

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНО- ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

УДК 336. 671

АНАЛИЗ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗЕРНОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

О. П. Громыко

Могилёвский государственный университет продовольствия, Республика Беларусь

АННОТАЦИЯ. В статье рассмотрены ключевые моменты маржинального анализа прибыли перерабатывающих организаций АПК, исходя из существующего уровня переменных затрат, величины постоянных затрат, структуры производства. Рассчитан безубыточный объем производства отдельных продуктовых групп. Определены пути повышения эффективности деятельности зерноперерабатывающих организаций на примере ОАО «Могилевхлебопродукт».

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *маржинальный анализ, управленческий учет, левверидж, точка безубыточности, запас прочности, эффективность, прибыль, рентабельность.*

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Громыко, О. П. Анализ и пути повышения эффективности деятельности зерноперерабатывающих организаций / О.П. Громыко // Вестник МГУП. – 2019. – № 1 (26). – С. 140–146.

ANALYSIS AND WAYS TO IMPROVE OPERATING EFFICIENCY OF GRAIN PROCESSING ORGANIZATIONS

O. P. Gromyko

Mogilev State University of Food Technologies, Republic of Belarus

ABSTRACT. The article discusses the key points of the marginal analysis of profit of processing organizations of the agro-industrial complex, based on the existing level of variable costs, fixed costs, pattern of production. Break-even volume of production of certain food categories was calculated. The ways of increasing the efficiency of the activities of grain processing organizations were determined in the case of OJSC «Mogilevhleboprodukt».

KEYWORDS: *margin analysis, management accounting, leverage, break even point, safety factor, efficiency, profit, profitability.*

FOR CITATION: Gromyko, O. P. Analysis and ways to improve operating efficiency of grain processing organizations. Bulletin of Mogilev State University of Food Technologies. 2019. No.1 (26). P. 140–146. (in Russian).

ВВЕДЕНИЕ

Как самостоятельное экономическое направление маржинализм, в рамках которого был сформирован маржинальный анализ, образовалось в конце XIX века. Родоначальниками и основными представителями данного учения являются К. Менгер, Л. Вальрас, У. Джевонс, А. Маршалл, В. Парето, Дж.Б. Кларк. Для оценки финансового положения организации в 1930 г. американским инженером У. Раутенштрахом разработан маржинальный анализ.

В основе концепции маржинального (операционного) анализа находится принцип деления затрат предприятия на постоянные и переменные, расчет и анализ маржинальной прибыли и рентабельности производства, определение порога рентабельности, запаса финансовой прочности, а также определение операционного (производственного) левеиджа [1].

Предметом исследования является эффективность деятельности зерноперерабатывающих организаций АПК.

Объектом исследования выступает производственно-экономическая деятельность ОАО «Могилевхлебопродукт» – управляющая компания холдинга «Могилевхлебопродукт».

Цель исследования заключается в оценке деятельности зерноперерабатывающих организаций на примере ОАО «Могилевхлебопродукт» и определении резервов повышения эффективности производства.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Методология исследования основана на системном подходе, применяемом в маргинальном анализе, с использованием общенаучных методов анализа, синтеза, сравнения и обобщения.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Агропромышленный комплекс Республики Беларусь является самым крупным межотраслевым формированием, объединяющим 9 отраслей экономики. Доля сельскохозяйственного производства составляет 7,5 % объема ВВП, в структуре экспорта страны на долю АПК приходится 18 %, при этом численность работающих – около 9 % от общего количества занятых в экономике страны. Потребность Республики Беларусь в продукции растениеводства для обеспечения продовольственных нужд (хлебопечение, производство спирта и пивоварение) составляет 1,6 млн тонн, семенной фонд с учетом страхового фонда – 0,8 млн тонн, потребность общественного животноводства (для производства 9,2 млн тонн молока и 1,8 млн тонн мяса скота и птицы) – 7,6 млн тонн. В агропромышленном комплексе созданы и функционируют 46 кооперативно-интеграционных структур, в рамках которых осуществляются производство сельскохозяйственного сырья, его переработка и сбыт конечной продукции [2].

ОАО «Могилевхлебопродукт» – управляющая компания холдинга «Могилевхлебопродукт» – одно из крупнейших предприятий Республики Беларусь по хранению и переработке зерна, производству комбикормов. Основной продукцией ОАО «Могилевхлебопродукт» являются комбикорма (60 % от общего объема производства в натуральном выражении), мука, крупы, макаронные изделия, рапсовое масло, свинина, говядина, мясо птицы и яйца. В состав холдинга входят: торгово-производственное унитарное предприятие «ЗерноТехнология»; производственно-торговое унитарное предприятие «А/к «Светлый»; производственно-торговое унитарное предприятие «Птицефабрика Елец»; производственно-торговое унитарное предприятие «Горецкий элеватор»; ОАО «Бобруйский комбинат хлебопродуктов»; ОАО «Климовичский комбинат хлебопродуктов».

Анализ показателей производственно-экономической деятельности показал, что организация работала в 2017 г. менее эффективно по сравнению с 2015–2016 гг. Несмотря на рост объема производства продукции на 105,6 %, наблюдается увеличение себестоимости продукции на 8,1 %, прибыль снизилась на 30 %, рентабельность продаж составила 1,4 %. Среднесписочная численность организации равна 499 чел., темп роста производительности труда составил 109,8 %. Стратегия развития холдинга предусматривает оптимизацию производственных мощностей, повышение качества и конкурентоспособности продукции, улучшение условий труда, экономию ресурсов, снижение затрат на производство продукции, которое позволит увеличить выручку и пополнить оборотные средства за счет прибыли.

Маржа покрытия – это разность между выручкой от реализации продукции и переменными затратами, приходящимися на реализованную продукцию. Это весомый показатель при анализе финансовых результатов организации. Чем больше ее величина, тем больше вероятность покрытия постоянных затрат и получения прибыли от производственной

деятельности. Она служит основой для определения безубыточного объема продаж по каждому виду продукции и в целом по организации [3]. Основными положительными сторонами маржинального анализа является возможность выработки с целью уменьшения затрат и максимизации прибыли наиболее оптимизированных управленческих решений, которые связаны с изменением производственной мощности, ассортимента продукции, ценообразования, методики производства и др. Главным недостатком использования маржинального анализа является достаточно условное разделение издержек на постоянные и переменные части, что влечет неточность полученных результатов. Кроме этого, при многопрофильном производстве появляется проблема разделения общих переменных затрат между конкретными видами изготавливаемой продукции [4].

В табл. 1 приведены результаты маржинального анализа прибыли ОАО «Могилев-хлебопродукт».

Табл. 1. Маржинальный (операционный) анализ прибыли

Table 1. Marginal (operational) profit analysis

Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Изменение	
				2016 г. к 2015 г.	2017 г. к 2016 г.
Выручка от реализации, тыс. руб.	56813	55453	51152	-1360	-4301
Переменные затраты, тыс. руб.	32873	30537	35123	-5336	4586
Маржинальный доход, тыс. руб.	23940	24916	16029	976	-8887
Норма маржинального дохода, дол. ед.	0,42	0,45	0,31	0,03	-0,14
Постоянные затраты, тыс. руб.	9320	8585	7877	-735	-708
Прибыль, тыс. руб.	14620	16331	8152	1711	-8179
Сила воздействия операционного рычага, раз	1,64	1,53	1,97	-0,11	0,44
Порог рентабельности, тыс. руб.	22190	19078	25409	-3112	6331
Запас финансовой прочности, тыс. руб.	34623	36375	25743	1752	-10632
Запас финансовой прочности, %	60,9	65,5	50,3	4,6	-15,2

По результатам выполненных расчетов максимальный маржинальный доход достигнут в 2016 г., минимальный в 2017 г. (рис.1). Операционный рычаг (производственный леве́ридж) показывает степень восприимчивости прибыли к изменению объема реализации. Любое изменение выручки от продаж влияет на изменение прибыли [5]. При благоприятной конъюнктуре рынка высокое значение операционного рычага позволяет предприятию увеличивать прибыль. Однако, в условиях экономической нестабильности, при снижении платежеспособного спроса потребителей продукции, высокое значение операционного рычага ухудшает финансовые результаты предприятия. Это связано с тем, что каждый процент снижения выручки приводит к уменьшению прибыли и вхождению предприятия в зону убытков. Запас финансовой прочности – это разность между выручкой от реализации продукции и порогом рентабельности. Превышение порога рентабельности создает запас финансовой прочности – своего рода страхование предпринимательского риска: чем больше запас финансовой прочности, тем более устойчиво предприятие к неблагоприятным изменениям рыночной конъюнктуры. Согласно расчетам, запас финансовой прочности организации снижается и в 2017 г. составил 50,3 %.

Маржинальный анализ – это основной инструмент оперативного планирования на предприятии, который позволяет изучать зависимость результатов деятельности от затрат, объема производства и цены. С помощью операционного анализа возможен поиск наиболее выгодных комбинаций между переменными издержками на единицу продукции, постоянными издержками, ценой и объемом продаж. Он позволяет найти критический объем продаж, или точку безубыточности, в которой суммарный объем выручки от реализации продукции равен суммарным затратам [6].

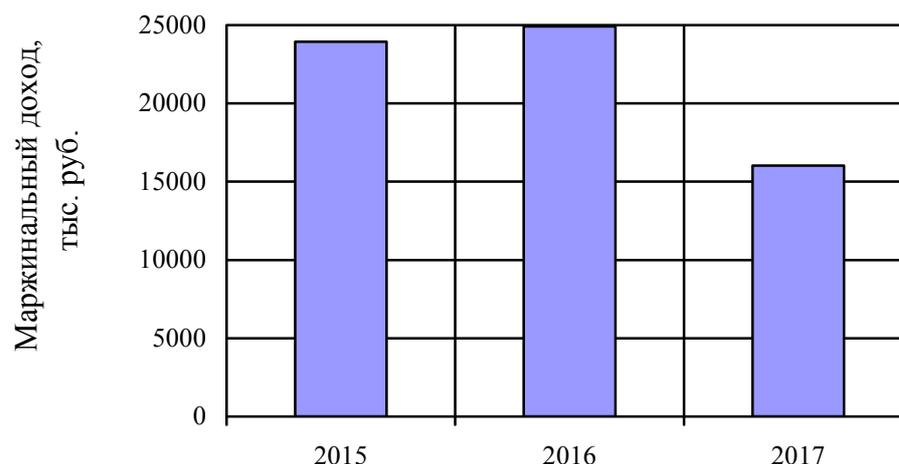


Рис.1 Динамика маржинального дохода по годам, тыс. руб.

Fig. 1. Dynamics of marginal income, thousands of roubles

Точка безубыточности – минимальный объем производства и реализации продукции, при котором расходы будут компенсированы доходами, а при производстве и реализации каждой последующей единицы продукции предприятие получает прибыль. Точку безубыточности можно определить в единицах продукции, в стоимостном выражении или с учётом ожидаемого размера прибыли. Точку безубыточности ($Tб$) в натуральном выражении можно рассчитать по формуле (1):

$$Tб = \frac{Z_{пост}}{Ц - Z_{перем}}, \quad (1)$$

где $Z_{пост}$ – постоянные затраты;

$Ц$ – цена единицы продукции;

$Z_{перем}$ – переменные затраты на единицу продукции, руб.

В табл. 2 представлены данные для построения графика безубыточности.

Табл. 2. Исходные данные для определения критического объема производства комбикорма

Table 2. Input data for determining breakeven point of mixed feed

Объем производства, тонн	Выручка от реализации, тыс. руб.	Постоянные затраты, тыс. руб.	Переменные затраты, тыс. руб.	Полные затраты, тыс. руб.
2000	722	491	583	1074
4000	1444	491	1166	1657
6000	2166	491	1749	2240
8000	2888	491	2332	2823
10000	3610	491	2915	3406
12000	4332	491	3498	3989
14000	5054	491	4081	4572
16000	5776	491	4664	5155
18000	6498	491	5247	5738
20000	7220	491	5830	6321
22000	7942	491	6413	6904
24000	8664	491	6996	7487
26000	9386	491	7579	8070
28000	10108	491	8162	8653
30000	10830	491	8745	9236

Экономическая модель взаимосвязи затрат, объемов производства и прибыли представлена на рис. 2. Точка пересечения прямых выручки от реализации продукции и полных затрат на производство продукции отражает критический объем производства продукции.

Точка безубыточности по комбикорму в 2017 г. составила 7065 тонн при фактическом объеме производства 28346 тонн. Разность между фактическим и безубыточным объемом продаж – это зона безопасности (зона прибыли), и чем она больше, тем прочнее финансовое состояние организации.

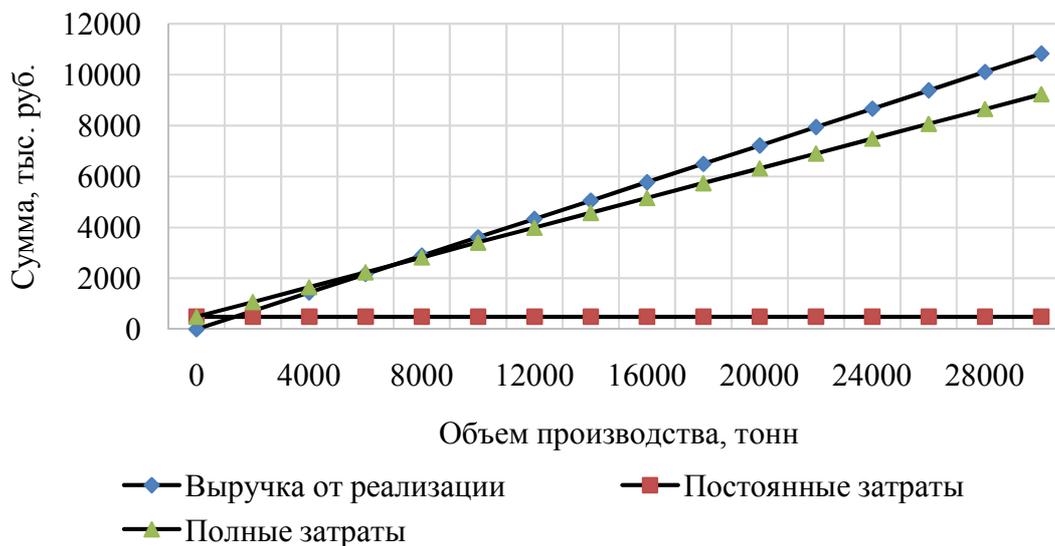


Рис.2. Зависимость между прибылью, объемом реализации продукции и затратами на ее производство

Fig. 2. Relationship between profit, sales volume and costs of production

Прибыль – это объективная экономическая категория товарно-денежных отношений, которая охватывает широкий круг общественных отношений, связанных с образованием, распределением и использованием дополнительного продукта [7]. В росте прибыли заинтересовано не только само предприятие, но и государство. Бузаева Н. А. считает, что существуют внешние и внутренние факторы, способные повлиять на показатели валовой прибыли. К внешним факторам относят местоположение предприятия и климатические условия местности, показания экологии, экономики, политики, а также принятое в стране законодательство и др.; к внутренним факторам – темп и мощность производства, мероприятия по снижению себестоимости, маркетинговые стратегии, мероприятия по повышению качества товаров и услуг [8]. По мнению А. С. Медунова, величина прибыли организации зависит от нескольких показателей: верность выбора производственной направленности организации по выпуску продукции; формирование конкурентоспособных условий продажи продукции; объемы производства; ассортимент выпускаемой продукции [9].

Рентабельность – это качественный показатель, характеризующий уровень отдачи вложенных затрат или уровень использования ресурсов, которые имеются в наличии предприятия, связанный с достижением определенного конечного результата [10]. Основными источниками резервов повышения уровня рентабельности продукции являются увеличение прибыли от реализации продукции и снижение себестоимости товарной продукции. В таблице 3 рассчитаны резервы увеличения прибыли за счет снижения себестоимости продукции.

Табл. 3. Резервы увеличения прибыли организации за счет снижения себестоимости продукции**Table 3.** Working balances of increasing profit by reducing production cost

Вид продукции	Резерв снижения себестоимости 1т, руб.	Возможный объем реализации продукции, тонн	Резерв увеличения прибыли, тыс. руб.
Комбикорм	9,1	39808	362,25
Мука	9,5	14484	137,59
Макаронные изделия	27,3	162	4,42
Крупа	15,9	2213	35,18
Итого:			539,44

Для подсчета резервов может быть использована следующая формула:

$$PR = R_{\phi} - R_{\phi} = \frac{P_{\phi} + P\Pi}{V\Pi \times C_{i\phi}} - \frac{P_{\phi}}{3_{\phi}}, \quad (2)$$

где PR – резерв роста рентабельности;

R_{ϕ} – рентабельность возможная;

R_{ϕ} – рентабельность фактическая;

P_{ϕ} – фактическая сумма прибыли;

$P\Pi$ – резерв роста прибыли от реализации продукции;

$V\Pi$ – возможный объем реализации продукции с учетом выявленных резервов его роста;

$C_{i\phi}$ – возможный уровень себестоимости i -х видов продукции с учетом выявленных резервов снижения;

3_{ϕ} – фактическая сумма затрат по реализованной продукции.

$$PR = \frac{801 + 539,44}{46022} - \frac{801}{46723} = 1,2 \%$$

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Маржинальный (операционный) анализ является мощным аналитическим инструментом в деятельности коммерческой организации, так как ее важнейшей задачей является обеспечение устойчивого функционирования в длительной перспективе. Расчет маржинального дохода при планировании ассортимента и прибыли позволяет менеджменту принимать оптимальные управленческие решения, гибко реагировать на изменения условий производства и окружающей среды.

ЛИТЕРАТУРА

- 1 Соколова, Е. Н. Значение маржинального анализа в деятельности коммерческих организаций / Е.Н. Соколова // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2015. – С. 5
- 2 Государственная программа развития аграрного бизнеса в Республике Беларусь на 2016–2020 годы [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.mshp.gov.by/programms/a868489390de4373.html>. – Дата доступа: 12.02.2019.
- 3 Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебн. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 512 с.
- 4 Куркина, С. М. Маржинальный анализ финансовых результатов деятельности предприятия / С. М. Куркина // Инновационная наука. – 2016. – № 4. – С. 198.
- 5 Тагиль, Т. В. Ключевые моменты маржинального анализа / Т.В. Тагиль // European research. – 2016. – С. 45–49.
- 6 Аливанова, С. В. Маржинальный анализ как эффективный метод принятия управленческих решений / С. В. Аливанова // Научный журнал КубГАу. – 2012. – № 80 (06). – С. 7.
- 7 Мельник, М.В. Комплексный экономический анализ: учебное пособие / М.В. Мельник, А.И. Кривцов, О.В. Горлова. – М.: ФОРУМ: Инфра-М, 2014. – 368 с.

8 Бузаева, Н. А. Анализ прибыльности и рентабельности предприятия / Н.А. Бузаева // Научно-исследовательские публикации. – 2014. – № 11 (78). – С. 90–99.

9 Медунов, А. С. Показатели прибыли и рентабельности предприятия и их анализ / А.С. Медунов // Вопросы структуризации экономики. – 2016. – № 11 (31). – С. 77–83.

10 Демчук, О.В. Прибыль и рентабельность предприятия: сущность, показатели и пути повышения / О.В. Демчук // Проблемы экономики и менеджмента. – 2015. – № 8 (48). – С. 6–15.

Поступила в редакцию 10.06.2019 г.

ОБ АВТОРАХ:

Оксана Петровна Громыко, старший преподаватель кафедры экономики и организации производства, Могилевский государственный университет продовольствия, e-mail: oksana.gromyko.75@mail.ru

ABOUT AUTHORS:

Oksana P. Gromyko, senior lecturer of the Department of Economics and Organization of Production, Mogilev State University of Food Technologies, e-mail: oksana.gromyko.75@mail.ru