

3.4. ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ОПЕРАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Пласкова Н.С., доцент кафедры «Бухгалтерского учета и анализа хозяйственной деятельности»

Всероссийский заочный финансово-экономический институт

В статье раскрываются методические подходы и способы исследования оценочных показателей результативности производственно-сбытовой деятельности организации. Представлены оригинальные методики управленческого анализа и прогнозирования прибыли от продаж, уровня производственных затрат. С использованием практических данных управленческого учета реализована процедура количественного измерения воздействия на результаты бизнеса внешних и внутренних факторов на основе построения многофакторных моделей операционной деятельности.

Для эффективного функционирования системы управления необходима качественная информация о воздействии различных факторов на производство и сбыт продукции не только для целей контроля и планирования производственных показателей, но и прогнозирования размеров рынка, рыночной доли предприятия, цен и структуры реализации. Оценка влияния факторов на динамику затрат, прибыли и рентабельности, подготовленная на основе детального изучения внешних и внутренних факторов, является важным оперативным и стратегическим инструментом управления. Создание адекватной факторной модели, использование ее для прогнозирования хозяйственных ситуаций, качественное информационное обеспечение факторного анализа уже сложившихся и будущих результатов деятельности позволяют принимать своевременные и обоснованные управленческие решения, минимизирующие негативное воздействие внешней и внутренней среды бизнеса. Умея оценить факторы, можно создать на предприятии эффективный механизм управления ими.

Поскольку на результативность производства и реализации продукции оказывает влияние большое количество разнообразных факторов, в том числе специфических, свойственных деятельности конкретного предприятия, то и методики, необходимые для их анализа отличаются оригинальностью и создаются под конкретную управленческую задачу.

Представляется целесообразным рассмотреть несколько предлагаемых методик факторного анализа, особенностью которых является достаточный уровень универсальности для практического использования в процедурах исследования результативности текущей деятельности производственных предприятий.

Первая методика позволяет определить, насколько обоснованы затраты на производство и реализацию продукции. Под воздействием объективных факторов абсолютная величина затрат, как правило, увеличивается в условиях роста объемов производства, инфляционных процессов, изменения управленческой политики в части позиционирования, рекламы продукции, освоения ее новых видов и т.д. Все это может привести порой к резкому увеличению затратной составляющей бизнеса, но насколько оправдан такой рост, поможет убедиться реализация одной из предлагаемых методик факторного анализа.

Для подтверждения обоснованности текущих (операционных) расходов следует исходить из соотношения темпа их роста и темпа роста выручки от продаж (доходов, генерируемых операционной деятельностью). Причем последний должен быть опережающим, поскольку расходы бывают оправданы тогда, когда они компенсированы полученными доходами. В данном случае речь идет о расходах на производство и реализацию продукции, без учета затрат капитального или финансового характера. Безусловно, для компенсации понесенных текущих затрат требуется порой длительное время, измеряемое месяцами, а в иных случаях – годами (освоение новых видов продукции, расширение сети продаж и т.п.).

Предлагаемая методика может быть востребована при поведении управленческого анализа деятельности предприятия в относительно стабильных условиях, при незначительных колебаниях рыночного спроса, цен, ассортимента выпускаемой продукции, структуры затрат и т.п.

Оценка влияния факторов на результативный показатель – расходоёмкость производства и реализации продукции (далее – расходоёмкость, $d_{\text{опер}}$) проводится с использованием следующей исходной модели:

$$d_{\text{опер}} = \text{Общая величина расходов по обычным видам деятельности (совокупная величина постоянных и переменных расходов на производство и реализацию продукции)} / \text{Величина выручки от продаж.}$$

Применяя метод детерминированного моделирования исходной факторной системы, так называемый метод «Дюпон» («Du Pont»), вышеприведенная формула преобразуется в многофакторную модель смешанного типа:

$$d_{\text{опер}} = \frac{S_{\text{опер}}}{N} = \frac{q_{\text{общ}} * S'_{\text{перем}} + S_{\text{пост}}}{q_{\text{общ}} * p},$$

где

$d_{\text{опер}}$ – расходоёмкость производства и реализации продукции;

$S_{\text{опер}}$ – общая величина расходов по обычным видам деятельности (постоянных и переменных расходов) операционных;

N – выручка от продаж (нетто);

$q_{\text{общ}}$ – объем производства и реализации количественном выражении;

$S'_{\text{перем}}$ – удельные переменные расходы в расчете на единицу продукции;

p – цена единицы продукции;

$S_{\text{пост}}$ – величина постоянных расходов.

Алгоритмы расчетов влияния факторов на изменение уровня расходоёмкости с использованием способа цепных подстановок приведены в табл. 1.

На основе данных управленческой отчетности организации в табл. 2 рассчитано влияние факторов на уровень расходоёмкости производства и реализации.

Из представленных расчетов следует, что в отчетном периоде предприятие успешно осуществляло расширение масштабов производства и реализации продукции, что в целом привело к повышению результативности бизнеса.

Таблица 1

ПОРЯДОК РАСЧЕТА ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ НА УРОВЕНЬ РАСХОДОЕМОСТИ

№ расчета	Расходоёмкость	Значения факторов			
		$q_{общ}$	$S^1_{перем}$	$S_{пост}$	p
1	предыдущего периода	пред ¹	пред	пред	пред
2	пересчитанная с учетом изменения общего количества продукции в отчетном периоде	отч	пред	пред	пред
3	пересчитанная с учетом изменения общего количества продукции и удельных переменных расходов в отчетном периоде	отч	отч	пред	пред
4	пересчитанная с учетом изменения общего количества продукции, удельных переменных расходов и постоянных расходов в отчетном периоде	отч	отч	отч	пред
5	пересчитанная с учетом изменения общего количества продукции, удельных переменных расходов, постоянных расходов и цен в отчетном периоде (отчетного периода)	отч	отч	отч	отч
6	Расчет влияния факторов	п.2-п.1	п.3-п.2	п.4-п.3	п.5-п.4

Таблица 2

РАСЧЕТ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ НА УРОВЕНЬ РАСХОДОЕМОСТИ

Показатель	Условное обозначение	Предыдущий период	Отчетный период	Абсолютное изменение	Темп роста, %
А	Б	1	2	3	4
1. Количество проданной продукции, шт.	$q_{общ}$	30 811	31 618	807	102,62
2. Общая величина переменных расходов, тыс. руб.	$S_{перем}$	20 457	20 369	-88	99,57
3. Удельные переменные расходы в расчете на единицу реализованной продукции, тыс. руб.	$S^1_{перем}$	0,66395	0,64422	-0,01973	0,9703
4. Общая величина постоянных расходов, тыс. руб.	$S_{пост}$	6 323	8 081	1 758	127,80
5. Общая величина расходов по обычным видам деятельности (полная себестоимость производства и реализации продукции), тыс. руб.	$S_{опер}$	26 780	28 450	1 670	106,23
6. Средняя цена единицы продукции, тыс. руб.	p	0,962968	1,053324	0,090356	109,38
7. Выручка от продаж, тыс. руб.	N	29 670	33 304	3 634	112,25
8. Расходоёмкость выручки от продаж (доля общей величины расходов по обычным видам деятельности в сумме выручки от продаж), %	$d_{Сопер}$	90,260	85,245	-4,835	94,64
9. Влияние на расходоёмкость выручки от продаж факторов, % – всего в том числе:	$\Delta d_{Сопер}$	-	-	-4,835	-
а) общего объема реализованной продукции в количественном выражении	$\Delta d_{Сопер}^{q_{общ}}$	-	-	-0,545	-
б) суммы переменных расходов в расчете на единицу реализованной продукции	$\Delta d_{Сопер}^{S^1_{перем}}$	-	-	-2,048	-
в) общей величины условно-постоянных расходов	$\Delta d_{Сопер}^{S_{пост}}$	-	-	5,773	-
г) цен	$\Delta d_{Сопер}^p$	-	-	-8,015	-

Это выражается в снижении относительного уровня расходоёмкости операционной деятельности с 90,260% в предыдущем периоде до 85,245% – в отчетном. То есть, если в предыдущем периоде компания тратила 90,26 коп. для получения каждого рубля выручки, то в отчетном периоде ей требовалось для этого лишь 85,245 коп.

В результате расчетов выявлено неоднозначное влияние факторов на динамику расходоёмкости. Так, среди четырех исследованных факторов наиболее благоприятное влияние оказали удельные переменные расходы и ценовая политика, в результате чего затратность операционной деятельности снизилась на 2,048% и 8,015% соответственно. Вместе с тем в результате роста постоянных расходов произошло увеличение расходоёмкости на 5,773%, что является негативным моментом.

Для выявления конкретных причин создавшейся ситуации следует детально рассмотреть состав постоянных расходов и разработать меры, направленные на предотвращение их неоправданного роста в будущем.

Дальнейшая конкретизация влияния факторов на расходоёмкость возможна с использованием более развернутой модели, учитывающей ассортиментную структуру производства и реализации продукции, индивидуальные уровни цен и удельных переменных расходов по видам продукции:

$$d_{Сопер} = \frac{(\sum_{i=1}^n q_{общ\ произв} * d_{i\ произв} * \sum_{k=1}^i S^1_{перем\ k}) + \sum_{j=1}^m S_{пост\ j}}{\sum_{i=1}^n q_{общ\ реализ} * d_{i\ реализ} * p_{i\ реализ}}$$

где $d_{Сопер}$ – расходоёмкость производства и реализации продукции;

¹ Сокращения «пред» и «отч» отражают данные соответственно предыдущего и отчетного периодов

$q_{общ\ произв}$ – общий объем производства продукции в количественном выражении;

$d_{i\ произв}$ – доля (удельный вес) производства продукции i -го вида;

n – количество видов производства и реализации продукции;

$d_{i\ реализ}$ – доля (удельный вес) реализации продукции i -го вида в общем количестве реализованной продукции;

$S_{перем\ k}^1$ – удельные переменные расходы k -го вида в расчете на единицу производства продукции i -го вида;

l – количество видов переменных расходов на производство i -го вида продукции;

$p_{реализ}$ – цена реализации ед. продукции i -го вида;

$S_{пост\ j}$ – сумма постоянных расходов j -го вида;

m – количество видов постоянных расходов.

Для осуществления практических расчетов методом цепных подстановок с использованием факторной модели, включающей большое количество факторов (например, при многономенклатурном производстве продукции) целесообразно использовать стандартную компьютерную программу «Excel».

Вторая предлагаемая методика факторного анализа операционной деятельности позволяет решить такую важную задачу, как оценка влияния внешних и внутренних факторов на прибыль. Для реализации этой методики использованы данные управленческого учета производственной организации. Исходные данные за отчетный и предыдущий периоды, а также промежуточные расчеты необходимых показателей представлены в табл. 3.

Для расчета влияния шести факторов на результативный показатель – прибыль от продаж (P_N) использован метод цепных подстановок, а в качестве факторов выбраны следующие показатели:

$q_{общ}$ – объем продаж продукции в количественном выражении;

$S_{пр}$ – себестоимость проданной продукции (производственные расходы);

$S_{ком}$ – коммерческие расходы;

$S_{упр}$ – управленческие расходы;

d_i – доля (удельный вес) реализованной продукции i -го вида в общем ее количестве (структура реализованной продукции);

p_i – цена единицы реализованной продукции i -го вида.

Поясним расчеты некоторых показателей табл. 3. Показатели графы 6 определены расчетным путем. Для этого использованы объемы продажи продукции в количественном выражении за отчетный период, умноженные на цены, ставки и тарифы предыдущего периода. В частности по строкам показателей выручки ($N_{отч\ в\ ценах\ пред}$) значения гр. 6 определяются по формуле:

$$N_{отч\ в\ ценах\ пред} = \sum_{i=1}^n q_{отч\ i} * p_{пред\ i},$$

где

$q_{отч\ i}$ – объем продаж продукции i -го вида в количественном выражении за отчетный период;

$p_{пред\ i}$ – цена единицы продукции i -го вида за предыдущий период.

Например, графа 6, п. 1 (продукция «А»): $4250 \times 0,8600 = 3\ 655$ тыс. руб. Итоговая величина выручки по графе 6 рассчитывается как сумма построчно рассчитанных значений выручки по каждому виду продукции.

Показатель прибыли от продаж (P_N) по графе 6 (п. 11) выведен расчетным путем как разница между выручкой от продаж, себестоимостью проданной продукции, коммерческими и управленческими расходами.

Таблица 3

РАСЧЕТ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ НА ДИНАМИКУ ПРИБЫЛИ ОТ ПРОДАЖ

№	Виды продукции	Количество реализованной продукции, ед.		Цена единицы продукции, тыс. руб.		Пред., тыс. руб.	Отч. в ценах пред., тыс. руб.	Отч., тыс. руб.
		пред. ²	отч.	пред.	отч.			
А	Б	1	2	3	4	5	6	7
1	«А»	4 100	4 250	1,15	1,2	4 715	4 888	5 100
2	«В»	17 560	20 020	0,90	0,95	15 804	18 018	19 019
3	«С»	9 151	7 348	1,00	1,25	9 151	7 348	9185
4	Итого					29 670	30 254	33 304
№	Виды продукции	Количество реализованной продукции, ед.		Производственная себестоимость единицы продукции, тыс. руб.:		Пред., тыс. руб.	Отч. в ценах и тарифах пред., тыс. руб.	Отч., тыс. руб.
		пред.	отч.	пред.	отч.			
5	«А»	4 100	4 250	0,8600	0,9004	3 526	3 655	3 827
6	«В»	17 560	20 020	0,6800	0,6500	11 941	13 614	13 013
7	«С»	9 151	7 348	0,7445	0,6573	6 813	5 471	4 830
8	Итого					22 280	22 470	21 670
№	Показатель					Пред., тыс. руб.	Отч. в ценах и тарифах пред., тыс. руб.	Отч., тыс. руб.
9	Коммерческие расходы					1480	1 480	2 550
10	Управленческие расходы					3 020	3 020	4 230
11	Прибыль от продаж					2 890	3 284	4 854

² Сокращения «пред» и «отч» отражают данные соответственно предыдущего и отчетного периодов

Вначале определяется совокупное влияние всех шести факторов на прибыль от продаж (п. 11, графа 7 – графа 5):

$$\begin{aligned}\Delta P_N &= P_{N_{отч}} - P_{N_{пред}} = \\ &= 4854 - 2890 = +1964 \text{ тыс. руб.}\end{aligned}$$

Далее производится расчет влияния на прибыль каждого из *шести* факторов в отдельности.

1. Изменение прибыли в связи с ростом *общего количества* проданной продукции ($q_{общ}$).

Вначале рассчитывается темп роста общего количества проданной продукции:

$$N_{отч \text{ в ценах пред}} / N_{пред} = 30\,254 / 29\,670 = 1,0197 \text{ (или } 101,97\%).$$

Темп прироста составил 0,0197 (или 1,97%).

Влияние динамики общего объема продукции в количественном выражении на прибыль составит:

$$\begin{aligned}\Delta P_N^q &= \text{темп роста } q_{общ} * P_{N_{пред}} = 0,0197 * 2\,890 = \\ &= +57 \text{ тыс. руб.}\end{aligned}$$

2. Изменение прибыли в связи с сокращением *себестоимости продукции* ($S_{пр}$) рассчитывается как разница между себестоимостью отчетного периода и себестоимостью, исчисленной исходя из количества потребленных ресурсов на производство продукции в отчетном периоде, но по ставкам и тарифам предыдущего периода. При этом полученная разница окажет обратное влияние на прибыль, так как она находится в обратной зависимости от себестоимости и всех других показателей расходов:

$$\begin{aligned}\Delta P_N^{S_{пр}} &= -(S_{пр_{отч}} - S_{пр_{отч \text{ в ценах пред}}}) = - (21\,670 - \\ &- 22\,470) = +800 \text{ тыс. руб.}\end{aligned}$$

3. Изменение прибыли в связи с ростом *коммерческих расходов* ($S_{ком}$):

$$\begin{aligned}\Delta P_N^{S_{ком}} &= -(S_{ком_{отч}} - S_{ком_{отч \text{ в ценах пред}}}) = - (2\,550 - \\ &- 1\,480) = -1\,070 \text{ тыс. руб.}\end{aligned}$$

4. Изменение прибыли в связи с ростом *управленческих расходов* ($S_{упр}$):

$$\begin{aligned}\Delta P_N^{S_{упр}} &= -(S_{упр_{отч}} - S_{упр_{отч \text{ в ценах пред}}}) = - (4\,230 - \\ &- 3\,020) = -1\,210 \text{ тыс. руб.}\end{aligned}$$

5. Изменение прибыли в связи с ростом *цен* (p) на реализованную продукцию:

$$\begin{aligned}\Delta P_N^p &= N_{отч} - N_{отч \text{ в ценах пред}} = 3\,3304 - 3\,0254 = \\ &= +3\,050 \text{ тыс. р.}\end{aligned}$$

6. Изменение прибыли *из-за структурных сдвигов в реализации продукции* (d_i):

$$\begin{aligned}\Delta P_N^{d_i} &= P_{N_{отч \text{ в ценах и тарифах пред}}} - \\ &- P_{N_{пред}} * \text{темп роста } q_{общ} = \\ &= 3\,284 - (2\,890 * 1,0197) = +337 \text{ тыс. руб.}\end{aligned}$$

Следует пояснить алгоритм расчета влияния данного фактора. Дело в том, что расчетная прибыль по графе 6 ($P_{N_{отч \text{ в ценах и тарифах пред}}}$) учитывает не только динамику изменения реализации по каждому виду продукции (структурных сдвигов в ассортименте), но и изменение их общего количества ($q_{общ}$), влияние которого уже было рассчитано в первом расчете (см. выше). Поэтому из

расчетной прибыли по графе 6 ($P_{N_{отч \text{ в ценах и тарифах пред}}}$) следует вычесть прибыль не предыдущего периода, а ее скорректированную величину с учетом изменения фактора общего количества продукции ($P_{N_{пред}} * \text{темп роста } q_{общ}$).

Суммарное влияние двух факторов, связанных с изменением количества продукции (общего количества и структуры) составит 394 тыс. руб. (57 + 337), что соответствует разнице между расчетной прибылью по графе 6 и прибылью предыдущего периода (3 284 – 2 890 = 394 тыс. руб.).

Далее производится проверка правильности расчетов, для чего определяется алгебраическая сумма влияния шести факторов на изменение прибыли от продаж:

$$\begin{aligned}\Delta P_N &= (+57) + (+800) + (-1\,070) + (-1\,210) + (+3\,050) + \\ &+ (+337) = +1\,964 \text{ тыс. руб.,}\end{aligned}$$

что соответствует общему приросту прибыли от продаж.

Как видно из приведенных расчетов, наиболее существенное влияние на рост прибыли в отчетном периоде оказал ценовой фактор. Воздействие роста цен на все виды реализуемой продукции привело к увеличению прибыли на 2 704 тыс. руб.

Значительное влияние на рост прибыли (+1 510 тыс. руб.) оказала производственная себестоимость, величина которой сократилась вследствие снижения относительного уровня расходоемкости единицы продукции (см. расчет влияния факторов в табл. 2).

Ассортиментная политика, существенно повлиявшая на динамику реализации по видам продукции (рост продукции «А» и «В» и снижение «С»), также сыграла положительную роль, в результате чего произошло увеличение прибыли на 337 тыс. руб.

Также положительным, но менее значительным по сравнению с предыдущими факторами, было влияние роста общего количества реализованной продукции, темп прироста которого на 1,97% привел к формированию прибыли на сумму 57 тыс. руб.

Отрицательное воздействие на прибыль оказало резкое увеличение коммерческих и управленческих расходов, в результате чего она уменьшилась на 2 230 тыс. руб. (1 030+1210).

Следует отметить, что выявленный рост прибыли за счет цен и себестоимости можно оценить не совсем однозначно как положительную тенденцию. Скорее всего, рост цен стал результатом инфляционного (внешнего) воздействия. Если принять во внимание, что за отчетный период инфляция могла составить, например, 10%, то выручка отчетного периода в сопоставимых ценах прошлого периода составит:

$$\begin{aligned}N_{\text{без влияния инфляции}} &= N_{отч} / \text{индекс инфляции} = \\ &= 33\,304 / 1,10 = 30\,276 \text{ тыс. руб.}\end{aligned}$$

Сравнив полученный результат с выручкой, взятой из графы 6 табл. 3, можно определить реальное влияние на прибыль ценового фактора, отражающего изменение цен в результате повышения качества продукции и других внутренних факторов. То есть, реализуя политику управления ценами, анализируемое предприятие в отчетном периоде нарастило прибыль не столь значительно, как это было определено выше в пятом расчете (влияние цен):

$$\begin{aligned}\Delta P_{\text{политика цен}} &= N_{\text{без влияния инфляции}} - N_{отч \text{ в ценах пред}} = \\ &= 30\,276 - 30\,254 = 22 \text{ тыс. руб.}\end{aligned}$$

Действие второго фактора, положительно повлиявшего на прибыль – себестоимости, обусловлено, по видимому, относительным снижением расходоёмкости производства и реализации, то есть сокращением удельных расходов материальных, трудовых и др. затрат в расчете на единицу продукции. В свою очередь можно предположить, что компания закупала для производства более дешевое сырье, сэкономила на тарифных ставках оплаты труда производственных рабочих и т.п. Вместе с тем, закупки более дешевого аналогичного сырья удаётся осуществлять, как правило, увеличивая объем партии закупки и (или) не прибегая к отсрочке оплаты счетов поставщиков. При этом возрастает потребность в оборотных средствах, источником покрытия которой становятся дорогостоящие банковские кредиты, проценты по которым увеличивают другие виды расходов, не включаемые в состав производственной себестоимости. В результате прибыль предприятия может быть существенно сокращена из-за роста финансовых затрат по обслуживанию заемных средств. Кроме того, дополнительные займы и кредиты приводят к увеличению доли заемных средств в составе всего капитала (пассива бухгалтерского баланса), повышают уровень финансовой зависимости компании, увеличивают финансовые риски, снижают показатели платежеспособности.

Следующая предлагаемая методика имеет особую актуальность в процедурах прогнозирования результатов бизнеса. Для предпринимательской деятельности достаточно характерна ситуация, когда первичным показателем бизнес-плана выступает прибыль. Например, когда требуется спрогнозировать период окупаемости операционных (текущих) затрат, поскольку он рассчитывается как отношение прибыли за весь планируемый период (год) к затратам (средним за период, например, месяц).

Исходя из заданной суммы прибыли определяется объем продаж продукции, необходимый для ее получения при заданных спрогнозированных ценах, постоянных затратах и удельных переменных затратах на единицу продукции. Расчет необходимого количества реализации продукции для получения планируемой суммы прибыли производится по следующей формуле:

$$q_{\text{расч}} = \frac{\text{общая величина расчётной маржи-напильной прибыли}}{\text{удельная маржинальная прибыль в расчёте на единицу продукции}} = \frac{(S_{\text{пост}} + P_{\text{прогноз}}) / p - S_{\text{пер}}^{\text{ед}}}{p - S_{\text{пер}}^{\text{ед}}}$$

где

$q_{\text{расч}}$ – расчетный необходимый объем продаж в количественном выражении;

$P_{\text{прогноз}}$ – заданная (прогнозная) величина прибыли;

$S_{\text{пост}}$ – общая величина постоянных расходов;

$S_{\text{пер}}^{\text{ед}}$ – удельные переменные расходы на единицу продукции;

p – цена единицы продукции.

Расчетный объем продаж в стоимостном выражении ($N_{\text{расч}}$), необходимый для покрытия совокупных постоянных и переменных расходов, а также для формирования заданного объема прибыли рассчитывается следующим образом:

$$N_{\text{расч}} = q_{\text{расч}} \cdot p$$

Пример. Компания предполагает, что в планируемом периоде произойдет рост постоянных затрат на 5%, переменных – на 4%. Маркетинговые исследования показали, что цена на реализуемую продукцию может быть повышена максимум на 3%. В отчетном периоде сложились следующие показатели:

- общая величина постоянных расходов ($S_{\text{пост}}$) – 20 000 тыс. руб.;
- общий объем реализованной продукции (q) – 75 000 единиц;
- цена единицы продукции (p) – 1 тыс. руб.;
- удельные переменные расходы в расчете на единицу продукции ($S_{\text{пер}}^{\text{ед}}$) – 0,6 тыс. руб.

Определение необходимого объема реализации продукции для достижения 5%-го роста прибыли по сравнению с уже достигнутым уровнем отчетного периода включает ряд последовательных расчетных процедур.

1. Определяются результаты деятельности за отчетный период:

а) выручка от продажи продукции:

$$N_{\text{отч}} = q_{\text{отч}} \cdot p_{\text{отч}} = 75\,000 \times 1,0 = 75\,000 \text{ тыс. руб.};$$

б) переменные расходы:

$$S_{\text{перем}} = q_{\text{отч}} \cdot S_{\text{пер}}^{\text{ед}} = 75\,000 \times 0,6 = 45\,000 \text{ тыс. руб.}$$

в) прибыль от продаж:

$$P_N = 75\,000 - 45\,000 - 20\,000 = 10\,000 \text{ тыс. руб.}$$

2. Определяются показатели прогнозируемого периода:

а) постоянные расходы:

$$S_{\text{пост}} = 20\,000 \cdot 1,05 = 21\,000 \text{ тыс. руб.};$$

б) удельные переменные расходы в расчете на единицу продукции:

$$S_{\text{пер}}^{\text{ед}} = 0,6 \cdot 1,04 = 0,624 \text{ тыс. руб.};$$

в) цена за единицу продукции:

$$p = 1 \cdot 1,03 = 1,03 \text{ тыс. руб.};$$

г) планируемая прибыль от продаж:

$$P_N = 10\,000 \cdot 1,05 = 10\,500 \text{ тыс. руб.}$$

3. Рассчитывается необходимый объем реализации продукции в количественном выражении, выручка от которого позволит покрыть возросшие расходы и получить заданную величину прибыли:

$$q_{\text{расч}} = \frac{S_{\text{пост}} + P_{\text{прогноз}}}{p - S_{\text{пер}}^{\text{ед}}} = \frac{21\,000 + 10\,500}{1,030 - 0,624} = 77\,586 \text{ ед.}$$

Таким образом, для достижения поставленной цели – увеличения прибыли на 5% необходимо реализовать продукции больше, чем в отчетном периоде на 2 586 ед. (77 586 – 75 000), что на 3% больше уже достигнутого уровня. Если по результатам исследования спроса на продукцию, окажется, что трехпроцентный рост продаж невозможен в связи с насыщенностью рынка, то руководству компании следует принять решение по сдерживанию уровня переменных затрат (за счет режима экономии ресурсов), изысканию резервов сокращения постоянных расходов. Вместе с тем, увеличение постоянных расходов в части продвижения продукции (например, рекламы) может привести к увеличению спроса, что, в свою очередь, позволит получить заданную величину прибыли.

Изложенные выше методики факторного анализа позволяют детально оценить воздействие многочислен-

ных разнонаправлено действующих факторов и на основе полученных результатов анализа своевременно разрабатывать адекватные управленческие решения и способствовать повышению результативности бизнеса, укреплению позиций предприятия в рыночной конкурентной среде.

Литература

1. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Экономический анализ: ситуации, тесты, примеры, задачи, выбор оптимальных решений, финансовое прогнозирование. – М.: Финансы и статистика, 2000.
2. Друри К. Управленческий учет для бизнес-решений. / Пер. с англ. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.
3. Лукасевич И.Я. Управленческие финансы. – М.: Синергия, 2003.
4. Управленческий учет. / Под ред. А.Д. Шеремета. – М.: ФБК-ПРЕСС, 2005.
5. Шеремет А.Д., Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. – М.: «ИНФРА-М», 2005.
6. Шеремет А. Д., Комплексный анализ хозяйственной деятельности. – М.: «ИНФРА-М», 2006.
7. Савицкая Г.В. Экономический анализ. – М.: Новое знание, 2004.

Пласкова Наталия Степановна

ОТЗЫВ

Статья представляет интересную работу с научной и практической точки зрения. Тема управления эффективностью бизнеса становится в России все более популярной, а создание и внедрение в практику современных методов экономического анализа для оценки неиспользованных резервов его роста является актуальной научной и прикладной задачей.

В статье раскрывается суть предлагаемой автором методики факторного детерминированного анализа, реализация которой позволяет выявить и количественно оценить влияние внешних и внутренних факторов на один из главных показателей результативности бизнеса – операционную рентабельность.

Основу трансформации исходной кратной модели рентабельности составляет система моделирования «Дюпон», адаптированная автором для решения конкретной аналитической задачи. В расчетах использованы материалы управленческого учета производственного предприятия, что придает статье практическую направленность.

Дмитриева И.М., д.э.н., профессор, заведующий кафедрой бухгалтерского учета, анализа и аудита Российского государственного торгово-экономического университета

3.4. COMPONENT ANALYSIS OF PRODUCTIVITY OF OPERATIONAL ACTIVITY OF THE ORGANIZATION

N.S. Plaskova, the Senior Lecturer of Faculty «Accounting and the Management Accountancy»

All-Russia Correspondence Financial and Economic Institute

In the article methodical approaches and methods of research of estimating metrics of productivity of industrial-marketing activity of the organization uncover. Original techniques of the administrative analysis and prediction of a sales profit, a level of manufacturing costs are presented.

With usage of practical data of the administrative registration procedure of quantitative measurement of effect on outcomes of business of outage and domestic factors on the basis of construction of multifactor models of operational activity is realized.