

Васягина М.С.

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Ю.Е. Галкина
Муromский институт (филиал) федерального государственного образовательного
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
E-mail: marisha.solnce64@gmail.com*

Повышение рентабельности работы предприятия на примере ООО «ГИПЕРГЛОБУС»

Объем проданной продукции, величина прибыли и уровень рентабельности зависят от функционирования производства, снабжения и продажи, другими словами, эти показатели характеризуют все стороны хозяйствования. Поэтому финансовые результаты деятельности нужно изучать вместе с продажей продукции.

В условиях рыночной экономики большое значение имеют показатели рентабельности, которые являются сравнительными характеристиками финансовых результатов и эффективности деятельности предприятия [1].

Рентабельность — это степень доходности, выгодности, прибыльности бизнеса. Рентабельность более содержательно, чем прибыль отражает окончательные результаты хозяйственной деятельности предприятия, так как ее величина показывает соответствию конечного эффекта с использованными ресурсами.

Рентабельность, являясь завершающим итогом работы предприятия, создает условия для его расширения, развития, финансирования бизнеса без использования заемных средств и средств, полученных в результате распространения выпуска акций и повышения конкурентоспособности [2].

Общая рентабельность – самый популярный коэффициент и его значение интересует каждого владельца собственного предприятия.

Рассчитать такой коэффициент не сложно, нужно лишь разделить всю прибыль или убыток без налогообложения (ПР.) на выручку (В), умноженную на 100%.
 $K = \text{ПР./В} * 100\%$. Рассмотрим показатели рентабельности организации (см. таблица 1) [5].

Таблица 1
Показатели рентабельности ООО «ГИПЕРГЛОБУС»

Показатели	2013	2014	2015	2016	Оптимум
Рентабельность оборотных активов	0,41	0,35	0,42	0,44	0,63
Рентабельность собственного капитала	0,65	1,10	0,84	0,51	0,47
Рентабельность чистых активов	0,26	0,25	0,27	0,24	0,31
Рентабельность внеоборотных активов	0,21	0,19	0,23	0,23	0,41

По итогу таблицы 1 сделаем вывод: рентабельность оборотных активов, рентабельность чистых активов и рентабельность внеоборотных активов уменьшаются в 2014 г., по сравнению с 2013 г., а затем повышаются к 2016 г. Только рентабельность собственного капитала повышается в 2014 г. по сравнению с 2013 г., а затем уменьшается к 2016 г. Каждая из видов рентабельности имеет значение меньше оптимума.

Выбор путей роста рентабельности определяется многообразием ее показателей. Следует учесть также, что при анализе путей повышения рентабельности важно разделять воздействие

внешних и внутренних факторов. К внешнему фактору относится расширение рынка сбыта продукции за счет снижения цены на представляемые товары. Внутренние факторы являются более важными, чем внешние. К ним относятся: увеличение объемов производства, снижение себестоимости продукции, повышение отдачи основных средств и т.д.

Не менее важным обстоятельством, влияющим на рентабельность, является наличие у предприятия долгов и задолженностей. Наиболее приемлемой является ситуация, когда предприятие прибегает к помощи дополнительных займов с целью обновления оборудования или ассортимента [3].

Источником роста показателя рентабельности может являться введение инноваций, позволяющих производить новый вид товаров с улучшенным качеством, достигать новые рынки сбыта продукции, вводить новшества организации и управления, и т.д. [4].

Чтобы предприятие работало безубыточно, предлагается повышать рентабельность за счет увеличения объема производства продукции и улучшения ее качества, снижать себестоимость продукции и обеспечивать лучшее использование ОС и материальных ресурсов.

Снизить издержки можно, используя благоприятные отношения с поставщиками. Руководству необходимо стремиться обеспечить более высокую рентабельность, снижая издержки, и получать максимальную прибыль, увеличивая диапазон предоставления услуги. Всего этого можно добиться, привлекая новых потребителей и воздействуя на старых клиентов различными способами, чтобы они пользовались услугами данной торговой организации.

Таким образом, в данной научной статье были рассмотрены показатели рентабельности, а так же конкретные коэффициенты на примере ООО «ГИПЕРГЛОБУС». По итогу таблицы 1 рентабельность всех видов активов уменьшается в 2014 г., по сравнению с 2013 г., а затем повышается к 2016 г. Только рентабельность собственного капитала повышается в 2014 г. по сравнению с 2013 г., а затем уменьшается к 2016 г. Каждая из видов рентабельности имеет значение меньше оптимума.

Литература

1. Крылов Э.И. и др. Анализ финансовых результатов, рентабельности и себестоимости продукции-м.: Финансы и статистика, 2006;
2. Смородин М. Б. Основы анализа рентабельности предприятий. - М.: Статистика, 2007г. - 124с.;
3. Петров Г. К. Товарооборот и прибыль: Пути повышения рентабельности розничной торговли; Лениздат - Москва, 2014. - 216 с.;
4. Савицкая Г. В. Экономический анализ деятельности предприятия: Научное пособие - 2-е изд., перераб. и доп. - К.: Знание, 2005. - 662 с.;
5. https://creditnet.ru/reports/?code=rep_credit_profile&example=true&id=1686371.