

УДК 658.155

Гончаренко М.Л.

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри економіки та організації діяльності  
суб'єктів господарювання  
Української інженерно-педагогічної академії

Рибалка Я.М.

студентка факультету економічних управлінських  
та освітніх технологій Української інженерно-педагогічної академії

## ПРОБЛЕМИ РОЗРАХУНКУ Й ОЦІНЮВАННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

### PROBLEMS OF CALCULATION AND EVALUATION OF PROFITABILITY OF MODERN INDUSTRIAL ENTERPRISES

#### АНОТАЦІЯ

Правильний розрахунок рентабельності дає змогу зробити комплексні висновки щодо ефективності господарювання підприємств. У статті запропонована й обґрунтована методика розрахунку показників рентабельності з максимальним використанням наявної фінансової звітності. Систематизація показників рентабельності надасть можливість об'єктивно оцінювати ефективність використання ресурсів, витрачених коштів і діяльність загалом промислового підприємства.

**Ключові слова:** прибуток, рентабельність, рентабельність активів, рентабельність капіталу, рентабельність продукції, рентабельність діяльності, ефективність.

#### АННОТАЦИЯ

Правильное измерение рентабельности позволяет сделать комплексные выводы об эффективности хозяйствования предприятий. В статье предложена и обоснована методика расчета показателей рентабельности с максимальным использованием существующей финансовой отчетности. Систематизация показателей рентабельности позволит объективно оценивать эффективность использования ресурсов, затраченных средств и деятельность в целом промышленного предприятия.

**Ключевые слова:** прибыль, рентабельность, рентабельность активов, рентабельность капитала, рентабельность продукции, рентабельность деятельности, эффективность.

#### ANNOTATION

A correct calculation of profitability allows drawing comprehensive conclusions about efficiency of economic management of enterprises. The methods of profitability indicators calculation with maximal application of existing financial accountability are introduced and grounded in this article. Profitability indicators systematization will allow to evaluate objectively the efficiency of utilization of resources, costs and economic management of industrial enterprise on the whole.

**Keywords:** profit, profitability, return on assets, return on equity, output profitability, operating profitability, efficiency.

**Постановка проблеми.** Кожному підприємству для забезпечення стійкого економічного зростання потрібно розвивати ділову активність, яка покликана сприяти мінімізації ризику невдач в умовах економічної нестабільності та конкуренції. Поняття ділової активності доволі широке й охоплює практично всі аспекти роботи підприємства. Неодмінно воно доповнюється аналізом рентабельності підприємства, показники якої визначають життєздатність підприємства, його можливості забезпечувати інтереси інвесторів, конкурувати з іншими суб'єктами ринку. Тому чим вищі показники

рентабельності, тим ефективнішою є діяльність підприємства.

#### Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідженню рентабельності підприємства присвячені праці таких вітчизняних науковців, як І.О. Бланк [1], О.А. Зінченко [2], М.В. Агапова, М.Ю. Танцюра [6], А.М. Поддєрьогін [7] та інших. Серед російських досліджень з цієї проблеми варто відзначити роботи А.М. Магомедова [3], Г.В.Савицької [4], В.В. Ковальова [8], В.Я. Горфінкеля, В.А. Швандара [9]. Також варто звернутися до фундаментальних праць американського економіста П.Е. Самуельсона [5], який зробив вагомий внесок у розвиток теорії та практики аналізу рентабельності. Хоча це питання є одним із найбільш пріоритетних під час ознайомлення з будь-яким суб'єктом господарювання, проте потрібно зазначити, що деякі проблеми дослідження рентабельності досить дискусійні й потребують подальшого вивчення.

**Виділення не вирішених частин загальної проблеми.** У сучасних умовах досить важко однозначно оцінювати показники ефективної господарської діяльності та планувати їх на наступні періоди. Тому кожне підприємство має виділити для себе найбільш важливі показники оцінювання, вибрати орієнтовні норми їх базового розміру і зростання, а також сформулювати фактори, що впливають на рівень цих показників.

**Мета статті.** Метою статті є дослідження проблем оцінювання рентабельності промислового підприємства в сучасних умовах, виявлення переваг і недоліків наявних методик аналізу рентабельності.

**Виклад основного матеріалу.** Розвиток ринкових відносин підвищує відповідальність і самостійність підприємств та інших суб'єктів ринку в підготовці й прийнятті управлінських рішень. Ефективність цих рішень багато в чому залежить від об'єктивності, своєчасності та всебічності оцінювання наявних і очікуваних фінансових результатів діяльності підприємства та його фінансового стану. Це сприяло розвитку такого важливого напрямку аналітичної роботи,

як фінансовий аналіз. За допомогою фінансового аналізу можна об'єктивно оцінити внутрішні й зовнішні відносини суб'єкта господарювання: охарактеризувати його платоспроможність, ефективність і прибутковість діяльності, перспективи розвитку, а потім за цими результатами прийняти обґрунтовані управлінські рішення.

Кінцевим результатом господарської діяльності підприємства в абсолютному вираженні є прибуток. Але він повною мірою не дає змоги судити про успішність діяльності цього підприємства на ринку, його економічний потенціал, конкурентоспроможність, виживання тощо. Абсолютні показники повинні доповнюватися показниками ефективності роботи, тобто комплексом показників рентабельності.

Саме поняття «рентабельність» походить від слова «рента», що в загальному вигляді означає дохід. Виходячи з цього, рентабельність – це прибутковість. Раніше термін «рентабельність» означав саме ступінь віддачі від використання факторів виробництва. Зокрема, відомий американський учений-економіст П.Е. Самуельсон вказує, що рентабельність є безумовним доходом від чинників виробництва як винагорода за підприємницьку діяльність, технічні нововведення та вдосконалення, за вміння ризикувати в умовах невизначеності, як монопольний дохід, як етична категорія [5, с. 135].

З розвитком ринкових відносин рентабельність стала охоплювати й інші сторони економічної діяльності суб'єкта господарювання (виробничу, підприємницьку, інвестиційну тощо). В.Я. Горфінкель і В.А. Швандар відзначають, що рентабельність являє собою відносний показник прибутковості, який показує ефективність розвитку підприємства [9, с. 394].

Показники рентабельності повніше, ніж прибуток, характеризують результати господарювання, тому що їхній розмір відображає співвідношення отриманого ефекту з укладеним капіталом або спожитими ресурсами. Їх використовують для оцінювання діяльності підприємства й як інструмент в інвестиційній політиці й ціноутворенні [4, с. 273].

Ще один підхід розглядає рентабельність підприємства як якісну вартісну оцінку рівня віддачі витрат або міри використання наявних у підприємства виробничих ресурсів (капіталу, праці тощо) у процесі виробництва основної продукції (товарів, виконання робіт, надання послуг) та її реалізації [6, с. 114].

У будь-якому визначенні рентабельність – це відносний показник, що означає відношення суми отриманого (очікуваного) фінансового результату до одного з показників (виручки, витрат, середньої вартості основних і обігових коштів, фонду заробітної плати тощо.).

На сьогодні у світовій обліково-аналітичній практиці використовуються десятки показників для оцінювання стану суб'єкта: рентабельність продажу продукції, рентабельність ак-

тивів і власного капіталу, обіговість активів, вартість компанії тощо. Усі показники можуть бути об'єктами управління й характеризувати хід того чи іншого процесу на підприємстві. Але для скорочення витрат і успішного управління підприємством найбільш ефективні традиційні показники рентабельності, що дають змогу препарувати баланс підприємства з позицій взаємозв'язку його складових із прибутком.

Коефіцієнти рентабельності можуть бути розраховані також за окремими видами активів, окремими формами залученого позикового капіталу, окремими об'єктами реального й фінансового інвестування [1].

Усі показники рентабельності можна поділити на чотири основні групи: показники рентабельності щодо реалізації; показники рентабельності щодо активів; показники рентабельності щодо власного капіталу та зобов'язань; показники рентабельності витрат і продукції [2, с. 151].

Рентабельність продажу ( $R_{пр}$ ) розраховується за заданий період часу й виражається у відсотках:

$$R_{пр} = \frac{\Pi}{В} \times 100\%, \quad (1)$$

де  $\Pi$  – прибуток за цей період часу;

$В$  – виручка за цей самий період.

За допомогою рентабельності продажу (1) підприємство може оптимізувати цінову політику, а також витрати, пов'язані з комерційною діяльністю. Значення рентабельності продажу специфічні для кожного підприємства, що може пояснюватися відмінностями конкурентних стратегій і асортиментом продукції, яка випускається.

Для розрахунку рентабельності продажу можуть використовуватися різні види прибутку, що зумовлює існування різних варіацій цього коефіцієнта. Найбільш часто аналізується рентабельність продажу, розрахована за валовим прибутком; операційна рентабельність продажу; рентабельність продажу, розрахована за чистим прибутком. При цьому операційна рентабельність продажу являє собою відношення прибутку (до оподаткування) до виручки, виражене у відсотках. Вона показує, яка частина прибутку міститься в кожній гривні отриманої виручки за вирахуванням сплачених відсотків і податків. Рентабельність продажу за чистим прибутком розраховується як частка від ділення чистого прибутку на виручку, що є найбільш конкретизованим показником в оцінюванні реалізаційної діяльності для будь-якого підприємства.

Рентабельність активів ( $R_{ак}$ ) являє собою фінансовий коефіцієнт, що показує прибутковість і ефективність діяльності підприємства. Цей показник дає відомості про те, який прибуток отримано суб'єктом господарювання з кожної витраченої гривні й розраховується за формулою:

$$R_{ак} = \frac{\Pi_ч}{А} \times 100\%, \quad (2)$$

де  $\Pi_{\text{ч}}$  – чистий прибуток;

$A$  – середньорічний розмір активів.

За допомогою показника рентабельності активів (2) можна виявити, які розбіжності між прогнозованим рівнем рентабельності й реальним показником, а також зрозуміти, які фактори вплинули на відхилення. Також цей показник доцільно використовувати для порівняння ефективності функціонування підприємств в одній галузі.

Під час розрахунку коефіцієнта рентабельності власного капіталу чистий прибуток зараховують до власного капіталу, не коригуючи на суму відсотків по кредиту, що є загальноприйнятим у практиці розрахунків попереднього показника рентабельності.

Рентабельність витрат ( $R_{\text{вит}}$ ) діяльності визначається як відношення загального прибутку від звичайної діяльності до всіх витрат від звичайної діяльності:

$$R_{\text{вит}} = \frac{\Pi_{\text{зд}}}{Z_{\text{зд}}}, \quad (3)$$

де  $\Pi_{\text{зд}}$  – загальний прибуток від звичайної діяльності;

$Z_{\text{зд}}$  – витрати від звичайної діяльності.

Цей показник (3) характеризує витратну рентабельність і показує, скільки прибутку припадає на кожну гривню всіх понесених за звітний період витрат. Цей показник також може розраховуватись на базі операційних витрат ( $R_{\text{ов}}$ ) як відношення прибутку від операційної діяльності до розміру операційних витрат за формулою:

$$R_{\text{ов}} = \frac{\Pi_{\text{од}}}{Z_{\text{од}}}, \quad (4)$$

де  $\Pi_{\text{од}}$  – прибуток від операційної діяльності;

$Z_{\text{од}}$  – витрати від операційної діяльності.

У цьому випадку коефіцієнт характеризує прибутковість операційних витрат. Детальніше це означає, скільки прибутку припадає на гривню понесених операційних витрат, тобто вигідність для підприємства виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг, продажу товарів, понесених інших витрат операційної діяльності, і являє собою витратний показник рентабельності.

Рентабельність продукції ( $R_{\text{прод}}$ ) відображає ефективність сукупних витрат на виробництво й реалізацію продукції, тому рентабельність продукції розраховується як відношення прибутку від продажу до повної собівартості, тобто до суми витрат на виробництво та реалізацію продукції:

$$R_{\text{прод}} = \frac{\Pi_{\text{прод}}}{C_{\text{п}}}, \quad (5)$$

де  $\Pi_{\text{прод}}$  – прибуток від продажу;

$C_{\text{п}}$  – повна собівартість.

До показників рентабельності продукції загалом зараховують такі:

1. Рентабельність окремого виду продукції – розраховується як відношення прибутку від

його реалізації до собівартості.

2. Рентабельність реалізованої продукції – розраховується як відношення валового прибутку (або чистого прибутку) до виручки від реалізації продукції.

3. Рентабельність виробництва – розраховується як відношення валового прибутку (або чистого прибутку) до вартості основних засобів і матеріальних обігових коштів.

Зростання рентабельності – позитивна тенденція, проте необхідно завжди мати на увазі, за рахунок чого було досягнуто зростання, чи не було необґрунтованого зниження собівартості продукції та інших витрат, що може позначитися на якості виробленої продукції [7, с. 303].

Показники рентабельності визначаються в коефіцієнтах або відсотках і показують частку прибутку в кожній грошовій одиниці витрат або частку товарної продукції в її собівартості. Їх можна розраховувати й за окремими структурними підрозділами, і за видами діяльності суб'єкта господарювання. Якщо ж треба зіставити показники рівня рентабельності за різними видами продукції або підприємствами різної спеціалізації, тоді необхідно їх визначати як співвідношення валового прибутку до власних витрат цих підприємств.

Зміна рентабельності окремих видів продукції відбувається під впливом різних факторів, що видно з рис. 1.



Рис. 1. Фактори, що впливають на рентабельність продукції

З рис. 1 можна зробити висновок, що існує багато факторів, які впливають на розмір прибутку й рентабельності підприємства. Так, вони можуть бути зовнішніми, які не залежать від зусиль певного колективу (попит на ринку, рівень інфляції, загальна кон'юнктура), і внутрішніми (структура витрат, досягнута якість продукції тощо). Тому будь-які структурні кількісні та якісні зрушення в зовнішньому і внутрішньому середовищі підприємства позначаються на рівні показників його рентабельності.

**Висновки.** Незважаючи на важливість прибутку (чистого прибутку) як оцінного показника діяльності підприємства, найбільш об'єктивно дохідність будь-якого суб'єкта господарювання визначається показниками рентабельності. Підприємці завжди прагнуть, щоб розрахункова

рентабельність будь-якого підприємства була не нижчою за середню норму прибутковості на капітал, яка існує в цій галузі.

Систематизація показників рентабельності з урахуванням переходу підприємств на міжнародні стандарти фінансової звітності має важливе методологічне значення. В навчальній економічній літературі зустрічається велика різноманітність у підходах до розрахунку рентабельності, її показниках, що негативно впливає на правильне розуміння використання того чи іншого коефіцієнта в практичних розрахунках.

На нашу думку, хоча жоден із показників не є універсальним, на практиці кожен виконує певну функцію, тому під час аналізу рентабельності варто виходити з таких положень:

а) рентабельність – це відношення того прибутку до того показника, від якого залежить цей прибуток;

б) відсутній універсальний показник рентабельності, і кожен показник має своє функціональне призначення на певній стадії господарювання суб'єкта;

в) під час розрахунку рентабельності необхідно максимально використовувати наявну фінансову звітність і різні варіації абсолютних фінансових показників;

г) показники рентабельності, що розраховуються, мають застосовуватися не тільки всередині фірми, а й для порівняння результатів

діяльності споріднених підприємств окремої галузі.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бланк І.О. Коефіцієнти оцінки рентабельності (прибутковості) / І.О. Бланк [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.consensus-audit.ru/dic/blank/>.
2. Зінченко О.А. Визначення показників рентабельності на основі величини якості прибутку / О.А. Зінченко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2009. – № 28. – С. 150–155
3. Магомедов А.М. Рентабельность: чтобы управлять, следует правильно измерить / А.М. Магомедов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://1fin.ru/?id=625>.
4. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства : [навч. посіб.] / Г.В. Савицька. – 3-тє вид., виправл. і доп. – К. : Знання, 2007. – 668 с.
5. Самуэльсон П.Э. Микроэкономика / П.Э. Самуэльсон ; пер. с англ. О.Л. Пелявского. – М. : Вильямс, 2009. – 752 с.
6. Танцюра М.Ю. Стратегія забезпечення рентабельності підприємства / М.Ю. Танцюра, Д.Л. Шихмамбетова // Економіка Крима – 2012. – № 2 (39). – С. 113–116.
7. Поддєрьогін А.М. Фінанси підприємств : [підручник] / А.М. Поддєрьогін. – 3-тє вид., перероб. та доп. – К. : КНЕУ, 2001. – 460 с.
8. Ковалев В.В. Финансовый менеджмент: теория и практика / В.В. Ковалев [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.univer5.ru/menedzhment/finansoviy-menedzhment-teoriya-i-praktika-kovalev-v.v.-219/Page-205.html>.
9. Економіка підприємства : [учебник] / под ред. В.Я. Горфинкеля, В.А. Швандара. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 670 с.