиненко Т.М. Економіка підприємства: Навч. посібник. – К.: Знання-Прес, 2002. – 374 с.

Іванов Ю.О., Станіславик О.В.

Підвищення конкурентоспроможності продукції як елемент маркетингової політики підприємства

В ринковій економіці конкурентоспроможність виступає одним з ключових елементів, оскільки її рівень визначає успіх чи невдачу діяльності підприємства. Участь підприємства у конкурентній боротьбі сьогодні буде успішною, якщо воно активно реалізовуватиме інноваційні процеси та залучатиме науково-технологічні новації на засадах маркетингу.

Для України одним з суттєвих факторів відновлення економіки є формування інноваційного типу розвитку промисловості і в цьому вона має орієнтуватися на підтримку конкурентоспроможності підприємств, формування адекватної товарної та комунікативної політики.

В ринковій економіці досягнення необхідного рівня прибутковості будь-якого підприємства є можливим завдяки конкурентоспроможності продукції, яку воно виробляє. Підприємство вважається конкурентоспроможним, якщо воно здатне забезпечувати більш високі споживацькі, технічні та експлуатаційні властивості своєї продукції у порівнянні з ринковими пропозиціями, розширення та збереження своєї ринкової частки.

В світовій теорії та практиці найважливішими факторами конкурентоспроможності підприємств виступають інноваційний потенціал та розвинена конкуренція на ринку. Як наслідок, посилення конкурентоспроможності підприємств на ринку. Розвинена конкуренція є для підприємств найбільш діючим фактором у підвищенні їх конкурентоспроможності, оскільки він підштовхує підприємства до виходу на зовнішній ринок в умовах світових інтеграційних процесів.

Низька інноваційна активність підприємств в Україні обумовлюється нестачею коштів та ресурсів для впровадження нововведень, оскільки інновація потребує використання цілого комплексу промислових та науково-технічних факторів, які визначають ринкове середовище. Проте використання технологій, створених на науковій основі, дозволяє виявити цілу низку можливостей, обрати найбільш раціональні напрями маркетингової товарної політики та досягти успіху на ринку. Підприємство повинно постійно займатися пошуком шляхів покращення свого товару та вдосконалення інновацій для того, аби не втратити свої конкурентні позиції на ринку.

Оновлюючи організацію виробництва, а також використовуючи нові технології, традиційні галузі можуть в певній мірі задовольняти потреби ринку, однак