Чумакова Наталья Валерьевна,
кандидат экономических наук, доцент кафедры «Бухгалтерский учёт, анализ и аудит» АЧИИ ФГБОУ ВО «ДонГАУ», г. Зерноград
natalja_chumakova@rambler.ru

Егурнов Андрей Владимирович,
магистрант, АЧИИ ФГБОУ ВО «ДонГАУ», г. Зерноград
aegurnoff@yandex.ru

Пермяков Антон Анатольевич,
магистрант, АЧИИ ФГБОУ ВО «ДонГАУ», г. Зерноград
efimovaelena55@yandex.ru

Рентабельность как инструмент управления ее финансовыми результатами

Аннотация. *В данной статье рассмотрена экономическая сущность понятия рентабельность как основного относительного показателя, характеризующего эффективность деятельности организации в целом, степень доходности всех без исключения направлений её деятельности, а также являющегося инструментом управления финансовыми результатами предприятия.*
Ключевые слова: *валовая прибыль, чистая прибыль, выручка, рентабельность, финансовые результаты.*

В современных условиях перехода к рынку, анализ финансовых результатов представляет собой важнейшую составляющую информационного обеспечения в вопросах принятия руководством хозяйствующих субъектов управленческих решений. В получении такой информации безусловно заинтересованы все участники рыночных отношений, а именно, собственники, инвесторы, поставщики, покупатели, банки, акционеры.

Финансовые результаты являются системным понятием, отражающим совокупный результат от производственной и коммерческой деятельности предприятия в виде выручки от реализации, а также конечный результат финансовой деятельности в виде прибыли и чистой прибыли. Кроме показателей прибыльности, в основе анализа финансовых результатов деятельности предприятия лежит расчет показателей рентабельности.

Рентабельность – относительный показатель оценки финансовых результатов деятельности организации, характеризующий размер прибыли организации на один рубль использованных ресурсов или производственных затрат. Показатели рентабельности являются важными элементами, отражающими факторную среду формирования прибыли предприятия. При этом, в отличие от прибыли они наиболее полно отражают результат (в особенности в условиях инфляции), так как их величина показывает соотношение эффекта (как правило, прибыли) с использованными ресурсами [1].

Рентабельность бывает различных видов, а показатели рентабельности делятся на несколько групп:

– показатели, которые характеризуют прибыльность продаж (валовая рентабельность продаж и чистая рентабельность продаж);

– показатели, которые опираются на затратный подход (рентабельность операционной деятельности, инвестиционной деятельности, рентабельности обычной деятельности, продукции);

– показатели, которые базируются на ресурсном подходе (рентабельность совокупных активов или общая рентабельность, рентабельность операционного капитала, основного капитала, оборотного капитала, собственного капитала) [2].

Рентабельность продаж представляет собой коэффициент, характеризующий долю прибыли организации в одном полученном рубле и определяется путем деления прибыли на выручку от продажи продукции, работ или же услуг, и тем самым позволяет определить прибыльной или же убыточной является деятельность предприятия.

Рентабельность продаж может рассчитываться по валовой или же по чистой прибыли.

$$R_{чист} = \frac{Чистая_прибыль}{Выручка_от_продаж} \times 100\% \quad (1)$$

$$R_{вал} = \frac{Валовая_прибыль}{Выручка_от_продаж} \times 100\% \quad (2)$$

Кроме этого рентабельность продаж может рассчитываться по прибыли от продаж или прибыли до налогообложения.

Рентабельность операционной деятельности организации определяется отношением прибыли от операционной деятельности к операционным затратам:

$$R_{ОД} = \frac{Прибыль_от_операционной_деятельности}{Операционные_расходы} \times 100\% \quad (3)$$

Рентабельность инвестиционной деятельности отображает доходность инвестиционных вложений организации (рентабельность вложенного капитала) и рассчитывается по формуле:

$$R_{OI} = \frac{Прибыль_до_налогообложения}{Ср.ст-ть_собств.кап-ла + Ср.ст-ть_долгоср.обяз-в} \times 100\% \quad (4)$$

Рентабельность основной (обычной) деятельности показывает величину прибыли от обычной деятельности, полученной предприятием с 1 рубля обычных расходов:

$$R_{ОД} = \frac{Прибыль_до_налогообложения}{Выручка_от_продаж} \times 100\% \quad (5)$$

Рентабельность продукции – показатель, который отражает эффективность затрат организации на производство продукции и рассчитывается по формуле:

$$R_{прод} = \frac{Прибыль_от_продаж}{Себестоимость_проданных_товаров,работ,услуг} \times 100\% \quad (6)$$

Рентабельность совокупных активов (общая рентабельность) отражает величину прибыли на единицу стоимости всех финансовых ресурсов организации независимо от источников их финансирования, свидетельствует о степени эффективности использования имущества предприятия и рассчитывается следующим образом:

$$ROA = \frac{Чистая_прибыль}{Сумма_активов} \times 100\% \quad (7)$$

Рентабельность операционного капитала отражает размер прибыли от основной деятельности на один рубль капитала организации, вложенного в активы, и рассчитывается по формуле:

$$Rок = \frac{Операционная_прибыль_(прибыль_от_осн.деят-ти)}{Ср.опреацкап-л} \times 100\% \quad (8)$$

Рентабельность основного капитала фактически свидетельствует о том через какой промежуток времени окупятся средства, вложенные в капитал организации, т. е. показывает насколько эффективно организация использует основные средства. Рассчитывается данный показатель следующим образом:

$$R_{осн.кап.} = \frac{Чистая_прибыль}{Осн.капитал - Амортизация} \times 100\% \quad (9)$$

Эффективность использования оборотного капитала организации отображает показатель рентабельности оборотного капитала, который показывает, сколько рублей прибыли приходится на рубль средств, вложенных в её активы. Рентабельность оборотного капитала определяют по формуле:

$$R_{об.кап.} = \frac{Чистая_прибыль}{Ср.ст-ть_оборотактивов} \times 100\% \quad (10)$$

Рентабельность собственного капитала свидетельствует об эффективности использования инвестированных в предприятие средств, но только тех, которые принадлежат собственникам организации.

$$ROE = \frac{Чистая_прибыль}{Собственный_капитал} \times 100\% \quad (11)$$

Как величина, так и динамика показателей рентабельности любого предприятия зависят от большого количества самых разнообразных факторов, в числе которых объем, качество и структура продукции; степень использования ресурсов; уровень организации производства и управления; затраты на производство; величина получаемой прибыли [3].

Для того чтобы выявить, количественно измерить причины, повлиявшие на изменения в результативности функционирования предприятия, а также изыскать резервы повышения рентабельности, проводится более детальный факторный анализ. Методология его проведения предполагает разложение исходных формул расчета показателей рентабельности по всем качественным и количественным характеристикам. Рассмотрим методику факторного анализа рентабельности продаж, предложенную Е. Г. Великой и В. В. Чурко [4].

Факторная модель рентабельности продаж имеет следующий вид:

$$R\ продаж = \frac{В - С - КР - УР}{В} \times 100\% \quad (12)$$

где В – выручка от продажи; С – себестоимость проданных товаров; КР- коммерческие расходы; УР – управленческие расходы.

Таким образом, исходя из приведенной модели, на рентабельность продаж воздействуют выручка от продаж, себестоимость проданных товаров, коммерческие и управленческие расходы [5,48].

Влияние этих факторов на изменение рентабельности продаж определяется с помощью следующих формул (применяется метод цепных подстановок):

1. Влияние изменения выручки от продажи на рентабельность продаж:

$$R\ продаж(В) = \left(\frac{В_1 - С_0 - КР_0 - УР_0}{В_1} - \frac{В_0 - С_0 - КР_0 - УР_0}{В_0} \right) \times 100\% \quad (13)$$

2. Влияние изменения себестоимости продажи на рентабельность продаж:

$$R\ продаж(С) = \left(\frac{В_1 - С_1 - КР_0 - УР_0}{В_1} - \frac{В_1 - С_0 - КР_0 - УР_0}{В_1} \right) \times 100\% \quad (14)$$

3. Влияние изменения коммерческих расходов на рентабельность продаж:

$$R\ продаж(КР) = \left(\frac{В_1 - С_1 - КР_1 - УР_0}{В_1} - \frac{В_1 - С_1 - КР_0 - УР_0}{В_1} \right) \times 100\% \quad (15)$$

4. Влияние изменения управленческих расходов на рентабельность продаж:

$$R\ продаж(УР) = \left(\frac{В_1 - С_1 - КР_1 - УР_1}{В_1} - \frac{В_1 - С_1 - КР1 - УР_0}{В_1} \right) \times 100\% \quad (16)$$

5. Совокупное влияние факторов:

$$\Delta R\ продаж = \Delta R\ продаж(В) \pm \Delta R\ продаж(С) \pm \Delta R\ продаж(КР) \pm \Delta R\ продаж(УР), \quad (17)$$

Таким образом, рентабельность является относительным показателем, который наиболее точно и полно отражает финансовые результаты деятельности организации, при этом оценка показателей рентабельности предполагает их расчет в динамке за несколько отчётных периодов, измерение прироста (сокращения), а также проведение факторного анализа в целях поиска резервов повышения эффективности деятельности хозяйствующего субъекта [5]. Выбор расчетных показателей всегда зависит от целей исследования и ресурсов информационной базы его проведения.

Ссылки на источники

1. Быкова Н.Н. Понятие рентабельности предприятия // Молодой ученый. – 2016. – № 29 (133). – С. 372–374.

2. Оськина Ю.Н., Баева Е.А. Обзор методик анализа финансовых результатов // Социально-экономические явления и процессы. – 2013. – № 4 (050). – С. 126–130.

3. Чеховская И.А., Иксанова К.Д. Факторы, влияющие на прибыльность и рентабельность коммерческих предприятий в условиях экономической нестабильности // Известия Волгоградского государственного технического университета. – 2017. – № 16 (195). – С. 29–32.

4. Великая Е.Г. Чурко В.В. Стратегический потенциал и рентабельность организации // Вектор науки Тольяттинского Государственного Университета. – 2014. – № 2 (17). – С. 7–9

5. Ершова К.К., Катенева Е.С. Анализ финансовых результатов деятельности организации и его место в финансовом анализе // Актуальные вопросы развития современного общества: Сборник научных статей 8-ой Междунар. науч.-практ. конф. – Курск: Унив. книга, 2018. – С. 79–83.

Natalia Valeryevna Chumakova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Accounting, Analysis and Audit, Azov-Black Sea Engineering Institute – a branch of the Don State Agrarian University, Zernograd
natalja_chumakova@rambler.ru

Andrey Vladimirovich Egurnov,
Master's student, Azov-Black Sea Engineering Institute – a branch of the Don State Agrarian University, Zernograd
aegurnoff@yandex.ru

Anton Anatolyevich Permyakov,
Master's student, Azov-Black Sea Engineering Institute – a branch of the Don State Agrarian University, Zernograd
efimovaelena55@yandex.ru

Profitability as a tool for managing its financial results

Abstract. *This article examines the economic essence of the concept of profitability as the main relative indicator characterizing the effectiveness of the organization as a whole, the degree of profitability of all areas of its activities without exception, as well as being a tool for managing the financial results of the enterprise.*
Key words: *gross profit, net profit, revenue, profitability, financial results.*