

УДК 33

## ОЦЕНКА РЕНТАБЕЛЬНОСТИ И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ

Ромазанова Э.Э. Студент гр. ЭКт-312, 3 курс, Уральский государственный университет путей сообщения, Екатеринбург, Россия.

Научный руководитель: Конышева Е. В. к. эк. н. , Доцент кафедры «Экономика транспорта», Уральский государственный университет путей сообщения, Екатеринбург, Россия.

Рентабельность – ключевой показатель эффективности, отражающий прибыльность бизнеса относительно вложенных ресурсов. Оценка рентабельности – ключевой фактор финансового здоровья организации. Она позволяет определить эффективность использования активов и капитала для получения прибыли. Анализ проводится на основе финансовых показателей: рентабельность продаж, активов, собственного капитала. Низкая рентабельность сигнализирует о неэффективном управлении ресурсами, высоких издержках или недостаточном объеме продаж.

Пути повышения рентабельности многообразны. Снижение себестоимости продукции через оптимизацию производственных процессов и закупок является одним из основных направлений. Расширение рынков сбыта и увеличение объемов продаж также способствуют росту прибыли. Важно внедрять инновации, повышать качество продукции и услуг, укреплять бренд [2]. Эффективное управление активами, снижение дебиторской задолженности и оптимизация финансовых потоков также играют важную роль. Повышение квалификации персонала и внедрение современных управленческих технологий позволяют более эффективно использовать ресурсы и добиваться лучших финансовых результатов.

Для оценки рентабельности используются различные показатели, каждый из которых отражает определенный аспект финансового состояния. Наиболее распространенными являются:

- **Рентабельность продаж (ROS):** показывает, сколько прибыли компания получает с каждого рубля выручки.

$$ROS = \text{Чистая прибыль} / \text{Выручка от продаж} * 100\%$$

- **Рентабельность активов (ROA):** определяет эффективность использования всех активов компании для генерации прибыли.

$$ROA = \text{Чистая прибыль} / \text{Средняя стоимость активов} * 100\%$$

- **Рентабельность собственного капитала (ROE):** показатель эффективности использования собственного капитала для получения прибыли.

$$ROE = \text{Чистая прибыль} / \text{Средняя стоимость собственного капитала} * 100\%$$

- **Рентабельность инвестированного капитала (ROIC):** оценивает эффективность использования всех источников финансирования (собственный капитал и заемные средства) для получения прибыли.

$$ROIC = (\text{Операционная прибыль компании после налогов} / \text{Инвестированный капитал}) * 100\%$$

Для глубокого понимания причин низкой рентабельности компании необходимо провести комплексный анализ по нескольким ключевым направлениям. Первым шагом является анализ себестоимости. Важно проверить структуру затрат, выявить избыточные расходы и изучить возможности оптимизации в производстве, закупках и логистике. Это позволит определить, где можно снизить затраты и повысить эффективность. Следующим этапом является анализ цен на продукцию. Необходимо сравнить свои цены с рыночными и рассмотреть возможность их повышения при условии сохранения конкурентоспособности. Это может помочь увеличить доходы без значительного риска потери клиентов. Также следует провести анализ продаж, который включает изучение эффективности текущих продаж и маркетинговых стратегий. Важно искать новые рынки сбыта и анализировать качество обслуживания клиентов, чтобы повысить уровень удовлетворенности и лояльности.

Не менее важным является анализ управления активами. Оценка эффективности использования основных фондов и оборотных активов поможет выявить избыточные запасы и найти возможности для повышения оборачиваемости. Следует также обратить внимание на анализ структуры капитала. Проверка соотношения собственного и заемного капитала, а также оценка влияния процентных ставок на доходность помогут выявить возможные финансовые риски.

Анализ конкурентов позволит изучить стратегии соперников, их ценообразование, качество продукции и маркетинговые мероприятия. Это поможет выработать собственные конкурентные преимущества [1]. Кроме того, необходимо учитывать внешние факторы, такие как влияние кризисных ситуаций, изменения в экономической конъюнктуре и законодательстве. Эти аспекты могут существенно повлиять на рентабельность бизнеса.

Для повышения рентабельности компании можно рассмотреть следующие пути в таблице:

Таблица 1

**«Пути повышения рентабельности компании»**

1. Оптимизация затрат	Поиск резервов для снижения себестоимости, внедрение новых технологий, пересмотр системы закупок и повышение эффективности использования ресурсов.
2. Увеличение продаж	Развитие маркетинговых стратегий, расширение рынков сбыта, повышение качества обслуживания клиентов и увеличение ассортимента продукции.
3. Повышение цен с осторожностью	Возможное увеличение цен должно происходить только при условии сохранения конкурентоспособности, роста спроса или улучшения качества продукта.
4. Улучшение управления активами	Повышение оборачиваемости запасов, снижение издержек на хранение и эффективное использование основных фондов.
5. Повышение эффективности труда	Мотивация сотрудников, обучение персонала и улучшение организации рабочего процесса.
6. Рациональное использование заемного капитала	Снижение процентных ставок по кредитам и поиск более выгодных условий финансирования.
7. Диверсификация бизнеса	Расширение ассортимента продукции и освоение новых рынков.

Важно также учитывать несколько аспектов в процессе анализа и принятия решений: Сравнение с прошлыми показателями и показателями конкурентов.

- Своевременное реагирование на изменения.
- Планирование и контроль.
- Учет внешних факторов.
- Адекватный анализ рисков.

Пути повышения рентабельности включают оптимизацию затрат (снижение себестоимости, энергоэффективность), увеличение объемов продаж (расширение рынка, улучшение маркетинга), повышение цен (обоснованное улучшение качества, брендинг). Также важно оптимизировать структуру активов, сократить дебиторскую задолженность и ускорить оборачиваемость запасов. Внедрение инноваций и автоматизация процессов способствуют снижению издержек и повышению производительности, напрямую влияя на рентабельность. Регулярный мониторинг и анализ показателей рентабельности необходимы для своевременной корректировки стратегии и достижения устойчивого роста.

Таким образом, повышение рентабельности – это комплексная задача, требующая системного подхода и постоянного мониторинга. Успешное решение данной задачи основывается на глубоком анализе деятельности организации, выявлении слабых мест и внедрении эффективных мер по их

устранению. Необходимо учитывать все факторы, как внутренние (себестоимость, продажи, управление активами), так и внешние (рыночная конъюнктура, экономическая ситуация), для достижения устойчивого роста показателей рентабельности [3].

#### **Список литературы:**

1. Долгая, М. В., Калинин, Д. Д. Прибыль и рентабельность предприятия: сущность, показатели и пути повышения // Бенефициар. — 2020. — № 16. — С. 3-5
2. Жирова, Г. В. Рентабельность предприятия: понятие, сущность и основные коэффициенты / Г. В. Жирова, А. Д. Рамазанова // Молодой ученый. — 2023. — № 52 (499). — С. 78-80.
3. Конышева Е.В., (2024). Актуальные подходы к росту экономической эффективности деятельности компании. Журнал «Финансовый бизнес» № 8 (254). С. 30-32.

© Ромазанова Э.Э., 2025