ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Петровська Н.І., гр. Б-28
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Цуканова О.В.**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Прибуток являється основним показником результативності діяльності підприємства. В зв'язку з цим його аналіз є важливим для кожного підприємства. Нами досліджувалось підприємство роздрібної торгівлі м. Харкова. Нетрадиційна методика аналізу дозволила виявити негативні фактори і резерви зростання прибутку від реалізації, а саме зменшення рівня змінних адміністративних витрат та підвищення рівня валового прибутку.

Слід зазначити, що основним з показників, що характеризують ефективність господарської діяльності підприємства є рентабельність продаж. Він показує розмір прибутку від реалізації на одиницю товарообороту. Простота його розрахунку, порівняння з фактичними й плановими показниками, а також можливість швидкої інтерпретації дає можливість керівництву підприємства оперативно виявляти причини відхилень, перерозподіляти ресурси, шукати нові джерела фінансування, адекватно реагувати на зміни внутрішніх і зовнішніх умов господарювання. Нами було проведено стохастичний аналіз рівня рентабельності продаж із застосування методів кореляційно-регресійного аналізу та кількісно оцінено його залежність від показників, що характеризують ефективність використання ресурсів підприємства. Було отримано багатофакторну модель, яку використали для розрахунку впливу факторів, що включені в модель, на рівень рентабельності продаж. З метою його прогнозування було досліджено його динаміку за три роки, виявлено тенденцію та отримано рівняння, яке описує поведінку рівня рентабельності продаж в часі:

$$У=-6,11-0,0863X_1-0,1825X_2++0,5373X_4+0,2363X_5$$

Отримане рівняння регресії було використано для прогнозування рівня рентабельності продаж. Прогнозування здійснювалося шляхом підстановки в побудовану модель передбачуваних значень незалежних перемінних; при цьому передбачалося, що значення коефіцієнтів регресії будуть зберігатися незмінними на весь період прогнозування.

Шляхом підстановки відповідних значень показників отриманий шаговий прогноз рівня рентабельності продаж ($\widetilde{y}$ = 2,599% до обігу) при фактичному значенні 2,945% до обігу.