

реальное снижение деловой активности, что видно по результатам проведенного факторного анализа. А значит, когда кругом большинство показателей имеют отрицательную динамику – ни о каком росте деловой активности речи быть не может. Чтобы повысить уровень деловой активности предприятию следует сократить как ОЦ, так и ФЦ, чего можно будет достигнуть за счет: уменьшения продолжительности производственного цикла за счет оптимизации схемы закупки сырья, оптимизации производственного процесса; уменьшения срока погашения ДЗ за счет ужесточения кредитной политики; увеличения длительности срока погашения кредиторской задолженности за счет получения отсрочки платежей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Анализ ПХД предприятия: методическое пособие / Т.Н. Водоносова. – Минск: БНТУ, 2011. – с.66-72

2. «Инструкция о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования» (в ред. постановления Минфина, Минэкономики от 27.12.2011 № 140/206)

УДК 69:005.52(075.8)

Рентабельность как экономическая категория и методы ее анализа

Маринчик А.А.

(научный руководитель – Водоносова Т.Н.)

Белорусский национальный технический университет
Минск, Беларусь

В условиях нестабильности рыночной экономики всем без исключения участникам экономического процесса важно располагать объективной и достоверной информацией о финансовом состоянии, рентабельности и деловой активности предприятия, конкурентоспособности и надежности контрагентов. Одним из методов получения такой информации является анализ результативных показателей ра-

боты фирмы, облегчающий задачу инвестирования зачастую ограниченных средств.

Результативность деятельности предприятия в финансовом смысле характеризуются показателями прибыли и рентабельности. Они подводят итог деятельности предприятия за отчетный период и зависят от множества факторов. В числе ключевых — уровень и структура издержек производства и обращения, их динамика, структурные изменения.

Показатели рентабельности — это выраженные в процентах относительные показатели, в которых прибыль (в целом либо по элементам) сопоставляется с некоторой базой, характеризующей предприятие с одной из двух сторон. Это либо ресурсы, либо выручка, полученная от контрагентов в ходе текущей деятельности. Исходя из этого, анализируются две крупные группы показателей рентабельности: рентабельность продаж и рентабельность инвестиций (капитала).

Возможны различные алгоритмы исчисления коэффициентов рентабельности продаж в зависимости от того, какой из показателей прибыли заложен в основу расчетов, однако чаще всего используются валовая (балансовая), операционная (прибыль до вычета процентов и налогов) и чистая прибыль. Соответственно рассчитывают три показателя рентабельности продаж: норма валовой прибыли (GPM), норма операционной прибыли (OIM) и норма чистой прибыли (NPM). Разница между ними заключается лишь в том, что в каждом из показателей с выручкой от реализации продукции соотносится один из вышеперечисленных видов прибыли.

Поскольку значения показателей рентабельности продаж ощутимо варьируются по отраслям экономики и ее отдельным субъектам, вывод об эффективности работы предприятия можно сделать путем сравнения полученных результатов со среднеотраслевыми.

Более интересной для анализа является рентабельность инвестиций. Рассматривать её показатели можно с позиции интересов различных экономически активных групп: собственники, инвесторы, управленцы и др. Эти значения характеризуют результативность использования капитала предприятием, являясь инструментом оценки системы управления [2].

Анализируя рентабельность инвестиций в разрезе пространстве и времени, следует учитывать некоторые аспекты её показателей:

1) рентабельность продукции определяет активность работы предприятия в отчетном периоде и не отражает планируемый эффект долгосрочных инвестиций, поэтому, к примеру, вложения в высокотехнологичное производственное оборудование на первых порах отрицательно повлияют на результативный показатель, хотя в долгосрочной перспективе могут ощутимо снизить себестоимость продукции;

2) достижение высокого уровня рентабельности часто связано с извечной проблемой бизнеса: «синица в руках или журавль в небе» - управленец либо соглашается на небольшую, но стабильную прибыль, либо в погоне за высокими результатами увеличивает капиталовложения, при этом рискуя остаться ни с чем;

3) проблема разновременной оценки числителя и знаменателя: числитель динамичен и отражает результаты деятельности за отчетный период, а знаменатель (собственный капитал) формируется в течение ряда лет.

Для того, чтобы дать четкую характеристику этого достаточно сложного для анализа показателя, следует провести факторные расчеты собственного и авансированного капитала. Используются как факторные модели, полученные методом прямого разложения, так и модифицированные (в частности, формула Дюпона).

Первая модель является традиционной для отечественной практики финансового анализа и может быть представлена в виде формулы:

$$P_{AK} = \frac{П_{но}}{AK} = \frac{П_{реал} + П_{опер} + П_{внер}}{AK} = \frac{V_{реал} * (1 - Ур_{себест}) + П_{птд} + П_{инв} + П_{фин}}{AK}, \quad (1)$$

где P_{AK} — рентабельность авансированного капитала, $П_{но}$ — налогооблагаемая прибыль, $П_{реал}$ — прибыль от реализации продукции, $П_{опер}$ — операционная прибыль, $П_{внер}$ — внереализационная прибыль, $П_{птд}$ — прибыль от прочей текущей деятельности, $П_{инв}$ — прибыль от инвестиционной деятельности, $П_{фин}$ — прибыль от финансовой деятельности, $V_{реал}$ — объем реализации продукции,

$Ур_{себест}$ — уровень себестоимости продукции.

Эта модель дает понять, за счет чего деятельность предприятия принесла ему прибыль: было ли это связано с увеличением объемов производства продукции (цен на нее) либо со снижением ее себестоимости.

Вторая модель, полученная методом дополнительных множителей (модель Дюпона), выражается формулой:

$$P_{AK} = \frac{P_{но} * Выр (OP) * СК}{СК * Выр (OP) * АК} = \frac{P_{общ}}{Выр (OP)} * \frac{Выр (OP)}{АК} * \frac{СК}{АК} = P_{пр} * Об_{СК} * Кк, \quad (2)$$

где $P_{общ}$ — валовая прибыль, $Выр (OP)$ — выручка от реализации продукции, $P_{пр}$ — рентабельность продаж, $Об_{СК}$ — оборачиваемость собственного капитала, $Кк$ — коэффициент концентрации собственного капитала.

Модель Дюпона позволяет обобщить различные стороны производственно-экономического процесса, все виды финансовой отчетности, расставить «акценты» в управлении капиталом фирмы. При оценке динамики рентабельности капитала с помощью этой модели следует учитывать диалектически характер связи показателей в ней (т.е. модель Дюпона не является жестко детерминированной). Например, рост рентабельности продаж невозможен без проведения грамотной инновационной политики, которая, в свою очередь, на первых порах ощутимо «бьет» по прибыли и связана, как правило, с изменением структуры источников капитала. Кроме того, положительная динамика рентабельности капитала — это сочетание различных стратегий, выигрышей и упущений. Важно «нащупать» контекст каждого из факторов и выявить резервы дальнейшего роста эффективности использования авансированного капитала в целом и собственного в частности. Грамотное использование всех трех составляющих модели Дюпона станет залогом успеха управленца [1].

Следует отметить, что обе модели являются взаимодополняющими, что позволяет досконально проанализировать рентабельность капитала и сформировать стратегию действий в обозримом будущем.

В завершение полезно будет добавить, что в современных условиях развития экономики Республики Беларусь показатель рентабельности не всегда показывает истинное положение дел на предприятии порой за симпатичной ширмой скрывается катастрофическая ситуация. Например, ситуация на рынке вынуждает предприятие прода-

вать продукцию (принимать оплату за работы, услуги) в рассрочку, но из-за специфики законодательства выручка от ее реализации будет отражаться в бухгалтерском балансе на дату отгрузки (выполнения работ) — то есть, по факту выручки нет, но на основании данных бухгалтерского учета рентабельность растёт. Также нужно отметить, что некоторые затраты (скажем, оплата дополнительных отпусков, командировок сверх нормы, некоторые премиальные выплаты) не включаются в себестоимость продукции, однако без них достичь сопоставимых производственных результатов было бы проблематично. Чтобы в данном случае иметь полную картину происходящего, в дополнение к анализу рентабельности следует прибегнуть к исследованию денежных потоков предприятия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Водоносова, Т.Н. Анализ производственно-хозяйственной деятельности предприятия: методическое пособие / Т.Н. Водоносова. – Минск: БНТУ, 2011. – 78 с.
2. Ковалев, В.В. Финансы: учебник / В.В. Ковалев. – Москва, Проспект, 2006. – 640 с.