

**Смолина Дарья Олеговна**

Магистрант

**Направление:** Экономика

**Магистерская программа:** Экономика фирмы

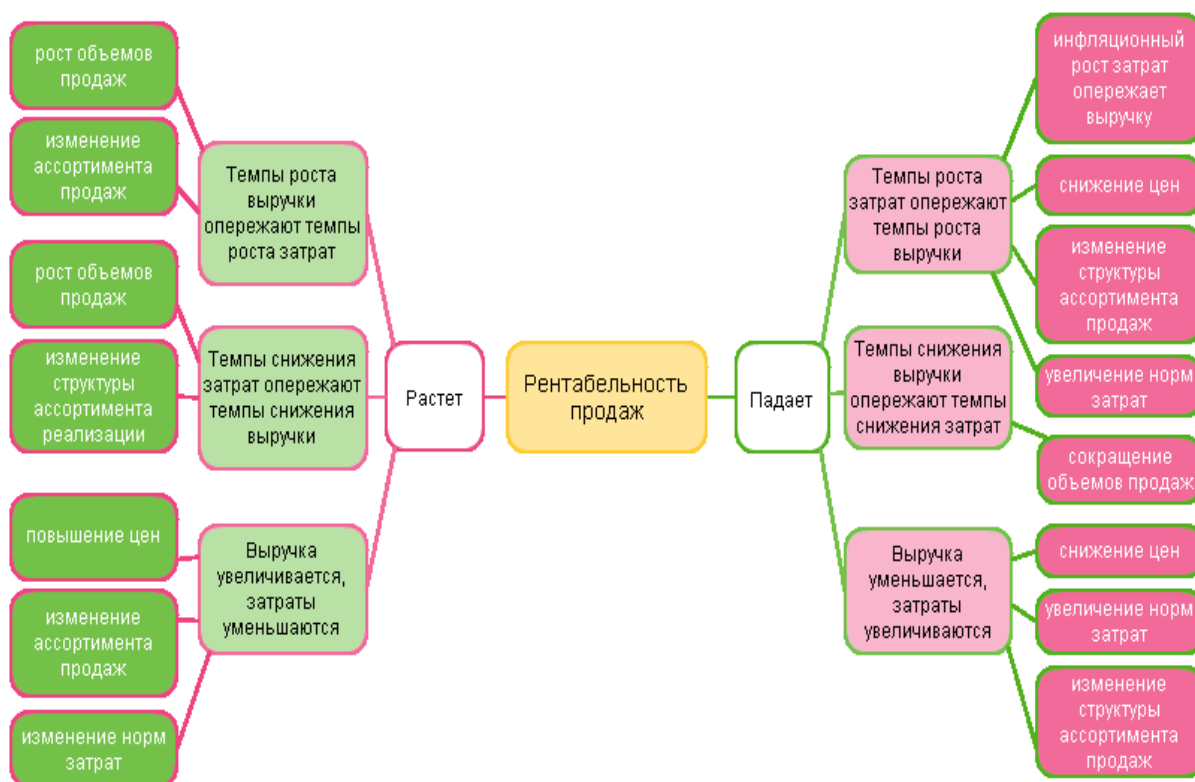
### **Факторный анализ рентабельности продаж предприятия**

**Аннотация.** В статье рассматривается эффективность финансово-хозяйственной деятельности предприятия любой формы собственности, она определяется его эффективностью. Конечным финансовым результатом любой организации, характеризующим эффективность ее работы, является прибыль, которая является важнейшим фактором стимулирования производственной деятельности предприятия, создания финансовой базы для развития производства, а также определения уровня финансовой устойчивости предприятия; она также является объектом интереса как со стороны самой организации, так и со стороны регулирующих органов. Делается вывод о том, что сумма прибыли, которую компания получает от продажи продукции, ее качество, ассортимент, также зависят от уровня затрат и инфляционного давления, в той или иной степени присущего любой экономике. Целью является анализ показателей рентабельности.

**Ключевые слова:** рентабельность, прибыль, факторный анализ, экономический анализ.

Экономический анализ, который изучает влияние отдельных факторов на экономические показатели, называется факторным анализом [1].

На рис. 1 перечислены варианты изменения рентабельности продаж под влиянием различных факторов.



**Рис. 1.** Варианты изменения рентабельности продаж под влиянием различных факторов

Цели факторного анализа:

- определение взаимосвязей между переменными, их классификация, т. е. «объективная R-классификация»;
- сокращение числа переменных [2].

Существуют следующие типы факторного анализа:

- 1) детерминированный (функциональный) – эффективный показатель представлен в виде произведения, частного или алгебраической суммы факторов;
- 2) стохастический (корреляционный) – связь между результативным и факторными показателями является неполной или вероятностной;
- 3) прямой (дедуктивный) – от общего к частному;
- 4) обратный (индуктивный) – от частного к общему;
- 5) одноступенчатый и многоступенчатый;
- 6) статический и динамический;
- 7) ретроспективный и перспективный.

Как правило, факторный анализ проводится в несколько этапов.

Этапы факторного анализа [3]:

1 этап. Отбор факторов;

2 этап. Классификация и систематизация факторов;

3 этап. Моделирование взаимосвязей между результативным и факторными показателями;

4 этап. Расчет влияния факторов и оценка роли каждого из них в изменении значения эффективного показателя.

По характеру взаимосвязи между показателями различают:

- методы детерминированного;
- стохастического факторного анализа.

Детерминированный факторный анализ – это метод исследования влияния факторов, связь которых с эффективным показателем носит функциональный характер [4].

Методы детерминированного факторного анализа:

- 1) метод цепных подстановок;
- 2) метод абсолютных разниц;
- 3) метод относительных разниц;
- 4) интегральный метод;

Этот тип факторного анализа является наиболее распространенным, поскольку он довольно прост в использовании (по сравнению со стохастическим анализом) [5].

Стохастический анализ – это метод исследования факторов, связь которых с эффективным показателем, в отличие от функционального, является неполной, вероятностной (корреляционной) [6].

Методы стохастического факторного анализа:

- 1) способ парной корреляции;
- 2) множественный корреляционный анализ;
- 3) матричные модели;
- 4) математическое программирование;

5) метод исследования операций;

б) теория игр.

На уровень (процент) рентабельности продаж влияют четыре основных фактора:

1) изменение объема продаж;

2) изменение структуры продаж (удельного веса стоимости реализуемых изделий в общей сумме выручки от продаж);

3) изменение полной себестоимости продаж;

4) изменение цен реализации.

Наиболее универсальным и распространенным методом является метод цепных подстановок, который используется для расчета влияния факторов во всех типах детерминированных факторных моделей-аддитивных, мультипликативных, множественных, смешанных [4].

Суть метода заключается в том, что, определяя действие одного фактора, остальные факторы считаются неизменными. Полученные результаты сравниваются с имеющимися ранее данными [5].

В общем случае применение метода регулировки цепи можно описать следующим образом (формулы 1-4):

$$y_0 = a_0 * b_0 * c_0, \quad (1)$$

$$y_a = a_1 * b_0 * c_0, \quad (2)$$

$$y_b = a_1 * b_1 * c_0, \quad (3)$$

$$y_1 = a_1 * b_1 * c_1. \quad (4)$$

где  $a_0, b_0, c_0$  – базисные значения факторов, оказывающих влияние на обобщающий показатель;

$y, a_1, b_1, c_1$  – фактические значения факторов;

$y_a, y_b$  – промежуточные (условные) изменения результирующего показателя, связанного с изменением факторов а, b, соответственно.

Общее изменение  $\Delta y = y_1 - y_0$  состоит из суммы изменений показателя, возникающих в результате изменений каждого фактора с фиксированными значениями остальных факторов [3]:

$$\Delta y = \Delta ya + \Delta yb + \Delta yc, \quad (5)$$

$$\Delta ya = ya - y_0, \quad (6)$$

$$\Delta yb = yb - ya, \quad (7)$$

$$\Delta yc = y_1 - yb. \quad (8)$$

В факторном анализе рентабельности продаж используется формула:

$$РП = \frac{B-C-KP-YP}{B} * 100\%, \quad (9)$$

$$РП_B = \left( \frac{B_1 - C_0 - KP_0 - YP_0}{B_1} - \frac{B_0 - C_0 - KP_0 - YP_0}{B_0} \right) * 100\%, \quad (10)$$

$$РП_C = \left( \frac{B_1 - C_1 - KP_0 - YP_0}{B_1} - \frac{B_1 - C_0 - KP_0 - YP_0}{B_1} \right) * 100\%, \quad (11)$$

$$РП_{KP} = \left( \frac{B_1 - C_1 - KP_1 - YP_0}{B_1} - \frac{B_1 - C_1 - KP_0 - YP_0}{B_1} \right) * 100\%, \quad (12)$$

$$РП_{YP} = \left( \frac{B_1 - C_1 - KP_1 - YP_1}{B_1} - \frac{B_1 - C_1 - KP_1 - YP_0}{B_1} \right) * 100\%. \quad (13)$$

А также после проведенного факторного анализа рассчитывается балансовая увязка рис. 2.

<b><math>\Delta РП</math></b>
$\Delta РП_C = РП_C - РП_B$
$\Delta РП_{KP} = РП_{KP} - РП_C$
$\Delta РП_{YP} = РП_{YP} - РП_{KP}$
<b>Балансовая увязка:</b>

**Рис. 2.** Факторный анализ способом цепных подстановок

Расчет изменения рентабельности продаж под совокупным воздействием факторов:

$$\Delta РП = \Delta РП_{В} + \Delta РП_{С} + \Delta РП_{КР} + \Delta РП_{УР}, \quad (14)$$

где РП – коэффициент рентабельности продаж;

В – выручка;

С – себестоимость;

КР – коммерческие расходы;

УР – управленческие расходы;

$V_1$  – выручка в анализируемом периоде;

$V_0$  – выручка в базовом периоде;

$C_1$  – себестоимость в анализируемом периоде;

$C_0$  – себестоимость в базовом периоде;

$КР_1$  – коммерческие расходы в анализируемом периоде;

$КР_0$  – коммерческие расходы в базовом периоде;

$УР_1$  – управленческие расходы в анализируемом периоде;

$УР_0$  – управленческие расходы в базовом периоде;

$\Delta РП_{В}$  – изменение рентабельности продаж из-за выручки;

$\Delta РП_{С}$  – изменение рентабельности продаж из-за себестоимости;

$\Delta РП_{КР}$  – изменение рентабельности продаж из-за коммерческих расходов;

$\Delta РП_{УР}$  – изменение рентабельности продаж из-за управленческих расходов.

Вывод: прибыль компании является основной целью результата хозяйственной деятельности любого предприятия, а это значит, что от этого зависит финансовая стабильность компании.

### Литература

1. Абдукаримов И.Т., Беспалов М.В. Анализ финансового состояния и финансовых результатов предпринимательских структур: Учебное пособие. М.: Инфра-М, 2019.

2. Бороненкова С.А., Мельник М.В. Комплексный финансовый анализ в управлении предприятием: Учебное пособие. М.: Форум, Инфра-М, 2019.

3. Жилкина А.Н. Финансовый анализ: Учебное пособие и практикум. М.: Юрайт, 2019.

4. Коршунов В.В. Экономика организации (предприятия): Учебное пособие и практикум. 3-е изд. перераб. и доп. М.: Юрайт, 2019.

5. Куприянова Л.М. Финансовый анализ: Учебное пособие. М.: Инфра-М, 2020.

6. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. М.: Инфра-М, 2016.

© Бюллетень магистранта 2021 ГОД №6