

## **РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ – ВАЖЛИВИЙ ПОКАЗНИК ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

*Белінська Н.С., к.е.н., доцент*

Вінницький національний технічний університет

**Вступ.** Для оцінки інтенсивності та ефективності виробництва використовують показники рентабельності. Вони повніше, ніж прибуток, характеризують кінцеві результати діяльності, оскільки їх величина показує співвідношення прибутку з наявними або використаними ресурсами.

Рентабельність – це відносний показник, який оцінює рівень прибутковості. Рентабельність вимірюється у відсотках, або у вигляді коефіцієнта, який показує, скільки гривень прибутку одержує підприємство на кожну гривню, вкладену в його господарську діяльність.

### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Теоретико-методологічні та практичні засади прибутку та рентабельності підприємств досліджують вітчизняні і зарубіжні науковці, зокрема Бланк І. А., Кірейцев Г.Г., Стоянова Е.С., Терещенко О.О., Покропивний С.Ф., Поддєрьогін А.М., Довбня С.Б., Коробов М.Я. та багатьох інших учених і практичних діячів.

Останнім часом молокопереробні підприємства знижували свою прибутковість, або були нестабільними в одержанні прибутку, а часто і опинялися на межі банкрутства. Щоб запобігти таким негативним явищам, треба проводити діагностику передусім рентабельності підприємства. Це зумовило вибір теми дослідження.

**Мета** статті – навести приклад діагностики рентабельності на основі використання сукупності методів і робочих прийомів, які дозволяють структурувати та ідентифікувати взаємозв'язки між основними показниками рентабельності.

**Результати досліджень.** Нами досліджувалися існуючі методи оцінки рівня рентабельності.

Розгляд літератури приводить до висновку, що на даний час не існує єдності при визначенні системи показників рентабельності. Окремі дослідники пропонують показники рентабельності, які відрізняються не тільки кількістю, але й назвами і методиками розрахунку. Так, Г.Г. Кірейцев сформував систему шести показників рентабельності: активів, власного капіталу, продажу, продукції, чистої рентабельності підприємства, коефіцієнт оборотності активів [2]. А.М. Поддєрьогін подає іншу систему у кількості семи показників: рентабельності продажу; основного капіталу; власного капіталу; усього капіталу підприємства; перманентного капіталу; періоду окупності власного капіталу [3]. Б.С. Кругляк, Т.П. Бондар, О.Б. Зайцева, А.І. Ковальов, Г.В. Скиба включають до цієї групи такі п'ять показників рентабельності: активів; поточних активів; інвестицій; власного капіталу; реалізованої продукції [4]. К.В. Ізмайлова до цієї групи показників відносить такі основні показники рентабельності: реалізованої продукції за прибутком від реалізації; продукції за чистим прибутком; капіталу; власного капіталу; виробничих фондів; реалізованої продукції за прибутком від операційної діяльності [5]. А.Н. Романов відносить до даної системи такі показники рентабельності: активів, власного капіталу, інвестованого капіталу, реалізованої продукції, витрат на реалізацію, поточних активів [6]. Ф.Ф. Бутинець розподіляє показники рентабельності на три основні групи [7]:

- витратні показники рентабельності: продукції, операційної діяльності, звичайної діяльності, господарської діяльності, коефіцієнт покриття виробничих витрат, коефіцієнт окупності виробничих витрат;

- ресурсні показники рентабельності: підприємства (активів, виробництва, виробничого капіталу, загальна економічна), власного капіталу, залученого капіталу, перманентного капіталу, необоротних активів (фондорентабельність), оборотних активів, коефіцієнт покриття активів, коефіцієнт окупності активів, коефіцієнт покриття власного капіталу, коефіцієнт окупності власного капіталу, валова рентабельність продажу продукції, чиста рентабельність продажу продукції, доходу від операційної діяльності;

- доходні показники рентабельності: валова рентабельність продажу продукції, чиста рентабельність продажу продукції, доходу від операційної діяльності [7].

Показник „рентабельність активів” Г.Г. Кірейцев розраховує як відношення прибутку до оподаткування до середньорічної вартості усіх активів, а при обчисленні усіх інших показників, він пропонує використовувати чистий прибуток.

У назві даного показника також немає узгодженості. Так, К.В. Ізмайлова називає даний показник „рентабельність капіталу”, А.М. Поддєрьогін називає цей показник „рентабельність усього капіталу підприємства”.

При обчисленні показника рентабельності активів, на наш погляд, слід використовувати формулу Г.Г. Кірейцева. Оскільки при співставленні чистого прибутку і середньорічної вартості майна він використовує показник „чиста рентабельність”.

Щодо назви показника „рентабельність власного капіталу” між авторами не існує розбіжностей, однак є розбіжності при обчисленні даного показника. Так, Г.Г. Кірейцев розраховує цей показник, використовуючи відношення прибутку до оподаткування до середньорічної вартості власного капіталу, а всі інші – замість прибутку до оподаткування, використовують суму чистого прибутку, довгострокові зобов’язання і поточні зобов’язання.

При розрахунку даного показника на нашу думку слід використовувати формулу Г.Г. Кірейцева, оскільки при розрахунку показника „рентабельність власного капіталу” слід використовувати суму власного капіталу і не додавати до цієї суми довгострокові і поточні зобов’язання, як це зробили інші автори.

Про сутність показника „рентабельність продажу” у різних дослідників немає єдності. Так, Г.Г. Кірейцев при розрахунку цього показника використовує відношення валового прибутку до суми чистого доходу (виручки) від реалізації продукції. Б.С. Кругляк і його співавтори на відміну від попереднього автора розраховують даний показник як відношення чистого прибутку до виручки від реалізації продукції.

К.В. Ізмайлова розраховує цей показник як відношення різниці валового прибутку, адміністративних витрат і витрат на збут до чистої виручки від реалізації. А.М. Поддєрьогін розраховує даний показник як відношення прибутку від реалізації продукції до виручки від реалізації.

Як бачимо розрахунок даного показника суттєво відрізняється. Відрізняються і його назви. Так, Б.С. Кругляк і його співавтори називають даний показник „рентабельність реалізованої продукції за прибутком від реалізації”. Формулу Б.С.Кругляка, на наш погляд, недоцільно використовувати, оскільки при розрахунку цим автором пропонується відношення всього чистого прибутку підприємства, а це не є вірно, тому що цей прибуток включає не тільки доходи від реалізації а й інші операційні доходи. Ми вважаємо також недоцільним використання формули К.В. Ізмайлової, на погляд якої від прибутку з реалізації потрібно віднімати усі адміністративні витрати і витрати на збут. Це невірно, тому що у ці витрати включаються і витрати, здійснені при отриманні інших операційних доходів. У розрахунку даного показника ми схиляємось до формули Г.Г. Кірейцева. А.М. Поддєрьогін і Г.Г. Кірейцев досягли узгодженості у розрахунку показника „чиста рентабельність”, а саме: відношення чистого прибутку до середньорічної вартості майна. А.М. Поддєрьогін називає цей показник „рентабельність усього капіталу”. Науковці пропонують ще ряд показників рентабельності, які, на нашу думку, не є основними при дослідженні рентабельності підприємства. Серед таких показників є: рентабельність виробничих фондів; рентабельність основної діяльності; період окупності власного капіталу; рентабельність перманентного капіталу; рентабельність поточних активів; рентабельність реалізованої продукції за прибутком від операційної діяльності та інші показники. Доцільно буде обрахувати показник „рентабельність інвестицій”, запропонований Б.С. Кругляком і показник „рентабельність продукції”, запропонований Г.Г. Кірейцевим, оскільки ці показники у загальній сукупності показників рентабельності дозволяють найоб’єктивніше оцінити рентабельність підприємства і здійснити його якісний аналіз.

Оцінюючи різні погляди, бачимо, що не існує кількісної приналежності показників рентабельності. Співставляючи всі показники, які пропонуються тими чи іншими науковцями, вважаємо, що показники рентабельності являють собою різну систему з різними методиками визначення. Нижче наводяться ті показники рентабельності, які вважаємо найбільш прийнятними та методики їх визначення [8].

**Показники, які пропонуються автором для визначення  
рентабельності**

№	Показник	Методика визначення
1	Рентабельність активів	Відношення прибутку до середньорічної вартості усіх активів, тобто показує скільки прибутку припадає на одну грн. активів, характеризує ефективність управління підприємством.
2	Рентабельність власного капіталу	Відношення прибутку підприємства до середньорічної вартості власного капіталу, показує величину одержаного прибутку в розрахунку на одну грн. капіталу власників
3	Рентабельність продажу	Розмір прибутку, що надходить на підприємство з кожної гривні проданої продукції.
4	Рентабельність продукції (робіт, послуг)	Відношення прибутку від продажу до собівартості продукції. Показує, скільки прибутку отримало підприємство в розрахунку на одну грн. понесених витрат.
5	Рентабельність інвестицій	Відношення прибутку до оподаткування, до різниці валюти балансу та короткострокових зобов'язань.
6	Чиста рентабельність підприємства	Відношення чистого прибутку підприємства до середньорічної вартості майна підприємства.

На основі запропонованої системи показників рентабельності можна провести діагностику цього показника на підприємстві, оскільки для забезпечення життєдіяльності підприємства в умовах конкурентного ринку, діагностика рентабельності набуває великого значення, як складова частина економічної ефективності його роботи. Мета діагностики – встановити діагноз рентабельності і зробити висновки про її рівень та динаміку у теперішній час і на перспективу. Завдання діагностики полягає у визначенні заходів, спрямованих на зростання показників рентабельності і способів їхньої реалізації.

Діагностика рентабельності проводиться на основі використання сукупності методів і робочих прийомів, що дозволяють структурувати і ідентифікувати взаємозв'язки між основними показниками рентабельності.

При дослідженні виконується така послідовність робіт: вибір системи показників оцінки рентабельності; аналіз рівня та динаміки рентабельності на підприємстві; розробка заходів щодо зростання показників рентабельності на підприємстві у перспективі.

Як будуть змінюватись показники рентабельності, прослідкуємо на такому умовному прикладі (табл.2).

Таблиця 2.

**Показники рентабельності підприємства за чотири поточних роки, коеф.**

Показники	Роки			
	перший	другий	третій	четвертий
1. Рентабельність активів	3,20	1,53	0	0
2. Рентабельність власного капіталу	6,04	3,00	0	0
3. Рентабельність продажу	0,06	0,03	0,08	0,06
4. Рентабельність продукції	7,00	4,16	8,80	5,83
5. Чиста рентабельність підприємства	0,01	0,012	0	0
6. Рентабельність інвестицій	0,06	0,03	0	0

Як видно з таблиці 2, у першому році рентабельність активів становила 3,2, знизившись у другому році до 1,53, а у третьому році даний показник дорівнює нулю. Це зниження відбулось за рахунок зменшення прибутку до оподаткування, і збільшення суми середньорічної вартості активів, через різке збільшення поточної дебіторської заборгованості. У третьому та четвертому роках при зменшенні середньорічної вартості активів, рентабельність дорівнювала нулю через відсутність прибутку.

У першому році рентабельність власного капіталу становила 6,04. Це свідчить про те, що на одну гривню капіталу власників припадав прибуток у сумі 6,04; у другому році цей показник суттєво знизився і становив 3,0 грн.; у третьому та четвертому роках даний показник дорівнює нулю. Цей спад відбувся за рахунок зниження прибутку.

У першому році рентабельність продажу становила 0,06, тобто з кожної гривні проданої продукції підприємство отримало прибуток у сумі 6 коп. У другому році даний показник знизився і становив 0,03. У третьому році рентабельність продажу становив 0,08, тобто 8 коп. У четвертому році даний показник знизився і становив 0,06 (6 коп.),

тобто досяг значення першого року. Це відбулось за рахунок зменшення валового прибутку у зв'язку із збільшенням собівартості реалізованої продукції.

У першому році рентабельність продукції становила 7, це свідчить про те, що підприємство на одну гривню понесених витрат, отримало прибуток у сумі 7 грн. У другому році даний показник суттєво зменшився і становив 4,16 (4 грн. 16 коп.). у третьому році рентабельність продукції суттєво зросла і становила 8,8. Це відбулось за рахунок збільшення валового прибутку, хоча собівартість продукції суттєво зросла. У четвертому році даний показник різко знизився і становив 5,83 через збільшення собівартості.

У першому році рентабельність інвестицій становила 0,06, у другому році даний показник суттєво знизився і становив 0,03, а в третьому і четвертому роках він дорівнював нулю. Це було спричинено відсутністю прибутку.

Як бачимо, дане підприємство є нерентабельним. Насамперед це є наслідком недовикористання виробничих потужностей, що було спричинено відсутністю сировини для переробки.

Проблема забезпечення сировиною є досить актуальною на даний час для усіх підприємств України, які займаються переробкою молочної сировини. Підприємства даної галузі потребують особливої уваги як з боку держави, так і з боку інвесторів, оскільки, маючи великі виробничі потужності, вони не спроможні забезпечити себе сировиною в достатній кількості. Тому виникає необхідність створення певних заходів, які б забезпечили прибутковість підприємств даної галузі, це стосується насамперед уваги до сільгоспвиробників у громадському секторі АПК.

**Висновки.** Для забезпечення активної діяльності підприємства необхідно проводити діагностику його рентабельності.

Рентабельність діяльності підприємства доцільно оцінювати за системою шести показників, наведених у таблиці 1, які вимірюють ефективність господарювання та використання усіх видів ресурсів.

### **Література**

1. Економічний аналіз: навчальний посібник/ М.А. Болух, В.З. Бур-чевський, М.І. Горбатюк та ін. За ред. акад. НАНУ проф. М.Г.Чума-ченка. – Вид. 2-ге перероб. і доп. – К.:КНЕУ, 2003. – 556 с.
2. Кірейцев Г.Г. Фінансовий менеджмент: Навч. посіб. Видання третє, перероблене і доповнене. – К.: "Центр навчальної літератури", 2004. – 531 с.

3. Поддєрьогін А.М. Фінанси підприємств: Підручник. – К.: КНЕУ, 1998. – 368 с.

4. Кругляк Б.С., Бондар Т.П., Зайцева О.Б., Ковальов А.І., Скиба Г.В. Економічний аналіз підприємств. Навч. посіб. – Хмельницький державний університет, 2004. – 420 с.

5. Ізмайлова К.В. Фінансовий аналіз: Навч. посіб. МАУП, 2000. – 152 с.

6. Романов А.Н., Корлюгов Ю.Ю., Красильников С.А. и др. Маркетинг. Под ред. А.Н. Романова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1996. – 560 с.

7. Бутинець Ф.Ф. Економічний аналіз для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 7.050106 „Облік і аудит”. – Житомир: ПП „Рута”, 2003. – 680 с.

8. О.М. Пазюк, О.І. Марченко. Діагностика рентабельності підприємства // Зб. Матеріалів III Всеукраїнської наукової конференції 16-17 лютого 2006 р. – Вінниця. ВІЕТДЕУ. – С.92.

#### Аннотация

#### УДК 65.001.44

**Рентабельность – важный показатель экономической эффективности деятельности молокоперерабатывающих предприятий / Белинская Н.С., кандидат экономических наук, доцент, Винницкий национальный технический университет**

В статье рассмотрены показатели рентабельности как важные показатели эффективной деятельности предприятия. На основе критического анализа предлагаемых учеными многочисленных показателей рентабельности автор выделяет шесть из них, которые наиболее полно характеризуют положительные результаты.

Для обеспечения эффективной деятельности предприятия необходимо осуществлять диагностику его рентабельности.

#### Summary

#### UCC 65.011.44

**Profitability as an important showing of economic efficiency of dairy products enterprise operation/ N.S.Belinska, Candidate of Economic Science, Vinnytsia National Technical University**

The indices of profitableness as main factors of enterprise activities are examined in the article. Having studied a number of profitableness indices suggested by some scientists the author has underlined six out of them. These indices given in Table 1 provide the most profound characteristics of positive results.

It is necessary to carry out diagnostics of enterprise profitableness to ensure the efficacy of enterprise activities.