

ЛИННИК Е. И.

кандидат экономических наук,  
доцент кафедры экономического анализа и учета;

ПЕНЗОВА А. С.

магистр кафедры экономического анализа и учета,  
Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт»

## СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ И ПРИБЫЛИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

**Аннотация:** Исследованы основные показатели рентабельности торгового предприятия и пути повышения его доходности в рыночных условиях.

**Анотація:** Досліджені основні показники рентабельності торгівельного підприємства та шляхи підвищення його прибутковості у ринкових умовах.

**Summary:** Studied the basic profitability of commercial enterprise and ways to improve its profitability in the market conditions.

**Постановка проблемы.** В широком смысле понятие рентабельности означает прибыльность. Предприятие считается рентабельным, если результаты от реализации продукции (работ, услуг) покрывают издержки производства и, кроме того, образуют сумму прибыли, достаточную для нормального функционирования предприятия.

Функционирование любого предприятия, независимо от видов его деятельности и форм собственности, в условиях рынка определяется его способностью создавать необходимую и достаточную величину дохода или прибыли. Получение прибыли определенно является главной целью деятельности хозяйствующих субъектов.

**Постановка задачи.** На основе изложенного можно сформулировать задачу исследования, которая заключается в разработке путей сокращения расходов предприятия.

**Изложение основного материала исследования.** Прибыль является основным источником финансирования затрат на производство и социальное развитие предприятия, источником формирования государственного бюджета. Поэтому прибыль должно быть достаточно не только для удовлетворения финансовых потребностей самого предприятия, но и для финансирования общественных фондов потребления, развития науки, образования, здравоохранения и т.д.

Показатели рентабельности используют для оценки результатов деятельности предприятия, его структурных подразделений, в ценообразовании, инвестиционной политике, для сравнительного анализа родственных предприятий, производящих такую же продукцию, чтобы выбрать варианты формирования ассортимента и структуры продукции, для анализа рационального использования продукции.

В современных условиях оценка рентабельности торгового предприятия позволяет определить наиболее рациональные способы использования ресурсов и сформировать структуру средств предприятия, а также позволяет руководителю обеспечить принятие эффективных решений в управлении и оперативно реагировать на факторы внешней среды, влияющие на рентабельность предприятия. Комплексное использование всех имеющихся ресурсов, экономического потенциала будет способствовать повышению эффективности и рентабельности предприятий различных отраслей экономики Украины. Рентабельность – это одно из экономических условий функционирования предприятия на рынке.

Вопросы рентабельности рассматривали такие ученые: Мазараки А.А., Марцин В.С., Панкова Н.А., Семенов А.Г. и другие.

Рентабельность – это показатель, характеризующий экономическую эффективность. Экономическая эффективность – относительный показатель, характеризующий полученный эффект, сравнимый с затратами или результатами, использованными для достижения этого эффекта. Экономическая сущность рентабельности может быть раскрыта только через характеристику системы показателей, практически не подверженных воздействию инфляции.

Существует множество коэффициентов рентабельности, использование которых зависит от характера оценки эффективности финансово – хозяйственной деятельности предприятия. От этого, в первую очередь, зависит выбор оценочного показателя (прибыли), используемого в расчетах. В основном используются четыре различных показателя [4, с. 205-206]:

- валовая прибыль;
- операционная прибыль;
- прибыль до налогообложения;
- чистая прибыль.

Показатели рентабельности являются относительными характеристиками финансовых результатов и эффективности деятельности предприятия. Они полнее, чем прибыль, характеризуют конечные результаты деятельности, поскольку их величина показывает соотношение прибыли с наличными или использованными ресурсами.

Предприятие считается рентабельным, если в результате реализации продукции оно покрывает свои расходы и получает прибыль. Но сумма прибыли и уровень рентабельности, как правило, изменяются не в равной пропорции, а иногда в разных направлениях: прибыль может увеличиваться более быстрыми темпами, чем рентабельность. Показатели рентабельности характеризуют эффективность текущих затрат предприятия, связанных с реализацией как всей продукции, так и отдельных ее видов. В то же время эти показатели отражают уровень использования всех средств торгового предприятия, как авансированных в данном цикле, так и потребленных в нем.

Анализ показателей рентабельности имеет важное значение. Его данные используются для выбора вариантов формирования ассортимента и структуры продукции, оценки возможностей дополнительного дохода путем увеличения реализации более рентабельной продукции, как инструмент инвестиционной политики и ценообразования. Анализ необходим для обобщающей оценки уровня рентабельности предприятия и определения основных направлений поиска резервов повышения его эффективности [3, с. 271-274].

Рентабельность это относительный показатель, он определяется в процентах. Уровень рентабельности может быть определен как процентное отношение суммы полученной прибыли к любому показателю : объему товарооборота, величине издержек обращения, среднему размеру основных средств, оборотных средств, сумме оплаты труда и т.д. . В условиях рыночной экономики и различных форм собственности возникает потребность в оценке рентабельности:

1. Рентабельность характеризуется системой показателей. Первым и основным показателем является рентабельность товарооборота (реализации продукции), которая определяется путем деления прибыли торгового предприятия на товарооборот. Здесь выделяют отдельно рентабельность розничного торгового предприятия, рентабельность оптового предприятия и рентабельность предприятия общественного питания. Эти показатели используются для оценки результатов хозяйственной деятельности торговых предприятий. Показатель рентабельности торгового предприятия показывает размер прибыли на единицу товарооборота или долю торговой прибыли в цене товара. Недостаток этого показателя заключается в том, что он не характеризует экономической эффективности использования ресурсов торгового предприятия, поскольку он отражает зависимости между полученным доходом и величиной факторов производства, которые используются. Показатели абсолютной суммы прибыли и ее уровня к товарообороту могут быть высокими также при недостаточно эффективном использовании основных и оборотных средств, наличии их сверхнормативных остатков.

2. Рентабельность издержек обращения (текущих расходов). Определяется как отношение суммы прибыли к сумме издержек обращения. Этот показатель используется при оценке эффективности текущих затрат торгового предприятия, их окупаемости и показывает размер прибыли на единицу издержек обращения торгового предприятия. Уровень рентабельности позволяет определить доходность реализации отдельных товаров, что нужно для установления экономически обоснованных размеров торговых надбавок (скидок). Этот показатель тоже имеет недостатки. Он не стимулирует наиболее эффективное использование основных фондов торгового предприятия, поскольку не отражает всей величины средств. По уровню рентабельности издержек обращения невозможно определить, при каком объеме основных и оборотных средств предприятие способно получить определенное количество прибыли, насколько эффективно используются эти средства, как быстро они окупаются.

3. Рентабельность основных средств предприятия. Этот показатель определяется как отношение прибыли к средней стоимости основных средств. Он используется для оценки эффективности использования основных средств предприятия. Динамику рентабельности основных средств обуславливают изменения уровней фондоотдачи и оборачиваемости оборотных средств, а также рентабельности товарооборота. Этот показатель уровня рентабельности обобщает все стороны хозяйственной деятельности торгового предприятия, тем самым он наиболее полно выражает эффективность его работы. В этом показателе учитывается вся совокупность средств торгового предприятия и отражается эффективность их использования. Можно рассчитывать и частные показатели, характеризующие, соответственно, рентабельность основных средств и рентабельность оборотных средств.

4. Рентабельность трудовых ресурсов характеризуется двумя показателями:

– Доход в расчете на одного работника предприятия, рассчитанный как отношение суммы прибыли к сред-

списочной численности работников предприятия ;

- Доход в расчете на единицу затрат, связанных с содержанием трудовых ресурсов ( фонд оплаты труда, расходы на подготовку кадров, охрану труда и т.п. ) .

5. Рентабельность вложений в предприятие (активов). Данный показатель характеризует прибыль в расчете на единицу имущества, находящегося в распоряжении предприятия, определяется как отношение прибыли к стоимости имущества, находящегося в распоряжении предприятия.

6. Рентабельность собственного капитала. Этот показатель характеризует размер прибыли, которую владелец предприятия получает на единицу средств, которые вложены в предприятие, и служит критерием для оценки котировки акций предприятия на фондовой бирже. Сравнение рентабельности вложений в предприятие (активы) с рентабельностью собственного капитала позволяет определить эффективность привлечения заемных средств. Если разница в уровне рентабельности меньше размера процентов по ссудным финансовым средствам, то привлечение заемных средств нерациональное, поскольку это ущемляет интересы владельца предприятия .

7. Рентабельность функционирующего капитала. Этот показатель характеризует размер прибыли в расчете на каждые 100 единиц функционирующего капитала. Под последним понимают размер собственного капитала, который реально участвовал в получении прибыли .

8. Рентабельность перманентного капитала. Данный показатель рентабельности характеризует доходность использования капитала, который находится в длительном (долгосрочном) распоряжении предприятия. Величина перманентного капитала составляет сумму всех источников собственных средств и долгосрочных кредитов предприятия [1, с. 351 -355] .

Разнообразие показателей рентабельности определяет альтернативность поиска путей ее повышения. При анализе путей повышения рентабельности важно отличать влияние внешних и внутренних факторов. Такие показатели, как цена продукта и ресурса, объем используемых ресурсов, и объем производства продукции, прибыли от реализации и рентабельности ( доходности ) продаж, находятся между собой в тесной функциональной связи.

Торговое предприятие прежде всего обращает свое внимание на проблемы контроля за изменениями объемов производства и стремятся снизить роль внешнего фактора. Одним из требований развития предприятия является расширение рынка сбыта продукции за счет снижения цены за товары, которые предлагаются. Поскольку этот процесс не сопровождается снижением цен на ресурсы, то роль дефлятора цены в формировании доходности предприятия снижается. Это «естественным» путем переключает сферу требований руководства на контроль за изменениями объемов производства, т.е. на внутренние факторы: снижение материалоемкости и трудоемкости продукции, повышение отдачи основных средств, машин и оборудования.

Чтобы повысить рентабельность предприятия, в первую очередь необходимо обратить внимание на сокращение расходов. Можно, конечно, переориентироваться на быстро растущие сектора экономики, увеличивая свои доходы. Но это требует времени и инвестиций. Одним из мощных инструментов сокращения расходов является бюджетное управление. Часто, если на предприятии есть система бюджетов, то сформирована она «сверху». Подразделения «покорно» выполняют этот бюджет или не выполняют. Реальная ситуация в бизнесе на это влияет слабо, так же как и действия подразделений слабо влияют на выполнение запланированных показателей.

Главные причины: к сотрудникам не донесены основные принципы бюджетного управления, подразделения слабо задействованы в процессе планирования и не несут за него ответственность, по подразделениям закреплена «ответственность» показателей, на которые они реально влиять не могут.

Выводы из проведенного исследования. Из приведенного выше можно сделать следующие выводы, предложив определенные пути для сокращения расходов предприятия:

1. Внедрить на предприятии управленческий учет : максимально достоверный и максимально оперативный при имеющихся ресурсах. Этим достигаются эффекты: во-первых, выявляются резервы в виде необоснованных расходов (часто встречаются финансовые « дыры»), необоснованных запасов (за которые в конечном счете приходится платить проценты кредиторам), во-вторых, полученная финансовая прозрачность предприятия повысит обоснованность принимаемых управленческих решений и повысит шансы на привлечение более дешевых кредитов или инвестиций.

2. Внедрить систему бюджетного управления, стимулируя тем самым сотрудников увеличивать доходы и сокращать расходы.

3. Имея перед собой адекватную картину бизнеса и сотрудников, отвечающих за финансовые показатели своей деятельности, можно приступить к использованию выявленных резервов в порядке убывания их значимости: управление запасами, управление проектами или взаимоотношениями с клиентами – в зависимости от того, какие резервы обнаружено [2, с. 3-4].

Любые изменения на торговых предприятиях проходят тяжело, особенно если они затрагивают интересы большого количества людей. Сопротивление изменениям практически неизбежны. В этом смысле привлечение сторонних консультантов для проведения проекта оправдано : «со стороны « проще взглянуть на ситуацию объективно, ориентируясь на потребности компании в целом, а не на потребности одного или двух отделов. К тому же, использование опыта специалистов, накопленного на десятках предприятий, ускорит осуществление преобразований.

#### Література:

1. Марцин В.С. Економіка торгівлі: Підручник. – К.: Знання, 2006. – 402 с.
2. Ковтун О. Инструменты повышения рентабельности в условиях макроэкономических вызовов // Бухгалтерська наука. – 2009. – №2. – с.2-4.
3. Тарасенко Н. В. Економічний аналіз діяльності промислового підприємства: Навч. посіб. 2-ге вид. – К.: Алерта, 2003. – 485 с.
4. Семенов Г.А., Панкова М.О., Семенов А.Г. – Економіка підприємства: Навчальний посібник: Вид. 2-ге, перероб. та доп. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 328 с.