

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ОТ ПРОДАЖ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ РОСТА

В статье определяются основные направления проблемные вопросы рентабельности продаж, а также намечаются пути их решения. Показателями рентабельности являются рентабельность от продаж, активов и собственного капитала.

Ключевые слова: выручка от продаж, активы, рентабельность, прибыль от продаж.

Одним из наиболее распространенных показателей оценки финансового и экономического состояния предприятия является анализ рентабельности продаж, суть которого заключается в определении уровня прибыли предприятия, приходящейся на единицу выручки. Таким путем расчета определяется норма доходности на текущий момент, которая сравнивается со значениями прошлых лет и планируемыми показателями.

Общая рентабельность продаж – это отношение прибыли от продаж к выручке от продаж.

Рентабельность продаж определяется как отношение прибыли от продаж к выручке. Она исчисляется без учета акцизов и налога на добавленную стоимость.

Наиболее хорошо и полно раскрывает данные вопросы автор многих методик и учебных пособий Савицкая Г.В., в своих работах определяет рентабельность как относительный показатель, определяющий уровень доходности предприятия. По ее мнению, эффективность работы предприятия в целом характеризует его рентабельность в различных направлениях деятельности (производственной, коммерческой, инвестиционной и т. д.).

С ней также согласны такие знаменитые авторы многих публикаций и работ как Шеремет А.Д. и Любушин Н.П., которые неоднократно подчеркивают в своих работах важность значения рентабельности. Рентабельность более полно, чем прибыль, характеризуют окончательные результаты хозяйствования, потому что их величина показывает соотношение эффекта с наличными или потребленными ресурсами [4, с. 127].

Вопросы управления рентабельностью представляются актуальной проблемой теории и практики предпринимательской деятельности. Показатель финансовой результативности работы организации, который показывает, какую долю выручки этого предприятия, составляет прибыль и тем самым отражает степень ее доходности, выгодности это и есть рентабельность предприятия.

Приведем сравнение деятельности различных предприятий за 2015 год, который показывает уровень рентабельности и рассчитывается по следующей формуле:

* Каменских Евгения Александровна – студент кафедры бухгалтерского студент, кафедра бухгалтерского учета, анализа, статистики и аудита, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: kamenskikhzhenya@list.ru.

$$\text{Рентабельность продаж по валовой прибыли} = \frac{\text{Валовая прибыль}}{\text{Выручка}}. \quad (1)$$

Рассмотрим следующее предприятие:

ПАО «Газпром нефть»

$$\text{Рентабельность продаж по валовой прибыли} = \frac{211}{1457} = 0,145.$$

ОАО «НК «Роснефть»

$$\text{Рентабельность продаж по валовой прибыли} = \frac{629}{5071} = 0,124.$$

Таким образом, проведя такой небольшой анализ мы можем определить, что рентабельность работы компании ПАО «Газпром нефть» за 2015 год составила 14,5 %, а компании ОАО «НК «Роснефть» составила 12,4 %. Из чего напрашивается вывод, что компания ПАО «Газпром нефть» сработала намного лучше и эффективнее, чем ОАО «НК «Роснефть» и так, как обе эти компании ведут свою деятельность в одной сфере рынка, производят похожую продукцию и располагают примерно одинаковыми производственными мощностями следует, что топ-менеджеры компании ПАО «Газпром нефть» наиболее эффективно решают задачи, связанные с вопросами управления рентабельностью и делают успешным свое предприятие.

В рыночной экономике среди множества проблем, стоящих перед финансовым управлением предприятия, проблема рентабельности занимает одно из наиболее важных мест. В настоящее время многие топ-менеджеры ведущих компаний сталкиваются с проблемой определения основных факторов, влияющих на эффективность работы предприятия так как до сих пор не смотря на изученность данной темы, не существует единого мнения как эти факторы определять и, как следствие, отсутствуют конкретные методики их определения, а значит и определения эффективности работы предприятия в целом.

И действительно если при анализе количества источников, статей и литературы, посвященных данной теме, прослеживается, что на самом деле их не так уж и много и в большинстве из них указывается одно и то же с небольшим количеством информации о методиках, позволяющих определять рентабельность деятельности предприятий, работающих как в сферах производства, так и обслуживание или торговли.

В настоящее время экономической ситуации в стране присуще нестабильность рынка, несовершенство налоговой системы и постоянно меняющиеся формы нормативно-правовой документации. Большое значение имеет исследование закономерностей формирования основного источника дохода предприятия – прибыли, так как за счет ее осуществляется производственная деятельность предприятия.

Предприятие можно назвать рентабельным, если прибыль достаточна для деятельности организации – это возможно при условии, что выручка от продаж покрывает затраты производства и формирует необходимую массу прибыли.

Следовательно, рентабельность – это характеристика сумм прибыли и дохода фактически заработанными организацией. Эти показатели дают оценку результатам работы предприятия и, безусловно, эффективности его использования в процессе производства для достижения конечной цели – прибыли.

Рентабельность продаж рассчитывается по следующей формуле:

$$R_{об} = \frac{\Pi_{ПП}}{B_{ПП}}. \quad (2)$$

где $\Pi_{ПП}$ – прибыль от продаж; $B_{ПП}$ – сумма полученной выручки.

При проведении расчета по данной формуле получаем показатель, который отражает, сколько прибыли приходится на 1 рубль от реализации продукции и рассчитывается в целом по организации и отдельным видам товаров.

Прибыль считается универсальным показателем. Прибыль – главный источник увеличения производственных мощностей и роста потенциала, которые, в свою очередь, обеспечивают развитие компании.

Общая сумма активов предприятия рассчитывается по следующей формуле:

$$ROA = \frac{ЧП \times 100\%}{A_{CP}}, \quad (3)$$

где $ЧП$ – чистая прибыль; A_{CP} – сумма всех активов.

Прибыль от продаж можно определяется по следующей формуле:

$$ПП = TR - TC, \quad (4)$$

где TR – это выручка предприятия в стоимостном выражении; TC – полная себестоимость.

Выручку (TR) можно найти, умножив объем продаж на цену:

$$TR = P \times Q, \quad (5)$$

где P – объем продаж; Q – цена.

Величина чистой прибыли можно определить по следующей формуле:

$$ЧП = TR - TC - ПрР + ПрД - Н, \quad (6)$$

где $ПрР$ – прочие расходы; $ПрД$ – прочие доходы; $Н$ – сумма начисленных налогов.

В соответствии с вышеизложенным, мы видим что, методик расчета рентабельности организации множество. Рентабельность активов показывает прибыль от использования всех фондов организации и способность предприятия генерировать прибыль без учета структуры его капитала, качества управления активами. Рентабельность собственного капитала учитывает все активы организации, а не только собственные средства.

Актуальность темы анализа рентабельности продаж, ее приоритетном значении в ходе оценки финансового и экономического состояния предприятия бесспорна. Большинство авторов в своих работах приводят варианты решения некоторых возникающих проблем или методы упрощения подсчета рентабельности продаж, тем не менее, невозможно признать эти вопросы окончательно решенными.

В данной работе предпринята попытка частично раскрыть этот вопрос.

Список использованной литературы

1. Кургузова Е. В. Рентабельность активов и капитала // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 34. – С. 181–186. – URL: <http://e-koncept.ru/2016/56758.htm>.
2. Методологические рекомендации по проведению анализа финансово-хозяйственной деятельности организаций (утв. Госкомстатом России 28.11.2002).
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 28.12.2016).
4. Савицкая Г.В. Методика комплексного анализа хозяйственной деятельности: Краткий курс. – 3-е изд., испр. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 127 с.