

УДК 621.9

ПРОБЛЕМА ВНЕДРЕНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЭКОНОМИСТОВ ПРОГРЕССИВНЫХ МЕТОДИК АНАЛИЗА ПРИБЫЛИ

Т.Л. КРУПЕНЬКО, В.А. ШИРОЧЕНКО

Государственное учреждение высшего профессионального образования
«БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Могилев, Беларусь

Обычно на отечественных предприятиях анализу прибыли не уделяется должного внимания. При его проведении ограничиваются информацией, которую легко извлечь из таких документов бухгалтерской отчётности как «Отчёт о прибылях и убытках», «Отчёт о финансовых результатах». Основываясь на этих данных, проводят поверхностный анализ структуры прибыли и её динамики. Однако, ограничиваясь только этим, невозможно выявить проблемные («узкие») места в финансово-хозяйственной деятельности предприятия, в связи с чем, необходимо внедрять в аналитическую работу экономистов современные методики, которые могут быть использованы при более глубоком анализе прибыли, в частности, прибыли от реализации продукции, работ, услуг. В современных условиях особое значение приобретает серьёзная аналитическая работа в данном направлении. Своевременное и полноценное выявление «болевых точек» финансов фирмы позволяет осуществлять комплекс упреждающих мер, предотвращающих возможное её банкротство.

Для осуществления анализа наиболее эффективно, необходимо использовать детерминированный факторный анализ прибыли, дополненный принципами маржинального анализа.

Детерминированный факторный анализ представляет собой методику исследования влияния факторов, связь которых с результативным показателем носит функциональный характер. Можно выделить основные этапы детерминированного факторного анализа:

- отбор факторов для анализа исследуемых показателей;
- разработка математической модели, отражающей взаимосвязь между результативным и факторными показателями;
- выявление влияния факторов и оценка роли каждого из них в изменении величины результативного показателя;
- работа с факторной моделью, т.е. практическое её использование для управления экономическими процессами.

Для проведения анализа прибыли результативным показателем выступают составляющие от реализации продукции, работ, услуг. В качестве факторов целесообразно использовать объём реализации в натуральном выражении по видам продукции, цена единицы продукции, переменные затраты на единицу продукции, условно-постоянные затраты на весь объём продаж. Данная модель содержит в себе элементы методики маржинального



анализа – выделение в качестве самостоятельных факторов переменные затраты на единицу продукции и условно-постоянные затраты на весь объём продаж. Это позволяет учесть взаимосвязь объёма производства (реализации) продукции и её себестоимости. В этом состоит основное отличие от подхода, используемого традиционно на предприятиях, когда себестоимость не расчленяется на отдельные элементы (постоянную и переменную часть), а рассматривается в целом.

Маржинальный анализ – это метод оценки и обоснования эффективности управленческих решений в бизнесе на основе изучения причинно-следственной взаимосвязи объёма продаж, себестоимости, прибыли и деления затрат на постоянные и переменные. Маржинальный анализ моделируемого объекта предполагает определение безубыточных значений каждого из рассматриваемых факторов. Разность между фактическим количеством реализованной продукции и безубыточным объёмом продаж продукции – это зона безопасности (зона прибыли), и чем больше она, тем прочнее финансовое состояние предприятия.

С помощью маржинального анализа можно установить критический уровень не только объёма продаж, но и суммы постоянных затрат, а также цены и переменных затрат на единицу продукции, при заданном значении остальных факторов. При критическом уровне постоянных издержек предприятие не будет иметь прибыли, но не будет и в убытке. Если же постоянные затраты окажутся выше критической суммы, то, в сложившейся ситуации, они будут непосильными для предприятия. Оно не сможет их покрыть за счёт маржинальной прибыли. Аналогично, при критическом уровне цены, её величина будет равна полной себестоимости единицы продукции, а прибыль и рентабельность – нулю. Установление цены ниже этого уровня невыгодно для предприятия, так как в результате будет убыток.

Расчитанные критические величины исследуемых факторов сравниваются с текущими значениями и, в зависимости от результата сравнения, определяется положительное либо отрицательное влияние на прибыльность продукции за счёт данного фактора, в результате чего выявляются «узкие места» при производстве и реализации продукции.

Представленная методика реализована в разработанной программе на Visual Basic For Applications и показала свою высокую эффективность при анализе прибыли предприятия. Разработанное программное обеспечение может быть внедрено в работу планово-экономического отдела промышленного предприятия, что позволит рассчитывать основные показатели для осуществления анализа хозяйственной деятельности предприятия, в частности, для анализа прибыли.