

# ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

**А. А. Яновский**

*Гомельский государственный технический университет  
имени П. О. Сухого, Беларусь*

Научный руководитель И. В. Рачкова

Проблема эффективности занимает одно из центральных мест среди совокупности проблем, стоящих перед обществом. Она волнует экономическую науку и хозяйственную практику на протяжении многих столетий. Особенно актуальной эта проблема становится на современном этапе развития экономики в связи с ростом дефицита сырьевых ресурсов, ужесточением конкуренции, глобализацией бизнеса, увеличением предпринимательских рисков. В рыночной экономике выживают и успешно функционируют только те предприятия, которые соизмеряют свои доходы с затратами и величиной вложенного капитала, которые производят конкурентоспособную продукцию и не производят больше, чем можно продать. Ориентация деятельности на выполнение намеченных программ любой ценой – это заведомый путь к банкротству. Для успешного функционирования каждый хозяйствующий субъект должен стремиться к повышению эффективности своей деятельности на основе рационального использования ресурсного потенциала, увеличения прибыльности производства, улучшения качества реализуемой продукции.

Как известно, непосредственным результатом коммерческой деятельности предприятия служит прибыль, но она часто только приблизительно отражает эффективность предпринимательской деятельности. Более точную оценку функционирования организаций дает рентабельность. Это не просто статистический, расчетный параметр, а сложный комплексный социально-экономический критерий. В отличие от прибыли, он характеризует эффективность финансовой деятельности любого конкретного экономического субъекта, относительно всех других (индивидуальных предпринимателей, организаций, регионов, отдельных стран и мира в целом), независимо от размеров и характера экономической деятельности. Данное качество придает рентабельности, с одной стороны, форму экономической категории, выражающей экономические отно-

шения между экономическими субъектами по поводу результативности использования факторов капитала, а с другой – характер объекта и инструмента финансового менеджмента [1].

В экономической литературе дается несколько понятий рентабельности. Одно из его определений звучит следующим образом: рентабельность (от нем. *rentabel* – доходный, прибыльный) представляет собой показатель экономической эффективности производства на предприятиях, который комплексно отражает использование материальных, трудовых и денежных ресурсов [2].

По мнению других авторов рентабельность – показатель, представляющий собой отношение прибыли к сумме затрат на производство, к денежным вложениям в организацию коммерческих операций или сумме имущества фирмы. Так или иначе, рентабельность представляет собой соотношение дохода и капитала, вложенного в создание этого дохода [3].

Рентабельность – это сложная категория. Она показывает, насколько прибыльна деятельность предприятия, и, следовательно, чем выше показатели рентабельности, тем эффективнее деятельность. Поэтому предприятию необходимо находить новые пути повышения рентабельности с целью обеспечения более высоких показателей.

Альтернативность поиска путей повышения рентабельности определяется многообразием ее показателей. Следует учесть также, что при анализе путей повышения рентабельности важно разделять влияние внешних и внутренних факторов. К внешним факторам можно отнести расширение рынка сбыта продукции за счет снижения цены на предлагаемые товары. Внутренние факторы являются более важными. К ним относятся: увеличение объемов производства, снижение себестоимости продукции, повышение отдачи основных средств.

Не менее важным фактором, влияющим на рентабельность, является наличие у предприятия долгов и задолженностей. Наиболее оптимальной является ситуация, когда предприятие прибегает к помощи дополнительных займов с целью обновления оборудования или ассортимента.

Источником роста показателя рентабельности может являться внедрение инноваций, позволяющих производить новый вид товаров с лучшим качеством, осваивать новые рынки сбыта продукции, вводить организационно-управленческие новшества [4].

Существуют различные взгляды и мнения на процесс увеличения показателя рентабельности, различные подходы к реализации этого процесса. Согласно одному из множества подходов росту рентабельности предприятия содействует манипулирование тремя факторами:

- 1) ускорением товарооборота;
- 2) уменьшением массы издержек;
- 3) увеличением нормы рентабельности путем повышения цен.

Однако данные факторы не являются единственными. Западные предприятия придерживаются теории, согласно которой долгосрочная рентабельность предприятия зависит более чем от 30 факторов. Они включают в себя состояние ситуации на рынке производителя, рыночную ситуацию, наличие конкурентов. Но прежде чем изменять какой-то фактор, необходимо определиться, с какой целью это будет сделано.

Выделяется 4 типа инноваций, определяющих рентабельность:

1. Реализация новых товаров, с более высокими качественными характеристиками по сравнению с ранее и ныне продающимися изделиями.
2. Освоение нового рынка.
3. Внедрение новых методов продаж, оказание дополнительных услуг, освоение новых источников поставки товаров.

#### 4. Организационно-управленческие новшества.

Первый тип обеспечивает прирост показателей рентабельности с одновременным ростом объема реализации продукции. Второй тип создает условия для увеличения массы рентабельности благодаря росту оборотных средств. Третий тип предполагает выполнение одной из стратегий:

1. Снижение цены при снижении себестоимости производства и реализацию товара в расчете на такое увеличение продаж, которое увеличит массу рентабельности.

2. Сохранение цены продаж. В этом случае будет обеспечиваться рост рентабельности благодаря увеличению нормы предпринимательского дохода.

В результате четвертого типа инноваций должна увеличиться производительность труда, ускориться оборачиваемость запасов, повыситься эффективность использования ресурсов.

Показатель рентабельности имеет особо важное значение в современных рыночных условиях, когда руководству требуется принимать неординарные решения для обеспечения прибыльности и формирования финансовой устойчивости предприятия.

Целью деятельности любого предприятия является, в конечном счете, получение высокой рентабельности, которая способна обеспечить дальнейшее развитие предприятия. Рентабельность является не только основной целью, но и главным условием деловой активности предприятия, результатом его деятельности.

Повышение уровня рентабельности для предприятия означает повышение его финансовой устойчивости, и, соответственно, увеличение средств, направленных на материальное стимулирование, а для руководства рентабельность показывает информацию о результатах применяемой тактики и стратегии.

#### Л и т е р а т у р а

1. Баканов, М. И. Теория экономического анализа : учеб. пособие / М. И. Баканов. – М. : Финансы и статистика, 2008. – 415 с.
2. Экономика предприятия (фирмы) / под ред. А. С. Пелиха. – М. : МарТ, 2004. – 350 с.
3. Афилов, Э. А. Планирование на предприятии / Э. А. Афилов. – Минск : Высш. шк., 2006.
4. Савицкая, Г. В. Экономический анализ деятельности предприятия : науч. пособие / Г. В. Савицкая. – 2-е изд., перераб. и доп. – К. : Знание, 2005. – 662 с.