

МОДЕЛИРОВАНИЕ И ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРОДАЖ

Пеплозян Барсег Андраникович

*Ереванский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Ереван, Республика Армения
e-mail: bpeplozyan@mail.ru; SPIN-код: нет; ORCID: нет*

Пеплозян Эльбис Барсеговна

*Ереванский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Ереван, Республика Армения
e-mail: p_elbis@rambler.ru; SPIN-код: нет; ORCID: нет*

Аннотация. Рассмотрено моделирование факторной модели рентабельности продаж и представлен взгляд на осуществление факторного анализа показателя рентабельности продаж. Выявлены факторы, влияющие на показатель рентабельности продаж, позволяющие установить степень влияния тех или иных факторов на его формирование и осуществлять планирование и прогнозирование показателя рентабельности продаж.

Ключевые слова: рентабельность продаж, факторный анализ рентабельности продаж, совокупная величина ресурсов, рентабельность совокупной величины ресурсов, совокупная ресурсоемкость продукции.

Peplozyan Barsegh Andranik

*Plekhanov Russian University of Economics, Yerevan branch, Yerevan, Armenia
e-mail: bpeplozyan@mail.ru; SPIN-code: no; ORCID: no*

Peplozyan Elbis Barsegh

*Plekhanov Russian University of Economics, Yerevan branch, Yerevan, Armenia
e-mail: p_elbis@rambler.ru; SPIN-code: no; ORCID: no*

Abstract. The article considers the modeling of the factor model of sales profitability and presents a view on the implementation of the factor analysis of the sales profitability indicator. The factors influencing the sales profitability indicator are identified, allowing to establish the degree of influence of certain factors on its formation and to plan and forecast the sales profitability indicator.

Keywords: sales profitability, factor analysis of sales profitability, total resource value, profitability of the total resource value, total resource intensity of products.

Одним из важнейших оценочных показателей предпринимательской деятельности коммерческой организации является рентабельность продаж, который отражает соотношение прибыли и выручки от продаж продукции и характеризуют сумму прибыли, получаемую коммерческой организацией с каждой тысячи драм проданной продукции.

Особую актуальность проблема факторного анализа и оценки показателя рентабельности продаж приобретает в условиях жесткой конкуренции товаропроизводителей. Топ-менеджменту необходимо четко знать, за счет каких факторов и в какой мере происходят те или иные изменения показателя рентабельности продаж.

Целью данной статьи является разработка методических основ построения модели факторного анализа показателя рентабельности продаж.

Для достижения поставленной цели поставлены следующие задачи:

- исследовать существующие подходы к анализу показателя рентабельности продаж;
- разработать модель взаимосвязей между результативным показателем и факторными показателями, характеризующими рентабельность продаж.

Методики проведения факторного анализа показателя рентабельности продаж сводятся к изучению влияния изменения выручки от продаж, себестоимости продаж, расходов на сбыт, административных расходов, прочих операционных доходов, прочих операционных расходов на результативный показатель.

Такой подход, дает самое общее представление о влиянии показателей, отраженных в статьях «Отчета о прибыли или убытке и прочем совокупном доходе» на прибыль и не позволяет выявить влияние изменения уровня использования производственных ресурсов и их прибыльности на формирование показателя рентабельности продаж.

В рамках данного исследования использовались общетеоретические приемы познания (анализ, обобщение), методы экономического анализа (наблюдение, сравнение, расчленение, синтез, детерминированный тип анализа).

Информационную базу составили труды классиков экономики, монографии, диссертационные работы, статьи в научной периодической литературе и сборниках трудов.

Для расчета рентабельности продаж (*return on sales*) используется формула:

$$ROS = \frac{\Pi}{ВП}, \quad (1)$$

где: ROS – рентабельность продаж;

Π – прибыль;

ВП – выручка от продаж.

В качестве показателя прибыли, в зависимости от целей анализа, может быть приняты: валовая (маржинальная) прибыль, операционная прибыль (ЕВІТ (*Earnings Before Interest and Taxes*) – прибыль до вычета процентов к уплате и налогов) и прибыль за год.

Используя метод расширения кратной модели, предусматривающий расширение исходной факторной модели за счет умножения числителя и знаменателя дроби на один и тот же показатель, характеризующий ресурсы, участвующие в создании продукции и генерировании прибыли, появится возможность изучить за счет каких факторов произошло изменение рентабельности продаж.

В создании продукции и генерировании прибыли участвуют трудовые, материальные и нематериальные ресурсы, которые функционируют одновременно и в совокупности. Для определения их совокупной величины необходимо учесть, отразить и оценить действие всех ресурсов, учтенных в совокупности – совокупную величину ресурсов по формуле¹:

$$СВР = ОС + СРС + НМР + ТМР , \quad (2)$$

где: СВР – общая величина совокупной величины производственных ресурсов;
 ОС – средняя за период стоимость основных средств;
 СРС – стоимость рабочей силы за период;
 НМР – средняя за период стоимость нематериальных ресурсов;
 ТМР – средняя за период стоимость товарно-материальных ресурсов.

Преобразовав формулу 1, введя множитель

$$\frac{\text{Совокупная величина ресурсов}}{\text{Совокупная величина ресурсов}} = \frac{СВР}{СВР} ,$$

формула рентабельности продаж примет следующий вид:

$$ROS = \frac{\Pi}{ВП} \times \frac{СВР}{СВР} = \frac{\Pi}{СВР} \times \frac{СВР}{ВП} = R_{СВР} \times СРЕ_M, \quad (3)$$

где первый сомножитель расширенной модели отражает рентабельность совокупной величины ресурсов ($R_{СВР}$), а второй – совокупную ресурсоемкость продукции ($СРЕ_M$).

Для измерения влияния изменения выделенных факторов рентабельности продаж рекомендуется использовать метод цепных подстановок. Определить влияние каждого фактора на изменение резульативного показателя можно следующим способом.

Исходная факторная модель: рентабельность продаж в предыдущем периоде²

$$ROS^{PP} = R_{СВР}^{PP} \times СРЕ_M^{PP} , \quad (4)$$

Промежуточное (условное) значение рентабельности продаж, связанное с изменением рентабельности совокупной величины ресурсов

¹ Пеплозян, Б. А. Анализ предпринимательской деятельности коммерческих организаций: Учебник / Б. А. Пеплозян, Э. Б. Пеплозян, А. Р. Григорян. – Ер.: ЕФ РЭУ Г. В. Плеханова, 2022. – 446 с., с. 180 – 181.

² Индексы факторов «PP» и «OTЧ» означают соответственно предыдущий (базисный) и отчетный периоды.

$$ROS_{\text{УСЛ}} = R_{\text{СВР}}^{\text{ОТЧ}} \times \text{СРЕ}_{\text{М}}^{\text{ПР}}, \quad (5)$$

Изменение рентабельности продаж, связанное с изменением рентабельности совокупной величины ресурсов

$$\Delta ROS_{\text{СВР}} = ROS_{\text{УСЛ}} - ROS^{\text{ПР}}, \quad (6)$$

Рентабельность продаж в отчетном периоде

$$ROS^{\text{ОТЧ}} = R_{\text{СВР}}^{\text{ОТЧ}} \times \text{СРЕ}_{\text{М}}^{\text{ОТЧ}}, \quad (7)$$

Изменение рентабельности продаж, связанное с изменением совокупной ресурсоемкости продукции

$$\Delta ROS_{\text{СРЕ}} = ROS^{\text{ОТЧ}} - ROS_{\text{УСЛ}}, \quad (8)$$

Общее изменение рентабельности продаж

$$\Delta ROS = \Delta ROS_{\text{СВР}} \pm \Delta ROS_{\text{СРЕ}}. \quad (9)$$

С целью создания возможностей для пространственно – временных сопоставлений, факторные разложения необходимо дополнить относительными показателями. Отнесение величины изменения рентабельности продаж, вызванного изменением рентабельности совокупной величины ресурсов и изменением совокупной ресурсоемкости продукции к величине рентабельности продаж в предыдущем периоде или к общей величине прироста рентабельности продаж, покажет изменение рентабельности продаж под влиянием определенного фактора.

Поскольку рентабельность совокупной величины ресурсов – комплексный показатель, для измерения его изменений представим прибыль как разность между суммой выручки от продаж и прочих доходов и текущими расходами.

Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности» текущие расходы предусматривает представлять либо «по характеру расходов»: использованное сырье и расходные материалы; расходы на вознаграждения работникам; расходы по амортизации и прочие расходы; либо «по назначению расходов»: себестоимость продаж; расходы на дистрибуцию, административные расходы и прочие расходы.

Первый сомножитель расширенной модели выражения 3 (на основе учета характера расходов) может быть представлен в следующем виде:

$$R_{\text{СВР}} = \frac{\Pi}{\text{СВР}} = \frac{\text{ВП} + \text{Д}_{\text{ПР}} - \text{Р}_{\text{М}} - \text{Р}_{\text{В}} - \text{Р}_{\text{А}} - \text{Р}_{\text{ПР}}}{\text{СВР}}, \quad (10)$$

где: ВП – выручка от продаж.

$\text{Д}_{\text{ПР}}$ – прочие доходы.

$\text{Р}_{\text{М}}$ – использованное сырье и расходные материалы;

P_B – расходы на вознаграждения работникам;

P_A – расходы на амортизацию;

P_{PP} – прочие расходы.

Для измерения влияния изменения выделенных факторов рентабельности совокупной величины ресурсов рекомендуется использовать метод цепных подстановок. Определить влияние каждого фактора на изменение результирующего показателя можно следующим способом.

1. Влияние изменения выручки от продаж может быть оценено по формуле:

$$R_{CBP(1)} = \frac{ВП^{OTЧ} + Д_{PP}^{PP} - P_M^{PP} - P_B^{PP} - P_A^{PP} - P_{PP}^{PP}}{CBP^{OTЧ}} - \frac{ВП^{PP} + Д_{PP}^{PP} - P_M^{PP} - P_B^{PP} - P_A^{PP} - P_{PP}^{PP}}{CBP^{PP}},$$

2. Влияние изменения прочих доходов может быть оценено по формуле:

$$R_{CBP(2)} = \frac{ВП^{OTЧ} + Д_{PP}^{OTЧ} - P_M^{PP} - P_B^{PP} - P_A^{PP} - P_{PP}^{PP}}{CBP^{OTЧ}} - \frac{ВП^{OTЧ} + Д_{PP}^{PP} - P_M^{PP} - P_B^{PP} - P_A^{PP} - P_{PP}^{PP}}{CBP^{OTЧ}},$$

3. Влияние изменения расходования сырья и материалов может быть оценено по формуле:

$$R_{CBP(3)} = \frac{ВП^{OTЧ} + Д_{PP}^{OTЧ} - P_M^{OTЧ} - P_B^{PP} - P_A^{PP} - P_{PP}^{PP}}{CBP^{OTЧ}} - \frac{ВП^{OTЧ} + Д_{PP}^{OTЧ} - P_M^{PP} - P_B^{PP} - P_A^{PP} - P_{PP}^{PP}}{CBP^{OTЧ}},$$

4. Влияние изменения расходов на вознаграждения работникам может быть оценено по формуле:

$$R_{CBP(4)} = \frac{ВП^{OTЧ} + Д_{PP}^{OTЧ} - P_M^{OTЧ} - P_B^{OTЧ} - P_A^{PP} - P_{PP}^{PP}}{CBP^{OTЧ}} - \frac{ВП^{OTЧ} + Д_{PP}^{OTЧ} - P_M^{OTЧ} - P_B^{PP} - P_A^{PP} - P_{PP}^{PP}}{CBP^{OTЧ}},$$

5. Влияние изменения расходов на амортизацию может быть оценено по формуле:

$$R_{CBP(5)} = \frac{ВП^{OTЧ} + Д_{PP}^{OTЧ} - P_M^{OTЧ} - P_B^{OTЧ} - P_A^{OTЧ} - P_{PP}^{PP}}{CBP^{OTЧ}} - \frac{ВП^{OTЧ} + Д_{PP}^{OTЧ} - P_M^{OTЧ} - P_B^{OTЧ} - P_A^{PP} - P_{PP}^{PP}}{CBP^{OTЧ}},$$

6. Влияние изменения прочих расходов может быть оценено по формуле:

$$R_{\text{СВР}(6)} = \frac{\text{ВП}^{\text{отч}} + \text{Д}_{\text{ПР}}^{\text{отч}} - \text{Р}_{\text{М}}^{\text{отч}} - \text{Р}_{\text{В}}^{\text{отч}} - \text{Р}_{\text{А}}^{\text{отч}} - \text{Р}_{\text{ПР}}^{\text{отч}}}{\text{СВР}^{\text{отч}}} - \frac{\text{ВП}^{\text{отч}} + \text{Д}_{\text{ПР}}^{\text{отч}} - \text{Р}_{\text{М}}^{\text{отч}} - \text{Р}_{\text{В}}^{\text{отч}} - \text{Р}_{\text{А}}^{\text{отч}} - \text{Р}_{\text{ПР}}^{\text{ПР}}}{\text{СВР}^{\text{отч}}},$$

Совокупное влияние факторов, влияющих на изменение результативного показателя – рентабельности совокупной величины ресурсов – составляет:

$$\Delta R_{\text{СВР}} = \pm R_{\text{СВР}(1)} \pm R_{\text{СВР}(2)} \pm R_{\text{СВР}(3)} \pm R_{\text{СВР}(4)} \pm R_{\text{СВР}(5)} \pm R_{\text{СВР}(6)}.$$

Первый множитель расширенной модели выражения 3 (на основе назначения (функции) расходов) может быть представлен в следующем виде:

$$R_{\text{СВР}} = \frac{\Pi}{\text{СВР}} = \frac{\text{ВП} - \text{Р}_{\text{В}} + \text{Д}_{\text{ПР}} - \text{Р}_{\text{С}} - \text{Р}_{\text{Ад}} - \text{Р}_{\text{ПР}}}{\text{СВР}},$$

где: ВП – выручка от продаж.

$\text{Д}_{\text{ПР}}$ – прочие доходы.

$\text{Р}_{\text{В}}$ – себестоимость продаж;

Р – расходы на дистрибуцию (сбыт);

$\text{Р}_{\text{Ад}}$ – административные расходы;

$\text{Р}_{\text{ПР}}$ – прочие расходы.

Измерение влияния изменения выделенных факторов рентабельности совокупной величины ресурсов рекомендуется осуществлять методом цепных подстановок. Определить влияние каждого фактора на изменение результативного показателя можно следующим способом.

1. Влияние изменения выручки от продаж может быть оценено по формуле:

$$R_{\text{СВР}(1-2)} = \frac{\text{ВП}^{\text{отч}} - \text{Р}_{\text{В}}^{\text{ПР}} + \text{Д}_{\text{ПР}}^{\text{ПР}} - \text{Р}_{\text{С}}^{\text{ПР}} - \text{Р}_{\text{Ад}}^{\text{ПР}} - \text{Р}_{\text{ПР}}^{\text{ПР}}}{\text{СВР}^{\text{отч}}} - \frac{\text{ВП}^{\text{ПР}} - \text{Р}_{\text{В}}^{\text{ПР}} + \text{Д}_{\text{ПР}}^{\text{ПР}} - \text{Р}_{\text{С}}^{\text{ПР}} - \text{Р}_{\text{Ад}}^{\text{ПР}} - \text{Р}_{\text{ПР}}^{\text{ПР}}}{\text{СВР}^{\text{ПР}}},$$

2. Влияние изменения себестоимости продаж может быть оценено по формуле:

$$R_{\text{СВР}(2-2)} = \frac{\text{ВП}^{\text{отч}} - \text{Р}_{\text{В}}^{\text{отч}} + \text{Д}_{\text{ПР}}^{\text{ПР}} - \text{Р}_{\text{С}}^{\text{ПР}} - \text{Р}_{\text{Ад}}^{\text{ПР}} - \text{Р}_{\text{ПР}}^{\text{ПР}}}{\text{СВР}^{\text{отч}}} - \frac{\text{ВП}^{\text{отч}} - \text{Р}_{\text{В}}^{\text{ПР}} + \text{Д}_{\text{ПР}}^{\text{ПР}} - \text{Р}_{\text{С}}^{\text{ПР}} - \text{Р}_{\text{Ад}}^{\text{ПР}} - \text{Р}_{\text{ПР}}^{\text{ПР}}}{\text{СВР}^{\text{отч}}},$$

3. Влияние изменения прочих операционных доходов может быть оценено по формуле:

$$R_{\text{СВР}(3-2)} = \frac{\text{ВП}^{\text{отч}} - \text{P}_V^{\text{отч}} + \text{D}_{\text{ПР}}^{\text{отч}} - \text{P}_C^{\text{ПР}} - \text{P}_{\text{АД}}^{\text{ПР}} - \text{P}_{\text{ПР}}^{\text{ПР}}}{\text{СВР}^{\text{отч}}}$$

$$- \frac{\text{ВП}^{\text{отч}} - \text{P}_V^{\text{отч}} + \text{D}_{\text{ПР}}^{\text{ПР}} - \text{P}_C^{\text{ПР}} - \text{P}_{\text{АД}}^{\text{ПР}} - \text{P}_{\text{ПР}}^{\text{ПР}}}{\text{СВР}^{\text{отч}}},$$

4. Влияние изменения расходов на дистрибуцию (сбыт) может быть оценено по формуле:

$$R_{\text{СВР}(4-2)} = \frac{\text{ВП}^{\text{отч}} - \text{P}_V^{\text{отч}} + \text{D}_{\text{ПР}}^{\text{отч}} - \text{P}_C^{\text{отч}} - \text{P}_{\text{АД}}^{\text{ПР}} - \text{P}_{\text{ПР}}^{\text{ПР}}}{\text{СВР}^{\text{отч}}}$$

$$- \frac{\text{ВП}^{\text{отч}} - \text{P}_V^{\text{отч}} + \text{D}_{\text{ПР}}^{\text{отч}} - \text{P}_C^{\text{ПР}} - \text{P}_{\text{АД}}^{\text{ПР}} - \text{P}_{\text{ПР}}^{\text{ПР}}}{\text{СВР}^{\text{отч}}},$$

5. Влияние изменения административных расходов может быть оценено по формуле:

$$R_{\text{СВР}(5-2)} = \frac{\text{ВП}^{\text{отч}} - \text{P}_V^{\text{отч}} + \text{D}_{\text{ПР}}^{\text{отч}} - \text{P}_C^{\text{отч}} - \text{P}_{\text{АД}}^{\text{отч}} - \text{P}_{\text{ПР}}^{\text{ПР}}}{\text{СВР}^{\text{отч}}}$$

$$- \frac{\text{ВП}^{\text{отч}} - \text{P}_V^{\text{отч}} + \text{D}_{\text{ПР}}^{\text{отч}} - \text{P}_C^{\text{отч}} - \text{P}_{\text{АД}}^{\text{ПР}} - \text{P}_{\text{ПР}}^{\text{ПР}}}{\text{СВР}^{\text{отч}}},$$

6. Влияние изменения прочих расходов может быть оценено по формуле:

$$R_{\text{СВР}(6-2)} = \frac{\text{ВП}^{\text{отч}} - \text{P}_V^{\text{отч}} + \text{D}_{\text{ПР}}^{\text{отч}} - \text{P}_C^{\text{отч}} - \text{P}_{\text{АД}}^{\text{отч}} - \text{P}_{\text{ПР}}^{\text{отч}}}{\text{СВР}^{\text{отч}}}$$

$$- \frac{\text{ВП}^{\text{отч}} - \text{P}_V^{\text{отч}} + \text{D}_{\text{ПР}}^{\text{отч}} - \text{P}_C^{\text{отч}} - \text{P}_{\text{АД}}^{\text{отч}} - \text{P}_{\text{ПР}}^{\text{ПР}}}{\text{СВР}^{\text{отч}}},$$

Совокупное влияние факторов, влияющих на изменение результативного показателя – рентабельности совокупной величины ресурсов – составляет:

$$\Delta R_{\text{СВР}} = \pm R_{\text{СВР}(1-2)} \pm R_{\text{СВР}(2-2)} \pm R_{\text{СВР}(3-2)} \pm R_{\text{СВР}(4-2)} \pm R_{\text{СВР}(5-2)} \pm R_{\text{СВР}(6-2)}.$$

Показатель совокупной ресурсоемкости производства также является комплексным показателем, поэтому для объяснения его изменений необходимо использовать частные показатели ресурсоемкости производства, которые характеризуют количество каждого производственного ресурса, используемого для получения единицы производимого продукта, взятого в отдельности.

Преобразованная формула совокупной ресурсоемкости продукции коммерческой организации может быть записана следующим образом

$$\text{СРЕ}_M = \frac{\text{СВР}}{\text{ВП}} = \frac{\text{ОС} + \text{СРС} + \text{НМР} + \text{ТМР}}{\text{ВП}},$$

следовательно,

$$\text{СРЕ}_M = \frac{\text{ОС}}{\text{ВП}} + \frac{\text{СРС}}{\text{ВП}} + \frac{\text{НМР}}{\text{ВП}} + \frac{\text{ТМР}}{\text{ВП}} = E_M \text{ОС} + E_M \text{Т} + E_M \text{НМА} + E_M \text{М}. \quad (12)$$

Первый показатель отражает стоимость основных средств, используемых при производстве одной единицы продукции (емкость основных средств – $E_{MOС}$), второй – характеризует расходы коммерческой организации, связанные с использованием труда наемных работников (емкость расходов на живой труд – E_{MT}), третий – стоимость нематериальных ресурсов, используемых при производстве одной единицы продукции (емкость нематериальных активов – E_{MHMA}), четвертый – стоимость товарно-материальных ресурсов, используемых при производстве одной единицы продукции (емкость товарно-материальных ресурсов – E_{MM}).

Первый, третий и четвертый показатели характеризуют, используемый при производстве одной единицы продукции, овеществленный труд (емкость затрат овеществленного труда).

По данной модели представляется возможность определить насколько изменился уровень совокупной ресурсоемкости продукции за счет изменения емкости основных средств, емкости расходов на живой труд, емкости нематериальных активов и емкости товарно-материальных ресурсов.

Это направление анализа нацелено на выявление резервов повышения эффективности использования производственных ресурсов коммерческой организации как в целом по коммерческой организации, так и по отдельным направлениям производства. Изучая изменение показателя совокупной ресурсоемкости продукции имеется возможность выявить факторы, влияющие на совокупную ресурсоемкость продукции и степень воздействия каждого из них на изменение эффективности использования совокупных производственных ресурсов коммерческой организации.

Измерение влияния изменения выделенных факторов совокупной ресурсоемкости продукции рекомендуется осуществлять методом цепных подстановок. Определить влияние каждого фактора на изменение резульативного показателя можно следующим способом.

Исходная факторная модель: совокупная ресурсоемкость продукции в предыдущем периоде

$$CPEM^{PP} = E_{MOС}^{PP} + E_{MT}^{PP} + E_{MHMA}^{PP} + E_{MM}^{PP} .$$

Промежуточное (условное) значение совокупной ресурсоемкости продукции, связанное с изменением емкости основных средств

$$CPEM^{Y_1} = E_{MOС}^{OTЧ} + E_{MT}^{PP} + E_{MHMA}^{PP} + E_{MM}^{PP} .$$

Промежуточное (условное) значение совокупной ресурсоемкости продукции, связанное с изменением емкости расходов на живой труд

$$CPEM^{Y_2} = E_{MOС}^{OTЧ} + E_{MT}^{OTЧ} + E_{MHMA}^{PP} + E_{MM}^{PP} .$$

Промежуточное (условное) значение совокупной ресурсоемкости продукции, связанное с изменением емкости нематериальных активов

$$CPEM^{Y_3} = E_{MOС}^{OTЧ} + E_{MT}^{OTЧ} + E_{MHMA}^{OTЧ} + E_{MM}^{PP} .$$

Совокупная ресурсоемкость продукции в отчетном периоде

$$СРЕМ^{отч} = ЕМОС^{отч} + ЕМТ^{отч} + ЕМНМА^{отч} + ЕММ^{отч} .$$

Изменение совокупной ресурсоемкости продукции, связанное с изменением емкости основных средств

$$\Delta СРЕМ_{ос} = СРЕМ^{Y_1} - СРЕМ^{PP} ,$$

Изменение совокупной ресурсоемкости продукции, связанное с изменением емкости расходов на живой труд

$$\Delta СРЕМ_{Т} = СРЕМ^{Y_2} - СРЕМ^{Y_1} ,$$

Изменение совокупной ресурсоемкости продукции, связанное с изменением емкости нематериальных активов

$$\Delta СРЕМ_{НМА} = СРЕМ^{Y_3} - СРЕМ^{Y_2} ,$$

Изменение совокупной ресурсоемкости продукции, связанное с изменением емкости товарно-материальных ресурсов

$$\Delta СРЕМ_{М} = СРЕМ^{отч} - СРЕМ^{Y_3} ,$$

Общее изменение совокупной ресурсоемкости продукции

$$\Delta СРЕМ = \Delta СРЕМ_{ос} \pm \Delta СРЕМ_{Т} \pm \Delta СРЕМ_{НМА} \pm \Delta СРЕМ_{М}$$

Общее изменение прибыли от продаж продукции определяется как совокупность изменений прибыли за счет изменения того или иного из выделенных факторов, влияющих на рентабельность совокупной величины ресурсов и ресурсоемкость продукции.

При изучении изменения рентабельности продаж по прибыли за год необходимо будет дополнительно учесть влияние финансовых расходов, финансовых доходов и обязательств по уплате налогов.

В результате осуществленного исследования разработана новая методика моделирования и анализа показателя рентабельности продаж, базирующаяся на построение факторных моделей на основе современных методов учета используемых производственных ресурсов и приемов анализа.

Методика позволяет изучить влияние на показатель рентабельности продаж не только комплексных показателей: рентабельности производственных ресурсов, учтенных в совокупности, и совокупной ресурсоемкости продукции, но и частных показателей: текущих расходов (учтенных как «по характеру расходов», так и «по назначению расходов») и емкости используемых ресурсов.

Возможность внедрения полученных результатов. Практическая значимость разработанной методики состоит в возможности получения топ-менеджментом коммерческой организации достоверных данных о факторах,

влияющих на рентабельность продаж производимой продукции и сдерживающих ее повышение.

Полученные результаты могут быть использованы в учебном процессе ВУЗов при подготовке бакалавров, специалистов и магистров по направлениям «Экономика», «Менеджмент».

Выводы. Моделирование и анализ показателя рентабельности продаж занимают фундаментальное место при анализе предпринимательской деятельности коммерческой организации. Использование предлагаемой методики предоставляет возможность прояснить степени влияния различных факторов на результативный показатель и может служить фундаментом для планирования и прогнозирования показателя рентабельности продаж.

Литература

1. Пеплозян Б. А. Анализ предпринимательской деятельности коммерческих организаций: Учебник / Б. А. Пеплозян, Э. Б. Пеплозян, А. Р. Григорян. – Ер.: ЕФ РЭУ Г. В. Плеханова, 2022. – 446 с.

References

1. Peplozyan B.A, Analysis of entrepreneurial activity of commercial organizations: Textbook / B.A. Peplozyan, E.B. Peplozyan, A.R. Grigoryan. – Yerevan, YB, RUE G.V. Plekhanov, 2022 – 446p.

Поступила в редакцию 13 января 2025 г.