

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Институт финансов, экономики и управления
Кафедра «Финансы и кредит»

38.03.01. «Экономика»
(код и наименование направления подготовки, специальности)

«Финансы и кредит»
(наименование профиля, специализации)

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: «Анализ рентабельности предприятия

(на примере ООО «АВТОКАР»)»

Студент(ка)

Александр Сергеевич Пятунин

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

Оксана Петровна Денисова

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Допустить к защите

Заведующий кафедрой д.э.н., доцент А.А. Курилова

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

(личная подпись)

« _____ » _____ 2016 г.

Тольятти 2016

АННОТАЦИЯ К БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЕ

на тему: «Анализ рентабельности предприятия (на примере ООО «АВТОКАР»»).

Ключевые слова: рентабельность; финансовая устойчивость; финансовое состояние; анализ; оценка.

Объект бакалаврской работы – ООО «АВТОКАР».

Предмет исследования – рентабельность предприятия.

Цель исследования – провести анализ показателей рентабельности предприятия.

Бакалаврская работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений.

Во введении изложена актуальность выбранной темы, объект, предмет исследования, обзор использованной литературы.

В первой главе бакалаврской работы освещены теоретические основы рентабельности организации. Рассмотрена методика анализа показателей рентабельности предприятия.

Во второй главе бакалаврской работы проведен анализ показателей рентабельности предприятия.

В третьей главе, на основе результатов анализа показателей рентабельности предприятия предложены рекомендации по их улучшению.

В заключении бакалаврской работы подведены итоги проведенного анализа показателей рентабельности предприятия, в обобщенном виде изложены выводы рассмотренных вопросов.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
1 Теоретические основы анализа рентабельности предприятия.....	7
1.1 Экономическая сущность и показатели рентабельности предприятия.....	7
1.2 Методика факторного анализа рентабельности предприятия.....	18
1.3 Информационная база анализа рентабельности предприятия	31
2 Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «АВТОКАР».....	34
2.1 Краткая характеристика и анализ основных экономических показателей деятельности ООО «АВТОКАР».....	34
2.2. Анализ показателей рентабельности ООО «АВТОКАР»	41
2.3 Факторный анализ рентабельности ООО «АВТОКАР»	45
3 Разработка мероприятий по увеличению рентабельности ООО «АВТОКАР».....	63
3.1 Внедрение системы «трейд-ин» (обмен старого автомобиля на новый)	63
3.2 Внедрение программы повышения лояльности покупателей	68
3.3 Расчет экономической эффективности мероприятий	71
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	Ошибка! Залкадка не определена.
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	78
Приложения	Ошибка! Залкадка не определена.

Введение

В рыночных условиях существенно возрастает роль финансового анализа. Это связано с тем, что предприятия приобретают самостоятельность, несут полную ответственность за результаты своей производственно-хозяйственной и финансовой деятельности.

Особое место в системе финансового анализа принадлежит анализу рентабельности, поскольку он позволяет оценить эффективность работы предприятия.

Смысл любой предпринимательской деятельности состоит в достижении положительного экономического эффекта в виде абсолютного показателя - прибыли или относительного – рентабельности.

Основной целью деятельности любого предприятия, занимающегося коммерческой деятельностью, является удовлетворение общественных потребностей и получение прибыли. Сумма полученной прибыли характеризует финансовый результат деятельности предприятия - чем больше величина прибыли, тем эффективнее функционирует предприятие, тем устойчивее его финансовое состояние, так как только прибыльные предприятия могут быть финансово устойчивыми.

«Несмотря на то, что прибыль является показателем мощности предприятия, она не является определяющим критерием, представляющим интерес для владельцев предприятия. По данному показателю, взятому изолированно, нельзя сделать обоснованные выводы о деятельности предприятия, так как одна и та же величина прибыли может быть результатом разных по величине объемов вложенного капитала, масштабов хозяйственной деятельности. Соответственно и степень весомости суммы прибыли будет неодинаковой. Кроме того, на стоимостную оценку, особенно при анализе динамики, большое влияние оказывает инфляция, воздействие которой на относительные показатели нивелируется, так как ее влияние примерно одинаково как на числитель, так и на знаменатель коэффициентов» [15]. Поэтому в анализе часто используют показатели рентабельности, рассчитанные

как отношение полученной прибыли к величине использованных ресурсов или каких-либо других показателей. Показатели рентабельности более полно, чем прибыль, отражают окончательные результаты хозяйствования, при их помощи можно проводить пространственно-временные сопоставления. Тем самым рентабельность выступает важным объектом и целью финансового менеджмента предприятий.

«Рентабельность - относительный показатель уровня доходности, его величина показывает соотношение эффекта с наличными или потребленными ресурсами. Показатель рентабельности взаимосвязан со всеми показателями эффективности производства, в частности, с себестоимостью продукции, фондоемкостью продукции и скоростью оборачиваемости оборотных средств. Поиск резервов увеличения рентабельности является одной из основных задач в любой сфере бизнеса» [23].

Основными факторами повышения уровня рентабельности предприятия являются увеличение суммы прибыли от реализации продукции и снижение затрат на ее производство и реализацию. В свою очередь, прибыль может возрасти в результате увеличения количества реализованной продукции, повышения удельного веса продукции с более высокой рентабельностью, снижения себестоимости, сокращения управленческих расходов, уменьшения коммерческих расходов, допустимого (некритического) повышения цен на реализуемую продукцию и т.д. Важным фактором повышения рентабельности является рост производительности труда работников. Существенным резервом роста прибыли является улучшение качества продукции и качество обслуживания. При снижении затрат основываются на анализе структуры себестоимости. Особое внимание обращают на такие расходы как штрафы, пени, неустойки, уплаченные предприятием за нарушение хозяйственных договоров, убытки, причиненные ненадлежащим исполнением обязательств, которые возмещает предприятие и т.п. расходы. Экономическая связь между рентабельностью капитала, его оборачиваемостью и рентабельностью реализации продукции показывает, что основными путями повышения

рентабельности капитала являются увеличение рентабельности продаж и ускорение оборачиваемости капитала.

Актуальность темы бакалаврской работы обусловлена тем, что рентабельность - это важный показатель экономической эффективности предприятия, который отражает конечные результаты его хозяйственной деятельности. Анализ рентабельности важен, так как позволяет выявить резервы повышения эффективности деятельности предприятия.

Объект исследования бакалаврской работы - ООО «АВТОКАР», осуществляющее торговлю автомобилями и оказывающее услуги населению и корпоративным клиентам по послепродажному обслуживанию автомобилей.

Предмет исследования - финансово-хозяйственная деятельность ООО «АВТОКАР».

Цель бакалаврской работы - повышение эффективности деятельности ООО «АВТОКАР» на основе разработки мероприятий по увеличению рентабельности.

Для достижения поставленной цели в работе необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть теоретические основы анализа рентабельности предприятия;
- провести анализ финансово-хозяйственной деятельности и рентабельности предприятия;
- разработать мероприятия по увеличению рентабельности предприятия.

1 Теоретические основы анализа рентабельности предприятия

1.1 Экономическая сущность и показатели рентабельности предприятия

Рентабельность – относительный показатель, характеризующий эффективность, доходность, прибыльность бизнеса предприятия.

Рентабельность - это характеристика успешности коммерческой деятельности, формируемая путем соотношения величины полученной в результате этой деятельности прибыли с денежной оценкой факторов, обеспечивших получение прибыли [61].

Рентабельность предприятий в современном анализе учетной информации определяется путем расчета определенного набора аналитических показателей (коэффициентов) и интерпретации их значений. Общая формула для расчета рентабельности следующая [27, с.192]:

$$R = \frac{\Pi}{V} \quad (1.1)$$

где Π - прибыль предприятия;

V - показатель, по отношению к которому рассчитывается рентабельность.

«Алгоритм расчета любого показателя рентабельности представляет собой отношение того или иного финансового результата к ресурсам, которые использовались в процессе генерирования прибыли» [12].

От того, насколько эффективно предприятие использует весь комплекс трудовых, материально-производственных, финансовых, информационных, интеллектуальных ресурсов, зависит результативность бизнеса.

Логика расчета показателей рентабельности заключается в том, что рентабельность следует рассчитывать как отношение прибыли к тому показателю, от которого зависит сама сумма прибыли.

Показатели, которые могут выступать в качестве числителя и знаменателя в формуле (1.1) представлены в таблице 1.1.

Таблица 1.1 - Показатели, используемые для расчета рентабельности

Прибыль предприятия	Показатель, по отношению к которому рассчитывается рентабельность
Прибыль от продажи продукции	Активы (капитал) предприятия
Прибыль до налогообложения	Собственный капитал
Чистая прибыль	Текущие активы
Валовая прибыль	Основные производственные средства
Операционная прибыль	Выручка от реализации продукции
Прибыль от прочей деятельности и др.	Затраты на производство и реализацию продукции (издержки обращения) и др.

По структуре построения показатели рентабельности относятся к качественным, то есть в условиях интенсификации процесса производства они должны расти.

Рентабельность классифицируется по множеству признаков: субъект деятельности, вид ресурсов, вид затрат, вид эффекта, фазы деятельности предприятия, сроки (рисунок 1.1).

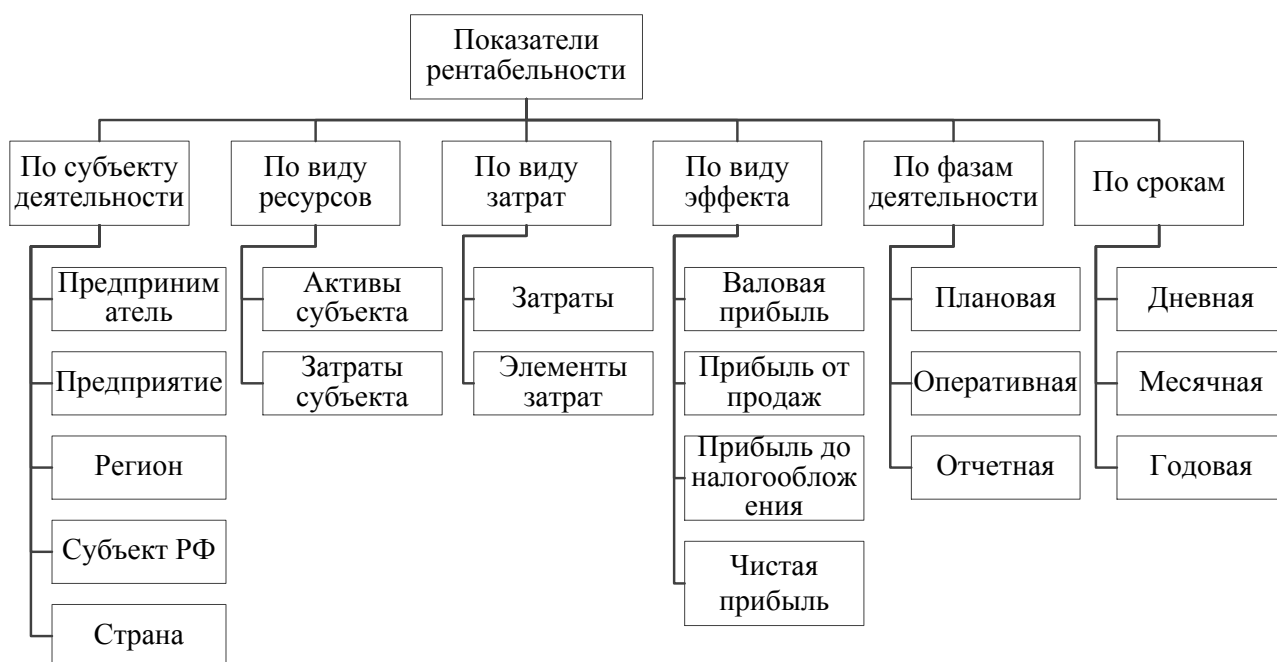


Рисунок 1.1 - Система показателей рентабельности

Первая группа показателей, отражая уровень рентабельности различных экономических субъектов общества от отдельного предприятия до страны,

межгосударственной организации, международного региона и мира в целом, показывает соотношение и формирование эффективности функционирования различных сфер экономики. Роль данной группы показателей для анализа рентабельности предприятия заключается в обеспечении социально-экономической ориентации, выбора направлений движения и перелива капитала из малоприбыльных и убыточных сфер (регионов, стран) в более доходные. Реальный процесс инвестиций строится на механизме расчета средних норм рентабельности предпринимательской деятельности с учетом конкретных специфических особенностей социально-экономического развития того или иного субъекта.

Вторая группа представлена множеством параметров в зависимости от разнообразия используемых ресурсов экономического субъекта (рисунок 1.2).

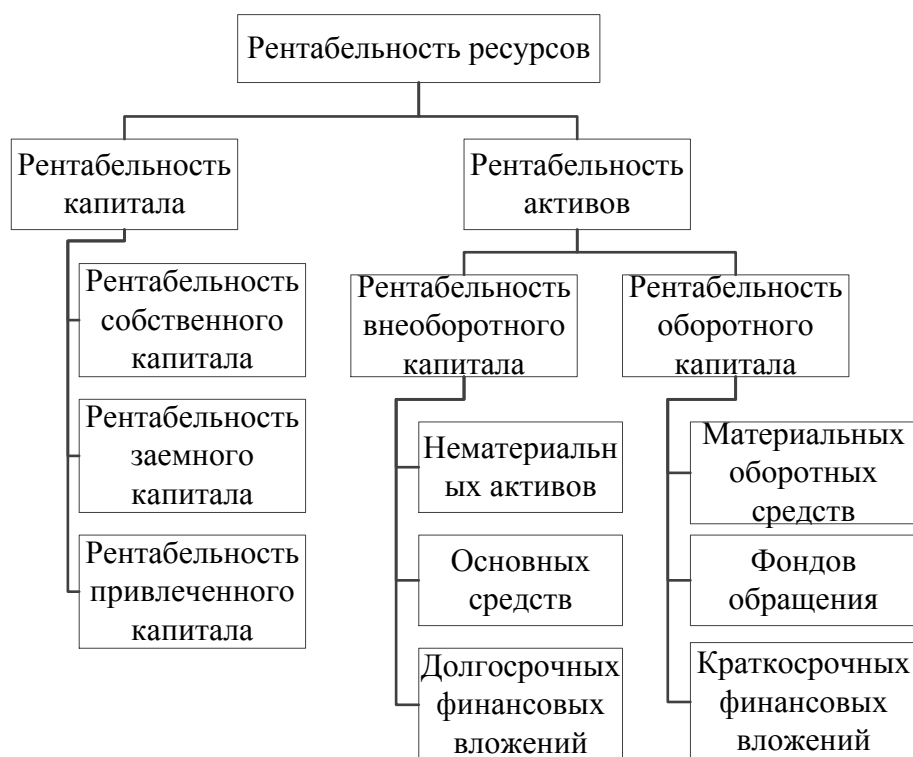


Рисунок 1.2 - Показатели рентабельности ресурсов

Данная группа характеризует уровень результативности использования ресурсов экономического субъекта, складывающихся из двух форм движения

стоимости: совокупного капитала и активов. Первая форма отражает эффективность собственного капитала, а также заемного и привлеченного капитала. Эти показатели выражают интересы собственников капитала и, прежде всего учредителей, владельцев предприятия. Вторая форма показывает эффективность функциональной сферы бизнеса - многочисленных разновидностей активов. В ней заинтересованы не только владельцы, но и менеджеры предприятия.

Третья группа охватывает параметры рентабельности затрат или издержек производства и реализации. Показатели могут быть исчислены применительно к отдельным элементам затрат (потребленные основные средства, материалы, сырье и т.д.) и себестоимости в целом. Наибольшее применение получили рентабельность изделия и продукции.

Четвертая группа показателей формируется в зависимости от разновидностей получаемого эффекта - прибыли (убытка). Последняя имеет несколько видов, в том числе: прибыль единицы изделия, валовая прибыль, прибыль от продаж, прочая прибыль, прибыль до налогообложения, чистая прибыль. Все показатели прибыли находятся в тесной взаимосвязи и зависимости (рисунок 1.3).

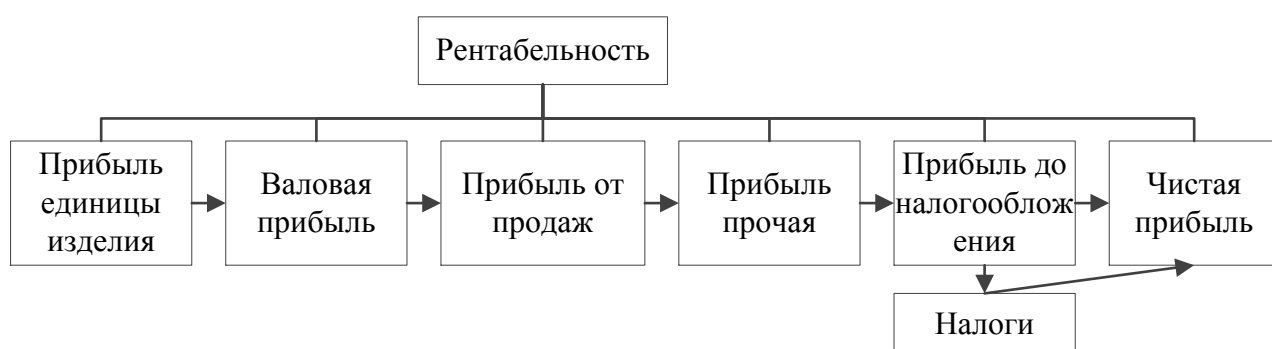


Рисунок 1.3 - Показатели рентабельности по видам эффекта предпринимательской деятельности

«Исходным базовым показателем эффективности предпринимательской деятельности служит рентабельность единицы производимого изделия (услуги),

определяемая отношением прибыли к себестоимости. Из рентабельности индивидуальных изделий складывается рентабельность выпуска и реализации отдельных видов товаров и продукции в целом. Она показывает общую прибыльность продукции или уровень дохода с рубля затрат на производство и реализацию продукции, тем самым характеризуя эффективность основы предпринимательства» [13]. Исходя из прибыли до налогообложения, рассчитывается итоговый показатель производственно-финансовой деятельности экономического субъекта, охватывающий все сферы предпринимательства, включая результаты внереализационных операций. «Последний вид рентабельности, определяемый по чистой прибыли (прибыль до налогообложения за минусом налоговых платежей), отражает как деятельность предприятия, так и состояние его финансовых взаимоотношений с государством» [9].

Пятая группа рентабельности, отражает различные управленческие фазы предпринимательской деятельности: плановую, текущую и заключительную. «Наибольшее значение и сложность представляют расчеты плановых показателей. От степени их обоснованности и достоверности зависят как принятие решения о реализации инвестиционных проектов, так и конечные результаты предпринимательской деятельности» [11].

Шестая группа показателей рассчитывается в зависимости от сроков функционирования экономических субъектов: день, неделя, декада, месяц, квартал, полугодие, год.

Показатели рентабельности - это аналитический инструментальный, позволяющий раскрыть содержание бухгалтерских оценок прибыли предприятия для всех лиц, заинтересованных в результатах ее деятельности – собственников, акционеров, государства в лице налоговых органов и т.д.

Поскольку и в числителе и в знаменателе формулы (1.1) могут стоять различные показатели, то существует соответственно множество показателей рентабельности.

Основные показатели рентабельности предприятия и формулы их расчета представлены в таблице 1.2.

Таблица 1.2 - Основные показатели рентабельности предприятия

Показатель	Формула расчета
Рентабельность продаж (коммерческая рентабельность), ROS	$ROS = \frac{Пп}{В} \cdot 100$ <p>где Пп - прибыль от продаж; В - выручка от продаж</p>
Рентабельность активов (капитала) (экономическая рентабельность), ROA	$ROA = \frac{Пдн}{\bar{A}} \cdot 100$ <p>где Пдн - прибыль до налогообложения; \bar{A} - средняя за период стоимость активов</p>
Рентабельность собственного капитала (финансовая рентабельность), ROE	$ROE = \frac{ЧП}{\overline{СК}} \cdot 100$ <p>где ЧП – чистая прибыль; $\overline{СК}$ - средняя за период величина источников собственных средств</p>
Рентабельность операционных инвестиций (производственных фондов), ROI	$ROI = \frac{Под}{\overline{ОИ}} \cdot 100$ <p>где Под – прибыль от основной деятельности; $\overline{ОИ}$ - средняя за период величина операционных инвестиций</p>
Рентабельность затрат (хозяйственная рентабельность, окупаемость издержек), Rcc	$Rcc = \frac{Пп}{З} \cdot 100$ <p>где Пп – прибыль от продаж З – затраты на производство и реализацию продукции</p>

Рентабельность продаж (коммерческая рентабельность) характеризует важнейший аспект деятельности предприятия - эффективность продаж, то есть эффективность основной, профильной деятельности предприятия, показывает долю прибыли, приходящейся на 1 рубль объема продаж. Показатель определяется как в целом по предприятию, так и по отдельным видам продукции. Показатель рентабельности продаж является основным индикатором для оценки эффективности тех предприятий, у которых относительно небольшая стоимость основных средств и собственного капитала. Кроме того, показатель рентабельности продаж используют для определения стадии жизненного цикла бизнеса - снижение темпов роста рентабельности

сигнализирует о том, что руководству предприятия следует быть готовым к пересмотру схемы бизнеса, например к репрофилированию деятельности, к замене старой модели изделия на новую и т.д. В нормальных (стабильных) условиях рынка динамика изменения выручки и затрат соответствует ситуациям, когда выручка изменяется быстрее затрат только под действием производственного левериджа.

В свою очередь, различают валовую, операционную и чистую рентабельность продаж, которые рассчитываются как отношение к выручке от продаж соответственно валовой, операционной (прибыль до вычета процентов и налогов) и чистой прибыли. М.Л. Пятов указывает, что расчет показателя рентабельности продаж выглядит более логичным при использовании прибыли до налогообложения, так как в противном случае на величину рентабельности продаж влияет ставка налога на прибыль – чем выше ставка налога, тем меньше рентабельность продаж [62].

Рентабельность совокупных активов (капитала) (экономическая рентабельность) показывает эффективность использования всего имущества предприятия, характеризует опыт и умение менеджеров по управлению хозяйственно-финансовой деятельностью предприятия, то есть отражает соответствие выбранной тактики стратегическим целям бизнеса, показывает отдачу на вложенный капитал. При расчете рентабельности активов величина прибыли сопоставляется с масштабом вовлеченных в деятельность предприятия средств, то есть рентабельность активов показывает, сколько процентов от среднего за период значения оцененных в деньгах активов, вовлеченных в деятельность предприятия, составляет полученная им за данный период прибыль. Рентабельность активов является основным производственным показателем, отражает эффективность использования инвестированного капитала. В относительно стабильных условиях деятельности предприятия уровень экономической рентабельности не должен быть ниже уровня безрискового вложения капитала. В нашей стране

безрисковым инвестированием капитала считается его депозитарное не превышающее двух лет размещение в Сбербанке РФ [53].

М.Л. Пятов указывает на проблемы анализа рентабельности активов, связанные с методологией отражения активов в бухгалтерском балансе и методологией их оценки [61]. В России действует общее правило, по которому в составе активов отражается только имущество, принадлежащее предприятию на праве собственности. Однако то, что является собственностью предприятия, может и не приносить ему прибыли, и, напротив, имущество, не являющееся собственностью предприятия, такое как, например, арендованные основные средства, может приносить предприятию прибыль и обеспечивать значимую долю финансового результата. Оценка активов здесь также представляет не меньшую проблему. В соответствии с российскими учетными стандартами отчетности превалирует оценка активов по себестоимости (остаточной стоимости), тогда как для определения рентабельности активов наиболее приемлемым вариантом их оценки является справедливая стоимость.

Рентабельность собственного капитала (финансовая рентабельность) характеризует эффективность использования собственного капитала и долю прибыли в собственном капитале, позволяет инвесторам и акционерам определить потенциальный доход от вложения средств в ценные бумаги предприятия. Таким образом, если показатель «рентабельность активов» характеризует прибыльность деятельности предприятия, то показатель «рентабельность собственного капитала» свидетельствует о прибыльности деятельности собственников предприятия по инвестированию средств в бизнес предприятия и управлению этими инвестициями. При этом важно отметить, что прибыль собственников - это как раз чистая прибыль предприятия. Именно чистую прибыль предприятия собственники могут получить в виде дивидендов.

Рентабельность операционных активов характеризует отдачу на капитал, вложенный в производственные фонды. Величина показателя зависит от конкурентной позиции предприятия, общей ситуации на рынке и инвестиционной активности.

Рентабельность затрат отражает соотношение накоплений и расходов, показывает, сколько предприятие имеет прибыли с каждого рубля, затраченного на производство и реализацию услуг.

Показатели рентабельности оцениваются следующим образом [67]:

- $ROI > ROA$ - прочая деятельность нецелесообразна;
- $ROI < ROA$ - прочая деятельность способствует повышению отдачи на капитал;
- $ROE > ROA$ - финансовая политика рациональна, финансовая деятельность эффективна;
- $ROA > WACC$ (средневзвешенная стоимость капитала) – предприятие сможет выплатить проценты по кредитам, дивиденды, реинвестировать часть прибыли в развитие.

Нужно отметить, что в научных трудах, посвященных анализу рентабельности, одним из наиболее дискуссионных является вопрос определения перечня показателей, достаточных для получения объективной оценки деятельности предприятия.

Так, А.М. Магомедов считает, что при определении рентабельности следует придерживаться положения четырех «Р»: ресурсы - расходы - работа – результаты [28]. Результатом деятельности предприятия является прибыль, работой - выручка от реализации продукции, работ и услуг, расходами - затраты средств на выполнение работы (на производство и реализацию продукции) и ресурсами - вложенные активы, то есть задействованное в работе имущество. «Поскольку прибыль зависит от работы предприятия, работа от потраченных расходов, а расходы от задействованных ресурсов, то рентабельность можно рассчитать в виде трех групп показателей:

- рентабельность выручки (работы);
- рентабельность расходов;
- рентабельность ресурсов (активов)» [14].

М.Л. Пятов указывает, что следует проводить сравнение изменения показателей рентабельности активов, затрат и собственного капитала [59].

Исходя из того, что значения показателей могут либо расти, либо уменьшаться, либо оставаться неизменными, М.Л. Пятов рассматривает возможные варианты их изменения (таблица 1.3).

Таблица 1.3 - Варианты изменения рентабельности активов, затрат и собственного капитала

Ситуация	Рентабельность		
	Активов	Затрат	Собственного капитала
1.1	Растет	Растет	Растет
1.2	Растет	Растет	Неизменна
1.3	Растет	Растет	Снижается
2.1	Снижается	Снижается	Снижается
2.2	Снижается	Снижается	Неизменна
2.3	Снижается	Снижается	Растет
3.1	Растет	Снижается	Растет
3.2	Растет	Снижается	Неизменна
3.3	Растет	Снижается	Снижается
4.1	Снижается	Растет	Растет
4.2	Снижается	Растет	Неизменна
4.3	Снижается	Растет	Снижается
5.1	Неизменна	Растет	Растет
5.2	Неизменна	Растет	Неизменна
5.3	Неизменна	Растет	Снижается
6.1	Неизменна	Снижается	Неизменна
6.2	Неизменна	Снижается	Снижается
6.3	Неизменна	Снижается	Растет
7.1	Растет	Неизменна	Неизменна
7.2	Растет	Неизменна	Растет
7.3	Растет	Неизменна	Снижается
8.1	Снижается	Неизменна	Снижается
8.2	Снижается	Неизменна	Неизменна
8.3	Снижается	Неизменна	Растет
9.1	Неизменна	Неизменна	Снижается
9.2	Неизменна	Неизменна	Растет
9.3	Неизменна	Неизменна	Неизменна

Оценка перечисленных в таблице 1.3 вариантов изменения показателей рентабельности приведена в приложении А. При этом анализ относительных показателей рентабельности должен быть комплексным, то есть дополняться оценкой абсолютных величин активов, затрат, собственного капитала, прибыли и анализом темпов их роста.

Наряду с основными показателями рентабельности используется большое количество частных показателей, таких как:

- рентабельность оборотных средств;
- рентабельность эффективности использования рабочей силы;
- рентабельность эффективности использования основного капитала;
- рентабельность положительного денежного потока и т.д.

Частные показатели рентабельности характеризуют эффективность использования предприятием отдельных видов ресурсов.

Расчет и анализ различных коэффициентов рентабельности зависит от поставленной цели: сравнение их с аналогичными показателями других предприятий, изучение динамики, определение факторов, влияющих на них и т.п. Показатели рентабельности анализируются в динамике, в сравнении со среднеотраслевыми значениями и показателями конкурентов.

«Для обоснованных выводов по результатам расчета показателей рентабельности необходимо принимать во внимание следующее:

- временной аспект - коэффициенты рентабельности статичны, отражают результативность работы отдельного отчетного периода и не учитывают перспективную отдачу от долгосрочных инвестиций, поэтому при переходе на новые технологии их значения могут ухудшаться и в таких случаях необходимо оценивать развитие предприятия в динамике, на основе прогнозирования денежных потоков;
- несопоставимость расчетов - числитель и знаменатель рентабельности выражены в «неравноценных» денежных единицах: прибыль отражает текущие результаты, а сумма капитала (активов) складывалась в течение нескольких лет, является учетной и не совпадает с текущей оценкой, поэтому для принятия управленческих решений необходимо учитывать также индикаторы рыночной стоимости предприятия;
- проблему риска - высокая рентабельность быть может достигнута ценой рискованных действий, поэтому анализируют структуру текущих затрат,

коэффициенты финансовой устойчивости, операционный и финансовый рычаги» [23].

Таким образом, рентабельность – относительный показатель, характеризующий эффективность, доходность, прибыльность бизнеса предприятия. Рентабельность классифицируется по множеству признаков: субъект деятельности, вид ресурсов, вид затрат, вид эффекта, фазы деятельности предприятия, временной период. Для анализа рентабельности предприятия используется система взаимосвязанных показателей, основными из которых являются рентабельность продаж, рентабельность активов, рентабельность собственного капитала и др. Выбор конкретных показателей рентабельности зависит, прежде всего, от целей и субъектов анализа.

1.2 Методика факторного анализа рентабельности предприятия

Поскольку рентабельность является обобщающим показателем, характеризующим эффективность функционирования предприятия, то необходимо определение влияния на рентабельность факторов, оценивающих количественную и качественные стороны деятельности предприятия.

«Факторный анализ рентабельности предназначен для выявления и измерения факторов, воздействующих на уровень рентабельности и определения способов и резервов повышения эффективности работы предприятия. Факторный анализ дает возможность оценивать индивидуальное влияние каждого фактора, своевременно выявлять и принимать управленческие решения по устранению их негативного воздействия на результативность бизнеса» [8]. При этом оцениваются неиспользованные внутренние возможности (резервы) и намечаются направления их реализации для обеспечения роста производства и реализации продукции, относительной экономии затрат и, как следствие, увеличения прибыли.

Модели, позволяющие проводить факторный анализ рентабельности затрат и рентабельности продаж, представлены в таблице 1.4.

Таблица 1.4 - Факторные модели для анализа рентабельности затрат и продаж

Показатели рентабельности	Факторная модель	Факторы
Рентабельность затрат, R_{cc}	$R_{cc} = \frac{\Pi(\text{приОПРобщ}, УД_i, Ц_i, С_i)}{З(\text{приОПРобщ}, УД_i \times С_i)}$ <p>где Π – прибыль от продаж; $З$ – себестоимость продукции; ОПР – объем реализации продукции</p>	Структура реализованной продукции ($УД_i$), ее себестоимость ($С_i$), средние цены реализации ($Ц_i$)
Рентабельность продаж, ROS	$ROS = \frac{\Pi(\text{приОПРобщ}, УД_i, Ц_i, С_i)}{В(\text{приОПРобщ}, УД_i \times С_i)}$ <p>где $В$ – объем продаж</p>	Структура реализованной продукции ($УД_i$), ее себестоимость ($С_i$), средние цены реализации ($Ц_i$)
Рентабельность затрат по каждому виду продукции, R_{cci}	$R_{cci} = \frac{Ц_i - С_i}{С_i}$	Среднереализационные цены ($Ц_i$), себестоимость единицы продукции ($С_i$)
Рентабельность продаж по каждому виду продукции, ROS_i	$ROS_i = \frac{Ц_i - С_i}{Ц_i}$	Среднереализационные цены ($Ц_i$), себестоимость единицы продукции ($С_i$)

При проведении факторного анализа рентабельности продаж и затрат с помощью моделей, представленных в таблице 1.4, могут применяться метод цепных подстановок, абсолютных разниц и другие.

Формулы расчета влияния факторов на рентабельность затрат способом цепных подстановок приведены в таблице 1.5.

Таблица 1.5 - Факторный анализ рентабельности затрат способом цепных подстановок

Показатель	Формула расчета
1	2
Рентабельность плановая, $R_{пл}$	$R_{пл} = \frac{\Pi_{пл}(\text{приОРПобщпл}, УД_{пл}, Ц_{пл}, С_{пл})}{З_{пл}(\text{приОРПобщпл}, УД_{пл} \cdot С_{пл})}$ <p>где Π – прибыль; $З$ – затраты; ОРП – общий объем реализации продукции; УД – структура продукции; Ц – цена; С – себестоимость единицы продукции</p>
Рентабельность условная, $R_{усл1}$	$R_{усл1} = \frac{\Pi_{усл1}(\text{приОРПобщф}, УД_{пл}, Ц_{пл}, С_{пл})}{З_{усл1}(\text{приОРПобщф}, УД_{пл} \cdot С_{пл})}$

Продолжение таблицы 1.5

1	2
Рентабельность условная, $R_{усл2}$	$R_{усл2} = \frac{Пусл2(приОРПобщф, УДф, Цпл, Спл)}{Зусл1(приОРПобщф, УДф \cdot Спл)}$
Рентабельность условная, $R_{усл3}$	$R_{усл3} = \frac{Пусл3(приОРПобщф, УДф, Цф, Спл)}{Зусл1(приОРПобщф, УДф \cdot Спл)}$
Рентабельность фактическая, R_f	$R_f = \frac{Пф(приОРПобщф, УДф, Цф, Сф)}{Зф(приОРПобщф, УДф \cdot Сф)}$
Общее изменение рентабельности затрат, $\Delta R_{общ}$	$\Delta R_{общ} = R_f - R_{пл}$
Изменение рентабельности за счет изменения объема реализации, $\Delta R_{орп}$	$\Delta R_{орп} = R_{усл1} - R_{пл}$
Изменение рентабельности за счет изменения структуры, $\Delta R_{уд}$	$\Delta R_{уд} = R_{усл2} - R_{усл1}$
Изменение рентабельности за счет изменения цен, $\Delta R_{ц}$	$\Delta R_{ц} = R_{усл3} - R_{усл2}$
Изменение рентабельности за счет изменения себестоимости, ΔR_c	$\Delta R_c = R_f - R_{усл3}$

Формулы расчета влияния факторов на рентабельность продаж способом цепных подстановок приведены в таблице 1.6.

Таблица 1.6 - Факторный анализ рентабельности продаж способом цепных подстановок

Показатель	Алгоритм расчета
1	2
Рентабельность плановая, $R_{пл}$	$R_{пл} = \frac{Ппл(приОРПобщпл, УДпл, Цпл, Спл)}{Впл(приОРПобщпл, УДпл, Цпл)}$ <p>где П – прибыль; В – выручка; ОРП – объем реализации продукции; УД – структура продукции; Ц – цена; С – себестоимость единицы продукции</p>
Рентабельность условная, $R_{усл1}$	$R_{усл1} = \frac{Пусл1(приОРПобщф, УДф, Цпл, Спл)}{Вусл1(приОРПобщф, УДф, Цпл)}$
Рентабельность условная, $R_{усл2}$	$R_{усл2} = \frac{Пусл2(приОРПобщф, УДф, Цф, Спл)}{Вф(приОРПобщф, УДф, Цф)}$
Рентабельность фактическая, R_f	$R_f = \frac{Пф(приОРПобщф, УДф, Цф, Сф)}{Вф(приОРПобщф, УДф, Цф)}$
Общее изменение коммерческой рентабельности, $\Delta R_{общ}$	$\Delta R_{общ} = R_f - R_{пл}$

Продолжение таблицы 1.6

1	2
Изменение рентабельности за счет изменения структуры, $\Delta R_{уд}$	$\Delta R_{уд} = R_{усл1} - R_{пл}$
Изменение рентабельности за счет изменения цен, $\Delta R_{ц}$	$\Delta R_{ц} = R_{усл2} - R_{усл1}$
Изменение рентабельности за счет изменения себестоимости, $\Delta R_{с}$	$\Delta R_{с} = R_{ф} - R_{усл2}$

Формулы расчета влияния факторов на рентабельность затрат по видам продукции способом цепных подстановок приведены в таблице 1.7.

Таблица 1.7 - Факторный анализ рентабельности затрат по видам продукции способом цепных подстановок

Показатель	Алгоритм расчета
Рентабельность плановая, $R_{пл}$	$R_{пл} = \frac{Ц_{пл} - С_{пл}}{С_{пл}}$ где Ц – цена; С – себестоимость единицы продукции
Рентабельность условная, $R_{усл}$	$R_{усл} = \frac{Ц_{ф} - С_{пл}}{С_{пл}}$
Рентабельность фактическая, $R_{ф}$	$R_{ф} = \frac{Ц_{ф} - С_{ф}}{С_{ф}}$

Формулы расчета влияния факторов на рентабельность продаж по видам продукции способом цепных подстановок приведены в таблице 1.8.

Таблица 1.8 - Факторный анализ рентабельности продаж по видам продукции способом цепных подстановок

Показатель	Алгоритм расчета
Рентабельность плановая, $R_{пл}$	$R_{пл} = \frac{Ц_{пл} - С_{пл}}{Ц_{пл}}$ где Ц – цена; С – себестоимость единицы продукции
Рентабельность условная, $R_{усл}$	$R_{усл} = \frac{Ц_{ф} - С_{пл}}{Ц_{ф}}$
Рентабельность фактическая, $R_{ф}$	$R_{ф} = \frac{Ц_{ф} - С_{ф}}{Ц_{ф}}$

Одним из эффективных методов факторного анализа рентабельности активов является «модель DuPont», предложенная специалистами компании «DuPont», в которой впервые несколько показателей были увязаны вместе и приведены в виде треугольной структуры, в вершине которой находится показатель рентабельности активов, а в основании - два факторных показателя: рентабельность продаж и оборачиваемость активов (рисунок 1.4).

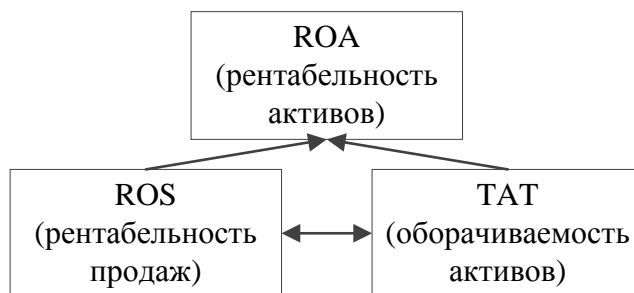


Рисунок 1.4 – Схема двухфакторной модели рентабельности активов DuPont

Двухфакторная модель рентабельности активов рассчитывается следующим образом [67]:

$$ROA = \frac{\Pi}{A} = \frac{\Pi}{A} \cdot \frac{B}{B} = \frac{\Pi}{B} \cdot \frac{B}{A} = ROS \cdot TAT \quad (1.2)$$

где Π - прибыль от продаж;

B - выручка от продаж;

A – стоимость активов;

ROS – рентабельность продаж;

TAT – оборачиваемость активов.

Двухфакторная модель DuPont показывает, что рентабельность активов зависит от рентабельности продаж и оборачиваемости активов.

Формулы расчета влияния факторов на рентабельность активов приведены в таблице 1.9.

Фактор	Формула
Отдача активов	$\Delta ROA_{TAT} = \left(\frac{B_1}{A_1} - \frac{B_0}{A_0} \right) \cdot \frac{ЧП_0 \cdot 100}{B_0}$ <p>где B_1, B_0 – выручка в отчетном и базовом периоде; A_1, A_0 – активы в отчетном и базовом периоде; $ЧП_0$ – чистая прибыль в базовом периоде</p>
Рентабельность продаж	$\Delta ROA_{ROS} = \left(\frac{ЧП_1 \cdot 100}{B_1} - \frac{ЧП_0 \cdot 100}{B_0} \right) \cdot \frac{B_1}{A_1}$ <p>где $ЧП_1$ – чистая прибыль в отчетном периоде</p>

Рентабельность продаж характеризует эффективность обычной, профильной деятельности предприятия. Оборачиваемость активов показывает, сколько раз за период оборачивается капитал, вложенный в активы предприятия, то есть оценивает интенсивность, эффективность использования всех активов независимо от источников их образования и сколько выручки получено за период с каждой единицы вложенных в активы денежных средств. Рост этого показателя говорит о повышении эффективности использования активов и рассматривается как положительная тенденция, снижение говорит о наличии проблем в управлении. Если оборачиваемость активов снижается, то в процессе анализа показатели оборачиваемости капитала изучаются более детально для того, чтобы установить - на каких стадиях кругооборота произошло замедление (или ускорение) движения средств.

Нормативный уровень ROA и факторов ROS, TAT задается предприятием на этапе маркетинговых исследований в процессе выбора стратегии продаж при помощи анализа позиции конкурентов и определения собственной ниши предприятия на рынке (рисунок 1.5).

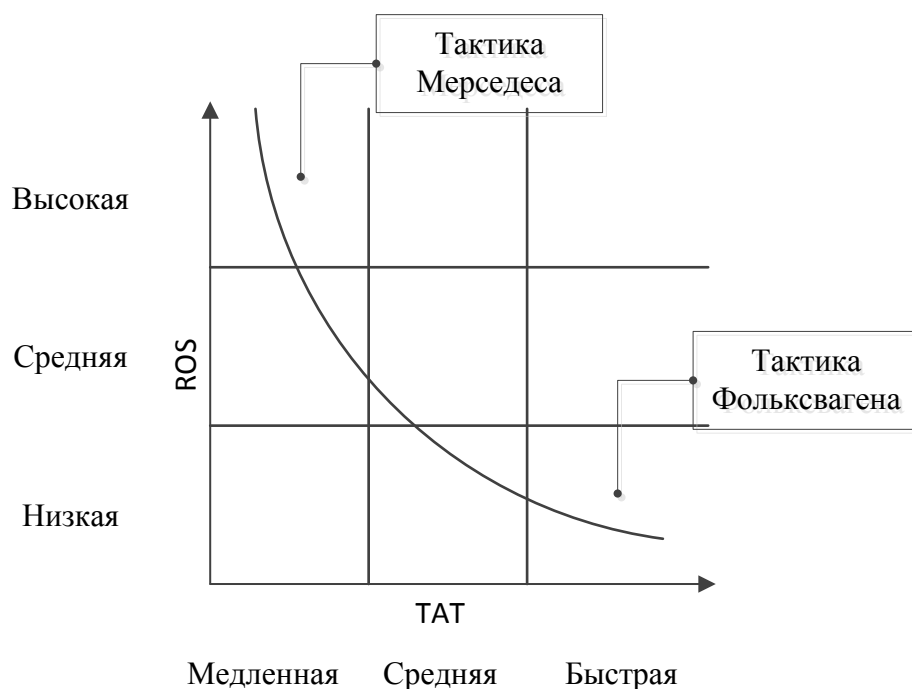


Рисунок 1.5 - Модель рентабельности активов

Например, выбор так называемой «тактики Мерседеса» в отличие от «тактики Фольксвагена» предполагает, что товары будут продаваться по довольно высоким ценам, а оборачиваемость будет медленная.

По модели рентабельности активов диагностируют следующие причины ее снижения:

- рентабельность активов снизилась за счет снижения оборачиваемости активов при неизменной рентабельности продаж;
- рентабельность активов снизилась за счет снижения рентабельности продаж, а оборачиваемость активов не изменилась;
- рентабельность активов снизилась при одновременном снижении рентабельности продаж и оборачиваемости активов.

Каждая из этих перечисленных ситуаций требует определенных управленческих воздействий.

Если рентабельность активов уменьшилась за счет снижения оборачиваемости активов при неизменной рентабельности продаж, то такая ситуация связана с активами (увеличились запасы, оборотный капитал в целом,

незавершенное строительство и т.д.) и требует в первую очередь активного управления кредиторской и дебиторской задолженностью, денежными средствами с целью наращивания оборачиваемости, системой управления запасами, совершенствования кредитной политики. С этой целью анализируют оборачиваемость активов по составляющим, ее динамику и общую длительность оборота, который складывается из длительности оборота всех составляющих.

Если рентабельность активов снизилась за счет снижения рентабельности продаж и при этом оборачиваемость активов не изменилась, то такая ситуация связана с организацией операционных процессов, уровнем затрат, оптимизацией выручки, ценовой политикой, управлением постоянными и переменными затратами, маржинальным доходом, выбором оптимального объема продаж, точки безубыточности.

В случае, если рентабельность активов снизилась при одновременном снижении рентабельности продаж и оборачиваемости активов, то ситуация требует активизации деятельности предприятия по всем направлениям. Первоочередные усилия должны быть направлены на управление выручкой - объемом продаж и ценами. Количественное увеличение объемов продаж позволит исправить ситуацию при высоком уровне операционного левериджа. Если рычаг невелик, то необходимо прибегнуть к качественным улучшениям, что позволит повысить цены или снизить себестоимость.

На уровень экономической рентабельности оказывают влияние не только внутренние (ресурсные) факторы, но и внешние. Так, существенное влияние оказывает отраслевая принадлежность бизнеса, рыночная ситуация и положение предприятия в своем секторе рынка, ценовые ограничения, налоговое, антимонопольное регулирование со стороны государства и т.д.

Н.С. Пласкова, используя методику моделирования рентабельности активов фирмы DuPont, приводит следующую факторную модель экономической рентабельности [53]:

$$\begin{aligned}
ROA &= \frac{\Pi}{A} = \frac{\Pi}{A} \cdot \frac{B}{B} \cdot \frac{CO}{CO} \cdot \frac{CK}{CK} \cdot \frac{ОбА}{ОбА} = \frac{CO}{CK} \cdot \frac{CK}{A} \cdot \frac{ОбА}{CO} \cdot \frac{B}{ОбА} \cdot \frac{\Pi}{B} = \\
&= \frac{CO}{CK} \cdot \frac{CK}{A} \cdot \frac{ОбА}{CO} \cdot \frac{B}{ОбА} \cdot \frac{B - Зобщ}{B} = \frac{CO}{CK} \cdot \frac{CK}{A} \cdot \frac{ОбА}{CO} \cdot \frac{B}{ОбА} \cdot \left[1 - \left(\frac{Зобщ}{B} \right) \right] = \quad (1.10) \\
&= \frac{CO}{CK} \cdot \frac{CK}{A} \cdot \frac{ОбА}{CO} \cdot \frac{B}{ОбА} \cdot \left[1 - \left(\frac{M + U + A + \dots + Зпроч}{B} \right) \right] = \\
&= x_1 \cdot x_2 \cdot x_3 \cdot x_4 \cdot \left[1 - \left(x_5 + x_6 + x_7 + \dots + x_n \right) \right]
\end{aligned}$$

где Π – прибыль от продаж;

A – средняя величина совокупных активов;

B – выручка от продаж;

CO – средняя величина совокупных обязательств;

CK – средняя величина собственного капитала;

$ОбА$ – средняя величина оборотных активов;

CO/CK (x_1) – коэффициент финансового рычага (отношение совокупных обязательств к собственному капиталу);

CK/A (x_2) – коэффициент автономии;

$ОбА/CO$ (x_3) – коэффициент покрытия совокупных обязательств оборотными активами;

$B/ОбА$ (x_4) – коэффициент оборачиваемости оборотных активов;

Π/B – рентабельность продаж;

$Зобщ$ – общая величина расходов от обычных видов деятельности;

M – материальные расходы;

U – расходы на оплату труда;

A – расходы на амортизацию;

$Зпроч$ – прочие расходы, учитываемые при расчете прибыли от продаж;

M/B (x_5) – материалоемкость производства и продажи продукции (доля материальных расходов в выручке от продаж);

U/B (x_6) – зарплатоемкость производства и продажи продукции (доля расходов на оплату труда в выручке от продаж);

A/B (x_7) – амортизациеёмкость производства и продажи продукции (доля начисленной амортизации в выручке от продаж);

Зпроч/В (x_n) – прочая расходоёмкость производства и продажи продукции (доля прочих расходов в выручке от продаж).

Влияние факторов на рентабельность активов рассчитывается по формулам, представленным в таблице 1.9 [53].

Таблица 1.9 – Формулы расчета влияния факторов на рентабельность активов

Фактор	Формула расчета влияния фактора	Пояснение
1	2	2
Коэффициент финансового рычага, X_1	$\Delta X_1 = X_{1o} \cdot X_{2б} \cdot X_{3б} \cdot X_{4б} \cdot$ $\cdot \left[100 - \left(X_{5б} + X_{6б} + X_{7б} + X_{8б} \right) \right] - ROAб$	X_o, X_b – соответственно отчетные и базисные значения показателей; ROA_o, ROA_b – соответственно отчетное и базисное значение рентабельности активов
Коэффициент автономии, X_2	$\Delta X_2 = X_{1o} \cdot X_{2o} \cdot X_{3б} \cdot X_{4б} \cdot$ $\cdot \left[100 - \left(X_{5б} + X_{6б} + X_{7б} + X_{8б} \right) \right] -$ $- X_{1o} \cdot X_{2б} \cdot X_{3б} \cdot X_{4б} \cdot$ $\cdot \left[100 - \left(X_{5б} + X_{6б} + X_{7б} + X_{8б} \right) \right]$	
Коэффициент покрытия совокупных обязательств оборотными активами, X_3	$\Delta X_3 = X_{1o} \cdot X_{2o} \cdot X_{3o} \cdot X_{4б} \cdot$ $\cdot \left[100 - \left(X_{5б} + X_{6б} + X_{7б} + X_{8б} \right) \right] -$ $- X_{1o} \cdot X_{2o} \cdot X_{3б} \cdot X_{4б} \cdot$ $\cdot \left[100 - \left(X_{5б} + X_{6б} + X_{7б} + X_{8б} \right) \right]$	
Коэффициент оборачиваемости оборотных активов, X_4	$\Delta X_4 = X_{1o} \cdot X_{2o} \cdot X_{3o} \cdot X_{4o} \cdot$ $\cdot \left[100 - \left(X_{5б} + X_{6б} + X_{7б} + X_{8б} \right) \right] -$ $- X_{1o} \cdot X_{2o} \cdot X_{3o} \cdot X_{4б} \cdot$ $\cdot \left[100 - \left(X_{5б} + X_{6б} + X_{7б} + X_{8б} \right) \right]$	
Материалоемкость, X_5	$\Delta X_5 = X_{1o} \cdot X_{2o} \cdot X_{3o} \cdot X_{4o} \cdot$ $\cdot \left[100 - \left(X_{5o} + X_{6б} + X_{7б} + X_{8б} \right) \right] -$ $- X_{1o} \cdot X_{2o} \cdot X_{3o} \cdot X_{4o} \cdot$ $\cdot \left[100 - \left(X_{5б} + X_{6б} + X_{7б} + X_{8б} \right) \right]$	
Зарплатоемкость, X_6	$\Delta X_6 = X_{1o} \cdot X_{2o} \cdot X_{3o} \cdot X_{4o} \cdot$ $\cdot \left[100 - \left(X_{5o} + X_{6o} + X_{7б} + X_{8б} \right) \right] -$ $- X_{1o} \cdot X_{2o} \cdot X_{3o} \cdot X_{4o} \cdot$ $\cdot \left[100 - \left(X_{5o} + X_{6б} + X_{7б} + X_{8б} \right) \right]$	
Амортизациеёмкость, X_7	$\Delta X_7 = X_{1o} \cdot X_{2o} \cdot X_{3o} \cdot X_{4o} \cdot$ $\cdot \left[100 - \left(X_{5o} + X_{6o} + X_{7o} + X_{8б} \right) \right] -$ $- X_{1o} \cdot X_{2o} \cdot X_{3o} \cdot X_{4o} \cdot$ $\cdot \left[100 - \left(X_{5o} + X_{6o} + X_{7б} + X_{8б} \right) \right]$	
Прочая расходоёмкость, X_8	$\Delta X_8 = ROA_o - X_{1o} \cdot X_{2o} \cdot X_{3o} \cdot X_{4o} \cdot$ $\cdot \left[100 - \left(X_{5o} + X_{6o} + X_{7o} + X_{8б} \right) \right]$	

С позиции собственников предприятия рентабельность наилучшим образом отражается в виде рентабельности на собственный капитал, так как

характеризует прибыль, которую собственник получит с рубля вложенных в предприятие средств. Рентабельность собственного капитала (ROE) зависит от достигнутой рентабельности активов и коэффициентов финансовой устойчивости предприятия - финансовой зависимости или финансовой автономии, что показывает моделирование показателя [67]:

$$ROE = \frac{ЧП}{СК} = \frac{ЧП}{СК} \cdot \frac{Пас}{А} = \frac{ЧП}{А} \cdot \frac{Пас}{СК} = ROA \cdot Kфз = \frac{ROA}{Kавт} \quad (1.11)$$

где ЧП – чистая прибыль;

СК – собственный капитал;

Пас – пассивы;

А – активы;

ROA – рентабельность активов;

Кфз – коэффициент финансовой зависимости;

Кавт – коэффициент финансовой независимости (автономии).

Схема факторной модели рентабельности собственного капитала приведена на рисунке 1.6.

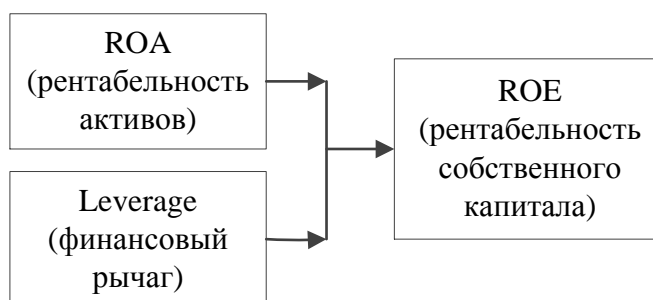


Рисунок 1.6 - Схема двухфакторной модели рентабельности собственного капитала

Расширение двухфакторной модели в формуле 1.11 позволяет представить ROE как функцию от рентабельности продаж, оборачиваемости

активов и от структуры финансирования, то есть получить трехфакторную модель рентабельности:

$$ROE = \frac{ЧП}{СК} = \frac{ЧП}{B} \cdot \frac{B}{A} \cdot \frac{A}{СК} = ROS \cdot TAT \cdot Kфз = \frac{ROS \cdot TAT}{Kавт} \quad (1.12)$$

где ЧП – чистая прибыль;

СК – собственный капитал;

B – выручка от продаж;

A – активы;

ROS – рентабельность продаж;

TAT – оборачиваемость активов;

Kфз – коэффициент финансовой зависимости;

Kавт – коэффициент финансовой независимости (автономии).

В таблице 1.10 представлены формулы расчета влияния факторов на рентабельность собственного капитала по факторной модели фирмы Дюпон.

Таблица 1.10 - Формулы расчета влияния факторов на рентабельность собственного капитала по факторной модели фирмы Дюпон

Фактор	Формула	Пояснение к формуле
Рентабельность продаж	$\Delta ROE_{ROS} = \Delta ROS \cdot TAT_0 + Kфз_0$	где ΔROS – изменение рентабельности продаж; TAT ₀ – коэффициент оборачиваемости активов в базовом периоде; Kфз ₀ – коэффициент финансовой зависимости в базовом периоде
Оборачиваемость активов	$\Delta ROE_{TAT} = ROS_1 \cdot \Delta TAT + Kфз_0$	где ROS ₁ – рентабельность продаж в отчетном периоде; ΔTAT – изменение коэффициента оборачиваемости активов
Структура капитала	$\Delta ROE_{Kфз} = ROS_1 \cdot TAT_1 + \Delta Kфз$	где TAT ₁ – коэффициент оборачиваемости активов в отчетном периоде; $\Delta Kфз$ – изменение коэффициента финансовой зависимости

Чем выше доля заемного капитала, тем меньше чистая прибыль предприятия за счет увеличения расходов на выплату процентов. Предприятие с высокой долей заемного капитала является финансово зависимым. Уровень финансового рычага с одной стороны, является характеристикой финансовой устойчивости и рискованности бизнеса, а с другой стороны – оценкой эффективности использования предприятием заемных средств.

Рентабельность собственного капитала зависит от финансового рычага. Дифференциал финансового рычага – это разность между рентабельностью совокупных активов и стоимостью заемного капитала. В свою очередь стоимость заемного капитала определяется как отношение процентных расходов к величине заемного капитала с учетом эффекта налогового щита.

Расширенная факторная модель рентабельности собственного капитала - модель фирмы DuPont - применяется для выявления причин изменения взаимосвязанных показателей, что позволяет наметить мероприятия по улучшению существующего положения и перейти от диагностики финансового состояния предприятия к управлению его текущей (операционной), инвестиционной и финансовой деятельностью.

Помимо мероприятий по увеличению прибыльности продаж и оборачиваемости активов по результатам факторного анализа разрабатываются мероприятия по совершенствованию структуры капитала: выбор структуры, стоимости капитала, изменение налоговой политики и т.д.

Применение показателя ROE имеет определенные ограничения, поскольку реальный доход предприятие получает не от активов, а от продаж. У предприятий, имеющих низкую величину собственного капитала, показатели рентабельности собственного капитала получаются слишком высокими, и, следовательно, завышают действительный финансовый потенциал предприятия. Следовательно, высокое значение коэффициента финансовой зависимости при низкой доле собственного капитала могут позволить себе предприятия, имеющие стабильное и прогнозируемое поступление денежных средств.

Таким образом, факторный анализ позволяет установить, за счет каких факторов изменилась рентабельность, определить их влияние и принять соответствующие управленческие решения, направленные на повышение эффективности деятельности предприятия. Для проведения факторного анализа используются различные факторные модели, в частности модель DuPont.

1.3 Информационная база анализа рентабельности предприятия

Информационной основой для исчисления показателей рентабельности предприятия служит бухгалтерская отчетность – отчет о финансовых результатах, а также бухгалтерский баланс.

В «Отчете о финансовых результатах», который в настоящее время составляется российскими предприятиями, представляются четыре показателя бухгалтерской оценки финансового результата работы предприятия [2]:

- валовая прибыль (убыток);
- прибыль (убыток) от продаж;
- прибыль (убыток) до налогообложения;
- чистая прибыль (убыток).

Этим данным о финансовом результате соответствуют следующие показатели бухгалтерской оценки расходов, обусловивших получение прибыли:

- себестоимость продаж;
- себестоимость продаж плюс коммерческие и управленческие расходы;
- себестоимость продаж плюс коммерческие и управленческие расходы плюс проценты к уплате, плюс прочие расходы.

Из бухгалтерского баланса получают данные о величине активов в целом, внеоборотного и оборотного капитала, собственного капитала, долгосрочных и краткосрочных обязательствах предприятия.

Поскольку данные отчета о финансовых результатах являются интервальными (за период времени), а данные бухгалтерского баланса моментными (на определенную дату), то для обеспечения сопоставимости

показателей этих отчетов рассчитывают средние за период показатели бухгалтерского баланса.

Анализируя рентабельность деятельности предприятия на основе данных только бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах, аналитик работает с данными о прибыли, оцениваемой на основе данных об обязательствах предприятия, но не о ее реальных денежных потоках.

М.Л. Пятов считает, что решение этой проблемы состоит в уточнении данных о рентабельности предприятия информацией о движении ее денежных средств по данным формы «Отчет о движении денежных средств» [56].

Данные Отчета о движении денежных средств не содержат информации о прибыли (убытке) предприятия, однако ряд позиций отчета - это объективные показатели, отражающие поступление на счета предприятия совершенно определенных объемов денежных средств. С этой точки зрения данные Отчета о движении денежных средств могут служить полезным и важным дополнением к данным анализа рентабельности по Отчету о финансовых результатах. Так, например, анализируя данные Отчета о финансовых результатах, можно сопоставить величину показателя «Выручка от продаж» с такой позицией Отчета о движении денежных средств, как «Поступления от продажи продукции, товаров, работ и услуг».

Результаты такого сопоставления в динамике (за ряд периодов) позволяют оценить, насколько денежные поступления, связанные с продажей продукции, товаров, работ, услуг, «отстают» от признания в бухгалтерском учете полученной выручки или, наоборот, опережают признание предприятием доходов по основной деятельности.

Такой показатель Отчета о финансовых результатах, как «чистая прибыль (убыток) отчетного периода» сравнивают с данными «Отчета о движении денежных средств» о чистом увеличении (уменьшении) денежных средств и их эквивалентов. Такое сравнение в динамике показывает «отставание» или «опережение» признанием прибылью реального прироста денежных средств в результате хозяйственной деятельности предприятия. Следовательно, при

анализе рентабельности для получения более объективных выводов о деятельности предприятия целесообразно использовать данные отчета о движении денежных средств.

Для расчета частных показателей рентабельности помимо бухгалтерской отчетности используется статистическая и финансовая отчетность предприятия, из которой получают данные о численности персонала, о фонде оплаты труда и др.

Кроме того, если анализ рентабельности проводится по видам продукции или по подразделениям предприятия, то используют данные управленческого учета, который позволяет проводить такой анализ.

Таким образом, информационной базой анализа рентабельности является бухгалтерская отчетность предприятия – прежде всего это «Отчет о прибылях и убытках» («Отчет о финансовых результатах») и «Бухгалтерский баланс».

Во второй главе бакалаврской работы необходимо проанализировать рентабельность предприятия с использованием рассмотренных показателей и факторных моделей рентабельности.

2 Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «АВТОКАР»

2.1 Краткая характеристика и анализ основных экономических показателей деятельности ООО «АВТОКАР»

ООО «АВТОКАР» входит в группу компаний «АВТОФАН».

Группа компаний «АВТОФАН» является официальным дилером таких марок автомобилей, как «Hyundai», «Opel», «Chevrolet», «Fiat», «SsangYong», «УАЗ» в г. Тольятти. «АВТОФАН» - крупнейший автомобильный холдинг г. Тольятти, действующий на автомобильном рынке с 1993 г.

В 2001 г. ГК «АВТОФАН» зарегистрировала свою торговую марку. С 2004 г. компания является официальным дилером «Hyundai». В 2006 г. был открыт дилерский центр «Opel / Chevrolet». С 2013 г. ГК «АВТОФАН» становится официальным дилером еще трех автомобильных брендов: «Fiat», «SsangYong» и «УАЗ».

Компания оказывает юридическим и физическим лицам услуги по автострахованию, автокредитованию, автолизингу, диагностике и кузовному ремонту автомобилей, гарантийному и послегарантийному обслуживанию автомобилей.

Кроме непосредственно реализации автомобилей ООО «АВТОКАР» осуществляет продажу запасных частей и аксессуаров к автомобилям.

Юридический адрес предприятия – Самарская область, г. Тольятти, ул. Ленина, 44.

Производственная структура ООО «АВТОКАР» включает в себя администрацию, автосалон и станцию технического обслуживания.

Действующая производственная структура предприятия обеспечивает выполнение технологического процесса от продажи товаров до послепродажного обслуживания покупателей.

Организационная структура управления ООО «АВТОКАР» представлена на рисунке 2.1.



Рисунок 2.1 - Организационная структура управления ООО «АВТОКАР»

Организационная структура управления предприятием является линейной. Возглавляет предприятие директор, которому подчиняются главный бухгалтер, начальники отделов продаж и послепродажного обслуживания, юрист, секретарь и младший обслуживающий персонал. Таким образом, предметом деятельности ООО «АВТОКАР» является торговля автомобилями, запасными частями к автомобилям, оказание услуг по послепродажному обслуживанию. Исходными данными для проведения анализа деятельности предприятия явились бухгалтерские балансы (приложение Б) и отчеты о финансовых результатах (приложение В). Анализ данных таблицы 2.1 показывает, что за исследуемый период продажи ООО «АВТОКАР» являлись рентабельными. При расчете товарооборота в сопоставимых ценах в таблице 2.1 учтено, что индекс потребительских цен в 2013 г. равен 1,061, в 2014 г. - 1,064. Товарооборот в сопоставимых ценах в 2013 году составил 343 701,0 тыс. руб., в 2014 году – 333 795,5 тыс. руб., в 2015 году – 326 965,8 тыс. руб. По сравнению с 2013 годом товарооборот в сопоставимых ценах сократился на 16 735,2 тыс. руб. или на 4,9%. Поскольку ООО «АВТОКАР» является дилером, то основным источником дохода предприятия являются комиссионные, получаемые за продажу автомобилей.

Таблица 2.1 - Основные экономические показатели деятельности

ООО «АВТОКАР»

Показатели	2013 год	2014 год	2015 год	Изменение показателей			
				абсолютное (+,-)		темп роста, %	
				2015/ 2013	2015/ 2014	2015/ 2013	2015/ 2014
1	2	3	4	5	6	7	8
1. Объем реализации, тыс. руб.							
1.1. в действующих ценах	343 701,0	354 157,0	369 113,0	25 412,0	14 956,0	107,4	104,2
1.2. в сопоставимых ценах (индекс потребительских цен: 2014 г. - 1,061, 2015 г. - 1,064)	343 701,0	333 795,5	326 965,8	-16 735,2	-6 829,7	95,1	98,0
1.3. в покупных ценах	328 234,5	338 468,6	353 091,7	24 857,2	14 623,1	107,6	104,3
2. Среднесписочная численность работающих - всего, чел.	25	23	21	-4	-2	84,0	91,3
2.1. в том числе торгово-оперативных работников	6	6	6	-	-	100,0	100,0
2.2. из них – менеджеров по продажам	4	4	4	-	-	100,0	100,0
3. Выработка, тыс. руб.							
3.1. на одного работающего	13 748,0	14 512,8	15 569,8	1 821,8	1 057,0	113,3	107,3
3.2. на одного торгово-оперативного работника	57 283,5	55 632,6	54 494,3	-2 789,2	-1 138,3	95,1	98,0
3.3. на одного менеджера	85 925,3	83 448,9	81 741,5	-4 183,8	-1 707,4	95,1	98,0
4. Фонд оплаты труда - всего, тыс. руб.	7 710,0	7 562,4	7 963,2	253,2	400,8	103,3	105,3
4.1. в т. ч. торгово-оперативных работников	1 159,2	1 245,6	1 418,4	259,2	172,8	122,4	113,9
4.2. менеджеров	748,8	787,2	892,8	144,0	105,6	119,2	113,4

Продолжение таблицы 2.1

1	2	3	4	5	6	7	8
5. Среднегодовая заработная плата, тыс. руб.							
5.1. одного работающего	308,4	328,8	379,2	70,8	50,4	123,0	115,3
5.2. одного торгово-оперативного работника	193,2	207,6	236,4	43,2	28,8	122,4	113,9
5.3. одного менеджера	187,2	196,8	223,2	36,0	26,4	119,2	113,4
6. Издержки обращения - всего, тыс. руб.	11 599,9	11 907,5	12 448,6	848,7	541,1	107,3	104,5
6.1. в том числе условно-переменные	4 987,9	5 239,3	5 564,5	576,6	325,2	111,6	106,2
6.2. условно-постоянные	6 611,9	6 668,2	6 884,0	272,1	215,9	104,1	103,2
7. Валовой доход, тыс. руб.	15 466,5	15 688,4	16 021,3	554,8	332,9	103,6	102,1
8. Прибыль от продаж, тыс. руб.	3 866,6	3 780,9	3 572,7	-293,9	-208,2	92,4	94,5
9. Рентабельность продаж, %	1,12	1,07	0,97	-0,16	-0,10		
10. Уровень издержек обращения, %	3,37	3,57	3,81	0,43	0,24		
11. Соотношение темпов роста производительности труда и заработной платы	-					0,92	0,93

К отрицательным моментам в деятельности предприятия можно отнести превышение темпов роста товарооборота в покупных ценах по сравнению с темпами роста товарооборота в сопоставимых ценах, что приводит к снижению валового дохода и, соответственно, прибыли от реализации. Основные экономические показатели деятельности ООО «АВТОКАР» за 2013-2015 гг. приведены в таблице 2.1.

Прибыль от продаж в 2013 году равна 3 866,6 тыс. руб., в 2014 году – 3 780,9 тыс. руб., в 2015 году – 3 572,7 тыс. руб. По сравнению с 2013 годом данный показатель снизился на 293,9 тыс. руб. или на 7,6%. Наблюдается

снижение рентабельности продаж, которая уменьшилась с 1,12 до 0,97%.
Уровень издержек обращения, напротив повысился с 3,37 до 3,81%.

Таким образом, анализ основных экономических показателей деятельности ООО «АВТОКАР» за 2013-2015 гг. показал, что наблюдается снижение показателей, характеризующих финансовый результат деятельности – прибыли и рентабельности.

Товарооборот является одним из наиболее важных показателей, по которому оценивается деятельность предприятий.

Данные о доходах ООО «АВТОКАР» по видам деятельности приведены в таблице 2.2.

Таблица 2.2 - Доходы ООО «АВТОКАР» по видам деятельности

Направление деятельности	2013 год		2014 год		2015 год	
	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %
Реализация автомобилей	178 724,5	52,0	182 745,0	51,6	189 724,1	51,4
Реализация запчастей и аксессуаров к автомобилям	67 365,4	19,6	70 477,2	19,9	72 715,3	19,7
Оказание услуг по послепродажному обслуживанию автомобилей	97 611,1	28,4	100 934,8	28,5	106 673,6	28,9
Итого	343 701,0	100,0	354 157,0	100,0	369 113,0	100,0

Данные таблицы 2.2 показывают, что в структуре доходов ООО «АВТОКАР» преобладают доходы от реализации автомобилей – почти 52%.

На долю такого направления деятельности, как реализация запчастей и аксессуаров, приходится около 20%.

Оказание услуг по послепродажному обслуживанию автомобилей позволяет предприятию получить соответственно около 28% от общей суммы дохода.

Динамика доходов предприятия по видам приведена в таблице 2.3.

Таблица 2.3 - Динамика доходов ООО «АВТОКАР» по видам деятельности

Направление деятельности	Изменения в динамике объема реализации, тыс. руб.		Изменения в динамике структуры объема реализации, %		Темпы роста объема реализации, %	
	2015/2013	2015/2014	2015/2013	2015/2014	2015/2013	2015/2014
Реализация автомобилей	10 999,6	6 979,1	-0,6	-0,2	106,2	103,8
Реализация запчастей и аксессуаров к автомобилям	5 349,9	2 238,1	0,1	-0,2	107,9	103,2
Оказание услуг по послепродажному обслуживанию автомобилей	9 062,5	5 738,8	0,5	0,4	109,3	105,7
Итого	25 412,0	14 956,0	-	-	107,4	104,2

В целом в анализируемом периоде значительных изменений в структуре доходов ООО «АВТОКАР» не произошло. Увеличение объемов реализации в действующих ценах наблюдается по всем видам деятельности – реализация автомобилей в 2015 г. составила 106,2% от уровня 2013 г., реализация запчастей и аксессуаров – 107,9%, оказание услуг по послепродажному обслуживанию автомобилей – 109,3%.

Основными факторами, под влиянием которых изменяется товарооборот, являются численность работников, производительность их труда и розничные цены.

Влияние изменения численности работников определяется по формуле [25, с.132]:

$$\Delta T_{\text{ч}} = (C_1 - C_0) P_0 \quad (2.1)$$

где $\Delta T_{\text{ч}}$ – изменение розничного товарооборота за счет изменения численности работников;

C_1, C_0 – среднесписочная численность работников в отчетном и базисном периоде;

P_0 – товарооборот на одного работника базисного периода.

Влияние изменения производительности труда на изменение товарооборота определяется по формуле:

$$\Delta T_n = \left(\frac{p_0/q_1}{q_1} - \Pi_0 \right) q_1 \quad (2.2)$$

где ΔT_n – изменение розничного товарооборота за счет изменения производительности труда;

p_0/q_1 – товарооборот в сопоставимых ценах (базисного периода);

Влияние розничных цен на изменение розничного товарооборота определим по формуле:

$$\Delta T_{ц} = T_1 - T_{1соп} \quad (2.3)$$

где $\Delta T_{ц}$ – изменение розничного товарооборота за счет изменения розничных цен;

$T_1, T_{1соп}$ – товарооборот анализируемого года соответственно в действующих и сопоставимых ценах.

Анализ влияния основных факторов на товарооборот ООО «АВТОКАР» представлен в таблице 2.4.

Таблица 2.4 - Факторный анализ товарооборота ООО «АВТОКАР»

Год	Объем реализации в действующих ценах, тыс. руб.	Среднесписочная численность менеджеров, чел.	Производительность труда, тыс. руб.	Индекс цен	Влияние факторов (+,-), тыс. руб.			
					Численность	Производительность труда	Цены	Всего
2013	343 701,0	4	85 925,3	-	-	-	-	-
2014	354 157,0	4	88 539,3	1,0610	-	-9 905,5	20 361,5	10 456,0
2015	369 113,0	4	92 278,3	1,0640	-	-7 246,3	22 202,3	14 956,0
Весь период				1,1289	-	-16 735,2	42 147,2	25 412,0

Из анализа данных таблицы 2.4 следует, что в целом за исследуемый период товарооборот в действующих ценах увеличился на 25 412,0 тыс. руб., в том числе:

- за счет снижения производительности труда – сократился на 16 735,2 тыс. руб.;
- за счет роста цен – увеличился на 42 147,2 тыс. руб.

Так как численность торгово-оперативных работников (менеджеров по продажам) не менялась, данный фактор не оказал влияние на товарооборот.

В 2014 г. по сравнению с 2013 г. товарооборот также увеличился только за счет роста цен, что отрицательно характеризует деятельность предприятия.

Это подтверждает вывод об ухудшении деятельности торгового предприятия в 2015 году по сравнению с предыдущими годами.

2.2. Анализ показателей рентабельности ООО «АВТОКАР»

Одним из основных требований успешного функционирования предприятий в условиях рыночной экономики является безубыточность деятельности, возмещение расходов собственными доходами и обеспечение в определенных размерах прибыльности, рентабельности хозяйствования. Прибыль является конечным и основным результатом финансово-хозяйственной деятельности. Рентабельность является относительным показателем уровня доходности предприятия, который характеризует эффективность работы предприятия в целом.

На величину валового дохода торгового предприятия влияют два основных фактора – объем реализации в сопоставимых ценах и уровень торговых наценок (комиссии). Влияние объема продаж рассчитывается как произведение изменения объема продаж и базового уровня валового дохода. Влияние уровня комиссии определяется как произведение изменения уровня валового дохода и объема продаж в отчетном периоде.

Расчет влияния данных факторов выполнен в таблице 2.5.

Таблица 2.5 - Факторный анализ валового дохода ООО «АВТОКАР»

Факторы	2015/ 2013	2015/ 2014
Объем реализации в сопоставимых ценах	-753,1	-321,0
Расчет	(326 968,8-343 701,0)*4,5%	(326 965,8-333795,5)*4,7%
Уровень комиссии	1 307,9	653,9
Расчет	(4,9-4,5)%*326 968,8	(4,9-4,7)%*326 965,8
Итого	554,8	332,9

Данные таблицы 2.5 показывают, что рост валового дохода был обеспечен не за счет роста объема продаж товаров и услуг, а за счет роста величины комиссии, что не может быть оценено положительно.

Анализ динамики прибыли от продаж и рентабельности продаж ООО «АВТОКАР» представлен в таблице 2.6.

Таблица 2.6 - Анализ динамики прибыли от продаж и рентабельности продаж ООО «АВТОКАР»

Показатели	2013 год	2014 год	2015 год	Изменение показателей			
				абсолютное (+,-)		темп роста, %	
				2015/ 2013	2015/ 2014	2015/ 2013	2015/ 2014
Прибыль от продаж, тыс. руб.	3 866,6	3 780,9	3 572,7	-293,9	-208,2	92,4	94,5
Рентабельность продаж, %	1,12	1,07	0,97	-0,16	-0,10		

Анализ данных таблицы 2.6 показывает, что прибыль от продаж ООО «АВТОКАР» в 2015 г. составила 3 572,7 тыс. руб., что на 293,9 тыс. руб. (7,6%) меньше, чем в 2013 г. и на 208,2 тыс. руб. (5,5%) меньше, чем в 2014 г.

Рентабельность продаж также сократилась. Величина показателя в 2015 г. – 1,09%, что на 0,16 процентных пункта меньше, чем в 2013 г. и 0,10 процентных пункта меньше, чем в 2014 г.

На величину прибыли торгового предприятия влияют следующие факторы первого порядка: товарооборот, уровень валового дохода и уровень издержек обращения.

Влияние изменения объема товарооборота на размер прибыли определяется по формуле:

$$\Delta\Pi_m = \frac{T_\phi - T_\delta \cdot P_\delta}{100} \quad (2.4)$$

где T_ϕ , T_δ - объем товарооборота соответственно в отчетном и базисном периодах;

P_δ - рентабельность продаж за базисный период.

Влияние изменения уровня валового дохода на прибыль рассчитывается по формуле:

$$\Delta\Pi_{\text{вд}} = \frac{(ВД_\phi - ВД_\delta)T_\phi}{100} \quad (2.5)$$

где $ВД_\phi$, $ВД_\delta$ - уровень валового дохода соответственно в отчетном и базисном периодах;

T_ϕ - объем товарооборота в отчетном периоде.

Влияние уровня издержек на прибыль определяется по формуле:

$$\Delta\Pi_{\text{ио}} = \frac{(ИО_\phi - ИО_\delta)T_\phi}{100} \quad (2.6)$$

где $ИО_\phi$, $ИО_\delta$ - уровень издержек обращения соответственно в отчетном и базисном периодах;

T_ϕ - объем товарооборота в отчетном периоде.

Проанализируем влияние данных факторов на прибыль от продаж ООО «АВТОКАР» (таблица 2.7).

Таблица 2.7 - Влияние факторов на прибыль ООО «АВТОКАР»

Факторы	2015/ 2013	2015/ 2014
Объем продаж	-188,3	-77,4
Расчет	-16 735,2*1,12%	-6 829,7*1,07%
Уровень валового дохода	1 307,9	653,9
Расчет	(4,9-4,5)%*326 965,8	(4,9-4,7)%*326 965,8
Уровень издержек обращения	-1 413,5	-784,7
Расчет	-(3,81-3,37)*326 965,8	-(3,81-3,57)*326 965,8
Итого	-293,9	-208,2

Результаты расчетов в таблице 2.7 показывают, что на прибыль положительно повлияло изменение уровня валового дохода, отрицательно – изменение товарооборота и рост уровня издержек обращения.

Рассчитаем показатели рентабельности ООО «АВТОКАР» (таблица 2.8). Исходные данные для выполнения расчетов приведены в приложении Г.

Таблица 2.8 – Показатели рентабельности ООО «АВТОКАР»

Показатели	2013 год	2014 год	2015 год	Изменение показателей	
				абсолютное (+,-)	
				2015/ 2013	2015/ 2014
1. Рентабельность продаж, %	1,12	1,07	0,97	-0,16	-0,10
2. Рентабельность активов, %	13,67	11,39	11,77	-1,89	0,39
3. Рентабельность собственного капитала, %	46,81	31,50	22,49	-24,32	-9,01
4. Рентабельность затрат, %	1,14	1,08	0,98	-0,16	-0,10
5. Рентабельность основных фондов, %	49,91	48,29	44,15	-5,75	-4,14
6. Рентабельность оборотных активов, %	19,19	15,11	16,31	-2,88	1,20
7. Рентабельность трудовых затрат, %	48,42	47,58	41,19	-7,23	-6,38

Данные таблицы 2.8 показывают, что в динамике все показатели рентабельности предприятия снизились. В тоже время наблюдается положительная динамика в 2015 г. по отношению к 2014 г. – возросла рентабельность активов в целом и оборотных активов – на 0,39 и 1,20%.

Одним из критериев того, что финансовая политика предприятия рациональна, является превышение рентабельности собственного капитала над величиной рентабельности активов.

В ООО «АВТОКАР» рентабельность собственного капитала больше рентабельности активов: в 2013 г. – 13,67 против 46,81% (превышение в 3,4

раза), в 2014 г. – 11,39 против 31,50% (превышение в 2,8 раза), в 2015 г. – 11,77 против 22,49% (превышение в 1,9 раза). Однако, если в 2013 г. рентабельность собственного капитала была больше рентабельности активов в 3,4 раза, то в 2014 г. – 2,8 раза, в 2015 г. – в 1,9 раза, то есть наблюдается отрицательная динамика снижения соотношения между рентабельностью собственного капитала и рентабельностью активов.

Необходимо сопоставить изменение рентабельности не только активов и собственного капитала, но и затрат. Расчеты свидетельствуют, что в динамике по отношению к 2013 г. ситуация характеризуется тем, что все показатели рентабельности снижаются. В приложении А представлена интерпретация такой ситуации - снижение показателей рентабельности может свидетельствовать о том, что дела у предприятия идут плохо, прибыльность падает и пора вести речь о мероприятиях антикризисного управления. Анализ динамики абсолютных показателей активов, собственного капитала, прибыли и затрат ООО «АВТОКАР» за 2013-2015 гг. показывает, что за этот период возросли активы (на 2,0%), собственный капитал (на 82,9%), затраты (на 7,6%), но прибыль от продаж снизилась на 7,6%. Значит, ООО «АВТОКАР» в первую очередь необходимо повышать объемы продаж с тем, чтобы увеличить прибыль от продаж.

Таким образом, анализ показателей рентабельности предприятия выявил, что в динамике за три года значения всех показателей снизились при росте активов и собственного капитала, что говорит о том, что ООО «АВТОКАР» необходимо увеличивать объемы продаж для того, чтобы повысить прибыль и рентабельность.

2.3 Факторный анализ рентабельности ООО «АВТОКАР»

Показателем, характеризующим эффективность основной деятельности, является рентабельность продаж, поэтому в первую очередь проанализируем влияние факторов на этот показатель. Основными факторами, влияющими на

рентабельность продаж, являются выручка от продаж, валовой доход, издержки.

Влияние выручки, валового дохода и издержек обращения на рентабельность методом цепных подстановок определяется по следующей формуле для расчета рентабельности [40, с.582]:

$$Rn = \frac{ВД - ИО}{В} \quad (2.7)$$

где ВД – валовой доход;

ИО – издержки обращения;

В – выручка от продаж.

Рассчитаем влияние факторов первого порядка на рентабельность продаж ООО «АВТОКАР» (таблица 2.9).

Таблица 2.9 - Влияние факторов на рентабельность продаж ООО «АВТОКАР»

Факторы	2015/ 2013	2015/ 2014
Объем реализации	-0,08	-0,04
Расчет	3 866,6/369 113-1,12	3 780,9/369 113-1,07
Валовой доход	0,15	0,09
Расчет	(16 021,3-11 599,9)/369 113*100- -3 866,6/369 113*100	(16 021,3-11 907,5)/369 113*100- -3 780,9/369 113*100
Издержки обращения	-0,23	-0,15
Расчет	0,97-((16 021,3-11 599,9)/369 113*100)	0,97-((16 021,3-11 907,5)/369 113*100)
Итого	-0,16	-0,10

Анализ данных таблицы 2.8 показывает, что рентабельность продаж предприятия снизилась, в основном, за счет роста уровня издержек обращения.

Проведем анализ влияния факторов на рентабельность затрат. Исходные данные для проведения факторного анализа рентабельности ООО «АВТОКАР» представлены в приложении Д.

В таблице 2.10 приведены данные о базовых, фактических и условных (пересчитанных на фактический объем продаж) значениях объема продаж, издержек и прибыли.

Таблица 2.10 - Данные для факторного анализа рентабельности затрат ООО «АВТОКАР»

Показатель	Базовый год	Базовый год, пересчитанный на фактический объем продаж	Отчетный год
2015/2013			
Объем продаж, тыс. руб.	343 701,0	178 233,8	369 113,0
Издержки обращения, тыс. руб.	339 834,4	176 441,9	365 540,3
Прибыль от продаж, тыс. руб.	3 866,6	1 791,9	3 572,7
2015/2014			
Объем продаж, тыс. руб.	354 157,0	216 847,5	369 113,0
Издержки обращения, тыс. руб.	350 376,1	214 703,0	365 540,3
Прибыль от продаж, тыс. руб.	3 780,9	2 144,4	3 572,7

Значения показателей в графе 3 таблицы 2.10 получены на основе данных приложения Д. Расчет объема продаж при сравнении с 2013 г. выполнен следующим образом:

$$3\,928 * (747,8 * 3,3\% + 24,4 * 22,7\% + 36,1 * 42,9\%) = 178\,233,8.$$

Расчет объема продаж при сравнении с 2014 г.:

$$3\,928 * (918,3 * 4,3\% + 37,4 * 40,4\% + 39,2 * 55,3\%) = 216\,847,5.$$

Расчет издержек при сравнении с 2013 г.:

$$3\,928 * (743,6 * 3,3\% + 23,8 * 22,7\% + 35,7 * 42,9\%) = 176\,441,9.$$

Расчет издержек при сравнении с 2014 г.:

$$3\,928 * (913,5 * 4,3\% + 36,5 * 40,4\% + 38,7 * 55,3\%) = 214\,703,0.$$

В таблице 2.11 приведены вспомогательные данные, необходимые для проведения факторного анализа рентабельности затрат предприятия.

Таблица 2.11 - Сумма прибыли от продаж ООО «АВТОКАР»

Показатель	Формулы	Расчет	Сумма прибыли, тыс. руб.
2015/2013			
Прибыль за базовый год	Впл-Зпл	343 701,0-339 834,4	3 866,6
Прибыль усл.1	Ппл*Крп	3 866,6*3 928/5 707	2 661,3
Прибыль усл.2	Вусл-Зусл	178 233,8-176 441,9	1 791,9
Прибыль усл.3	Вф-Зусл	369 113,0-176 441,9	192 671,1
Прибыль за отчетный год	Вф-Зф	369 113,0-365 540,3	3 572,7
2015/2014			
Прибыль за базовый год	Впл-Зпл	354 157,0-350 376,1	3 780,9
Прибыль усл.1	Ппл*Крп	3 780,9*3 928/4 661	3 186,3
Прибыль усл.2	Вусл-Зусл	216 847,5-214 703,0	2 144,4
Прибыль усл.3	Вф-Зусл	369 113,0-214 703,0	154 410,0
Прибыль за отчетный год	Вф-Зф	369 113,0-365 540,3	3 572,7

На основе данных таблиц 2.10 и 2.11 в таблице 2.12 проведен анализ влияния изменения объема продаж, структуры продукции, цены и издержек на рентабельность затрат ООО «АВТОКАР» (по алгоритму проведения факторного анализа способом цепных подстановок, приведенному в таблице 1.5).

Расчеты, представленные в таблице 2.12, показывают, что за счет изменения структуры реализованных товаров рентабельность затрат снизилась на 0,12% по сравнению с 2013 г. и на 0,08% по сравнению с 2014 г.

За счет роста цен рентабельность увеличилась на 108,18% по сравнению с 2013 г. и на 71,92% по сравнению с 2014 г.

Увеличение издержек привело к уменьшению рентабельности соответственно на 108,22 и 70,94%.

Совокупное влияние факторов привело к снижению рентабельности затрат в 2015 г. на 0,16% по сравнению с 2013 г. и на 0,10% – по сравнению с 2014 г. Наглядно влияние факторов на рентабельность затрат ООО «АВТОКАР» в 2015 г. по сравнению с 2013 г. представлено на рисунке 2.9, по сравнению с 2014 г. – на рисунке 2.4.

Таблица 2.12 - Анализ влияния факторов на рентабельность затрат
ООО «АВТОКАР»

Показатель	Расчет рентабельности	Рентабельность затрат, %	Влияние, тыс. руб.	Расчет влияния фактора	Фактор
1	2	3	4	5	6
2015/2013					
Рентабельность за базовый год (Рпл)	3 866,6/339 834,4	1,14			
Рентабельность (Русл.1)	$\frac{3866,6 \cdot 3928 / 5707}{339834,4 \cdot 3928 / 5707}$	1,14	-	1,14-1,14	объем продаж
Рентабельность (Русл.2)	1 791,9/176 441,9	1,02	-0,12	1,02-1,14	структура продукции
Рентабельность (Русл.3)	192 671,1/339 834,4	109,20	108,18	109,2-1,02	цена
Рентабельность за отчетный год (Рф)	3 572,7/365 540,3	0,98	-108,22	0,98-109,2	издержки
Итого			-0,16		
2015/2014					
Рентабельность за базовый год (Рпл)	3 780,9/350 376,1	1,08			
Рентабельность (Русл.1)	$\frac{3780,9 \cdot 3928 / 4661}{350376,1 \cdot 3928 / 4661}$	1,08	-	1,08-1,08	объем продаж
Рентабельность (Русл.2)	2 144,4/214 703,0	1,00	-0,08	1,00-1,08	структура продукции
Рентабельность (Русл.3)	154 410,0/214 703,0	71,92	70,92	71,92-1,00	цена
Рентабельность за отчетный год (Рф)	3 572,7/365 540,3	0,98	-70,94	0,98-71,92	издержки
Итого			-0,10		

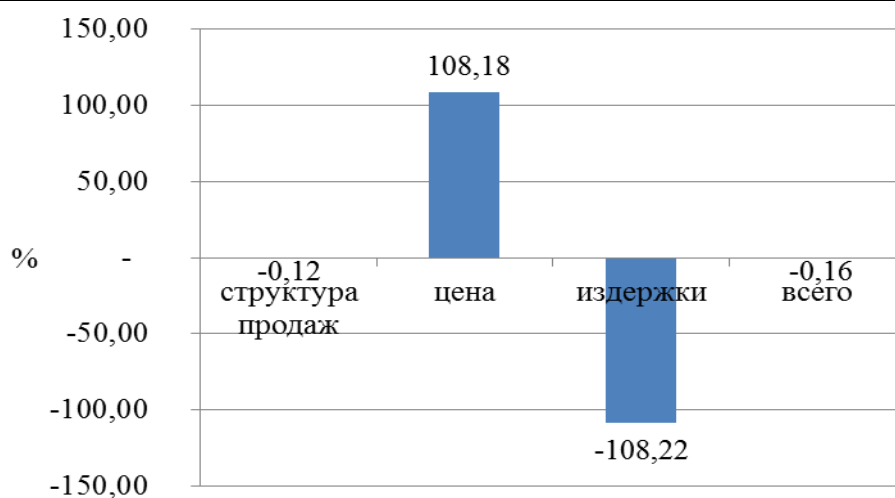


Рисунок 2.4 - Влияние факторов на рентабельность затрат ООО «АВТОКАР» в 2015 г. по сравнению с 2013 г.

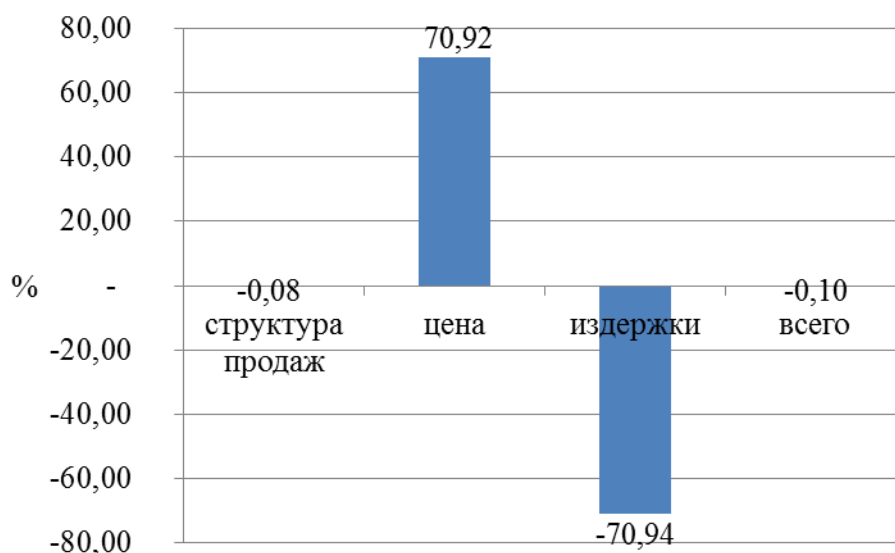


Рисунок 2.5 - Влияние факторов на рентабельность затрат ООО «АВТОКАР» в 2015 г. по сравнению с 2014 г.

Аналогично проведем анализ рентабельности продаж ООО «АВТОКАР» (по алгоритму проведения расчетов способом цепных подстановок, представленному в таблице 1.6). Расчеты факторного анализа рентабельности продаж предприятия сведены в таблице 2.13.

Таблица 2.13 - Анализ влияния факторов на рентабельность продаж ООО «АВТОКАР»

Показатель	Расчет рентабельности	Рентабельность продаж, %	Влияние, тыс. руб.	Расчет влияния фактора	Фактор
1	2	3	4	5	6
2015/2013					
Рентабельность за базовый год (Рпл)	3 866,6/343 701,0	1,12			
Рентабельность (Русл.1)	$\frac{3\ 866,6 \cdot 3\ 928 / 5\ 707}{343\ 701,0 \cdot 3\ 928 / 5\ 707}$	1,12	-	1,12-1,12	объем продаж
Рентабельность (Русл.2)	1 791,9/178 233,8	1,00	-0,12	1,00-1,12	структура продукции
Рентабельность (Русл.3)	192 671,1/178 233,8	108,10	107,09	108,10-1,00	цена
Рентабельность за отчетный год (Рф)	3 572,7/369 113,0	0,97	-107,13	0,97-108,10	издержки
Итого			-0,16		

2015/2014					
Рентабельность за базовый год (Рпл)	3 780,9/354 157,0	1,07			
Рентабельность (Русл.1)	$\frac{3\,780,9 \cdot 3\,928/4\,661}{354\,157,0 \cdot 3\,928/4\,661}$	1,07	-	1,07-1,07	объем продаж
Рентабельность (Русл.2)	2 144,4/216 847,5	0,99	-0,08	0,99-1,07	структура продукции
Рентабельность (Русл.3)	154 410,0/216 847,5	71,21	70,22	71,21-0,99	цена
Рентабельность за отчетный год (Рф)	3 572,7/369 113,0	0,97	-70,24	0,97-71,21	издержки
Итого			-0,10		

Анализ данных таблицы 2.13 показывает, что в целом рентабельность продаж ООО «АВТОКАР» в 2015 г. по сравнению с 2013 г. снизилась на 0,16%. Положительно на показатель рентабельности повлиял только рост цен (107,09%), причем влияние данного фактора было существенным, отрицательно – увеличение издержек (-107,13%), причем влияние данного фактора было основным, и изменения в структуре продукции (-0,12%). Следовательно, в структуре продаж предприятия повысилась доля менее рентабельных товаров и услуг, а рост издержек компенсируется ростом цен.

Рентабельность продаж предприятия в 2015 г. по сравнению с 2014 г. снизилась на 0,10%. Влияние факторов на результативный показатель аналогично - положительно на рентабельность повлиял рост цен (70,22%), отрицательно – увеличение издержек (-70,24%) и изменения в структуре продукции (-0,08%). Значит, в структуре продаж повысилась доля менее рентабельных товаров и услуг. Также, как и в целом за три года, рост цен на товары компенсировал рост издержек.

Наглядно влияние факторов на рентабельность продаж в 2015 г. по сравнению с 2013 г. представлено на рисунке 2.11, по сравнению с 2014 г. – на рисунке 2.6.



Рисунок 2.6- Влияние факторов на рентабельность продаж ООО «АВТОКАР» в 2015 г. по сравнению с 2013 г.

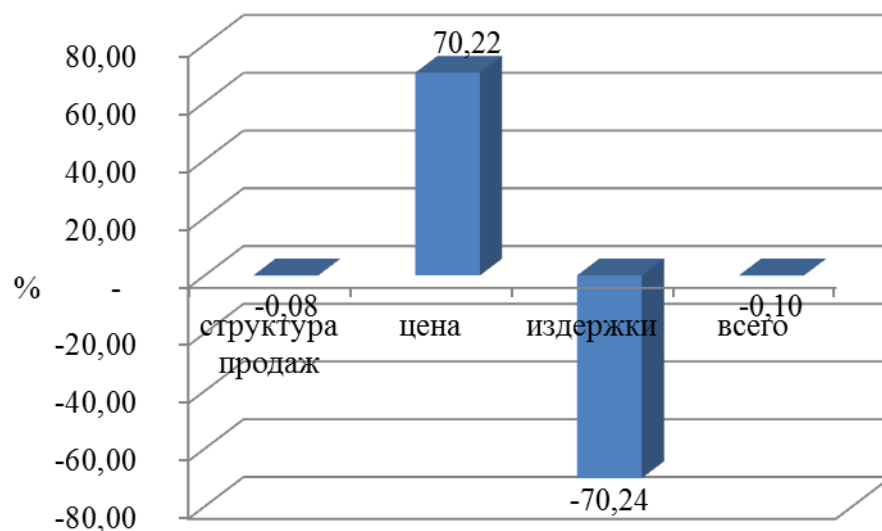


Рисунок 2.7 - Влияние факторов на рентабельность продаж ООО «АВТОКАР» в 2015 г. по сравнению с 2014 г.

Проведем анализ рентабельности затрат и рентабельности продаж ООО «АВТОКАР» в разрезе основных видов деятельности. Данные для анализа представлены в таблице 2.14.

Таблица 2.14 - Исходные данные для факторного анализа рентабельности затрат ООО «АВТОКАР» по видам деятельности

Вид деятельности	Средняя цена продаж, тыс. руб.			Издержки обращения единицы товара (услуги), тыс. руб.		
	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Реализация автомобилей	747,8	918,3	1 020,0	743,6	913,5	1 015,5
Реализация запчастей и аксессуаров к автомобилям	24,4	37,4	56,2	23,8	36,5	54,9
Послепродажное обслуживание автомобилей	36,1	39,2	43,6	35,7	38,7	43,2
Итого	60,2	76,0	94,0	59,5	75,2	93,1

В таблице 2.15 представлен расчет рентабельности ООО «АВТОКАР» по каждому виду деятельности (по формулам для факторного анализа рентабельности способом цепной подстановки, приведенным в таблице 1.7).

Таблица 2.15 - Рентабельность затрат ООО «АВТОКАР» по видам деятельности

Вид деятельности	Рпл	Русл	Рф
2015/2013			
Реализация автомобилей	0,57	37,18	0,44
Расчет	$(747,8-743,6)/743,6$	$(1\ 020,0-743,6)/743,6$	$(1\ 020,0-1\ 015,5)/1\ 015,5$
Реализация запчастей и аксессуаров к автомобилям	2,68	136,57	2,40
Расчет	$(24,4-23,8)/23,8$	$(56,2-23,8)/23,8$	$(56,2-54,9)/54,9$
Послепродажное обслуживание автомобилей	1,14	22,18	0,98
Расчет	$(36,1-35,7)/35,7$	$(43,6-35,7)/35,7$	$(43,6-43,2)/43,2$
Итого	1,14	57,81	0,98
2015/2014			
Реализация автомобилей	0,52	11,66	0,44
Расчет	$(918,3-913,5)/913,5$	$(1\ 020,0-913,5)/913,5$	$(1\ 020,0-1\ 015,5)/1\ 015,5$
Реализация запчастей и аксессуаров к автомобилям	2,55	54,05	2,40
Расчет	$(37,4-36,5)/36,5$	$(56,2-36,5)/36,5$	$(56,2-54,9)/54,9$
Послепродажное обслуживание автомобилей	1,08	12,50	0,98
Расчет	$(39,2-38,7)/38,7$	$(43,6-38,7)/38,7$	$(43,6-43,2)/43,2$
Итого	1,08	25,01	0,98

Расчет влияния факторов на рентабельность затрат ООО «АВТОКАР» по каждому виду деятельности представлен в таблице 2.16.

Таблица 2.16 - Расчет влияния факторов на рентабельность затрат ООО «АВТОКАР» по видам деятельности

Вид деятельности	2015/2013			2015/2014		
	влияние цен	влияние издержек	итого	влияние цен	влияние издержек	итого
Реализация автомобилей	36,61	-36,74	-0,13	11,13	-11,21	-0,08
Расчет	37,18-0,57	0,44-37,18		11,66-0,52	0,44-11,66	
Реализация запчастей и аксессуаров к автомобилям	133,89	-134,17	-0,28	51,50	-51,65	-0,15
Расчет	136,57-2,68	2,40-136,57		54,05-2,55	2,40-54,05	
Послепродажное обслуживание автомобилей	21,04	-21,20	-0,16	11,42	-11,52	-0,10
Расчет	22,18-1,14	0,98-22,18		12,50-1,08	0,98-12,50	
Итого	56,67	-56,83	-0,16	23,93	-24,03	-0,10

Данные таблицы 2.16 показывают, что произошло снижение рентабельности затрат в 2015 г. по сравнению с 2013 г. по всем видам деятельности: реализация автомобилей (-0,13%), реализация запчастей и аксессуаров к автомобилям (-0,28%) и послепродажное обслуживание автомобилей (-0,16).

По сравнению с 2014 г. рентабельность также снизилась по всем видам деятельности – на 0,08, 0,15 и 0,10% соответственно. Рост издержек был выше, чем рост цен на товары и услуги, что и привело к снижению рентабельности затрат.

Наглядно влияние факторов на рентабельность затрат предприятия по каждому виду деятельности в 2015 г. по сравнению с 2013 г. представлено на рисунке 2.8, по сравнению с 2014 г. – на рисунке 2.9.

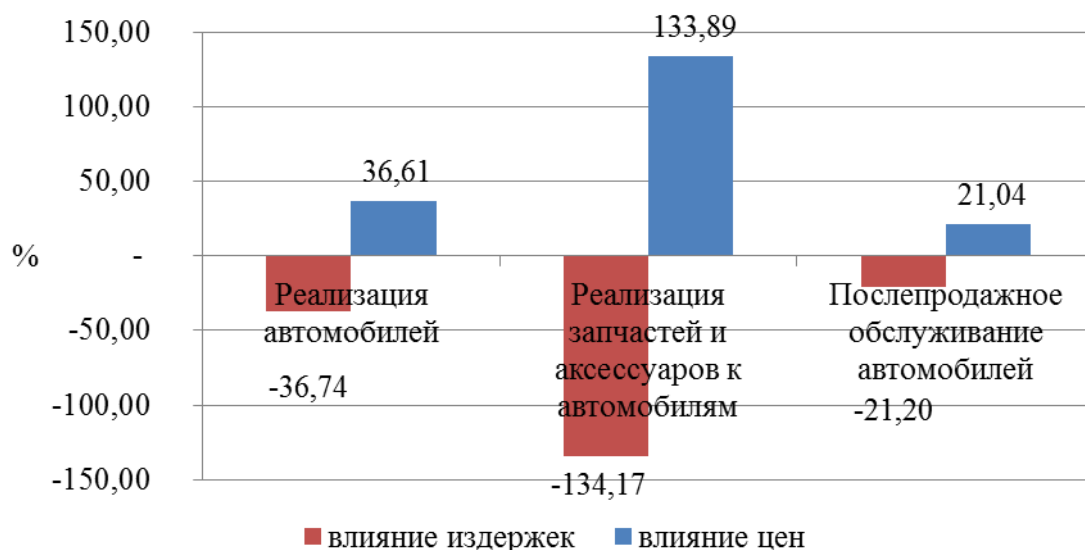


Рисунок 2.8 - Влияние факторов на рентабельность затрат ООО «АВТОКАР» по видам деятельности в 2015 г. по сравнению с 2013 г.

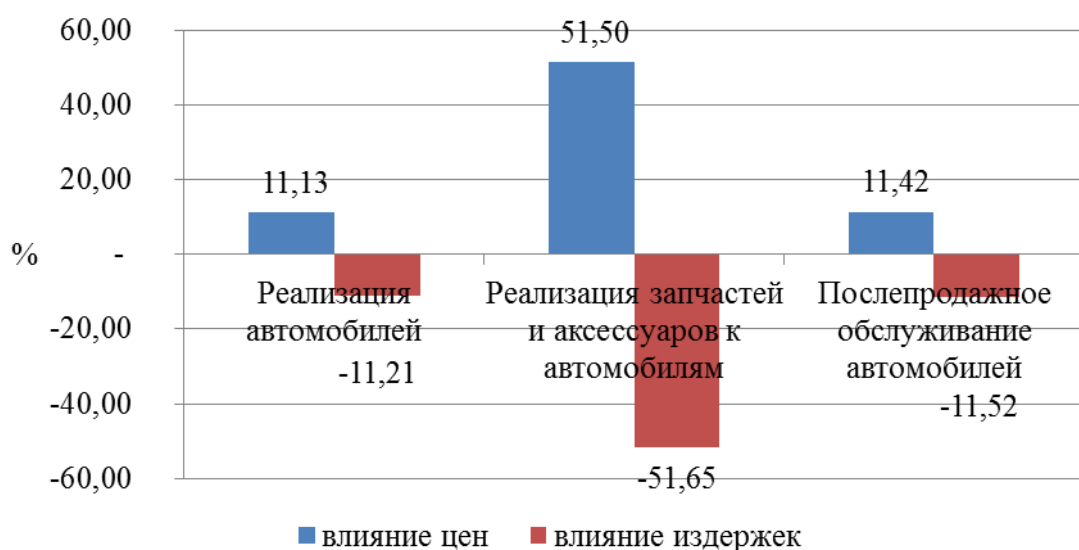


Рисунок 2.9 - Влияние факторов на рентабельность затрат ООО «АВТОКАР» по видам деятельности в 2015 г. по сравнению с 2014 г.

Аналогичным образом, используя данные таблицы 2.14, проведем факторный анализ рентабельности продаж ООО «АВТОКАР» по видам деятельности (по алгоритму расчета показателей рентабельности способом

цепной подстановки, приведенным в таблице 1.8). В таблице 2.17 представлен расчет рентабельности продаж предприятия по видам деятельности.

Таблица 2.17 - Рентабельность продаж ООО «АВТОКАР» по видам деятельности

Вид деятельности	Рпл	Русл	Рф
2015/2013			
Реализация автомобилей	0,57	27,10	0,44
Расчет	(747,8-743,6)/747,8	(1 020,0-743,6)/1 020,0	(1 020,0-1 015,5)/1 020,0
Реализация запчастей и аксессуаров к автомобилям	2,61	57,73	2,34
Расчет	(24,4-23,8)/24,4	(56,2-23,8)/56,2	(56,2-54,9)/56,2
Послепродажное обслуживание автомобилей	1,13	18,15	0,97
Расчет	(36,1-35,7)/36,1	(43,6-35,7)/43,6	(43,6-43,2)/43,6
Итого	1,12	36,63	0,97
2015/2014			
Реализация автомобилей	0,52	10,44	0,44
Расчет	(918,3-913,5)/918,3	(1 020,0-913,5)/1 020,0	(1 020,0-1 015,5)/1 020,0
Реализация запчастей и аксессуаров к автомобилям	2,49	35,09	2,34
Расчет	(37,4-36,5)/37,4	(56,2-36,5)/56,2	(56,2-54,9)/56,2
Послепродажное обслуживание автомобилей	1,07	11,11	0,97
Расчет	(39,2-38,7)/39,2	(43,6-38,7)/43,6	(43,6-43,2)/43,6
Итого	1,07	20,00	0,97

Расчет влияния факторов на рентабельность продаж ООО «АВТОКАР» по виду деятельности представлен в таблице 2.18.

Таблица 2.18 - Расчет влияния факторов на рентабельность продаж ООО «АВТОКАР» по видам деятельности

Вид деятельности	2015/2013			2015/2014		
	влияние цен	влияние издержек	итого	влияние цен	влияние издержек	итого
1	2	3	4	5	6	7
Реализация автомобилей	26,54	-26,66	-0,12	9,92	-10,00	-0,08
Расчет	27,10-0,57	0,44-27,10		10,44-0,52	0,44-10,44	

Реализация запчастей и аксессуаров к автомобилям	55,12	-55,39	-0,27	32,60	-32,74	-0,14
Расчет	57,73-2,61	2,34-57,73		35,09-2,49	2,34-35,09	
Послепродажное обслуживание автомобилей	17,03	-17,18	-0,16	10,04	-10,14	-0,10
Расчет	18,15-1,13	0,97-18,15		11,11-1,07	0,97-11,11	
Итого	35,51	-35,66	-0,16	18,94	-19,04	-0,10

Анализ данных таблицы 2.18 показывает, что в 2015 г. по сравнению с 2013 г. и по сравнению с 2014 г. снизилась рентабельность продаж по всем видам деятельности. Рост цен частично компенсировал рост издержек, но общее влияние факторов отрицательное.

Наглядно влияние факторов на рентабельность продаж по видам деятельности в 2015 г. по сравнению с 2013 г. представлено на рисунке 2.10, по сравнению с 2014 г. – на рисунке 2.11.

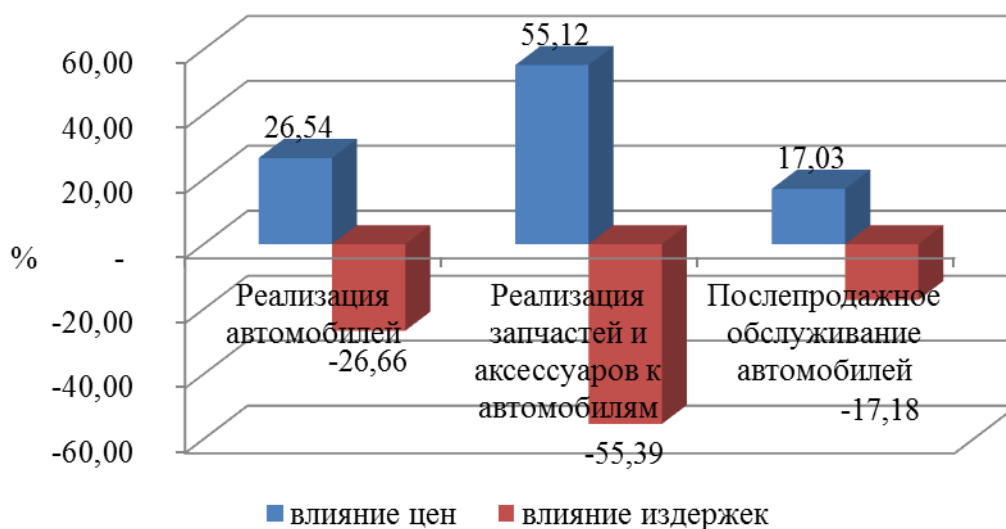


Рисунок 2.10 - Влияние факторов на рентабельность продаж ООО «АВТОКАР» по видам деятельности в 2015 г. по сравнению с 2013 г.

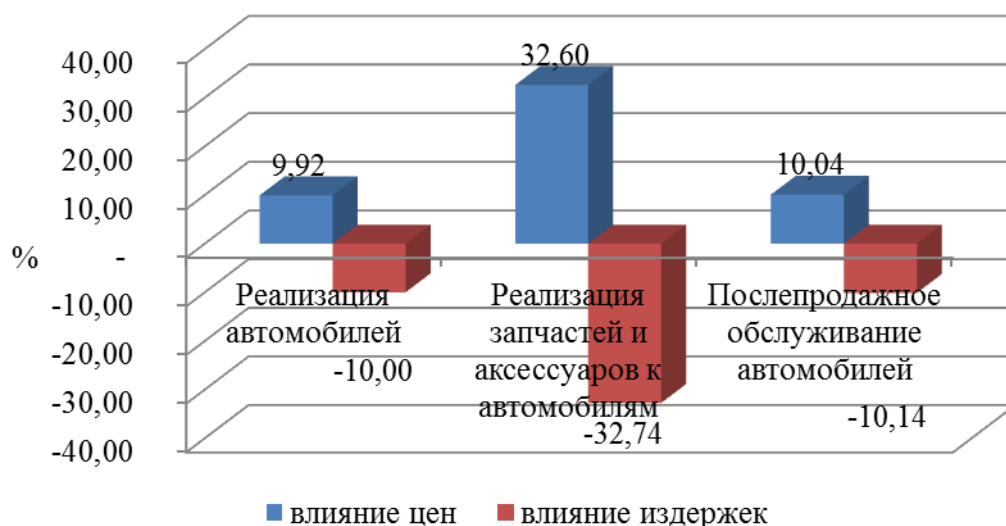


Рисунок 2.11 - Влияние факторов на рентабельность продаж ООО «АВТОКАР» по видам деятельности в 2015 г. по сравнению с 2014 г.

Проведем также факторный анализ рентабельности активов по факторной модели, исследующей зависимость рентабельности активов от отдачи активов и рентабельности продаж (формула 1.2). Для этого используем формулы расчета влияния факторов на рентабельность активов, приведенные в таблице 1.9. Для проведения факторного анализа составлена вспомогательная таблица 2.19.

Таблица 2.19 – Исходные данные для факторного анализа рентабельности активов ООО «АВТОКАР»

Показатели	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2015/2013	2015/2014
Выручка, тыс. руб.	343 701,0	354 157,0	369 113,0	25 412,0	14 956,0
Активы, тыс. руб.	27 317,7	31 591,1	27 860,1	542,4	-3 731,0
Чистая прибыль, тыс. руб.	2 986,6	2 878,4	2 624,3	-362,3	-254,1
Рентабельность активов по чистой прибыли, %	10,93	9,11	9,42	-1,51	0,31

Влияние факторов за период 2013-2015 гг.:

- отдача активов – $\left(\frac{369\,113,0}{27\,860,1} - \frac{343\,701,0}{27\,317,7} \right) \cdot \frac{2\,986,6 \cdot 100}{343\,701,0} = 0,67 \cdot 0,87 = 0,58$;
- рентабельность продаж – $\left(\frac{2\,624,3 \cdot 100}{369\,113,0} - \frac{2\,986,6 \cdot 100}{343\,701,0} \right) \cdot \frac{369\,113,0}{27\,860,1} = -0,16 \cdot 13,25 = -2,09$.

Совокупное влияние факторов: $0,58+(-2,09)=-1,51$.

Влияние факторов за период 2014-2015 гг.:

$$- \text{отдача активов} - \left(\frac{369\,113,0}{27\,860,1} - \frac{354\,157,0}{31\,591,1} \right) \cdot \frac{2\,878,4 \cdot 100}{354\,157,0} = 2,04 \cdot 0,81 = 1,66 ;$$

$$- \text{рентабельность продаж} - \left(\frac{2\,624,3 \cdot 100}{369\,113,0} - \frac{2\,878,4 \cdot 100}{354\,157,0} \right) \cdot \frac{369\,113,0}{27\,860,1} = -0,10 \cdot 13,25 = -1,35 .$$

Совокупное влияние факторов: $1,66+(-1,35)=0,31$.

Следовательно, рост отдачи активов позволил повысить рентабельность активов в 2015 г. на 0,58% по отношению к 2013 г. и на 1,66% по отношению к 2014 г. Снижение рентабельности продаж по чистой прибыли привело к уменьшению рентабельности активов на 2,09 и 1,35% соответственно. Значит, ООО «АВТОКАР» необходимо повышать рентабельность активов за счет мероприятий, способствующих росту продаж.

Проведем анализ рентабельности активов (по прибыли от продаж) ООО «АВТОКАР» по факторной модели, отражающей зависимость рентабельности активов от комплекса факторов (формула 1.3) с использованием формул, приведенных в таблице 1.10.

Результаты расчетов приведены в таблице 2.20 (расчеты представлены в приложении Ж).

Таблица 2.20 - Расчет влияния системы факторов на рентабельность активов (по прибыли от продаж) ООО «АВТОКАР»

Показатель	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Отклонение (+,-)	
				2015/ 2013	2015/ 2014
1	2	3	4	5	6
1. Прибыль от продаж, тыс. руб.	3 866,6	3 780,9	3 572,7	-293,9	-208,2
2. Среднегодовая величина активов, тыс. руб.	27 317,7	31 591,1	27 860,1	542,4	-3 731,0
3. Среднегодовая величина оборотных активов, тыс. руб.	19 453,8	23 805,5	20 108,6	654,8	-3 696,9
4. Среднегодовая величина собственного капитала, тыс. руб.	6 380,5	9 138,4	11 669,2	5 288,7	2 530,8
5. Среднегодовая величина совокупных обязательств, тыс. руб.	20 937,2	22 452,7	16 190,9	-4 746,3	-6 261,8

6. Выручка от продаж, тыс. руб.	343 701,0	354 157,0	369 113,0	25 412,0	14 956,0
7. Материальные расходы, тыс. руб.	329 256,9	339 498,2	354 104,5	24 847,6	14 606,3
8. Оплата труда, тыс. руб.	7 710,0	7 562,4	7 963,2	253,2	400,8
9. Амортизация, тыс. руб.	90,8	92,3	94,3	3,5	2,0
10. Прочие расходы, тыс. руб.	2 776,7	3 223,2	3 378,3	601,6	155,1
11. Рентабельность активов, % (стр.1/стр.2*100)	14,15	11,97	12,82	-1,33	0,86
12. Коэффициент финансового рычага (стр.5/стр.4)	3,28	2,46	1,39	-1,89	-1,07
13. Коэффициент автономии (стр.4/стр.2)	0,23	0,29	0,42	0,19	0,13
14. Коэффициент покрытия совокупных обязательств оборотными активами (стр.3/стр.5)	0,93	1,06	1,24	0,31	0,18
15. Коэффициент оборачиваемости оборотных активов (стр.6/стр.3)	17,67	14,88	18,36	0,69	3,48
16. Материалоемкость, % (стр.7/стр.6*100)	95,80	95,86	95,93	0,14	0,07
17. Зарплатоемкость, % (стр.8/стр.6*100)	2,24	2,14	2,16	-0,09	0,02
18. Амортизациеёмкость, % (стр.9/стр.6*100)	0,03	0,03	0,03	-	-
19. Прочая расходоемкость, % (стр.10/стр.6*100)	0,81	0,91	0,92	0,11	0,01
20. Влияние на изменение рентабельности активов факторов, % - всего				-1,33	0,86
в том числе:					
коэффициента финансового рычага				-8,17	-5,21
коэффициента автономии				4,75	3,03
коэффициента покрытия совокупных обязательств оборотными активами				3,61	1,68
коэффициента оборачиваемости оборотных активов				0,56	2,68
материалоемкости				-1,81	-0,97
зарплатоемкости				1,14	-0,29
амортизациеёмкости				0,01	0,01
прочей расходоемкости				-1,42	-0,07

Факторный анализ показывает, что наиболее отрицательное влияние на рентабельность активов предприятия оказал такой фактор, как коэффициент финансового рычага. Влияние данного фактора по отношению к 2013 г. – минус 8,17%, по отношению к 2014 г. – минус 5,21%. В свою очередь, снижение величины коэффициента финансового рычага обусловлено тем, что обязательства предприятия уменьшились при росте величины совокупного

капитала. Уменьшение величины коэффициента финансового рычага можно оценить положительно, так как это говорит об увеличении финансовой устойчивости предприятия.

Проведем факторный анализ собственного капитала ООО «АВТОКАР» (по формулам расчета влияния факторов на рентабельность собственного капитала, приведенным в таблице 1.11). Для проведения факторного анализа составлена вспомогательная таблица 2.21.

Таблица 2.21 – Исходные данные для факторного анализа рентабельности собственного капитала ООО «АВТОКАР»

Показатели	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Абсолютное изменение	
				2015/2013	2015/2014
Рентабельность продаж	0,87	0,81	0,71	-0,16	-0,10
Оборачиваемость активов	12,58	11,21	13,25	0,67	2,04
Структура капитала	4,28	3,46	2,39	-1,89	-1,07
Рентабельность собственного капитала	46,81	31,50	22,49	-24,32	-9,01

Влияние факторов за 2013-2015 гг.:

- рентабельность продаж – $-0,16 \cdot 12,58 \cdot 4,28 = -8,51$;
- оборачиваемость активов – $0,71 \cdot 0,67 \cdot 4,28 = 2,03$;
- структура капитала – $0,71 \cdot 13,25 \cdot (-1,89) = -17,84$.

Совокупное влияние факторов – $-8,51 + 2,03 + (-17,84) = -24,32$.

Влияние факторов за 2014-2015 гг.:

- рентабельность продаж – $-0,10 \cdot 11,21 \cdot 3,46 = -3,94$;
- оборачиваемость активов – $0,71 \cdot 2,04 \cdot 3,46 = 5,01$;
- структура капитала – $0,71 \cdot 13,25 \cdot (-1,07) = -10,07$.

Совокупное влияние факторов – $-3,94 + 5,01 + (-10,07) = -9,01$.

Следовательно, на рентабельность собственного капитала отрицательно повлияло снижение рентабельности продаж и изменение структуры капитала, так как рост собственного капитала не обеспечил соответствующего роста активов, при этом отрицательное влияние данных факторов не компенсировалось ростом оборачиваемости активов.

Таким образом, анализ выявил следующие недостатки деятельности ООО «АВТОКАР»:

- снижение значений основных результативных показателей – объемов продаж в натуральном выражении, прибыли от продаж и рентабельности продаж;
- выручка и валовой доход возросли не за счет повышения объемов продаж, а за счет роста цен на товары и услуги и уровня комиссионного вознаграждения предприятию;
- снижение в динамике всех показателей рентабельности (продаж, активов, собственного капитала, затрат, основных фондов, оборотных активов, трудовых затрат);
- снижение рентабельности затрат и продаж выявлено по всем видам деятельности предприятия, но наименьший уровень рентабельности выявлен по такому виду деятельности, как реализация автомобилей;
- основным фактором, отрицательно повлиявшим на рентабельность активов, является снижение рентабельности продаж;
- увеличение величины собственного капитала не обеспечило соответствующего увеличения активов, что отрицательно повлияло на рентабельность собственного капитала.

Следовательно, для предприятия важно увеличивать рентабельность продаж. Для устранения выявленных недостатков и повышения эффективности деятельности ООО «АВТОКАР» необходимо разработать мероприятия, способствующие повышению прибыли и рентабельности.

3 Разработка мероприятий по увеличению рентабельности ООО «АВТОКАР»

3.1 Внедрение системы «трейд-ин» (обмен старого автомобиля на новый)

Анализ деятельности ООО «АВТОКАР» показал, что в 2013-2015 гг. важной проблемой деятельности предприятия явилось снижение объемов продаж. В 2013 г. было продано 239 автомобилей, реализовано 2 762 единиц запчастей и аксессуаров к автомобилям, оказано 2 706 услуг по послепродажному обслуживанию автомобилей. В 2015 г. эти показатели снизились до 199, 1884 и 2578 единиц соответственно.

Такая ситуация отрицательно влияет на прибыль от продаж и соответственно, рентабельность продаж. В свою очередь, рентабельность продаж явилась основным фактором снижения рентабельности активов и одним из основных факторов снижения рентабельности собственного капитала.

Для повышения объемов продаж автомобилей ООО «АВТОКАР» предлагается продавать автомобили по системе «трейд-ин» (обмен старого автомобиля на новый).

Система «трейд-ин» - это способ продать старый автомобиль и одновременно купить новый. Суть системы заключается в том, что старый автомобиль засчитывается покупателю как первый взнос в счет оплаты за новый, покупаемый в салоне, то есть «трейд-ин» создана для того, чтобы продавать новые машины, а не перепродавать старые. Система «трейд-ин» (от английского «trade in» - отдавать что-либо в уплату) возникла в США еще в конце 19 века. Сегодня в промышленно развитых странах по системе «trade in» продается примерно 20-25% автомобилей [46]. В России организация продаж автомобилей по системе «трейд-ин» пока еще не получила широкого распространения.

Для организации продаж по системе «трейд-ин» ООО «АВТОКАР» необходимо заключить договор с автомобильным салоном, специализирующимся на продаже подержанных автомобилей. В этом случае доходы предприятия будут меньше на сумму комиссионных (составляют

примерно 1,5% от цены продаваемого автомобиля), но обороты продаж возрастут.

Деятельность ООО «АВТОКАР» совершенствуется за счет увеличения числа потенциальных покупателей, так как система «трейд-ин» не только позволяет приобрести новую машину, но и позволяет покупателю сэкономить время, так как ему не нужно лично заниматься продажей автомобиля.

Для успешной реализации данной системы продаж автомобилей необходимо известить широкий круг потенциальных покупателей о новой услуге ООО «АВТОКАР», поэтому необходимо разместить информацию о системе «трейд-ин» на сайте предприятия, провести рекламную кампанию в средствах массовой информации.

Затраты на проведение рекламной кампании приведены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Затраты на проведение рекламной кампании продаж автомобилей по системе «трейд-ин»

Средство рекламы	Стоимость, тыс. руб.
Новостной портал «Новости Тольятти»	10,0
Рекламные буклеты и плакаты	5,0
Реклама в журнале «Выбирай»	10,0
Итого	25,0

В соответствии с таблицей 3.1 для внедрения мероприятия необходимы затраты на рекламу в размере 25,0 тыс. руб.

Для того, чтобы определить спрос на новую услугу, в был проведен устный опрос покупателей в салоне продаж автомобилей и на станции технического обслуживания ООО «АВТОКАР». Всем покупателям менеджеры предприятия предлагали ответить на вопросы, ответы письменно фиксировались в опросном листе:

- знаете ли Вы о системе «трейд-ин»?;
- продавали ли Вы уже свой автомобиль с помощью системы «трейд-ин»?;
- воспользуетесь ли Вы системой «трейд-ин» в нашем автосалоне?

При этом, если респондент не знал о «трейд-ин», менеджер пояснял основные положения такой системы продаж автомобилей.

В опросе приняли участие 63 человека. Наглядно результаты опроса представлены на рисунках 3.1 и 3.2.



Рисунок 3.1 – Осведомленность и отношение покупателей к идее продаж автомобилей ООО «АВТОКАР» по системе «трейд-ин» (количество ответов)



Рисунок 3.2 – Осведомленность и отношение покупателей к идее продаж автомобилей ООО «АВТОКАР» по системе «трейд-ин» (% к общему количеству ответов)

Анализ рисунков 3.1 и 3.2 показывает, что почти все респонденты (92,1%) осведомлены о такой системе продаж автомобилей, большинство из них

(74,6%) еще не пользовались данной услугой, и при этом 68,3% опрошенных выразили желание купить новый автомобиль в ООО «АВТОКАР» с использованием системы «трейд-ин».

Дополнительный объем продаж за счет внедрения новой системы продаж автомобилей определен по опыту автосалона «Крумб Сервис», который уже применяет систему «трейд-ин». По расчетам менеджеров автосалона «Крумб Сервис» за счет продаж автомобилей по системе «трейд-ин» годовой объем продаж увеличивается в среднем на 7%.

Объем продаж автомобилей ООО «АВТОКАР» в 2015 г. составил 189 724,1 тыс. руб., значит дополнительный объем продаж равен 13 280,7 тыс. руб.:

$$189\,724,1 * 7\% = 13\,280,7$$

Для расчета экономической эффективности от внедрения мероприятия необходимо использовать данные, представленные в таблице 3.2.

Таблица 3.2 - Исходные данные для расчета экономической эффективности внедрения системы «трейд-ин»

Показатели	Условное обозначение	Величина	Источник информации
1. Товарооборот в 2016 г., тыс. руб.	T	369 113,0	таблица 2.1
2. Прирост товарооборота в результате внедрения мероприятия, тыс. руб.	ΔT	13 280,7	расчет
3. Товарооборот в покупных ценах в 2016 г., тыс. руб.	$T_{\text{пок.}}$	353 091,7	таблица 2.1
4. Прирост товарооборота в покупных ценах в результате внедрения мероприятия, тыс. руб.	$\Delta T_{\text{пок}}$	11 548,4	расчет
5. Валовой доход в 2016г., тыс. руб.	ВД	16 021,3	таблица 2.1
6. Прирост валового дохода в результате внедрения мероприятия, тыс. руб.	$\Delta ВД$	1 732,3	расчет ($\Delta T - \Delta T_{\text{пок}}$)
7. Условно-переменные издержки обращения в 2016 г., тыс. руб.	$ИО_{\text{у-пер}}$	5 564,5	таблица 2.1
8. Прирост условно-переменных издержек в результате внедрения мероприятия, тыс. руб.	$\Delta ИО_{\text{у-пер}}$	200,2	расчет (стр.7*стр.2/стр.1*100%)
9. Условно-постоянные издержки обращения в 2016 г., тыс. руб.	$ИО_{\text{у-пост}}$	6 884,0	таблица 2.1
10. Прирост условно-постоянных издержек в результате внедрения мероприятия, тыс. руб.	$\Delta ИО_{\text{у-пост}}$	199,2	расчет

11. Издержки всего в 2016 г., тыс. руб.	ИО	12 448,6	таблица 2.1
12. Прирост издержек обращения в результате внедрения мероприятия, тыс. руб.	ΔИО	399,4	расчет (стр.8+стр.10)
13. Прибыль от продаж в 2016 г., тыс. руб.	П	3 572,7	таблица 2.1
14. Прирост прибыли от продаж в результате внедрения мероприятия, тыс. руб.	ΔП	1 332,8	расчет (стр.6-стр.12)
15. Рентабельность продаж в 2016 г., %	R	0,97	таблица 2.1
16. Затраты на внедрение мероприятия, тыс. руб.	З	25,0	расчет

Расчет экономической эффективности от внедрения мероприятия представлен в таблице 3.3.

Таблица 3.3 - Расчет экономической эффективности от внедрения системы «трейд-ин»

Показатели	Формула	Расчет	Значение
1. Темп прироста товарооборота, %	$T_p = \Delta T \cdot 100 / T$	13 280,7/369 113,0*100	3,6
2. Темп прироста валового дохода, %	$T_{pвд} = \DeltaВД \cdot 100 / ВД$	1 732,3/16 021,3*100	10,8
3. Темп прироста прибыли, %	$T_{pn} = \Delta П \cdot 100 / П$	1 332,8/3 572,7*100	37,3
4. Увеличение рентабельности продаж, %	$\Delta R = \frac{П + \Delta П}{T + \Delta T} 100 - R$	$\frac{3 572,7 + 1 332,8}{369 113,0 + 13 280,7} 100 - 0,97$	0,31
5. Относительная экономия условно-постоянных расходов, тыс. руб.	$\left(\frac{ИО_{y-пост}}{T} - \frac{ИО_{y-пост} + \Delta ИО_{y-пост}}{T + \Delta T} \right) \cdot \left[\frac{6 884,0}{369 113,0} - \frac{6 884,0 + 199,2}{369 113,0 + 13 280,7} \right]$	$\left(\frac{6 884,0}{369 113,0} - \frac{6 884,0 + 199,2}{369 113,0 + 13 280,7} \right) \cdot \left[\frac{6 884,0}{369 113,0} - \frac{6 884,0 + 199,2}{369 113,0 + 13 280,7} \right]$	48,5
6. Экономия условно-годовая, тыс. руб.	$\mathcal{E}_{yz} = \mathcal{E}_{y-пост}$	-	48,5
7. Годовой экономический эффект, тыс. руб.	$\mathcal{E}_z = \Delta П + \mathcal{E}_{y-пост}$	1 332,8+48,5	1 381,3

Анализ данных таблицы 3.3 свидетельствует, что внедрение новой системы продаж автомобилей повышает товарооборот на 3,6%, валовой доход - на 10,8%, прибыль - на 37,3%. Условно-годовая экономия расходов планируется в размере 48,5 тыс. руб., годовой экономический эффект – 1 381,3 тыс. руб.

3.2 Внедрение программы повышения лояльности покупателей

Для повышения объемов продаж ООО «АВТОКАР» важно сформировать программу лояльности, позволяющую удерживать существующих покупателей и привлекать новых.

Существуют различные программы лояльности покупателей, основанные на скидках, дополнительных услугах, бесплатных услугах, подарках, бонусах и т.д.

В условиях конкуренции между автосалонами покупателей интересует не только соотношение «цена-качество» товара, то есть автомобиля, но и набор сервисных услуг, то есть послепродажное обслуживание автомобиля.

Для повышения лояльности покупателей предлагается применять систему накопительных скидок на услуги по послепродажному обслуживанию автомобилей – покупатели, которые приобрели автомобиль в ООО «АВТОКАР», в дальнейшем могут воспользоваться скидками на услуги по послепродажному обслуживанию и чем на большую сумму оказывается услуг, тем больше величина скидок.

Для изучения спроса на данные условия продаж, в апреле также был проведен устный опрос покупателей ООО «АВТОКАР». Было менеджерами предприятия опрошено 76 человек, купивших автомобиль в ООО «АВТОКАР» в этот период, которым задавались вопросы:

- интересует ли Вас накопительная система скидок на услуги по послепродажному обслуживанию?;
- воспользуетесь ли Вы скидками, если такая система будет введена в ООО «АВТОКАР»?

Опрос показал, что 64,5% респондентов интересуется накопительная система скидок на услуги по послепродажному обслуживанию, а 72,4% респондентов воспользуются скидками, если такая система будет введена в ООО «АВТОКАР» (таблица 3.4).

Значит, можно сделать вывод о том, что спрос на новые условия продаж существует.

Таблица 3.4 – Заинтересованность покупателей ООО «АВТОКАР» в системе скидок (количество ответов)

Вопрос	Ответ «Да»	Ответ «Нет»	Ответ «Не знаю»
Интересует ли Вас накопительная система скидок на услуги по послепродажному обслуживанию?	49	12	15
Воспользуетесь ли Вы скидками, если такая система будет введена в ООО «АВТОКАР»?	55	6	15

Дополнительный объем товарооборота при оказании услуг по послепродажному обслуживанию автомобилей планируется с учетом того, что по статистике ООО «АВТОКАР» постоянными клиентами после покупки автомобиля становятся примерно 70% покупателей, а опрос показал, что число заинтересованных клиентов возрастет до 72,4%.

Следовательно, товарооборот по послепродажному обслуживанию автомобилей возрастет на 2,4%. Объем продаж услуг по послепродажному обслуживанию автомобилей в ООО «АВТОКАР» в 2015 г. составил 106 673,6 тыс. руб., следовательно, дополнительный объем продаж равен 2 560,2 тыс. руб.:

$$106\,673,6 * 2,4\% = 2\,560,2$$

Для расчета экономической эффективности от внедрения мероприятия необходимо использовать данные, представленные в таблице 3.5.

Таблица 3.5 - Исходные данные для расчета экономической эффективности внедрения накопительных скидок

Показатели	Условное обозначение	Величина	Источник информации
1. Товарооборот в 2016 г., тыс. руб.	T	369 113,0	таблица 2.1
2. Прирост товарооборота при внедрении мероприятия, тыс. руб.	ΔT	2 560,2	расчет
3. Товарооборот в покупных ценах в 2016 г., тыс. руб.	$T_{\text{пок.}}$	353 091,7	таблица 2.1
4. Прирост товарооборота в покупных ценах при внедрении мероприятия, тыс. руб.	$\Delta T_{\text{пок}}$	2 226,2	расчет
5. Валовой доход в 2016 г., тыс. руб.	ВД	16 021,3	таблица 2.1
6. Прирост валового дохода при внедрении мероприятия, тыс. руб.	$\Delta \text{ВД}$	333,9	расчет ($\Delta T - \Delta T_{\text{пок}}$)
7. Условно-переменные издержки обращения в 2016 г., тыс. руб.	$\text{ИО}_{\text{у-пер}}$	5 564,5	таблица 2.1
8. Прирост условно-переменных издержек при внедрении мероприятия, тыс. руб.	$\Delta \text{ИО}_{\text{у-пер}}$	38,6	расчет (стр.7*стр.2/стр.1*100%)
9. Условно-постоянные издержки обращения в 2016 г., тыс. руб.	$\text{ИО}_{\text{у-пост}}$	6 884,0	таблица 2.1
10. Прирост условно-постоянных издержек при внедрении мероприятия, тыс. руб.	$\Delta \text{ИО}_{\text{у-пост}}$	-	расчет
11. Издержки всего в 2016 г., тыс. руб.	ИО	12 448,6	таблица 2.1
12. Прирост издержек обращения при внедрении мероприятия, тыс. руб.	$\Delta \text{ИО}$	38,6	расчет (стр.8+стр.10)
13. Прибыль от продаж в 2016 г., т. р.	П	3 572,7	таблица 2.1
14. Прирост прибыли от продаж при внедрении мероприятия, тыс. руб.	$\Delta \text{П}$	295,3	расчет (стр.6-стр.12)
15. Рентабельность продаж в 2016 г., %	R	0,97	таблица 2.1
16. Затраты на внедрение мероприятия, тыс. руб.	З	-	расчет

Расчет экономической эффективности от внедрения мероприятия представлен в таблице 3.5.

Таблица 3.3 - Расчет экономической эффективности от внедрения системы накопительных скидок

Показатели	Формула	Расчет	Значение
1. Темп прироста товарооборота, %	$T_p = \Delta T \cdot 100 / T$	2 560,2/369 113,0*100	0,7

2. Темп прироста валового дохода, %	$T_{p\text{вд}} = \Delta BД \cdot 100 / BД$	333,9/16 021,3*100	2,1
3. Темп прироста прибыли, %	$T_{pn} = \Delta П \cdot 100 / П$	295,3/3 572,7*100	8,3
4. Увеличение рентабельности и продаж, %	$\Delta R = \frac{П + \Delta П}{T + \Delta T} 100 - R$	$\frac{3\,572,7 + 295,3}{369\,113,0 + 2\,560,2} 100 - 0,97$	0,07
5. Относительная экономия условно-постоянных расходов, тыс. руб.	$\left(\frac{ИО_{y-пост}}{T} - \frac{ИО_{y-пост} + \Delta ИО_{y-пост}}{T + \Delta T} \right) \cdot (T + \Delta T)$	$\left(\frac{6\,884,0}{369\,113,0} - \frac{6\,884,0 + 0}{369\,113,0 + 2\,560,2} \right) \cdot (369\,113,0 + 2\,560,2)$	47,7
6. Экономия условно-годовая, тыс. руб.	$\mathcal{E}_{yz} = \mathcal{E}_{y-пост}$	-	47,7
7. Годовой экономический эффект, тыс. руб.	$\mathcal{E}_z = \Delta П + \mathcal{E}_{y-пост}$	295,3+47,7	343,1

Анализ данных таблицы 3.5 свидетельствует, что внедрение скидок повышает товарооборот на 0,7%, валовой доход - на 2,1%, прибыль - на 8,3%. Условно-годовая экономия расходов планируется в размере 47,7 тыс. руб., годовой экономический эффект – 343,1 тыс. руб.

3.3 Расчет экономической эффективности мероприятий

Рассчитаем сводную экономическую эффективность мероприятий, направленных на совершенствование деятельности ООО «АВТОКАР»: внедрение системы продаж автомобилей «трейд-ин» и внедрение системы накопительных скидок на послепродажное обслуживание автомобилей.

В таблице 3.6 приведены данные, характеризующие экономическую эффективность мероприятий в целом.

Таблица 3.6 - Показатели, характеризующие экономическую эффективность мероприятий в целом

Показатели	Значение по 1 мероприятию	Значение по 2 мероприятию	Итого
Темп прироста товарооборота, %	3,6	0,7	4,3
Темп прироста валового дохода, %	10,8	2,1	12,9
Темп прироста прибыли, %	37,3	8,3	45,6
Увеличение рентабельности продаж, %	0,3	0,1	0,4
Относительная экономия условно-постоянных расходов, тыс. руб.	48,5	47,7	96,2
Экономия условно-годовая, тыс. руб.	48,5	47,7	96,2
Годовой экономический эффект, тыс. руб.	1 381,3	343,1	1 724,4

Анализ данных таблицы 3.6 свидетельствует, что внедрение мероприятий повышает товарооборот на 4,3%, валовой доход – на 12,9%, прибыль – на 45,6%, рентабельность продаж – на 0,4%. Условно-годовая экономия расходов планируется в размере 96,2 тыс. руб., годовой экономический эффект – 1 724,4 тыс. руб.

Следовательно, предложенные мероприятия являются экономически эффективными и могут быть рекомендованы к внедрению на предприятии с целью повышения эффективности его деятельности.

Составим сводную таблицу основных экономических показателей деятельности ООО «АВТОКАР» в результате внедрения мероприятий (таблица 3.7).

Таблица 3.7 - Основные экономические показатели деятельности ООО «АВТОКАР» до и после внедрения мероприятий

Показатели	2015 г.	2016г.	Изменение показателей	
			абсолютное (+,-)	темпа роста, %
1. Объем реализации, тыс. руб.				
1.1. в действующих ценах	369 113,0	384 953,9	15 840,9	4,3
1.2. в покупных ценах	353 091,7	366 866,4	13 774,7	3,9
2. Среднесписочная численность работающих - всего, чел.	21	21	-	-
2.1. в том числе торгово-оперативных работников	6	6	-	-
2.2. из них - продавцов	4	4	-	-
3. Выработка, тыс. руб.				
3.1. на одного работающего	17 576,8	18 331,1	754,3	4,3

3.2. на одного торгово-оперативного работника	61 518,8	64 159,0	2 640,1	4,3
3.3. на одного продавца	92 278,3	96 238,5	3 960,2	4,3
4. Фонд оплаты труда - всего, тыс. руб.	7 963,2	7 963,2	-	-
4.1. в т.ч. торгово-оперативных работников	1 418,4	1 418,4	-	-
4.2. продавцов	892,8	892,8	-	-
5. Среднегодовая заработная плата, тыс. руб.				
5.1. одного работающего	379,2	379,2	-	-
5.2. одного торгово-оперативного работника	236,4	236,4	-	-
5.3. одного продавца	223,2	223,2	-	-
6. Издержки обращения - всего, тыс. руб.	12 448,6	12 886,6	438,0	3,5
6.1. в том числе условно-переменные	5 564,5	5 803,3	238,8	4,3
6.2. условно-постоянные	6 884,0	7 083,3	199,2	2,9
7. Валовой доход, тыс. руб.	16 021,3	18 087,5	2 066,2	12,9
8. Прибыль от продаж, тыс. руб.	3 572,7	5 200,9	1 628,2	45,6
9. Рентабельность продаж, %	0,97	1,35	0,38	
10. Уровень издержек обращения, %	3,37	3,35	-0,02	

Анализ данных таблицы 3.7 показывает, что при внедрении мероприятий основные экономические показатели деятельности ООО «АВТОКАР» улучшаются.

Товарооборот увеличивается на 15 840,9 тыс. руб. (4,3%). Выработка на одного работающего повышается на 754,3 тыс. руб. (4,3%). Уровень издержек обращения снижается с 3,37 до 3,35%.

Валовой доход повышается на 2 066,2 тыс. руб. (12,9%).

Дополнительная прибыль предприятия составляет 1 628,2 тыс. руб., рост показателя – 45,6%. Рентабельность продаж увеличивается с 0,97 до 1,35%.

Рассчитаем показатели рентабельности ООО «АВТОКАР» при внедрении мероприятий по исходным данным таблицы 3.8.

Таблица 3.8 – Исходные данные для расчета рентабельности при внедрении мероприятий

Показатели	2015 г.	2016 г.	Изменение показателей	
			абсолютное (+,-)	темп роста, %
1. Выручка от продаж (в действующих ценах), тыс. руб.	369 113,0	384 953,9	15 840,9	4,3
2. Полная себестоимость, тыс. руб.	365 540,3	379 752,9	14 212,7	3,9
3. Активы, тыс. руб.	27 860,1	27 860,1	-	-
4. Собственный капитал, тыс. руб.	11 669,2	12 971,7	1 302,5	11,2
5. Основные фонды, тыс. руб.	7 429,6	7 429,6	-	-

6. Оборотные средства, тыс. руб.	20 108,6	20 108,6	-	-
7. Фонд оплаты труда, тыс. руб.	7 963,2	7 963,2	-	-
8. Валовая прибыль, тыс. руб.	16 021,3	18 087,5	2 066,2	12,9
9. Прибыль от продаж, тыс. руб.	3 572,7	5 200,9	1 628,2	45,6
10. Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	3 280,3	4 908,5	1 628,2	49,6
11. Чистая прибыль, тыс. руб.	2 624,3	3 926,8	1 302,5	49,6

При выполнении расчетов в таблице 3.8 учтено, что прибыль от продаж ООО «АВТОКАР» облагается налогом на прибыль по ставке 20%.

Результаты расчета показателей рентабельности ООО «АВТОКАР» приведены в таблице 3.9.

Таблица 3.9 – Показатели рентабельности ООО «АВТОКАР» при внедрении мероприятий

Показатели	2015 г.	2016 г.	Изменение показателей
			абсолютное (+,-)
1. Рентабельность продаж, %	0,97	1,35	0,38
2. Рентабельность активов, %	11,77	17,62	5,84
3. Рентабельность собственного капитала, %	22,49	30,27	7,78
4. Рентабельность затрат, %	0,98	1,37	0,39
5. Рентабельность основных фондов, %	44,15	66,07	21,91
6. Рентабельность оборотных активов, %	16,31	24,41	8,10
7. Рентабельность трудовых затрат, %	41,19	61,64	20,45

Данные таблицы 3.9 показывают, что при внедрении мероприятий показатели рентабельности предприятия повышаются:

- рентабельность продаж – на 0,38%;
- рентабельность активов – на 5,84%;
- рентабельность собственного капитала – на 7,78%;
- рентабельность затрат – на 0,39%;
- рентабельность основных фондов – на 21,91%;
- рентабельность оборотных активов – на 8,10%;
- рентабельность трудовых затрат – на 20,45%.

Таким образом, проведенные расчеты показали, что проектируемые мероприятия являются экономически эффективными и позволяют повысить показатели рентабельности ООО «АВТОКАР».

Заключение

Рентабельность – относительный показатель, характеризующий эффективность, доходность, прибыльность бизнеса предприятия. Рентабельность - это характеристика успешности коммерческой деятельности, формируемая путем соотношения величины полученной в результате этой деятельности прибыли с денежной оценкой факторов, обеспечивших получение прибыли. Рентабельность классифицируется по множеству признаков: субъект деятельности, вид ресурсов, вид затрат, вид эффекта, фазы деятельности предприятия, временной период. Для анализа рентабельности предприятия используется система взаимосвязанных показателей, основными из которых являются рентабельность продаж, рентабельность активов, рентабельность собственного капитала и др. Выбор конкретных показателей рентабельности зависит, прежде всего, от целей и субъектов анализа.

Одним из инструментов управления рентабельностью является факторный анализ, который позволяет установить, за счет каких факторов изменилась рентабельность, определить их влияние и принять соответствующие управленческие решения, направленные на повышение эффективности деятельности предприятия. Для проведения факторного анализа используются различные факторные модели, в частности модель DuPont.

В бакалаврской работе проведен анализ деятельности и анализ показателей рентабельности ООО «АВТОКАР». Компания оказывает юридическим и физическим лицам услуги по автострахованию, автокредитованию, автолизингу, диагностике и кузовному ремонту автомобилей, гарантийному и послегарантийному обслуживанию автомобилей. Кроме непосредственно реализации автомобилей ООО «АВТОКАР» осуществляет продажу запасных частей и аксессуаров к автомобилям.

Анализ основных экономических показателей деятельности ООО «АВТОКАР» за 2013-2015 гг. показал, что наблюдается снижение показателей, характеризующих финансовый результат деятельности – прибыли и рентабельности.

Анализ показателей рентабельности предприятия выявил, что в динамике за три года значения всех показателей снизились при росте активов и собственного капитала, что говорит о том, что ООО «АВТОКАР» необходимо увеличивать объемы продаж для того, чтобы повысить прибыль и рентабельность.

Проведенный анализ выявил следующие недостатки деятельности ООО «АВТОКАР»:

- снижение значений основных результативных показателей – объемов продаж в натуральном выражении, прибыли от продаж и рентабельности продаж;
- выручка и валовой доход возросли не за счет повышения объемов продаж, а за счет роста цен на товары и услуги и уровня комиссионного вознаграждения предприятию;
- снижение в динамике всех показателей рентабельности (продаж, активов, собственного капитала, затрат, основных фондов, оборотных активов, трудовых затрат);
- снижение рентабельности затрат и продаж выявлено по всем видам деятельности предприятия, но наименьший уровень рентабельности выявлен по такому виду деятельности, как реализация автомобилей;
- основным фактором, отрицательно повлиявшим на рентабельность активов, является снижение рентабельности продаж;
- увеличение величины собственного капитала не обеспечило соответствующего увеличения активов, что отрицательно повлияло на рентабельность собственного капитала.

Следовательно, для предприятия важно увеличивать рентабельность продаж. Для устранения выявленных недостатков и повышения эффективности деятельности ООО «АВТОКАР» разработаны мероприятия, способствующие повышению прибыли и рентабельности предприятия:

- внедрение системы «трейд-ин» (обмен старого автомобиля на новый);

– внедрение системы накопительных скидок при послепродажном обслуживании автомобилей.

Рассчитаны показатели, что предложенные мероприятия являются экономически эффективными. Внедрение мероприятий повышает товарооборот на 4,3%, валовой доход – на 12,9%, прибыль – на 45,6%, рентабельность продаж – на 0,4%. Условно-годовая экономия расходов планируется в размере 96,2 тыс. руб., годовой экономический эффект – 1 724,4 тыс. руб.

В результате внедрения мероприятий показатели рентабельности ООО «АВТОКАР» повышаются:

- рентабельность продаж – на 0,38%;
- рентабельность активов – на 5,84%;
- рентабельность собственного капитала – на 7,78%;
- рентабельность затрат – на 0,39%;
- рентабельность основных фондов – на 21,91%;
- рентабельность оборотных активов – на 8,10%;
- рентабельность трудовых затрат – на 20,45%.

Следовательно, в результате внедрения мероприятий эффективность деятельности ООО «АВТОКАР» повысится.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон от 06.12.2014 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» [Электронный ресурс] - <http://base.garant.ru/70103036/>.
2. Приказ Минфина России от 02.07.2013 № 66н «О формах бухгалтерской отчетности организаций» (в ред. от 04.12.2015 г.) [Электронный ресурс] - <http://base.garant.ru/12177762/>.
3. Адамайтис, Л.А. Анализ финансовой отчетности. Практикум [Текст] / Л.А. Адамайтис. – М.: КноРус, 2014. – 396 с.
4. Артеменко, В.Г. Анализ финансовой отчетности [Текст] / В.Г. Артеменко, В.В. Остапова. – М.: Омега-Л, 2015. – 268 с.
5. Артюшин, В.В. Финансовый анализ. Инструментарий практика [Текст] / В.В. Артюшин. – М.: ЮНИТИ, 2015. – 120 с.
6. Банк, В.Р. Финансовый анализ [Текст] / В.Р. Банк, А.В. Тараскина, С.В. Банк. – М.: Проспект, 2014. – 352 с.
7. Васильева, Л.С. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятий [Текст] / Л.С. Васильева, Е.М. Штейн, М.В. Петровская. – М.: Экзамен, 2014. – 319 с.
8. Войтов, А.Г. Эффективность труда и хозяйственной деятельности. Методология измерения и оценки [Электронный ресурс] / А. Г. Войтов. - М.: Дашков и К, 2015. – 232 с.
9. Волков, О.И. Экономика предприятия [Текст]: учебное пособие / О.И. Волков, В.К. Складенко. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 263 с.
10. Галицкая, С.В. Финансовый менеджмент. Финансовый анализ. Финансы предприятий [Текст] / С.В. Галицкая. – М.: Эксмо, 2012. – 656 с.
11. Гладковская, Е.Н. Финансы [Текст]: учебное пособие / Е.Н. Гладковская. - СПб.: Питер, 2015. - 312 с.
12. Голубева, Т.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности [Текст] / Т.М. Голубева. – М.: Академия, 2008. – 208 с.

13. Грибов, В.Д. Экономика организации (предприятия) [Текст]: учебное пособие / В.Д. Грибов, В.П. Грузинов, В.А. Кузьменко. - М.: КноРус, 2014. – 407 с.
14. Григорьева, Т.И. Финансовый анализ для менеджеров. Оценка, прогноз [Текст]: учебник / Т.И. Григорьева. – М.: Юрайт, 2014. – 460 с.
15. Губина, О.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности. Практикум [Текст] / О.В. Губина. – М.: Форум, 2008. – 176 с.
16. Гуськов, С.В. Оценка эффективности производственно-хозяйственной деятельности организаций [Текст]: учебное пособие / С.В. Гуськов, Г.Ф. Графова. - М.: Академия, 2013. - 186 с.
17. Ефимова, О.Е. Анализ финансовой отчетности [Текст]: учебное пособие / О.Е. Ефимова, М.В. Мельник. – М.: Омега-Л, 2015. – 388 с.
18. Ефимова, О.Е. Финансовый анализ [Текст]: учебник / О.Е. Ефимова. – М.: Омега-Л, 2013. – 351 с.
19. Зонова, А.В. Бухгалтерский учет и анализ [Текст]: учебное пособие / А.В. Зонова, Л.А. Адамайтис, И.Н. Бачуринская. – М.: Эксмо, 2012. – 512 с.
20. Кантор, Е.Л. Экономика предприятия [Текст] / Е.Л. Кантор. - СПб.: Питер, 2013. - 219 с.
21. Ковалев, В.В. Управление денежными потоками, прибылью и рентабельностью [Текст]: учебно-практическое пособие / В.В. Ковалев - М.: Проспект, 2015. - 333 с.
22. Кожевников, Н.Н. Основы экономики [Текст]: учебное пособие / Н.Н. Кожевников, Т.Ф. Басова, В.В. Бологова [и др.]: под ред. Н.Н. Кожевникова. - М.: Академия, 2015. - 287 с.
23. Кравченко, Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле [Текст]: учебник / Л.И. Кравченко. - М.: Новое знание, 2012. - 540 с.
24. Курганская, Н.И. Планирование и анализ производственной деятельности предприятия [Текст]: учебное пособие / Н.И. Курганская. - Ростов н/Д: Феникс, 2008. - 311 с.

25. Лебедева, С.Н. Экономика торгового предприятия [Текст]: учебное пособие / С.Н. Лебедева. – Мн.: Новое знание, 2014. – 240 с.
26. Либерман, И.А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности [Текст] / И.А. Либерман. – М.: Риор, 2014. – 220 с.
27. Любушин, Н.П. Финансовый анализ [Текст]: учебник / Н.П. Любушин, Н.Э. Бабичева. – М.: Эксмо, 2015. – 336 с.
28. Магомедов, А.М. Экономика фирмы [Текст]: учебник / А.М. Магомедов, М.И. Маллаева. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 432 с.
29. Максимов В.А. Экономика фирмы [Текст]: учебник / В.А. Максимов. - Ростов н/Д: Феникс, 2012. - 572 с.
30. Маркарьян, Э.А. Финансовый анализ [Текст] / Э.А. Маркарьян, Г.Л. Герасименко. – М.: КноРус, 2014. – 272 с.
31. Медведева, О.В. Комплексный экономический анализ деятельности предприятия [Текст]: учебник / О.В. Медведева. - Ростов н/Д: Феникс, 2013. - 344 с.
32. Мяснянкина, О.В. Экономика предприятия [Текст]: учебное пособие / О.В. Мяснянкина, Б.Г. Преображенский - М.: КНОРУС, 2008. - 189 с.
33. Незамайкин, В.Н. Финансы организаций: менеджмент и анализ [Текст]: учебное пособие / В.Н. Незамайкин. - М.: Эксмо, 2014. - 526 с.
34. Нешитой, А.С. Финансовый практикум [Текст]: учебное пособие / А.С. Нешитой. - М.: Дашков и К, 2015. - 200 с.
35. Одинцов, В.А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Текст] / В.А. Одинцов. – М.: Академия, 2015. – 253 с.
36. Никольская, Э.В. Прибыль и рентабельность предприятий - залог успеха их деятельности [Текст] / Э.В. Никольская. - М.: Российская газета, 2008. – 160 с.
37. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учебное пособие / Г.В. Савицкая. – Мн.: Новое знание, 2013. - 688 с.
38. Сафронов, Н. А. Экономика организации (предприятия) [Текст]: учебник / Н.А. Сафронов. - М.: Магистр, 2015. - 256 с.

39. Смекалов, П.В. Анализ финансовой отчетности предприятия [Текст] / П.В. Смекалов, С.В. Смольянинов. – М.: Проспект Науки, 2012. – 472 с.
40. Чернов, В.А. Экономический анализ: торговля, общественное питание, туристический бизнес [Текст]: учебное пособие для вузов / Под ред. М.И. Баканова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. - 639 с.
41. Чечевицына, Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности [Текст]: учебник / Л.Н. Чечевицына, К.В. Чечевицын. – Ростов н/Д: Феникс, 2015. – 368 с.
42. Чопозова, А.И. Методика финансового анализа. Теория и практика [Текст] / А.И. Чопозова, И.А. Демченко. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 136 с.
43. Шеремет, А.Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций [Текст] / А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 208 с.
44. Шеремет, А.Д. Теория экономического анализа [Текст]: учебник / А.Д. Шеремет.- М.: ИНФРА-М, 2008. - 333 с.
45. Анташов, В. Внутренние резервы: найти и использовать [Текст] / В. Анташов, Г. Уварова // Экономика и жизнь. - 2015. - № 11. - С.16-17.
46. Гейко, Ю. Что такое трейд-ин – продажа и покупка автомобиля [Электронный ресурс] / Ю. Гейко. - <http://www.avtolikbez.ru/?an=aradiopage&uid=1970>.
47. Дедюхина, Н.В. Методологические аспекты анализа показателей рентабельности: новые решения [Электронный ресурс] / Н.В. Дедюхина // Аудит и финансовый анализ. - 2015. - № 2. - http://www.auditfin.com/fin/2013/2/03_11/03_11%20.pdf.
48. Жарылгасова, Б.Т. Методология анализа финансовых результатов деятельности организаций [Текст] / Б.Т. Жарылгасова // Аудит и финансовый анализ. - 2007. - № 5. - С. 118-128.
49. Карельская, С.Н. Анализ рентабельности организации [Текст] / С.Н. Карельская // Бухгалтерский учет. - 2015. - № 1. - С. 116-121.

50. Лескина, Л.Ю. Анализ влияния финансового состояния на уровень операционного леввериджа [Текст] / Л.Ю. Лескина // Менеджмент в России и за рубежом. - 2015. - № 4. - С. 96-100.
51. Лисицына, Е.В. Ключевые показатели результативности в системе показателей эффективности деятельности компании [Текст] / Е.В. Лисицына, Г.С. Токаренко // Финансовый менеджмент. - 2015. - № 4. - С. 13-27.
52. Пласкова, Н.С. Анализ рентабельности капитала в оценке результативности деятельности организации [Электронный ресурс] / Н.С. Пласкова. - <http://www.auditfin.com/fin/2007/1/Plaskova/Plaskova%20.pdf>.
53. Пласкова, Н.С. Факторный анализ рентабельности капитала в оценке результативности бизнеса [Электронный ресурс] / Н.С. Пласкова. - <http://www.auditfin.com/fin/2007/3/Plaskova/Plaskova%20.pdf>.
54. Плотников, Д. Оценка рентабельности бизнеса [Электронный ресурс] / Д. Плотников // Финансовый директор. – 2012. - № 9. – <http://fd.ru/articles/36796>.
55. Приходько, Е. Управление капиталом коммерческой организации: методическое обеспечение [Текст] / Е. Приходько // Проблемы теории и практики управления - 2015. - № 3. - С. 64-75.
56. Пятов, М.Л. Как определить рентабельность, когда прибыль есть, а денег нет [Электронный ресурс] / М.Л. Пятов // БУХ.1С. – 2013. - № 8 – <http://base.garant.ru/55005372/>.
57. Пятов, М.Л. Методы расчета аналитических показателей: рентабельность активов и продаж [Электронный ресурс] / М.Л. Пятов // БУХ.1С. – 2013. - № 7 – <http://base.garant.ru/55001796/>.
58. Пятов, М.Л. Методы расчета рентабельности [Электронный ресурс] / М.Л. Пятов // БУХ.1С. – 2015. - № 6 – <http://base.garant.ru/5897775/>.
59. Пятов, М.Л. Оценка рентабельности капитала собственников, инвестированного в деятельность фирмы [Электронный ресурс] / М.Л. Пятов // БУХ.1С. – 2015. - № 4 - <http://base.garant.ru/59604646/>.

60. Пятов, М.Л. Оценка рентабельности: новая экономика - новые методы, или как все начиналось [Электронный ресурс] / М.Л. Пятов // БУХ.1С. – 2013. - № 9 – <http://base.garant.ru/55008026/>.
61. Пятов, М.Л. Оценка рентабельности работы фирмы: необоснованные ожидания и реальные возможности [Электронный ресурс] / М.Л. Пятов // БУХ.1С. – 2015. - № 12 – <http://base.garant.ru/55065333/>.
62. Пятов, М.Л. Оценка рентабельности: развитие методологии [Электронный ресурс] / М.Л. Пятов // БУХ.1С. – 2015. - № 11 – <http://base.garant.ru/55062548/>.
63. Пятов, М.Л. Оценка рентабельности: соотношение показателей [Электронный ресурс] / М.Л. Пятов // БУХ.1С. – 2015. - № 3 – <http://base.garant.ru/59601085/>.
64. Пятов, М.Л. Рентабельность капитала собственников, инвестированного в деятельность фирмы [Электронный ресурс] / М.Л. Пятов // БУХ.1С. – 2014. - № 5 – <http://base.garant.ru/59606466/>.
65. Рафиков, В.А. Повышение доходности предприятия за счет ориентированности на клиента [Текст] / В.А. Рафиков // Маркетинг и маркетинговые исследования. - 2015. - № 2. - С. 144-151.
66. Семенихин, В. Рентабельность торговой организации: [Текст] / В. Семенихин // Финансовая газета. - 2014. - № 31. - С. 16.
67. Станиславчик, Е. Анализ и моделирование рентабельности [Текст] / Е. Станиславчик // Финансовая газета. – 2015. - № 10. – С. 10-12.
68. Магомедов, А.М. Рентабельность: чтобы управлять, следует правильно измерить [Электронный ресурс] / А.М. Магомедов // Управленческий учет. - 2014. - № 9. - <http://www.1-fin.ru/?id=625>.
69. Моделирование показателей рентабельности [Электронный ресурс] - <http://humeur.ru/page/modelirovanie-pokazatelej-rentabelnosti-i-ih-vzaimosvjazi>.
70. Ханин, Г.И. Альтернативная оценка рентабельности промышленного производства / Г.И. Ханин, Н.В. Копылова // Вопросы статистики. - 2015. - № 11. - С. 52-58.

71. Hayajneh, O. S. The Impact of Working Capital Efficiency on Profitability an Empirical Analysis on Jordanian Manufacturing Firms [Text] / O. S. Hayajneh, F. L. A.Yassine // International Research Journal of Finance and Economics. – 2011. – T. 66. – №. 2011. – pp. 67-69.
72. Kaur, H. V. Managing efficiency and profitability through working capital: An empirical analysis of BSE 200 companies [Text] / H. V. Kaur, S. Singh // Asian Journal of Business Management. – 2013. – T. 5. – №. 2. – pp. 197-207.
73. Rampini, A. A. Collateral and capital structure [Text] / A. A. Rampini, S. Viswanathan // Journal of Financial Economics. – 2013. – T. 109. – №. 2. – pp. 466-492.
74. Sekar, M. A. Study on Capital Structure and Leverage of Tata Motors Limited: Its Role and Future Prospects [Text] / M. A. Sekar, M. M. Gowri., M. G. Ramya // Procedia Economics and Finance. – 2014. – T. 11. – pp. 445-458.
75. Welch, I. Two Common Problems in Capital Structure Research: The Financial-Debt-To-Asset Ratio and Issuing Activity Versus Leverage Changes [Text] / I. Welch //International Review of Finance. – 2011. – T. 11. – №. 1. – pp. 1-17.

Бакалаврская работа выполнена мною самостоятельно.

Использованные в работе материалы и концепции из опубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них.

Отпечатано в 1 экземпляре.

Библиография составляет 70 наименований.

Один экземпляр сдан на кафедру « ____ » _____ 2016 г.

Дата « ____ » _____ 2016 г.

Студент _____

(Подпись)

(А.С. Пятунин)

(Имя, отчество, фамилия)