А. С. Огурцова

Институт бизнеса БГУ, Минск, Беларусь

Научный руководитель – Л. М. Барсегян, магистр экономики, старший преподаватель

НЕДОСТАТКИ ТРАДИЦИОННЫХ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ И ПУТИ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ: СОВРЕМЕННЫЙ ВЗГЛЯД НА ПРОБЛЕМЫ

Данная работа посвящена анализу современных методов оценки рентабельности предприятий и их адаптации к новым условиям бизнеса. В быстро меняющейся рыночной среде традиционные финансовые показатели, такие как рентабельность по чистой прибыли и возврат на капитал, становятся недостаточными для комплексной оценки эффективности компании. Работа подчеркивает необходимость интеграции бизнес-аналитики и нефинансовых показателей в процесс оценки рентабельности. Использование современных технологий, таких как искусственный интеллект и машинное обучение, открывает новые горизонты для анализа данных и выявления скрытых взаимосвязей. Исследование демонстрирует, что такой подход позволяет более точно предсказывать изменения в рентабельности и принимать обоснованные управленческие решения. Также авторы рекомендуют компаниям пересмотреть свои методы оценки рентабельности, акцентируя внимание на сочетании финансовых и нефинансовых показателей. Это станет ключевым фактором для достижения устойчивого развития и конкурентоспособности на современном рынке.

Ключевые слова: *рентабельность, оценка эффективности, финансовый анализ, рыночная среда, инновационные подходы, традиционные методы*

Рентабельность – один из главных элементов, используемых для анализа эффективности функционирования предприятия. Этот показатель не только позволяет руководству и акционерам оценивать финансовое состояние компании, но и является важным индикатором для аналитиков и инвесторов, стремящихся понять, насколько эффективно используются ресурсы.

Актуальность исследования возросла в последние десятилетия вследствие изменений в экономической среде, таких как глобализация, цифровизация бизнеса и изменения в потребительских предпочтениях. Эти факторы требуют от компаний гибкости и инновационных подходов в управлении и оценке их финансовых результатов. В связи с этим, рентабельность как показатель эффективности бизнеса приобретает особую значимость [3].

Традиционные методы оценки рентабельности, такие как рентабельность активов (ROA) и рентабельность собственного капитала (ROE), хотя и получили широкое признание, тем не менее, обладают значительными недостатками. К ним относятся ограниченность данных, использование устаревших моделей и недостаточная адаптивность к изменяющимся условиям рынка. Более того, многие из этих методов не учитывают качественные аспекты бизнеса, которые могут существенно влиять на общую эффективность функционирования компании [2].

Цель данной работы – выявить и проанализировать основные недостатки традиционных методов оценки рентабельности и предложить более точные современные альтернативные подходы. Это позволит не только улучшить качество аналитики, но и повысит управляемость компаний в условиях динамично меняющейся среды.

Таким образом, исследование проблем традиционных методов и выработка новых подходов представляют собой важный шаг в направлении повышения эффективности управления и достижения более точного понимания рентабельности в современных условиях бизнеса.

Традиционные методы оценки рентабельности, включая расчеты различных финансовых коэффициентов, долгое время использовались в практике управления и финансового

анализа. Эти методы играют важную роль в понимании финансового состояния компаний и позволяют сравнивать их эффективность. Однако в условиях быстро меняющегося рынка, инноваций и глобализации, необходимость пересмотра этих подходов становится очевидной.

Проблемы традиционных методов оценки рентабельности:

1. Статичность и недостаточная адаптируемость. Традиционные коэффициенты рентабельности, такие как рентабельность активов или продаж, предоставляют снимок финансового состояния компании на момент времени. Однако они не учитывают динамику изменений, что делает их недостаточно информативными для оценки текущей ситуации на рынке. В условиях высокой волатильности такие статические показатели могут привести к стратегическим просчетам.

2. Игнорирование нефинансовых показателей. Сосредотачиваются исключительно на финансовых показателях, что приводит к недостаточной оценке других, не менее важных аспектов, таких как уровень удовлетворенности клиентов, качество предоставляемых услуг или воздействие на окружающую среду. Эти нефинансовые факторы могут существенно влиять на долгосрочные результаты и репутацию компании.

3. Искажение реальной картины. Поскольку не учитывается полная картина, игнорирование ключевых аспектов может приводить к неверным управленческим решениям. Это искажает представления о рентабельности бизнеса и может вести к чрезмерному риску и потерям.

4. Отсутствие гибкости. Не имеют возможности быстрой адаптации к новым условиям и вызовам. В условиях современного бизнеса, где меняются предпочтения потребителей, появляются новые технологии и универсальные методы работы, компании нуждаются в более гибких и целенаправленных подходах.

Современные подходы к оценке рентабельности являются ответом на вызовы, которые возникли в свете динамичного развития экономики и изменения потребительских предпочтений. В отличие от традиционных методов, которые сосредоточены в первую очередь на финансовых показателях, современные подходы приносят новые инструменты и методы, способствующие более полному пониманию ситуации внутри компании и на рынке в целом.

Одним из ключевых аспектов современных подходов к оценке рентабельности является активное использование бизнес-аналитики. Этот процесс включает в себя сбор, обработку и анализ данных в целях нахождения закономерностей и повышения эффективности бизнеса. Интеграция бизнес-аналитики позволяет компаниям работать с большими объемами данных, которые были недоступны или сложно анализируемы традиционными методами [5].

Технологии бизнес-аналитики предоставляют возможность анализировать не только финансовые, но и нефинансовые показатели, такие как объемы продаж, производительность работы сотрудников и предпочтения потребителей. Это позволяет глубже понять, какие факторы влияют на рентабельность. Например, анализируя данные о продажах, компания может своевременно реагировать на изменения в спросе, оптимизируя запасы и снижая потери.

Многие компании вводят методы предиктивной аналитики, которые позволяют не только видеть текущие тренды, но и прогнозировать будущие результаты. Используя исторические данные, алгоритмы машинного обучения могут выявить закономерности, на основе которых принимаются решения о ценовой политике, рекламных кампаниях и продуктовых новинках. Это фактически уменьшает неопределенность и способствует более точному планированию рентабельности.

Современный подход к оценке рентабельности также акцентирует внимание на важности нефинансовых показателей, отражающих не только финансовые результаты, но и воздействие компании на общество и окружающую среду. Это направление становится особенно актуальным в свете растущего интереса к устойчивому развитию и корпоративной социальной ответственности.

Современные компании все чаще интегрируют экологические аспекты в свою бизнес-модель. Например, использование технологий, снижающих негативное воздействие на окружающую среду, может улучшить репутацию компании и привлечь внимание потребителей, что, в свою очередь, может положительно сказаться на рентабельности. Снижение затрат на природные ресурсы и энергетику также играет важную роль в повышении прибыли.

Социальные факторы, такие как отношение к сотрудникам, работа с местными сообществами и поддержка социальных инициатив, не менее важны. Исследования показывают, что компании, демонстрирующие высокие стандарты социальной ответственности, обладают большими шансами удержать талантливых сотрудников, что снижает текучесть кадров и затраты на обучение новых работников. Кроме того, эффективное управление и прозрачность корпоративной структуры также способствуют минимизации репутационных рисков, увеличивая привлекательность компании для инвесторов.

Важным аспектом современных подходов является интеграция ESG- факторов (экологические, социальные и управленческие) в стратегию оценки рентабельности. Все больше инвесторов и заинтересованных сторон предпочитают работать с компаниями, которые демонстрируют ответственность перед обществом и окружающей средой.

Организации, активно придерживающиеся принципов устойчивой экономики, притягивают внимание инвесторов, которые все чаще оценивают не только финансовые результаты, но и социальное и экологическое воздействие. Это позволяет им не только улучшать свою репутацию, но и повышать стоимость акций, тем самым увеличивая рентабельность на длительный срок.

Интеграция ESG-факторов помогает компаниям более структурированно подойти к планированию устойчивого развития и создавать конкурентные преимущества. Следовательно, устойчивое развитие, основанное на комплексной оценке рентабельности, становится важным аспектом успешного ведения бизнеса в условиях быстро меняющегося рынка [6].

В заключении можно отметить, что традиционные методы оценки рентабельности, хотя и имеют свои преимущества, оказываются недостаточными для полной оценки эффективности бизнеса в современных условиях. Например, такие показатели, как рентабельность по чистой прибыли или возврат на капитал, часто упускают из виду важные аспекты, влияющие на долгосрочную устойчивость и конкурентоспособность компании. Эти методы не учитывают таких факторов, как изменения в рыночной среде, инновационные прорывы, социальные и экологические воздействия, что может приводить к искаженной картине реальной рентабельности бизнеса.

Адаптация современных подходов, таких как использование бизнес-аналитики и интеграция нефинансовых показателей, открывает новые перспективы для более точной оценки рентабельности. Бизнес-аналитика позволяет проанализировать огромные объемы данных для выявления скрытых закономерностей и трендов, что способствует более обоснованным управленческим решениям. Например, анализ данных о поведении клиентов, их лояльности и удовлетворенности помогает не только оценить текущее состояние компании, но и предсказать будущие изменения.

Внедрение нефинансовых показателей (таких как корпоративная социальная ответственность, устойчивое развитие, уровень инноваций) в процесс оценки рентабельности позволяет получить более комплексное представление о деятельности компании. Нефинансовые показатели могут сигнализировать о потенциальных рисках и возможностях, которые не всегда отражаются в финансовых отчетах, но существенно влияют на долгосрочную рентабельность.

Будущее оценивания рентабельности, скорее всего, будет связано с дальнейшим развитием интеллектуальных технологий и более глубоким пониманием взаимосвязи между финансовыми и нефинансовыми показателями. Искусственный интеллект и машинное обучение

способны автоматически обрабатывать огромные массивы данных и выявлять сложные взаимосвязи, которые невозможно обнаружить традиционными методами. Это позволит предсказывать изменения в рентабельности с большей точностью и принимать упреждающие меры для улучшения показателей.

Таким образом, чтобы оставаться успешными и конкурентоспособными в быстро меняющейся бизнес-среде, компаниям необходимо отходить от традиционных подходов к оценке рентабельности и активно использовать современные методы. Это включает в себя не только финансовую аналитику, но и учет нефинансовых показателей, использование передовых технологий и постоянное совершенствование процессов оценки. Только комбинирование этих элементов позволит получить целостное видение бизнеса и принимать эффективные управленческие решения.

Список использованных источников

1. *Чилик, Д. А.* Рентабельность: сущность, виды, показатели, и методика их расчета / Д. А. Чилик. – Гродно : Издательство ГрГУ, 2016. – 223 с.
2. *Клочкова, Е. Н.* Экономика предприятия / Е. Н. Клочкова, В. И. Кузнецов, Т. Е. Платонова. – М. : Юрайт, 2017. – 448 с.
3. *Блажевич, О. Г.* Рентабельность предприятия – важнейший показатель эффективности деятельности предприятия / О. Г. Блажевич, А. Л. Сулейманова // Научный вестник «Финансы, банки, инвестиции». – 2015. – № 4. – С. 67–75.
4. *Ефимова, О. В.* Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений: учебник / О. В. Ефимова. – М. : Омега-Л, 2018. – 349 с.
5. *Бариленко, В. И.* Основы бизнес-анализа : учеб. пособие / В. И. Бариленко, В. В. Бердников, Р. П. Булыга ; под ред. В.И. Бариленко. – М. : Кнорус. – 2014 – 272 с.
6. *Лазарян, С. С.* Эволюция, основные понятия и опыт регулирования ESG / С. С. Лазарян, И. В. Наконов, А. В. Хачатрян. – М. : НИФИ Минфин, 2021. – 12 с.