

УДК 631.15:658.5

ПОВЫШЕНИЕ ДОХОДНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПТИЦЕВОДЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА

Трухина Т.Ф., заведующая лабораторией экономики и управления

ГНУ Всероссийский научно-исследовательский институт птицеперерабатывающей промышленности (ГНУ ВНИИПП)

Аннотация: Автором разработана методика оптимизации рентабельности предприятий птицеводческого комплекса, применение которой позволит предприятиям учитывать взаимосвязь различных элементов: объема продаж, себестоимости и прибыли.

Summary: The methods have been developed by the author for poultry breeding complexes profitability optimization. This methods usage will give these enterprises the possibility to consider different elements: selling volume, prime cost and profits.

Ключевые слова: прибыль, рентабельность, доходность, факторный анализ, эффективность.

Key Words: profits, profitability, factor analysis, effectiveness.

Обобщающая оценка финансового состояния предприятия достигается на основе анализа таких результативных показателей, как прибыль и рентабельность.

Прибыль составляет основу экономического развития предприятия, так как ее рост создает финансовую базу для самофинансирования расширенного воспроизводства, технического переоснащения, решения проблемы удовлетворения социальных и материальных потребностей работников. Поэтому в условиях рыночных отношений ориентация хозяйствующих субъектов на получение прибыли является неременным условием успешной предпринимательской деятельности.

Прибыль характеризует абсолютную эффективность хозяйствования предприятия и представляет собой важнейший показатель оценки его производственной и коммерческой деятельности, деловой активности и финансовой устойчивости.

Прибыль является экономической категорией рыночных отношений и выполняет ряд важнейших функций:

- служит показателем, характеризующим финансовые результаты предпринимательской деятельности хозяйствующего субъекта;
- выполняет стимулирующую функцию, поскольку она не только финансовый результат, но и основной элемент финансовых ресурсов предприятия, используемых для материального поощрения работников;

- представляет собой важнейший источник финансирования бюджетов разных уровней.

Чтобы управлять прибылью, необходимо осуществлять объективный системный анализ формирования, распределения и использования прибыли, который позволит выявить резервы ее роста. Такой анализ важен, поскольку рост прибыли определяет расширение потенциальных возможностей предприятия, повышает степень его деловой активности, увеличивает размеры доходов, характеризует финансовое здоровье предприятия.

Модель формирования прибыли представлена на рисунке 1.

Определение приоритетных направлений использования прибыли осуществляется на основе ее факторного анализа [1].

Основную часть прибыли — прибыль от продаж продукции — предприятия получают от обычных видов деятельности.

Прибыль от продаж продукции в целом по предприятию зависит от ряда факторов, основными из которых являются:

- увеличение (уменьшение) объема выручки от продаж продукции;
- изменение цен на продукцию;

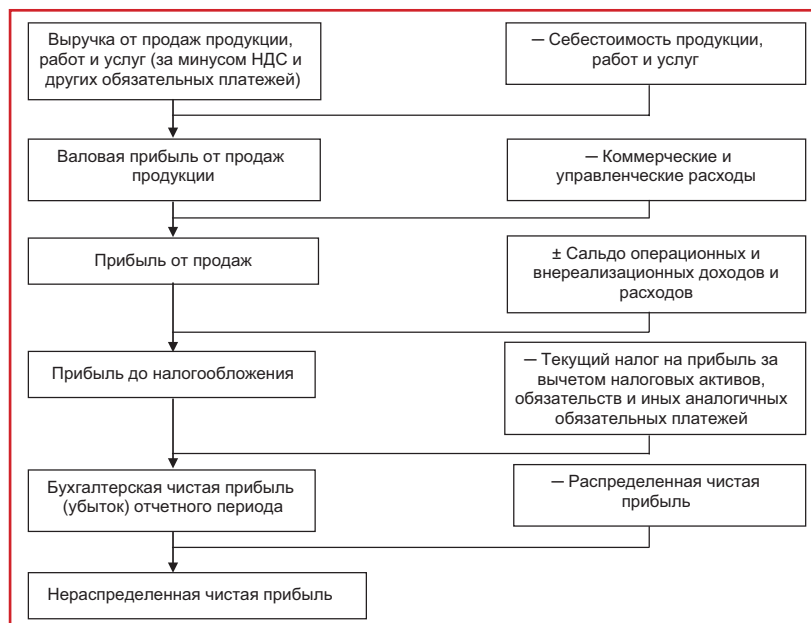


Рис. 1. Модель формирования прибыли

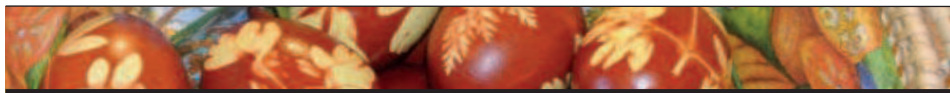


Таблица 1

Оценка прибыли от продаж (тыс. руб.)

Показатель	Предыдущий период	Отчетный период	Отклонение (+, -)	Отчетный период, % к предыдущему
Выручка от продаж продукции, работ, услуг	130 462	138 647	+8 186	106,3
Себестоимость проданной продукции, работ, услуг	105 542	115 460	+9 918	109,4
Коммерческие расходы	5 700	5 340	-360	93,7
Управленческие расходы	14 200	12 540	-1 660	88,3
Прибыль (убыток) от продаж	5 020	5 307	+287	105,7

- снижение (повышение) себестоимости реализованной продукции;
- снижение (повышение) уровня коммерческих расходов;
- снижение (повышение) уровня управленческих расходов.

Оценка прибыли от продаж проводится по всему спектру показателей, влияющих на изменение суммы прибыли (табл. 1).

Объем продаж продукции может оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на сумму прибыли. Увеличение объема продаж рентабельной продукции приводит к пропорциональному увеличению прибыли. Если же продукция является низкорентабельной, то увеличение объема ее продаж приводит к уменьшению суммы прибыли.

В первую очередь необходимо определить дополнительную выручку от продаж продукции, которую предприятие получит в связи с изменением цен под влиянием инфляции. Для этого выручку от продаж продукции в отчетном году необходимо выразить в ценах предыдущего периода путем деления ее на индекс цен.

$$BP_{\text{прод}}^1 = \frac{BP_{\text{прод}}}{Y_{\text{цен}}}; \quad Y_{\text{цен}} = \frac{100 + \Delta\%_{\text{цен}}}{100},$$

где $BP_{\text{прод}}^1$ — выручка от продаж продукции в сопоставимых ценах;
 $BP_{\text{прод}}$ — выручка от продаж продукции в отчетном периоде в действующих ценах;

$Y_{\text{цен}}$ — индекс цен;

$\Delta\%_{\text{цен}}$ — процент изменения цен на продукцию в отчетном периоде по сравнению с предыдущим.

Влияние изменения цен на выручку от продаж определяется по следующей формуле:

$$\Delta BP_{\text{цен}} = BP_{\text{прод}} - BP_{\text{выр.}}^1,$$

где $\Delta BP_{\text{цен}}$ — изменение выручки от продаж в связи с изменением цен.

Выручка от продаж продукции в предыдущем году составила 130 462 тыс. руб., в отчетном периоде — 138 647 тыс. руб. Цены на продукцию в связи с инфляцией в отчетном году возросли на 5%, т.е. индекс цен составил 1,05. Следовательно, выручка от продаж продукции в сопоставимых ценах равна 132 044,76 тыс. руб. (138 647 : 1,05). Это означает, что выручка от продаж продукции в отчетном периоде в связи с изменением цен под влиянием инфляции возросла на 6602,24 тыс. руб. (138 647 – 132 044,76).

1. Увеличение прибыли от продаж за счет увеличения объема продаж продукции определяется путем умножения дополнительной выручки от продаж, получаемой в связи с улучшением хозяйственной деятельности предприятия, на рентабельность продаж в предыдущем году. Этот расчет в формализованном виде выглядит следующим образом:

$$\Delta \Pi_{\text{выр.}} = \frac{(BP_{\text{отч.}} - BP_{\text{пр.}} - \Delta BP_{\text{цен}}) \times R_{\text{продпр.}}}{100},$$

где: $\Delta \Pi_{\text{выр.}}$ — изменение прибыли за счет увеличения объема продаж;

$BP_{\text{отч.}}$ — выручка от продаж в отчетном периоде;

$BP_{\text{пр.}}$ — выручка от продаж в предыдущем периоде;

$\Delta BP_{\text{цен}}$ — изменение продаж в связи с изменением цен;

$R_{\text{продпр.}}$ — рентабельность продаж в предыдущем периоде.

Рентабельность продаж в предыдущем периоде определяется делением прибыли от продаж на выручку от продаж продукции, т.е.

$$R_{\text{продпр.}} = \frac{5020 \times 100}{130462} = 3,85\%$$

Изменение прибыли от продаж за счет увеличения объема выручки от продажи продукции составит

$$\Delta \Pi_{\text{выр.}} = \frac{(138647 - 130462 - 6602,24) \times 3,85\%}{100} = 60,2 \text{ тыс. руб.}$$

2. Для расчета влияния изменения цен на прибыль от продаж необходимо дополнительный объем выручки от продаж продукции, полученный в связи с изменением цен, умножить на рентабельность продаж в предыдущем периоде, т.е. использовать следующую формулу:

$$\Delta \Pi_{\text{цен}} = \frac{\Delta BP_{\text{цен}} \times R_{\text{продпр.}}}{100}$$

Отсюда

$$\Delta \Pi_{\text{цен}} = \frac{6602,24 \times 3,85}{100} = 252,4 \text{ тыс. руб.}$$

3. Влияние изменения себестоимости реализованной продукции [2] на прибыль от продаж определяют по формуле

$$\Delta \Pi_{\text{с}} = \frac{C_{\text{от.}}}{BP_{\text{от.}}} - \frac{C_{\text{пр.}}}{BP_{\text{пр.}}} \times BP_{\text{от.}},$$

где $\Delta \Pi_{\text{с}}$ — изменение прибыли за счет изменения себестоимости реализованной продукции;

$C_{\text{от.}}$, $C_{\text{пр.}}$ — себестоимость реализованной продукции в отчетном и предыдущем годах соответственно;

$BP_{\text{от.}}$, $BP_{\text{пр.}}$ — выручка от реализации продукции в отчетном и предыдущем годах соответственно.

$$\begin{aligned} \Delta \Pi_{\text{с}} &= \left(\frac{115460}{138647} - \frac{105542}{130462} \right) \times 138647 = \\ &= (0,8327 - 0,8090) \times 138647 = \\ &= 3285,9 \text{ тыс. руб.} \end{aligned}$$

Себестоимость продукции на 1 руб. выручки от реализации составила 0,8327 руб. в отчетном году против 0,8090 руб. в предыдущем. Это вызвало повышение себестоимости

реализованной продукции на 3285,9 тыс. руб., или уменьшение прибыли на эту сумму.

4. Для определения влияния на прибыль изменения коммерческих расходов используют аналогичную формулу

$$\Delta\Pi_{кр} = \frac{KP_{от.}}{BP_{от.}} - \frac{KP_{пр.}}{BP_{пр.}} \times BP_{от.};$$

где: $\Delta\Pi_{кр}$ — изменение прибыли от продаж за счет изменения коммерческих расходов;

$KP_{от.}, KP_{пр.}$ — коммерческие расходы в отчетном и предыдущем периодах соответственно.

$$\Delta\Pi_{кр} = \left(\frac{5340}{138647} - \frac{5700}{130462} \right) \times 138647 = (0,0385 - 0,0437) = 719,2 \text{ тыс. руб.}$$

5. Влияние изменения управленческих расходов на прибыль от продаж рассчитывают по формуле

$$\Delta\Pi_{упр} = \frac{УР_{от.}}{BP_{от.}} - \frac{УР_{пр.}}{BP_{пр.}} \times BP_{от.};$$

где $\Delta\Pi_{упр}$ — изменение прибыли от продаж за счет изменения управленческих расходов;

$УР_{от.}, УР_{пр.}$ — управленческие расходы в отчетном и предыдущем годах соответственно.

$$\Delta\Pi_{упр} = \left(\frac{12540}{138647} - \frac{14200}{130462} \right) \times 138647 = (0,0904 - 0,1088) \times 138647 = 2541,1 \text{ тыс. руб.}$$

Результаты влияния различных факторов на прибыль от реализации продукции представлены в таблице 2.

Общее влияние различных факторов составило 287 тыс. руб.

Данные факторного анализа позволяют сделать вывод, что значительная часть прибыли от продаж получена за счет снижения управленческих и коммерческих расходов, а также за счет увеличения объема реализации продукции и роста цен, в то же время повышение себестоимости продукции отрицательно сказалось на прибыли и снизило ее на 3285,9 тыс. руб.

Повышение доходности предприятий в первую очередь зависит от объема получаемой прибыли. Основные резервы увеличения суммы прибыли показаны на рисунке 2.

Факторный анализ показал, что на предприятии основным источником

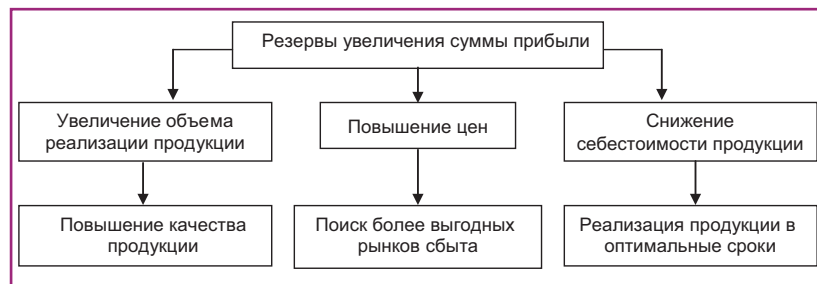


Рис. 2. Резервы увеличения суммы прибыли

Результаты расчета влияния различных факторов на прибыль от продаж

Таблица 2

Показатель	Изменение суммы прибыли, тыс. руб.
Увеличение прибыли от продаж, всего	+287
В том числе за счет:	
<i>изменения объема выручки от продаж продукции</i>	+60,2
<i>изменения цен на продукцию</i>	+252,4
<i>изменения себестоимости реализованной продукции</i>	-3 285,9
<i>изменения коммерческих расходов</i>	+719,2
<i>изменения управленческих расходов</i>	+2 541,1

снижения суммы прибыли является значительное повышение себестоимости продукции, следовательно, основным резервом роста прибыли является снижение себестоимости.

Основными источниками ее снижения являются:

- экономия материальных затрат за счет применения ресурсосберегающих технологий, замена дорогостоящих материалов менее дорогими, применение рациональных технологических схем производства продукции, снижение отходов производства, уменьшение затрат, связанных с доставкой сырья и материалов от предприятий-поставщиков;
- снижение трудоемкости производства продукции и на этой основе уменьшение затрат на заработную плату с начислениями. Главным источником снижения себестоимости в данном случае выступает рост производительности труда. С ростом производительности труда уменьшаются затраты заработной платы на единицу продукции при одновременном росте зарплаты работающих;
- сокращение затрат на организацию производства и управление им, к которым относят коммерческие и управленческие расходы;

- ликвидация непроизводительных расходов, т.е. потерь от простоев оборудования, персонала, брака продукции и др.

Таким образом, основные источники снижения себестоимости продукции — это экономия материальных, трудовых и финансовых затрат.

Реализация выявленных резервов роста прибыли [3] позволит предприятиям птицеводческого комплекса увеличить свою доходность за счет повышения уровня планирования и прогнозирования финансовых результатов.

Литература

1. Трухина Т.Ф. Методика по анализу затрат в производстве мяса птицы и продуктов из него. — Ржавки: ГНУ ВНИИПП Россельхозакадемии, 2008. — с. 85.
2. Трухина Т.Ф. Методические рекомендации по калькулированию себестоимости продукции птицефабрик мясного направления (мяса птицы и продуктов из него). — Ржавки: ГНУ ВНИИПП Россельхозакадемии, 2007. — с.105.
3. Трухина Т.Ф. Методика оптимизации рентабельности предприятий птицеводческого комплекса. — Ржавки: ГНУ ВНИИПП Россельхозакадемии, 2013. — с. 67. □

Для контактов с автором:
Трухина Татьяна Федоровна
Тел.: +7 (495) 944-58-38
e-mail: truhina@bk.ru