

УДК 658.152

**ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ
ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В РОССИИ****М.В. Чараева, д. экон. наук, доц. кафедры корпоративных финансов
и финансового менеджмента**Электронный адрес: mvcharaeva@mail.ruРостовский государственный экономический университет (РИНХ), 344019, г. Ростов-на-Дону,
ул. Мурлычёва, 50

В статье раскрыта взаимосвязь и взаимозависимость факторов, влияющих на возможности повышения рентабельности промышленных предприятий, определены резервы её роста, а также направления воздействий, использование которых в совокупности приведёт не только к рентабельному функционированию российской промышленности, но и росту российской экономики в целом.

Ключевые слова: прибыль; рентабельность предприятий; финансовые результаты; резервы роста.

Модернизация и развитие экономики России предопределяют необходимость актуализации анализа финансовых результатов как одного из важных направлений в области бухгалтерского и управленческого учета деятельности предприятия.

Недооценка получаемых результатов приводит к потере значительной части доходов, к недостатку финансовых ресурсов, к стагнации российского промышленного сектора. Поэтому для эффективного управления предприятием необходимо знать, за счет чего формируются финансовые ресурсы, а также какие факторы оказывают на них влияние. Менеджеры предприятия должны иметь информацию о размерах и структуре финансовых ресурсов предприятия, планировать направления их использования.

Одним из главных качественных показателей, характеризующих финансовые результаты хозяйственной деятельности предприятий, является прибыль [5]. Между тем цель финансово-хозяйственной деятельности предприятий — не только получение прибыли, но и обеспечение высокой рентабельности. В отличие от абсолютного показателя прибыли, рентабельность отражает уровень прибыльности относительно определенной базы. Предприятие функционирует эффективно и рентабельно, если суммы выручки от реализации продукции достаточно не только для покрытия затрат на производство и реализацию, но и для образования прибыли. Поэтому одной из актуальных задач современного этапа развития экономики является не только повышение финансовых результатов деятельности предприятий, но и овладение руководителями и

менеджерами практическими навыками эффективного управления формированием и распределением прибыли для обеспечения роста рентабельности инвестиционной и финансовой деятельности субъектов рыночных отношений.

Без глубокого изучения сущности прибыли и рентабельности предприятия, а также их роли в интенсификации финансово-хозяйственной деятельности невозможен научный подход к решению проблемы повышения эффективности хозяйствования, усиления материальной заинтересованности и ответственности руководителей, специалистов и других работников предприятий в достижении высоких конечных финансовых результатов при наименьших затратах финансовых и иных ресурсов.

Величина прибыли и показатели рентабельности являются основными при оценке конкурентоспособности организации [4]. Рост и развитие промышленного предприятия тесно связаны с выработкой и реализацией стратегии и тактики управления процессом формирования, увеличения и распределения рентабельности.

Однако прежде всего необходимо определить уровень рентабельности и оценить воздействие факторов, на него влияющих. Модели оценки рентабельности деятельности промышленных предприятий широко освещены в работах известных отечественных и зарубежных ученых, таких как М.И. Баканов, С. Б. Барнгольц, Л.А. Бернштейн, Л.Т. Гиляровская, Д.А. Ендовицкий, О.В. Ефимова, В.В. Ковалев, М.Н. Крейнина, М.В. Мельник, В.Н. Нестеров, В.Д. Новодворский, В.И. Петрова,

В.И. Подольский, Г.Б. Поляк, Ж. Ришар, Г.В. Савицкая, Е.С. Стоянова, Э. Хелферт, А.Д. Шеремет и др.

В теории и практике российского экономического анализа всесторонне описаны трёхфакторная модель анализа рентабельности, когда исследуются такие факторы, как изменение прибыльности продукции, влияние изменения фондоёмкости и влияние оборачиваемости оборотных средств, а также пятифакторная модель, включающая анализ материалоёмкости продукции, трудоёмкости продукции, амортизационности продукции, скорости оборачиваемости основного и оборотного капитала.

Как утверждает А.Д. Шеремет, факторные модели рентабельности раскрывают важнейшие причинно-следственные связи между показателями финансового состояния предприятия и финансовыми результатами. Поэтому они являются незаменимым инструментом «объяснения» (оценки) сложившейся ситуации. Факторные модели являются также управляемыми моделями прогнозирования финансовой устойчивости предприятия. Необходимость предвидения ближайших и отдалённых перспектив развития – актуальная задача для предприятий [3].

Однако на практике использование трёх- и пятифакторной моделей рентабельности является достаточно трудоёмким, и в последние годы широкое распространение получила модель Дюпона, которую можно представить в виде мультипликативной связи, умножив числитель и знаменатель на один и тот же показатель – выручку от продаж и получив влияние двух факторов: рентабельности продаж и оборачиваемости активов:

Рентабельность активов = Прибыль / Активы = Прибыль / Выручка от продаж * Выручка от продаж / Активы = Рентабельность продаж * Оборачиваемость активов.

При этом Е.С. Стоянова отмечает, что данная формула позволяет определить, какие факторы в наибольшей степени повлияли на чистую рентабельность активов [2].

У формулы Дюпона есть и весьма полезная модификация, вводящая в анализ показатель чистой рентабельности акционерного капитала. Это частное от деления чистого дохода (чистой прибыли) по обыкновенным акциям на сумму акционерного капитала:

Чистая рентабельность акционерного капитала = Чистая прибыль/Акционерный капитал = Чистая прибыль/Оборот *

Оборот/Актив * Актив/Акционерный капитал * 100¹.

При сильном возрастании чистой рентабельности акционерного капитала использование данной формулы даёт возможность определить влияние таких факторов, как эффективность использования активов, рациональное использование акционерного капитала, сопряжённое воздействие этих факторов.

Подводя данную аналитическую базу под реалии функционирования российских промышленных предприятий, отметим, что долгосрочная рентабельность компаний (фирм) зависит от значительно большего числа факторов (более 30), характеризующих состояние конкурентной ситуации, ситуации на рынке производителя, рыночной ситуации. Поэтому важно в процессе разработки стратегического плана управления рентабельностью не упустить из виду и ряд других важных факторов (капиталоёмкость, качество выпускаемой продукции, относительная доля предприятия (компании) на рынке, производительность труда).

Между целями развития предприятия и факторами, их определяющими, существует тесная связь (таблица).

Все обозначенные цели и факторы (таблица) находятся в тесной взаимосвязи и взаимообусловленности. Поэтому важно, чтобы все мероприятия, проводимые предприятием по росту рентабельности (при использовании всех возможностей), способствовали достижению важнейших целей его развития.

Таким образом, при стратегическом планировании уровня рентабельности важно обоснование её целевого размера. Сформулировать такого рода обоснование можно, для этого надо разработать финансовую и ценовую политики, финансовую стратегию, сформировать ассортиментную политику, определив объём товарооборота, при котором возможно получение целевых показателей рентабельности, продумать соответствующую ресурсную политику, эффективно размещая свободные денежные средства, управляя валовыми доходами, издержками обращения, а также оценивая соответствие возможностей получения рентабельности её целевой величине.

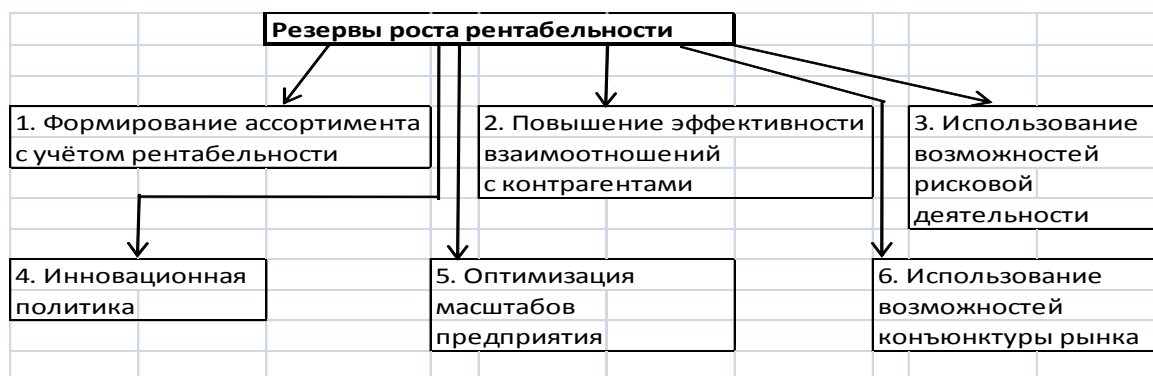
¹ **Оборот капитала** представляет собой кругооборот капитала, взятый не как отдельный акт, а как периодический процесс возобновления и повторения движения всего авансированного капитала. $H=O/o$, где H – число оборотов; O – единица измерения времени (год); o – время оборота индивидуального капитала.

Взаимосвязь целей предприятия и факторов, способствующих их достижению

Цель	Факторы
Обеспечение потребности в накоплениях на производственное развитие	Структура производства и реализации товаров, цены реализации, оптимизация издержек производства, объем, структура и эффективность использования ресурсного потенциала, размер рентабельности
Обеспечение устойчивого финансового положения промышленного предприятия	Формирование резервного фонда, устойчивых отношений с поставщиками, банками и другими контрагентами (количество проданных товаров, цена единицы) и достаточного размера рентабельности, диверсификация вложений
Удовлетворение интересов собственника предприятия	Рост прибыли предприятия за счёт повышения эффективности и объёма использования собственных и привлеченных финансовых ресурсов, использование эффекта финансового рычага, размер рентабельности
Обеспечение социального потребления и социального развития коллектива	Издержки обращения, численность и состав используемых трудовых ресурсов, меры стимулирующего характера (премии за высокую производительность, прогрессивная шкала начисления зарплаты и т.д.), размер рентабельности

В практике работы промышленного предприятия имеются большие резервы роста рентабельности – как традиционные (рост

производительности, снижение издержек на единицу продукции и т. п.), так и новые. Основные из них представлены на рисунке.



Основные резервы роста рентабельности

Учитывая динамичные макроэкономические условия развития, промышленные предприятия сталкиваются с необходимостью диверсификации производственных мощностей и выбора тех направлений вложений, которые в ближайшее время будут востребованы рынком. При этом чем более разнообразным будет *ассортимент*, тем полнее будет удовлетворен спрос населения, т. е. покупатель заинтересован в возможности широкого выбора товаров. И в то же время необходимо обеспечить выгодность каждого направления инвестирования. Это означает, что целесообразно использовать взвешенный подход при выборе поставщиков, определении оптимальной партии и цены закупки товаров, установлении обоснованной торговой надбавки, расходовании средств на осуществление коммерческой деятельности.

Размер чистой рентабельности, которую должно получить промышленное предприятие при осуществлении коммерческой сделки по реализации произведённой продукции, можно определить по формуле

$$ЧП = (Цр - Сб) \times K \times (100 - НДС) - ИОК \times (100 - Сп) : 100, \quad (1)$$

где ЧП – чистая рентабельность; Цр – цена реализации; Сб – себестоимость производства; К – количество продукции; НДС – налог на добавленную стоимость; ИОК – затраты, связанные с осуществлением коммерческой работы; Сп – средний уровень налогов и обязательных платежей в процентах к рентабельности.

Снижение издержек по производству продукции само по себе не означает еще высокой рентабельности. Поэтому важно обеспечить правильную сбытовую политику непосредственно в точках продаж, т. е. разместить товар так, чтобы он принес больше рентабельности. Все товары условно делятся на три группы –высокого, среднего и низкого уровня рентабельности. Рациональное размещение товаров с учетом вышеизложенного позволяет максимизировать рентабельность и минимизировать затраты.

Размеры рентабельности коммерческого предприятия находятся в тесной зависимости от доли рентабельности в цене единицы продукции и скорости обращения товаров.

Увеличению рентабельности коммерческого предприятия способствует рост продажи товаров, обусловленный ростом числа новых покупателей, объемов покупок постоянными клиентами, снижением цен и стоимости самого процесса реализации.

Современная экономическая теория и практика *риск* рассматривает как один из факторов *формирования рентабельности*. При этом некоторая часть рентабельности представляет собой вознаграждение за готовность идти на риск и за эффективное управление риском (значимость последнего в странах с развитой рыночной экономикой в последние годы возросла).

Первая часть понимания взаимодействия рентабельности и риска относится к периодам становления новых экономических отношений, новых открытий, создания новых предприятий (фирм), внедрения новых видов деятельности, совершенствования товарной политики, улучшения ассортиментной структуры товарооборота.

На этапе ускоренного развития экономики такое понятие риска несколько утрачивает свою актуальность и возрастает роль эффективного управления риском.

С начала 20-х гг. нынешнего столетия понятие «рентабельности» ассоциируется с понятием «риск» и «неопределенность». Эта взаимосвязь была зафиксирована американским ученым Ф. Найтом, опубликовавшим в 1921 г. в Нью-Йорке свою работу «Риск, неопределенность и рентабельность» [1].

В соответствии с концепцией Ф. Найта именно неопределенность является источником рентабельности или убытка. Задача предпринимателя состоит в том, чтобы оценить эту неопределенность и, используя инициативу, попытаться снизить ее, одновременно расширяя область управляемого риска, и тем самым добиться повышения шансов на получение высокой рентабельности.

Каждому виду хозяйственной деятельности присущи свои риски, обусловленные назначением, целевыми установками, функциональными зависимостями и особенностями осуществления отдельных операций данного вида деятельности.

Сущность производственного риска определяется спецификой производственной и в дальнейшем маркетинговой деятельности.

Чтобы свести неопределенность при осуществлении производственной деятельности к минимуму, необходимо выбрать то ее направление или тот вариант инвестирования,

который позволит получить более высокие результаты.

Оптимальным будет вариант, который принесет предприятию более высокую рентабельность, соответствующую разработанным прогнозным целевым ориентирам, с учетом вероятности получения прогнозируемой рентабельности, скорректированной на риск.

Вероятность получения рентабельности от осуществления рискованного проекта зависит от положения самого предприятия, осуществляющего рискованную деятельность, и его готовности идти на риск, от положения предприятий-конкурентов, от активности и эффективности деятельности партнеров и контрагентов на рынке.

Готовность предприятия идти на риск характеризуется следующими группами показателей: ликвидностью, платежеспособностью, финансовой устойчивостью, рентабельностью, коммерческой активностью.

Основной путь преодоления неопределенности в рамках выбранного варианта стратегии - диверсификация риска в направлениях диверсификации деятельности; распределение риска между производственными линиями промышленного предприятия, закупка необходимого сырья у нескольких поставщиков, реализация товара нескольким клиентам (с целью уменьшения возможной дебиторской задолженности), передача риска страховой компании, тщательная юридическая проработка коммерческих сделок.

Коммерческая сделка может стать эффективной, если удовлетворяет следующим требованиям: приемлемые затраты, сроки поставки и реализации; явное превосходство желаемых результатов над нежелательными; она способствует всем известным ограничениям и увязана с прошлым и может быть продолжена в будущем.

Формируя стратегию промышленного предприятия по достижению определенных размеров рентабельности, необходимо рассматривать ее не как пассивно полученные доходы, а как результат целенаправленных действий. В этом ключе рентабельность, заработанная благодаря инициативе, является результатом *инноваций*, отсутствия страха перед риском, рационального использования финансовых и других ресурсов, дальновидной политики в отношении задолженности.

Зарубежные специалисты (И. Шумпетер, Андре Бабо и др.) выделяют четыре типа инноваций, порождающих рентабельность. Применительно к промышленному предприятию такими типами будут [6]:

1) производство и реализация новых товаров, товаров с более высокими качественными характеристиками по сравнению с ранее и ныне продававшимися изделиями;

2) освоение нового рынка;

3) внедрение новейших технологий в процесс производства и новых методов продаж на этапе коммерциализации, оказание дополнительных услуг;

4) организационно-управленческие новшества.

При наличии инноваций первого типа прирост рентабельности обеспечивается одновременным расширением объема реализации и более высокой нормой рентабельности в цене нового товара.

Второй тип инноваций не сопровождается ростом нормы рентабельности (возможно даже ее снижение), но создает условия для увеличения массы рентабельности благодаря росту товарооборота.

Третий тип инноваций требует тонкого выбора одной из следующих стратегий: либо снизить цену при снижении себестоимости производства и реализации товара в расчете на такое увеличение продаж (при эластичности спроса на товар по цене выше 1), которое позволит увеличить массу рентабельности; либо не изменять цену продаж, тогда рентабельность возрастет благодаря увеличению нормы предпринимательского дохода (при эластичности ниже 1).

Результатом внедрения инноваций в организационно-управленческой сфере должен стать рост производительности труда, ускорение оборачиваемости запасов, повышение эффективности использования всех ресурсов, снижение издержек обращения.

При принятии решения об инвестициях необходимо определить возможную рентабельность, т.е. ожидаемую рентабельность, которая служит измерителем целесообразности такого шага.

Финансовым результатом реализации инвестиционных проектов выступает как прибыль, так и краткосрочная и долгосрочная ожидаемая рентабельность.

Инвестирование в основном рассчитано на длительный период. Поэтому обычно краткосрочная рентабельность невелика: на начальной стадии развития промышленное предприятие сталкивается с трудностями завоевания рынка, наращивания объемов реализации и т.п. Однако пренебрегать краткосрочной рентабельностью нельзя.

При прогнозе дохода от инвестиций целесообразно определять его не только на краткосрочный, но и долгосрочный период.

Совокупную рентабельность в долгосрочном периоде нельзя рассчитывать как

простое суммирование ожидаемой рентабельности по годам, поскольку реальная рентабельность в разные годы представляет собой разные величины даже в том случае, если стоимость денежной единицы стабильна. Сумма рентабельности, полученная сегодня, больше такой же суммы, полученной позднее. При неполучении рентабельности немедленно теряются как минимум проценты, которые можно было бы получить, если бы средства были эффективно вложены. Таким образом, сумма полученных впоследствии денежных средств меньше нынешней на величину банковской учетной ставки.

Операция приведения к расчетному периоду (году) рентабельности по разным годам называется дисконтированием. Дисконтированная валовая рентабельность, которую инвестор предполагает получить на данные капиталовложения, исчисляется как сумма валовых прибылей за рассчитываемый промежуток времени, скорректированная на фактор времени.

В практике возможна ситуация, когда основной капитал за n периодов не теряет полностью своей стоимости и может быть продан по остаточной стоимости, тогда в расчеты необходимо ввести дополнительный доход от такой операции.

Чистая дисконтированная рентабельность исчисляется как разница между валовой дисконтированной рентабельностью и необходимыми для инвестиционного проекта капиталовложениями.

Если дисконтированная валовая рентабельность выше капиталовложений, это означает, что инвестиции приносят доход.

Если предприятие не имеет ограничений на источники финансирования капиталовложений, то допускается выбор любого варианта инвестиций, даже при превышении капиталовложений валовой рентабельности. Такое возможно и потому, что предприятие стремится тем самым достичь других целей, которые в конечном счете приведут к росту рентабельности инвестиций.

Масштабы предприятия также выступают долгосрочным фактором, влияющим на рентабельность [6]. Оптимальным размером предприятия будет тот, который позволит приблизиться к оптимальному уровню рентабельности. Как показывают многолетние наблюдения, для всех фирм характерна такая тенденция: на первых порах по мере увеличения масштабов промышленного предприятия норма рентабельности растет, затем ее рост замедляется, стабилизируется, а иногда и снижается. При этом крупномасштабные компании не всегда обеспечивают себе

превосходство в росте рентабельности, поскольку более высокими темпами растут постоянные затраты.

Большое влияние на рентабельность оказывает размер задолженностей. Это обусловлено различиями между процентной ставкой по банковским кредитам и нормой рентабельности на вложенный капитал. До тех пор пока процентная ставка по банковским кредитам будет ниже, чем норма рентабельности на вложенный капитал, рентабельность будет расти (эффект рычага). Как только процентная ставка и норма рентабельности выравняются, предприятие перестанет увеличивать задолженности.

Привлекая кредиты в целях использования эффекта рычага для роста рентабельности, необходимо помнить о том, что при низком уровне рентабельности заем по высоким ставкам становится опасным, т.к. задолженность в этом случае может привести к значительному сокращению рентабельности, а иногда и к банкротству.

Предприниматели, стремящиеся получить все большую рентабельность, должны использовать возможность ее получения при благоприятных условиях. Такие ситуации могут возникнуть в результате действия различных факторов внешнего характера или возникновения «неравновесий», которые также порождены внешними обстоятельствами. Данные обстоятельства можно подразделить на следующие группы:

- 1) порожденные характером производственной деятельности;
- 2) возникающие из-за существующей структуры рынка;
- 3) связанные с общехозяйственной конъюнктурой;
- 4) возникающие благодаря воздействию инфляции.

Выгодность того или иного вида деятельности определяется фондовооруженностью предприятия, уровнем издержек, динамикой спроса, структурой рынка.

Взаимосвязь между структурой рынка и рентабельностью в ситуации, когда на рынке обращается ограниченное количество товаров (услуг) или когда границы рынка четко очерчены, прямолинейна. Большее количество данного товара (услуг), реализуемое на этом рынке, приносит большую рентабельность. На рынке с большим количеством товаров (услуг) при высоком уровне конкуренции и размытых границах рынка взаимодействие между уровнем монополизации (концентрации) рынка и рентабельностью промышленного предприятия установить очень трудно.

Общая тенденция, характерная для данной ситуации, по заключениям зарубежных

специалистов, такова: с ростом концентрации на рынке рентабельность снижается. Снижение рентабельности происходит потому, что рост концентрации сопровождается не только ростом доли рентабельности в товарообороте, но и резким расширением размера компании, что в свою очередь сопровождается скачкообразным ростом фондовооруженности. Однако не во всех странах такая взаимосвязь однозначна. Например, в американской экономике концентрация приводит к монопольному положению одной или нескольких компаний, что приостанавливает снижение их рентабельности. Во Франции, наоборот, с момента образования Общего рынка основной причиной концентрации стала низкая рентабельность отечественных компаний по сравнению с их конкурентами из стран ЕС. Однако и после повышения уровня концентрации относительно низкая рентабельность французских предприятий сохраняется, что соответствует остроте конкуренции в рамках Европейского сообщества.

Колебания общехозяйственной конъюнктуры тоже оказывают воздействие на рентабельность.

В длительном периоде ускоренного развития экономики (производства) возрастает норма рентабельности и увеличивается масса рентабельности. В период замедленного развития масса рентабельности растет более медленными темпами. При этом средняя норма рентабельности в период процветания в 2,5-3 раза выше, чем в период спада или депрессии.

Средне- и краткосрочные колебания конъюнктуры рынка оказывают наиболее заметное влияние на рентабельность мелких фирм (вверх и вниз). Рентабельность же крупных компаний в этих периодах отличается более высокой стабильностью.

Что касается влияния инфляции, то, безусловно, высокая инфляция оказывает отрицательное воздействие на рентабельность предприятий и экономику в целом. Происходит обесценивание активов, возрастают запасы, а расчетное повышение рентабельности не соответствует реальным денежным ресурсам, которые компания могла бы использовать, например, для финансирования капиталовложений. Кроме того, с ростом инфляции резко падает покупательная способность, что в свою очередь снижает объем покупок или сделок.

Инфляция выгодна для компаний, имеющих задолженность и получивших неиндексированные ссуды и кредиты.

При этом государство своими действиями может стимулировать и дестимулировать рост высоких прибылей,

определять размер допускаемой рентабельности. Формирование допускаемой рентабельности почти не зависит от экономических факторов, а часто определено решениями государственных органов, законами, подзаконными актами (ставками налогов и т. п.).

Таким образом, повышение рентабельности промышленных предприятий в России зависит от умелого управлению ею, включая и манипулирование переменными, от которых она зависит, и учёт факторов, на неё влияющих, и, безусловно, от возможности использовать резервы роста рентабельности. Совокупность обозначенных воздействий в итоге позволит обеспечить не только рентабельное функционирование российской промышленности, но и рост российской экономики в целом.

Список литературы

1. *Найт Ф.* Риск, неопределенность и рентабельность. М., 2004. 360 с.

2. *Финансовый менеджмент: теория и практика: учебник / под ред. Е.С. Стояновой.* 5-е изд., перераб. и доп. М.: Изд-во «Перспектива», 2006. 654 с.

3. *Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С., Негашев Е.В.* Методика финансового анализа. М.: ИНФРА-М, 2004. 432 с.

4. *Шешукова Т.Г., Колесень Е.В.* Экономический потенциал предприятия: сущность, компоненты, структура // Вестн. Перм. ун-та. Сер. Экономика. 2011. №4. С. 118-127.

5. *Шешукова Т.Г., Рыбалко О.А.* Моделирование учетной системы, ориентированной на требования МСФО при осуществлении внешне-торговых операций // Международный бухгалтерский учет. 2011. №20. С. 27-33.

6. *Шумпетер Й.* Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. М.: Эксмо, 2007. 864 с.