# Содержание

Содержание

Введение

1. Теоретические аспекты финансового механизма управления операционной прибылью

1.1 Понятие операционной прибыли. Взаимосвязь категорий "издержки - объем продаж - прибыль"

1.2 Элементы операционного анализа

1.3 Оценка степени предпринимательского риска на основе операционного рычага

2. Операционный анализ (на примере предприятия ОАО "Альфа")

2.1 Характеристика предприятия ОАО "Альфа"

2.2 Операционный анализ (на примере предприятия ОАО "Альфа")

Заключение

Список использованной литературы

Приложение 1

Приложение 2

Приложение 3

# Введение

Современные условия хозяйствования ставят перед предприятием новые задачи, связанные с необходимостью выявления дополнительных источников повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности и увеличения прибыльности предприятия. Одним из таких источников является сокращение издержек производства и обращения.

Производство продукции требует различных затрат, которые составляют издержки производства или себестоимость продукции. К издержкам производства относят затраты сырья, материалов, технологического топлива, по оплате труда работников, амортизации оборудования и других основных средств и т.п. но готовая продукция должна быть доведена до потребителя. Этот торгово-технологический процесс, связанный с реализацией товаров, требует определенных расходов, которые представляют собой издержки обращения.

Издержками обращения называют выраженные в денежной форме затраты живого и овеществленного труда по планомерному доведению и реализации товаров потребителям. Они включают расходы на оплату труда работников торговли, транспортирование, хранение, упаковку, подсортировку и подготовку товаров к продаже, а также расходы на организацию закупки и реализации, на управление торговлей, ведение учета и контроля за выполнением планов торгово-финансовой деятельности.

Сущность операционного анализа заключается в анализе соотношения объема продаж (выпуска продукции), себестоимости и прибыли. Значения удельных маржинальных доходов для каждого конкретного вида продукции важны для менеджера. Если данный показатель отрицателен, то выручка от реализации продукта не покрывает даже переменных затрат. Исчисление маржинального дохода позволяет определить влияние объема производства и сбыта на величину прибыли от реализации продукции, работ, услуг и тот объем продаж, начиная с которого предприятие получает прибыль.

Экономический анализ издержек производства и обращения позволяет выявить возможности более эффективного использования материальных, трудовых, денежных ресурсов и тем самым повысить эффективность деятельности предприятия для укрепления конкурентоспособности.

Затраты на производство и реализацию продукции (работ, услуг) представляют собой расходы предприятия, выраженные в денежной форме и связанные с использованием в процессе производства сырья и материалов, комплектующих изделий, топлива, энергии, труда, основных фондов, нематериальных активов и других затрат некапитального характера. Они включаются в себестоимость выпускаемой продукции, уровень которой определяет объем прибыли, рентабельность продукции и капитала, а также другие конечные показатели финансово-экономической деятельности предприятия.

Таким образом, издержки производства и обращения являются одним из важнейших оценочных показателей хозяйственной деятельности предприятия, от их уровня напрямую зависит прибыль любой коммерческой фирмы. Поэтому вполне очевидна актуальность изучения и исследования этого важнейшего показателя, для чего и предпринято это исследование.

Целью работы является рассмотрение финансового механизма управления операционной прибылью.

Сокращение постоянных и переменных издержек организации является одним из источников повышения экономической эффективности деятельности предприятия. Особенно сейчас, в условиях глобальной нестабильности, когда мировой кризис 2008-2009 годов прочно укоренился во всех сферах хозяйствования, сокращение издержек производства и обращения организации становится наиболее актуальным.

# 1. Теоретические аспекты финансового механизма управления операционной прибылью

# 1.1 Понятие операционной прибыли. Взаимосвязь категорий "издержки - объем продаж - прибыль"

Операционная прибыль - разность между валовой прибылью и операционными затратами. Прибыль хозяйствующего субъекта в результате основной экономической деятельности. Представляет собой остаток при вычитании из торговой прибыли операционных накладных расходов (рента, амортизационные отчисления за здания и оборудование, расходы на ГСМ и иные текущие расходы). Операционная прибыль - финансовый результат от всех видов деятельности до уплаты налога на прибыль и процентов по заемным средствам. Та операционная прибыль, при которой экономическая рентабельность активов будет полностью использоваться только в погашение процентов по заемным средствам, называется критической операционной прибылью.

На операционную прибыль оказывают влияние следующие укрупненные факторы: объем реализованной продукции, ее себестоимость, оптовые цены, структурные и ассортиментные сдвиги. Каждый из названных факторов тоже находится под воздействием целой группы первичных факторов. Например, в себестоимость включаются затраты на оплату труда, материальные затраты, суммы начисленной амортизации, отчисления на социальные нужды и прочие.

Большую роль в управлении операционной прибыли занимает система "Взаимосвязь издержек, объема реализации и прибыли" (CVP) или анализ безубыточности. Данный метод управленческих расчетов называют еще маржинальным анализом или содействия доходу.

Деление затрат на постоянные и переменные, исчисление маржинального дохода позволяют определить влияние объема производства и сбыта на величину прибыли от реализации продукции, работ, услуг и тот объем продаж, начиная с которого предприятие получает прибыль. Делается это на основе анализа модели безубыточности (системы "затраты-объем производства-прибыль").

Модель безубыточности опирается на ряд исходных предположений[[1]](#footnote-1):

поведение затрат и выручки можно описать линейной функцией одной переменной - объема выпуска;

переменные затраты и цены остаются неизменными в течение всего планового периода;

структура продукции не изменяется в течение планируемого периода;

поведение постоянных и переменных затрат может быть точно измерено;

на конец анализируемого периода у предприятия не остается запасов готовой продукции (или они несущественны), т.е. объем продаж соответствует объему производства.

Большую роль в обосновании управленческих решений в бизнесе играет маржинальный анализ, методика которого базируется на изучении соотношения между тремя группами важнейших экономических показателей: издержками, объемом производства (реализации) продукции и прибылью, и прогнозировании величины каждого из этих показателей при заданном значении других. Данный метод управленческих расчетов называют еще анализом безубыточности или содействия доходу[[2]](#footnote-2).

Маржинальный анализ (анализ безубыточности) позволяет изучить зависимость прибыли от небольшого круга наиболее важных факторов и на основе этого управлять процессом формирования ее величины.

Основные возможности маржинального анализа состоят в определении[[3]](#footnote-3):

безубыточного объема продаж (порога рентабельности, окупаемости издержек) при заданных соотношениях цены, постоянных и переменных затрат;

зоны безопасности (безубыточности) предприятия;

необходимого объема продаж для получения заданной величины прибыли;

критического уровня постоянных затрат при заданном уровне маржинального дохода;

критической цены реализации при заданном объеме продаж и уровне переменных и постоянных затрат.

С помощью маржинального анализа обосновываются и другие управленческие решения: выбор вариантов изменения производственной мощности, ассортимент продукции, цены на новое изделие, вариантов оборудования, технологии производства, приобретения комплектующих деталей, оценки эффективности принятия дополнительного заказа и др.

Основные этапы анализа[[4]](#footnote-4):

Сбор, подготовка и обработка исходной информации, необходимой для проведения анализа.

Определение суммы постоянных и переменных издержек на производство и реализацию продукции.

Расчет величины исследуемых показателей.

Сравнительный анализ уровня исследуемых показателей, факторный анализ изменения уровня исследуемых показателей.

Факторный анализ изменения уровня исследуемых показателей.

Прогнозирование их величины в изменяющейся среде.

Проведение расчетов по методике маржинального анализа требует соблюдения ряда условий:

необходимость деления издержек на две части - переменные и постоянные;

переменные издержки изменяются пропорционально объему производства (реализации) продукции;

постоянные издержки не изменяются в пределах релевантного (значимого) объема производства (реализации) продукции, т.е. в диапазоне деловой активности предприятия, который установлен, исходя из производственной мощности предприятия и спроса на продукцию;

тождество производства и реализации продукции в рамках рассматриваемого периода времени, т.е. запасы готовой продукции существенно не изменяются;

эффективность производства, уровень цен на продукцию и потребляемые производственные ресурсы не будут подвергаться существенным колебаниям на протяжении анализируемого периода;

пропорциональность поступления выручки объему реализованной продукции.

Одним из самых простых и эффективных методов анализа с целью оперативного, а также стратегического планирования является анализ "издержки - объем - прибыль", который позволяет отследить зависимость финансовых результатов бизнеса от издержек и объемов производства.

Анализ "издержки - объем - прибыль" служит для ответа на важнейшие вопросы, возникающие перед финансистами предприятия на всех четырех основных этапах его денежного оборота:

I этап

Сколько наличного капитала требуется предприятию?

Каким образом можно мобилизовать эти средства?

До какой степени можно доводить финансовый риск, используя эффект финансового рычага?

II этап

Что важнее для предприятия на данном этапе его деятельности: высокая рентабельность или высокая ликвидность?

До какой степени можно увеличивать или снижать силу операционного рычага, маневрируя переменными и постоянными издержками, и изменять тем самым уровень предпринимательского риска, связанного с предприятием?

Что дешевле: приобретение или аренда недвижимости?

Следует ли продавать продукцию ниже ее себестоимости?

Какого продукта производить больше: А или Б?

Как отзовется на прибыли эффект изменения объема производства и сбыта?

III этап

Каким должен быть оптимальный уровень товара, чтобы удовлетворять клиентов, но не связывать при этом слишком много оборотных средств?

Какова оптимальная величина получаемого предприятием краткосрочного кредита, позволяющая обеспечивать и стимулировать продажу товара в рассрочку, при одновременном снижении вероятности возникновения безнадежных долгов и минимизации средств, отвлекаемых дебиторской задолженностью?

IV этап

Какую часть прибыли распределять в качестве дивидендов?

Какая часть нарабатываемого экономического эффекта уходит на погашение долгов и процентов по ним? Не чрезмерный ли это груз для предприятия?

Каким образом можно снизить суммы выплачиваемых налогов?

Маржинальный анализ служит поиску наиболее выгодных комбинаций между переменными затратами на единицу продукции, постоянными издержками, ценой и объемом продаж. Поэтому этот анализ невозможен без разделения издержек на постоянные и переменные.

Сила воздействия операционного рычага зависит от относительной величины постоянных издержек. Для предприятий, отягощенных громоздкими производственными фондами, большая сила операционного рычага представляет значительную опасность: в условиях экономической нестабильности, падения платежеспособного спроса клиентов и сильнейшей инфляции каждый процент снижения выручки оборачивается катастрофическим падением прибыли и вхождением предприятия в зону убытков.

Операционный анализ включает в себя анализ безубыточности, который позволяет вычислить такую сумму или количество продаж, при которой приход равен расходу[[5]](#footnote-5). Бизнес не несет убытков, но не имеет и прибыли. Продажи ниже точки безубыточности влекут за собой убытки; продажи выше точки безубыточности приносят прибыль. Точка безубыточности - это тот рубеж, который предприятию необходимо перешагнуть, чтобы выжить. Поэтому точку безубыточности многие экономисты склонны называть порогом рентабельности. Чем выше порог рентабельности, тем труднее его перешагнуть. С низким порогом рентабельности легче пережить падение спроса на продукцию или услуги, отказаться от неоправданно высокой цены реализации. Снижения порога рентабельности можно добиться наращиванием валовой маржи (повышая цену и/или объем реализации, снижая переменные издержки) либо сокращением постоянных издержек.

Идеальные условия для бизнеса - сочетание низких постоянных издержек с высокой валовой маржой. Маржинальный анализ ищет наиболее выгодную комбинацию переменных и постоянных издержек, цены и физического объема продаж. Иногда решение заключается в наращивании валовой маржи за счет снижения цены и роста количества продаваемых товаров, иногда - в увеличении постоянных издержек (на рекламу, например) и опять же в увеличении количества продаж. Возможны и другие пути, но все они сводятся к поиску компромисса между переменными и постоянными издержками.

Операционный анализ предприятия позволяет предпринимателю, руководству предприятия достоверно оценить текущую ситуацию и перспективы. Он должен ответить на вопрос: каковы источники и суммы денежных средств, которыми располагает фирма, на какие цели и нужды они расходуются?

В рамках анализа оценивается эффективность использования денежных ресурсов, капитала. Обязательный раздел анализа - изучение состава и источников доходов и направлений расходов фирмы, рассмотрение объемов продаж товаров и услуг, себестоимости реализованной продукции с выделением валовых, постоянных и переменных издержек. Должны быть выделены и оценены показатели прибыли и рентабельности, выявлены тенденции их динамики.

Анализ итогового баланса фирмы дает представление о ее финансовом положении на конец истекшего периода, оценку собственного капитала, его объемов, динамики и структуры.

Необходимая часть маржинального анализа - рассмотрение источников формирования и направлений использования денежных средств предприятия, оценка влияния движения этих средств на использование оборотного капитала. Данные анализа могут быть представлены в таблицах с краткими комментариями и выводами.

# 1.2 Элементы операционного анализа

Операционный анализ - это элемент управления затратами, сущность которого состоит в изучении зависимостей финансовых результатов деятельности хозяйствующего субъекта от издержек и объемов производства и реализации продукции, товаров, услуг. Данный вид анализа считается одним из наиболее эффективных средств планирования и прогнозирования деятельности предприятия, он может быть использован в ценообразовании. В специальной литературе вместо термина "операционный анализ" могут быть также использованы термины "анализ безубыточности", "CVP-анализ (costs, volume, profit) - анализ "затраты-объем-прибыль".

Центральными элементами операционного анализа являются:

маржинальный доход

порог рентабельности или точка безубыточности

маржинальный запас прочности = (выручка фактическая - выручка пороговая) /выручка фактическая \* 100%

операционный рычаг (производственный леверидж)

Сущность операционного анализа заключается в анализе соотношения объема продаж (выпуска продукции), себестоимости и прибыли на основе прогнозирования уровня этих величин при заданных ограничениях[[6]](#footnote-6).

Основной категорией операционного анализа является маржинальный доход. Маржинальный доход (прибыль) - это разность между выручкой от реализации (без учета НДС и акцизов) и переменными затратами[[7]](#footnote-7). Иногда маржинальный доход называют также суммой покрытия - это та часть выручки, которая остается на покрытие постоянных затрат и формирование прибыли. Чем выше уровень маржинального дохода, тем быстрее возмещаются постоянные затраты и организация имеет возможность получать прибыль.

Маржинальный доход (М) рассчитывается по формуле

M = S - V

где S - выручка от реализации; V - совокупные переменные затраты.

Маржинальный доход можно рассчитать не только на весь объем выпуска в целом, но и на единицу продукции каждого вида (удельный маржинальный доход). Экономический смысл этого показателя - прирост прибыли от выпуска каждой дополнительной единицы продукции:

M = (S-V) / Q = p - v,

где M - удельный маржинальный доход; Q - объем реализации; р - цена единицы продукции; v - переменные затраты на единицу продукции.

Найденные значения удельных маржинальных доходов для каждого конкретного вида продукции важны для менеджера. Если данный показатель отрицателен, это свидетельствует о том, что выручка от реализации продукта не покрывает даже переменных затрат. Каждая последующая произведенная единица данного вида продукции будет увеличивать общий убыток организации. Если возможности значительного снижения переменных затрат сильно ограничены, то менеджеру следует рассмотреть вопрос о выведении данного товара из ассортимента предлагаемой организацией продукции.

На практике производят более глубокую детализацию переменных затрат на группы переменных производственных, общепроизводственных, общехозяйственных и прочих расходов[[8]](#footnote-8). Отсюда вытекает необходимость исчисления нескольких показателей маржинального дохода, из анализа которых выносится решение о том, воздействие на какие группы расходов может наиболее заметно отразиться на величине конечного финансового результата.

Точка безубыточности - это объем выпуска, при котором прибыль предприятия равна нулю, т.е. объем, при котором выручка равна суммарным затратам. Иногда ее называют также критическим объемом: ниже этого объема производство становится нерентабельным.

Алгебраическим методом точка нулевой прибыли рассчитывается исходя из следующей зависимости[[9]](#footnote-9):

I = S - V - F = (p \* Q) - (v \* Q) - F = 0

где I - величина прибыли; S - выручка; V - совокупные переменные затраты, F - совокупные постоянные затраты

Отсюда находим критический объем:

Q ' = F / (p-v)

где Q ' - точка безубыточности (критический объем в натуральном выражении).

Критический объем производства и реализации продукции можно рассчитать не только в натуральном, но и в стоимостном выражении:

S = F \* p / (p - v) = Q' \* p

где S - критический объем производства и реализации продукции.

Экономический смысл этого показателя - выручка, при которой прибыль равна нулю. Если фактическая выручка предприятия больше критического значения, оно получает прибыль, в противном случае - убыток.

Приведенные выше формулы расчета критического объема производства и реализации в натуральном и стоимостном выражении справедливы лишь, когда выпускается только один вид продукции или когда структура выпуска фиксирована, т.е. пропорции между различными видами продукции остаются неизменными. Если выпускается несколько видов товара с разными предельными затратами, тогда необходимо учитывать структуру производства (продажи) этих товаров, а также долю постоянных затрат, приходящуюся на конкретный вид продукции.

Точка закрытия предприятия - это объем выпуска, при котором оно становится экономически неэффективным, т.е. при котором выручка равна постоянным затратам[[10]](#footnote-10):

Q" = F / p, где Q" - точка закрытия.

Если фактический объем производства и реализации продукции меньше Q", предприятие не оправдывает своего существования и его следует закрыть. Если же фактический объем производства и реализации продукции больше Q", ему следует продолжать свою деятельность, даже если оно получает убыток.

Еще один аналитический показатель, предназначенный для оценки риска, - "кромка безопасности", т.е. разность между фактическим и критическим объемами выпуска и реализации (в натуральном выражении) [[11]](#footnote-11):

Кб = Оф - Q '

где Kб - кромка безопасности; Оф - фактический объем выпуска и реализации продукции.

Полезно рассчитать отношение кромки безопасности к фактическому объему. Эта величина покажет, на сколько процентов может снизиться объем выпуска и реализации, чтобы избежать убытка.

К% = Кб / Qф \* 100%,

где К% - отношение кромки безопасности к фактическому объему.

Кромка безопасности характеризует риск предприятия: чем она меньше, тем больше риск того, что фактический объем производства и реализации продукции не достигнет критического уровня Q' и предприятие окажется в зоне убытков.

Данные о величине маржинального дохода и других производных показателей получили довольно широкое распространение для прогнозирования затрат, цены реализации продукции, допустимого удорожания ее себестоимости, оценки эффективности и целесообразности увеличения объема производства, в решении задач типа "производить самим или покупать" и в других расчетах по оптимизации управленческих решений.

Во многом это объясняется сравнительной простотой, наглядностью и доступностью расчетов точки безубыточности. Вместе с тем необходимо иметь в виду, что формулы модели безубыточности годятся только для тех решений, которые принимаются в пределах приемлемого диапазона цен, затрат и объемов производства и продаж. Вне этого диапазона цена реализации единицы продукции и переменные издержки на единицу продукции уже не считаются постоянными, и любые результаты, полученные без учета таких ограничений, могут привести к неправильным выводам. Наряду с несомненными достоинствами модель безубыточности обладает определенными недостатками, которые связаны прежде всего с допусками, заложенными в ее основу.

При расчете точки безубыточности исходят из принципа линейного наращивания объемов производства и продаж без учета возможностей скачка, например, вследствие сезонности выпуска и сбыта. При определении условий достижения безубыточности и построении соответствующих графиков важно правильно задать данные о степени использования производственных мощностей.

Анализ точки безубыточности служит одним из важных способов решения многих проблем управления, поскольку при комбинированном применении с другими методами анализа его точность вполне достаточна для обоснования управленческих решений в реальной жизни.

Ключевыми элементами маржинального анализа служат финансовый и операционный рычаги, порог рентабельности и запас финансовой прочности предприятия.

Действие операционного рычага проявляется в том, что любое изменение выручки от продажи всегда порождает более сильное изменение прибыли. Этот эффект обусловлен различной степенью влияния динамики постоянных и переменных затрат на формирование финансовых результатов деятельности предприятия при изменении объема производства. Чем больше уровень постоянных издержек, тем больше сила воздействия операционного рычага. Указывая на темп падения прибыли с каждым процентом снижения выручки, сила операционного рычага свидетельствует об уровне предпринимательского риска данного предприятия.

Действие финансового рычага заключается в том, что предприятие, использующее заемные средства, изменяет чистую рентабельность собственных средств и свои дивидендные возможности. Уровень эффекта финансового рычага указывает на финансовый риск, связанный с предприятием. Поскольку проценты за кредит относятся к постоянным издержкам, наращивание финансовых расходов по заемным средствам сопровождается увеличением силы операционного рычага и возрастанием предпринимательского риска.

# 1.3 Оценка степени предпринимательского риска на основе операционного рычага

Ведущим принципом в работе коммерческой организации (производственного предприятия, коммерческого банка, торговой фирмы) в условиях перехода к рыночным отношениям является стремление к получению как можно большей прибыли. Оно ограничивается возможностью понести убытки. Иными словами, здесь появляется понятие риска.

Любая предпринимательская деятельность, как известно, связана с неожиданностями, степень которых зависит от способности предпринимателя прогнозировать политическую и экономическую ситуацию, рассчитывать финансовую окупаемость проекта, выбирать партнеров для своей деятельности, быстро реагировать на изменение рынка и принимать эффективные управленческие решения. Однако предусмотреть все неожиданности, сопутствующие предпринимательской деятельности, как правило, невозможно, а потому всегда существует риск убытков или неполучения намеченной прибыли.

При осуществлении своей деятельности предприятие ставит определенные цели - получить такие-то доходы, затратить столько-то и т.д. Следовательно, оно планирует свою деятельность. Но, выбирая ту или иную стратегию развития, предприятие может потерять свои средства, то есть получить сумму, меньшую, чем запланированная. Как было указано выше, это объясняется неопределенностью ситуации, в которой находится компания. А, находясь в условиях неопределенности, руководству приходится принимать решения, вероятность успешной реализации которых (а значит, и получения доходов в полном объеме), зависит от множества факторов, воздействующих на предприятие изнутри и извне. В этой ситуации и проявляется понятие риска.

Операционный рычаг (или операционный леверидж) - это механизм управления операционной прибылью, основанный на разделении всей совокупности операционных затрат предприятия на постоянные и переменные.

Действие или эффект операционного рычага проявляется в том, что любое изменение выручки от реализации продукции всегда порождает более сильное изменение прибыли. Иначе - постоянные издержки самим фактом своего существования вызывают непропорционально более высокое изменение операционной прибыли предприятия при любом изменении объема реализации продукции вне зависимости от размера предприятия, отраслевых особенностей его операционной деятельности и других факторов.

Но степень такой чувствительности операционной прибыли к изменению объема реализации продукции неоднозначна на предприятиях, имеющих различные соотношения постоянных и переменных затрат. Чем выше удельный вес постоянных затрат в общей сумме операционных затрат предприятия, тем в большей степени изменяется сумма операционной прибыли по отношению к темпам изменения объема реализации продукции.

Соотношение постоянных и переменных операционных затрат предприятия, позволяющее использовать механизм операционного левериджа с различной интенсивностью воздействия на операционную прибыль предприятия, характеризуется "коэффициентом операционного левериджа":

Кол = Н / (Н + Р).

Чем выше значение коэффициента операционного левериджа на предприятии, тем в большей степени оно способно ускорять темпы прироста операционной прибыли по отношению к темпам прироста объема реализации продукции.

Конкретное соотношение прироста суммы операционной прибыли к сумме объема реализации продукции, достигаемое при определенном коэффициенте операционного левериджа, характеризуется показателем "эффект операционного левериджа":

Эол = П / В.

Воздействие операционного рычага можно определить иначе:

Эол = Дм / П.

Коэффициент операционного рычага показывает, что при изменении объемов продаж на 1% прибыль изменится на kор%. Чем ближе плановый объем продаж Nпл к критическому Nкр, тем меньше сумма прибыли и, соответственно, больше сила операционного рычага, и даже небольшое падение продаж может вызвать очень существенное падение прибыли от реализации. Таким образом, сила воздействия операционного рычага показывает степень предпринимательского риска: чем больше эффект рычага, тем выше риск.

# 2. Операционный анализ (на примере предприятия ОАО "Альфа")

# 2.1 Характеристика предприятия ОАО "Альфа"

ОАО "Альфа" было создано 18 июля 1997 года в форме акционерного общества открытого типа.

Основные виды деятельности предприятия - производство и оптовая торговля мебелью.

Предприятие "Альфа" производит недорогую, современную и удобную корпусную мебель, которая предназначена как для населения, так и для компаний. Ценовой ряд выпускаемой продукции ориентирован на население и фирмы со средним уровнем доходов.

Высшим руководящим органом предприятия является собрание акционеров, которое избирает генерального директора ОАО. Генеральный директор назначает финансового и исполнительного директора, в обязанности которых входит текущее управление финансовым и производственным сектором предприятия.

Баланс предприятия и отчет о прибылях и убытках за 2008-2009 гг. приведены в приложении 1-2.

Таблица 2.1. Аналитический баланс предприятия за 2008-2009 годы (тыс.руб.)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Статьи баланса | 2008  год | 1 кв.  2009 г. | I полу-годие  2009 г. | 9 меся-  цев  2009 г. | 2009  год | Темп  роста, % |
| АКТИВ |  |  |  |  |  |  |
| 1 Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения (S) | 102 399 | 90 677 | 97 704 | 870 965 | 82 346 | 80,42 |
| 2 Дебиторская задолженность и прочие оборотные активы (Ra) | 1 244 050 | 1 261 228 | 1 133 862 | 828 867 | 657 210 | 52,83 |
| 3 Запасы и затраты (Z) | 115 893 | 93 436 | 87 962 | 68 733 | 76 810 | 66,28 |
| Всего текущие активы (Аt) | 1 462 342 | 1 445 341 | 1 319 528 | 1 768 565 | 816 366 | 55,83 |
| 4 Внеоборотные активы (иммобилизованные средства (F)) | 4 709 777 | 4 627 278 | 4 538 792 | 4 291 369 | 4 250 745 | 90,25 |
| Итого активов (имущество предприятия) (Ва) | 6 172 119 | 6 072 619 | 5 858 320 | 6 059 934 | 5 067 111 | 82,10 |
| ПАССИВ |  |  |  |  |  |  |
| 1 Кредиторская задолженность и прочие краткосрочные пассивы (Rp) | 931 874 | 905 076 | 906 660 | 913 665 | 1 049 186 | 112,59 |
| 2 Краткосрочные кредиты и займы (Кt) | 1 006 623 | 1 232 210 | 988 037 | 1 268 993 | 1 478 692 | 146,90 |
| Всего краткосрочный заёмный капитал (краткосрочные обязательства) (Рt) | 1 938 497 | 2 137 286 | 1 894 697 | 2 182 658 | 2 527 878 | 130,40 |
| 3 Долгосрочный заёмный капитал (долгосрочные обязательства) (Kd) | 3 509 878 | 3 208 917 | 3 140 291 | 2 691 167 | 1 912 715 | 54,50 |
| 4 Собственный капитал (Ес) | 723 744 | 726 416 | 823 332 | 1 186 109 | 626 518 | 86,57 |
| Итого пассивов (капитал предприятия) (Вр) | 6 172 119 | 6 072 619 | 5 858 320 | 6 059 934 | 5 067 111 | 82,10 |

Рассматривая баланс предприятия за отчетный год, приведенный в таблице 2.1, можно сказать следующее.

Динамика показателей актива аналитического баланса с 2008 по 2009 год отражает следующие основные тенденции финансового положения предприятия. За рассматриваемый период имущество ОАО "Альфа" и соответственно его обязательства уменьшились на 17,9%. Снижение иммобилизованных средств (внеоборотных активов) на 9,75% свидетельствует о том, что на ОАО "Альфа" не наблюдалась инвестиционная активность в основные фонды и нематериальные активы.

За истекший период на 47,17% сократилась дебиторская задолженность, что свидетельствует об уменьшении кредитных операций компании.

Отмечается уменьшение денежных средств и краткосрочных финансовых вложений - на 19,58%.

Эти тенденции в формировании имущественного состояния ОАО "Альфа" отразились и на показателях обязательств компании.

Данные таблицы показывают, что ОАО "Альфа" формирует свои пассивы, увеличивая краткосрочные кредиты и займы - на 46,9%, а также за счет роста кредиторской задолженности - на 12,59%. Собственный же капитал ОАО "Альфа" в 2009 году уменьшился по сравнению с 2008 годом на 13,43%.

Проведем вертикальный и горизонтальный анализ баланса. Вертикальный анализ баланса заключается в том, что определяется структура баланса, то есть рассчитывается доля в процентах каждой статьи баланса по отношению к его валюте (столбцы 3 и 5 табл.2.2). Горизонтальный анализ заключается в том, что по каждой статье баланса рассчитывается отклонение показателей 2009 года от данных 2008 года. Кроме того, необходимо рассчитать относительное изменение по каждой статье баланса в процентах по формуле:

Столбец 8= ( (столбец 4-столбец 2) /столбец 2) \*100 (%).

Таблица 2.2. Вертикальный и горизонтальный анализ баланса

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Статьи баланса | Вертикальный анализ | | | | Горизонтальный анализ | | |
| 2008 год | | 2009 год | | Изменение | | |
| тыс. руб. | Струк  тура, % | тыс. руб. | Струк-  тура, % | тыс. руб. | Струк-тура, % | Относительное,% |
| 1 | 2 | 3= (2i/∑)  \*100 | 4 | 5= (4i/∑)  \*100 | 6=4-2 | 7=5-3 | 8= ( (4-2) /2) \*100 |
| АКТИВ |  |  |  |  |  |  |  |
| 1 Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения (S) | 102 399 | 2 | 82 346 | 2 | -20 053 | 0 | -19,58 |
| 2 Дебиторская задолженность и прочие оборотные активы (Ra) | 1 244 050 | 20 | 657 210 | 13 | -586 840 | -7 | -47,17 |
| 3 Запасы и затраты | 115 893 | 2 | 76 810 | 2 | -39 083 | 0 | -33,72 |
| Всего текущие активы (Аt) | 1 462 342 | 24 | 816 366 | 16 | -645 976 | -8 | -44,17 |
| 4 Внеоборотные активы (иммобилизованные средства) | 4 709 777 | 76 | 4 250 745 | 84 | -459 032 | 8 | -9,75 |
| Итого активов (имущество предприятия) (Ва) | 6 172 119 | 100 | 5 067 111 | 100 | -1 105 008 | 0 | -17,90 |
| ПАССИВ |  |  |  |  |  |  |  |
| 1 Кредиторская задолженность и прочие краткосрочные пассивы (Rp) | 931 874 | 15 | 1 049 186 | 21 | 117 312 | 6 | 12,59 |
| 2 Краткосрочные кредиты и займы (Кt) | 1 006 623 | 16 | 1 478 692 | 29 | 472 069 | 13 | 46,90 |
| Всего краткосрочный заёмный капитал (краткосрочные обязательства) (Рt) | 1 938 497 | 31 | 2 527 878 | 50 | 589 381 | 18 | 30,40 |
| 3 Долгосрочный заёмный капитал (долгосрочные обязательства) (Kd) | 3 509 878 | 57 | 1 912 715 | 38 | -1 597 163 | -19 | -45,50 |
| 4 Собственный капитал (Ес) | 723 744 | 12 | 626 518 | 12 | -97 226 | 1 | -13,43 |
| Итого пассивов (капитал предприятия) (Вр) | 6 172 119 | 100 | 5 067 111 | 100 | -1 105 008 | 0 | -17,90 |

Из уплотненного аналитического баланса видно, что его валюта уменьшилась на 1 105 008 тыс.руб. или на 17,9%, в том числе за счет сокращения оборотных активов на 645 976 тыс. руб. или на 44,17%. Размер внеоборотных активов также сократился на 459 032 тыс.руб. или на 9,75%. Таким образом, имущественная масса уменьшилась, в основном, за счет сокращения оборотных активов.

В целом падение имущества организации является отрицательным фактом.

Рассмотрим отчет о прибылях и убытках предприятия (приложение 2). Приведем горизонтальный и вертикальный анализ отчета о прибылях и убытках.

Таблица 2.3. Горизонтальный и вертикальный анализ отчета о прибылях и убытках ОАО "Альфа"

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | За 2008 год | За 2009 год | Отклонения, тыс.руб. | Темпы роста, | Структура,% | | | | | |
| Наименование | 2008 год | | | 2009 год | Отклонение | |
| А | 1 | 2 | 3= (2-1) | 4=  (2/1) | 5 | | | 6 | 7=6-5 | |
| Доходы и расходы по обычным видам деятельности |  |  |  |  |  | | |  |  | |
| Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей) | 3292744 | 3097256 | -195488 | 0,94 | 100 | | | 100 | 0 | |
| Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг | 2227671 | 2273269 | 45598 | 1,02 | | 67,65 | 73,40 | | | 5,74 |
| Валовая прибыль | 1065073 | 823987 | -241086 | 0,77 | | 32,35 | 26,60 | | | -5,74 |
| Внереализационные доходы | 1853263 | 2478934 | 625671 | 1,34 | | 56,28 | 80,04 | | | 23,75 |
| Внереализационные расходы | 2782539 | 2598498 | -184041 | 0,93 | | 84,51 | 83,90 | | | -0,61 |
| Прибыль (убыток) до налогообложения | 426318 | 76549 | -349769 | 0,18 | | 12,95 | 2,47 | | | -10,48 |
| Отложенные налоговые активы | 105216 | 5229 | -99987 | 0,05 | | 3, 20 | 0,17 | | | -3,03 |
| Отложенные налоговые обязательства | 4489 | 1755 | -2734 | 0,39 | | 0,14 | 0,06 | | | -0,08 |
| Текущий налог на прибыль | 0 | 0 | 0 | 0,00 | | 0,00 | 0,00 | | | 0,00 |
| Чистая прибыль (убыток) отчетного периода | 437782 | 52774 | -385008 | 0,12 | | 13,30 | 1,70 | | | -11,59 |

Валовая прибыль равна выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей) минус себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг.

Прибыль (убыток) до налогообложения равен валовая прибыль плюс внереализационные доходы минус внереализационные расходы.

По данным таблицы можно сказать, что в целом по разделу "Доходы и расходы по обычным видам деятельности" наблюдалась разнонаправленная динамика показателей.

Так, в 2009 году произошло уменьшение выручки от продажи продукции на 195488 тыс.руб. или на 6%.

В 2009 году произошло увеличение себестоимости продукции на 45598 тыс.руб. или на 1,02% в связи с этим размер валовой прибыли в 2009 году по сравнению с предыдущим годом снизился на 23%.

Размер прибыли до налогообложения уменьшился на 349769 тыс.руб., но чистая прибыль уменьшилась на 385008 тыс.руб., что может быть связано с изменением налогообложения.

# 2.2 Операционный анализ (на примере предприятия ОАО "Альфа")

Данные для факторного анализа приведены в приложении 3.

Таблица 2.1. Основные показатели по изделию Б

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показатель | Значение показателя | |
| **По плану (п)** | По факту (ф) |
| Объем реализации продукции (УРП), шт. | 10045 | 5904 |
| Цена единицы продукции (Ц), тыс.руб. | 3,1 | 3,7 |
| Себестоимость изделия (С), тыс.руб. | 2,6 | 3,1 |
| В том числе переменные затраты (ь) | 1,85 | 2,0 |
| Сумма постоянных расходов (А), тыс.руб. | 7534 | 6494 |
| Прибыль (П), тыс.руб. | 5022 | 3542 |

Пп=УРПп (Цп-ьп) - Ап = 10045 (3,1-1,85) - 7534=5022 тыс.руб;

П1=УРПф (Цп-ьп) - Ап = 5904 (3,1-1,85) - 7534= - 154 тыс.руб.;

П2=УРПф (Цф-ьп) - Ап = 5904 (3,7-1,85) - 7534=3388 тыс.руб.

П3=УРПф (Цф-ьф) - Ап = 5904 (3,7-2,0) - 7534= 2503 тыс.руб.

Пф=УРПф (Цф-ьф) - Аф = 5904 (3,7-2,0) - 6494=3542 тыс.руб.

Общее изменение прибыли составляет:

Побщ=3542-5022= - 1480 тыс.руб.

В том числе произошли изменения за счет:

количества реализованной продукции Пурп=П1-Пф= (-154) - 5022= - 5176 тыс.руб.

цены реализации Пц=П2-П1= 3388 - (-154) =+3542 тыс.руб.

удельных переменных затрат Пь=П3-П2=2503-3388= - 885 тыс.руб.

суммы постоянных затрат ПА=Пф-П3=3542-2503=+1039 тыс.руб.

Необходимо сделать проверку правильности расчетов.

Алгебраическая сумма влияния факторов на результативный показатель (прибыль) должна быть равна общему приросту результативного показателя, т.е.

(-5176) +3542+ (-885) +1039= - 1480 тыс.руб.

Рассмотренная методика позволяет более правильно исчислить влияние факторов на изменение суммы прибыли, так как она учитывает взаимосвязь объема производства (продаж), себестоимости и прибыли.

Методика операционного анализа прибыли несколько усложняется в условиях многопродуктового производства, когда кроме рассмотренных факторов необходимо учитывать и влияние структуры (удельного веса) реализованной продукции.

Для изучения влияния факторов на изменение суммы прибыли от реализации продукции в целом по предприятию можно использовать следующую модель:

П=сумма/УРПобщ \* Удi (Цi-ьi) /-А

Таблица 2.2

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид  продукции | Объем продаж, шт. | | Структура продаж | | Цена, тыс.руб. | | Переменные затраты на изделие, тыс.руб. | | Постоянные затраты на весь объем продаж, тыс.руб. | |
| План | Факт | План | Факт | План | Факт | План | Факт | План | факт |
| А | 10455 | 12546 | 0,51 | 0,68 | 5,0 | 6,0 | 2,8 | 3, 20 | 12546 | 20074 |
| Б | 10045 | 5904 | 0,49 | 0,32 | 3,1 | 3,7 | 1,85 | 2,00 | 7534 | 6494 |
| Итог | 20500 | 18450 | 1,0 | 1,0 | - | - | - | - | 20080 | 26568 |

На основе данных таблицы 2.2 сделаем расчет влияния факторов на изменение суммы прибыли в целом по предприятию с помощью приема цепной подстановки:

Пп=сумма /УРПобщп\*Удiп (Цiп-ьiп) /-Ап =

20500\*0,51\* (5-2,8) +20500\*0,49\* (3,1-1,85) - 20080= 15477 тыс.руб.;

П1=сумма/УРПобщф\*Удiп (Цiп-ьiп) /-Ап =

18450\*0,51\* (5-2,8) +18450\*0,49\* (3,1-1,85) - 20080= 11921 тыс.руб.;

П2=сумма/УРПобщф\*Удiф (Цiп-ьiп) /-Ап =

18450\*0,68\* (5-2,8) +18450\*0,32\* (3,1-1,85) - 20080= 14901 тыс.руб.;

П3=сумма/УРПобщф\*Удiф (Цiф-ьiп) /-Ап =

18450\*0,68\* (6-2,8) +18450\*0,32\* (3,7-1,85) - 20080= 30989 тыс.руб.;

П4=сумма/УРПобщф\*Удiф (Цiф-ьiф) /-Ап =

18450\*0,68\* (6-3,2) +18450\*0,32\* (3,7-2,00) - 20080= 25085 тыс.руб.;

Пф=сумма/УРПобщф\*Удiф (Цiф-ьiф) /-Аф =

18450\*0,68\* (6-3,2) +18450\*0,32\* (3,7-2,00) - 26568 = 18597тыс.руб.;

Побщ=Пф-Пп =

18597-15477= +3120 тыс.руб.

В том числе изменения произошли за счет следующих факторов:

1) Пурп=П1-Пп=11921-15477= - 3556 тыс.руб.

2) Пстр=П2-П1=14901-11921= 2980 тыс.руб.

3) Пц=П3-П2=30989-14901= 16088 тыс.руб.

4) Пь=П4=П3=25085-30989= \_5904 тыс.руб.

5) ПА=Пф-П4=18597-25085= - 6488 тыс.руб.

Итого: + 3120 тыс.руб.

Если бы сравнить результаты факторного анализа прибыли, сделанные обычным способом и маржинальным методом, то они будут значительно отличаться друг от друга. По методике маржинального анализа прибыль более существенно зависит от объема и структуры продаж, так как эти факторы влияют одновременно и на себестоимость продукции. Из-за уменьшения общего объема производства и реализации продукции больше приходится постоянных затрат на единицу продукции.

Таким образом, методика маржинального анализа позволяет исследовать и количественно измерить не только непосредственные, но и опосредованные связи и зависимости. Использование этого метода в финансовом менеджменте отечественных предприятий позволит более эффективно управлять процессом формирования финансовых результатов.

На основе данных вышеприведенной таблицы 2.2 проведем факторный анализ одного вида продукции (например, изделие Б).

Рп= Пп =УРПп (Цп-ьп) - Ап =

Зп =УРПп\*ьп+Ап

10045 (3,1-1,85) - 7534 = 5022

10045\*1,85+7534 26117 \*100 = 19,2%

Р1= П1 =УРПф (Цп-ьп) - Ап =

З1 =УРПф\*ьп+Ап

5904 (3,1-1,85) - 7534 = - 154

5904\*1,85+7534 18456 \*100 = - 0,8%

Р2= П2 =УРПф (Цф-ьп) - Ап =

З2 =УРПф\*ьп+Ап

5904 (3,7-1,85) - 7534 = 3388

5904\*1,85+7534 18456 \*100 = 18,4%

Р3= П3 =УРПф (Цф-ьф) - Ап =

З3 =УРПф\*ьф+Ап

5904 (3,7-2,0) - 7534 = 2503

5904\*2,0+7534 19342 \*100 = 12,9%

Рф= Пф =УРПф (Цф-ьф) - Аф =

Зф =УРПф\*ьф+Аф

5904 (3,7-2,0) - 6494 = 3542

5904\*2,0+6494 18302 \*100 = 19,4%

Робщ.=19,4% -19,2% = 0,2%

Приведенные данные показывают, что уровень рентабельности в целом повысился на 0,2%. В том числе за счет следующих изменений:

1. объема реализованной продукции Рурп= (-0,8) - 19,2= - 20%
2. цены реализации Рц=18,4 - (-0,8) = 19,2%
3. удельных переменных затрат Рь=12,9-18,4= - 5,5%
4. суммы постоянных затрат РА=19,4-12,9= 6,5%

По данной методике объем продаж влияет на рентабельность, то есть за счет уменьшения объема производства и реализации продукции рентабельность изделия Б снизилась на 20%. Этот метод более достоверен, так как он учитывает взаимосвязь объема продаж, себестоимости и прибыли.

Для анализа рентабельности продукции в целом по предприятию используется следующая факторная модель:

Р = П = (УРПобщ\*Удi (Цi-ьi) - А)

З сумма (УРПобщ\*Удi\*ьi) +А

На основании данных таблицы № 2.2 и факторного анализа прибыли рассчитаем влияние факторов на изменение уровня рентабельности продукции:

Рп= Пп = сумма/УРПобщп\*Удiп (Цiп-ьiп) /-Ап

Зп сумма (УРПобщп\*Удiп\*ьiп) +Ап

15477 \*100=22,8%

67937

Р1= П1 = сумма/ (УРПобщф\*Удiп (Цiп-ьiп) /-Ап

З1 сумма (УРПобщф\*Удiп\*ьiп) +Ап

11921 \*100=18,9%

63047

Р2= П2 = сумма/УРПобщф\*Удiф (Цiп-ьiп) /-Ап

З2 сумма (УРПобщф\*Удiф\*ьiп) +Ап

14901 \*100=22,5%

66131

Р3= П3 = сумма/УРПобщф\*Удiф (Цiф-ьiп) /-Ап

З3 сумма (УРПобщф\*Удiф\*ьiп) +Ап

30989 \*100=46,9%

66131

Р4= П4 = сумма/УРПобщф\*Удiф (Цiф-ьiф) /-Ап

З4 сумма (УРПобщф\*Удiф\*ьiф) +Ап

25085 \*100=34,8%

72035

Рф= Пф = сумма/УРПобщф\*Удiф (Цiф-ьiф) /-Аф

Зф сумма (УРПобщф\*Удiф\*ьiф) +Аф

18597 \*100=23,7%

78532

Робщ= 23,7% -22,8%=**0,9%**

Изменение уровня рентабельности произошло за счет:

1. объема продаж Рурп=Р1-Рп=18,0-22,8= - 3,9%
2. структуры продаж Руд=Р2-Р1=22,5-18,9= 3,6%
3. цен Рц=Р3-Р2=46,9-22,5= 24,4%
4. переменных затрат Рь=Р4-Р3=34,8-46,9= - 12,1%
5. постоянных затрат РА=Рф-Р4=23,7-34,8=-11,1%

Итого: +0,9%

Данная методика учитывает влияние объема продаж на рентабельность. На данном предприятии объем реализации продукции упал на 10%, что привело к снижению рентабельности на 3,9%.

Аналогичным образом производится анализ рентабельности продаж (оборота), для чего используется следующая модель:

Роб = П = сумма /УРПобщ\*Удi (Цi-ьi) /-А

В сумма (УРПобщ\*Удi\*Цi)

Анализ рентабельности операционного капитала производится по следующей модели:

Р = Прп = Прп +ПФР = сумма /УРПобщ\*Удi (Цi-ьi) - А

КЛ В/Коб (сумма УРПобщ\*Удi\*Цi) /Коб,

Где КЛ - средняя сумма операционного капитала,

Коб - коэффициент оборачиваемости капитала.

Преимущество рассмотренной методики анализа показателей рентабельности состоит в том, что при ее использовании учитывается взаимосвязь элементов модели, в частности объема продаж, издержек и прибыли. Это обеспечивает более точное исчисление влияния факторов и как следствие - более высокий уровень планирования и прогнозирования финансовых результатов.

Например:

Производственная мощность предприятия 1000 шт.

Цена изделия (Ц) 20 тыс. руб.

Выручка (нетто) (В).20 000 тыс. руб.

Постоянные затраты (А) 4000 тыс. руб.

Переменные расходы на единицу продукции (ь) 12 тыс. руб.

Переменные расходы на весь выпуск продукции (Зпер) 12 000 тыс. руб.

Прибыль от реализации продукции (П) 4000 тыс. руб.

Маржа покрытия (МД=В-Зпер) 8000 тыс.руб.

Доля маржи покрытия (Дмд=МД/В= 1-ь/Ц) 0,4

Ставка маржинального дохода (Смд=Ц-ь) 8 тыс.руб.

Для определения безубыточного объема продаж в стоимостном выражении необходимо сумму постоянных затрат разделить на долю маржинального дохода в выручке:

Вкр= А = 4 =

Дмд 0,4 10 млн.руб.

Для одного вида продукции безубыточный объем продаж определяется в натуральном выражении:

УРПкр = А = А = 4000 = 500 шт.

Смд Ц-ь 20-12

Для расчета точки критического объема реализации в процентах к максимальному объему, который принимается за 100%, может быть использована формула:

Т = А/МД\*100%

Т= 4/8\*100= 50%.

Если ставится задача определить объем реализации продукции для получения определенной суммы прибыли, тогда формула будет такой:

УРП = А+П = 4000+2000 = 750 ед.

Ц-ь 20-12

Полученная величина в 1,5 раза больше, чем безубыточный объем продаж в натуральном измерении (750: 500). При этом нужно произвести и реализовать 500 единиц продукции, чтобы покрыть постоянные затраты предприятия и 250 единиц - для поучения прибыли в сумме 2000 тыс.руб.

При многопродуктовом производстве этот показатель определяется в стоимостном выражении:

В= А+П = 4000+2000 = 15000 тыс.руб.

Дмд 0,4

Для определения зоны безопасности аналитическим методом по стоимостным показателям используется следующая формула:

ЗБ = В-Вкр = 20000-10000 = 0,5 или 50%

В 20000

Для одного вида продукции зону безопасности можно найти по количественным показателям:

ЗБ = УРП-УРПкр = 1000-5000 = 0,5 или 50%

УРП 1000

Необходимость принятия дополнительного заказа по цене ниже себестоимости продукции может возникнуть при спаде производства, если предприятие не сумело сформировать портфель заказов и его производственные мощности используются недостаточно полно.

Допустим, что производственная мощность предприятия рассчитана на производство 100 000 изделий, рыночная цена которых 200 тыс. руб. Постоянные расходы составляют 7200 млн. руб. Переменные расходы на изделие - 90 тыс. руб. При таких условиях себестоимость одного изделия (С), прибыль (П) и безубыточный объем продаж (УРПкр) составят:

С=А + ь = 7200000 + 90 = 72+90= 162 тыс.руб.

УРП 100000

П=УРП (Ц-ь) - А=100000 (200-90) - 7200000=3800 млн.руб.

УРПкр = А = 7200000 = 65454 шт.

Ц-ь 200-90

ЗБ = 100000 - 65454 \*100 = 34,5%

100000

В связи с потерей рынков сбыта портфель заказов завода уменьшился до 30 000 изделий. Постоянные и переменные затраты в сопоставимых ценах остались на том же уровне. Рассчитаем себестоимость изделия, прибыль и безубыточный объем продаж в изменившейся ситуации.

С = 7200000 +90 = 330 тыс.руб

30000

П = 30000 (200-90) - 7200000 = - 3900 млн.руб.

УРПкр = 7200000 = 65454шт. ЗБ = 30000-65454 \*100 = - 118%

* 1. 30000

Такой результат объясняется высоким удельным весом постоянных расходов в сумме выручки. При снижении объема продаж постоянные расходы стали непосильными для предприятия.

Чтобы избежать убытков, предприятие будет искать выход из сложившейся ситуации. И если в это время поступит предложение от заказчика на выпуск продукции, которая требует несколько иной технологии и, соответственно, дополнительных постоянных затрат, то менеджеры предприятия могут принять такой заказ даже по ценам ниже критического уровня. Допустим, что заказчик согласился разместить заказ на 50000 изделий по цене 180 тыс.руб., которая ниже рыночного ее уровня. При это предприятие должно дополнительно израсходовать на конструкторского-технологическую подготовку производства этой партии продукции 160 млн.руб.

Выгодно ли это предприятию. На первый взгляд не выгодно, так как цена реализации ниже себестоимости единицы продукции. Кроме того, потребуется дополнительные затраты на подготовку производства.

Сделаем технико-экономическое обоснование решения о принятии дополнительного заказа на таких условиях:

С= 7200000+160000 + 90=182 тыс.руб.

30000+50000

П= 30000 (200-90) + 50000 (180-90) - 7360000 = 440 млн.руб.

УРПкр = 7360000 = 75487 штук, ЗБ 80000-75487 \*100 = 5,64%

187,5 - 90 80000

Это доказывает, что даже на таких невыгодных условиях принятие дополнительного заказа экономически оправдано. Дополнительный заказ позволяет значительно снизить себестоимость единицы продукции за счет наращивания объемов производства и вместо убытков получить прибыль.

# Заключение

По результатам проведенного исследования можно сделать следующие выводы.

Главный мотив деятельности любой фирмы в рыночных условиях - максимизация прибыли. Реальные возможности реализации этой стратегической цели во всех случаях ограничены издержками производства и обращения и спросом на выпускаемую продукцию. Поскольку издержки это основной ограничитель прибыли и одновременно главный фактор, влияющий на объем предложения, то принятие решений руководством фирмы невозможно без анализа уже имеющихся издержек производства и обращения и их величины на перспективу.

К издержкам производства относят затраты сырья, материалов, технологического топлива, по оплате труда работников, амортизации оборудования и других основных средств и т.п. Издержки производства представляют собой расходы на производство, которые должны понести организаторы предприятия с целью создания товаров и последующего получения прибыли.

Издержками обращения называются выраженные в денежной форме затраты живого и овеществленного труда по планомерному доведению и реализации товаров потребителям. Они включают расходы на оплату труда работников торговли, транспортирование, хранение, упаковку, подсортировку и подготовку товаров к продаже, а также расходы на организацию закупки и реализации, на управление торговлей, ведение учета и контроля за выполнением планов торгово-финансовой деятельности.

Постоянные издержки - это издержки, которые не зависят от объема производства, их величина остается постоянной при изменении объема производства. Это предшествующие обязательства предприятия (проценты по займам и др.), налоги, амортизационные отчисления, оплата охраны, арендная плата, расходы на обслуживание оборудования при нулевом объеме производства, зарплата управленческого персонала и т.д.

Переменные издержки - это издержки, зависящие от объема производства. Прямые затраты на сырье материалы, рабочую силу и т.п. изменяются в зависимости от масштабов деятельности. Такие накладные расходы, как комиссионные торговым посредникам, плата за телефонные разговоры, траты на канцелярские товары, увеличиваются с расширением бизнеса, а поэтому в данном случае относятся к категории переменных издержек. Однако, в большинстве своем прямые издержки фирмы всегда относятся к категории переменных, а накладные расходы относятся к постоянным, переменные издержки увеличиваются или уменьшаются под влиянием динамики выпуска продукции. Переменные издержки зависят от количества производимой продукции, складываются из затрат на сырье, материалы, зарплату рабочим и т.д.

Операционный анализ - это элемент управления затратами, сущность которого состоит в изучении зависимостей финансовых результатов деятельности хозяйствующего субъекта от издержек и объемов производства и реализации продукции, товаров, услуг. Данный вид анализа считается одним из наиболее эффективных средств планирования и прогнозирования деятельности предприятия, он может быть использован в ценообразовании. В специальной литературе вместо термина "операционный анализ" могут быть также использованы термины "анализ безубыточности", "CVP-анализ (costs, volume, profit) - анализ "затраты-объем-прибыль".

Центральными элементами операционного анализа являются:

маржинальный доход

порог рентабельности или точка безубыточности

маржинальный запас прочности = (выручка фактическая - выручка пороговая) /выручка фактическая \* 100%

операционный рычаг (производственный леверидж)

Сущность операционного анализа заключается в анализе соотношения объема продаж (выпуска продукции), себестоимости и прибыли на основе прогнозирования уровня этих величин при заданных ограничениях.

Обеспечение эффективного функционирования предприятий требует экономически грамотного управления их деятельностью, которое во многом определяется умением ее анализировать. С помощью метода операционного анализа изучаются тенденции развития, глубоко и системно исследуются факторы изменения результатов деятельности, обосновываются планы и управленческие решения, осуществляется контроль за их выполнением, выявляются резервы повышения эффективности производства, оцениваются результаты деятельности предприятия, вырабатывается экономическая стратегия его развития.

Квалифицированный экономист, финансист, бухгалтер и другие специалисты экономического профиля должны хорошо владеть современными методами экономических исследований. Благодаря знанию техники и технологии маржинального анализа они смогут легко адаптироваться к изменениям рыночной ситуации и находить правильные решения и ответы.

# Список использованной литературы

1. Баканов М.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле. - М.: Экономика, 2004. - 310 с.

2. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория анализа хозяйственной деятельности. - М.: Финансы и статистика, 2001. - 360 с.

3. Баликоев В.З. Общая экономическая теория. Учебное пособие. - М.: Омега-Л, 2006.

4. Бурмистрова Л.М. Финансы организаций (предприятий). - М.: Инфра-М, 2009. - 240 с.

5. Бурыкин А.И. Аналитическая проверка издержек обращения в процессе аудита // Аудиторские ведомости. - 2003. - № 11. - с.14 - 28.

6. Валевич Р.П., Давыдова Г.А. Экономика торгового предприятия. - Минск: Высшая школа, 2002. - 199 с.

7. Васин Ф.П. Управленческий учет: учебное пособие. - М., 1997. - 350с.

8. Галицкая С.В. Финансовый менеджмент. Финансовый анализ. Финансы предприятия. - М.: Эксмо, 2008. - 656 с.

9. Донцова Л.В., Никифорова Н.А. Анализ финансовой отчетности. - М.: Дело и Сервис, 2008. - 368 с.

10. Дыбаль С.В. Финансовый анализ: теория и практика: Учеб. пособие. Спб.: Издательский дом "Бизнес-пресса", 2006. - 304 с.

11. Ефимова О.В. Анализ финансовой отчетности. М.: Омега - М, 2004. - 405 с.

12. Ивасенко А.Г., Никонова Я.И. Финансы организаций (предприятий). - М.: КноРус, 2009. - 208 с.

13. Кириченко Т.В. Финансовый менеджмент. - М.: Дашков и Ко, 2008. - 628 с.

14. Котляров С.А. Управление затратами. - Спб.: Питер, 2001. - 311 с.

15. Куликов Л.М. Экономическая теория: Учебник. - М.: Проспект, 2006 г.

16. Лапуста М.Г., Мазурина Т.Ю. Финансы предприятий. - М.: Альфа-Пресс, 2009. - 640 с.

17. Николаева С.А. Учет затрат в условиях рынка. - М.: Аналитика-Пресс, 2002. - 285 с.

18. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности: Учебник для вузов. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2004. - 342с.

19. Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К. Коммерческая деятельность, - М.: ИКЦ Маркетинг, 2002. - 580 с.

20. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность. - М.: ИНФРА-М, 2001. - 248 с.

21. Пошерстник Е.Б., Пошерстник Н.В. Состав и учет затрат в современных условиях. Москва - Санкт-Петербург. Издательский Торговый Дом "Герда", 2000. - 639 с.

22. Радченко Ю.В. Анализ финансовой отчетности. - М.: Феникс, 2009. - 224 с.

23. Раицкий К.А. Экономика предприятия. - М.: ИВЦ Маркетинг, 2004. - 645с.

24. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия.4-е издание - Минск: 2001. - 285 с.

25. Финансовый анализ: учебник / Под ред. Васильевой Л.С., Петровской М.В. - 2-е изд., перераб. и доп. М.: КноРус, 2007. - 816 с.

26. Управленческий учет: Учебное пособие / Под ред. А.Д. Шеремета. - 2-е изд., испр. - М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2001. - 211 с.

# Приложение 1

Баланс предприятия ОАО "Альфа" за 2008-2009 гг.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Статьи баланса | 2008  год | 2009  год |
| АКТИВ |  |  |
| 1 Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения (S) | 102 399 | 82 346 |
| 2 Дебиторская задолженность и прочие оборотные активы (Ra) | 1 244 050 | 657 210 |
| 3 Запасы и затраты (Z) | 115 893 | 76 810 |
| Всего текущие активы (Аt) | 1 462 342 | 816 366 |
| 4 Внеоборотные активы (иммобилизованные средства (F)) | 4 709 777 | 4 250 745 |
| Итого активов (имущество предприятия) (Ва) | 6 172 119 | 5 067 111 |
| ПАССИВ |  |  |
| 1 Кредиторская задолженность и прочие краткосрочные пассивы (Rp) | 931 874 | 1 049 186 |
| 2 Краткосрочные кредиты и займы (Кt) | 1 006 623 | 1 478 692 |
| Всего краткосрочный заёмный капитал (краткосрочные обязательства) (Рt) | 1 938 497 | 2 527 878 |
| 3 Долгосрочный заёмный капитал (долгосрочные обязательства) (Kd) | 3 509 878 | 1 912 715 |
| 4 Собственный капитал (Ес) | 723 744 | 626 518 |
| Итого пассивов (капитал предприятия) (Вр) | 6 172 119 | 5 067 111 |

# Приложение 2

Отчет о прибылях и убытках предприятия ОАО "Альфа" за 2008-2009 гг.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показатель | За 2008 год | За 2009 год |
| Наименование |
| А | 1 | 2 |
| Доходы и расходы по обычным видам деятельности |  |  |
| Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей) | 3292744 | 3097256 |
| Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг | 2227671 | 2273269 |
| Валовая прибыль | 1065073 | 823987 |
| Внереализационные доходы | 1853263 | 2478934 |
| Внереализационные расходы | 2782539 | 2598498 |
| Прибыль (убыток) до налогообложения | 426318 | 76549 |
| Отложенные налоговые активы | 105216 | 5229 |
| Отложенные налоговые обязательства | 4489 | 1755 |
| Текущий налог на прибыль | 0 | 0 |
| Чистая прибыль (убыток) отчетного периода | 437782 | 52774 |

# Приложение 3

Данные для факторного анализа прибыли по изделию А и Б

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показатель | Значение показателя | |
| **По плану (п)** | По факту (ф) |
| Объем реализации продукции А (УРП), шт. | 10455 | 12546 |
| Объем реализации продукции Б (УРП), шт. | 10045 | 5904 |
| Цена единицы продукции А (Ц), тыс.руб. | 5,0 | 6,0 |
| Цена единицы продукции Б (Ц), тыс.руб. | 3,1 | 3,7 |
| В том числе переменные затраты по изд.А (ь) | 2,8 | 3,2 |
| Сумма постоянных расходов по изд. А (А), тыс.руб. | 12546 | 20074 |
| Себестоимость изделия Б (С), тыс.руб. | 2,6 | 3,1 |
| В том числе переменные затраты по изд. Б (ь) | 1,85 | 2,0 |
| Сумма постоянных расходов по изд. Б (А), тыс.руб. | 7534 | 6494 |
| Прибыль (П), тыс.руб. | 5022 | 3542 |

1. Дыбаль С.В. Финансовый анализ: теория и практика: Учеб. пособие. Спб.: Издательский дом «Бизнес-пресса», 2006. – 304 с. [↑](#footnote-ref-1)
2. Пошерстник Е.Б., Пошерстник Н.В. Состав и учет затрат в современных условиях. Москва – Санкт-Петербург. Издательский Торговый Дом «Герда», 2000. – 639 с. [↑](#footnote-ref-2)
3. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. 4-е издание – Минск: 2001. – 285 с. [↑](#footnote-ref-3)
4. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. 4-е издание – Минск: 2001. – 285 с. [↑](#footnote-ref-4)
5. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. 4-е издание – Минск: 2001. – 285 с. [↑](#footnote-ref-5)
6. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория анализа хозяйственной деятельности. - М.: Финансы и статистика, 2001. - 360 с. [↑](#footnote-ref-6)
7. Дыбаль С.В. Финансовый анализ: теория и практика: Учеб. пособие. Спб.: Издательский дом «Бизнес-пресса», 2006. – 304 с. [↑](#footnote-ref-7)
8. Николаева С.А. Учет затрат в условиях рынка. - М.: Аналитика-Пресс, 2002. – 285 с. [↑](#footnote-ref-8)
9. Дыбаль С.В. Финансовый анализ: теория и практика: Учеб. пособие. Спб.: Издательский дом «Бизнес-пресса», 2006. – 304 с. [↑](#footnote-ref-9)
10. Николаева С.А. Учет затрат в условиях рынка. - М.: Аналитика-Пресс, 2002. – 285 с. [↑](#footnote-ref-10)
11. Пошерстник Е.Б., Пошерстник Н.В. Состав и учет затрат в современных условиях. Москва – Санкт-Петербург. Издательский Торговый Дом «Герда», 2000. – 639 с. [↑](#footnote-ref-11)