

**АНАЛИЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ПРОДУКЦИИ
ОАО «ЛУНИНЕЦКИЙ МОЛОЧНЫЙ ЗАВОД»**

Е.И. Зубко, 4 курс

*Научный руководитель – Ю.О. Тихоновская, магистр экономических наук
Полесский государственный университет*

Для эффективной работы и уверенности в принятии правильных управленческих решений каждому предприятию необходимо проводить расчеты основных показателей его деятельности с помощью экономического анализа. Одним из таких показателей выступает рентабельность.

Рентабельность является тем стоимостным качественным показателем, который позволяет дать характеристику уровня отдачи затрат и используемых для осуществления коммерческой деятельности и реализации продукции материальных и нематериальных ресурсов [1, с. 214].

Показатели рентабельности более полно идентифицируют окончательные результаты хозяйствования, потому что их величина отражает соотношение эффекта с вложенным капиталом или потреблёнными ресурсами [2].

Существует несколько видов показателей рентабельности, но, по нашему мнению, наиболее важным среди них является рентабельность продукции, поскольку именно производство и реализация продукции является главной целью деятельности любого предприятия. Рентабельность продукции показывает, насколько доходной является каждая позиция ассортиментного ряда и вся продукция в целом. Рентабельность продукции ОАО «Лунинецкий молочный завод» за 2018 – 2020 гг. представлена в таблице 1.

Таблица 1. – Рентабельность продукции предприятия ОАО «ЛМЗ» за 2018-2020 гг.

Виды продукции	Рентабельность продукции			Темп роста, %		
	2018	2019	2020	2019/2018	2020/2019	2020/2018
Масло из коровьего молока	-3,09%	15,46%	3,07%	18,55%	-12,38%	6,17%
Цельное молоко	4,88%	4,07%	3,16%	-0,81%	-0,91%	-1,72%
Кисломолочная продукция	18,57%	16,70%	13,87%	-1,87%	-2,84%	-4,70%
Сметана	23,34%	20,64%	10,08%	-2,70%	-10,56%	-13,26%
Творог жирный	14,50%	-1,30%	-0,04%	-15,80%	1,26%	-14,54%
Сухое молоко цельное	-3,61%	9,18%	4,87%	12,79%	-4,31%	8,48%
Сухое молоко обезжиренное	-28,36%	8,55%	11,55%	36,91%	3,00%	39,92%
Сухая сыворотка	7,65%	-19,30%	-	-26,94%	-	-
Всего	3,17%	10,83%	6,37%	7,66%	-4,46%	3,20%

Примечание – Источник: Собственная разработка на основании данных предприятия

Из представленной таблицы видно, что на протяжении исследуемого периода рентабельность продукции имеет нестабильную динамику. В 2019 г. рентабельность была наивысшей и составила 10,83%, что на 7,66% больше по сравнению с 2018 г. В то время как в 2020 г. она составила 6,37%, уменьшившись на 4,46 п. п. по сравнению с 2019 г.

Для выявления причин уменьшения рентабельности продукции и внутренних резервов повышения эффективности деятельности предприятия в 2020 г. проведем индексный анализ. Рассчитанные данные для анализа представлены в таблице 2.

Таблица 2. – Расчет показателей для индексного анализа рентабельности продукции за 2020 – 2019 гг.

Показатели	Базисный период	Сопоставимый период	Отчетный период
Выручка	66609,64	72329,93	78404,00
Себестоимость	60101,00	65005,83	73708,00
Прибыль	6508,64	7324,09	4696,00

Примечание – Источник: Собственная разработка на основании данных предприятия

Изменение рентабельности продукции за счет изменения цен:

$$\Delta P_n(p) = \frac{\sum p_1q_1 - \sum z_1q_1}{\sum z_1q_1} - \frac{\sum p_1q_1 - \sum z_0q_1}{\sum z_1q_1} = \frac{78404 - 73708}{73708} - \frac{78404 - 65005,83}{73708} = -11,81\%$$

Изменение рентабельности продукции за счет изменения себестоимости продукции:

$$\Delta P_n(z) = \frac{\sum p_1q_1 - \sum z_0q_1}{\sum z_1q_1} - \frac{\sum p_0q_1 - \sum z_0q_1}{\sum z_0q_1} = 6,91\%$$

Изменение рентабельности продукции за счет изменения структуры:

$$\Delta P_n(q) = \frac{\sum p_0q_1 - \sum z_0q_1}{\sum z_0q_1} - \frac{\sum p_0q_0 - \sum z_0q_0}{\sum z_0q_0} = 0,44\%$$

Таким образом, рентабельность продукции снизилась за отчетный период на 4,46 п. п., изменение цен на продукцию отрицательно сказалось на рентабельности продукции, уменьшив ее на 11,81 п. п., в то время как изменение себестоимости и структуры реализованной продукции привело к увеличению рентабельности продукции на 6,91 и 0,44 п. п. соответственно.

Следует отметить, что практически по всем ассортиментным позициям рентабельность продукции в 2020 г. снизилась. При этом значительное снижение рентабельности наблюдается по таким позициям как масло и сметана на 12,38 и 10,56 п. п. соответственно.

В то же время рентабельность сухого молока обезжиренного и творога жирного увеличилась на 3 и 1,26 п. п. соответственно.

Следовательно, основным резервом повышения производства и реализации молочной продукции ОАО «Лунинецкий молочный завод» является рост прибыли. Прибыль, в свою очередь, зависит от цены реализации и себестоимости единицы продукции.

Цену реализации можно повысить путем увеличения качества продукции и реализации её на более выгодные рынки сбыта, увеличением производства и её реализации.

При этом в первую очередь предприятию необходимо обратить внимание на изменение ассортиментной политики таких товаров как масло и сметана. Необходимо искать методы снижения себестоимости данных ассортиментных позиций или же повышения цен на них, однако они должны остаться на конкурентноспособном уровне.

Таким образом, для эффективной деятельности любого предприятия необходимо проводить регулярный анализ рентабельности продукции и следить за ее динамикой. Однако, данный анализ нужно проводить не только в целом по всей продукции предприятия, но и в разрезе отдельных ассортиментных позиций, что позволит более полно идентифицировать окончательные результаты производства и реализации всех видов производимой продукции.

Список использованных источников

1. Волков А.А., Боткин И.О. Рыночная модель методики расчёта экономической эффективности инвестиционных проектов. // Проблемы региональной экономики. – 2010. – № 1/2. – С. 213-230.
2. Ионова Ю.Г. Экономический анализ: учебник / [Ю. Г. Ионова и др.]. – М.: Московская финансово-промышленная академия, 2012. – 426 с.