

Капанина Татьяна Сергеевна
к.и.н, доцент, ГСГУ, Коломна

Сухарев Алексей Андреевич
магистрант, ГСГУ, Коломна

ПОКАЗАТЕЛЬ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ: ОТРАСЛЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ

Аннотация: в статье охарактеризована значимость определения коэффициентов рентабельности организаций. Описаны основные виды рентабельности, а также проанализированы отраслевые особенности их оценки. Определена пороговая величина рентабельности для предприятий и приведены методы расчета соответствующих показателей. Кроме того, рассмотрены пути увеличения рентабельности.

Ключевые слова: рентабельность, показатели рентабельности, управление финансами, порог рентабельности, плановая рентабельность, прибыль, оценка рентабельности, точка безубыточности.

Высокие финансовые результаты компании не всегда свидетельствуют об эффективности ее деятельности. Часто значительные доходы сопровождаются чрезмерными затратами ресурсов, что приводит к снижению общей эффективности бизнеса. Для комплексной оценки обоснованности использования ресурсов необходимо систематически проводить анализ рентабельности. Представляется необходимым исследовать сущность понятия «рентабельность», проанализировать факторы ее изменения и охарактеризовать методики расчета данного показателя [1, с. 19].

Рентабельность (или коэффициент рентабельности) отражает финансовую отдачу (прибыли, убытки) от инвестированных средств – как денежных средств, так и иных вложенных ресурсов – трудовых и иных.

Согласно Приложению № 4 к Приказу ФНС России от 30.05.07 №ММ-3-06/333, рентабельность проданных товаров, (продукции, работ, услуг) определяется как соотношение между величиной сальдированного финансового результата (прибыль минус убыток) от продажи товаров (продукции, работ, услуг) и себестоимостью проданных товаров (продукции, работ, услуг) с учетом коммерческих и управленческих расходов [4, с. 53].

Убыточность налицо в случае, если по итогам реализации услуг, работ, товаров организация фиксирует отрицательный результат.

Посредством отнесения чистого финансового результата (разницы между прибылью и убытком) к совокупной стоимости имущества предприятия осуществляется выявление уровня рентабельности активов.

Собственники предприятия, его руководство заинтересованы в мониторинге и повышении показателей рентабельности. Для достижения этой цели необходимо учитывать множество факторов, влияющих на данный показатель [5, с. 172].

Большинство внешних условий не поддаются контролю со стороны предприятия; тем не менее важно своевременно выявлять потенциальные риски и возможности для снижения негативного воздействия таких факторов.

Ключевые внешние обстоятельства представлены в виде [3, с. 79]:

- территориального расположения организации;
- размера налоговой нагрузки;
- уровня конкуренции в отрасли;
- динамики спроса (включая сезонные колебания);
- возможных ограничительных мер со стороны иностранных государств;
- политической ситуации;
- макроэкономической ситуации в стране, регионе.



Внутренние обстоятельства представляют собой внутрипроизводственные процессы и уникальные характеристики организации. Соответствующие факторы представлены в виде [3, с. 80]:

- системы взаимодействия с клиентами и деловыми партнерами;
- уровня выпускаемой продукции или предоставляемых услуг;
- наличия современных технологий, современного оборудования;
- механизма формирования цен;
- организации цепочек поставок и снабжения;
- масштабов производства;
- устойчивости деловой репутации предприятия;
- профессиональной подготовки сотрудников;
- условий трудовой деятельности персонала;
- результативности маркетинговых мероприятий.

Слабые стороны внутренней организации компании способны обусловить низкие показатели рентабельности, даже при благоприятном влиянии внешних условий [6, с. 153].

Для объективного анализа и сравнения показателей рентабельности различных отраслей в Российской Федерации необходимо учитывать ряд финансово-экономических критериев в виде рентабельности собственного капитала, активов и продаж.

ROE – рентабельность собственного капитала – характеризует экономическую отдачу вложенных собственниками средств. Сопоставление этого показателя с альтернативными источниками дохода – например, процентами по банковским вкладам – позволяет судить о целесообразности продолжения деятельности компании. В расчет включается совокупная стоимость имущества с учетом акций, денежных средств, дебиторской задолженности, недвижимого имущества, сырья, оборудования.

ROA – показатель рентабельности активов – демонстрирует, насколько рационально компания использует все имеющиеся ресурсы в виде недвижимого имущества, денежных средств, товарных запасов, оборудования. Для определения этого параметра берется усредненная стоимость всех активов предприятия.

ROS – показатель рентабельности продаж – отражает эффективность функционирования хозяйствующего субъекта и позволяет отслеживать динамику во времени. Для его вычисления используют валовую выручку за определенный отчетный период и прибыль (разницу между доходами и расходами).

Ниже приводится сравнительный анализ ключевых отраслей по состоянию на 2023–начало 2024 годов на основании открытых статистических данных Росстата, Банка России (см. табл. 1).

Таблица 1

**Показатели рентабельности по основным секторам
русской экономики за 2019-2023 гг., %**

Отрасль	Рентабельность продаж, %	Рентабельность активов (ROA), %	Рентабельность собственного капитала (ROE), %
Нефтегазовая отрасль	20-35%	8-12%	15-25%
Розничная торговля	3-6%	4-6%	10-18%
Машиностроение	5-8%	2-4%	5-10%

Источник: [2, с. 76].

Машиностроительная индустрия играет важную роль в социально-экономическом развитии страны и функционирует в условиях значительной государственной поддержки. В то же время отрасль сталкивается с определенными трудностями: значительная доля изношенного оборудования и низкая привлекательность для инвесторов препятствуют росту эффективности. Эти недостатки обуславливают ограниченный уровень рентабельности сектора, требующего внедрения современных инновационных решений и комплексного обновления технологической базы.



В сегменте розничной торговли характерны устойчивая потребительская активность и высокая скорость оборота товаров. Среди ключевых недостатков данного сектора выделяются растущие расходы, связанные с транспортировкой и складской логистикой, а также значительная конкурентная нагрузка. Следует также обратить внимание на показатель рентабельности, который в данном секторе сохраняется на среднем уровне, даже у крупнейших интернет-ритейлеров Российской Федерации, к числу которых относятся Wildberries, Ozon.

Анализируя представленные данные (см. табл. 1), следует выделить сильные стороны топливно-энергетического комплекса:

- поддержку со стороны государства.
- ориентацию на экспортные рынки;
- высокую маржинальность продукции.

Вместе с тем уязвимыми сторонами являются:

- воздействие иностранных санкций.
- чувствительность к мировым колебаниям цен на нефть;

Анализ таблицы свидетельствует о том, что нефтегазовая отрасль сохраняет лидирующие позиции по уровню рентабельности среди рассмотренных секторов экономики России благодаря природно-сырьевому базису и масштабам деятельности.

Данные таблицы 1 визуализированы в виде диаграмм (см. рисунки 1-3):



Рисунок 1. Показатель рентабельности продаж в отраслевом разрезе
Источник: [составлено автором по данным таблицы 1].



Рисунок 2. Рентабельность собственного капитала в отраслевом разрезе
Источник: [составлено автором по данным таблицы 1].

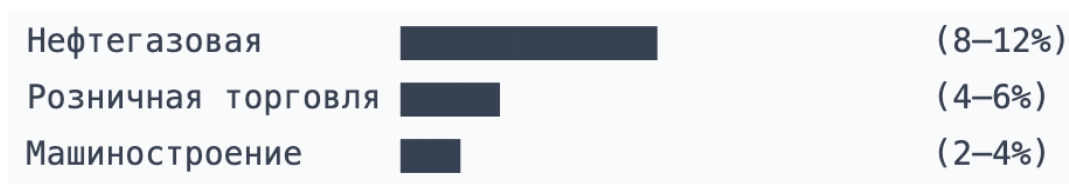


Рисунок 3. Рентабельность активов в отраслевом разрезе
Источник: [составлено автором по данным таблицы 1].

Проанализируем динамику изменения рентабельности в машиностроительной отрасли, розничной торговле и нефтегазовом комплексе за период с 2019 по 2023 год на основе соответствующих диаграмм.

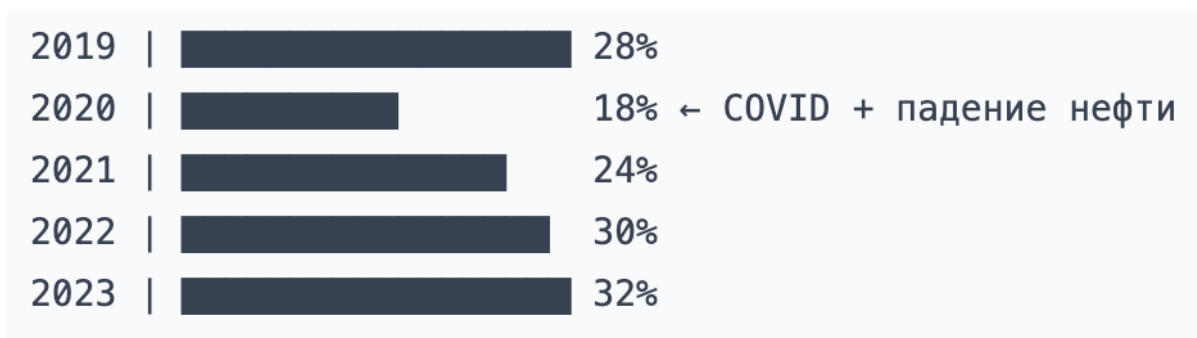


Рисунок 4. Изменение показателя рентабельности продаж в нефтегазовом секторе
Источник: [составлено автором по данным таблицы 1].

На основании представленного графика (см. рисунок 4) можно сделать вывод о наличии V-образной траектории восстановления нефтегазовой сферы после спада в период пандемии коронавируса (2020 год), а также неблагоприятной конъюнктуры на мировых рынках нефти. С начала 2022 года наблюдается положительная динамика вследствие переориентации экспортных потоков.

В сегменте розничной торговли выявлен плавный рост исследуемого показателя, что свидетельствует о способности рынка сохранять внутренний потребительский спрос даже при возникновении негативных макроэкономических факторов (см. рисунок 5):

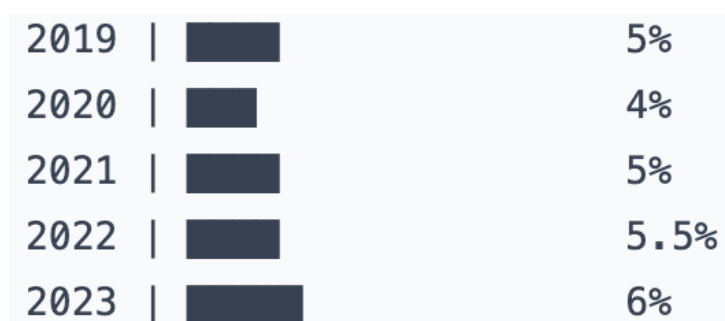


Рисунок 5. Динамика изменения уровня рентабельности продаж в розничной торговле
Источник: [составлено автором по данным таблицы 1].

Машиностроительный сегмент демонстрирует незначительное положительное изменение показателя благодаря политике импортозамещения после событий начала 2022 года и мерам государственной поддержки (см. рисунок 6):



Рисунок 6. Динамика рентабельности продаж предприятий машиностроения
Источник: [составлено автором по данным таблицы 1].

Различия в уровнях рентабельности различных отраслей объясняются множеством факторов.

Одной из значимых причин различий в рентабельности является степень конкурентности в секторе. Сегменты рынка с ограниченным числом крупных участников или доминирующей компанией (например, фармацевтическое производство связь, электроэнергетика) способны сохранять высокий уровень рентабельности благодаря слабому влиянию конкуренции. В сферах с высокой конкуренцией, таких как розничная торговля, уровень доходности обычно снижается из-за постоянного ценового давления.

Одним из основных факторов является различие в капиталоемкости деятельности: отрасль информационных технологий обладает высокой нормой прибыли при относительно скромных объемах инвестиций на старте бизнеса, тогда как сферы с высокими первоначальными затратами – такие как добыча сырья или машиностроение – характеризуются сниженной операционной маржой при высоких входных барьерах для новых участников рынка.

Важное значение имеет динамика развития отрасли: чем выше темпы расширения рынка и спроса на продукцию или услуги сектора, тем эффективнее можно масштабировать деятельность и увеличивать доходность.

Финансовая отдача предприятий во многом определяется налоговой политикой государства, эластичностью спроса по цене, действующим регулированием, отличительными характеристиками товаров или услуг, инновационностью процессов.

Сравнительный анализ развития сектора розничной торговли, машиностроения и нефтегазового комплекса отражен в табл. 2.

Таблица 2

**Динамика развития сектора розничной торговли,
машиностроения и нефтегазового комплекса в 2019-2023 гг.**

Отрасль	Нефтегазовая отрасль	Машиностроение	Розничная торговля
Мировой рост	Замедляется из-за энергоперехода	Умеренный рост, зависит от секторов	Устойчивый рост, особенно онлайн
Рост в России	Стабильный за счет экспорта в Азию	Поддерживается госпроектами	Активный рост, особенно e-commerce
Рентабельность	Высокая, но волатильная	Средняя, зависит от специализации	Низкая маржа, но большой объем
Зависимость от внешних факторов	Высокая (цены на нефть, санкции)	Средняя (спрос, господдержка)	Низкая, но чувствительна к спросу
Инновационный потенциал	Ограниченный, сдвиг к «зеленому»	Высокий (цифровизация, автоматизация)	Высокий (omnichannel, big data)

Источник: [2, с. 83].

Исходя из приведенных данных, можно заключить, что отрасль нефти и газа характеризуется высокой прибыльностью; однако она подвержена сильному воздействию внешнеэкономических факторов и требует структурных преобразований. Машиностроение остается ключевым элементом национальной экономики России ввиду своей стратегической важности. Розничная торговля демонстрирует наиболее стремительный рост и обладает значительным потенциалом для расширения.

Следует отметить отсутствие универсальных нормативов рентабельности: например, показатель в 10 % может рассматриваться как низкий для одних сфер деятельности и вполне удовлетворительный – для других с высокой конкуренцией [2, с. 234].

На итоговую рентабельность предприятия влияют многочисленные факторы – от эффективности внутренних процессов до качества товаров или услуг, структуры потребительского спроса и особенностей амортизационной политики по основным средствам производства. Для повышения рентабельности применяются различные методы [8, с. 176].

В первую очередь рекомендуется пересмотреть расходные статьи бюджета на материалы, фонд оплаты труда, эксплуатационные затраты. Проводится тщательный анализ



цен на сырье и оборудование; выбираются альтернативные поставщики; заключаются более выгодные долгосрочные договоры; оптимизируется техническая поддержка производственной базы, совершенствуется логистическая цепочка. Рациональное сокращение издержек является прямым способом повышения рентабельности предприятия.

Одной из эффективных мер также выступает корректировка ценовой политики – повышение цен предоставляемых услуг, реализуемых товаров после изучения конкурентной среды и анализа тенденций спроса. При условии высокого уровня предпочтения продукции у потребителей или отсутствия достойных альтернатив со стороны конкурентов рост цен становится действенным инструментом увеличения рентабельности.

Дополнительным направлением работы является увеличение объемов продаж посредством реализации маркетинговых инициатив – продвижение товара через цифровые каналы коммуникации (интернет-продвижение), использование электронных рассылок потенциальным клиентам, проведение рекламных кампаний (в том числе акций с временными скидками). Эти меры способствуют расширению клиентской базы при условии соблюдения баланса между расходами на продвижение продукции или услуг и их последующей окупаемостью [5, с. 219].

Особое значение имеет инвестирование ресурсов в повышение качества выпускаемой продукции или разработку новых уникальных предложений для рынка – это не только увеличивает приток потребителей за счет роста удовлетворенности характеристиками продукта или услуги (дизайн, функционал), но и способствует росту объемов реализации наряду с повышением показателей рентабельности.

Рекомендуется сосредоточить внимание преимущественно на тех позициях ассортимента товаров или видов работ и услуг, которые, согласно результатам анализа внутренней отчетности, обеспечивают основную прибыль – это позволит более эффективно распределять ресурсы компании для повышения уровня рентабельности, общей отдачи бизнеса.

Список литературы:

1. Авдеенко, И.А., Каёв Ю.А. Факторы повышения прибыли и рентабельности. Новая наука: От идеи к результату, 2022. 124 с.
2. Бузаева Н.А. Анализ прибыльности и рентабельности предприятия. М.: Кнорус, 2021. 136 с.
3. Богатин Ю.В. Анализ рентабельности предприятия. М.: Финансы, 2020. 329 с.
4. Власова В.М., Иванова Н.А. Методологические вопросы анализа рентабельности (на примере рентабельности продаж). М.: Финансы, 2021. 24 с.
5. Гаврилова А.Н. Финансы организаций (предприятий). М.: Кнорус, 2020. 608 с.
6. Курбанова П.Н. Анализ финансовых результатов деятельности предприятия и определение его рентабельности. Новая наука: От идеи к результату, 2022. 132 с.
7. Лупильцева М.А. Основы и методика факторного анализа рентабельности. М.: Кнорус, 2021. 92 с.
8. Лютова М.Н., Коновалова Н.О. Анализ прибыли и рентабельности предприятия. М.: Дело и сервис, 2021. 112 с.
9. Полюшко Ю.Н. Анализ прибыли и рентабельности хозяйствующего субъекта. М.: Финансы, 2022. 70 с.

