

АНАЛИЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ОАО «ПИНЕМА»

Тямчик А.И., 4 курс,

Друк В.Ю., к.э.н., доцент,

УО «Полесский государственный университет»

В качестве абсолютного показателя эффекта деятельности фирмы обычно выступает размер получаемой прибыли. Однако данный показатель не позволяет проанализировать достаточность полученного эффекта. Для его оценки необходимо использовать такой относительный показатель как рентабельность. Он более полно отражает окончательные результаты хозяйствования, потому что его величина показывает соотношение эффекта с наличными или используемыми ресурсами. Его используют для оценки деятельности предприятия и как инструмент в инвестиционной политике и ценообразовании.

Рентабельность – показатель эффективности деятельности предприятия, выражающий относительную величину прибыли и характеризующий степень отдачи средств, используемых в производстве. Источниками для расчета коэффициентов рентабельности служат данные бухгалтерской и финансовой отчетности, внутренних регистров бухгалтерского учета на предприятии.

В литературе можно встретить следующие показатели рентабельности: рентабельность производства (общая рентабельность), рентабельность капитала общая, рентабельность капитала чистая, рентабельность продукции, рентабельность номинального собственного капитала, рентабельность собственного капитала по балансу, рентабельность реальных инвестиций, рентабельность продаж.

Различают два вида рентабельности: рентабельность, рассчитанная на основе балансовой (общей) прибыли, и рентабельность, рассчитанная на основе чистой прибыли.

При определении различных показателей рентабельности целесообразно в качестве результата использовать не совокупную, а чистую прибыль, что более достоверно характеризует эффект производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

2005 год для ОАО «Пинема» являлся кризисным. На предприятии наблюдается кризис продаж, но при этом в эксплуатацию вводится новое оборудование для выпуска георешетки, что существенно увеличивает стоимость основных производственных фондов. Каждый рубль реализованной продукции приносил предприятию 0,1401 рубля убытков; каждый рубль затраченный на выпуск продукции приносил 0,202 рубля убытков; каждый рубль основных и оборотных фондов приносил 0,0369 рубля убытков. Однако освоение нового вида продукции: георешетки, принесло свои результаты. Существенно вырос объем продаж и прибыль предприятия. В 2006 году каждый рубль от реализации продукции приносил предприятию 0,0435 рубля прибыли; каждый рубль, затраченный на производство продукции приносил 0,149 рубля прибыли; каждый рубль, вложенный в основные и оборотные средства, приносил 0,0439 рубля прибыли. Таким образом предприятию удалось выйти из кризиса 2005 года. Основные показатели не только достигли докризисного 2004 года, но и стали выше.

Для выявления факторов, которые повлияли на изменение рентабельности производства, можно использовать факторную модель, предложенную М.И. Бакановым и А.Д. Шереметом.

Используя метод цепных подстановок, заменяя постепенно базовый показатель фактическим, найдем влияние каждого фактора на изменение рентабельности производства. Рентабельность производства в 2006 году выросла на 8,08% по сравнению с 2005 годом. За счет снижения капиталоемкости продукции рентабельность производства выросла на 3,25%, а за счет снижения затрат на единицу продукции рентабельность производства выросла на 4,83%, в том числе: за счет снижения зарплатоемкости – на 0,16%, за счет снижения материалоемкости – на 3,13%, за счет снижения амортизационноемкости – на 1,54%.

Можно выделить следующие пути повышения рентабельности:

1. Снижение издержек производства и обращения.
2. Увеличение объема производства.
3. Рост производительности труда.
4. Экономия всех видов материальных ресурсов.
5. Сокращение административно-управленческих расходов.
6. Ликвидация непроизводительных расходов.

В следствии роста объема производства, предполагается увеличение прибыли на 470,8 млн.рублей. Рентабельность производства в свою очередь вырастет на 0,79% и составит 5,18%.