

ности, так как они теряют сырьевые зоны, не имеют возможности полностью загрузить свои производственные мощности.

Выход из этого положения видится в первую очередь в преодолении локального монополизма в области переработки, широком развитии кооперации и интеграции сельхозпроизводителей и переработчиков путем создания интегрированных формирований: агрофирм, агропромышленных объединений, холдинговых структур.

В условиях рыночной экономики эффективность производства в значительной степени зависит от успешной реализации продукции, то есть от маркетинговой деятельности.

Маркетинговую службу есть смысл создавать, во-первых, на крупных предприятиях, производящих широкий ассортимент продукции; во-вторых, такая служба окупится в хозяйствах, реализующих значительную часть продукции за пределы своей области.

Предприятиям с небольшим объемом производства продукции собственные маркетинговые службы создавать нецелесообразно. Выгоднее организовать такую службу одну на всех на уровне района или области.

УДК 631.155:658.511

АКТУАЛЬНОСТЬ И НЕОБХОДИМОСТЬ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕТОДИКИ АНАЛИЗА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЛЯ ВЫЯВЛЕНИЯ РЕЗЕРВОВ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ АГРАРНОГО ПРОИЗВОДСТВА

Н.В.Климова, кандидат экономических наук, О.В. Матренина

Ключевой задачей с точки зрения выявления резервов для устойчивого развития АПК страны в целом является совершенствование методических подходов при определении результатов от реализации продукции.

Прибыль от реализации сельскохозяйственной продукции в целом по предприятию зависит от 4-х факторов: объема реализованной продукции (V_{PI}); её структуры (U_i); себестоимости (C_i) и уровня средне реализационных цен (Π_i).

Объем реализации продукции может оказать как положительное, так и отрицательное влияние на размер прибыли. Увеличение объема продаж рентабельной продукции приводит к пропорциональному увеличению прибыли. Если же продукция является убыточной то, при увеличении объема реализации происходит уменьшение суммы прибыли. Соответствующее влияние на размер прибыли оказывает структура товарной продукции. Если увеличивается доля более рентабельных видов продукции в общем объеме её реализации, то сумма прибыли возрастает и, наоборот, при увеличении удельного веса низкорентабельной продукции сумма прибыли уменьшается.

Себестоимость продукции и прибыль находятся в обратной зависимости: снижение себестоимости приводит к соответствующему росту суммы прибыли и наоборот. При увеличении среднего уровня цен сумма прибыли возрастает.

Прибыль от реализации конкретного вида продукции находится в зависимости от трёх факторов: цены, себестоимости 1 центнера и количества продукции, т.е. без учёта структуры реализационной продукции. При этом для анализа выполнения плана получения прибыли используют следующую модель:

$$П = К(Ц - С), \quad (1)$$

где П - сумма прибыли;

Ц - цена реализации;

К - количество реализованной продукции;

С - себестоимость единицы продукции.

В данном случае каждый фактор действует независимо друг от друга, а именно без учёта взаимосвязи объёма реализации продукции и её себестоимости, что следует отнести к существенному недостатку. Поскольку при увеличении объёма производства (реализации) себестоимость единицы продукции снижается, т.к. при этом обычно возрастает только сумма переменных расходов (средняя заработная плата производственных рабочих, семена, корма, удобрения и т.д.), а суммы условно-постоянных (амортизация, аренда помещений и т.д.) остаются, как правило, без изменений. И, наоборот, при спаде производства себестоимость продукции возрастает из-за того, что больше постоянных расходов приходится на единицу продукции.

В зарубежных странах с развитой рыночной экономикой широкое распространение получила методика анализа прибыли, которая исключает указанный недостаток. Эта методика факторного анализа прибыли по системе директ-костинг. Её сущность заключается в изучении зависимости прибыли от небольшого круга наиболее важных факторов, позволяющих наиболее точно учитывать взаимосвязь между ними и точнее определять их количественное влияние. В основе изучения факторов измерения прибыли лежит маржинальный анализ с использованием маржинального дохода (МД).

Маржинальный доход - это прибыль в сумме с постоянными затратами предприятия (Н)

$$МД = П + Н, \quad (2)$$

$$\text{откуда } П = МД - Н \quad (3)$$

Маржинальный доход может быть определён как произведение выручки (ВР) и удельного веса маржинального дохода в ней (Ду).

$$МД = ВР \times Ду \quad (4)$$

Проведём сравнительный анализ прибыли от реализации одного вида продукции - зерна - на показателях СПК "Память Ильича" Чердаклинского района.

В расчете используем модифицированную формулу определения

прибыли, когда известно количество продукции и ставка маржинального дохода (D_c) в цене за единицу продукции.

$$\Pi = K \times D_c - H \quad (5)$$

$$D_c = Ц - V \quad (6)$$

$$\Pi = K \times (Ц - V) - H \quad (7),$$

где V - переменные затраты на единицу продукции.

Формула (7) позволяет определить изменение суммы прибыли за счет количества реализованной продукции, цены и уровня переменных и постоянных затрат.

Исходные данные для анализа представлены в табл.1, а результаты факторного анализа - в табл.2.

1. Исходные данные для факторного анализа прибыли по зерну

Показатели	1997 г.	1998 г.
Объем реализации, ц	43467	8782
Цена реализации, руб.	66-30	75-15
Себестоимость 1 ц., руб.	47-30	216-81
в т.ч. удельные переменные расходы	20,3	86,7
Сумма постоянных затрат, тыс. руб.	1171,9	277,18
Прибыль (убыток), тыс. руб.	827	-1244

2. Результаты факторного анализа

Показатели, за счет которых изменяется прибыль	I способ $\Pi = K(\Pi - C)$	II способ $\Pi = K(\Pi - Y) - H$
Количество продукции, тыс. руб. ($\Delta\Pi_k$)	-660	-1596,4
Цена реализации, тыс. руб. ($\Delta\Pi_c$)	77,5	51,1
Себестоимость продукции, тыс. руб. ($\Delta\Pi_s$) в том числе:	-1488,5	-
- удельных переменных затрат ($\Delta\Pi_v$)	-	-583,1
- суммы постоянных затрат ($\Delta\Pi_n$)	-	894,1
Общее изменение прибыли ($\Delta\Pi_{общ.}$)	- 2071	-1234,3

Сравнивая расчеты показателей табл.2, можно констатировать, что второй способ - по системе директ-костинг - наиболее реально отражает изменение результатов реализации зерна. Так, в 1998 г. был получен убыток, который по первому способу с учётом прошлогодней прибыли возрос на сумму 2071 т.р., в том числе в результате сокращения количества реализованного зерна в размере 80% - на 660 т.р. Снижение объема реализации зерна в 1998 г. обосновано природно - климатическим фактором- засухой, что не смогло не отразиться на издержках производства. Резкий рост себестоимости 1 ц зерна практиче-

ски в три раза определил её по первому способу как первоочередной фактор, способствующий получению нерентабельной продукции.

Рассматривая второй вариант расчёта, легко заметить, что в данном случае имеют место существенные различия. Первым по степени отрицательного влияния является объём реализации, так как именно из-за его сокращения и возрастает себестоимость единицы продукции, то есть прослеживается взаимосвязь между количеством продукции и переменными издержками. Однако общая сумма затрат в 1998 г. на производство и реализацию зерна меньше чем в 1997 г., что способствовало росту прибыли в размере 311 тыс. руб.

Сравнительный анализ показал, что методика факторного анализа, используемая отечественными сельскохозяйственными предприятиями, мало эффективна, кроме того, она занижает финансовый результат деятельности хозяйства, что можно наблюдать по результатам расчетов.

Таким образом, система директ-костинг позволяет более правильно и достоверно исчислить влияние факторов на изменение суммы прибыли. Особую актуальность широкого применения данной методики подтверждает объективная необходимость перехода к использованию международных стандартов.

Однако необходимо отметить, что в настоящее время имеют место барьеры для повсеместного использования метода директ-костинг, поскольку товаропроизводители не ведут учёт и не делят издержки производства на постоянные и переменные. Поэтому следует внести изменения в бухгалтерскую отчётность, а именно форму №2 “Отчёт о прибылях и убытках” необходимо дополнить ещё двумя показателями: постоянные и переменные затраты с разбивкой каждого из них на коммерческие и управленческие.

УДК 631.12

РЫНОЧНЫЙ ПОДХОД К АНАЛИЗУ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ ФОНДОВ

Н.В.Климова, кандидат экономических наук

Вложения капитала в основные средства требует любая фирма независимо от ее размеров, формы собственности, направлений деятельности, ее диверсификации, степени прибыльности или убыточности. Поэтому, планируя деятельность фирмы, изучая работу других предприятий, сравнивая состояние собственного бизнеса с делами конкурентов, приходится прибегать к анализу важнейших показателей, критериев, от которых зависит устойчивое положение предприятия на рынке.

Наиболее важным направлением эффективного использования основных фондов является рыночный подход к их оценке. Поэтому для выявления факторов, влияющих на изменение эффективности использо-