Содержание

Введение

Глава 1. Экономическое содержание рентабельности предприятия

* 1. Понятие рентабельности
  2. Система показателей рентабельности
  3. Факторный анализ рентабельности продаж

Глава 2. Факторный анализ рентабельности ОАО «Ново-Рязанского предприятия промжелдортранса»

2.1. Краткая характеристика ОАО «Ново-Рязанского предприятия промжелдортранса»

2.2. Анализ рентабельности предприятия

2.3. Двухфакторная модель рентабельности активов

Глава 3. Предложения по повышению рентабельности на основе выявленных резервов

Заключение

Список использованной литературы

**Введение**

Обобщающим показателем экономической эффективности производства является показатель рентабельности. Рентабельность означает доходность, прибыльность предприятия. Она рассчитывается путём сопоставления валового дохода или прибыли с затратами или используемыми ресурсами.

На основе анализа средних уровней рентабельности можно определить, какие виды продукции и какие хозяйственные подразделения обеспечивают большую доходность. Это становится особенно важным в современных, рыночных условиях, где финансовая устойчивость предприятия зависит от специализации и концентрации производства.

Целью написания данной работы является изучение показателей рентабельности и применение их в финансовом анализе и планировании деятельности предприятия, используя финансовую отчетность ОАО «Ново-Рязанского предприятия промжелдортранса».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующий круг задач:

- дать определение понятия рентабельности, раскрыть его значение для финансового анализа и охарактеризовать основные области его применения;

- рассмотреть систему показателей рентабельности в соответствии с их классификацией на показатели рентабельности хозяйственной деятельности, финансовой рентабельности и показатели рентабельности продукции;

- провести анализ уровня и динамики доходности хозяйственной деятельности ОАО «Ново-Рязанского предприятия промжелдортранса».

- дать оценку уровня и динамики рентабельности финансовой деятельности анализируемого предприятия;

- сделать необходимые выводы по показателям рентабельностиОАО «Ново-Рязанского предприятия промжелдортранса».

**Глава 1. Экономическое содержание рентабельности предприятия**

* 1. **Понятие рентабельности**

В экономической литературе дается несколько понятий рентабельности. Так, одно из его определений звучит следующим образом: рентабельность (от нем. rentabel – доходный, прибыльный) представляет собой показатель экономической эффективности производства на предприятиях, который комплексно отражает использование материальных, трудовых и денежных ресурсов.

По мнению других авторов рентабельность – показатель, представляющий собой отношение прибыли к сумме затрат на производство, денежным вложениям в организацию коммерческих операций или сумме имущества фирмы. Так или иначе, рентабельность представляет собой соотношение дохода и капитала, вложенного в создание этого дохода. Увязывая прибыль с вложенным капиталом, рентабельность позволяет сравнить уровень доходности предприятия с альтернативным использованием капитала или доходностью, полученной предприятием при сходных условиях риска. Более рискованные инвестиции требуют более высокой прибыли, чтобы они стали выгодными. Так как капитал всегда приносит прибыль, для измерения уровня доходности прибыль, как вознаграждение за риск, сопоставляется с размером капитала, который был необходим для образования этой прибыли. Рентабельность является показателем, комплексно характеризующим эффективность деятельности предприятия. При его помощи можно оценить эффективность управления предприятием, так как получение высокой прибыли и достаточного уровня доходности во многом зависит от правильности и рациональности принимаемых управленческих решений. Поэтому рентабельность можно рассматривать как один из критериев качества управления.

По значению уровня рентабельности можно оценить долгосрочное благополучие предприятия, т.е. способность предприятия получать достаточную прибыль на инвестиции. Для долгосрочных кредиторов инвесторов, вкладывающих деньги в собственный капитал предприятия, данный показатель является более надежным индикатором, чем показатели финансовой устойчивости и ликвидности, определяющиеся на основе соотношения отдельных статей баланса.

Устанавливая связь между суммой прибыли и величиной вложенного капитала, показатель рентабельности можно использовать в процессе прогнозирования прибыли. В процессе прогнозирования с фактическими и ожидаемыми инвестициями сопоставляется прибыль, которую предполагается получить на эти инвестиции. Оценка предполагаемой прибыли базируется на уровне доходности за предшествующие периоды с учетом прогнозируемых изменений. Кроме того, большое значение рентабельность имеет для принятия решений в области инвестирования, планирования, при составлении смет, координировании, оценке и контроле деятельности предприятия и ее результатов.

Таким образом, можно сделать вывод, что показатели рентабельности характеризуют финансовые результаты и эффективность деятельности предприятия. Они измеряют доходность предприятия с различных позиций и систематизируются в соответствии с интересами участников экономического процесса.

Рентабельность бывает следующих видов:

а) общая рентабельность объединений, предприятий определяется отношением балансовой прибыли к среднегодовой стоимости ос­новных производственных фондов и нормируемых оборотных средств и рассчитывается по формуле:

P \* 100

R = Оф + Об (1.3)

где R – уровень рентабельности , %

P - прибыль

Оф – среднегодовая стоимость основных производственных фондов

Об - среднегодовая стоимость нормируемых оборотных средств

б) фактическая общая рентабельность определяется отношением балансовой прибыли к фактической среднегодовой стоимости производственных основных фондов и нормируемых оборотных средств, не прокредитованных банком. Фактические остатки нормируемых оборотных средств устанавливаются исходя из их остатка по ба­лансу за вычетом задолженности поставщикам по акцептованным платежным требованиям, срок оплаты которых не наступил, и поставщикам по не отфактурованным поставкам, а также износа малоценных и быстроизнашивающихся предметов и резерва на возмещение плановых потерь и предстоящих расходов.

Уровень рентабельности зависит не только от суммы прибыли, но и от фондоемкости производства. На предприятиях, объеди­нения тяжелой промышленности с высокой фондоемкостью про­изводства уровень рентабельности по отношению к производст­венным фондам ниже, чем в объединениях, на предприятиях лег­кой и особенно пищевой промышленности. С увеличением суммы прибыли и уменьшением стоимости основных производственных фондов и нормируемых оборотных средств рентабельность повы­шается, и наоборот.

в) расчетная рентабельность представляет собой, отношение ба­лансовой прибыли за вычетом платы за производственные фонды, фиксированных платежей, процентов за банковский кредит, при­были целевого назначения (прибыль от реализации товаров ши­рокого потребления, новых товаров бытовой химии и т. п.), а также прибыли, полученной по причинам, не зависящим от дея­тельности объединения, предприятия, к среднегодовой стоимости основных производственных фондов (за вычетом основных фон­дов, по которым предоставлены льготы по плате) и нормируемых оборотных средств.

При анализе работы объединений, предприятий, особенно при планировании к оценке рентабельности изделиям, важное зна­чение имеет рентабельности определяемая как отношение суммы прибыли к полной себестоимости реализованной продукции. Рас­чет рентабельности отдельных видов продукции производится по формуле:

(О – С) \*100

R = C (1. 4)

где R – уровень рентабельности, %

О – оптовая цена предприятия на изделия

С – полная себестоимость изделия.

Показатель рентабельности по изделиям отражает эффектив­ность затрат живого и овеществленного труда на производство продукции.

В машиностроении и других обрабатывающих отраслях промышленности рентабельность определяют как отношение прибыли к себестоимости за вычетом стоимости использованного сырья, топлива, энергии, материалов, полуфабрикатов и комплектующих изделий. При этом может быть использована формула:

Ф Rф

Rм = С – М

(1. 5)

где Rм – расчетный норматив рентабельности к себестоимости за вычетом материальных затрат

Ф – производственные фонды отрасли

Rф – норматив рентабельности к производственным фондам

С – М - себестоимость товарной продукции за вычетом прямых материальных затрат.

Использование показателя нормативной расчетной рентабель­ности в обрабатывающих отраслях промышленности обусловлено высоким удельным весом в себестоимости продукции этих отрас­лей материальных затрат, значительными их колебаниями в себе­стоимости отдельных видов изделий и широкими возможностями технологической замены используемого сырья, материалов.

**1.2 Система показателей рентабельности**

Показатели рентабельности характеризуют финансовые ре­зультаты и эффективность деятельности предприятия. Они изме­ряют доходность предприятия с различных позиций и группиру­ются в соответствии с интересами участников экономического процесса, рыночного обмена.

Показатели рентабельности являются важными характеристиками факторной среды формирования прибыли предприя­тий. Поэтому они обязательны при проведении сравнительно­го анализа и оценке финансового состояния предприятия. При анализе производства показатели рентабельности используют­ся как инструмент инвестиционной политики и ценообразования

Основные показатели рентабельности можно объединить в следующие группы

1) показатели рентабельности капитала (активов),

2) показатели рентабельности продукции;

3) показатели, рассчитанныена основе потоков наличных денежных средств.

*Первая группа* показателей рентабельности формируется как отношение прибыли к различным показателям авансированных средств, из которых наиболее важными являются; все активы предприятия; инвестиционный капитал (собственные средства + долгосрочные обязательства) ; акционерный (собственный) капитал :



Несовпадение уровней и рентабельности по этим показателям характеризует степень использования предприятием финансовых рычагов для повышения доходности: долгосрочных кредитов и других заемных средств.

Данные показатели специфичны тем, что отвечают интере­сам все участников бизнеса предприятия. Например, администрацию рацию предприятия интересует отдача (доходность) всех активов (всего капитала); потенциальных инвесторов и кредиторов - от­дача на инвестируемый капитал; собственников и учредителей - доходность акции и т.д.

Каждый из перечисленных показателей легко моделируется по факторным зависимостям. Рассмотрим  следующую очевидную зависимость:



Эта формула раскрывает связь между рентабельностью всех активов, рентабельностью реализации и оборачиваемостью активов. Экономически связь, заключается в том, что формула прямо указывает пути повышения рентабельности при низкой рента­бельности продаж необходимо стремиться к ускорению оборота активов.

Рассмотрим еще одну факторную модель рентабельности.



Как видим, рентабельность собственного (акционерного) капитала зависит от изменения уровня рентабельности продук­ции, скорости оборота совокупного капитала и соотношения собственного и заемного капитала Изучение подобных зависимостей имеет большое значение для оценки влияния различных факторов на показатели рентабельности. Из приведенной зависимости следует, что при прочих равных условиях отдача акционерного капитала повышается при увеличении доли заемных средств в составе совокупного капитала.

*Вторая группа* показателей формируется на основе расчета уровней и рентабельности по показателям прибыли, отражаемым в отчетности предприятий. Например,



Данные показатели характеризуют прибыльность продукции базисного () и отчетного () периодов. Например, рентабельность продукции по прибыли от реализации

;

;

или

;

;

,

где -  -прибыль от реализации отчетного и базисного пе­риодов;

- реализация продукции (работ, услуг) отчетного и ба­зисного периодов;

*-* себестоимость продукции (работ, услуг) отчетного и базисного периодов;

*-* изменение рентабельности в отчетном периоде по сравнению с базисным периодом.

Влияние фактора изменения объема реализации определя­ется расчетом (по методу цепных подстановок)



Соответственно влияние изменения себестоимости составит



Сумма факторных отклонений дает общее изменение рентабельности в отчетном периоде по сравнению с базисным периодом;



*Третья группа* показателей рентабельности формируется аналогично первой и второй группам, однако вместо прибыли в расчет принимается чистый приток денежных средств.

ЧПДС - чистый приток денежных средств



Данные показатели дают представление о степени возможности предприятия расплатиться с кредиторами, заемщиками и акционерами денежными средствами в связи с использованием имеющего места денежного притока. Концепция рентабельности исчисляемой на основе притока денежных средств, широко применяется в странах с развитой рыночной экономикой. Она приоритетна, потому, что операции с денежными потоками, обеспечивающие платежеспособность, является существенным признаком состояния предприятия.

* 1. **. Факторный анализ рентабельности продаж**

По данным «отчета о прибылях и убытках» можно проанализировать динамику рентабельности продаж, чистой рентабельности отчетного периода, а также влияния факторов на изменение этих показателей.

Рентабельность продаж – это отношение суммы прибыли от продаж к объему реализованной продукции:



Из факторной модели следует, что на рентабельность продаж влияют те же факторы, которые влияют на прибыль от продажи. Чтобы определить, как каждый фактор повлиял на рентабельность продаж, существуют следующие формулы:

1.Влияние изменения выручки от продаж на RП:



где В1, В0 – отчетная и базисная выручка

С1, С0 – отчетная и базисная себестоимость

КР1, К0 – отчетные и базисные коммерческие расходы

УР1, УР0 – управленческие расходы в отчетном и базисном периодах

2. Влияние изменения себестоимости продажи на R**П**:



3. Влияние изменения коммерческих расходов на рентабельность продаж R**П**:



4. Влияние изменения управленческих расходов на рентабельность продаж R**П**:



Совокупное влияние факторов составляет:

.

Увеличение рентабельности продаж осуществляется путем снижения затрат на производство продаваемой продукции, работ, услуг, коммерческих и управленческих расходов, либо путем увеличения объемов продаж в натуральном выражении, либо путем повышения цен на продаваемые продукцию, товары, работы, услуги. В реальной ситуации может иметь место одновременное изменение факторов рентабельности продаж, кроме того, одновременно с рентабельностью продаж может изменяться и оборачиваемость всех активов.

В случае отрицательной рентабельности продаж увеличение оборачиваемости приведет лишь к ускоренному производству убытков и соответствующей отрицательной рентабельности всех активов.

В случае прибыльной деятельности увеличение оборачиваемости всех активов и снижение затрат на производство продаваемых продукции, работ, услуг, коммерческих и управленческих расходов являются основными интенсивными методами повышения рентабельности всех активов. Соответственно повышение цен на продаваемые продукцию, товары, услуги и увеличение объемов продаж в натуральном измерении следует охарактеризовать как экстенсивные методы повышения рентабельности всех активов. Рыночная конкуренция и удовлетворение платежеспособного спроса создают естественные пределы для применения экстенсивных методов повышения рентабельности всех активов. Напротив, внедрение на предприятии систем управления затратами, запасами и длительностью хозяйственных процессов обеспечивает практически неограниченные возможности применения интенсивных методов повышения рентабельности всех активов.

**Глава 2. Факторный анализ рентабельности ОАО «Ново-Рязанского предприятия промжелдортранса»**

**2.1. Краткая характеристика ОАО «Ново-Рязанского предприятия промжелдортранса»**

# Открытое акционерное общество "Ново-Рязанское предприятие промжелдортранс" создано путем преобразования Ново-Рязанского отделения Московского акционерного общества открытого типа «Промжелдортранс» и является его правопреемником.

Основной целью Общества является получение максимальной прибыли в результате хозяйственной деятельности.

Основными видами деятельности Общества являются:

- транспортные и экспедиционные услуги;

- услуги по перевозке, погрузке и разгрузке товарно-материальных ценностей;

- услуги по хранению товарно-материальных ценностей;

- ремонт подвижного состава, погрузочно-разгрузочных машин и механизмов, железнодорожных путей, устройств связи, сигнализации, централизации и блокировки;

- производство запасных частей и нестандартного оборудования;

- промышленное и гражданское строительство;

- изготовление товаров народного потребления;

- торгово-закупочная деятельность;

- лизинговые услуги;

- рекламно-издательская деятельность;

- сбор и переработка вторичных ресурсов и отходов производства;

- сбор, обработка, размножение и использование информации коммерческого характера;

- информационные и юридические услуги.

Общество вправе осуществлять также иные виды деятельности, не запрещенные законодательством.

Уставный капитал Общества составляет 77070 (семьдесят семь тысяч семьдесят) рублей и формируется из номинальной стоимости акций Общества, приобретенных акционерами. Обществом размещено:

а) 4135 обыкновенных акций номинальной стоимостью 14 рублей каждая.

б) 1370 привилегированных акций номинальной стоимостью 14 рублей каждая.

Все акции являются именными.

Предприятие вправе дополнительно к размещенным обыкновенным именным акциям разместить 500000 (пятьсот тысяч) объявленных обыкновенных именных акций номинальной стоимостью 14 (четырнадцать) рублей каждая. При размещении дополнительных обыкновенных акций из числа объявленных размещенные обыкновенные акции обладают теми же правами, которые предусмотрены Уставом для обыкновенных акций.

Органами управления Общества являются:

* общее собрание акционеров;
* Совет директоров;
* Директор (единоличный исполнительный орган Общества);
* в случае назначения ликвидационной комиссии к ней переходят все функции по управлению делами предприятия.

Органом контроля за финансово-хозяйственной деятельностью Общества является ревизионная комиссия.

Руководство текущей деятельностью Общества осуществляется единоличным исполнительным органом (Директором). Директор подотчетен Совету директоров Общества и общему собранию акционеров Общества.

Директор Общества избирается общим собранием акционеров сроком на 5 лет, права и обязанности, размер оплаты его услуг, определяются действующим законодательством и договором, заключаемым с ним Обществом. Договор от имени Общества подписывается председателем Совета директоров Общества или лицом, уполномоченным Советом директоров Общества.

К компетенции Директора Общества относятся все вопросы руководства текущей деятельностью Общества, за исключением вопросов, отнесенных к исключительной компетенции общего собрания акционеров или Совета директоров Общества.

Директор Общества организуют выполнение решений общего собрания акционеров и Совета директоров Общества.

Директор без доверенности действует от имени Общества, в том числе:

* осуществляет оперативное руководство деятельностью Общества;
* имеет право первой подписи под финансовыми документами;
* совершает сделки от имени Общества, если денежная оценка обязательств, возникших у Общества в результате такой сделки не превышает 1000000 рублей;
* представляет интересы Общества как в РФ, так и за ее пределами;
* утверждает штатное расписание, заключает трудовые договоры с работниками Общества, применяет к этим работникам меры поощрения и налагает на них взыскания;
* издает приказы и дает указания, обязательные для исполнения всеми работниками Общества;
* выдает доверенности от имени Общества;
* открывает в банках счета Общества;
* организует ведение бухгалтерского учета и отчетности Общества;
* является начальником ГО Общества и несет ответственность за выполнение всех мероприятий ГО, в т.ч. обеспечивает наличие и сохранность материально-технических средств для защиты населения и оснащения формирований средствами индивидуальной защиты;
* отвечает за ведение мобилизационного учета;
* исполняет другие функции, необходимые для достижения целей деятельности Общества и обеспечения его нормальной работы, в соответствии с действующим законодательством и уставом Общества, кроме решения вопросов, отнесенных к исключительной компетенции общего собрания и Совета директоров Общества.

Директор несет ответственность перед Обществом за убытки, причиненные Обществу его виновными действиями (бездействием), если иные основания и размер ответственности не установлены федеральными законами.

Совмещение лицом, осуществляющим функции Директора, должностей в органах управления других организаций допускается только с согласия Совета директоров Общества.

Если Директор не может исполнять свои обязанности, Совет директоров Общества вправе принять решение об образовании временного единоличного исполнительного органа Общества (Директора) и о проведении внеочередного общего собрания акционеров для решения вопроса о досрочном прекращении полномочий Директора и об образовании нового исполнительного органа Общества.

Если срок полномочий Директора истек либо его полномочия прекращены досрочно, а новый единоличный исполнительный орган Общества не образован, Совет директор Общества вправе принять решение об образовании временного единоличного исполнительного органа Общества (Директора) и о проведение внеочередного общего собрания акционеров для решения вопроса об образовании нового исполнительного органа Общества.

Временный исполнительный орган Общества осуществляет руководство текущей деятельности общества в пределах компетенции исполнительного органа Общества.

**2.1. Анализ рентабельности ОАО «Ново-Рязанского предприятия промжелдортранса»**

А) Расчет показателей рентабельности активов предприятия.

 (1)

Кврент – коэффициент рентабельности всех активов предприятия

Pr – чистая прибыль

В0, В1- значения итога баланса (все активы предприятия)

Кврент2007 = 2645 / 0,5 \* (10255 + 14846) = 0,21

Кврент2008 = 3599 / 0,5 \* (14846 + 16843) = 0,22

*Вывод:* Рентабельность всех активов предприятия увеличилась на 0,01 по сравнению с предыдущим годом, что говорит о положительной динамике работы предприятия.

Б) Рентабельность внеоборотных активов предприятия

 (2)

F0, F1 – внеоборотные активы предприятия

Кfрент2007 = 2645 / 0,5 \* (4201 + 4746) = 0,59

Кfрент2008 = 3599 / 0,5 \* (4746 + 5050) = 0,73

Вывод: Рентабельность внеоборотных активов увеличилась на 0,14 пунктов по сравнению с предыдущим годом.

В) Рентабельность оборотных активов

 (3)

E0, E1 – оборотные активы предприятия

КEрент2007 = 2645 / 0,5 \* (6054 + 10100) = 0,32

КEрент2008 = 3599 / 0,5 \* (10100 + 11794) = 0,33

Вывод: В отчетном периоде рентабельность оборотных активов не изменилась

Г) Рентабельность чистых активов предприятия

 (4)

Br0, Br1 – чистые активы предприятия

КBr рент2007 = 2645 / 0,5 \* (2984 + 5628) = 0,61

КBr рент2008 = 3599 / 0,5 \* (5628 + 8124) = 0,52

Вывод: В отчетном периоде рентабельность чистых активов снизилась на 0,09 пунктов.

Таблица 1. Анализ динамики показателей рентабельности активов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2007 | 2008 | индексы изм-я показателей |
| 1. Рентабельность всех активов п/п-я  2. Рентабельность внеоборотных активов  3. Рентабельность оборотных активов  4. Рентабельность чистых активов | 0,21  0,59  0,32  0,61 | 0,22  0,73  0,30  0,52 | +0,01  +0,14  +0,01  -0,09 |
| 5. Доля ср. величины внеоб-х активов в ср. величине всех активов предприятия  6. Доля ср. величины обор-х акт-в в ср. величине всех акт-в предприятия  7. Доля ср. величины чист. активов в ср. величине всех акт-в предприятия | 0,35  0,65  0,34 | 0,36  0,64  0,43 | +0,01  -0,01  +0,09 |

Вывод: На основе данных таблицы делаем вывод, что рентабельность внеоборотных активов и рентабельность всех активов предприятия увеличилась на 0,14 и 0,01 соответственно. Наибольшую долю в средней величине всех активов предприятия занимают оборотные активы.

*Расчет показателей рентабельности продаж*

Рентабельность определяется по следующей формуле:

Кnпред = Рr / N (5)

N - выручка от продаж

Кnпред2007 = 2645 / 37304 = 0,07

Кnпред2008 = 3599 / 42182 = 0,08

Таблица 2. Анализ динамики рентабельности продаж

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2007 | 2008 | индексы изм-я показателей |
| 1. Выручка от продаж  2. Чистая прибыль  3. Рентабельность продаж | 37304  2645  0,07 | 42182  3599  0,08 | 4878  954  0,01 |

Вывод: В отчетном периоде произошло увеличение рентабельности. Увеличение произошло за счет увеличения «Выручки от продаж» и следовательно «Чистой прибыли», что составило 4878 тыс.руб. и 954 тыс. руб. соответственно по сравнению с предыдущим годом.

**2.3. Двухфакторная модель рентабельности активов**

Двухфакторная модель рентабельности активов имеет следующий вид:

 (6)

где - рентабельность всех активов предприятия, рассчитанная по чистой прибыли, полученной в отчетном периоде

- рентабельность продаж, рассчитанная по чистой прибыли, полученной в отчетном периоде

- оборачиваемость всех активов предприятия в отчетном периоде.

Формула (6) означает, что рентабельность всех активов предприятия равняется произведению двух факторов: рентабельности продаж и оборачиваемости всех активов. Первый фактор отражает эффективность продаж, второй – деловую активность предприятия (скорость осуществления финансово-хозяйственных операций).

Рентабельность всех активов предприятия включает в себя оба важнейших аспекта деятельности предприятия в отчетном периоде, которые по отдельности отражаются указанными факторами.

поскольку рентабельность всех активов является критериальным показателем, т.е. показателем, определенный уровень и динамика которого составляют одну из основных целей собственников и руководства предприятия, то ценность модели состоит также в том, что она дает метод достижения планируемого уровня рентабельности всех активов:

- при фиксированной положительной рентабельности продаж увеличение рентабельности всех активов достигается за счет увеличения оборачиваемости всех активов предприятия, т.е. за счет увеличения скорости осуществления финансово-хозяйственных операций;

- при фиксированной оборачиваемости всех активов увеличение рентабельности продаж , которая в свою очередь определяется объемами продаж в натуральном измерении и уровнем затрат на производство продаваемых продукции, работ, услуг, коммерческих и управленческих расходов.

Факторные модели, аналогичные (6), могут быть построены не только по показателю чистой прибыли, но и по прибыли от продаж и по прибыли до налогообложения, а также – для отдельных групп активов.

В последних моделях показатель рентабельности всех активов заменяется показателями рентабельности оборотных активов или рентабельности внеоборотных активов, а показатель оборачиваемости всех активов или отдачи внеоборотных активов.

Оценка динамики рентабельности всех активов на основе факторной модели осуществляется на основе сопоставления с динамикой рентабельности продаж и оборачиваемости всех активов. Рассмотрим модель (6), записанную в индексной форме:

, (7)

- где  - индекс изменения рентабельности продаж в отчетном периоде по сравнению с предыдущим периодом

 - индекс изменения оборачиваемости всех активов в отчетном периоде по сравнению с предыдущим

 - индекс изменения рентабельности всех активов в отчетном периоде по сравнению по сравнению с предыдущим периодом.

, (8)



, (9)



, (10)



Вывод:  или , т.е. рентабельность всех активов выросла в отчетном периоде по сравнению с предыдущим периодом.

Таблица 3. Факторный анализ изменения рентабельности всех активов (двухфакторная модель).

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2007 | 2008 | Изменения показателя |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1. Рентабельность всех активов | 0,21 | 0,22 | +0,01 |
| 2. Рентабельность продаж | 0,07 | 0,08 | +0,01 |
| 3. Оборачиваемость всех активов | 2,51 | 2,5 | -0,01 |

 и , т.е. рост рентабельности всех активов происходит за счет роста рентабельности продаж при одновременном снижении оборачиваемости всех активов. В этом варианте динамики замедляются хозяйственные процессы, что может быть обусловлено как индивидуальными субъективными условиями деятельности данного предприятия, так и объективными региональными или отраслевыми особенностями.

Факторный анализ изменения рентабельности активов, проводимый в случае двухфакторной модели служит основание для принятия управленческих решений. Наряду с факторным анализом для управления эффективностью деятельности предприятия используется также идентификация варианта соотношений динамики показателей, входящих в двухфакторную модель рентабельности активов.

3. Предложения по повышению рентабельности на основе выявленных резервов

Как было сказано выше, на любом предприятии, в любой организации существует достаточно резервов для повышения эффективности производственной деятельности.

Для повышения рентабельности на анализируемом предприятии ОАО «Ново-Рязанского предприятия промжелдортранса» можно предложить следующее:

1. Для увеличения объема реализации выпущенной продукции и расширения рынка сбыта продукции более широко использовать рекламу.

2. Для увеличения объема производства заменить морально и физически устаревшее оборудование на новое.

3. Приобретение нового оборудования предусмотреть в форме финансового лизинга

4. Для повышения ценовой конкурентоспособности продукции снизить себестоимость изделий путем уменьшения затрат, в том числе за счет поиска альтернативных поставщиков сырья, и за счет замены морально и физически устаревшего оборудования на новое.

5. Для обеспечения большей стабильности продаж выпускаемой продукции, заложить в ценовую политику правило, в соответствии с которым скидки на продукцию должны увеличиваться в период уменьшения спроса.

6. Усилить контроль за качеством предоставляемых услуг. Повысить мотивацию на обеспечение качества услуги через внедрение новой системы оплаты труда.

Рассмотрим несколько предложений более подробно.

1. Проведение рекламной акции с целью расширения рынка сбыта продукции ОАО «Ново-Рязанского предприятия промжелдортранса».

Грамотная финансовая политика и хорошо разработанная стратегия сбыта – главное условие для увеличения прибыли предприятия.

Проблема привлечения потребителей и сбыта продукции во всем мире решается благодаря маркетингу. Маркетинг выступает как процесс согласования возможностей предприятия и запросов потребителей. Как правило, на предприятии создается служба маркетинга под руководством заместителя руководителя. Главными инструментами маркетинга являются учет, прогнозирование спроса, анализ конъюктуры рынка, реклама.

Организационная структура управления предприятием в ОАО «Ново-Рязанского предприятия промжелдортранса» предусматривает службу маркетинга, это заместитель директора по коммерческим вопросам, возглавляющий отдел сбыта. Однако, как видно из анализа хозяйственной деятельности предприятия, рекламе уделялось явно недостаточно внимания. Обострение конкуренции на рынке потребительских товаров, в том числе и соперничество предприятий разных отраслей производства, делает основной задачей каждой фирмы активизацию всеми возможными способами спроса на свою продукцию. То, что «реклама – двигатель торговли» - знают все.

Для того чтобы реклама имела успех, она должна быть правдивой, соответствовать действительности и выделять только те качества и достоинства, которыми обладает рекламируемый товар.

Эффективность рекламы во многом зависит от того, как часто она будет появляться в печати, на телеэкране и т.п. Поэтому, как правило, прежде чем начать рекламную компанию, организация составляет рекламный план на определенный период. В этом плане указывается, где и когда организация хочет разместить свою рекламу. Далее на основании этого плана составляется смета рекламных расходов.

Средняя стоимость одного размещения рекламного объявления в прессе – 520 руб. Газета выходит 4 раза в месяц. Следовательно расходы на рекламу в периодической печати в год составят 25 тыс.руб (520 х 4 х 12). Стоимость рекламы на телевидении в среднем составляет 8 тыс.руб в месяц или 96 тыс.руб в год.

Рассчитаем налог на рекламу, подлежащий уплате в бюджет рекламодателем. Согласно Федеральному закону Российской Федерации «О рекламе» № 108-ФЗ от 14.06.95г., в редакции Федеральных законов от 18.06.2001 №76-ФЗ и от 30.12.2001 № 196-ФЗ ставка налога на рекламу устанавливается в размере 5 процентов налогооблагаемой базы. Налоговая база учитывает все расходы, связанные с услугами по изготовлению и распространению рекламы. В нашем случае налог на рекламу составит 6,0 тыс.руб в год. (121 х 5%).

Расходы на рекламу, так же как и другие расходы, связанные со сбытом товаров и услуг относятся к коммерческим расходам предприятия и списываются на себестоимость продукции. Затраты по уплате налога на рекламу относятся на внереализационные расходы.

В целях налогообложения затраты на рекламу относятся к прочим расходам, связанным с производством и реализацией. Об этом сказано в подпункте 28 пункта 1 статьи 264 Налогового кодекса. На основании пункта 4 статьи 264 НК РФ затраты на рекламу через средства массовой информации, на любую наружную рекламу, относятся к ненормируемым расходам и полностью уменьшают налогооблагаемую прибыль. Следовательно, предприятие имеет полное право отнести все свои затраты, связанные с рекламой на себестоимость выполненных работ, и тем самым снизить налогооблагаемую базу.

Оценка экономической эффективности рекламы может производиться на основе дополнительного товарооборота, полученного в результате ее применения. Эту оценку получают путем сопоставления объема реализации товара в условиях применения рекламы с объемом товара до рекламы.

2*. Замена морально и физически устаревшего оборудования с целью увеличения выпуска продукции и снижения доли переменных затрат в себестоимости*

Важным источником увеличения выпуска продукции, сокращения затрат и увеличения суммы прибыли является оптимальный подбор оборудования. Это может быть ввод в действие не установленного оборудования, замена и модернизация оборудования, более интенсивное его использование, внедрение мероприятий научно-технического прогресса.

Как показал анализ, основной причиной снижения рентабельности в ОАО «Ново-Рязанского предприятия промжелдортранса» послужило снижение оборачиваемости активов. На сегодняшний день устаревшая база технологического оборудования, оснащенность рабочих мест инструментом и вспомогательным материалом не соответствует требованиям технологии и качества. Следовательно, правильно подобранное оборудование позволит решить проблему повышения эффективности деятельности предприятия.

**Заключение**

Рыночная экономика требует от предприятия повышения эффективности производства, конкурентоспособности продукции и услуг на основе внедрения достижений научно-технического прогресса, эффективных форм хозяйствования и управления производством, преодоления бесхозяйственности, активизации предпринимательства, инициативы и т.д.

Важная роль в реализации этой задачи отводится анализу финансово-хозяйственной деятельности предприятий. С его помощью вырабатываются стратегия и тактика развития предприятия, обосновываются планы и управленческие решения, осуществляется контроль за их выполнением, выявляются резервы повышения эффективности производства, оцениваются результаты деятельности предприятия, его подразделений и работников.

Экономический анализ хозяйственной деятельности в условиях рыночной экономики все более приобретает характер системного анализа.

Задача экономического анализа по рентабельности - выявить влияние внешних факторов, определить сумму прибыли, полученную в результате действия основных внутренних факторов, отражающих трудовые вложения работников и эффективность использования производственных ресурсов.

Вся целесообразная деятельность человека, так или иначе, связана с проблемой эффективности. В основе этого понятия лежит ограниченность ресурсов, желание экономить время, получать как можно больше продукции из доступных ресурсов.

Проблема эффективности - это всегда проблема выбора. Выбор касается того, что производить, какие виды продукции, каким способом, как их распределить и какой объем ресурсов использовать для текущего и будущего потребления.

Уровень эффективности оказывает влияние на решение целого ряда социальных и экономических задач, таких как быстрый экономический рост, повышение уровня жизни населения, снижение инфляции, улучшение условий труда и отдыха.

Важнейшими показателями конечных результатов и совокупной эффективности производства в условиях рыночной экономики являются прибыль и рентабельность (прибыльность).

Обобщающим результативным показателем производственно-финансовой деятельности промышленного предприятия и источником финансовых накоплений является прибыль.

Однако для оценки эффективности работы предприятия недостаточно использовать только показатель прибыли. Показатель рентабельности взаимосвязан со всеми показателями эффективности производства, в частности, с себестоимостью продукции, фондоемкостью продукции и скоростью оборачиваемости капитала. Поэтому рентабельность можно назвать инструментом управления эффективностью предприятия.

Управление рентабельностью (планирование, обоснование и анализ-контроль) находятся в центре экономической деятельности предприятий, работающих на рынок. Уровень рентабельности зависит прежде всего от величины прибыли и размера затрат и применяемых ресурсов.

Прибыль в условиях рынка - это конечная цель и движущий мотив любого коммерческого производства на предприятии. Оптимальным дополнением к показателю прибыли явилось бы выделение, в том числе удельного веса увеличения прибыли, полученной за счет снижения себестоимости. Следует также отметить, что по мере формирования цивилизованных рыночных отношений у предприятия останется лишь один путь увеличения прибыли - увеличение объема выпуска продукции, снижение затрат на ее производство.

В свою очередь, основным источником повышения уровня рентабельности продаж является увеличение суммы прибыли от реализации продукции и снижение себестоимости товарной продукции.

В общей сложности предложенные в работе мероприятия положительно влияют на повышение эффективности производственной деятельности предприятия и позволяют в дальнейшем развивать производственную деятельность и улучшать социальное положение работающих.

**Список использованной литературы**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая и вторая. – М.: ООО «ВИТРЭМ», 2001. – 416с.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть вторая.
3. А.Д. Шеремет, Р.С. Сайфулин Методика финансового анализа. – 2000. – 208с.
4. Г.В. Савицкая Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. – 2006. – 425 с.
5. Л.В. Донцова, Н.А. Никифорова Анализ финнсовой отчетности: учебник – 2008, - 368 с.
6. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа: Учеб. - 4-е изд. доп. и перераб. - М.: Финансы и статистика, 2000.- 416с.
7. Балабанов И.Т. Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъекта. - 2-е изд. доп. - М.: Финансы и статистика. 2002. -208 с.
8. Басовский Л.Е. Теория экономического анализа: Учеб. пособие. - М..: Инфра-М, 2001.-222 с.
9. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. - М.: Инфра - М, 2001.- 215 с
10. Бланк И. А. Управление активами. Учеб. - Киев: Ника- Центр "Эльга", 2000.-720 с.
11. Бочаров В.В. Финансовое моделирование: Учеб. пособие. - СПб: Питер, 2000.- 208 с.
12. Вакуленко Т.Г.., Фомина Л.Ф. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности для принятия управленческих решений. СПб.: Издательский дом «Герда», 2003. – 288с
13. Дробозина Л.А. Финансы. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 527с
14. Ивашкевич В.Б. Бухгалтерский управвленческий учет: Учебник для вузов. – М.: Юристъ, 2003. - 618
15. Ефимова О. В. Финансовый анализ - М. : Бухгалтерский учет, 2000- 196с.