

УДК 336.02.

Терловая Валентина Ивановна,

кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры учета, анализа и аудита,
Институт экономики и управления (структурное подразделение),
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»,
г. Симферополь, Российская Федерация.

Сорокина Елена Степановна,

старший преподаватель кафедры учёта, анализа и аудита,
Институт экономики и управления (структурное подразделение),
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»,
г. Симферополь, Российская Федерация.

Terlovaya Valentina Ivanovna,

Ph.D. in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Accounting, Analysis and Audit,
Institute of Economics and Management (structural subdivision),
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Simferopol, Russian Federation.

Sorokina Elena Stepanovna,

Senior Lecturer of the Department of Accounting, Analysis and Audit,
Institute of Economics and Management (structural subdivision),
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Simferopol, Russian Federation.

РОЛЬ И ЗАДАЧИ CVP-АНАЛИЗА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ

ROLE AND TASKS OF CVP-ANALYSIS IN THE MANAGEMENT SYSTEM OF FINANCES OF ENTERPRISES

В статье рассмотрены актуальные теоретические и практические вопросы CVP-анализа. Актуальность исследования обусловлена тем, что в условиях рыночной экономики руководство предприятия должно располагать эффективными инструментами анализа и оценки состояния бизнеса, позволяющими принимать экономически обоснованные управленческие решения. Таким инструментом выступает маржинальный анализ, называемый также анализом «Издержки–Объем–Прибыль» (CVP-анализ). В основе данного метода находятся линейные зависимости между основными показателями деятельности предприятия — объемом производства продукции (работ, услуг), выручкой от реализации, затратами на производство и реализацию продукции. Этот метод является достаточно результативным и может быть использован при оперативном и стратегическом планировании, а также при разработке экономической стратегии бизнеса. В статье изложены теоретические вопросы, раскрывающие значение ключевых показателей анализа, отражена их взаимосвязь и взаимозависимость, раскрыты возможности использования этих инструментов в практической деятельности предприятия.

Практическая значимость статьи заключается в том, что в ней раскрыты практические аспекты применения CVP-анализа для эффективного оперативного и стратегического планирования на уровне исследуемых предприятий с учетом определенных условий их деятельности.

Ключевые слова: финансы, CVP-анализ, объем реализации, затраты, прибыль, маржинальный доход, маржинальная прибыль, порог безубыточности, запас финансовой прочности, операционный леверидж.

The article discusses the current theoretical and practical issues of CVP-analysis. The relevance of the study is due to the fact that in a market economy, enterprise management must have effective tools for analyzing and assessing the state of the business, allowing them to make economically sound management decisions. Such a tool is marginal analysis, also called «Cost — Volume — Profit» analysis (CVP analysis). This method is based on linear relationships between the main indicators of the enterprise — the volume of production (work, services), revenue from sales, costs of production and sales of products. This method is quite effective and can be used in operational and strategic planning, as well as in the development of an economic business strategy. The article presents theoretical questions that reveal the importance of key analysis indicators, reflects their interconnection and interdependence, discloses the possibilities of using these tools in the practical activities of the enterprise.

The practical significance of the article lies in the fact that it discloses the practical aspects of applying CVP-analysis for effective operational and strategic planning at the level of the enterprises under study, taking into account certain conditions of their activity.

Keywords: finance, CVP-analysis, sales volume, costs, profit, marginal income, marginal profit, break-even threshold, financial strength, operating leverage.

ВВЕДЕНИЕ

Одним из эффективных методов стратегического анализа является CVP-анализ (Cost-Volume-Profit — затраты-объем-прибыль), который широко используется в системе управления финансовыми показателями предприятия — выручки от реализации продукции, издержками, прибылью. CVP-анализ дает возможность выявлять оптимальные пропорции между переменными и постоянными затратами, ценой и объемом реализации, минимизировать предпринимательский риск. Бухгалтеры, аудиторы, эксперты и консультанты, используя данный метод, могут дать более глубокую оценку финансовым результатам и точнее обосновать рекомендации для выбора стратегии развития организации.

Вопросам теории и практики управления финансами на основе CVP-анализа посвящены работы отечественных ученых: Аскарова А.А. [1], Бердниковой Т.Б. [2], Горелик О.М. [3], Казаковой Н.А. [4], Мансуровой И.А. [5] и других. Многие идеи, предложенные этими авторами, являются актуальными и в настоящее время. Однако, в этих работах наибольшее внимание уделяют теоретическим основам и недостаточно глубоко раскрывают практическую направленность CVP-анализа, как аналитического инструмента для целей принятия управленческих решений.

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Цель исследования — раскрыть теоретические и практические аспекты управления финансами предприятия на основе CVP-анализа.

Для достижения цели выделены следующие задачи:

1. Рассмотреть теоретические и методические основы CVP-анализа;
2. Определить практическую направленность CVP –анализа и его роль как инструмента принятия управленческих решений;
3. Разработать комплексную методику управления финансами предприятия на основе CVP-анализа.

Научная новизна обусловлена теоретико-методическим обоснованием проблем применения аналитического инструмента «CVP-анализ» в практической деятельности предприятий и организаций различных форм собственности.

Предложенный в статье подход к анализу на основе «CVP-анализ» может быть использован менеджерами, бухгалтерами, аналитическими работниками в практической деятельности при решении ситуационных задач в области управления финансами организации.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Основополагающим показателем CVP-анализа является маржинальный доход (Дм), который представляет часть выручки, полученной от реализации продукции, которую предприятие может направить на покрытие постоянных издержек и сформировать прибыль (ф. 1).

$$\text{Дм} = \text{В} - \text{П}_{\text{пер}}, \text{ тыс. руб.}, \quad (1)$$

где Дм — маржинальный доход (без НДС и акцизов), тыс. руб.; В — выручка от реализации продукции, тыс. руб.; $\text{П}_{\text{пер}}$ — общие переменные затраты, тыс. руб.

Для руководства предприятия особый интерес приобретает показатель удельного маржинального дохода, т. е. дохода на единицу производимой продукции каждого вида. Если расчеты показывают, что по какому-то виду продукции этот показатель отрицательный и выручка от его реализации не покрывает даже переменных затрат на его производство, это свидетельствует о том, что каждая произведенная и реализованная единица продукции этого вида будет увеличивать убыток предприятия, и менеджеру необходимо рассмотреть возможность снижения переменных затрат, в противном случае, должно приниматься решение о прекращении производства этого вида изделия.

На основании CVP-анализа для изыскания резервов снижения переменных затрат необходимо провести более глубокий анализ их состава и структуры, выделив прямые затраты, непосредственно обусловленные производством этого вида продукции (работ, услуг), и по каждому элементу затрат следует рассмотреть резервы их снижения.

Работники учетно-экономической службы предприятия маржинальный анализ прибыли могут выполнить различными способами, один из наиболее эффективных методов, при условии, что производится один вид изделий, использует формулу 2:

$$\text{Пм} = \text{ОП} (\text{ц} - \text{п}) - \text{ПЗ}, \text{ тыс. руб.}, \quad (2)$$

где Пм — сумма маржинальной прибыли, тыс. руб.; ОП — объем продаж, натур. ед.; ц — отпускная цена, руб.; п — переменные расходы на единицу продукции, руб.; ПЗ — постоянные затраты, тыс. руб.

В случае, если предприятие производит несколько видов продукции, при прогнозировании величины прибыли необходимо учесть влияние структуры реализованной продукции и использовать для анализа модель (ф.3).

$$\text{Пм} = \Sigma [\text{ОП}_{\text{общ}} \times \text{Уд}_i / 100 (\text{ц}_i - \text{п}_i)] - \text{ПЗ}, \text{ тыс., руб.}, \quad (3)$$

где $ОП_{общ.}$ — общий объем реализованной продукции, натур. ед.; $Уд_i$ — удельный вес определенного вида продукции, %; $ц_i$ — отпускная цена определенного вида продукции, руб.; $п_i$ — переменные расходы на единицу этого вида продукции, руб.

Предлагаемая модель позволяет, зная отпускную цену каждого вида производимой продукции и величину переменных затрат на изготовление каждого изделия, а также планируемый объем реализации этого вида продукции, определить сумму прибыли, получаемую от реализации отдельных видов производимой продукции (работ, услуг) и, соответственно, общую сумму прибыли предприятия на планируемый период. При этом работники экономических служб могут оценить влияние на величину прибыли не только цены каждого вида продукции, но и изменение переменных расходов на ее изготовление, что в комплексе обеспечит достаточно точное прогнозирование прибыли предприятия.

В процессе прогнозирования прибыли для простоты расчетов рекомендуется использовать коэффициент выручки (K_v), отражающий долю маржинального дохода, приходящегося на 1 рубль полученной выручки (ф.4).

$$K_v = (B - П) / B, \quad (4)$$

где B — выручка от реализации продукции, тыс. руб.; $П$ — общая сумма переменных затрат, тыс. руб.

Данная модель позволяет рассчитать сумму прироста прибыли в стоимостном выражении, которую может получить предприятие при увеличении выручки от реализации продукции. Чем выше коэффициент, тем больше изменяется сумма прибыли в результате колебания выручки. Таким положением могут воспользоваться те предприятия, которые имеют устойчивый рынок сбыта своей продукции, т.к. любое увеличение суммы выручки повлечет за собой достаточно значительный рост прибыли. Если же предприятие будет испытывать трудности и перебои в реализации своей продукции, что повлечет за собой увеличение риска получения убытков, то в этом случае необходимо создавать резерв, позволяющий сохранить запас своей ликвидности. При прогнозировании прибыли требуется учитывать, что коэффициент может снижаться при увеличении доли переменных затрат и, соответственно, снижении доли постоянных расходов.

Одним из важнейших способов обоснования управленческих решений является проведения анализа безубыточности в комбинации с другими методами анализа, который позволит прогнозировать величину прибыли и выявить влияние на ее величину различных факторов. Анализ безубыточности предусматривает расчет критического объема реализации продукции, его оптимальную структуру и цену продажи, при которой прибыль и убытки равны нулю, результаты расчетов позволяют определить зону безопасности бизнеса и объем продаж, который позволит получить планируемую сумму прибыли.

Критический объем производства (точка безубыточности) — это такой объем выпуска и реализации продукции, при котором выручка от ее реализации равна суммарным издержкам предприятия. В натуральном выражении он определяется (ф.5):

$$ОП_{кр.} = ПЗ / (ц - п), \text{ натур. ед.}, \quad (5)$$

где $ОП_{кр.}$ — критический объем производства, натур. ед.; $ПЗ$ — постоянные затраты, тыс. руб.; $ц$ — отпускная цена, руб.; $п$ — переменные расходы на единицу продукции, руб.

В стоимостном выражении критический объем производства ($СОП_{кр.}$) рассчитывается по формуле 6.

$$СОП_{кр.} = ОП_{кр.} \times ц, \text{ тыс. руб.} \quad (6)$$

С целью повышения эффективности расчетов при построении модели безубыточности предприятия необходимо соблюдать следующие условия: величина затрат и выручки линейно зависят от объема произведенной и реализованной продукции; в течение планируемого периода структура производимой продукции, переменные и постоянные издержки, а также цены на реализуемую продукцию не меняются; за анализируемый период объем производства будет соответствовать объему продаж или запасы нереализованной продукции на конец периода незначительны.

Соблюдение вышеперечисленных условий в процессе построения модели и проведения анализа безубыточности позволяет выявить влияние объема производства и реализации продукции, изменения цен и структуры переменных и постоянных расходов на конечный финансовый результат работы предприятия. Использование приведенных формул дает возможность работникам предприятия получать полную информацию о «запасе прочности» организации и прогнозировать сумму прибыли при заданном уровне продаж; устанавливать минимальный уровень цен на реализуемую продукцию при прогнозируемом объеме реализации при условии сохранения рентабельной работы; выявить влияние ассортимента производимой продукции на минимальный безубыточный объем продаж и величину прибыли.

В практической деятельности рассматриваемая модель расчета может быть использована лишь в том случае, если предприятие выпускает один вид продукции (работ, услуг), если же продукция разнообразная с различной ценой и переменными затратами, необходимо определить сумму постоянных затрат, приходящихся на определенный вид продукции, и производить расчет критического объема производства по каждому виду изделий (работ, услуг) отдельно.

В случае, если у предприятия возникают определенные трудности и перебои в реализации своей продукции и руководству требуется определить, на какую величину можно снизить объем выпуска и реализации продукции и, при этом, не понести убытки, целесообразно использовать такой показатель маржинального анализа, как «кромка безопасности» в натуральных измерителях (КБ), которая рассчитывается как разность между фактическим ($ОП_{\phi}$) и критическим объемами ($ОП_{кр.}$) выпуска и реализации продукции (ф.7).

$$КБ = ОП_{\phi} - ОП_{кр.}, \text{ натур. ед.} \quad (7)$$

Если перед работниками экономических служб стоит задача определить, на сколько процентов предприятие может снизить свой объем производства и реализации продукции и при этом избежать убытки, целесообразно использовать показатель «кромка безопасности» ($КБ_{\%}$) в процентном выражении (ф.8).

$$КБ_{\%} = КБ / ОП_{\phi} \times 100, \% \quad (8)$$

Низкий уровень этого показателя является опасным для предприятия, рекомендуется, что для нормальной устойчивости деятельности коммерческой организации уровень маржи безубыточности должен быть не менее 30 %, т. е. при снижении спроса на продукцию и падения выручки менее чем на 30 % организация будет работать рентабельно, если же выручка упадет более чем на 30 %, финансовый результат будет отрицательный. Следовательно, чем меньше «кромка безопасности», тем предприятие имеет больший риск оказаться в зоне убытков.

При изыскании резервов увеличения запаса финансовой прочности работники предприятия особое внимание должны уделять возможным резервам роста выручки от реализации продукции путем увеличения производственных мощностей, привлечения новых покупателей, улучшения способов продвижения товара, повышения степени обоснования стоимости продукции, его качества и конкурентоспособности. Второе направление — сокращение переменных и постоянных затрат путем повышения экономического использования материальных, трудовых и денежных ресурсов, повышения автоматизации деятельности персонала, внедрение инновационных технологий, позволяющих снизить себестоимость производимой продукции.

В практической деятельности недостаточно широко используется механизм «операционный леверидж», который является весьма эффективным инструментом управления величиной прибыли организации. Экономический смысл этого показателя заключается в том, что он, используя разделение затрат на постоянные и переменные, отражает степень чувствительности прибыли к изменению объема реализации продукции. Действие этого механизма основано на том, что постоянные затраты, входящие в состав общей суммы издержек, при изменении объема реализации продукции вызывают непропорционально более высокое изменение суммы операционной прибыли. Это положение не зависит от размера предприятия и его отраслевой принадлежности. Степень такой чувствительности зависит от соотношения постоянных и переменных затрат на конкретном предприятии. В организации, у которой высокий уровень операционного рычага, даже самое незначительное изменение объема реализации вызывает существенное изменение прибыли.

Если работникам предприятия требуется оценить степень влияния структуры издержек на величину прибыли, целесообразно использовать такой инструмент, как коэффициент операционного левериджа (K_{ϕ}), который определяется соотношением переменных и постоянных затрат (ф.9):

$$K_{\phi} = ПЗ / ОЗ, \quad (9)$$

где ПЗ — сумма постоянных затрат, тыс. руб.; ОЗ — общая сумма затрат, тыс. руб.

Практический интерес в процессе прогнозирования величины прибыли имеет использование показателя операционного рычага (ОР), который рассчитывается как соотношение маржинального дохода и прибыли от продаж (ф.10):

$$ОР = МД / П, \quad (10)$$

где МД — сумма маржинального дохода, тыс. руб.; П — сумма прибыли, тыс. руб.

Чтобы определить, на сколько процентов изменится сумма прибыли от изменения объема реализации продукции, необходимо умножить процент изменения объема реализации на величину операционного рычага. При этом можно просчитывать различные темпы прироста объема продаж и определять соответствующий рост суммы прибыли при сложившейся силе операционного рычага. Используя этот показатель, работники экономической службы предприятия оперативно могут оценить потенциальную возможность бизнеса увеличивать прибыль компании путем изменения структуры себестоимости производимой продукции и объема производства.

Сила операционного рычага в значительной мере зависит от удельного веса постоянных затрат в общей сумме издержек и характеризует степень гибкости предприятия. Руководство организации должно учитывать, что этот показатель в значительной мере характеризует степень гибкости предприятия, т. к. организации, которые имеют большую силу операционного рычага, теряют способность оператив-

но управлять своими затратами, так как в этом случае они имеют большой удельный вес постоянных расходов, которые в меньшей степени поддаются быстрому изменению.

При прогнозировании прибыли, менеджеры организации должны учитывать основной принцип действия этого показателя — чем выше значение этого коэффициента, тем предприятия в большей степени может наращивать темпы прироста прибыли по отношению к темпам прироста объема реализации продукции.

Сила воздействия операционного рычага всегда рассчитывается в определенном интервале времени и для заданного объема производства и указывает на степень предпринимательского риска данного предприятия. Чем больше значение этого показателя, тем предпринимательский риск выше. Планируя определенный темп прироста объема продаж и используя эту формулу, можно спрогнозировать в каких объемах увеличится сумма прибыли. При этом достигаемый эффект будет зависеть от соотношения переменных и постоянных операционных затрат, сложившегося на конкретном предприятии. Уровень постоянных затрат, в свою очередь, в значительной степени определяется спецификой отраслевых особенностей предприятия, который обуславливает уровень механизации и автоматизации труда и, соответственно, величины фондоемкости производимой продукции, т. к. стоимость основного капитала определяет значительную долю постоянных издержек в виде амортизационных отчислений. Сила операционного рычага также характеризует степень гибкости предприятия. Руководство организации должно учитывать, что предприятия, имеющие большую силу операционного рычага, теряют способность оперативно управлять своими затратами, так как в этом случае они имеют большой удельный вес постоянных расходов, которые в меньшей степени поддаются быстрому изменению.

При неблагоприятной конъюнктуре рынка работники экономических служб должны провести достаточно глубокий анализ всех статей постоянных расходов и выявить возможности их сокращения. Одними из основных резервов снижения постоянных издержек являются: сокращение стоимости коммунальных услуг, использование более выгодных договоров аренды основных средств, снижение управленческих затрат (расходов на коммуникацию и связь, командировочные, представительские и пр.), реализация неиспользуемых нематериальных активов, оборудования и прочих основных средств, использование оборудования на условиях лизинга вместо приобретения их в собственность и пр.

При управлении переменными затратами менеджерам организации необходимо учитывать, что их величина непосредственно зависит от объема производства и реализации продукции, поэтому основным ориентиром снижения этих затрат является постоянная экономия материальных, трудовых и денежных ресурсов, расходуемых на производство и реализацию продукции.

Основными резервами снижения переменных затрат является повышение производительности труда и, соответственно, сокращение численности работников основного и вспомогательного производства, использование и контроль прогрессивных норм расхода на производство материальных ресурсов, снижение их фактической себестоимости (снижение цены закупки, транспортно-заготовительных расходов и т. п.), внедрение прогрессивных форм и методов оплаты труда, повышающих мотивацию работников в конечных результатах деятельности предприятия. Осуществление этой экономии ресурсов до момента преодоления точки безубыточности обеспечит рост маржинального дохода, который позволит быстро преодолеть эту точку, с этого момента сумма экономии переменных затрат обеспечит прямой рост валовой прибыли предприятия.

Конкретное соотношение прироста прибыли и объема реализации определяется при использовании такого аналитического инструмента, как «эффект операционного леввериджа» (ЭЛ), (ф.11):

$$\text{ЭЛ} = \Delta \text{ВП} / \Delta \text{ОР}, \quad (11)$$

где $\Delta \text{ВП}$ — темпы прироста валовой прибыли, %; $\Delta \text{ОР}$ — темпы прироста объема реализации, %.

Степень проявления механизма операционного леввериджа имеет ряд особенностей, обусловленных конкретными условиями деятельности фирмы, которые необходимо учитывать в процессе управления прибылью. Практическая значимость этого показателя состоит в том, что, используя механизм операционного леввериджа, компания может целенаправленно управлять соотношением постоянных и переменных издержек, изменяя коэффициент операционного леввериджа с учетом стадий жизненного цикла предприятия и различных тенденций конъюнктуры товарного рынка. Так, на ранних стадиях жизненного цикла, когда не преодолена точка безубыточности, а также в случае неблагоприятной конъюнктуры рынка, которая может вызвать снижение объема производства и реализации продукции, руководству необходимо принимать меры по снижению постоянных затрат и, соответственно, снижению коэффициента операционного леввериджа. Если же предприятие прошло точку безубыточности и имеет определенный запас прочности в условиях благоприятной конъюнктуры товарного рынка, режим экономии постоянных расходов может быть несколько ослаблен и в этот период организация в состоянии увеличить объем своих инвестиций для модернизации и обновления основных производственных фондов.

Общий принцип действия механизма операционного левириджа рассмотрен на примере двух предприятий, имеющих различный уровень постоянных издержек (табл. 1).

Таблица 1. Анализ эффекта операционного левириджа

Показатели	Предприятие «А»			Предприятие «Б»		
	Периоды			Периоды		
	I	II	III	I	II	III
1. Объем реализуемой продукции, тыс. руб.	100	120	140	100	120	140
2. Сумма постоянных затрат, тыс. руб.	30	30	30	50	50	50
3. Сумма переменных затрат, тыс. руб.	40	48	56	24	30	35
4. Общая сумма затрат, тыс. руб.	70	78	86	74	80	85
5. Коэффициент операционного левириджа (гр.2 / гр.4)	0,43	0,38	0,35	0,66	0,63	0,59
6. Сумма валовой прибыли, тыс. руб.	30	42	54	26	40	55
7. Прирост объема реализации продукции: К первому периоду:						
• абсолютный, тыс. руб.	—	20	40	—	20	40
• относительный, %	—	20	40	—	20	40
Ко второму периоду:						
• абсолютный, тыс. руб.	—	—	20	—	—	20
• относительный, %	—	—	16	—	—	16
8. Темпы роста валовой прибыли, %:						
• к первому периоду	—	140	180	—	153	211
• ко второму периоду	—	—	128	—	—	138
9. Прирост валовой прибыли: К первому периоду:						
• абсолютный, тыс. руб.	—	12	24	—	14	29
• относительный, %	—	40	80	—	54	111
Ко второму периоду:						
• абсолютный, тыс. руб.	—	—	12	—	—	15
• относительный, %	—	—	28	—	—	37
10. Эффект операционного левириджа:						
• к первому периоду	—	2	2	—	2,8	2,8
• ко второму периоду	—	—	1,75	—	—	2,3

* Рассчитано авторами

В основу расчетов положено условие, что предприятия «А» и «Б» имеют одинаковый стартовый объем реализации продукции и темпы их наращивания в последующие периоды одинаковы.

Удельный вес постоянных затрат предприятия «А» в течение трех периодов занимал 43 % – 35 % общей суммы издержек, предприятия «Б», соответственно, 66 % – 59 %.

Другими словами, у предприятия «А» в течение трех периодов на каждый рубль общих расходов приходилось 43–35 коп. постоянных затрат, у предприятия «Б», соответственно, 66–59 коп. Такое сложившееся соотношение переменных и постоянных затрат и обусловило различную величину коэффициента операционного левириджа для каждого предприятия, которая и определила его различный эффект, повлиявший на темпы роста валовой прибыли при одинаковых темпах роста объема продаж. Так, предприятие «А», увеличив объем реализации продукции во втором и третьем периодах относительно первого периода соответственно на 20 % и 40 %, получило рост валовой прибыли, соответственно, 40 % и 80 %. Предприятие «Б» при тех же темпах прироста объема реализации за счет более высокого коэффициента операционного левириджа получило прирост валовой прибыли, соответственно, 54 % и 111 %. Механизм проявления эффекта операционного левириджа при сопоставлении роста объема производства в третьем периоде относительно второго не изменился, так, увеличив объем реализации на 16,6 %, предприятие «А» получило прирост валовой прибыли на 28 %, а предприятие «Б» — 37 %. В свою очередь, соотношение темпов роста валовой прибыли и объема реализации продукции во втором периоде относительно первого определили эффект операционного левириджа. У предприятия «А» он составил 2,0, а у предприятия «Б» -2,8. Этот факт необходимо учитывать при прогнозировании прибыли

в условиях изменения конъюнктуры рынка. Так, если предприятие по каким-либо причинам уменьшит величину объема продаж на 1 %, то у предприятия «А» прибыль упадет на 2 %, а у предприятия «Б» — на 2,8 %.

В целом, результаты анализа показывают, что в основе характера поведения прибыли и уровня ее чувствительности к изменениям объема реализации продукции лежит величина коэффициента операционного левериджа, которая непосредственно зависит от удельного веса постоянных затрат в общей сумме издержек организации. Основываясь на этом принципе, руководство предприятия приобретает все рычаги по эффективному управлению издержками путем более выгодного и оптимального соотношения переменных и постоянных затрат в конкретных условиях деятельности организации, при этом возникает возможность достаточно точно прогнозировать величину прибыли, которую можно ожидать в результате изменений по различным объективным и субъективным причинам объема производства и реализации продукции.

ВЫВОДЫ

CVP-анализ является надежным инструментом анализа и оценки состояния бизнеса. Результаты анализа дают необходимую информацию руководству предприятия для разработки и принятия обоснованных управленческих решений при установлении критического объема бизнеса, оценке эффективности и целесообразности увеличения объема производства, при разработке эффективной ассортиментной и ценовой политики, обосновании оптимального соотношения переменных и постоянных издержек, допустимого удорожания себестоимости продукции и прочих управленческих решений, позволяющих повысить эффективность и конкурентоспособность бизнеса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аскаров, А.А. Неуловимая маржа. Маржинальный анализ на основе оценки эффективности продукции / А.А. Аскаров [Электронный ресурс] // Российское предпринимательство. — М.: Креативная экономика. — 2008. — № 6. — С. 34–38. — Режим доступа: elibrary.ru/download/elibrary_11175727_33458230.pdf (дата обращения: 19.08.2019).
2. Бердникова, Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / Т.Б. Бердникова. — М.: ИНФРА-М, 2013. — 215 с.
3. Горелик, О.М. Маржинальный анализ в управлении затратами и себестоимостью продукции / О.М. Горелик [Электронный ресурс] // Элитариум: Центр дистанционного образования. — Режим доступа: www.elitarium.ru/2009/02/11/marzhinalnyj_analiz.html (дата обращения: 19.08.2019).
4. Казакова, Н.А. Управленческий анализ: комплексный анализ и диагностика предпринимательской деятельности: учебник / Н.А. Казакова. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. — 261 с.
5. Мансурова, И.А. Маржинальный анализ как инструмент принятия управленческих решений / И.А. Мансурова [Электронный ресурс] // Научно-методический электронный журнал «Концепт». — 2017. — Т. 4. — С. 253–259. — Режим доступа: e-koncept.ru/2017/770342.htm (дата обращения: 19.08.2019).

SPISOK LITERATURY

1. Askarov, A.A. Neulovimaya marzha. Marzhinal'nyy analiz na osnove otsenki effektivnosti produktsii / A.A. Askarov [Elektronnyy resurs] // Rossiyskoye predprinimatel'stvo. — M.: Kreativnaya ekonomika. — 2008. — № 6. — S. 34–38. — Rezhim dostupa: elibrary.ru/download/elibrary_11175727_33458230.pdf (data obrashcheniya: 19.08.2019).
2. Berdnikova, T.B. Analiz i diagnostika finansovo-khozyaystvennoy deyatel'nosti predpriyatiya: uchebnoye posobiye / T.B. Berdnikova. — M.: INFRA-M, 2013. — 215 s.
3. Gorelik, O.M. Marzhinal'nyy analiz v upravlenii zatratami i sebestoimost'yu produktsii / O.M. Gorelik [Elektronnyy resurs] // Elitarium: Tsentr distantsionnogo obrazovaniya. — Rezhim dostupa: www.elitarium.ru/2009/02/11/marzhinalnyj_analiz.html (data obrashcheniya: 19.08.2019).
4. Kazakova, N.A. Upravlencheskiy analiz: kompleksnyy analiz i diagnostika predprinimatel'skoy deyatel'nosti: uchebnyk / N.A. Kazakova. — M.: NITS INFRA-M, 2015. — 261 s.
5. Mansurova, I.A. Marzhinal'nyy analiz kak instrument prinyatiya upravlencheskikh resheniy / I.A. Mansurova [Elektronnyy resurs] // Nauchno-metodicheskiy elektronnyy zhurnal «Konsept». — 2017. — T. 4. — S. 253–259. — Rezhim dostupa: e-koncept.ru/2017/770342.htm (data obrashcheniya: 19.08.2019).

Статья поступила в редакцию 16 сентября 2019 года

Статья одобрена к печати 23 октября 2019 года