

УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

В ринкових відносинах, що характеризуються своєю динамічністю, доводиться постійно ухвалювати неординарні рішення, які пов'язані з урахуванням економічного стану підприємства. Існує значна кількість альтернативних критеріїв оцінки економічної ефективності суб'єкта господарювання. Критеріями ефективності можуть бути співвідношення доходу підприємства до затрачених ресурсів. Якщо підприємство державної форми власності, то економічною ефективністю може вважатися сума коштів, що спрямовується до Державного та місцевих бюджетів, тобто це не лише прибуток, що спрямовується на виплату дивідендів власнику, а й сума податкових та неподаткових платежів. Критерієм економічної ефективності діяльності некомерційної організації може бути виконання певного поставленого перед організацією плану залежно від особливостей діяльності. Критерієм економічної ефективності комерційного підприємства є отримана сума прибутку.

Найбільш загальна методика визначення ефективності формалізується за допомогою наступного співвідношення:

$$F = \frac{E}{P}, \quad (1)$$

де, F – ефективність; E – ефект (результати); P – витрати (ресурси).

Рентабельність безпосередньо пов'язана з величиною прибутку. Вона вимірюється за допомогою цілої системи відносних показників (рентабельність активів, рентабельність інвестованого капіталу, рентабельність власного капіталу, валова рентабельність реалізованої продукції, операційна рентабельність реалізованої продукції та чиста рентабельність реалізованої продукції), що характеризують ефективність роботи підприємства в цілому, прибутковість різних напрямів діяльності (виробничою, комерційною, інвестиційною тощо), вигідність виробництва окремих видів продукції (робіт, послуг). Серед визначених категорій важливе місце займає рентабельність продукції.

Актуальність дослідження рентабельності продукції обумовлена тим, що в даний час без детального аналізу факторів, які впливають на її величину неможливо підвищити рівень прибутку. Для об'єктивної оцінки ефективності роботи підприємства недостатньо знати лише абсолютну величину отриманого прибутку від реалізованої продукції. Для цього слід отримані прибутки порівняти із вкладеними ресурсами, понесеними витратами. Відтак, особливістю даної економічної категорії є комплексний характер, різноманітність виконуваних функцій. Тому, аналіз рентабельності продукції та причини її зміни мають важливе значення для виявлення резервів підвищення ефективності роботи підприємства.

Розгляду питань сутності та оцінки рентабельності продукції присвячено багато праць відомих вчених-економістів, серед яких: Болюх М.А., Бугуцький О.А., Горлачук В.В., Дієсперов В.С., Єрмоленко В.М., Іващенко В.І., Короткевич О.В., Мазаракі А.А., Савчук В.П., Тітов М.В., Яненкова І.Г., та ін. Однак, швидкозмінні умови господарювання підприємств потребують пошуку нових підходів до вивчення питань підвищення рівня рентабельності продукції. Дослідники даної проблеми вважають, що рентабельність продукції є одним із головних вартісних показників ефективності виробництва, який характеризує рівень віддачі активів і ступінь використання ресурсів.

Управління рентабельністю продукції здійснюється за допомогою аналізу економічного стану підприємства та факторів, що впливають на формування її величини. Під час діагностики економічного стану підприємства слід використовувати прийоми та способи аналізу та оцінки. Для кожної конкретної ситуації існують свої прийоми та способи аналізу ситуації, що склалась. Вміння обрати необхідні з них вказує на здатність вирішити існуючу проблему на підприємстві. Проведений аналіз літературних джерел дав змогу визначити, що управління рентабельністю продукції – це процес розпізнавання й визначення кризових явищ в процесі виробництва певного виду продукції та формування заходів щодо підвищення рівня прибутковості. Алгоритм управління рентабельністю продукції наведено на рисунку 1.

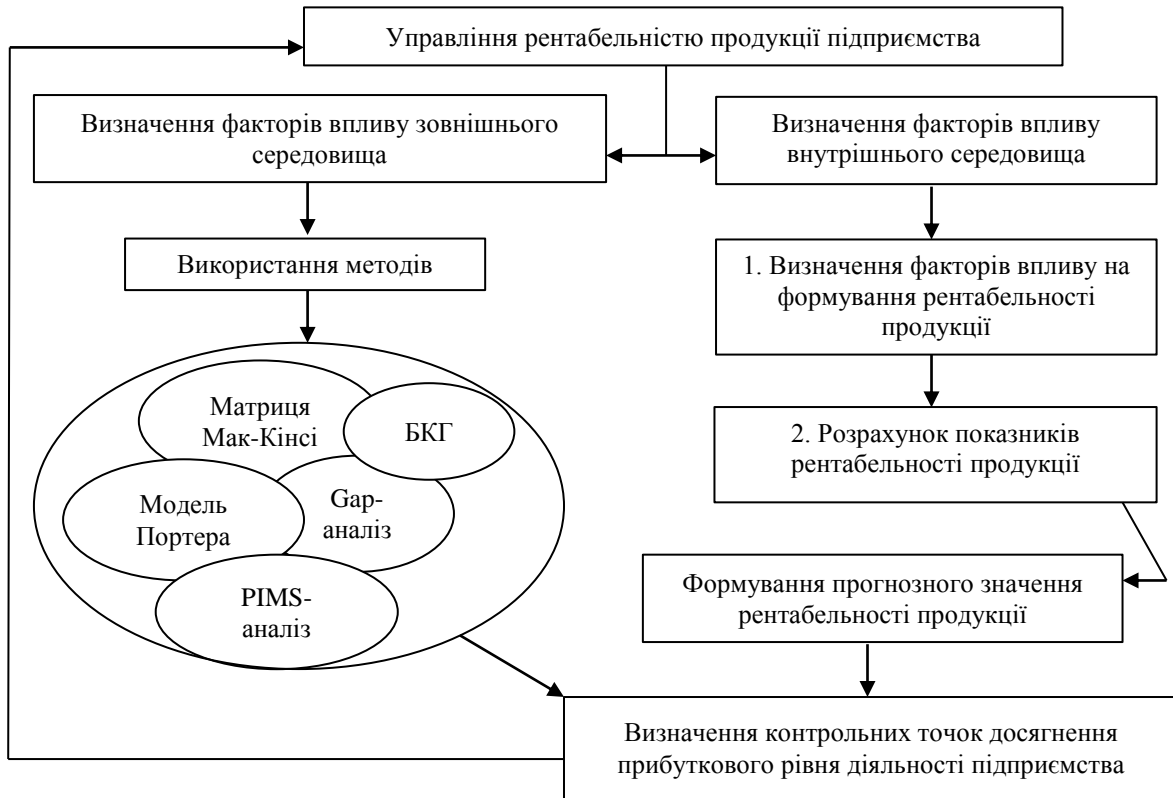


Рис. 1. Управління рентабельністю продукції підприємства

Отже, рентабельність характеризує рівень прибутковості більшою мірою, ніж прибуток, який характеризує кінцевий результат діяльності підприємства. Після оцінки факторів впливу на рентабельність продукції можливо виявити, за рахунок чого можливе нарощення обсягів виробництва і реалізації. Це заходи щодо підвищення продуктивності праці працівників, зменшення витрат на виробництво продукції, цінова політика, покращення системи маркетингу на підприємстві. По кожному з видів діяльності проводиться порівняння витрат з обсягом випуску продукції. Це надає можливість аналізувати кожний фактор впливу на величину рентабельності продукції, визначити «вузькі» місця та обрати напрям покращення діяльності щодо підвищення рівня прибутковості продукції. Також при вираженні формування шляхів підвищення рентабельності продукції, важливо розрізнити вплив зовнішніх та внутрішніх факторів. Підприємство немає впливу на зовнішні фактори проте, враховуючи їх можливо зменшити негативні наслідки, які ведуть до зниження рівня рентабельності продукції. Однак, суб'єкти господарювання мають можливість оперативного реагування на внутрішні фактори. Тому важливо здійснювати управління рентабельністю продукції комплексно, враховуючи фактори зовнішнього і внутрішнього середовища.