



РАНХиГС
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Челябинский филиал
Кафедра экономики, финансов и
бухгалтерского учета

**«Рентабельность реализации:
понятие, показатель, факторный
анализ и экономическая
интерпретация результатов
факторного анализа»**

Научный руководитель:
Д.э.н., профессор
Бухтиярова Татьяна Ивановна



РАНХиГС
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Челябинский филиал Кафедра экономики, финансов и бухгалтерского учета

Программа семинара

1. Данилова Анастасия: «Экономический смысл взаимосвязи экстенсивного, интенсивного использования трудовых ресурсов и объема реализованной продукции, методика расчета изменения объема реализации за счет характера использования трудовых ресурсов»
2. Микрюкова Анна: «Методика анализа выполнения плана по реализации продукции с учетом ассортимента 3-мя способами расчеты показателей и их экономическая интерпретация.»
3. Николаева Анастасия: «Порог рентабельности: понятие, показатели, их расчет и экономическая интерпретация, расчет влияния факторов на его величину методом цепной подстановки» АО «Первый хлебокомбинат»
4. Сулейманова Алия: «Рентабельность реализации: понятие, показатель, факторный анализ и экономическая интерпретация результатов факторного анализа»

Рентабельность проданных товаров, продукции (работ, услуг) по отраслям, % в 2017-2019 году данные ФНС РФ.	2017	2018	2019
Всего	7,5	12,3	11,4
сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	17,3	20,2	18,6
лесоводство и лесозаготовки	5,4	11,1	4,2
рыболовство и рыбоводство	49,9	54	62,7
добыча полезных ископаемых	25,9	31,4	12,9
добыча угля	30,6	35,3	31,9
добыча сырой нефти и природного газа	25,2	57,3	66,3
добыча металлических руд	50,3	50,9	37,3
обрабатывающие производства	11,5	12,8	12,1
производство пищевых продуктов	8,4	9,2	8,2
производство напитков	12,4	12,4	11,5
производство табачных изделий	24,6	30,2	26,9
производство одежды	13,3	9,2	7,8
производство бумаги и бумажных изделий	20,5	28,1	19
производство кокса и нефтепродуктов	8,3	9	9,8
производство химических веществ и химических продуктов	19,8	26,5	23,2

Оборот организаций по видам экономической деятельности (в фактически действовавших ценах; млрд рублей).

	2017	2018	2019
Всего	146376,8	169339,9	191820,6
сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	2640,5	2805,8	3160,7
Энергетика	8438,3	9320,4	9783,9
Добыча полезных ископаемых	11688,3	13946,2	17998,2
Строительство	6522,5	7385,2	7432,2
Торговля оптовая и розничная	54222,2	65418,5	72321,2

Рентабельность продаж по предприятиям «Равис», «Полевская птица», «Чепфа» «Бектышевская» и «Чебаркульская птица» за 2017-2019 года.

Предприятие	Рентабельность продаж за 2019 год
Чебаркульская птица	5,45%
Равис	7,5%
Чепфа	12,3%
Бектышевская птица	6,75%

Монографический обзор понятийного аппарата

№ п/п	Авторы	Источник	Определение
1	Войтоловский Н.В.	Экономический анализ в 2 ч. Часть 1. : учебник для вузов / Н. В. Войтоловский [и др.] ; под редакцией Н. В. Войтоловского, А. П. Калининой, И. И. Мазуровой. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 291 с.	Рентабельность продаж – это коэффициент, который характеризует эффективность реализации продукции, работ, услуг.
2	Бригхем Ю.	Бригхэм Ю., Эрхардт М. Анализ финансовой отчетности // Финансовый менеджмент = Financial management. Theory and Practice. — 10-е изд./Пер. с англ. под. ред. к.э.н. Е. А. Дорофеева.. — СПб.: Питер, 20018. — С. 131. — 960 с.	Рентабельность - коэффициент рентабельности, который показывает долю прибыли в каждой заработанной денежной единице.
3	Ефимова О.В.	Анализ финансовой отчетности : учебное пособие / под редакцией О. В. Ефимовой, М. В. Мельник. — Москва : Омега-Л, 2017. — 388 с.	Коэффициент рентабельности продаж описывает эффективность реализации основной продукции предприятия, а также позволяет определить долю себестоимости в продажах.
4	Агарков А. П.	Агарков, А. П. Экономика и управление на предприятии: Учебник для бакалавров / А. П. Агарков, Р. С. Голов, В. Ю. Теплышев и др.; под ред. д.э.н., проф. А. П. Агаркова. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 400 с.	Рентабельность продаж - этот показатель эффективности является основным в предприятиях связанных с реализацией продукции. Определяется по соотношению прибыли и выручки от продаж.

Монографический обзор понятийного аппарата

Автор	Источник	Определение
"Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 23.11.2020) НК РФ Статья 105.8. Финансовые показатели и интервал рентабельности	НК РФ Статья 105.8. Финансовые показатели и интервал рентабельности	Рентабельность продаж - определяется как отношение прибыли от продаж к выручке от продаж , исчисленной без учета акцизов и налога на добавленную стоимость.
Быкова Н. Н.	Быкова, Н. Н. Понятие рентабельности предприятия / Н.Н. Быкова // Молодой ученый. — 2017. — №29. — С. 372-374.	Рентабельность продаж характеризует долю прибыли на единицу реализованной продукции
Лещева М.Г.	Лещева, М.Г. анализ финансовой отчетности организации: учебное пособие / М.Г. Лещева // Лань. — Москва : Омега-Л, 2019. — 260 с.	Рентабельность продаж показывает, какую прибыль получает организация с каждого рубля проданной продукции

Данные для расчета показателя рентабельности продаж «Чебаркульская птица»

Наименование показателя	2019	2018	2017
Выручка	6 509 793	6 493 557	6 698 050
Себестоимость продаж	(5 304 046)	(5 438 211)	(5 403 388)
Коммерческие расходы	(682 029)	(622 002)	(585 632)
Управленческие расходы	(168 716)	(172 783)	(214 261)
Прибыль (убыток) от продаж	355 002	260 561	494 769

Тенденция изменения каждого фактора в % по отношению к выручке (100% - выручка каждого года).

Наименование показателя	2019	2018	2017
Выручка	100%	100%	100%
Себестоимость продаж	81,5%	83,7%	80,6%
Коммерческие расходы	10,5%	9,6%	8,74%
Управленческие расходы	2,6%	2,7%	3,2%
Прибыль (убыток) от продаж	5,45%	4,01%	7,38%

Тенденция изменения каждого фактора к базовому 2017 году в %

Наименование показателя	2019	2018	2017
Выручка	97,2%	97%	100%
Себестоимость продаж	98,2%	100,6%	100%
Коммерческие расходы	116,5%	106,2%	100%
Управленческие расходы	78,7%	80,6%	100%
Прибыль (убыток) от продаж	71,8%	52,6%	100%

$$\text{ROS} = \text{Прибыль} / \text{Выручка} \times 100\%$$

Рентабельность продаж по предприятию ООО «Чебаркульская птица» за 2017-2019 г.г.

$$\text{ROS}_{2017} = (494\,769 / 6\,698\,050) \times 100\% = 7,38\%$$

$$\text{ROS}_{2018} = (260\,561 / 6\,493\,557) \times 100\% = 4,01\%$$

$$\text{ROS}_{2019} = (355\,002 / 6\,509\,793) \times 100\% = 5,45\%$$

Среднее значение по отраслям рентабельности продаж в %, 2017-2019 год
НФС России:

Год	Среднее значение	Чебаркульская птица
2017	17,3%	7,38%
2018	20,2%	4,01%
2019	18,6%	5,45%

Взаимосвязь рентабельности продаж и рентабельности капитала

$$ROE = \text{Прибыль} / \text{Собственный капитал (СК)}$$

$$ROS = \text{Прибыль} / \text{Выручка}$$

$$\left\{ \begin{array}{l} ROE = \frac{\text{Прибыль}}{\text{СК}}; \\ ROS = \frac{\text{Прибыль}}{\text{Выручка}}; \end{array} \right.$$

$$\frac{ROE}{ROS} = \frac{\text{Выручка}}{\text{СК}};$$

$$ROE = ROS \times \frac{\text{Выручка}}{\text{СК}}$$

$$ROE_{2017} = ROS_{2017} \times \frac{\text{Выручка}}{\text{СК}} = 7,38 * 6\,698\,050 / 3\,644\,270 = 13,6\%$$

$$ROE_{2018} = ROS_{2018} \times \frac{\text{Выручка}}{\text{СК}} = 4,01 * 6\,493\,557 / 3\,899\,727 = 6,7\%$$

$$ROE_{2019} = ROS_{2019} \times \frac{\text{Выручка}}{\text{СК}} = 5,45 * 6\,509\,793 / 4\,260\,950 = 8,3\%$$

Год	Рентабельность капитала	Рентабельность продаж	Собственный капитал
2017	13,6%	7,38%	3 644 270
2018	6,7%	4,01%	3 899 727
2019	8,3%	5,45%	4 260 950

Факторный анализ рентабельности продаж

Фактор влияния	Формула	Показатель 2017	Показатель 2018	Показатель 2019
Прибыль	$ROS_{\text{Пр}} = \text{Прибыль}_{\text{OT}} - \text{Прибыль}_{\text{Б}} / \text{Выручка}$	0,022	-0,036	0,014
Выручка	$ROS_{\text{В}} = \frac{\text{Вот} - \text{Сб} - \text{КРб} - \text{УПб}}{\text{Вот}} - \frac{\text{Вб} - \text{Сб} - \text{КРб} - \text{УПб}}{\text{Вот}} * 100\%$	-3,09%	-3,15%	0,25%
Себестоимость	$ROS_{\text{С}} = \frac{\text{Вот} - \text{Сот} - \text{КРб} - \text{УПб}}{\text{Вот}} - \frac{\text{Вот} - \text{Сб} - \text{КРб} - \text{УПб}}{\text{Вот}} * 100\%$	5,84%	-0,54%	2,06%
Коммерческие расходы	$ROS_{\text{КР}} = \frac{\text{Вот} - \text{Сот} - \text{КРот} - \text{УПб}}{\text{Вот}} - \frac{\text{Вот} - \text{Сот} - \text{КРб} - \text{УПб}}{\text{Вот}} * 100\%$	-0,29%	-0,56%	-0,92%
Управленческие расходы	$ROS_{\text{Ур}} = \frac{\text{Вот} - \text{Сот} - \text{КРот} - \text{УПот}}{\text{Вот}} - \frac{\text{Вот} - \text{Сот} - \text{КРот} - \text{УПб}}{\text{Вот}} * 100\%$	-0,19%	0,64%	0,06%
Оценка совокупного влияния	$ROS = \pm R_{\text{В}} \pm R_{\text{Пр}} \pm R_{\text{С}} \pm R_{\text{Ур}} \pm R_{\text{КР}}$	2,65%	-3,61%	1,45%

Рентабельность продаж по ассортиментным группам

$$ROS = (B - C) / B * 100$$

- ▶ где, B - выручка по ассортиментным группам;
- ▶ C - себестоимость по ассортиментным группам.

Рентабельность продаж по ассортиментным группам «Чебаркульская птица» за 2019 год.

Рентабельность продаж	Расчеты	Показатель
Готовая продукция	$(1\,318,3 - 1\,261,4) / 1\,318,3 * 100\%$	4,3%
Курица	$(2\,034,0 - 1\,927,5) / 2\,034,0 * 100\%$	6,7%
Яйцо	$(1\,048,2 - 987,0) / 1\,048,2 * 100\%$	5,6%
Полуфабрикаты	$(1\,096,8 - 1\,023,8) / 1\,096,8 * 100\%$	5,8%
Халяль	$(23,7 - 19,6) / 23,7 * 100\%$	6,6%

Данные по ассортиментным группам

Наименование продукции	Удельная себестоимость, руб/кг.		Цена, руб.		Объем реализации, ТОННЫ.		Объем реализации, млн. руб.		Себестоимость, млн. руб.	
	C ₀	C ₁	P ₀	P ₁	Q ₀	Q ₁	в базисном году	в отчетном году	базисного года	фактическая
							B ₀	B ₁	C ₀	C ₁
Готовая продукция	154,6	163,9	161,0	171,3	8 324	7 696	1 340,2	1 318,3	1 286,9	1 261,4
Курица	146,9	151,9	155,4	160,3	12 396	12 689	2 081,7	2 034,0	1 967,9	1 927,5
яйцо	58,3	59,6	59,7	63,3	17 847	16 560	1 065,5	1 048,2	1 040,5	987,0
Полуфабрикаты	181,5	196,4	187,2	210,4	5 637	5 213	1 055,2	1 096,8	1 023,1	1 023,8
Халяль	104,6	106,8	111,3	116,0	284	204	31,6	23,7	29,7	21,8
Всего:	129,2	135,7	134,9	144,3	45 488	42 362	5 574,2	5 521,1	5 348,1	5 221,4

Организационно-экономические и организационно-управленческие решения

- ▶ руководству необходимо работать над новыми проектами и направлениями, которые позволили бы развивать компанию, для того чтобы темпы себестоимость снизить и снизить темпы на корма для куриц;
- ▶ поиск путей снижения себестоимости без понижения качества продукции (закупка кормов у отечественных поставщиков). Необходимо составить рейтинг кормов и выбирать наиболее оптимальный по составу, медицинским, санитарным и техническим требованиям;
- ▶ регулярное ведение статистики и отслеживание динамики показателей в комплексе (также необходимо анализировать рентабельность продаж по группам товаров, по филиалам, по сезонам);
- ▶ для уменьшения количества коммерческих затрат необходимо провести ревизию цен на транспортные, складские и маркетинговые услуги, проведение тендеров с возможными поставщиками, также необходимо провести анализ прочих затрат предприятия и определить возможные затраты по более мелким статьям затрат;
- ▶ для снижения управленческих затрат, необходимо провести анализ затрат на содержание зданий/сооружений, также можно провести анализ использования помещений и избавление от арендуемых излишков, переговоры с арендаторами о снижении ставки аренды, сюда же входят транспортные расходы на администрации (можно найти наиболее экономичный вариант), связь и интернет.