

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ, АУДИТ: СОВРЕМЕННОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

УДК 338

ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ РІВНЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Вагнер Ірина Михайлівна, к.е.н.

доцент кафедри обліку і оподаткування

Львівський навчально-науковий інститут

ДВНЗ «Університет банківської справи»

Iryna Vagner, PhD, Lviv Institute, Banking University,

vim280707@meta.ua

Анотація. У статті охарактеризовано основні показники рентабельності операційної діяльності великих та середніх підприємств за видами економічної діяльності. Автором виокремлено чинники вибору стратегії забезпечення підвищення рентабельності підприємства.

Ключові слова: прибуток, рентабельність, стратегія забезпечення підвищення рентабельності.

Одним із ключових показників діяльності вітчизняного підприємства є його прибуток. Однак, для того, щоб краще розуміти, як функціонує підприємство, необхідно не просто оцінювати абсолютну суму прибутку, а розраховувати показники його рентабельності, оскільки деяка сума прибутку може бути одночасно великою для малого підприємства і малою для великого, тобто вона не показує взаємозв'язок прибутку з іншими показниками його діяльності. Рентабельність являє собою прибутковість підприємства, тобто показник який відображає економічну ефективність виробництва підприємства, а також кінцеві результати господарської діяльності.

Важливе значення для забезпечення умов невинного зростання прибутку і рентабельності має якість їх планування. Це складний і багатогранний процес, який включає в себе глибокий економічний аналіз виробничих і фінансових показників за період, що передував плановому періоду, досягнення максимальної узгодженості з кількісними і якісними показниками плану випуску продукції (виконання робіт, послуг), її реалізації, собівартості, врахування наявних резервів збільшення випуску продукції, зниження витрат на виробництво, особливо непродуктивних і позареалізаційних витрат і збитків.

Рентабельність, будучи кінцевим результатом діяльності підприємства, створює умови для його розширення, розвитку, самофінансування і підвищення конкурентоспроможності. З погляду змістового наповнення рентабельність пов'язується, насамперед, з результативністю роботи або діяльності, а також з економічністю, тобто мінімальним обсягом витрат для

виконання певної роботи або дії. Саме тому, визначення рівня рентабельності є однією з найголовніших серед сукупності проблем, які стоять перед підприємством, що безпосередньо пов'язана з досягненням певної кінцевої мети його діяльності. Рентабельність є однією з базових категорій економіки.

Як об'єктивна економічна категорія рентабельність характеризує прибутковість, фінансовий результат діяльності підприємства і має кілька визначень, але в будь-якому разі означає відсоткове відношення суми отриманого прибутку за одним із показників: обсягу продажів, виробничої собівартості реалізованої продукції, середньої вартості основних і оборотних активів, фонду оплати праці тощо. Значущість рівня рентабельності в умовах ринкових відносин визначається інтересом до нього не тільки менеджерів підприємства, але й держави, контрагентів, кредиторів [1, с. 153-157]. Про необхідність дослідження економічної категорії «рентабельність» свідчить і стан прибутковості вітчизняних підприємств. Так, фінансовий результат великих та середніх [підприємств до оподаткування](#) за січень-червень 2018 року склав 189,780 млрд грн. Про це повідомляє Державна служба статистики України.

За даними статистичного відомства, 71,7% підприємств були прибутковими і отримали фінансовий результат 289,737 млрд грн, 28,3% підприємства отримали збиток 99,956 млрд грн.

За півроку середній рівень рентабельності склав 9,1%. Найвищий рівень рентабельності забезпечують операції з нерухомим майном - 38,2%.

Рівень рентабельності в деяких секторах економіки становить:

- оптова та роздрібна торгівля – 26,6%
- інформація й телекомунікації – 19,4%
- сільське господарство – 6%
- будівництво – 2,5%
- транспорт, поштова та кур'єрська діяльність – -3,4%
- мистецтво, спорт, розваги та відпочинок – -29,5 [2].

Дані, що стосуються рентабельності операційної діяльності великих та середніх підприємств (за видами економічної діяльності) представлені у таблиці 1 [3].

Рентабельність – це інтегральний показник, що відображає ефективність роботи підприємства, що націлене на отримання прибутку у короткостроковій перспективі і який вказує на якість управлінських рішень, що стосуються фінансової, операційної та інвестиційної діяльності підприємства. У такому визначенні підкреслено у яких випадках рентабельність є дійсно критерієм економічної ефективності діяльності підприємства, а також враховано, що різні показники рентабельності можуть свідчити про ефективність різних ділянок роботи менеджменту.

Таблиця 1. – Рентабельність операційної діяльності великих та середніх підприємств за видами економічної діяльності за січень-вересень 2018 року (млн. грн)

	Код за КВЕ Д-2010	Результат від операційної діяльності	Витрати операційної діяльності	Рівень рентабельності (збитковості), %
<i>Усього</i>		244695,1	3084868,7	7,9
сільське, лісове та рибне господарство	A	671,1	17296,0	3,9
промисловість	B+C +D+ E	143085,6	2032266,6	7,0
будівництво	F	2187,6	84385,8	2,6
оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	G	52224,4	253068,7	20,6
транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	H	-9572,1	305000,0	-3,1
тимчасове розміщування й організація харчування	I	1332,2	16988,8	7,8
інформація та телекомунікації	J	14089,8	72026,1	19,6
фінансова та страхова діяльність	K	1570,8	44525,2	3,5
операції з нерухомим майном	L	7632,3	36459,9	20,9
професійна, наукова та технічна діяльність	M	30226,9	164788,8	18,3
діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	N	403,1	36214,4	1,1
освіта	P	10,1	960,9	1,0
охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	Q	675,0	11103,6	6,1
мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	R	136,0	8214,6	1,7
надання інших видів послуг	S	22,3	1569,3	1,4

Рентабельність безпосередньо пов'язана з величиною прибутку. Проте, її не можна ототожнювати з абсолютною сумою одержаного прибутку.

Рентабельність вимірюється за допомогою цілої системи відносних показників, що характеризують ефективність роботи підприємства в цілому, прибутковість різних напрямів діяльності (виробничою, комерційною, інвестиційною і т. д.), вигідність виробництва окремих видів продукції (робіт, послуг). Показники рентабельності досить повно характеризують остаточні результати господарювання, адже їхня величина відображає співвідношення ефекту з вкладеним капіталом чи спожитими ресурсами.

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) [6]. 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. Чинники, що впливають на формування стратегії підвищення рентабельності суб'єкта господарювання подано у таблиці 2.

Таблиця 2. – Чинники вибору стратегії забезпечення підвищення рентабельності підприємства

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

Плановані (внутрішні) чинники залежать від внутрішнього середовища підприємства і визначаються роботою колективу. Не плановані фактори формуються в результаті взаємодії організації із зовнішнім середовищем і також чинять значний вплив на основні показники рентабельності підприємства. Зовнішніми факторами підвищення рентабельності можуть бути наявність сприятливої зовнішньої кон'юнктури, банкрутство конкурентів, підвищення потенційного попиту на продукцію підприємства серед споживачів тощо. Усе це призводить до зростання рівня доходу, що в свою чергу забезпечує вищий рівень прибутковості.

Підприємства не можуть працювати ізольовано. Вони постійно перебувають у взаєминах із зовнішнім середовищем: споживачами, посередниками, громадськими організаціями та державними установами. Сукупність цих відносин безпосереднім чином впливає на рентабельність діяльності. У підсумку висока ділова репутація дозволяє підприємству підвищувати рентабельність.

Фактори внутрішнього середовища можна розділити на виробничі, безпосередньо пов'язані з основною діяльністю підприємства, і позавиробничі, фактори, які безпосередньо не пов'язані з виробництвом продукції і з основною діяльністю підприємства.

Як висновок можемо підсумувати, що резервами збільшення (факторами підвищення) прибутковості можуть бути:

- підвищення ефективності діяльності підприємства по збуту продукції. Перш за все, необхідно більше уваги приділяти підвищенню швидкості руху оборотних коштів, скороченню усіх видів запасів, домагатися максимально швидкого просування готових виробів від виробника до споживача.
- збільшення обсягу виробництва продукції, що випускається за рахунок більш повного використання виробничих потужностей підприємства;
- скорочення витрат на виробництво за рахунок підвищення рівня продуктивності праці, економічного використання сировини, матеріалів, палива, електроенергії, обладнання;
- усунення причини виникнення перевитрат фінансових ресурсів на управлінські і комерційні цілі;
- застосування найсучасніших механізованих і автоматизованих засобів для виробництва продукції;
- здійснення ефективної цінової політики, диференційованої по відношенню до окремих категорій покупців;
- суворе дотримання укладених договорів на поставку продукції;
- проведення масштабної і ефективної політики в області підготовки персоналу, що являє собою особливу форму вкладення капіталу;
- здійснення заходів, спрямованих на поліпшення матеріального клімату в колективі;
- удосконалення рекламної діяльності, підвищення ефективності окремих рекламних заходів;

- запровадження досягнень науково-технічного прогресу, в результаті чого зростає продуктивність праці;
- звільнення від зайвого і невстановленого устаткування, продавши або здавши його в оренду;
- вибір ефективної облікової політики;
- зниження собівартості продукції;
- підвищення ціни реалізації за умови підвищення якості продукції;
- розширення експорту [6].

Таким чином, показники рентабельності дають змогу дати оцінку ефективності використання менеджментом підприємства його активів. Ефективність роботи менеджменту визначається співвідношенням чистого прибутку, зумовленого різними способами, із сумою активів, використаних для одержання цього прибутку. Аналіз рентабельності на підприємстві здійснюють за системою показників, використання кожного з яких залежить від характеру оцінки ефективності діяльності підприємства. Від поставленої мети аналізу залежить вибір оціночного показника (прибутку), що використовується у розрахунках. Формування механізму управління рентабельністю дасть змогу керівникам використовувати його для забезпечення стабільного функціонування та прогнозування розвитку підприємства в майбутньому. Отже, за умови вдосконалення фінансово-економічного механізму управління рентабельністю підприємства стане можливим досягнення довгострокових цілей, а також підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Список використаних джерел

1. Корбутяк А. Г., Сокровольська Н. Я Особливості планування рівня рентабельності вітчизняних підприємств у сучасних умовах. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. с. 347. – С. 153-157.
2. Фінанси. Українські підприємства за півроку отримали 190 млрд гривень прибутку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.rbc.ua/ukr/news/ukrainskie-predpriyatiya-polgoda-poluchili-1537798113.html>.
3. Рентабельність операційної діяльності великих та середніх підприємств за видами економічної діяльності. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: Ukrstat.org - State Statistics Service of Ukraine documents publishing.
4. Дзюбенко О.М.. Підходи до економічного аналізу рентабельності лісогосподарських підприємств. ВІСНИК ЖДТУ. 2018. –№ 1 (83). – с. 234. – С. 9-14
5. Юрко І. Особливості моделювання рентабельності сільськогосподарських підприємств України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://naub.oa.edu.ua/2015/>.
6. Кобилецький В.Р. Сутність рентабельності підприємства. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.finalon.com/metodyka-rozrakhunku/229-rentabelnist>.