



ISSN 2072-8441

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

<http://elibrary.miu.by/journals/item.eiup.html>

Петренко, Д.В. Улучшение показателей рентабельности предприятия на основе анализа финансовых рисков / Д.В. Петренко // Экономика и управление. – 2014. – № 2 (38). – С. 53–57.

УЛУЧШЕНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ

Д.В. Петренко^а

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

предприятие, рентабельность, кризис, анализ, финансы, риск, нейтрализация, эксперт, матрица

АННОТАЦИЯ

В статье исследована проблема сохранения и повышения рентабельности производства в условиях воздействия неблагоприятных внешних факторов. Проанализированы варианты поведения предприятия относительно реализации продукции в различных экономических условиях с точки зрения повышения рентабельности. Предложены инструменты, использование которых дает возможность повысить уровень прибыли и достичь других положительных результатов деятельности предприятия с минимальными издержками. Приводится описание разработанной автором концепции создания компьютерной экспертной системы по нейтрализации рисков деятельности предприятия.

СТАТЬЯ ПОСТУПИЛА В РЕДАКЦИЮ

14 февраля 2014

ВЕБ

<http://elibrary.miu.by/journals/item.eiup/issue.38/article.11.html>

IMPROVEMENT OF INDICATORS OF THE ENTERPRISE PROFITABILITY BASED ON THE FINANCIAL RISK ANALYSIS

D.V. Petrenko^a

KEYWORDS

enterprise, profitability, crisis, analysis, finance, risk, neutralization, expert, matrix.

ABSTRACT

The article deals with the problem of maintenance and increase of production profitability under the conditions of adverse external factors. The article presents an analysis of variants of enterprise conduct in the process of selling products under various economic conditions in terms of profitability increase. The work describes tools which help increase profit level obtain other positive results of enterprise activity with minimum costs. The author gives a description of his own concept of computer expert system development with the view of neutralizing risks of enterprise activity.

RECEIVED

February 14, 2014

WEB

<http://elibrary.miu.by/journals/item.eiup/issue.38/article.11.html>

Введение

В деятельности предприятия присутствуют различные риски, однако в условиях воздействия неблагоприятных внешних факторов вероятность возникновения рисков увеличивается, появляется вероятность возникновения рисков, оказывающих отрицательное влияние на показатели рентабельности предприятия, в т.ч. свя-

занных с инфляцией, сокращением платежеспособного спроса на продукцию предприятия, количества источников поставки ресурсов, количества денег в обороте и др. Основной задачей предприятия в таких условиях становится сохранение минимального уровня рентабельности за счет нейтрализации рисков.

Деятельность предприятия должна осуществляться с учетом всех рисков, и, в первую очередь, с учетом риска сокращения объемов сбыта продукции и, соответственно, выручки. Поэтому мероприятия, проводимые предприятием с целью сохранения и повышения рентабельности, должны оцениваться с точки зрения их стоимости, а желательно, — осуществляться без дополнительных расходов. Сокращение выручки диктует огра-

^а Петренко Дмитрий Владимирович, кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры «Экономика и управление инновационными проектами в промышленности» Белорусского национального технического университета

Petrenko Dmitry Vladimirovich, PhD in Engineering sciences, Associate Professor, associate professor of the Department of Economics and Management of Innovation Projects in the Industry of the Belarusian National Technical University
dpit1@rambler.ru

нижение спектра применяемых мероприятий по улучшению показателей рентабельности и наличие определенных особенностей их применения, по сравнению с мероприятиями, применяемыми в благоприятный период развития экономики. Предлагаемые мероприятия по возможности учитывают проблему дефицита оборотных средств в период воздействия неблагоприятных социально-экономических факторов, а также то обстоятельство, что некоторые затраты не подлежат сокращению (например, налоговые отчисления).

Уровень рентабельности производства находится в прямой пропорциональной зависимости от величины прибыли предприятия и в обратно пропорциональной зависимости от стоимости активов [1, с. 162–164]. Для повышения уровня рентабельности производства необходимо проведение мероприятий, которые будут способствовать, во-первых, росту прибыли, и, во-вторых, снижению стоимости и повышению эффективности использования активов. Важное значение в период воздействия неблагоприятных внешних факторов приобретает анализ возможных последствий каждого из предполагаемых действий в направлении корректировки указанных показателей. Прибыль предприятия складывается из трех составляющих: прибыли от реализации продукции (работ, услуг), от операционной деятельности и от внеоперационных операций. Основными направлениями максимизации прибыли от реализации являются снижение себестоимости продукции и увеличение выручки от реализации продукции.

Снижение себестоимости продукции может быть достигнуто за счет целенаправленных мероприятий:

1) Снижения материальных затрат (например, за счет использования более дешевых альтернативных источников поставки ресурсов, внедрения энергосберегающих технологий, повторного использования и сокращения затрат на доставку и хранение ресурсов (в т.ч. за счет активизации работы службы маркетинга и сбыта, внедрения форм расчета за поставленную продукцию, способствующих скорейшему освобождению складов (с учетом необходимости получения своевременной оплаты от покупателей))). Активизация работы службы сбыта может быть безрезультатной в период снижения потребительского спроса и дефляции, если предприятие будет пытаться реализовать продукцию по ценам, действовавшим в благоприятный экономический период. Поэтому такая активизация должна сопровождаться мерами по оптимизации цен реализации продукции с учетом конъюнктуры рынка. Показатель рентабельности продукции отражает соотношение прибыли от реализации продукции и текущих затрат на производство и реализацию продукции предприятия, выступающих в форме полной себестоимости. Анализ рентабельности отдельных видов продукции, а также всей ее совокупности дает возможность определить внутренние резервы снижения себестоимости, а также направления реорганизации производства, которые будут способствовать увеличению выручки, и, в конечном счете, повышению рентабельности продукции и производства в целом.

Рассмотрим ряд примеров, наглядно иллюстрирующих последствия действий (или бездействия) предприятия относительно реализации продукции с учетом ценового фактора в условиях сокращения платежеспособного спроса на продукцию предприятия в различных экономических условиях (инфляция, дефляция).

1. *Предприятие реализует выпущенную продукцию через год (360 дней) в условиях инфляции по «докризисной»*

цене. Рентабельность продукции в докризисный период при себестоимости продукции 1000 руб. за ед. составила 20 % при цене реализации 1200 руб. за ед. Расходы по хранению — 2 руб. в день. За год себестоимость продукции возрастет до 1720 руб. ($1000 + (360 * 2)$). В случае восстановления платежеспособного спроса с учетом корректировки на коэффициент инфляции (10%) цена реализации составит 1320 руб. ($1200 + (1200 * 10/100)$), убыток — 400 руб. ($1320 - 1720$). Рентабельность продукции (с учетом затрат по хранению) составит $-23,25\%$ ($(-400/1720) * 100$). Ожидание восстановления платежеспособного спроса без осуществления каких-либо действий оборачивается для предприятия убытками и отрицательной рентабельностью выпускаемой продукции. Необходимо учитывать, что кроме прямых материальных затрат (по хранению, страхованию), могут возникнуть дополнительные затраты в размере до 100% себестоимости продукции (за счет физического и морального износа).

2. *Предприятие реализует продукцию через 115 дней в условиях инфляции по «докризисной» цене.* Себестоимость продукции — 1230 руб. ($1000 + (115 * 2)$), цена реализации с учетом коэффициента инфляции (10 %) — 1238 руб. ($1200 + (1200 * 10 * 115/(100 * 360))$), прибыль 8 руб. ($1238 - 1230$), рентабельность 0,65 % ($(8/1230) * 100$). Точный расчет показателя рентабельности позволяет предприятию избежать убытков и выйти практически на неотрицательный уровень рентабельности.

3. *Предприятие реализует продукцию немедленно с отсрочкой платежа на 90 дней в условиях инфляции (не дожидаясь восстановления платежеспособного спроса на докризисном уровне) по рыночной цене.* Цена реализации с учетом коэффициента инфляции (10 %) 877,50 руб. ($900 - (900 * 10 * 90/(360 * 100))$), дополнительные затраты (в т.ч. по хранению) отсутствуют, убыток — 122,50 руб. ($877,50 - 1000$), рентабельность $-12,25\%$ ($(-122,50/1000) * 100$). Простая реализация продукции по текущей рыночной цене (ниже себестоимости), не позволяя добиться положительной рентабельности, по крайней мере, способствует ускорению притока оборотных средств предприятию.

Повышения рентабельности можно добиться за счет использования дополнительных инструментов повышения рентабельности, например, осуществления инвестиций в ценные бумаги, банковские вклады, производство и т.д.

4. *Предприятие реализует продукцию немедленно с отсрочкой платежа на 90 дней в условиях инфляции по рыночной цене и после получения оплаты размещает средства на депозитном вкладе.* Цена реализации с учетом коэффициента инфляции (10 %) через 90 дней 877,50 руб. ($900 - (900 * 10 * 90/(360 * 100))$). Размещение средств в депозит под 20% годовых на срок 270 дней в условиях 10 %-ной инфляции позволяет избежать потерь в связи с инфляцией (период вынужденного сокращения производства может быть использован предприятием для поиска новых направлений развития). Дополнительный доход по депозиту (без учета финансовых рисков) 135 руб. ($900 * 20 * 270/(100 * 360)$), потери от инфляции за этот период 67,50 руб. ($900 * 10 * 270/(100 * 360)$). При себестоимости в 1000 руб. общий результат (убыток) — 55 руб. ($877,50 + 135 - 67,50 - 1000$), рентабельность $-5,5\%$ ($(-55/1000) * 100$), что лучше показателя примера 3. Использование дополнительного финансового инструмента положительно влияет на уровень рентабельности.

5. *Предприятие реализует продукцию немедленно с отсрочкой платежа на 90 дней в условиях инфляции по*

рыночной цене и после получения оплаты использует средства для производства продукции. Цена реализации ранее произведенной продукции с учетом коэффициента инфляции (10 %) через 90 дней — 877,50 руб. $(900 - (900 * 10 * 90 / (360 * 100)))$. Длительность производственного цикла 90 дней, себестоимость вновь произведенной продукции 850 руб. (с учетом проведения мероприятия мероприятий по оптимизации затрат), цена реализации вновь произведенной продукции 900 руб. Дополнительный доход от реализации вновь произведенной в течение производственного цикла продукции 50 руб. $(900 - 850)$. Потери от инфляции за этот период (90 дней) 22,50 руб. $(900 * 10 * 90 / (100 * 360))$. За три цикла (270 дней) без учета капитализации средств, полученных от реализации продукции, при себестоимости в 850 руб. (без учета поправки значения себестоимости на коэф. инфляции) прибыль составит 82,50 руб. $((900 - 22,50) - 850) * 3$. Общий результат (убыток) от операций за год составит -40 руб. $((877,50 - 1000 + 82,50)$. Общая рентабельность от операций за год -4% $(-40 / 1000 * 100)$, что лучше показателя примера 3. Использование дополнительного инструмента (размещения средств в производство новой продукции) позволяет улучшить показатель рентабельности, однако требует дополнительных усилий (например, по оптимизации затрат предприятия).

6. *Предприятие дожидается восстановления платежеспособного спроса на докризисном уровне в течение года, однако такого восстановления не происходит, и предприятие реализует продукцию по рыночной цене через год в условиях дефляции.* С учетом корректировки на коэффициент дефляции (10 %) цена реализации составит 1080 руб. $(1200 - (1200 * 10 / 100))$, себестоимость (с учетом затрат по хранению) 1720 руб. $(1000 + (360 * 2))$, убыток -640 руб. $(1080 - 1720)$, рентабельность -37,21 % $((-640 / 1720) * 100)$. Ожидание восстановления платежеспособного спроса в условиях дефляции ведет к значительным убыткам и отрицательной рентабельности. Такое ожидание допустимо только в случае исключения возможности серьезных последствий для финансового состояния предприятия при условии сохранения потребительских качеств товара в течение длительного периода времени.

7. *Предприятие реализует продукцию по рыночной цене через 40 дней в условиях дефляции.* Цена реализации с учетом коэф. дефляции (10 %) — 1187 руб. $(1200 - (1200 * 10 * 40 / (100 * 360)))$, себестоимость 1080 руб. $(1000 + (40 * 2))$, прибыль 107 руб. $(1187 - 1080)$, рентабельность 9,91 % $((107 / 1080) * 100)$. «Быстрая» реализация в условиях дефляции позволяет добиться положительной рентабельности.

8. *Предприятие начинает реализацию по рыночной цене через 80 дней в условиях дефляции.* Цена реализации с учетом коэф. дефляции (10 %) — 1173 руб. $(1200 - (1200 * 10 * 80 / (100 * 360)))$, себестоимость — 1160 руб. $(1000 + (80 * 2))$, прибыль 13 руб. $(1173 - 1160)$, рентабельность 1,12 % $((13 / 1160) * 100)$. «Замедление» реализации в условиях дефляции ведет к снижению уровня рентабельности. Таким образом, в условиях дефляции от предприятия требуется принятие более экстренных мер по реализации продукции с целью сохранения положительного уровня рентабельности, чем в условиях инфляции;

2) Снижения расходов на оплату труда (например, за счет сокращения объема сверхурочных работ, оптимизации численности персонала);

3) Снижения амортизационных отчислений (например, за счет избавления от «ненужных» основных фон-

дов и повышения эффективности использования основных фондов;

4) Снижения прочих затрат (например, за счет уменьшения частоты и продолжительности командировок, сокращения расходов на рекламу, поиска более дешевых альтернативных поставщиков банковских, страховых, рекламных услуг и т.д.);

5) Повышения некоторых видов затрат (в случае, если такое повышение приведет в перспективе к снижению себестоимости продукции, например, в случае внедрения прогрессивного оборудования);

6) Установления рациональной структуры затрат (соотношения между условно-постоянными и условно-переменными затратами). Несмотря на желание предприятия сократить до минимума все возможные затраты, необходимо, во-первых, обеспечить такое соотношение между условно-постоянными и условно-переменными затратами, при котором не произойдет нарушения нормального хода производства и реализации продукции из-за дефицита тех или иных активов; во-вторых, учитывать ограниченность действия эффекта производственного рычага определенным размером условно-переменных затрат; в-третьих, в стремлении получить дополнительные доходы от роста объемов реализации, сопровождаемого ростом условно-переменных затрат, очень аккуратно подходить к вопросу увеличения условно-постоянных затрат, так как это может отрицательно сказаться на величине удельных затрат на единицу выпускаемой продукции.

Увеличение выручки от реализации продукции может быть достигнуто за счет таких мероприятий как:

1) Расширение ассортимента и повышение качества продукции, внедрение новой продукции (что положительно сказывается на проникновении продукции на новые рынки и закреплении на старых рынках);

2) Изменение ассортимента продукции в пользу более прибыльной продукции;

3) Внедрение прогрессивных управленческих технологий и научной организации труда (что оказывает положительное влияние на увеличение объема производства и снижение себестоимости продукции);

4) Использование бенчмаркинга, понимаемого как процесс изучения и оценки лучших образцов товаров, опыта производства и управления предприятиями [2, с. 361];

5) Разработка плана маркетинга, предусматривающего сочетание стратегических целей и тактических способов достижения этих целей (в т.ч. определения порядка определения цен реализации продукции, способов привлечения клиентов и стимулирования сбыта (например, заключение договоров на постоянную скидку при долговременном сотрудничестве и больших объемах заказов, использование коммерческого кредита, оказание дополнительных бесплатных услуг (наладка, доставка, гарантийное обслуживание, осуществление заказа с помощью сети Интернет и т.п.)) [3, с. 326—328];

6) Привлечение новых заказчиков (инвесторов), заключения стратегических союзов;

7) Использование источников заемного финансирования, стоимость которых не превышает стоимости собственного капитала предприятия и, по возможности, не требует отвлечения активов предприятия по крайней мере, в течение некоторого периода (например, лизинга, толлинга, венчурного финансирования и т.п.); использования кредиторской задолженности в краткосрочном периоде для активизации реализации продукции;

8) Повышение (оптимизация) цены реализации продукции (после тщательного анализа состояния рынка данной продукции и платежеспособного спроса потребителей).

Дополнительная *прибыль от операционной деятельности* может быть получена от следующих мероприятий: реализации излишних ценностей или ненужных запасов сырья, материалов; продажи дополнительных видов услуг (сдачи в аренду движимого и недвижимого имущества, принадлежащего предприятию); активизации финансовых операций (с ценными бумагами, вкладами и т.д.).

Максимизация внереализационных доходов может быть достигнута за счет мероприятий: быстрого реагирования на все незаконные действия и нарушения принятых обязательств со стороны контрагентов, позволяющего в кратчайшие сроки добиться от них получения причитающихся сумм финансовых санкций; предупреждения риска возникновения ситуаций, при которых само предприятие будет вынуждено уплатить штрафные санкции (например, за счет обеспечения ритмичности производства и отгрузки продукции, своевременной оплаты счетов).

Мероприятиями, которые затрагивают деятельность предприятия в целом и могут положительно сказаться на результатах его деятельности, являются: реструктуризация предприятия (изменение состояния и структуры предприятия, которое может быть осуществлено в форме слияния, поглощения, разделения и т.д.) с предварительной оценкой потенциала предприятия, позволяющей повысить рентабельность без осуществления значительных вложений средств (за счет правильно выбранной политики в отношении оптимизации затрат); реорганизация предприятия (существенные изменения организационной структуры предприятия, затрагивающие все аспекты его деятельности). Так, например, повышение качества системы управления и организации производства в значительной степени способствует увеличению хозяйственной гибкости предприятия, особенно необходимой при изменяющихся экономических условиях.

Для учета рисков и дальнейшей их нейтрализации рекомендуется разработать *компьютерную экспертную систему*, в основе которой должна находиться матрица рисков, включающая два блока: характеристика риска

(в т.ч. вид риска, последствия риска для предприятия, вероятностная оценка наступления риска); нейтрализация риска (в т.ч. меры по нейтрализации риска, оценка затрат на осуществление мер по нейтрализации риска, оценка последствий мер по нейтрализации риска) (таблица).

Алгоритм работы с матрицей рисков включает этапы:

1) Идентификация рисков [4, с. 202—205], предполагающая формирование базы данных рисков с классификацией по группам, а также по степени важности для данного предприятия;

2) Отбор рисков, которые могут отрицательно повлиять на рентабельность производства с определенным последствием воздействия рисков на предприятие;

3) Оценка вероятности возникновения риска (с использованием самостоятельно разработанной предприятием шкалы (например, для незначительного риска вероятностная оценка наступления риска составляет от 0 до 25 %; для существенного — от 51 до 100 % и т.д.);

4) Разработка мер по нейтрализации риска (и формирование базы данных мер с целью получения в будущем информации о вариантах поведения в различных ситуациях);

5) Оценка затрат на осуществление мер по реализации риска, включая качественную и количественную оценку. При оценке последствий мер по нейтрализации риска необходимо учитывать воздействие мер, применяемых с целью нейтрализации одного вида риска (группы рисков) на другие виды рисков (группы рисков). Например, сокращение затрат предприятия на выплату вознаграждения сотрудникам с целью снижения вероятности риска снижения цен конкурентами может увеличить вероятность возникновения социальных рисков (риска социальной напряженности в коллективе, риска повышения заболеваемости, риска ухудшения качества продукции) и т.д.;

6) Окончательный выбор мер по нейтрализации рисков, исходя из целей деятельности и ограничений, установленных предприятием в отношении объема используемых ресурсов, соблюдения показателей удовлетворительного финансового состояния.

Заключение

В условиях воздействия неблагоприятных внешних факторов предприятию следует придерживаться мно-

Таблица — Матрица рисков (фрагмент)

Характеристика риска			Нейтрализация риска		
Вид риска	Последствия риска для предприятия	Вероятност. оценка наступл. риска	Меры по нейтрализации риска	Оценка затрат на осуществление мер по нейтрализации риска	Оценка последствий мер по нейтрализации риска
<i>Финансово-экономические риски</i>					
Падение спроса в связи с появлением новых конкурентов	Снижение объемов продаж, увеличение складских запасов	60 %	Расширение ассортимента продукции	* руб. + получение информации о продукции конкурентов	Рост риска недостатка собст. обор. средств
			Увеличение количества сотрудников службы сбыта	* руб.	
Снижение цен конкурентами	Снижение цен на продукцию предпр-я	5 %	Применение гибкой ценовой политики	* руб.	
			Акцентирование рекламы на качестве продукции	* руб.	
Рост налогов	Уменьшение прибыли	50 %	Создание резервов	* руб.	
<i>Производственно-технические риски</i>					
Недостаточная надежность оборудования	Увеличение аварийности, снижение качества услуг	7 %	Создание собственного кадрового потенциала ремонтных рабочих	* руб. + повышение квалификации внутри предприятия	

говариантной модели поведения в отношении всех составляющих прибыли с расчетом финансовых показателей деятельности с целью сохранения и повышения рентабельности. Выход на положительный уровень рентабельности требует применения предлагаемого автором широкого спектра финансовых инструментов и мероприятий в сфере экономики и управления предприятием. Реальная помощь предприятию в отношении построения надежной защиты от проявлений экономических кризисов в долгосрочной перспективе может быть оказана при условии внедрения в деятельность предприятия компьютерной экспертной системы по нейтрализации рисков. Концепция создания такой системы разработана автором, и поддержания ее в актуальном состоянии.

Литература / References

1. Левкович, А.О. Финансовый менеджмент: прикладной аспект: пособие / А.О. Левкович и др.; под ред. А.О. Левковича. — Минск: Элайда, 2008. — 578 с.
Finansovy menedzhment: prikladnoy aspekt: posobiye / A.O. Levkovich i dr.; pod red. A.O. Levkovicha. — Mn.: Elayda, 2008. — 578 s.
2. Беляцкая, Т.Н. Антикризисное управление в новой экономике: учебно-методический комплекс / Т.Н. Беляцкая, П.А. Достанко, В.А. Емельянов. — М.: Интегралполиграф, 2007. — 472 с.
Belyatskaya T.N. Antikrizisnoye upravleniye v novoy ekonomike: uchebno-metodicheskiy kompleks / T.N. Belyatskaya, P.A. Dostanko, V.A. Emelyanov. — M.: Integralpoligraf, 2007. — 472 s.
3. Шаш, Н.И. Бизнес-план предприятия: практический справочник / Н.И. Шаш; под ред. А.В. Касьянова. — М.: ГроссМедиа: РОСБУХ, 2008. — 488 с.
Shash, N.I. Biznes-plan predpriyatiya: prakticheskiy spravochnik / N.I. Shash; pod red. A.V. Kasyanova. — M.: GrossMedia: ROSBUKH, 2008. — 488 s.
4. Попов, В.М. Финансовый бизнес-план: учебное пособие / В.М. Попов, С.И. Ляпунов; под ред. В.М. Попова. — М.: Финансы и статистика, 2007. — 464 с.
Popov, V.M. Finansovy biznes-plan: uchebnoye posobiye / V.M. Popov, S.I. Lyapunov; pod red. V.M. Popova. — M.: Finansy i statistika, 2007. — 464 s.