

ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ:  
ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

С.А. ПИСКУНОВА

Научный руководитель Н. С. НЕДАШКОВСКАЯ

Бобруйский филиал

УО «БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»

г. Бобруйск

Прибыль и рентабельность являются основными показателями успешной деятельности организации. При этом рентабельность более полно, чем прибыль, отражает окончательные результаты хозяйствования, так как ее величина показывает соотношение эффекта с наличными или использованными ресурсами.

На основании данных ОАО «Белшина» проведен факторный анализ рентабельности отдельных групп продукции, что позволило определить, какие группы продукции на предприятии более доходные и какие факторы на это повлияли.

Табл. 1. Факторный анализ рентабельности отдельных групп продукции ОАО «Белшина» в 2007 г.

Группы шин	Средняя цена реализации 1 тыс. штук, млн. руб.		Себестоимость 1 тыс. штук, млн. руб.		Рентабельность, %			Отклонение, %		
	план	факт	план	факт	плановая	условная	фактическая	общее	за счет	
									цены	себестоимости
Грузовые	1164	1110,0	948,2	865,2	22,79	17,07	28,30	5,51	-5,72	11,23
Сельскохоз.	515,2	551,24	493,9	526,1	4,31	11,61	4,77	0,46	7,3	-6,84
Легковые	50,21	44,49	48,49	42,27	3,55	-8,25	5,25	1,7	-11,8	13,5

По результатам анализа видно, что план по уровню рентабельности по сем шинам выполнен. Например, по грузовым шинам план по уровню рентабельности выполнен на 5,51 %. За счет снижения цены он снизился на 5,72 %, а за счет снижения себестоимости продукции возрос на 11,23 %.

Однако данная методика анализа не учитывает взаимосвязь затраты - объем – прибыль. Поэтому целесообразно применить методику анализа

рентабельности в системе директ-костинг. Это позволит провести гораздо более глубокий и результативный факторный анализ по сравнению с традиционным анализом, применяемым на отечественных предприятиях. Данная методика позволяет установить какое влияние оказывают на рентабельность следующие факторы:

- объем реализованной продукции (VPP);
- цена (p);
- удельные переменные затраты (b);
- уровень постоянных затрат (A).

Факторный анализ рентабельности в системе директ-костинг приведен в табл. 2.

Табл. 2. Факторный анализ рентабельности отдельных групп продукции в системе директ-костинг ОАО «Белшина» в 2007 г.

Группы шин	Удельные переменные затраты на 1 тыс. штук, млн. руб.		Сумма постоянных затрат, млн. руб.		Изменении рентабельности, %				
	план	факт	план	факт	общее	за счет			
						VPP	p	b	A
Грузовые	834,95	763,68	116866,4	93407,9	5,72	-1,54	-5,64	9,22	3,68
Сельскохозяйств.	357,67	386,55	68480,6	65073,2	-0,35	-3,01	7,14	-5,71	1,23
Легковые	35,36	32,21	40852,3	34260,3	1,7	1,04	-10,64	6,47	4,83

Сравнив результаты, полученные двумя разными методами видно, что они значительно отличаются. По данным табл. 1 объем реализованной продукции не влияет на рентабельность, а из табл. 2 видно, что за счет снижения объема реализованной продукции рентабельность снизилась на 1,54 %, то есть расчеты в системе директ-костинг учитывают взаимосвязь объема продаж, себестоимости и прибыли. Кроме того, анализ в системе директ-костинг позволяет также разграничить влияние на рентабельность таких факторов как переменные и постоянные расходы.

Таким образом, рассмотренная методика факторного анализа рентабельности в системе директ-костинг позволяет более правильно определить влияние факторов на рентабельность, так как она учитывает взаимосвязь объема продаж, себестоимости и прибыли.