



**Танцюра Максим Юрійович,**  
старший викладач,  
**Шихмамбетова Діана Леонідівна,**  
студентка

658.155

## СТРАТЕГІЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Кожне підприємство в процесі свого функціонування має на меті досягнення максимального ефекту від своєї діяльності, а це неможливо без ефективного управління ним. Саме тому на даний момент стає важливим і необхідним визначення стратегії забезпечення рентабельності підприємства.

Основною метою здійснення операційної діяльності підприємства є забезпечення його рентабельності від даної діяльності, яка є складовою загальної рентабельності підприємства від господарської діяльності. Проведемо аналіз динаміки показників рентабельності операційної діяльності підприємств України за видами економічної діяльності за січень – вересень 2009 – 2011 рр. (табл. 1).

Таблиця 1

Рентабельність операційної діяльності за видами економічної діяльності  
за січень-вересень 2009 - 2011 рр.

Рівень рентабельності (збитковості), %			
	2009	2010	2011
Усього	3,6	4,8	5,2
у тому числі			
сільське господарство, мисливство, лісове господарство	1,3	2,6	3,5
промисловість	2,0	3,8	6,0
будівництво	-0,3	-1,8	-0,3
торгівля, ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку	6,7	12,7	10,9
торгівля автомобілями та мотоциклами, їх технічне обслуговування та ремонт	2,6	19,9	24,8
оптова торгівля і посередництво в оптовій торгівлі	7,5	13,8	10,1
роздрібна торгівля, ремонт побутових виробів та предметів особистого вжитку	4,9	4,5	9,3
діяльність готелів та ресторанів	0,9	3,3	4,3
діяльність транспорту та зв'язку	11,5	10,6	3,3
фінансова діяльність	-2,2	2,5	2,0
операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємцям	8,7	4,8	4,6
освіта	9,1	6,6	5,9
охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	8,1	6,4	4,0
надання комунальних та індивідуальних послуг, діяльність у сфері культури та спорту	-17,4	-21,4	-16,7

Як видно з табл. 1, найбільший рівень рентабельності (24,8%) станом за 2011 р. мали підприємства, що займаються торгівлею автомобілями та мотоциклами, їх технічним обслуговуванням та ремонтом, що порівняно з 2009 та 2010 рр. зріс на 22,2% та 4,9% відповідно.

Збитковими у 2009-2011 рр. стали: діяльність підприємств будівництва (їх рівень збитковості становив відповідно -0,3%, -1,8%, -0,3%); надання комунальних та індивідуальних послуг, діяльність у сфері культури та спорту (-17,4%, -21,4%, -16,7%). Тому проблема забезпечення рентабельності підприємства стає особливо актуальною та виникає необхідність формування стратегії забезпечення рентабельності підприємства. Окремі питання теми статті досліджувалися багатьма вченими, серед них: Бланк І.А. [1], Старовойтов М.К. [2], Поддєрьогін А.М. [3], Коробов М.Я. [4], Білик М.Д. [5] Цал-Цалко Ю.С. [6]. У досліджених джерелах відсутнє визначення сутності стратегії забезпечення рентабельності підприємства.

Мета статті - визначити стратегію забезпечення рентабельності підприємства.

Враховуючи відсутність поняття «стратегія забезпечення рентабельності підприємства» сформулюємо його визначення на основі структурного аналізу: проаналізуємо підходи до визначення поняття «фінансова стратегія підприємства» (табл. 2) та «рентабельності підприємства» (табл. 3).

Таблиця 2

Основні підходи до визначення поняття «фінансова стратегія підприємства»

Автор	Визначення
Бланк І.А.	це один з найважливіших видів функціональних стратегій підприємства, що забезпечує всі основні напрями розвитку його фінансової діяльності та фінансових відносин шляхом формування довгострокових фінансових цілей, вибору найбільш ефективних шляхів їх досягнення, адекватного корегування напрямів формування й використання фінансових ресурсів при зміні умов зовнішнього середовища
Старовойтов М.К.	є складною багатофакторною моделлю дій і заходів, необхідних для досягнення поставленої перспективної мети в загальній концепції розвитку у частині формування і використання фінансово-ресурсного потенціалу підприємства
Поддєрьогін А.М.	це генеральний план дій щодо забезпечення підприємства коштами

Аналіз визначень, наведених у табл. 2 показує, що є певні розбіжності між розглянутими підходами. Бланк І.А. визначає фінансову стратегію як один з найважливіших видів функціональних стратегій підприємства, тобто він розглядає дане поняття з точки зору управління; Старовойтов М.К. розглядає фінансову стратегію з точки зору математики й стверджує, що вона є складною багатофакторною моделлю дій і заходів, необхідних для досягнення поставленої перспективної мети підприємства; Поддєрьогін А.М. підходить вже з точки зору планування і відзначає, що фінансова стратегія – це генеральний план дій щодо забезпечення підприємства коштами.

Таблиця 3

Основні підходи до визначення поняття «рентабельність підприємства»

Автор	Визначення
Коробов М.Я.	визначає прибутковість або дохідність виробництва і реалізації всієї продукції (виконаних робіт, наданих послуг) або окремих її видів
Білик М.Д.	характеризує кінцеві результати господарської діяльності підприємства, оскільки її величина відображає співвідношення отриманого результату з наявними чи використаними ресурсами
Цал-Цалко Ю.С.	це якісна вартісна оцінка 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

Аналіз таблиці 3 показує, що зазначені визначення поняття «рентабельність підприємства» характеризують лише його окремі аспекти. Наприклад, Коробов М.Я. розглядає рентабельність підприємства як прибутковість тільки продукції та її видів; Білик М.Д. визначає рентабельність як кінцевий результат діяльності підприємства; Цал-Цалко Ю.С. характеризує рентабельність як якісну вартісну оцінку рівня віддачі витрат у процесі виробництва продукції.

При визначенні рентабельності підприємства необхідно враховувати як зовнішні, так і внутрішні чинники. Крім того, використання даних бухгалтерської звітності само по собі не дає об'єктивної оцінки поняття рентабельності підприємства, тому визначимо рентабельність підприємства за допомогою формули (1):

$$R = \frac{P}{V} , \quad (1)$$

де  $R$  - рентабельність підприємства;  $P$  - економічний прибуток;  $V$  - ринкова вартість підприємства.

Поєднання вищезгаданих підходів до понять «фінансова стратегія» та «рентабельність підприємства» дозволяє визначити стратегію забезпечення рентабельності підприємства як складову частину фінансової стратегії підприємства, що визначає мету і завдання управління прибутком у довгостроковій перспективі.

В економічній літературі [7, 8] виділяють різні види прибутку: 1. за характером відображення в обліку (бухгалтерська, економічна); 2. за характером діяльності підприємства (прибуток від звичайної діяльності, прибуток від надзвичайних подій); 3. за основними видами господарських операцій (прибуток від реалізації продукції, прибуток від позареалізаційних операцій); 4. за основними видами діяльності (прибуток від операційної діяльності, прибуток від інвестиційної діяльності, прибуток від

фінансової діяльності); 5. за складом елементів, що формують прибуток (маржинальний прибуток, валовий прибуток, балансовий прибуток, чистий прибуток); 6. за характером оподаткування (склад прибутку, що не підлягає оподаткуванню та оподатковуваний податками); 7. по достатності рівня формування (нормальний прибуток, низький та високий прибуток); 8. з даного періоду формування (прибуток попереднього періоду, прибуток звітного періоду і прибуток планового періоду); 9. за характером використання в складі прибутку (капіталізований прибуток, спожитий прибуток); 10. за ступенем використання (нерозподілений прибуток, розподілений прибуток); 11. за значенням підсумкового результату господарювання (позитивний прибуток, негативний прибуток).

Показники рентабельності розподіляються за кожним із сказаних критеріїв класифікації, але найбільш вживаним є виділ валового та чистого прибутку, у зв'язку з цим, структуруємо показники рентабельності за допомогою табл. 4.

Таблиця 4

Матриця рентабельності (Р) підприємства

База порівняння	Чистий прибуток (ЧП)	Валовий прибуток (ВП)	Умовні позначення
1. Майно	$R_M^Ч = \frac{ЧП}{M}$	$R_M^В = \frac{ВП}{M}$	<i>M</i> – вид майна (наприклад, активи, кошти, капітал, фонди) <i>B<sub>д</sub></i> – затрати даної діяльності (наприклад, операційні, фінансові, інвестиційні); <i>B</i> – вид витрат (крім витрат за видами діяльності) та сукупність різних витрат (наприклад, собівартість); <i>Д</i> – дохід (наприклад, виручка від реалізації).
2. Діяльність	$R_д^Ч = \frac{ЧП}{B_д}$	$R_д^В = \frac{ВП}{B_д}$	
3. Витрати	$R_B^Ч = \frac{ЧП}{B}$	$R_B^В = \frac{ВП}{B}$	
4. Доходи	$R_д^Ч = \frac{ЧП}{Д}$	$R_д^В = \frac{ВП}{Д}$	

Аналіз табл. 4 показує, що існує 2 групи стратегії забезпечення рентабельності підприємства.

1. Чисті стратегії забезпечення рентабельності підприємства: стратегія підвищення рентабельності підприємства (всі показники матриці рентабельності підприємства збільшуються); стратегія збереження рентабельності підприємства (всі показники матриці рентабельності підприємства залишаються без змін); стратегія зниження рентабельності підприємства (всі показники матриці рентабельності підприємства зменшуються).

2. Змішані стратегії забезпечення рентабельності підприємства (частина показників матриці рентабельності підприємства збільшуються, інша частина – зменшується та/або залишається без змін).

Вибір стратегії забезпечення рентабельності підприємства групується на відповідних чинниках, які обумовлюють специфіку діяльності кожного суб'єкта господарювання. Несвіт В.І. розглядає 4 групи чинників: матеріально-технічні, організаційні, економічні та соціальні (тобто відзначаються тільки внутрішні чинники) [9], а Кучерова О.Н. вже пропонує розподіл чинників на внутрішні і зовнішні [10]. Узагальнюючи ці два підходи, побудуємо табл. 5.

Таблиця 5

Чинники вибору стратегії забезпечення 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
- зовнішньоекономічні чинники	зміна тарифів і цін продукцію та послуги в результаті інфляції

Таким чином, існує дві групи чинників вибору стратегії забезпечення рентабельності підприємства: внутрішні та зовнішні. Кожна з цих груп, у свою чергу включає ряд чинників: до складу внутрішніх чинників відносяться матеріально-технічні, організаційно-управлінські, фінансові, кадрові; до зовнішніх належать ринкові, адміністративні та зовнішньоекономічні чинники.

Виходячи з аналізу визначень поняття «рентабельність підприємства», кількісно вона виражається як відношення економічного прибутку підприємства до його ринкової вартості. Отже, стратегія забезпечення рентабельності підприємства - це складова частина фінансової стратегії підприємства, що визначає мету і завдання управління прибутком у довгостроковій перспективі. Існують чисті та змішані стратегії забезпечення рентабельності підприємства, вибір яких залежить від внутрішніх та зовнішніх чинників, що зумовлюють специфіку функціонування підприємства.

### Література

1. Бланк І.А. Фінансова стратегія підприємства / І.А. Бланк. – К.: «Ніка-Центр», «Ельга», 2004. – 711 с.
2. Старовойтов М.К. Практический инструментарий организации управления промышленным предприятием / М.К. Старовойтов, П.А. Фомин. – М.: Высшая школа, 2002. – 235 с.
3. Поддєрьогін А.М. Фінанси підприємств: підручник / А.М. Поддєрьогін, Л.Д. Буряк, Г.Г. Нам, А.М. Павліковський, О.В. Павловська, В.З. Потій, А.П. Куліш, О.О. Терещенко, Н.П. Шульга, С.А. Булгакова; керівник авт. кол. і наук. ред. проф. А.М. Поддєрьогін. – 3-тє вид., перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2000. – 460 с.
4. Коробов М.Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємства / М.Я. Коробов – К.: Либідь, 2000. – 285 с.
5. Білик М.Д. Фінансовий аналіз: навч. посібник / М.Д. Білик, О.В. Павловська, Н.М. Притуляк, Н.Ю. Невмержицька. – К.: КНЕУ, 2005. – 592 с.
6. Цал-Цалко Ю. С. Фінансова звітність підприємства та її аналіз: Навч. посібник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Київ: ЦУЛ, 2002. – 360 с.
7. Баранцева С.М. Стратегічне управління прибутком торговельного підприємства / С.М. Баранцева. – Донецьк, 2007. – 22 с.
8. Мазаракі А.А. Економіка торговельного підприємства: підручник [для вузів] / Під ред. проф. Н.М. Ушакової. – К.: Вид-во "Хрещатик", 1999. – 800 с.
9. Несвіт В. І. Модель аналізу рентабельності власного капіталу / В. І. Несвіт // Вісник економічної науки України. Науковий журнал Академії економічних наук України, 2006. - № 2 (10). – 126 с.
10. Кучерова Е.Н. Факторы, влияющие на устойчивое развитие предприятия/ Образование, наука и производство: Сборник научных трудов т.6. Вязьма: ВФ МГИУ, 2007.
11. Офіційний web-сайт Державного комітету статистики України. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.ukrstat.gov.ua>.

*Рецензент д.е.н., професор С.П. Наливайченко*