

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ.....	8
1.1 Финансовый результат деятельности организаций, его сущность и значение.....	8
1.2 Порядок формирования доходов и расходов, механизм формирования и использования прибыли хозяйствующих субъектов.....	14
1.3 Рентабельность, её виды и порядок расчёта.....	34
2 ОРГАНИЗАЦИОННО – ПРАВОВАЯ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОАО «АВТОВАЗ».....	44
2.1 Тенденции развития российской автомобильной промышленности.....	44
2.2 История и характеристика организационно-правовой деятельности ОАО «АВТОВАЗ».....	59
2.3 Положение ОАО «АВТОВАЗ» на автомобильном рынке.....	67
2.4 Оценка основных экономических показателей деятельности ОАО «АВТОВАЗ».....	73
3 ОЦЕНКА ФОРМИРОВАНИЯ И ОПТИМИЗАЦИИ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОАО «АВТОВАЗ».....	80
3.1 Порядок формирования финансовых результатов ОАО «АВТОВАЗ».....	80
3.2 Оценка финансово – экономических показателей ОАО «АВТОВАЗ».....	88
3.3 Факторный анализ прибыли и рентабельности общества.....	96
3.4 Операционный левверидж и рекомендации по управлению прибылью и рентабельностью общества.....	108
Заключение.....	131
Список используемой литературы.....	150
Приложения.....	149

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Рыночная экономика в Российской Федерации набрала огромную силу. Вместе с ней приобрела силу и конкуренция как основной механизм регулирования хозяйственного процесса.

В современных экономических условиях деятельность каждого хозяйственного субъекта является предметом внимания обширного круга участников рыночных отношений, заинтересованных в результатах его функционирования.

Автомобильная промышленность является основополагающей отраслью машиностроения. Автомобилестроение сегодня – одна из наиболее научно- и капиталоемких отраслей машиностроения. Практически вся продукция машиностроения используется в автомобилестроении. Все «новинки» науки и техники находят широкое применение в этой отрасли. Поэтому весьма актуально сегодня повышать рентабельность и финансовую устойчивость автомобилестроения.

Автомобилестроение – это та отрасль машиностроения, которая постоянно развивается. Сейчас человечество живет в так называемом информационном обществе; цель информационных технологий состоит в ускорении процессов обработки информации, а, следовательно, – в разработке сверхновых машин, имеющих максимальную скорость и максимум удобств, и автомобилестроение является той областью, в которой используются только сверхновые информационные технологии. Учитывая еще и то, что в последнее время гонка между мировыми лидерами отрасли перешла на качественно новый уровень за счет появления сверхновых технологий, автомобилестроение становится все более научно-, капиталоемким и ресурсоемким.

На сегодняшний день Российская автомобильная промышленность не отвечает современным требованиям интенсивного развития. В отечественном автомобилестроении можно пронаблюдать техническую несостоятельность, огрехи сборки, а также несопоставимые цены на автомобили, это все вызывает

снижение репутации российского автопрома. Вот почему поиск резервов повышения продуктивности и финансовых результатов является выходом из данной ситуации.

Чтобы обеспечивать выживаемость хозяйствующего субъекта в современных условиях, управленческому персоналу необходимо, прежде всего, уметь реально оценивать экономическое состояние как своего общества, так и существующих потенциальных конкурентов. Финансовый результат деятельности организаций – важная характеристика экономической деятельности организаций. Однако одного умения реально оценивать финансовое состояние недостаточно для успешного функционирования хозяйствующего субъекта и достижения им поставленной цели. Конкурентоспособность организации может обеспечить только правильное управление движением финансовых ресурсов и капитала, находящихся на распоряжении.

Цель и задачи исследования. Целью данной работы является изучение финансовых результатов, рассмотрение формирования и обоснование рекомендаций по управлению прибылью и путей повышения рентабельности автомобилестроения. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучение современного состояния российской автомобильной промышленности;
- ознакомление, изучение и анализ финансового состояния общества на примере крупнейшего российского производителя автомобилей;
- изучение формирования финансовых результатов на примере общества;
- разработка обоснованных путей повышения финансовых результатов в автомобилестроении;
- обоснование приоритетных организационно-экономических мероприятий по развитию российской автомобильной промышленности на перспективу.

Предмет и объект исследования. Предметом исследования являются теоретические и практические проблемы финансовых результатов в

автомобилестроении. Объектом практической реализации исследования явился крупнейший в России автопроизводитель – ОАО «АВТОВАЗ».

Изученность проблемы. Различные аспекты исследования этих проблем нашли отражение в работах Исследования теоретико-методологических и организационных проблем управленческого учета посвятили труды отечественные ученые Р.А. Алборов, С.В. Бодрикова, И.А. Селезнева, С.М. Концевая, В.М. Власова, О.В. Ефимова, В.В. Ковалев, Г.В. Савицкая, Н.А. Толкачева, И.Н. Чуев, Н.В. Колачева и другие.

Теоретической и методологической основой исследования послужили положения экономической теории, фундаментальные труды отечественных ученых по теории и методологии бухгалтерского учета, финансовому управлению и другим экономическим наукам по широкому кругу вопросов, законодательные и нормативные акты, регулирующие бухгалтерский учет и отчетность в Российской Федерации, а также статистические данные автомобильной промышленности. В процессе исследования были применены следующие методы исследования: наблюдение, моделирование, приемы обобщения и систематизации изучаемого материала, анализ.

Признаки научной новизны результатов исследования состоят в исследовании вопросов состояния, направлений развития, оценки и повышения эффективности финансовых результатов автомобилестроения Российской Федерации. В процессе исследования получены следующие результаты:

- оценено современное состояние автомобильной промышленности в стране.

- определено экономическое содержание финансовых результатов деятельности хозяйствующего субъекта;

- проанализированы и изучены финансово-экономические показатели ОАО «АВТОВАЗ»;

- изучена методика формирования финансовых результатов ОАО «АВТОВАЗ»;

- определены и обоснованы приоритетные организационно-экономические мероприятия по развитию российской автомобильной промышленности, в т.ч. разработаны предложения по улучшению финансового состояния ОАО «АВТОВАЗ».

Практическая значимость работы состоит в организации и совершенствовании финансовых результатов и применение методики повышения рентабельности для обеспечения эффективности развития ОАО «АВТОВАЗ».

Апробация и реализация результатов исследования. Основные положения работы были доложены и одобрены на научно-практических и методических конференциях ФГБОУ ВО Ижевской ГСХА – 2015-2016 гг. Отдельные результаты работы были изложены в 1 научной работе, готовящейся к печати общим объемом 1,13 п. л.

Структура и объем работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений (3). Основное содержание работы изложено на 154 стр. машинописного текста, включает 29 таблиц и 13 схем.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ

1.1 Финансовый результат деятельности организаций, его сущность и значение

Основная цель любого хозяйствующего субъекта – это максимизация прибыли от предпринимательской деятельности. Прибыль представляет собой показатель, отображающий качество и объем выпущенных товаров, уровень себестоимости, эффективность предпринимательской деятельности и состояние производительности труда. Следовательно, главной частью оценки финансового состояния организации является оценка финансовых результатов ее деятельности.

Так, например, Алборов Р.А. считает, что переходный период к рыночным отношениям сопровождается такими негативными явлениями, как разрыв и натурализация хозяйственных связей, хронические неплатежи, всеобщий недостаток оборотных средств с одновременным спадом производства продукции. Инфляция, либерализация и диспаритет цен привели к значительному росту себестоимости продукции, ухудшению финансового состояния и кризисному положению хозяйствующих субъектов.

Сложность переходного периода от административно-командной системы управления к рыночной экономике, изменение экономической и политической ситуации, методов хозяйствования в стране определяют необходимость перестройки системы управления экономических субъектов [12].

Также, Алборов Р.А. отмечает, что мобилизация внутренних резервов является самой актуальной задачей любого хозяйствующего субъекта, т.к. любому обществу необходимы инвестиции или же существенные государственные дотации, субсидии и субвенции. Поэтому любое управленческое решение и оптимизация производственных факторов, в том числе рациональное использование всего производственного потенциала

должны базироваться на достоверной, своевременной и полной информации управленческого учета [12].

Для получения достоверной, современной и полной информации учета хозяйствующего субъекта необходимо детальнее рассмотреть финансовые результаты деятельности организации.

Под финансовыми результатами понимают заслугу хозяйствующих субъектов. Результатом хорошей деятельности организации или внешних положительных факторов является прибыль, а результат низкокачественной деятельности или внешних негативных факторов представляет собой убыток. Помимо этого в финансовых результатах также выражается продуктивность инвестиционной, производственной и финансовой деятельности организации.

Для того, чтобы выявить финансовый результат, требуется сопоставить выручку с расходами на реализацию и производство: финансовый результат говорит о получении прибыли в том случае, когда выручка превышает расходы. При равном значении расходов и выручки возможно только возмещать расходы, что означает отсутствие прибыли и следовательно, отсутствие основы развития организации. В свою очередь, когда расходы превышают доходы, организация несет убытки, что ставит ее в критическое финансовое положение, за которым может последовать и банкротство.

Убытками организации являются выраженные в денежной форме потери. Кроме того, они представляют собой уменьшение материальных и денежных ресурсов организации в результате превышения расходов над доходами.

Предметом исследования многих авторов является финансовый результат хозяйствующих субъектов. Их взгляды на данное понятие различны.

Возьмем, к примеру, работу В.В. Ковалева «Корпоративные финансы и учет», где автор под финансовым результатом хозяйствующих субъектов понимает разницу между доходами и расходами [50]. Впрочем, данное определение недостаточно точно раскрывает смысл финансового результата.

Толкачева Н.А. дает более широкое понятие финансового результата, под которым она понимает приумножение или сокращение капитала

хозяйствующего субъекта в ходе предпринимательской деятельности за отчетный период, который проявляется в форме прибылей или убытков [86].

Прибыль – это и есть финансовый результат, как считает Ефимова О.В., и утверждает, что «действительно конечный результат тот, правом распоряжаться которым, обладают собственники», и в мировой практике под этим понимается «прирост чистых активов» [44].

Изучая мнения и точки зрения различных авторов, более углубленное понятие дает Савицкая Г.В., которая утверждает, что финансовые результаты деятельности экономических субъектов характеризуются объемом полученной прибыли и уровнем рентабельности [79].

Следовательно, финансовый результат экономических субъектов понимается как приумножение или снижение стоимости активов при постоянном капитале на начало и конец отчетного периода.

Необходимо также отметить, что взгляды различных авторов на понятие «финансовый результат» различны, но, как указано выше, наиболее углубленное понятие дает Г.В. Савицкая.

Прибыль представляет собой положительный финансовый результат. Желание производителей товаров получить большую прибыль, направляет их на снижение расходов и увеличение объемов производства. Прибыль в свою очередь информирует, где можно добиться наибольшего прироста стоимости и мотивирует для инвестирования в данные сферы.

Поскольку под финансовыми результатами понимаются разнообразные типы прибылей и убытков, требуется создание классификации данных понятий. Приведем основные категории финансовых результатов экономических субъектов.

1. По источникам формирования, используемых в учете:

- Прибыль (убыток) от продаж;

- Прибыль (убыток) от прочих операций, в том числе продажа имущества;

2. По источникам формирования по основным видам деятельности хозяйствующих субъектов:

- Прибыль (убыток) от инвестиционной деятельности;
- Прибыль (убыток) от финансовой деятельности.

3. По составу элементов:

- Маржинальная прибыль;
- Валовая прибыль;
- Чистая (нераспределенная) прибыль (непокрытый убыток).

4. По характеру налогообложения:

- Налогооблагаемая прибыль;
- Прибыль, не подлежащая налогообложению.

5. По периоду формирования:

- Прибыль (убыток) предшествующего периода;
- Прибыль (убыток) отчетного периода;
- Предполагаемая прибыль (убыток).

6. По степени обобщения:

- Прибыль (убыток) экономического субъекта;
- Консолидированная прибыль (убыток).

Определений такому показателю как прибыль – множество. Так, к примеру, Карл Маркс в своем главном труде «Капитал» определял прибыль как модифицированную прибавочную стоимость, затемняющую свою суть. Главной основой прибавочной стоимости Карл Маркс считал эксплуатацию и неоплаченный прибавочный труд рабочих. Следовательно, эксплуатация – это ядро, лежащее в самой основе марксистской трактовке прибыли [66].

По мнению Чуева И.Н. и Чечевицыной А.Н. прибыль представляет собой произведенный и обязательно реализованный прибавочный продукт. Она создается на всех стадиях воспроизводственного цикла, но свою специфическую форму получает на стадии реализации. Прибыль является основной формой чистого дохода (наряду с акцизами и налогом на добавленную стоимость).

На объем прибыли влияют факторы как зависящие, так и не зависящие от работы организации.

Внутренние факторы – факторы, которые осуществляют воздействие на объем прибыли хозяйствующего субъекта через увеличение объема выпуска и реализации товаров, улучшение качества товаров, повышение цен и снижение издержек производства и реализации товаров. К факторам внутренней среды относят: конкурентоспособность продукции, производительность труда, уровень хозяйствования, компетентность руководства и менеджеров, уровень цен на продукцию, уровень заработной платы, уровень организации производства и труда.

Внешние факторы – эти факторы, не зависящие от деятельности хозяйствующего субъекта, но которые могут оказывать значительное влияние на величину прибыли. К факторам внешней среды относят: конъюнктуру рынка, уровень цен на потребляемые материально-сырьевые и топливно-энергетические ресурсы, конкурентную среду, природные условия, государственное регулирование цен, тарифов, процентных ставок, налоговых ставок и льгот, штрафных санкций и др.

Объем и размер прибыли напрямую зависит от сферы деятельности организации.

Прибыль как результат финансовой деятельности хозяйствующего субъекта выполняет ряд функций. Она выражает экономический эффект, извлеченный в результате деятельности организации. Прибыль представляет собой основу экономического развития организации. Увеличение прибыли формирует некую базу для самофинансирования, расширенного воспроизводства, а также решения материальных и социальных проблем трудового коллектива. За счет прибыли выполняются обязательства хозяйствующих субъектов перед банками, бюджетом и другими организациями. Также прибыль является основным элементом финансовых ресурсов. Следовательно, можно сказать, что прибыль выполняет распределительную, воспроизводственную и стимулирующую функции. Прибыль характеризует степень деловой активности и финансового благополучия хозяйствующего субъекта [91].

Грачёв А.В. считает, что в условиях рыночных отношений организация должна стремиться к такому объему прибыли, который обеспечит развитие производства в условиях конкуренции, обеспечит выживаемость и позволит ей удержать свои позиции на рынке.

Получение прибыли возможно за счет феноменальности товара или монопольного положения на рынке. Данное положение осуществимо за счет постоянного обновления товара и удержания доли производства и сбыта. Но необходимо принимать во внимание такие факторы, как антимонопольная политика государства и быстрый рост конкуренции других организаций.

Все хозяйствующие субъекты, связанные с предпринимательской деятельностью, направлены на получение прибыли. Объем прибыли непосредственно зависит от точности в выборе бизнеса, от объемов производства, от конкурентоспособных условий, от объема и структуры издержек производства.

Прибыль в настоящее время представляет собой обобщающий признак жизнедеятельности экономического субъекта, в котором отображаются повышение качества конечного товара, увеличение количества и снижение затрат на его производство [54]. Инновационная деятельность оказывает также воздействие на приумножение прибыли. Для данного осуществления необходима непрерывная работа по изменению потребительских свойств готовых товаров [31].

Таким образом, изучая точки зрения различных авторов толкования финансовых результатов, можем заметить, насколько актуальна данная тема в современных условиях рыночной экономики. Так, главной целью каждого хозяйствующего субъекта является максимизация прибыли. Каждый автор, так или иначе, затрагивает подобную тему и трактует ее своеобразно, научно, обоснованно и очень интересно.

1.2 Порядок формирования доходов и расходов, механизм формирования и использования прибыли хозяйствующих субъектов

В современных условиях предпринимательской деятельности увеличиваются запросы к сопоставимости, своевременности и качеству информации. Российский и зарубежный опыт демонстрирует, что информация добывается вышеперечисленных параметров посредством использования РСБУ (российских стандартов бухгалтерского учета) и МСФО (международных стандартов финансовой отчетности) и находит им применение в качестве базы формирования национальной системы бухгалтерского учета и отчетности. В связи с этим при изучении учета доходов и расходов учет финансовых результатов становится очень актуальным в наше время.

Необходимо указать на тот момент, что в отечественных нормативных документах по бухгалтерскому учету толкование доходов и расходов заимствовано именно из МСФО. Доходы экономических субъектов – это «приумножение экономических выгод за отчетный период в форме увеличения активов или уменьшение обязательств, что выражается в приросте капитала, не связанном с вложениями участников капитала». В свою очередь расходы представляют собой «снижение экономических выгод за отчетный период, то есть сокращение активов или рост обязательств, которое выражается в уменьшение капитала, не связанном с выплатами участникам капитала».

Также одним из главных отличий РСБУ от МСФО является проблема признания выручки. В соответствии с российским стандартом, для признания выручки требуется, чтобы право собственности на товары перешло от организации к покупателю [5], а в международных стандартах выручка от продажи товаров признается, когда компания передала покупателю значительные риски и выгоды, связанные с правом собственности на товары (а также при выполнении ряда других условий), независимо от факта перехода права собственности [8]. Конечно, в большинстве случаев передача рисков и выгод совпадает с передачей покупателю юридических прав собственности, но

так бывает не всегда. Если продавец сохраняет значительные риски владения, то выручка по такой сделке не признается, даже если к покупателю перешло право собственности.

Получение выручки имеет главное значение предпринимательской деятельности. В нашей стране у большинства экономических субъектов учет выручки формируется методом начисления. Следовательно, появляется подозрительная или вовсе безнадежная дебиторская задолженность. Как отмечает Н.С. Щадилова в своей статье «Основные отличия в бухгалтерском учете согласно российским и международным стандартам», «на Западе данное явление вызывает законное возмущение специалистов», поскольку отображение в активе безнадежной дебиторской задолженности за период в 3 года приводит к «взбуханию» чистых активов и неверному отражению финансового состояния хозяйствующего субъекта [98].

В свою очередь МСФО IAS 18 указывают на случай списания задолженности в убытки, если в конце отчетного года в хозяйствующем субъекте обнаружена подозрительная или совсем безнадежная дебиторская задолженность. Если данная дебиторская задолженность будет погашена, то выручка будет относиться к тому периоду, к которому она относится, и отчетность прошлого периода будет подлежать корректировке. Следовательно, данные изменения должны быть отражены в пояснениях, что на наш взгляд, считается не очень удобным.

М.Л. Пятов в своей статье «Доходы и расходы организации: трактовка МСФО» пишет, что «финансовый результат деятельности хозяйствующих субъектов содержит более широкое понятие, чем только чистая прибыль отчетного периода (иными словами, результат, который отражен в традиционном отчете о финансовых результатах). Вполне очевидно существование финансового результата, который формируется не за счет доходов и расходов, отраженных в отчете о финансовых результатах, а за счет тех из них, которые отражаются на счетах капитала» [74].

Немало зарубежных авторов посвятили свои работы изучению способов отражения расходов и доходов. К примеру, Бэмбер Л.С. и другие авторы в статье «Совокупный доход: кто боится отчетности о проделанной работе?» провели исследование взаимосвязи между системой вознаграждения менеджеров, основанной на доле в капитале. Было установлено, что менеджеры, скорее всего, не будут выставлять на показ информацию о прибыли в определенном отчете, так как в данном случае увеличится важность прочего совокупного дохода, вследствие чего инвесторы будут рассматривать доход организации как сомнительный, что приведет к падению цены на акции общества [28].

Так, к примеру, авторы Гончаров И. и Ходжсон А., проводя исследование в статье «Измерение и отчетность доходов в Европе», определили, что для европейских организаций более значимым является объем чистой прибыли, чем объем совокупной прибыли [35].

Также заслуживает внимание исследования Терктаса Б. и других авторов в статье «Учет совокупного дохода: Причины отчетности выбора и реакции с инвесторами», суть которых заключается в том, чтобы выявить, является ли для инвесторов значимым прием отражения совокупной прибыли в отчетности или они реализуют свой выбор лишь на основе доходности акций [85].

Авторы в своей работе базировались на неустойчивости прочего совокупного дохода по отношению к чистой прибыли. В связи с тем, что инвесторы уделяют внимание итоговым строкам в отчетности, доход, отраженный в отчете о совокупном доходе, будет казаться более нестабильным, чем доход, представленный в двух отдельных отчетах. Так как инвесторы определяют неустойчивые экономические субъекты, как нестабильные, предполагается, что хозяйствующие субъекты, представляющие информацию о совокупной прибыли в одном отчете, встречаются с отрицательной реакцией инвесторов.

Как отмечает в своей статье «Трактовка доходов и расходов» Конькина Е.В., понимание подхода МСФО к понятиям доходы и расходы способствует

более рациональному использованию учетной информации, содержащейся в отчетности, которая составлена на основании международных стандартов.

Так как тема «доходов и расходов» считается очень актуальна в современном понимании, далее рассмотрим подробнее трактовку доходов и расходов согласно российским стандартам.

Одним из главных аспектов при формировании и налогообложении прибыли экономического субъекта следует считать ответ на следующий вопрос: какие средства следует считать доходами, подлежащими обложению налогом на прибыль, и какие расходами, снижающими показатели прибыли экономического субъекта.

Состав доходов и расходов организаций для целей налогообложения в России определяется Налоговым кодексом РФ (ч. II, глава 25), который предусматривает подробную группировку доходов и расходов, рассматриваемую ниже [2].

Доходы хозяйствующих субъектов – это приумножение экономических выгод в результате притока активов и погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала хозяйствующего субъекта, за исключением вкладов участников.

Доходы хозяйствующих субъектов в зависимости от характера и обстоятельств их получения делятся на прочие доходы и доходы от обычных видов деятельности (рис. 1.1).

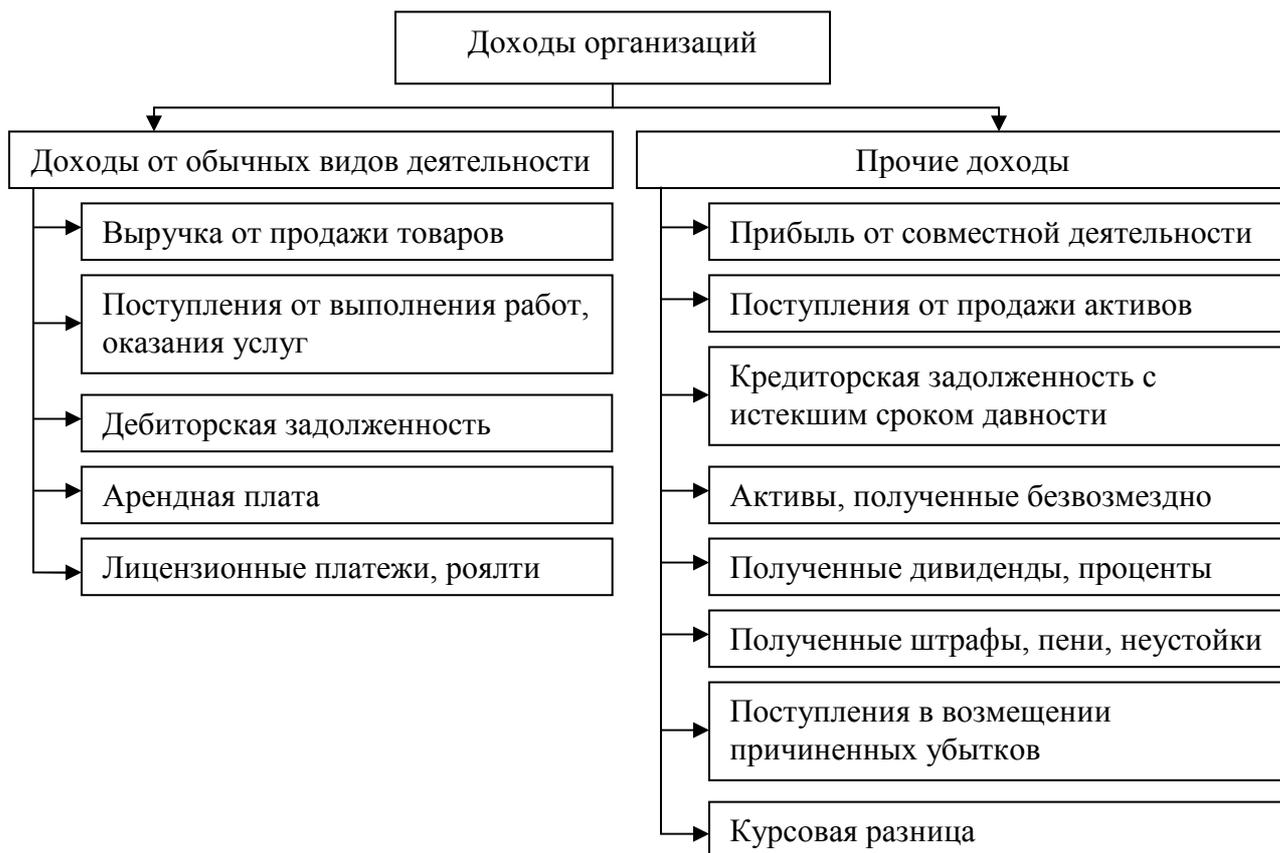


Рисунок 1.1 – Состав доходов организаций [18]

К доходам от обычных видов деятельности относятся выручка от продажи товаров, поступления от выполнения работ и оказания услуг, дебиторская задолженность, арендная плата, лицензионные платежи и роялти.

Выручка от продажи продукции, от выполнения работ и оказания услуг – это денежные средства, поступившие в кассу хозяйствующего субъекта или на расчетный счет в банк.

Под дебиторской задолженностью понимается объем долгов от физических и юридических лиц перед хозяйствующим субъектом.

В хозяйствующих субъектах, деятельность которых заключается в предоставлении аренды, выручкой считается арендная плата.

В хозяйствующих субъектах, деятельность которых заключается в предоставлении прав на патенты, авторские права, франшизы и другие виды интеллектуальной собственности, выручкой считаются лицензионные платежи.

К прочим доходам хозяйствующих субъектов относятся:

- прибыль полученная хозяйствующим субъектом в результате совместной деятельности;
- поступления от продажи основных средств и иных активов;
- кредиторская задолженность, по которой истек срок исковой давности;
- активы, полученные на безвозмездной основе;
- проценты, полученные за предоставление в пользование денежных средств;
- поступления, связанные с участием в других экономических субъектах;
- штрафы, санкции, пени, неустойки за нарушение условий контрактов;
- курсовые разницы.

Объем доходов зависит в большей степени от размера реализованных товаров, от выполнения работ и оказания услуг, цены на них и дебиторской задолженности. При увеличении дебиторской задолженности в структуре доходов уменьшается доля финансовых ресурсов, которой располагает хозяйствующий субъект, что влечет за собой риск задержки исполнения своих обязательств перед государством, поставщиками и трудовым коллективом. В современных условиях кризиса ответственность контрагентов в выполнении своих обязательств снижается. В подобных условиях, как правило, хозяйствующий субъект стремится удержать свои позиции на рынке, иными словами, сохранить конкурентоспособность, одним из распространенных способов которой является снижение цены на свой продукт. В данных условиях это позволяет хозяйствующему субъекту удержать свои позиции на рынке за счет увеличения покупательской способности [18].

Под расходами хозяйствующих субъектов понимается сокращение экономических выгод в результате выбытия активов и появления обязательств, приводящих к снижению капитала данного хозяйствующего субъекта.

Классификация расходов хозяйствующих субъектов в зависимости от их характера и условий осуществления, представлена в табл. 1.1

Таблица 1.1 – Классификация расходов хозяйствующих субъектов

Признак классификации	Виды расходов
1	2
Экономическое содержание	Материальные, трудовые, денежные
Участие в бизнес-процессе	Производственные, коммерческие, непроизводственные
Принятие решений	Альтернативные и вмененные
Агрегированные расходы по видам потребляемых ресурсов	- Материальные затраты - Затраты на оплату труда - Амортизация - Прочие затраты
Статьи затрат	- Сырье и материалы - Возвратные отходы (вычитаются) - Покупные изделия, полуфабрикаты и услуги производственного характера сторонних организаций - Топливо и энергия на технические цели - Заработная плата производственных рабочих - Отчисления во внебюджетные фонды - Расходы на подготовку и освоение производства - Общепроизводственные расходы - Общехозяйственные расходы - Потери от брака - Прочие производственные расходы - Коммерческие расходы
Зависимость от объема производства (реализации)	Постоянные и переменные
Способы распределения между видами продукции	Прямые и косвенные
Связь с технологическим процессом	Основные и накладные
Степень агрегирования	Одноэлементные и комплексные
Периодичность возникновения	Постоянные и единовременные
Использование в системе управления	Прогнозные, плановые и фактические
Степень регулирования	Нормируемые и ненормируемые
Расходы в зависимости от направления деятельности организации	- Инвестиционные - На текущую деятельность - На потребление

Расходы хозяйствующих субъектов по экономическому содержанию подразделяются на материальные, трудовые и денежные. Материальные расходы представляют собой снабжение экономического субъекта основным и вспомогательным СМ, энергоресурсами, топливом и услугами сторонних предприятий. Трудовые расходы связаны с заработной платой работников хозяйствующего субъекта. Денежные расходы направлены на оплату налогов и

сборов, выплату процентов по кредитам, а также расчетно-кассовое обслуживание.

Расходы по фигурированию в бизнес-процессе подразделяются на производственные, коммерческие и непроизводственные. Производственные связаны с ремонтом оборудования, приобретением материалов, энергоресурсов, топлива, расходы на оплату услуг контрагентов, а также на заработную плату сотрудникам. Коммерческие расходы связаны с затариванием и упаковкой готовых товаров, транспортировкой и рекламными услугами. К непроизводственным расходам, как правило, относятся затраты, не связанные с производственной деятельностью, а именно: оказание материальной помощи и оплата социальных пакетов сотрудникам, расходы на благотворительность и др.

Расходы по способу принятия решений подразделяются на вмененные и альтернативные. Налоговые платежи и сборы, расходы на оплату лицензий, платежи во внебюджетные фонды относятся к вмененным расходам хозяйствующих субъектов, все же остальные расходы являются альтернативными, так как экономический субъект может выбирать вариант формирования производственного процесса [18].

Агрегированными расходами являются затраты, объединенные по видам потребляемых в процессе жизнедеятельности хозяйствующего субъекта ресурсов. К материальным расходам относятся затраты на необходимые материальные ресурсы. Расходы на оплату труда включают затраты на зарплату с отчислениями, а на амортизацию – стоимость износа оснастки используемой в процессе производства продукции.

Амортизация объектов основных средств проводится одним из следующих способов начисления амортизации: линейным способом, способом уменьшения остатка, способом списания стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования, способом списания стоимости пропорционально объему продукции. Годовая сумма амортизационных отчислений определяется:

- исходя из первоначальной стоимости основных средств и норм амортизации, исчисленных с учетом срока полезного их использования;

- исходя из остаточной стоимости основных средств на начало отчетного года и норм амортизации, исчисленных с учетом срока полезного их использования;

- исходя из первоначальной стоимости основных средств и соотношения числа лет, остающихся до конца срока полезного использования основных средств и общего срока полезного использования;

- пропорционально объему выпускаемой продукции.

Затраты, связанные с производством и реализацией товаров, классифицируются по статьям затрат. Потребность в этом связана с формированием цены на продукцию хозяйствующего субъекта [18].

Исходя из объемов производства расходы хозяйствующих субъектов подразделяются на постоянные и переменные. К постоянным расходам относятся затраты, которые не зависят от объема производства – это амортизация, расходы на охрану, некоторые виды налогов и сборов, аренда, зарплата управленческого персонала и т.д. В свою очередь переменные расходы зависят от объема производства, к ним относят затраты на сырье и материалы, покупные комплектующие, транспортно-заготовительные расходы, зарплату производственных рабочих, страховые взносы, годовые бонусы, покупные энергоресурсы и т.д.

Исходя из способов распределения расходов между типами продукции затраты делятся на прямые и косвенные. К прямым затратам относятся основные материалы, ПКИ, покупные полуфабрикаты, основная зарплата производственных рабочих и т.д. К косвенным расходам относят затраты на ремонт, содержание оснастки и зданий, зарплата аппарата управления и вспомогательного персонала и т.д. [18].

Исходя из связи с технологическим процессом расходы подразделяются на основные и накладные. Основные расходы – это затраты, связанные с производством товаров, а именно затраты на СМ, заработную плату основных производственных рабочих и т.д. К накладным затратам относят расходы на

управление, содержание основных средств, обслуживание производственных площадей, командировки, обучение сотрудников, потери от простоев и т.д.

В зависимости от степени агрегирования затраты подразделяются на одноэлементные и комплексные. К одноэлементным расходам относится 1 вид затрат. А к комплексным расходам в свою очередь относится совокупность одноэлементных расходов.

Также по периодичности возникновения расходы делятся на постоянные и единовременные. Постоянные расходы представляют собой все материальные затраты, амортизационные отчисления и затраты на заработную плату. Те расходы, которые возникают неожиданно, например, поломка оснастки, пени, санкции, штрафы относятся к единовременным расходам [18].

В системе управления используются прогнозные, плановые и фактические расходы. Прогнозные затраты носят информационный и ориентировочный характер. Плановые затраты представляют собой форму обязательных лимитов в ходе составления бизнес-планов. Фактические затраты образуются в соответствии с действующими данными.

В зависимости от степени регулирования расходы хозяйствующих субъектов делятся на нормируемые и ненормируемые. Нормируемые расходы представляют собой материальные затраты, затраты на заработную плату рабочим, затраты по налогам и сборам и амортизацию. Что касается ненормируемых затрат, к ним относятся единовременные затраты.

Затраты хозяйствующих субъектов исходя из направления их сферы деятельности можно разбить на инвестиционные затраты, затраты, связанные с текущей деятельностью, и на потребление, источником финансирования которых является чистая прибыль хозяйствующего субъекта.

От сферы принятия управленческих решений зависит выбор классификации затрат. К примеру, в процессе управления денежными потоками используются значения единовременных и постоянных затрат. Для прогнозирования прибыли при уменьшении объемов реализации используются значения переменных и постоянных затрат. Соотнесение накладных и

основных затрат определяет всю инфраструктуру предпринимательской деятельности. А статьи затрат в свою очередь дают возможность объять все стороны деятельности хозяйствующего субъекта, а агрегированные значения повышают результативность бухгалтерской отчетности [18].

Выручка от реализации товаров считается одним из важных моментов формирования финансовых результатов деятельности организаций, а потому важно компетентно определять ее. Фирсова А.А. и Татарский Е.А. предлагают выделять два метода ее определения.

Кассовый метод – это метод, согласно которому доходы и расходы признаются после их фактической оплаты: при наличном расчете – по поступлению денег в кассу организации, а при безналичном расчете – по мере поступления средств за продукцию на счета в банках.

Метод начисления – это метод, согласно которому доходы и расходы признаются по факту их свершения независимо от фактического времени поступления и выплаты денежных средств. Данный метод основывается на том, что в момент отгрузки товаров организация теряет право собственности на товар. Недостатком этого метода считается то, что выручка от реализации товаров по мере их отгрузки будет учтена в бухгалтерской отчетности, хозяйствующий субъект обязан заплатить налоги, а средства на счет организации могут поступить по всевозможным обстоятельствам с огромным опозданием или не поступят вовсе, например, в связи с банкротством покупателя.

Экономический субъект самостоятельно выбирает метод определения выручки от реализации. Но в свою очередь выбранный метод должен назначаться на долгосрочный период и отражаться в учетной политике организации.

Существует ряд принципов при определении налоговой базы при различных методах определения выручки от реализации экономического субъекта (рис.1.2).

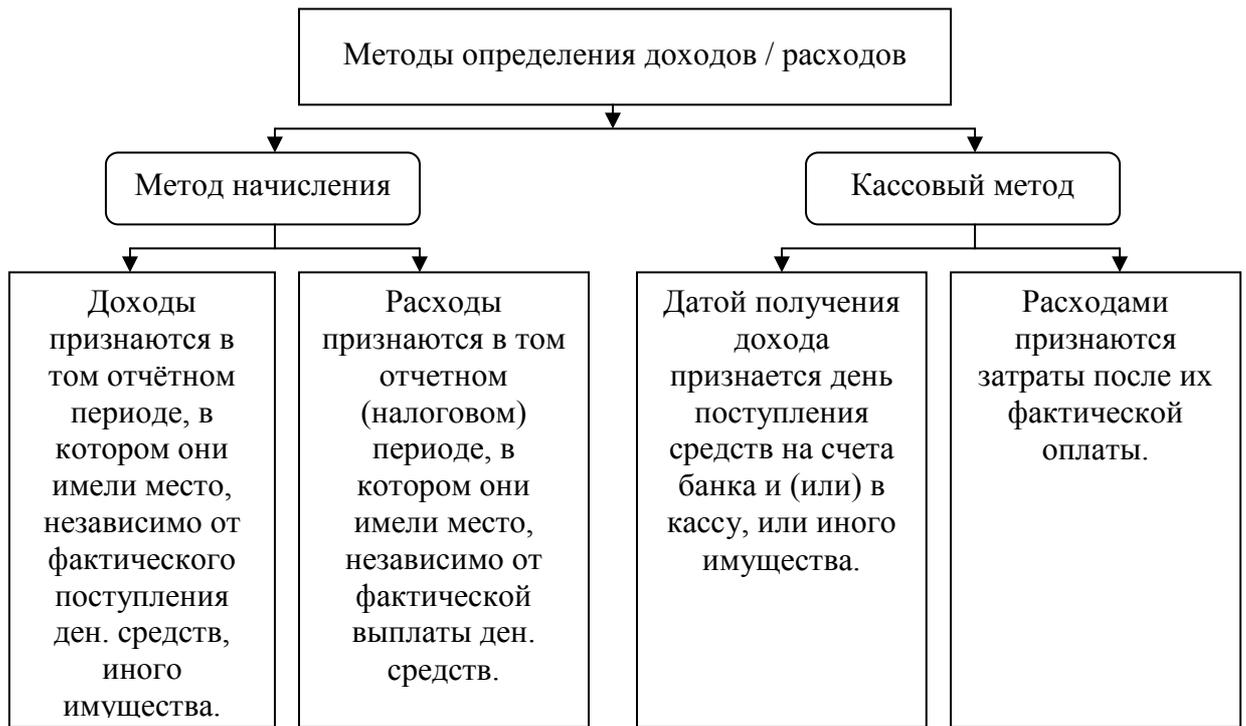


Рисунок 1.2 – Определение момента реализации и выручки от реализации продукции и формирование финансовых результатов [92]

Порядок признания доходов при методе начисления:

- 1) Доходы признаются в том отчетном периоде, в котором они имели место, независимо от фактического поступления денежных средств;
- 2) По доходам, относящимся к нескольким отчетным налоговым периодам, и в случае, если связь между доходами и расходами не может быть определена точно или определяется косвенным путем, доходы распределяются хозяйствующим субъектом самостоятельно с учетом принципа равномерности признания доходов и расходов;
- 3) Для доходов от реализации датой получения дохода признается день отгрузки товаров, работ, услуг, имущественных прав. Днем отгрузки считается день реализации этих товаров, независимо от фактического поступления денежных средств в их оплату;
- 4) Для прочих доходов датой получения дохода признается дата подписания сторонами акта приема-передачи имущества (приемки-сдачи работ, услуг);

5) При получении дохода от реализации финансовым агентом услуг финансирования под уступку денежного требования, а также дохода от реализации новым кредитором, получившим указанное требование, финансовых услуг, дата получения дохода определяется как день последующей уступки данного требования или исполнения должником данного требования. При уступке организацией-продавцом права требования долга третьему лицу дата получения дохода от уступки права требования определяется как день подписания сторонами акта уступки права требования;

6) По кредитным и иным аналогичным контрактам, заключенным на срок более одного отчетного периода, доход признается полученным и включается в состав соответствующих доходов ежеквартально. При этом доход определяется экономическим субъектом самостоятельно как доля предусмотренного условиями договора дохода, приходящегося на соответствующий квартал [92].

Порядок признания расходов при методе начисления.

1) Расходы, принимаемые для целей налогообложения, признаются в том отчетном периоде, к которому они относятся, независимо от времени фактической выплаты денежных средств. Расходы признаются в том отчетном периоде, в котором эти расходы возникают исходя из условий сделок.

2) Датой осуществления материальных расходов является дата передачи в производство СиМ, необходимых для изготовления продукции, а также дата подписания организацией акта приемки-передачи услуг и работ производственного характера.

3) Амортизация ежемесячно признается в качестве расхода.

4) Расходы на оплату труда признаются в качестве расхода ежемесячно.

5) Затраты на ремонт и обслуживание основных средств признаются в том отчетном периоде, в котором они были осуществлены.

6) Затраты, связанные с обязательным и добровольным страхованием и негосударственным пенсионным обеспечением, имеют место в том отчетном периоде, в котором согласно условиям контракта организацией были переведены средства на оплату взносов.

7) По кредитным и другим аналогичным контрактам, составленным на срок более одного года и не предусматривающим равномерное распределение затрат; затраты признаются осуществленными и ежемесячно включаются в состав соответствующих затрат. При этом затраты определяются экономическим субъектом самостоятельно как доля предусмотренного условиями контракта расхода, приходящегося на соответствующий месяц.

Порядок определения доходов и расходов при кассовом методе:

1) Экономические субъекты имеют право на осуществление расхода по кассовому методу, если в среднем за предыдущие 4 квартала сумма выручки от реализации товаров, работ или услуг без учета НДС не превысила один млн руб. за каждый квартал;

2) Днем фактического поступления денежных средств на счета или в кассу организации является дата получения дохода;

3) Расходами экономических субъектов считаются затраты после их фактической оплаты.

В свою очередь расходы признаются с учетом следующих особенностей:

- затраты на заработную плату и материальные затраты учитываются в составе затрат в момент списания денежных средств с расчетного счета в банке и выплаты из кассы организации;

- амортизация учитывается в составе расходов в суммах, начисленных за отчетный период. При этом допускается амортизация только оплаченного организацией амортизируемого имущества, используемого в производстве;

- затраты, связанные с уплатой налогов и сборов, учитываются в размере их фактической оплаты организацией. При наличии задолженности затраты на ее погашение учитываются в те периоды, когда экономический субъект погашает указанную задолженность;

- если хозяйствующий субъект признает финансовые результаты по кассовому методу и в течение налогового периода превышает предельный размер суммы выручки, то он обязан перейти на признание финансовых

результатов по методу начисления с начала налогового периода, в течение которого было допущено данное превышение [92].

Прибыль служит мотивацией для образования новых или усовершенствованию уже действующих организаций. Вероятность получения прибыли мотивирует человечество на создание новых товаров и применение технологических новшеств, за счет которых возможно достичь повышения эффективности производства. Каждая организация, работая прибыльно, вносит свой вклад в экономическое развитие общества.

Ермолович Л.Л. трактует прибыль как многозначную экономическую категорию. От глубины ее познания и рациональности использования зависит эффективность коммерческого расчета, ценообразования и других экономических рычагов. Являясь источником производственного и социального развития, прибыль занимает лидирующее место в обеспечении самофинансирования организаций, возможности которых во многом определяются тем, насколько доходы превышают расходы [42].

Согласно вышесказанному анализ прибыли экономических субъектов в настоящее время становится весьма актуальным. Данный анализ предоставляет возможность определить рациональное использование ресурсов, факторы роста прибыли, потенциальные возможности экономического субъекта и выявить влияние внутренних и внешних факторов на объем прибыли.

Грузинов В.П. считает, что прибыль – это денежное выражение основной части денежных накоплений, создаваемых организациями любой формы собственности. Как экономическая категория она характеризует финансовый результат предпринимательской деятельности экономического субъекта [40].

По мнению Бабича А.М. и Павловой Л.Н., прибыль – это главный финансовый показатель плана и оценки деятельности экономического субъекта. Благодаря прибыли осуществляется финансирование мероприятий по социально-экономическому и научно-техническому развитию организаций, увеличение фонда оплаты труда их работников [15].

Савицкая Г.В. утверждает, что прибылью является разница между суммой доходов и расходов с учетом убытков от различных операций. Следовательно, прибыль формируется в результате связи многих компонентов, как с положительным, так и отрицательным знаком.

По мнению Табурчак П.П. прибыль обеспечивает потребности самой организации и государства в целом. Поэтому, прежде всего, важно определить состав прибыли экономического субъекта. Общий объем прибыли организации представляет собой валовой доход. На величину валового дохода влияет объединение многих факторов, зависящих и не зависящих от предпринимательской деятельности.

Для более детального анализа прибыли необходимо воспользоваться данными бухгалтерского баланса, отчета о финансовых результатах, отчета о движении денежных средств и т.д.

Распределение и использование прибыли является главным процессом, обеспечивающим как покрытие потребностей организаций, так и формирование доходов РФ. Механизм распределения прибыли должен быть построен таким образом, чтобы всецело способствовать повышению эффективности производства, поддерживать развитие новых форм хозяйствования. На различных этапах развития российской экономики система распределения прибыли изменялась и модернизировалась. Важной проблемой был и остается объем прибыли, который находится в распоряжении хозяйствующих субъектов. В современных условиях организации могут использовать полученную прибыль по своему усмотрению, кроме той части, которая подлежит обязательным вычетам в соответствии с законодательством [83].

Вследствие этого появляется потребность в четкой системе распределения прибыли, прежде всего, на стадии, предшествующей образованию чистой прибыли.

Принципы распределения прибыли можно сформулировать следующим образом:

- прибыль, получаемая экономическим субъектом в результате производственной деятельности, распределяется между государством и организацией;

- прибыль для государства поступает в соответствующие бюджеты в виде налогов и сборов;

- объем прибыли хозяйствующего субъекта, оставшейся в его распоряжении после уплаты налогов, не должна снижать его заинтересованности в увеличении объема производства;

- прибыль, остающаяся в распоряжении хозяйствующего субъекта, в первую очередь направляется на накопление, обеспечивающее его дальнейшее развитие, и только в остальной части на потребление.

В ходе определения главных направлений использования прибыли и ее распределения, в первую очередь уделяется внимание положению на рынке конкуренции, которая может привести к потребности обновления производственного потенциала экономического субъекта. Вследствие чего определяется размер отчислений от прибыли в фонды производственного развития, средства которых направлены на увеличение оборотных средств, внедрение новых технологий, обеспечение научно-исследовательской деятельностью и т.д. Косолапова М.В. и Свободин В.А. считают, что общая схема распределения прибыли хозяйствующего субъекта может быть представлена в рис. 1.3

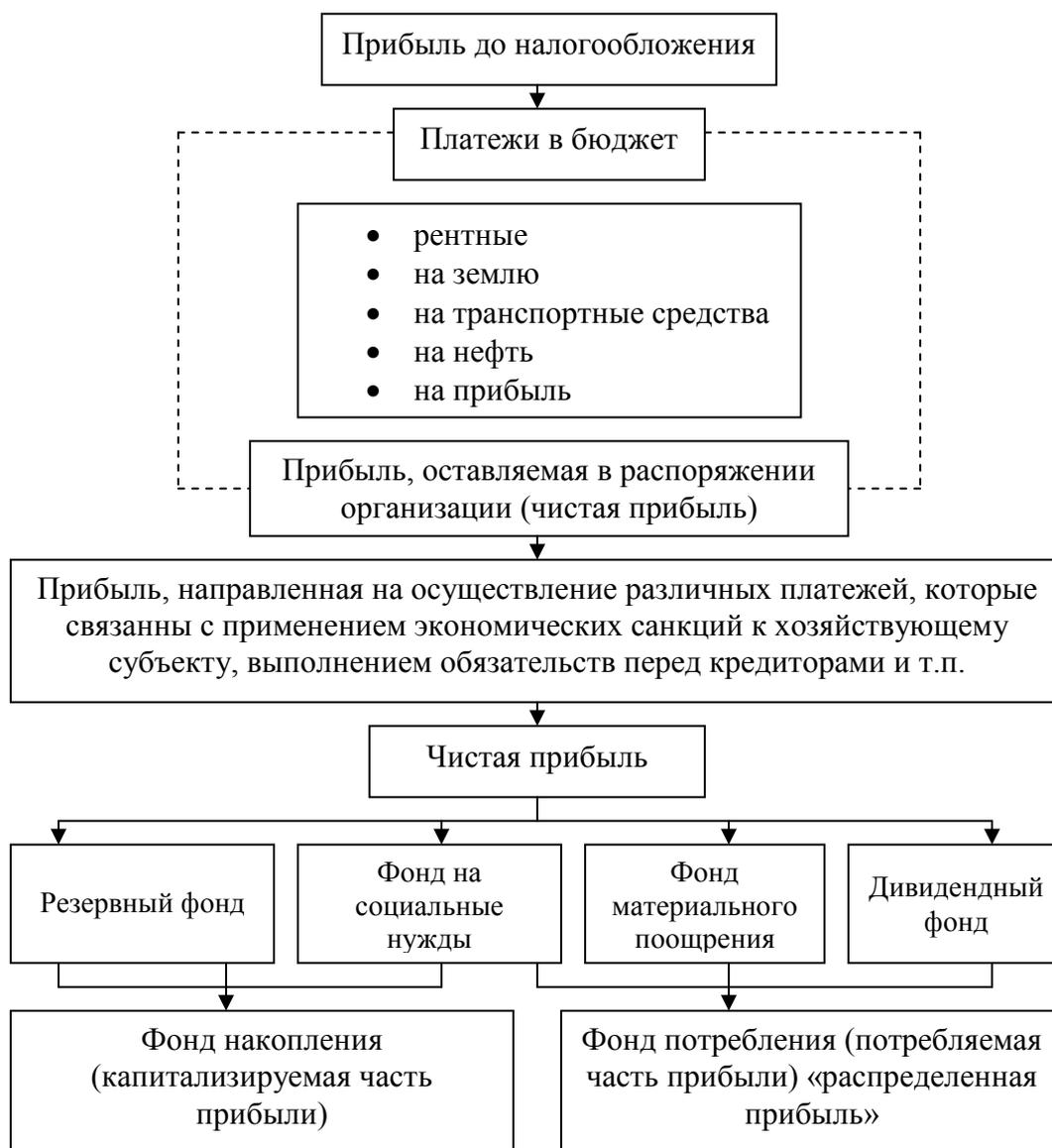


Рисунок 1.3 – Основные направления распределения прибыли [58]

Главным моментом распределения прибыли считается выявление соотношения деления прибыли на потребляемую и капитализируемую части, которое в свою очередь определяется в соответствии с учредительными документами, а также со стратегией развития предпринимательской деятельности.

Для каждого хозяйствующего субъекта законодательно установлен особый механизм распределения прибыли, которая остается в распоряжении экономического субъекта согласно организационно-правовой форме.

Прибыль до налогообложения является объектом распределения на любом хозяйствующем субъекте. Такое распределение – это поток прибыли в бюджет

в виде налоговых платежей и сборов. Направление расходования прибыли, остающейся в распоряжении хозяйствующего субъекта, находится в компетенции самого общества.

Каких-либо ограничений в распределение прибыли государство не вводит, однако в свою очередь через предоставление льгот на налоги побуждает прибыль нацеливаться на благотворительность, инновации, финансирование мероприятий по охране природной среды и т.д. А также необходимо отметить, что государство ограничивает объем резервного фонда хозяйствующих субъектов.

Режим использования и распределения прибыли хозяйствующего субъекта закрепляется в его учредительных документах и утверждается руководящим органом субъекта.

Распределение прибыли основывается на следующих принципах:

- обеспечение материальной заинтересованности сотрудников в достижении наилучших результатов при минимальных затратах;
- накопление собственного капитала, обеспечивающего процесс непрерывного развития предпринимательской деятельности;
- выполнение обязательств перед государством;
- выполнение обязательств перед инвесторами, кредиторами, учредителями и др.

Основные направления распределения прибыли представлены на рис.1.3 [58].

Козлова Е.П. разделяет распределение прибыли на предприятиях различных организационных форм на следующее:

Прибыль полного товарищества распределяется между участниками в соответствии с учредительным договором, в котором определяются доли его участников.

Исходя из срока, на который создано товарищество, устанавливается режим распределения прибыли. В случае создания товарищества на определенный срок чистая прибыль распределяется между участниками

пропорционально их долям в капитале. Если же товарищество создано на долгий или неопределенный срок, из прибыли возможно образование различных фондов (рис. 1.4).

$$\boxed{\text{Чистая прибыль}} = \boxed{\text{Фонд накопления}} + \boxed{\text{Фонд потребления}} + \boxed{\text{Прибыль, распределяемая между учредителями}}$$

Рисунок 1.4 – Распределение прибыли товарищества [53]

В командитном товариществе из прибыли до налогообложения сначала выплачивается налог на прибыль и сборы, после чего из чистой прибыли выплачивается доход командистам, вложившим свой вклад в капитал. Выделенная на выплаты участникам товарищества прибыль подразделяется с учетом их долевого участия в капитале. В конечном итоге, остаток прибыли распределяется между полными товарищами.

В случае, если прибыль получена в меньшем объеме, чем предполагалось или не получена вовсе, возможны следующие варианты:

- при недостаточности средств может быть принято решение о невыплате пайщикам прибыли.

- при худших финансовых результатах действительные члены обязаны отдать вкладчикам их долю прибыли, реализовав имущество товарищества;

Прибыль ООО облагается налогом и распределяется в общем порядке. Чистая прибыль в свою очередь может быть направлена в резервный фонд, который необходимо создавать для своевременного выполнения обязательств перед учредителями, а также разделять его на два фонда – это фонд накопления и фонд потребления. В свою очередь фонд накопления включает в себя те фонды, которые по решению учредителей идут на совершенствование деятельности экономического субъекта. Фонд потребления складывается из фонда социального развития, материального поощрения и той части, которая идет на выплату учредителям.

Одним из сложных порядков распределения прибыли является порядок АО. Общие механизмы распределения прибыли и режим выплаты дивидендов устанавливаются в уставе. Более подробный порядок распределения прибыли рассмотрим далее на примере ОАО «АВТОВАЗ».

Подводя итог, можно сказать что, под прибылью понимается превышение доходов от продажи товаров и услуг над затратами на производство и продажу этих товаров и является обобщающим показателем финансовых результатов хозяйственной деятельности. Также можно сказать, что прибыль формируется в результате взаимодействия многих компонентов, как с положительным, так и отрицательным знаком. Так как прибыль отражает результаты всех видов деятельности хозяйствующего субъекта – производственной, непроизводственной и финансовой, это значит, что на размерах прибыли отражаются все стороны деятельности организации.

1.3 Рентабельность, её виды и порядок расчёта

Стремление к положительному экономическому эффекту в виде абсолютного показателя прибыли или относительного (рентабельности) заключается в основе каждого бизнес-процесса. Целью и главным объектом финансового менеджмента организаций является рентабельность. Деятельность экономического субъекта будет более выгодной и благополучной в том случае, если рентабельности будет уделяться должное внимание.

По мнению Крылова Э.И., рентабельность представляет собой соотношение дохода и капитала, идущего на формирование данного дохода. Связывая вложенный капитал с прибылью, рентабельность дает возможность сверить степень доходности организации с альтернативным использованием капитала или доходностью, полученной экономическим субъектом при схожих условиях риска. Для того, чтобы рискованные инвестиции стали более выгодными, они должны требовать более высокую прибыль. Поскольку капитал всегда приводит к формированию прибыли, для установления степени

доходности прибыль сопоставляется с объемом капитала, необходимым для создания данной прибыли. Показателем эффективности деятельности хозяйствующего субъекта является рентабельность, так как во многом от правильности управленческих решений зависит максимальное получение прибыли. Следовательно, такой показатель как рентабельность можно рассматривать как один из основных критериев управления.

Для оценки длительного благополучия хозяйствующего субъекта можно принять во внимание степень рентабельности, то есть способность организации получать необходимую прибыль для инвестиционных вложений. Показатели рентабельности считаются более надежными для долгосрочных кредиторов, инвесторов, вкладывающих деньги в капитал организации, нежели показатели ликвидности и финансовой устойчивости [61].

Показатель рентабельности возможно использовать также в процессе прогнозирования прибыли, в котором происходит сопоставление прибыли, ожидаемой получить на данные инвестиции, с фактическими и предстоящими инвестициями.

Помимо этого, рентабельность играет важную роль в принятии решений в области планирования, инвестирования, контроля, оценки и результатов хозяйствующего субъекта.

Отсюда следует, что значение уровня рентабельности определяет результативность деятельности и финансовые результаты хозяйствующего субъекта. Рентабельность выявляет доходность субъекта с различных позиций.

Данные бухгалтерской и финансовой отчетности являются основой расчета коэффициентов рентабельности. Увы, публикуемая бухгалтерская и финансовая отчетность не предоставляет возможность в точности дать оценку рентабельности экономического субъекта, поскольку, основываясь на такой отчетности, невозможно выявить структуру произведенного товара, его себестоимость, цену реализации, состав основных фондов и масштаб их износа [61].

В научно-экономической литературе разные авторы по-разному подразделяют показатели рентабельности. Классификация Крылова Э.И. является одним из таких подразделений показателей рентабельности на:

Рентабельность активов – финансовый коэффициент, характеризующий отдачу от использования всех активов организации. Коэффициент показывает способность организации генерировать прибыль без учета структуры его капитала (финансового левериджа), качество управления активами. В отличие от показателя «рентабельность собственного капитала», данный показатель учитывает все активы организации, а не только собственные средства. Поэтому он менее интересен для инвесторов.

Рентабельность активов рассчитывается делением чистой прибыли (как правило, за год) на величину всех активов (т.е. сальдо баланса организации):

$$Ra = \text{ЧП} / A, \quad (1.1)$$

где Ra – рентабельность активов;

ЧП – чистая прибыль;

A – величина активов.

В результате расчета получается величина чистой прибыли с каждого рубля вложенного в активы организации. Часто, чтобы получить более наглядное, процентное соотношение в формуле используют умножение на 100. В этом случае показатель также можно интерпретировать как «сколько копеек приносит каждый рубль, вложенный в активы организации».

Для более точных расчетов в качестве показателя «Активы» берется не значение на конкретную дату, а среднее арифметическое значение – активы на начало года плюс активы на конец года делят на 2.

Чистая прибыль организации берется по данным «Отчета о финансовых результатах», активы – по данным Баланса [61].

Рентабельность оборотных активов – определяется соотношением чистой прибыли (прибыль организации минус налоги) к оборотным активам.

Рентабельность показывает возможность компании обеспечить удовлетворительного объема прибыли в отношении к оборотным средствам. То есть, чем выше коэффициент, тем более эффективным становится общество.

В процессе движения оборотные активы проходят следующие стадии кругооборота:

- Денежная стадия;
- Производительная стадия;
- Товарная стадия.

Денежная стадия – обеспечивает обращение денежных средств в запасы производства.

Производительная стадия – стоимость создаваемой продукции всё еще имеет авансированный характер, однако уже целиком, а в размере истощенных запасов производства, авансируются затраты на оплату труда и переносится доля основных фондов.

Товарная стадия – готовая продукция все еще является авансируемой. Однако после того как товарная форма заново обретенной стоимости обратится в денежную, предварительно инвестированные средства возобновляться за счет выручки поступившей в организацию от проданной продукции.

Рентабельность оборотных активов можно рассчитать по формуле:

$$R_{об.а} = ЧП / ср.Об.А, \quad (1.2)$$

где $R_{об.а}$ – рентабельность оборотных активов;

ЧП – чистая прибыль;

ср.Об.А – среднегодовая стоимость оборотных активов.

Рентабельность оборотных активов ощутимо влияет на процесс производства, выполнения производственных и финансовых планов.

Увеличения объемов производства и реализации товаров, покорение новых рынков продаж, должно быть целесообразно и экономно гарантировано оборотными средствами. Эту задачу и включает в себя обеспечение рентабельности, а также рационального использования оборотных средств [61].

Рентабельность собственного капитала – показатель чистой прибыли в сравнении с собственным капиталом организации. Это важнейший финансовый показатель отдачи для любого инвестора, собственника бизнеса, показывающий, насколько эффективно был использован вложенный в дело капитал. В отличие от схожего показателя «рентабельность активов», данный показатель характеризует эффективность использования не всего капитала (или активов) организации, а только той его части, которая принадлежит собственникам хозяйствующего субъекта.

Рентабельность собственного капитала рассчитывается делением чистой прибыли (обычно, за год) на собственный капитал организации:

$$R_{ск} = ЧП / СК, \quad (1.3)$$

где $R_{ск}$ – рентабельность собственного капитала;
 ЧП – чистая прибыль;
 СК – собственный капитал.

Для получения результата в виде процента, указанное отношение часто умножают на 100.

Более точный расчет подразумевает использование средней арифметической величины собственного капитала за тот период, за который берется чистая прибыль (как правило, за год) – к собственному капиталу на начало периода прибавляют собственный капитал на конец периода и делят на 2.

Чистая прибыль организации берется по данным «Отчета о финансовых результатах», собственный капитал – по данным пассива Баланса.

По усредненным статистическим данным рентабельность собственного капитала составляет примерно 10-12% (в США и Великобритании). Для инфляционных экономик, таких как российская, показатель должен быть выше. Главным сравнительным критерием при анализе рентабельности собственного капитала выступает процент альтернативной доходности, которую мог бы получить собственник, вложив свои деньги в другой бизнес. Например, если

банковский депозит может принести 10% годовых, а бизнес приносит лишь 5%, то может встать вопрос о целесообразности дальнейшего ведения такого бизнеса.

Чем выше рентабельность собственного капитала, тем лучше. Однако как видно из формулы Дюпона, высокое значение показателя может получиться из-за слишком высокого финансового рычага, т.е. большой доли заемного капитала и малой доли собственного, что негативно влияет на финансовую устойчивость организации. Это отражает главный закон бизнеса – больше прибыль, больше риск.

Расчет показателя рентабельности собственного капитала имеет смысл только в том случае, если у организации имеется собственный капитал (т.е. положительные чистые активы). В противном случае расчет дает отрицательное значение, малопригодное для анализа [61].

Рентабельность инвестиций – показатель эффективности инвестиций; чистая прибыль, деленная на объем инвестиций. Иногда рентабельность инвестиций определяется как отношение чистой прибыли к сумме акционерного капитала и долгосрочного долга.

$$R_{и} = \text{ЧП} / \text{А} - \text{КО}, \quad (1.4)$$

где $R_{и}$ – рентабельность инвестиций;

ЧП – чистая прибыль;

А – величина активов;

КО – краткосрочные обязательства.

Рентабельность материальных активов

$$R_{\text{мат.а}} = \text{ЧП} / \text{З} + \text{НДСпр.цен.} + \text{ОС}, \quad (1.5)$$

где $R_{\text{мат.а}}$ – рентабельность материальных активов;

ЧП – чистая прибыль;

З – запасы;

НДСпр.цен. – налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям;

ОС – основные средства.

Рентабельность выручки

$$R_{вр} = \text{ПР} / \text{ВР}, \quad (1.6)$$

где $R_{вр}$ – рентабельность выручки;

ПР – прибыль от продаж;

ВР – выручка.

Рентабельность финансовых вложений

$$R_{\text{фин.вл.}} = \text{Пр} + \text{Д.уч.др.орг} / \text{ДФВ} + \text{КФВ}, \quad (1.7)$$

где $R_{\text{фин.вл.}}$ – рентабельность финансовых вложений;

Пр – проценты к получению;

Д.уч.др.орг. – доходы от участия в других организациях;

ДФВ – долгосрочные финансовые вложения;

КФВ – краткосрочные финансовые вложения.

Рентабельность продаж – показатель финансовой результативности деятельности организации, показывающий какую часть выручки организации составляет прибыль. При этом в качестве финансового результата в расчете могут использоваться различные показатели прибыли, что обуславливает существование различных вариаций данного показателя. Наиболее широко используются следующие: рентабельность продаж по валовой прибыли, операционная рентабельность, рентабельность продаж по чистой прибыли.

$$R_{пр} = \text{ПРд.н.} / \text{ВР} + \text{Пр.дох.}, \quad (1.8)$$

где $R_{пр}$ – рентабельность продаж;

ПРд.н. – прибыль до налогообложения;

ВР – выручка;

Пр.дох. – прочие доходы.

Нормальное значение рентабельности продаж определяется отраслевыми и прочими особенностями работы организации. При одинаковой финансовой эффективности, для организаций с длительным циклом производства, рентабельность продаж будет выше, для «высокооборотных» видов деятельности – ниже. Рентабельность продаж показывает, прибыльная или убыточная деятельность предприятия, но не дает ответа на вопрос, насколько выгодны вложения в данное общество. Чтобы ответить на этот вопрос, рассчитывают рентабельность активов и капитала (рентабельность собственного капитала, рентабельность инвестированного капитала).

Уровень рентабельности рассчитывается следующим образом:

$$УР = ПР / Себ., \quad (1.9)$$

где УР – уровень рентабельности;

ПР – прибыль от продаж;

Себ. – себестоимость.

Рекомендуемые значения: 1-5% – низкая рентабельность; 5-20% – средняя рентабельность; 20-30% – высокая рентабельность; свыше 30% – сверхрентабельность [61].

Формула Дюпона представляет собой расчета ключевого показателя эффективности деятельности – рентабельности собственного капитала (ROE) – через 3 концептуальные составляющие: рентабельность продаж, оборачиваемость активов и финансовый леверидж. Показатель впервые был использован корпорацией DuPont в 20-х годах прошлого века, откуда и произошло его наименование.

$$ROE = (ЧП / ВР) * (ВР / А) * (А / СК) = R_{пр.} * Об.А * ФЛ, \quad (1.10)$$

где ROE – формула Дюпона;

ЧП – чистая прибыль;

ВР – выручка;

А – величина активов;

СК – собственный капитал;

Rпр. – рентабельность продаж;

Об.А – оборачиваемость активов;

ФЛ – финансовый леверидж.

Формула Дюпона включает три фактора, влияющих на рентабельность собственного капитала:

- операционную эффективность (рентабельность продаж по чистой прибыли);
- эффективность использования всех активов (оборотность активов);
- кредитное плечо, соотношение собственного и заемного капитала (финансовый леверидж);

В случаях, когда у организации неудовлетворительная рентабельность собственного капитала, формула Дюпона помогает выявить, какой из факторов привел к такому результату.

Итак, главной задачей хозяйствующего субъекта в условиях рыночной экономики является всемерное удовлетворение потребности народного хозяйства и граждан в его продукции, работах и услугах с высоким потребительским свойством и качеством при минимальных затратах. Для осуществления своей главной задачи экономический субъект обеспечивает увеличение финансовых результатов своей деятельности. Анализ финансовых результатов своей деятельности имеет большое значение для оценки эффективности производства предприятия.

Таким образом, были рассмотрены поставленные задачи, а именно было изучено: финансовый результат деятельности организаций, его сущность и значение; порядок формирования доходов и расходов, механизм формирования и использования прибыли хозяйствующих субъектов; рентабельность, ее виды и порядок расчета.

Подводя итог первой главы, можно отметить следующее: финансовые результаты деятельности хозяйствующих субъектов характеризуются объемом полученной прибыли и уровнем рентабельности, также анализ финансовых

результатов является одним из важнейших аспектов исследования хозяйственной деятельности организации. Прибыль представляет собой разницу между доходами и расходами организации. Рентабельность – относительный показатель, он выражает степень доходности хозяйствующего субъекта с различных позиций. Изучение состава и структуры прибыли, проведение факторного анализа результата от реализации, изучение показателей рентабельности необходимы для того чтобы: выявить соответствие внутренних резервов и возможностей организации обеспечению конкурентных преимуществ и удовлетворению будущих потребностей рынка то есть экономического прогнозирования. Изучая точки зрения различных авторов толкования финансовых результатов, можем заметить, насколько актуальна данная тема в современных условиях рыночной экономики. Так, главной целью каждого хозяйствующего субъекта является максимизация прибыли. Каждый автор, так или иначе затрагивает подобную тему и трактует ее своеобразно, научно, обоснованно и очень интересно. За последние годы ученые-экономисты внесли весомый вклад в решение общих проблем теории, методологии и организации бухгалтерского учета и оценки финансового состояния экономических субъектов. Однако научная разработка теоретических, методологических и организационно-практических положений функционирования бухгалтерского управленческого учета и оценки финансового состояния, применительно к автомобильной промышленности недостаточна. Поэтому в следующих главах данной работы будет рассмотрено обоснование методических решений и организационно-практических рекомендаций по совершенствованию финансового состояния автомобильной промышленности в условиях рыночной экономики.

2 ОРГАНИЗАЦИОННО – ПРАВОВАЯ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОАО «АВТОВАЗ»

2.1 Тенденции развития российской автомобильной промышленности

До 1991 г. Россия обладала уже довольно развитой автомобильной индустрией. В 1990 г. в стране было произведено 2 млн автомобилей, из которых 1,2 млн – легковых (700 тыс. выпустил «АВТОВАЗ», 200 тыс. – «Москвич» АЗЛК, 200 тыс. – «Ижмаш», 100 тыс. – ГАЗ «Волга»). По этому признаку СССР занимал 5-е место в мире после Японии, США, ФРГ и Франции; по производству грузовиков – 3-е место в мире, а по производству автобусов – 1-е. По сравнению с развивающимися странами СССР был безусловным лидером в автомобилестроении (табл. 2.1).

Таблица 2.1 – Производство автомобилей в СССР, России и ряде развивающихся стран (тыс. шт.)

Страна	1990 г.	2000 г.	2013 г.	2015 г.
1	2	3	4	5
СССР (Россия)	2 040	1 206	2 175	1 895
Китай	509	2 069	22 116	23 723
Индия	363	801	3 880	3 840
Бразилия	915	1 682	3 740	3 146
Таиланд	305	412	2 532	1 880
Южная Корея	1 321	3 115	4 521	4 525

В 1990 г. объемы производства автомобилей в СССР были в 1,5 раза больше, чем в Южной Корее, в 2,2 раза – чем в Бразилии, в 4 раза – чем в Китае, в 5,6 раза – чем в Индии и в 6,7 раза – чем в Таиланде. К 2000 г. наша страна потеряла свои лидирующие позиции. На первое места вышли Китай и Южная Корея. К 2013 г. Россия уже отставала от этих стран, включая Таиланд. В 2015 г. Китай стал самым крупным производителем автомобилей.

При анализе развития российской автомобильной промышленности после 1991 г. можно отметить 3 основных периода.

Первый период (1991–2005 гг.) характеризуется быстрым открытием внутреннего рынка, стремительным ростом импорта новых и, особенно, подержанных автомобилей. В указанные годы начинается «отверточная» (либо крупноузловая) сборка иностранных марок на территории России, которая позволяет на льготных условиях ввозить основные компоненты и является, по сути, формой скрытого импорта.

Второй период (2005–2010 гг.) характеризуется переходом к режиму промышленной сборки и строительству первых сборочных заводов полного цикла, акцент которых направлен на локализацию производства (на основании Постановления Правительства РФ от 29.03.2005г. № 166).

В начале 2010 г. начинается третий период, во время которого государство решило усилить процесс локализации производства и стимулировать выпуск автокомпонентов на собственной территории с высокой добавленной стоимостью в соответствии с требованиями к расширению мощностей иностранных компаний и развитию исследовательских центров [99].

Далее рассмотрим выделенные периоды более детально.

В начале первого этапа (с 1991 г. по 1994 г.) наблюдалось снижение производства автомобилей на 30%. В 1995 г. проявился частичный рост показателей производства, что свидетельствует о повышении государственной поддержки отечественного автомобилестроения. В этот период импорт иномарок как подержанных, так и новых оказывал немалое влияние на развитие российской автомобильной промышленности. В 2002–2004 гг. в Россию ввозилось свыше 550 тыс. зарубежных автомобилей в год. В 2001 г. доля иномарок от произведенных автомобилей в стране составляла 42%, а к 2004 г. – доля составила 61%. К 2005 г. объемы производства российских марок сократились на 11% по сравнению с 2001 г. Доля же иномарок российской сборки составила всего 14% от общих объемов производства легковых автомобилей в стране (табл. 2.2).

Таблица 2.2 – Структура производства легковых автомобилей в России в 2001–2005 гг., тыс. штук

	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.
1	2	3	4	5	6
Производство автомобилей в России, всего	1 022	981	1 011	1 110	1 069
в том числе: российские марки	1 017	971	954	977	910
иномарки российской сборки	5	10	57	133	159

Исходя из табл. 2.2, видно, что к 2005 г. с помощью государственной поддержки не удалось поднять российскую автомобильную промышленность до прежнего уровня. В это же время зарубежные автопроизводители все больше заинтересовывались емким рынком и организацией производства в России.

В 2005 г., на втором этапе, государство, замечая повышение спроса потребителей и интерес зарубежных автопроизводителей, решило создать качественно новую отрасль – новые мощности по производству автомобилей, способные к конкуренции, что впоследствии привело к смене политики защиты отечественных автомобилей на режим открытости для зарубежных автомобильных производителей.

В том же году был принят новый закон, в соответствии с которым вводился режим промышленной сборки для автомобилей. Его условием для автопроизводителей было введение некоторых производственных операций на отечественных автозаводах, таких как сварку кузова, окраску, сборку ДВС, сборку КПП, подвески и др. Изначально режим промышленной сборки был задуман для создания новых мощностей или их модернизации, за счет которых появилась бы альтернатива готовым зарубежным автомобилям, ввозимым в страну.

В 2006–2007 гг. создание новых производственных площадок по выпуску иномарок стало важным качественным изменением в российском автомобилестроении. Начали строительство, а также подписали инвестиционные соглашения крупнейшие иностранные автопроизводители:

«Volkswagen», «PSA Peugeot Citroen», «Volvo», «General Motors», «Toyota», «Nissan», «Suzuki», «Hyundai». Они размещали свое производство, в основном, в Центральном и Северо-Западном федеральных округах, которые заняли лидирующие позиции в автомобилестроении России. На третьем же месте по-прежнему оставался Приволжский федеральный округ, где уже имелась мощная производственная база, в которой было перепрофилировано уже действовавшее производство.

Высокое производство и выпуск иномарок российской сборки существенно изменили структуру автомобильного рынка России. В 2001 и 2002 гг. реализация иномарок, собранных на отечественных автозаводах, была невысокой – 5 тыс. и 10 тыс. штук соответственно, в предреформенные 2004 и 2005 гг. – уже 130 тыс. и 150 тыс. штук соответственно, а в 2008 г. – отметка приближалась к 600 тыс. штук. В то же время увеличивался импорт новых зарубежных автомобилей. Если в 2001 г. в Россию их было ввезено около 74 тыс. штук, то в 2007 г. – более 1,2 млн штук и даже в кризисном 2008 г. – почти 1,5 млн штук. В целом за 2002–2008 гг. импорт новых зарубежных марок увеличился в 20 раз. По-прежнему крупным сегментом рынка оставались импортные подержанные автомобили. Структура российского автомобильного рынка в этот период представлена в табл. 2.3

Таблица 2.3 – Структура российского автомобильного рынка
в 2001–2008 гг., %

	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Российские марки	68	60	58	54	45	35	27	20
Иномарки российской сборки	0	1	4	8	9	13	16	18
Иномарки импортные новые	6	7	11	18	26	36	43	46
Иномарки подержанные	26	32	27	20	20	16	14	16

Проанализировав табл. 2.3, можно отметить, что за период реформирования российские марки существенно потеряли свою долю рынка. В 2001 г. на них приходилось 68% рынка, в 2005 г. – 45%, в 2008 г. – только 20%. Несмотря на активно растущее производство иностранных марок в России, динамика рынка все больше определялась импортом. Так, в 2001 г. на импорт новых и подержанных иномарок приходилось 32%, в 2005 г. – 46%, а в 2008 г. – уже 62%. Постепенно снижалась доля подержанных иномарок: в 2001 г. она составляла 26%, в 2005 г. – 20%, а в 2008 г. – 16%. Значительное влияние на состояние рынка оказывал ввоз новых иномарок. Если в 2002 г. ввезенные новые иномарки составляли 7% рынка, то в 2005 г. – 26%, а в 2008 г. – уже 46%, тогда как иномарки российской сборки – 1%, 9% и 18% соответственно. Рост импорта новых иномарок обеспечивался низкими таможенными формальностями, в чем проявлялась российская специфика реформирования автомобильной промышленности [99].

Таким образом, принятых нормативных актов оказалось недостаточно для формирования сбалансированной автомобильной индустрии, выпускающей необходимое количество качественных и современных автомобилей разных ценовых категорий. Российский рынок оказался чересчур открыт для ввоза зарубежных автомобилей, а условия для организации сборочных производств, предусматривающих ввоз автокомпонентов при уплате минимальных пошлин, оказались слишком поверхностными. Минимальный объем выпуска, позволявший иностранному производителю беспошлинно ввозить большую долю автокомпонентов для промышленной сборки, составлял 25 тыс. автомобилей в год.

Учитывая емкость рынка нашей страны совместно с объемами выпуска крупных иностранных производителей, льготные условия недостаточно стимулировали их к созданию полноценных производств.

Процесс локализации столкнулся с перечнем неблагоприятных моментов. В первую очередь, это небольшие объемы мощностей, раскиданные довольно на больших расстояниях друг от друга и предназначенные для изготовления

обширного спектра платформ и моделей, что затрудняло производителям комплектующих осуществление инвестиций. Следующее, это почти полное отсутствие качественных СиМ, таких как металл, пластик и т.д., а также поставщиков второго и третьего уровней (которых рассмотрим ниже). В конце это не маленькие операционные издержки (по сравнению со странами Восточной и Центральной Европы, куда уже переместили собственные мощности многие крупнейшие поставщики).

В данной ситуации в 2010 г. Министерство промышленности и торговли утвердило стратегию развития российской автоиндустрии на период, аж, до 2020 г., определив характеристики и установив цели промышленной сборки, нацеленные на ускорение процесса локализации. Так в свою очередь производители, которые заинтересованы в пользование низкими таможенными формальностями, должны были взять на себя обязательства по ускорению процесса локализации, увеличению производственных мощностей, интенсивное изучение и разработок на территории России (табл. 2.4)

Таблица 2.4 – Изменение условий режима промышленной сборки в РФ

Условия	Старые	Новые
1	2	3
Годовые объемы производства	25 тыс. штук	Не менее 300–350 тыс. штук не позже 2020 г.
Уровень локализации	30% за три года	60% за шесть лет
Двигатели и турбины	Отсутствие обязательств	Не менее 30% от объемов производства
Центры НИОКР	Отсутствие обязательств	Обязательно

Проанализировав табл. 2.4, можно отметить, что к новым изменениям относились требования по увеличению уровня локализации до 60% к 2020 г. Также одним из условий изменения режима промышленной сборки было увеличение объема производства до 300-350 тыс. штук автомобилей в год в течение 36–48 месяцев после вступления в действие нового соглашения. К остальным условиям относятся обязательства по производству ДВС и турбин, чтоб не менее 30% производимых в РФ автомобилей оборудовались

произведенными в стране ДВС, через 36–48 месяцев после вступления в действие нового соглашения.

Внесение изменений в Постановление Правительства №166 от 29.03.2005 г. повлекло за собой формирование благоприятных условий для крупных инвестиционных действий и создания автомобильных альянсов. Впоследствии этого было оформлено порядка 400 меморандумов о намерениях, часть которых трансформировалась в инвестиционные соглашения.

Факт того, что Россия в 2012 г. вступила в ВТО, создал проблемы для автомобильных компаний, которые локализовали свое производство на территории РФ. Одним из самых главных факторов для всех участников автомобильного рынка является снижение пошлин с 35% до 25% на подержанные импортные автомобили. По данным Министерства промышленности и торговли, величина импорта подержанных автомобилей в РФ уже достигла 30% всего российского автомобильного рынка [64].

Однако снижение таможенных формальностей может привести к уменьшению привлекательности местного производства в режиме промышленной сборки. Правительство России, осознавая данную угрозу, разработало программу утилизации, которая направлена не только на управления жизненным циклом автомобиля, но и на ограничение ввоза подержанных автомобилей на российский рынок.

Другой немаловажной проблемой для зарубежных компаний, функционирующих на территории РФ, является регулирование движения товаров в рамках СНГ. В связи с тем, что некоторые страны СНГ имеют на своей территории большое количество производственных площадок с крупноузловой сборкой, для членов режима промышленной сборки в РФ могут возникнуть значительные риски в случае снижения или ликвидации таможенных пошлин на импорт из этих стран.

В итоге, хотелось бы упомянуть об особой экономической зоне в Калининградской области, обладающей исключительными налоговыми и таможенными льготами. Необходимо выполнить минимальные условия для

того, чтобы стать резидентом данной экономической зоны. Статус резидента дает возможность концернам организовать масштабную крупноузловую сборку без вышеупомянутых обязательств по локализации производства и автокомпонентов (к примеру, в 2011 г. в экономической зоне Калининградской области было произведено 220 тыс. автомобилей). Таким образом, формируются условия не только для несправедливой конкуренции и демотивации последующих инвестиций в российскую автомобильную промышленность, а также для противоречий планам российской автомобильной политики.

Производство автокомпонентов играет важную роль в развитии всей автомобильной промышленности. До 60% всей стоимости автомобиля приходится на поставки комплектующих первого уровня. На сегодняшний день организации, выпускающие автокомпоненты, являются лидерами в области инноваций. Львиная доля современных технологических решений по совершенствованию комфорта и безопасности автомобилей была разработана известными организациями, такими как «Bosch», «Valeo» и др.

История производства автомобильных компонентов развивалась двумя путями. Часть крупных производителей изначально входила в состав автомобильных концернов, к примеру, «Delphi» была в группе «General Motors», «Visteon» – в группе «Ford Motor», «Denso» – в группе «Toyota» и т.д. Позднее они выделились в самостоятельные компании.

В России заводы по производству автомобильных компонентов были сосредоточены вблизи автозаводов. Размещение производств осуществлялось таким образом, чтобы снизить логистические затраты. Хотя в таком случае отсутствовала конкуренция, которая не позволяла регулировать цены.

Классическая организация по выпуску автомобильных компонентов производило широкий ассортимент продукции. К примеру, созданное в 1967 г. ОАО «ДААЗ» для обеспечения Волжского автомобильного завода запасными частями производило почти все автомобильные комплектующие: от фильтров до сцеплений, карбюраторов и светотехники.

ОАО «АВТОВАЗ», а также другие российские автопроизводители впоследствии начали импортировать комплектующие, поскольку качество автокомпонентов перестало соответствовать нормам.

Пришедшие в Россию крупнейшие мировые автомобильные компании отдавали предпочтения своим традиционным поставщикам, которых убеждали начать производство автокомпонентов на территории РФ. Сегодня такие глобальные компании, как «Valeo», «Automotive Lighting», «Delphi», «Magna» и другие заявили о строительстве в нашей стране собственных площадок.

В соответствии с мировой классификацией российские поставщики автокомпонентов подразделяются по типу поставляемой продукции на поставщиков:

- нулевого уровня – производство автокомпонентов собственными силами автозаводов. На сегодняшний день на российских автозаводах, таких как КАМАЗ, УАЗ, ГАЗ доля собственного производства комплектующих составляет более 50% общей номенклатуры;

- первого уровня – производство готовых силовых агрегатов и модулей для итоговой сборки (сюда можно отнести КПП, ДВС, турбины, сиденья);

- второго уровня – поставка запчастей поставщикам первого уровня (коленчатый вал для двигателя, рамы сиденья);

- третьего уровня – производство элементарных деталей для поставщиков второго уровня (болты, шайбы, кольца и др.).

Компании по производству автомобильных компонентов могут включать в себя два-три уровня поставщиков. Сегодня в России насчитывается порядка 2 тыс. поставщиков автокомпонентов, из которых 75% обеспечивают комплектующими, а 25% – сырьем [99].

Далее рассмотрим проблемы конкурентоспособности на российском рынке легковых автомобилей.

Навык последних лет дает понимание того, что без применения зарубежного капитала и технологий формирование конкурентоспособной автоиндустрии практически не осуществимо. Во время переговоров о

присоединении РФ к ВТО Евросоюз (ЕС) акцентировал внимание на требованиях урезания периода активного действия инвестиционных соглашений, снижении уровня локализации, установлении единых ставок тарифов на ввоз автокомпонентов и узлов для всех автомобильных производителей. В итоге переговоров Россия дала согласие уменьшить срок действия льгот и взяла на себя обязанность выплатить возмещение за различия в таможенных формальностях из собственного бюджета. Для гармонии положений ВТО и российского законодательства о промышленной сборке был утвержден переходный этап до 01.07.2018 г., во время которого заключенные инвестиционные соглашения с зарубежными инвесторами были актуальны.

Следовательно, РФ приняла обязательство понизить таможенные пошлины на ввоз новых автомобилей из-за рубежа с 25% до 15%. Не считая этого, наша страна также дала согласие возместить европейским изготовителям автокомпонентов вероятное уменьшение импорта, которое имеет все возможности возникнуть вследствие поддержки высокого уровня локализации в режиме промышленной сборки.

Рис. 2.1 дает нам представление о том, как менялась структура производства российских и иностранных брендов за последние несколько лет.

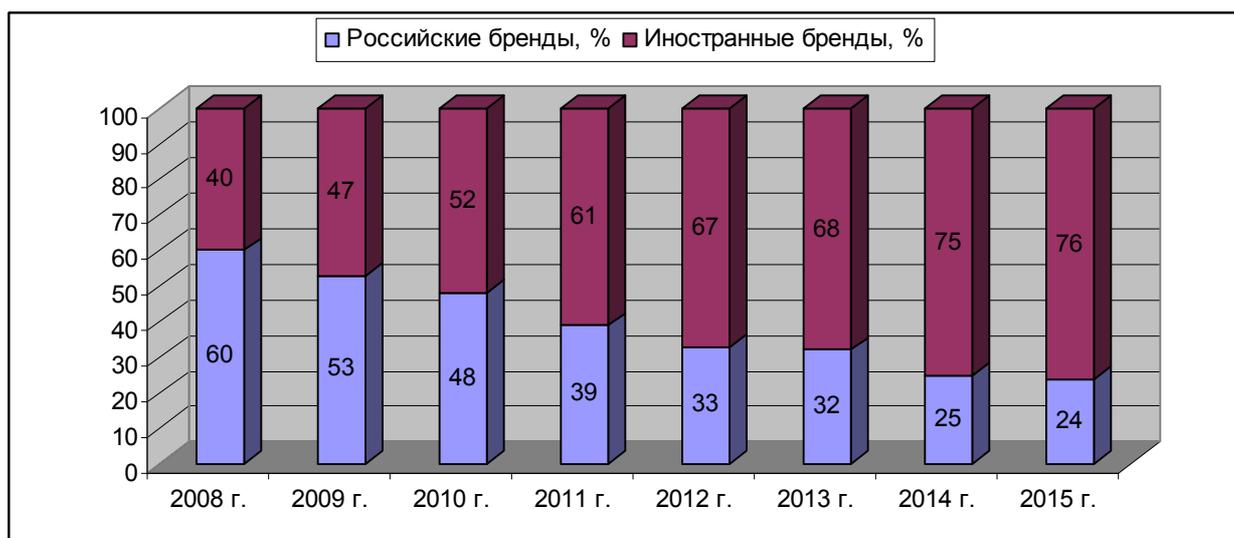


Рисунок 2.1 – Структура производства российских и иностранных брендов в России [103]

На сегодняшний день российских автопроизводителей можно разделить на три основных типа:

- традиционные российские производители (например, АВТОВАЗ, КАМАЗ, ГАЗ, УАЗ и др.), для которых типичны устаревшие мощности, ограниченность источников инвестиционных вложений, нехватка масштабов платформ и моделей, недостаток передовых технологий, а также профессионального менеджмента;

- российские автосборочные площадки («ОАГ», ТагАЗ, предприятия группы «Соллерс» и другие, осуществляющие сборку иностранных и отечественных брендов), для которых характерны гибкость производства, современность технологий и неразвитость собственного инжиниринга. Основной проблемой у многих из данных предприятий является отсутствие прав на интеллектуальную собственность (к примеру, «АВТОТОР» в Калининграде является только контрактным сборщиком автомобилей);

- иностранные автомобильные производители (это «Renault», «GM», «Ford» и др.), которые характеризуются малыми масштабами производства на территории России, невысоким уровнем локализации, а также отсутствием инжиниринговых центров.

Российский рынок легковых автомобилей в достаточной мере развит, поскольку представлен многочисленными моделями, однако при этом возникают проблемы конкурентоспособности по масштабам производства. Производственно-технологическая база ОАО «АВТОВАЗ» способна реализовать до 1 млн автомобилей в год, в то время как большая часть других производителей легковых автомобилей выпускают лишь около 100 тыс. единиц в год.

При всем этом в России средний объем производства одной модели намного ниже уровня других стран. Так, в России уровень производства достигает 27 тыс. автомобилей в год, а в странах Восточной Европы, Испании, США и Южной Кореи – порядка 119 тыс., в Бразилии и Китае – примерно 61 тыс.

Производителей автомобильных комплектующих можно также разделить на три основных типа:

- российские производители (НПП «ИТЭЛМА») нацеленные на производство автомобильных компонентов в условиях изношенной производственно-технологической базы, недостатка современных технологий и разработок и т.д;

- совместные предприятия российских и зарубежных производителей («Delphi», ZF и др.), располагающие современными производственными мощностями, приобретенными от международных партнеров;

- зарубежные производители («Bosch», «FederalMogul» и др.), направленные на выпуск технологически простых изделий (приводные ремни, свечи, тормозные системы) и имеющие небольшую клиентскую базу.

Необходимым условием роста экспорта является повышение конкурентоспособности по которому наша страна по-прежнему отстает от мировых производителей. Выделим ряд условий, необходимых российской автопромышленности для соответствия международным стандартам:

- результативная сеть поставщиков автокомпонентов;
- критическое множество локальных производителей;
- продуктивный гибкий производственный процесс;
- стабильный внутренний спрос;
- ориентированные на потребителя продукция и продажи;
- действенная инфраструктура и конкурентные аспекты производства;
- предсказуемое и стимулирующее государственное регулирование [99].

Что касается внутреннего спроса, можно отметить, что Россия отличается низким уровнем автомобилизации, которая составляет 290 автомобилей на 1 тыс. жителей, тем временем как в Западной Европе – 560 автомобилей, а в США – 740. Помимо этого, значительная часть автомобилей по западным меркам считается устаревшей, что, в свою очередь, может способствовать дальнейшему росту спроса.

Спрос на автомобильную продукцию связан с макроэкономическими показателями – процентными ставками, колебаниями цены на нефть, скачками курса валют, доходами населения и др.

Возможно, что главной проблемой в развитии российской автоиндустрии является рост издержек производства, которому способствуют снижение курса рубля и низкая производительность. В 2013 г. в России уровень оплаты труда, скорректированный на уровень производительности труда, был в 7 раз выше по сравнению с 2000 г. Тем временем, в Китае и Бразилии данный коэффициент вырос лишь в 2 раза. В остальных странах рост издержек был более низким (рис. 2.2).

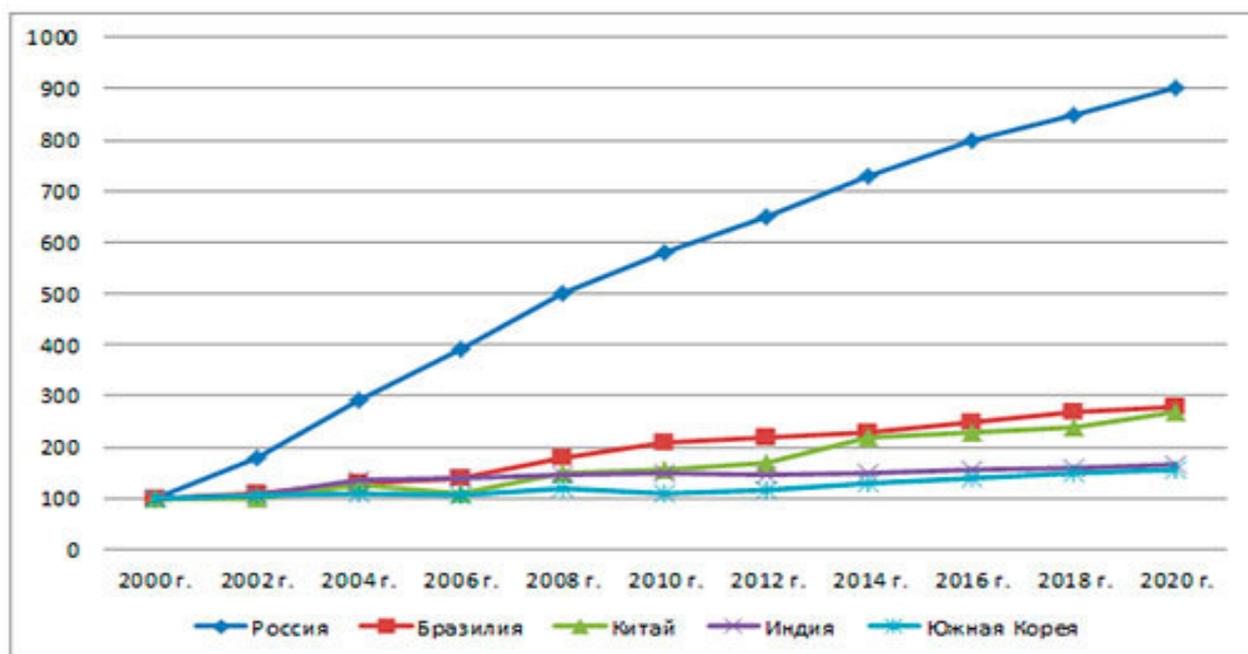


Рисунок 2.2 – Динамика трудовых издержек в автомобильной промышленности России и ряде развивающихся стран (В 2000 г. индекс трудовых издержек был равен 100) [103]

Анализируя данную динамику, можно отметить, что в таких условиях российская автопромышленность теряет конкурентоспособность на внутреннем и мировом рынке, а также менее привлекательными становятся инвестиционные вложения. Помимо этого, не прекращается рост энергетических и логистических затрат.

Чтобы решить настоящую проблему, необходимы существенные вложения в инфраструктуру, в том числе, строительство магистралей между автопроизводителями и потребителями автопродукции.

Со стороны государственного регулирования необходимы действенные механизмы стимулирования инвестиционных вложений в разработку новых моделей или модернизация технологических процессов.

В период 2011–2012 гг. мировые автопроизводители, такие как «BMW», «Volkswagen/Audi», «GM», «Ford», «Hyundai/Kia Motors», «Mazda», «PSA Peugeot Citroen», «Renault-Nissan», «Toyota» заявили о создании новых или масштабировании существующих мощностей. К 2016 г. в России производство автомобилей может увеличиться до 3,3 млн автомобилей, из которых порядка 50% будут относиться к принципиально новым, начатым с нуля проектам (табл.2.5).

Таблица 2.5 – Динамика производственных мощностей в автомобильной промышленности России (тыс. штук)

	2007 г.	2012 г.	2016 г.	Темпы прироста в 2007-2012 гг., %	Темпы прироста в 2012-2016 гг., %
1	2	3	4	5	6
Новое строительство	395	970	1 720	146	77
Расширение мощностей	1 230	1 360	1 620	11	19
Всего	1 625	2 330	3 340	43	43

Широкое признание российских потребителей получил ряд международных корпораций (таких как, «Renault Logan», «Hyundai Solaris/ Kia Rio», «Ford Focus», «Opel Astra/Chevrolet Cruze», «Volkswagen Polo»).

Отечественные автопроизводители также не отстают от уровня профессионализма и расширяют свою деятельность. Так, ОАО «АВТОВАЗ» запустил новый седан на современной платформе «LADA VESTA» и кроссовер «LADA XRAY» с целью возобновления своей рыночной доли в сегменте бюджетных автомобилей. ГАЗ сосредоточился на производстве зарубежных брендов, ограничившись их контрактной сборкой. КАМАЗ заключил альянс с

организацией «Daimler» для производства нового поколения грузовиков. Таким образом, отечественные автопроизводители используют зарубежных партнеров для усовершенствования производственных процессов и внедрения методов повышения эффективности.

При увеличении объемов производства и снижения издержек автопроизводители выдвигают на первый план увеличение показателей финансовых результатов. В 2014 г. практически все автоконцерны понесли значительные убытки, многие до сих пор не могут подняться на докризисный уровень (рис. 2.3).

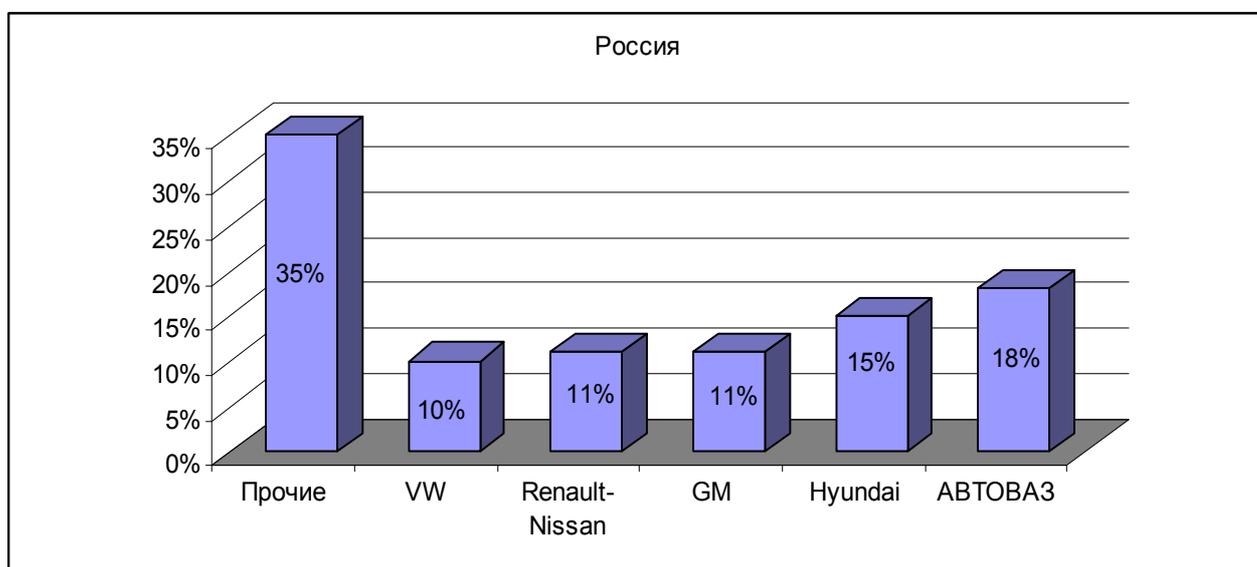


Рисунок 2.3 – Структура автомобильного рынка России за 2015г., % [103]

Судя по рис. 2.3, 65% внутреннего автомобильного рынка России регулируют 5 мировых автопроизводителей. Данный показатель является наиболее низким среди ведущих стран мира (так, например, в Бразилии этот коэффициент составляет 80%, а в Индии – 81%). В то время как потребители пользуются преимуществом достаточно широкого выбора моделей и конкурентных цен, данное обстоятельство значительно снижает финансовые показатели автомобильного бизнеса. Увеличению финансовых показателей может способствовать развитие экспорта.

Таким образом, в данном пункте мы рассмотрели автомобильную промышленность России, начиная со времен СССР. Видно, что в начале эры автомобилестроения СССР занимал лидирующее 1 место в ряду развивающихся стран, но постепенно лидерство перешло к Китаю. Также мы видим, как к 2015 г. доля российского бренда упала до 24%, а доля импортного увеличилась до 76%, что заставляет задуматься и детальнее разобраться с лидером российского автопроизводителя – ОАО «АВТОВАЗ».

В свою очередь хочется отметить, что ОАО «АВТОВАЗ» является крупнейшим в России автопроизводителем и компанией, активно работающей в 46 странах. Общества, входящие в Группу АВТОВАЗ, ведут деятельность более чем в 17 государствах; в нее входят около 270 дочерних предприятий, а общая численность ее персонала превосходит 20 000 человек. Все эти ресурсы предоставляют компании глобальные возможности. Предприятия Группы активно участвуют в таких областях, как телекоммуникации, энергетика, строительство, а также оказывает финансовые и страховые услуги. Предлагаем более подробно ознакомиться с деятельностью данного общества.

2.2 История и характеристика организационно-правовой деятельности ОАО «АВТОВАЗ»

20 июля 1966 г. вышло Постановление Правительства СССР о строительстве в Тольятти завода по выпуску 660 тыс. легковых автомобилей в год. Эта дата считается Днем рождения Волжского автомобильного завода. Создание предприятия-флагмана отечественного автомобилестроения тесно связано с итальянским концерном FIAT, именно с ним Министерство автомобильной промышленности СССР подписало протокол о научно-техническом сотрудничестве. Волжский автозавод был построен в рекордно короткие сроки: в 1966 г. начались земляные работы, в 1970 г. уже появились первые автомобили ВАЗ-2101, они и положили начало широко известному и популярному сегодня бренду LADA.

Появление Волжского автозавода было обусловлено тем, что в те годы в СССР производилось менее 150 тыс. легковых машин в год, ощущалась острая нехватка комфортабельных и доступных автомобилей. Тем более что в стране в то время уже существовала инфраструктура, потенциально способная обеспечить развитие такой сложной отрасли, как массовое производство легковых автомобилей: сырьевые ресурсы, промышленный потенциал, внутренние рынки сбыта, соответствующий уровень научных и инженерно-технических кадров. Таким образом, имелись все предпосылки для того, чтобы в кратчайшие сроки решить задачу по строительству завода, выпускающего массовые легковые автомобили на уровне мировых стандартов.

15 августа 1966 г. в Москве Министерство внешней торговли СССР и акционерное общество FIAT подписали генеральное соглашение о сотрудничестве в разработке конструкции автомобиля, проекта автомобильного завода и о его строительстве в СССР. Первый генеральный директор автозавода Виктор Николаевич Поляков вспоминал:

«Решающая роль в этом принадлежала министру автомобильной промышленности СССР Тарасову. Он сумел организовать участие практически всех руководящих органов страны в подготовке соглашения и добиться очень выгодных условий контракта с итальянской стороной... Работы велись эффективно и быстро. Технический и рабочий проекты всего завода разрабатывались в очень сжатые сроки. В частности, комплектно-технический проект с исходными данными для всех производственных корпусов был разработан и утвержден всего за шесть месяцев. Все проектные организации параллельно работали как в СССР, так и в Турине... По существу, это был прорыв в области широкого сотрудничества между крупными советскими и западными коллективами. Кроме итальянцев, в Тольятти работали также представители многих иностранных фирм-поставщиков из ФРГ, Франции, Швейцарии, Англии, США, Японии и других стран... Так или иначе, благодаря «вазовскому проекту», практически все отрасли промышленности страны должны были подняться на качественно новую ступень» [101].

Именно так в 1966 г. были созданы предпосылки для рождения долгожданного «народного автомобиля» и последующей активной автомобилизации России.

14 января 1967 г. также навсегда останется знаковой датой в истории Волжского автозавода – в этот день было начато его строительство. На возведение автозавода с полным циклом производства автомобиля (металлургия, штамповка, сварка, окраска, сборка, изготовление автокомпонентов и запасных частей) отводилось всего три года.

И уже 19 апреля 1970 г. с конвейера сошли первые автомобили ВАЗ-2101.

Строительство Волжского автозавода и освоение массового производства автомобилей стали серьезным прорывом в экономике России, повысили ее промышленный потенциал и оказали огромное влияние на развитие других автомобильных предприятий и смежных отраслей. Но значение Волжского автозавода не ограничилось только выпуском автомобилей. Гигантская стройка и уникальный завод прошли через судьбы миллионов людей, изменили качество и образ их жизни. Волжский автозавод стал не только одним из самых крупных строительно-промышленных проектов 60-х – начала 70-х гг. XX века, но и градообразующим предприятием, при участии которого построено немало объектов социально-культурного назначения.

АВТОВАЗ создавался как общество с высокой степенью концентрации производств различных отраслей – металлургическое, механосборочное, прессовое, сборочно-кузовное, пластмассовых изделий. В производстве технологического оборудования разрабатывались и изготавливались оригинальные, ориентированные на технологические процессы АВТОВАЗа: станки, роботы и целые автоматические линии. Единый комплекс по принципу «завод в заводе», при котором практически на одной территории осуществляется полный технологический процесс от литья до выпуска комплектующих изделий, позволял АВТОВАЗу в сложные времена в значительной степени сохранять независимость от внешних факторов – экономических и политических. В современном автомобильном мире

формируются новые тенденции, и следуя им, АВТОВАЗ проводит структурные реформы.

Создание в структуре ОАО «АВТОВАЗ» научно технического центра с опытно-промышленным производством, оснащенным современным оборудованием, значительно сократило сроки разработки и освоения выпуска новых семейств автомобилей. Применение здесь современных методов математического моделирования, конструкторско-технологическая отработка сборки на пилотных образцах существенно облегчают постановку на серийное производство новых автомобилей и повышают качество их изготовления. Всесторонне проверить надежность вновь создаваемой конструкции и выявить новые пути совершенствования уже выпускаемых автомобилей позволяет созданный на АВТОВАЗе комплекс испытательных дорог – один из лучших в Европе.

Развитие АВТОВАЗа дало толчок появлению и развитию целого ряда отраслей промышленности, а также других предприятий автопрома в России и за ее пределами. Постоянно проводимое обновление модельного ряда способствовало созданию компаний по производству автокомпонентов, мелкосерийных и специальных автомобилей, организации автосборочных предприятий в России, Украине, Казахстане, Египте. В этих компаниях ежегодно выпускается десятки тысяч автомобилей LADA и созданных на их базе других транспортных средств.

В 2008 г. ОАО «АВТОВАЗ» стал частью Альянса Renault-Nissan.

Миссия компании: «Мы создаём для наших клиентов качественные автомобили по доступным ценам, принося стабильную прибыль нашим акционерам, улучшая благосостояние наших сотрудников и повышая ценность нашего бизнеса во благо Отечества».

Ценности компании:

- персонал компании;
- лояльность потребителей;
- сильная торговая марка;

- высокий научно-технический потенциал;
- прочная деловая репутация;
- социальная ответственность.

Стратегические цели:

- сохранение лидерства на российском автомобильном рынке;
- активная интеграция в мировое автомобилестроение;
- достижение передового уровня квалификации персонала;
- эффективное управление ресурсами и затратами;
- постоянное улучшение качества;
- развитие корпоративной культуры, ориентированной на достижение результата;
- внедрение передовых гибких технологий производства автомобилей;
- оперативное реагирование компании на требования рынка;
- обеспечение потребителей автомобилями, соответствующими международным нормам безопасности и экологии.

В 2013 г. АВТОВАЗ произвёл 587 610 автомобилей, в том числе в ОАО «АВТОВАЗ» – 552 162 шт. при плане – 551 739 шт., в ООО «ОАГ» (Ижевск) – 35 448 шт. при плане – 38 886 шт.

Все автомобили омологированы, сертифицированы и удовлетворяют требованиям по нормам токсичности для внутреннего и внешнего рынков.

В 2013 г. на экспорт отгружено 69 781 автомобиль LADA при плане 58 802 шт.

В 2012 г. общество произвело работу по освоению новых модификаций и комплектаций автомобилей LADA для повышения их потребительских свойств, качества и конкурентоспособности:

– в мае 2012 г. ОАО «АВТОВАЗ» освоило производство автомобилей LADA GRANTA для внутреннего рынка с опциями «тонированные стёкла», «задние подголовники» и «пепельница с прикуривателем»;

– в июне 2012 г. ОАО «АВТОВАЗ» освоило производство новых комплектаций автомобилей LADA PRIORA для внутреннего рынка с системой безопасности TAKATA-Petri, CAN-шиной и ABS 9.1;

– в июне 2012 г. ОАО «АВТОВАЗ» освоило производство автомобилей LADA 4x4 с виброгасителем и диагональной схемой тормозов;

– в июле 2012 г. ОАО «АВТОВАЗ» освоило производство автомобилей LADA 4x4 с системой экстренного торможения и антиблокировочной системой тормозов BAS-ABS;

– в июле 2012 г. ОАО «АВТОВАЗ» освоило производство автомобилей LADA GRANTA с опциями «подушка безопасности переднего пассажира», «кондиционер» и ABS;

– в августе 2012 г. ОАО «АВТОВАЗ» освоило производство автомобилей LADA SAMARA с опцией «тонированные стёкла».

В 2013 г. изготовлено 82 748 машинокомплектов для сборочных заводов Ижевска, Украины, Казахстана, Египта и Чечни. Для ЗАО «Джи Эм-АВТОВАЗ» в 2013 г. произведён и отгружен 62 981 автокомплект.

В феврале 2014 г. с конвейера ОАО «АВТОВАЗ» в Тольятти сошел 28-миллионный автомобиль LADA. Им стал универсал LADA KALINA.

В мае 2014 г. на автозаводе в Ижевске прошла официальная церемония старта производства автомобиля LADA GRANTA Liftback.

В августе 2014 г. в продажу вышла LADA KALINA Sport – горячий хэтчбек для поклонников активного стиля вождения.

В октябре 2014 г. в России начались продажи автомобилей LADA 4x4 Urban.

В ноябре 2014 г. В Ижевске началась сварка первого пилотного кузова LADA VESTA.

В декабре 2014 г. АВТОВАЗ начал производство автомобилей LADA GRANTA (тип кузова – седан) с новым типом трансмиссии – автоматизированной коробкой передач (АМТ).

В феврале 2015 г. стартовали продажи новой модели LADA LARGUS Cross.

В конце сентября 2015г. в Ижевске было начато производство серийной LADA VESTA.

В соответствии с графиком 15 декабря 2015 г. началось производство новой серийной модели компании LADA XRAY.

29 сентября 2016 г. в Ижевске была собрана 50-тысячная LADA VESTA.

На данный момент освоены и поставляются на экспорт автомобили LADA KALINA, LADA PRIORA, LADA 4x4, LADA GRANTA, LADA VESTA удовлетворяющие нормам токсичности Евро 5 и Евро 6.

10 октября 2016 г. общим собранием акционеров принято решение о принятии устава общества в новой редакции, содержащей новое наименование – публичное акционерное общество «АВТОВАЗ» (сокращенно – ПАО «АВТОВАЗ»).

Публичное акционерное общество «АВТОВАЗ», прежнее наименование: Открытое акционерное общество «АВТОВАЗ» (далее – «Общество») создано по решению Государственного комитета Российской Федерации по управлению государственным имуществом № 1-Р от 05 января 1993 года в соответствии с Указом Президента Российской Федерации «Об организационных мерах по преобразованию государственных предприятий, добровольных объединений государственных предприятий в акционерные общества» от 1 июля 1992 года № 721.

Правовое положение Общества определяется Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральным законом «Об акционерных обществах», другими законами и принятыми в соответствии с ними нормативными правовыми актами Российской Федерации. Общество создано без ограничения срока его действия. Местом нахождения Общества и его адресом является место его государственной регистрации, а именно: Российская Федерация, Самарская область, город Тольятти, Южное шоссе, д. 36.

Органами управления Общества являются:

- общее собрание акционеров;
- совет директоров;
- коллегиальный исполнительный орган (правление);
- единоличный исполнительный орган (президент).

В случае назначения ликвидационной комиссии к ней переходят все функции по управлению делами Общества.

Совет директоров Общества избирается общим собранием акционеров.

Образование исполнительных органов Общества и прекращение полномочий осуществляется по решению совета директоров.

Ликвидационная комиссия при добровольной ликвидации Общества избирается общим собранием акционеров, при принудительной ликвидации назначается судом (арбитражным судом).

Органом контроля за финансово-хозяйственной деятельностью Общества является ревизионная комиссия. Ревизионная комиссия избирается общим собранием акционеров.

Уставный капитал Общества составляет 11 421,14 млн руб. Уставный капитал разделен на 2 284,23 млн акций следующих категорий одинаковой номинальной стоимости:

- привилегированные акции типа «А» 461,76 млн штук, что составляет 20,22 % уставного капитала;
- обыкновенные акции 1 822,46 млн штук, что составляет 79,78 % уставного капитала.

Номинальная стоимость одной акции 5 рублей. Все акции Общества являются именными бездокументарными.

Дивидендом является часть чистой прибыли Общества, распределяемая среди акционеров пропорционально числу имеющихся у них акций соответствующей категории (типа).

Общество может быть ликвидировано добровольно в порядке, установленном п. 2 ст. 61 Гражданского кодекса Российской Федерации, с учетом требований Федерального закона «Об акционерных обществах» и

устава Общества. Общество может быть ликвидировано по решению суда по основаниям, предусмотренным п. 2 ст. 61 Гражданского кодекса Российской Федерации [101].

2.3 Положение ОАО «АВТОВАЗ» на автомобильном рынке

Сегодня АВТОВАЗ является уникальным экономическим субъектом, это крупнейший производитель Альянса Renault-Nissan в России и один из крупнейших автозаводов в мире. АВТОВАЗ единственный из 46 заводов Альянса, который выпускает по полному циклу автомобили под 4 брендами: LADA, Renault, Nissan и Datsun.

В конце 2015 г. Группа АВТОВАЗ начала серийное производство автомобилей нового поколения – LADA VESTA и LADA XRAY, которые в будущем обеспечат полное обновление бренда LADA, модельного ряда компании и новые перспективы его развития.

Что касается продаж на внутреннем рынке, по итогам 2015 г. объем продаж автомобилей LADA, включая сборку ООО «ОАГ», составил 269 096 автомобилей, что на 30,5% меньше аналогичного показателя предыдущего года. В том числе LADA сборки ОАО «АВТОВАЗ» – 207 389 автомобилей (-33,9% к уровню 2014 г.). Отрицательная динамика на автомобильном рынке России наблюдается третий год подряд. В 2015 г. этот тренд усилился: так, в ноябре-декабре 2015 г. спад продаж достиг 43–46%, в целом за год рынок снизился на 36,2%. Рынок отчасти поддержали государственные программы стимулирования спроса – программа обновления автопарка, льготного автокредитования и льготного автолизинга [101].

Среди факторов, оказывающих негативное влияние на рынок, можно выделить дальнейшее падение экономики России и покупательской активности населения, рост цен на автомобили на фоне ослабления российской валюты, а также высокую стоимость владения автомобилем.

Далее представим диаграмму структуры продаж новых легковых автомобилей в России за 2014 и 2015 гг. (рис.2.4 и 2.5.)

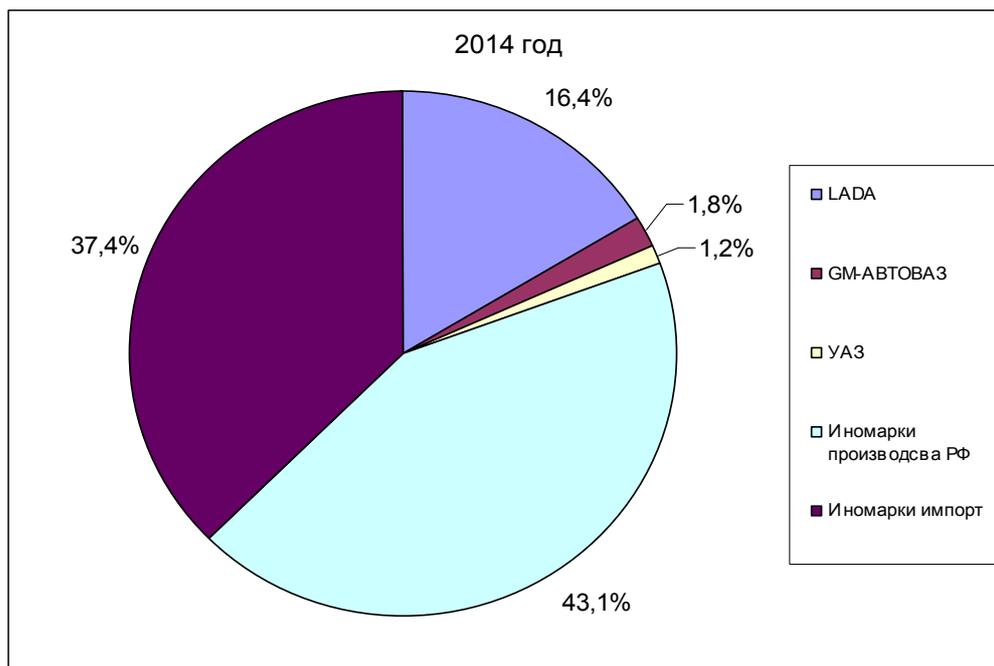


Рисунок 2.4 – Структура продаж новых легковых автомобилей в России, 2014 г. [103]

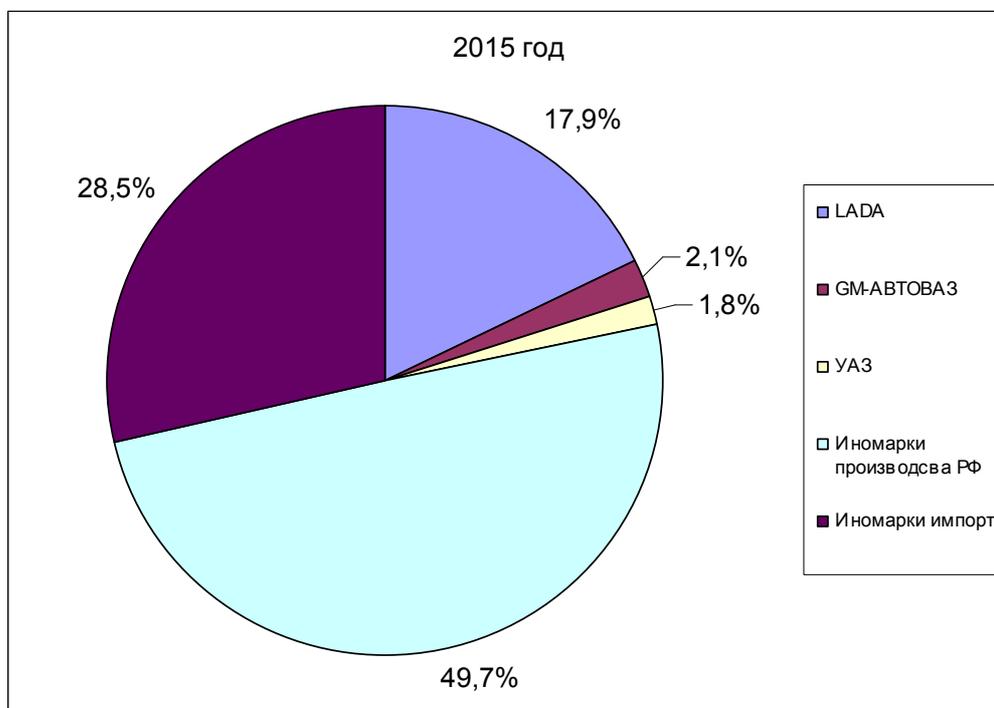


Рисунок 2.5 – Структура продаж новых легковых автомобилей в России, 2015 г. [103]

Удельный вес российских брендов LADA и УАЗ в структуре рынка продаж легковых автомобилей увеличились с 16,4% в 2014 г. до 17,9% в 2015 г. и с 1,2% 2014 г. до 1,8% в 2015 г. соответственно. Одновременно доля импорта, снизилась с 37,4% в 2014 г. до 28,5% в 2015 г. Возросла также и доля иностранных брендов, произведенных на территории страны: с 43,1% в 2014 г. до 49,7% в 2015 г. (рис. 2.4 и 2.5).

Также рассмотрим продажи легковых автомобилей в России за 2011-2015 гг. (табл.2.6)

Таблица 2.6 – Продажи легковых автомобилей в России за 2011–2015 гг.

Показатели	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.	2015/ 2014гг.	2014г.	2015г.
	тыс.шт.			шт.		%		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Продажи LADA	578	538	456	387 307	269 096	-30,5	16,4	17,9
Другие бренды, в т.ч.	1 916	2 237	2 170	1 971 018	1 238 035	-37,2	83,6	82,1
произведенные в России	1 024	1 180	1 148	1 087 934	807 841	-25,7	46,1	53,6
импортные	892	1 057	1 021	883 084	430 194	-51,3	37,4	28,5
Рынок всего	2 497	2 774	2 626	2 358 325	1 507 131	-36,1	100	100
Доля рынка LADA	23,2%	19,4%	17,4%	16,4%	19,7%	+1,5%		

В ноябре 2015 г. начались продажи новинки LADA VESTA. До конца года было продано 2 785 автомобилей. Далее рассмотрим продажи автомобилей под брендом LADA на внутреннем рынке за 2014-2015 гг. (табл. 2.7)

Таблица 2.7 – Продажи автомобилей LADA на внутреннем рынке в 2014–2015 гг.

Модель	2014 г., шт.	2015 г., шт.	2015/2014 гг., %	2014 г., %	2015 г., %
1	2	3	4	5	6
Granta	152 810	120 182	-21,4	39,5	44,7
Largus	74 291	45 094	-39,3	19,2	16,8
Kalina	65 609	35 869	-45,3	16,9	13,3
4x4	42 932	35 312	-17,7	11,1	13,1
Priora	47 818	28 507	-40,4	12,3	10,6
Vesta	0	2 785	-	0,0	1,0
VIS	1 368	1 209	-11,6	0,4	0,4

Продолжение таблицы 2.7

1	2	3	4	5	6
2104/2107	26	59	+126,9	0,0	0,0
El LADA	44	42	-4,5	0,0	0,0
Samara	2 409	37	-98,5	0,6	0,0
ВСЕГО LADA	387 307	269 096	-30,5	100,0	100,0

Согласно табл. 2.7 видно, что по объемам продаж на внутреннем рынке на первое место вышло семейство LADA GRANTA (120 тыс. шт., снижение - 21,4%). На втором месте семейство LADA LARGUS (45 тыс. шт., снижение - 39,3%). На третьем – LADA KALINA с показателем 36 тыс. автомобилей (снижение -45,3%).

По отношению продаж на внешнем рынке география поставок автомобилей и сборочных комплектов ОАО «АВТОВАЗ» охватывает почти все регионы мира – СНГ и Европу, Африку, Ближний Восток, Латинскую Америку. Страны, в которые осуществлялась поставка по прямым контрактам в 2015 г. – Азербайджан, Армения, Беларусь, Болгария, Боливия, Венгрия, Германия, Грузия, Египет, Казахстан, Кыргызстан, Латвия, Ливан, Молдова, Перу, Сербия, Словакия, Таджикистан, Туркменистан, Узбекистан, Украина, Чили, Южная Осетия.

В 2015 г. на экспорт был отгружен 28 461 автомобиль LADA. По сравнению с 2014 г. поставки на внешний рынок снизились на 45,0% (или на 23 330 автомобилей).

Основными рынками сбыта автомобилей LADA стали: Казахстан – 14 278 автомобилей (снижение -65,9% к 2014 г.), Азербайджан – 4 690 шт. (+141,8%), Беларусь – 2 360 шт. (+33,6%), Египет – 2 128 шт. (+109,4%) и Германия – 1 515 шт. (+238,2%).

Ниже рассмотрим структуру экспорта автомобилей LADA по семействам в 2014-2015 гг. (рис. 2.6 и 2.7)

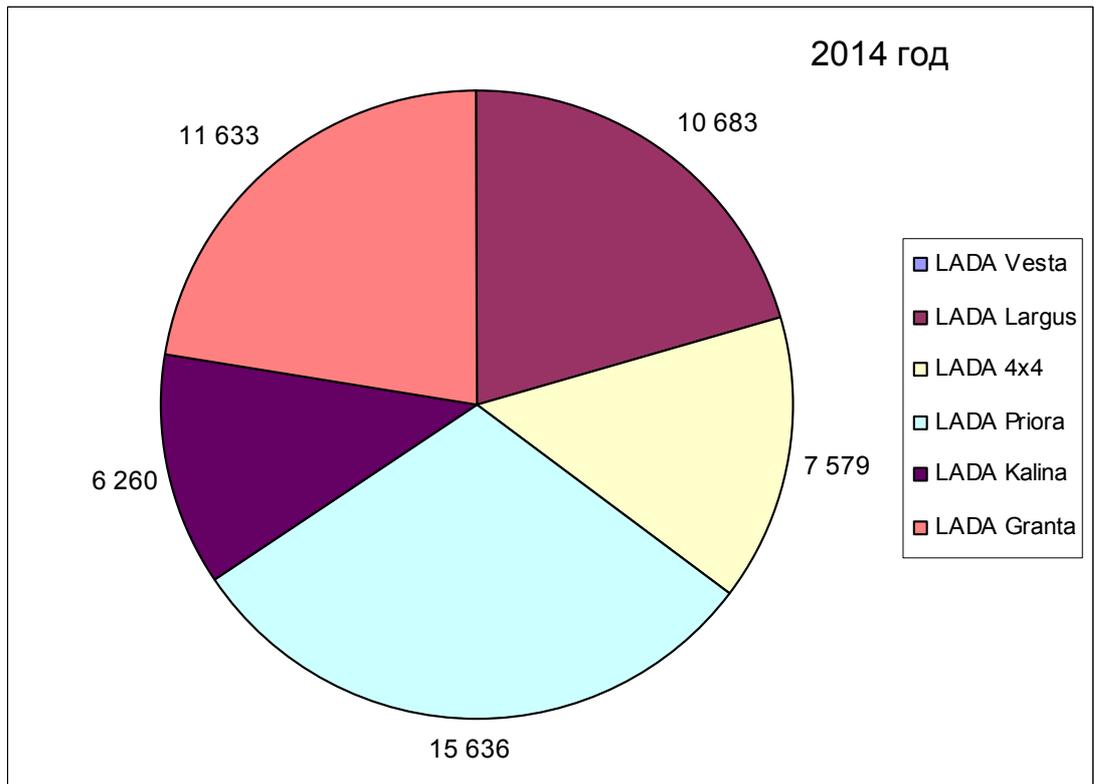


Рисунок 2.6 – Структура экспорта автомобилей LADA по семействам в 2014 г. [103]

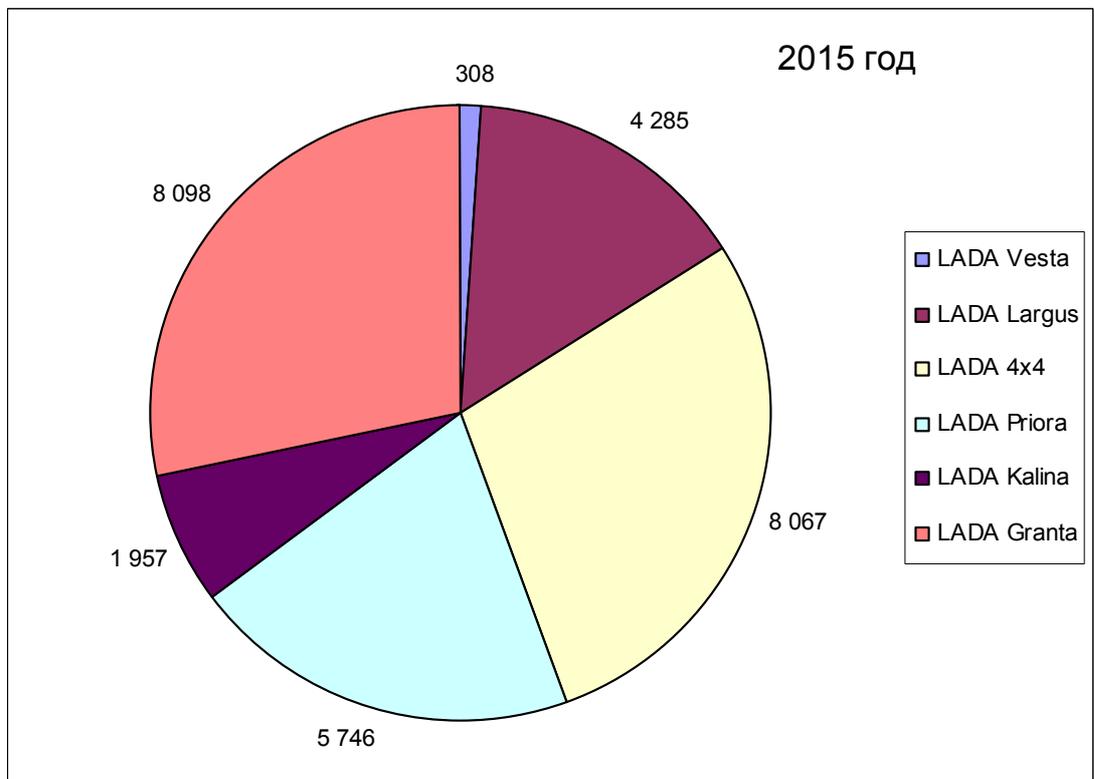


Рисунок 2.7 – Структура экспорта автомобилей LADA по семействам в 2015 г. [103]

Исходя их рис. 2.6 и 2.7, видно, что в 2014 г. лидером экспортных поставок был автомобиль LADA PRIORA, но в 2015 г. лидерство перехватила LADA GRANTA. Поставки LADA LARGUS в 2015 г. по сравнению с предыдущим периодом сократились более чем в 2 раза. Также можно заметить, что в 2015 г. начались поставки нового автомобиля LADA VESTA.

Далее рассмотрим поставки автомобилей и машинокомплектов на экспорт по регионам за 2011-2015 гг. (табл. 2.8)

Таблица 2.8 – Поставка автомобилей и машинокомплектов на экспорт по регионам в 2011–2015 гг.

Регионы	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
1	2	3	4	5	6
Автомобили, шт.					
СНГ	48 271	64 672	70 868	47 817	23 079
Европа	6 929	4 313	5 561	2 726	2 878
Другие страны	810	796	2 001	1 248	2 504
Всего	56 010	69 781	78 440	51 791	28 461
Машинокомплекты, шт.					
СНГ	20 886	14 997	11 980	3 672	1 896
Дальнее зарубежье	765	7 776	1 728	0	1 008
Всего	21 651	22 773	13 708	3 672	2 904
Всего LADA	77 661	92 554	92 148	55 463	31 365

Таким образом, рассмотрев положение ОАО «АВТОВАЗ» на автомобильном рынке, можно сказать следующее. АВТОВАЗ является безусловным лидером по производству и продажам своих автомобилей на территории РФ, также данный российский автопроизводитель занимает лидирующее место по поставке автомобилей и машинокомплектов на экспорт. Далее подробно ознакомимся с данным производителем и проведем оценку основных экономических показателей ОАО «АВТОВАЗ» [101].

2.4 Оценка основных экономических показателей деятельности ОАО «АВТОВАЗ»

Для того, чтобы оценить финансовую устойчивость, платежеспособность и уровень зависимости от кредиторов хозяйствующего субъекта, необходимо воспользоваться бухгалтерским балансом. В свою очередь бухгалтерский баланс отражает соотношение основного и оборотного капитала, состав имущества, которым располагает хозяйствующий субъект, структуру оборотного капитала и т. д.

Проанализируем балансовые показатели за пять последних лет, данные приведены в Приложении А.

Таким образом, при проведении вертикального анализа (прил. А) выявлено, что наибольшую долю составляют основные средства. На 2015 г. доля основных средств увеличивается, она достаточно интенсивно обновляется, что может повлиять на увеличение качества выпускаемой продукции, увеличение себестоимости связанной с ремонтом основных средства, а также оплата простоев.

Величина доли запасов к 2013 г. увеличивается, это отрицательно сказывается на обществе, т.к. денежные средства не уходят в оборот. Но в 2014 г. ситуация улучшается, доля запасов снизилась на 39,78% по отношению к 2013 г.

Доля дебиторской задолженности до 2014 г. растет, это отрицательно сказывается на деятельности общества, т.к. деньги выводятся из оборота. Действия которые необходимо предпринять, для снижения доли дебиторской задолженности – это выполнить анализ дебиторской задолженности по каждому покупателю. Выявить просроченную дебиторскую задолженность – выполнить акт сверки. Требовать возврата в письменной форме (заказные письма с уведомлениям), исковые заявления в суд.

При проведении горизонтального анализа выявлен рост кредиторской задолженности. Увеличение кредиторской задолженности характеризует то, что

увеличивается объем коммерческих кредитов, это может грозить сокращением объема поставок по договорам отсрочки платежа, изменений условий договора, а именно поставка по предоплате, судебными тяжбами с поставщиками, упадку имиджа, снижение деловой репутации.

Дебиторская задолженность низкая, а кредиторская задолженность высокая, это может быть связано с тем, что реализация продукции общества ведет оплату продукции в момент продажи или на условии предоплаты. Высокая кредиторская задолженность может быть обусловлена, покупкой комплектующих и материалов на условиях отсрочки платежа и срок отсрочки платежа может увеличиваться.

Преобладание долгосрочных заемных средств над краткосрочными снижает риск утраты финансовой устойчивости.

Увеличение долгосрочных финансовых вложений к 2015 г. говорит об отвлечении средств из основной деятельности.

Далее оценим основные экономические показатели деятельности ОАО «АВТОВАЗ» за последние пять лет.

Таблица 2.9 – Основные экономические показатели деятельности ОАО «АВТОВАЗ» за 2011-2015 гг.

Показатель	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2015 г. к 2011 г., %
1	2	3	4	5	6	7
А. Производственные показатели:						
Произведено автомобилей, шт	593 296	587 610	516 331	443 083	422 283	71,18
Производственная площадь, га	600	600	600	600	600	100,00
Среднегодовая численность работников, чел	74 355	66 052	66 728	58 023	50 046	67,31
Б. Экономические показатели:						
Выручка от продажи продукции (работ, услуг), млн руб.	174 846	183 217	175 152	189 370	168 674	96,47
Себестоимость продажи продукции (работ, услуг), млн руб.	154 654	165 517	163 012	192 295	187 245	121,07
Прибыль (убыток) от продажи (+,-), млн руб.	4 659	1 846	-3 497	-5 604	-19 848	-

Продолжение таблицы 2.9

1	2	3	4	5	6	7
Прибыль (убыток) до налогообложения (+,-), млн руб.	3 476	518	-7 975	-26 445	-34 285	-
Чистая прибыль (убыток) (+,-), млн руб.	3 106	211	-6 899	-25 357	-43 233	-
Уровень рентабельности (убыточности) деятельности (+,-), %	3,01	1,12	-2,15	-2,91	-10,60	-

Оценив производственные показатели деятельности ОАО «АВТОВАЗ» можно сказать следующее, производство автомобилей к 2015 г. значительно сократилось, по отношению к 2011 г. данный показатель сократился до 28,82%. Также к 2015 г. сократилась и численность работников на 32,69% по отношению к 2011 г. Данные показатели повлекли за собой и изменение экономических показателей. Видно, что уровень рентабельности деятельности общества к 2011 г. составлял 3,01%, к 2013 г. данный показатель стал отрицательным, а именно -2,15%, а к 2015 г. снизился вплоть до -10,60%. Основным фактором убыточности общества является убыток от продаж, который дал о себе знать с 2013 г. и составил -3 497 млн руб., а к 2015 г. достиг -19 848 млн руб. Следствием этого чистая прибыль общества имела место только до 2012 г. и составляла 211 млн руб., но к 2015 г. она составила -43 233 млн руб.

Проведем оценку движения денежных средств ОАО «АВТОВАЗ» за последние пять лет.

Таблица 2.10 – Движение денежных средств ОАО «АВТОВАЗ»
за 2011-2015 гг., млн руб.

Показатели	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2015 г. к 2011 г., %
1	2	3	4	5	6	7
Поступления - всего	164 759	178 747	180 170	191 719	194 524	118,07
от продажи продукции, товаров, работ и услуг	163 916	177 634	178 689	179 608	178 541	108,92

Продолжение таблицы 2.10

1	2	3	4	5	6	7
арендных платежей, лицензионных платежей, роялти, комиссионных и иных аналогичных платежей	204	374	356	316	354	173,53
прочие поступления	639	739	1 125	11 795	15 629	2 445,85
Платежи - всего	164 849	179 625	185 472	179 178	199 963	121,30
поставщикам (подрядчикам) за сырье, материалы, работы, услуги	132 100	146 266	149 609	134 397	154 213	116,74
в связи с оплатой труда работников	25 604	24 848	25 868	28 990	27 204	106,25
процентов по долговым обязательствам	251	136	1 290	3 208	5 854	2 332,27
налог на прибыль	10	20	21	48	46	460,00
расчеты по налогам и сборам (кроме налога на прибыль)	5 954	7 236	7 954	11 737	11 458	192,44
прочие платежи	930	1 119	730	798	1 188	127,74

Рассмотрев движение денежных средств общества за последние пять лет можно отметить следующее, безусловно большую часть поступлений денежных средств занимают поступления от продажи продукции, товаров, работ и услуг, в 2015 г. данные поступления достигли 178 541 млн руб., что в свою очередь меньше чем в 2014 и 2013 гг., а именно 179 608 млн руб. и 178 689 млн руб. соответственно. Поступления от арендных платежей, лицензионных платежей и т.д. оставались практически на одном уровне за период с 2012 г. по 2015 г., а именно в пределах 350 млн руб., что не сказать о 2011 г. где данное поступление ниже в среднем на целых 150 млн руб. Что касается прочих поступлений, то тут «размах» масштабней, так в 2011г. поступления составляли всего 639 млн руб., а к 2015 г. их уровень увеличился до 15 629 млн. руб.

Что касается платежей общества, то и здесь в свою очередь произошли увеличения, так к примеру в 2011 г. они составили 164 849 млн руб., а к 2015 г. 199 963 млн руб. или на 21,30%. Большую часть, конечно же, занимают платежи поставщикам (подрядчикам) за сырье и материалы, работы и услуги. Исходя из таблицы видно, что в 2011 г. и в 2014 г. платежи поставщикам (подрядчикам) составляли практически на одном уровне, в среднем 133 000 млн

руб., но к 2015 г. данный показатель вырос до 154 213 млн руб. это обусловлено тем, что в 2015 г. началось производство абсолютно новых автомобилей LADA VESTA и LADA XRAY, что привело к сотрудничеству с новыми поставщиками СиМ и ПКИ. Второй статьёй по величине расходов является оплата труда работников, в 2011 г. платежи оставили 25 604 млн руб., но к 2015 г. данный показатель увеличился до 27 204 млн руб. или на 6,25%. Рост оплаты труда произошел существенный, т.к. в 2011 г. численность работников составляло 74 355 чел., а в 2015 г. 50 046 чел, произошло сокращение численности работников на 24 тыс. человек, согласно табл. 2.9. Также существенно выросли и платежи за проценты по долговым обязательствам, так в 2011 г. они составляли 251 млн руб., а к 2015 г. уже 5 854 млн руб. Почти в два раза увеличились платежи по налогам и сборам, так в 2011 г. они составляли 5 954 млн руб., а в 2015 г. уже 11 458 млн руб.

Далее оценим финансовую устойчивость и ликвидность ОАО «АВТОВАЗ» за последние пять лет (табл. 2.11).

Таблица 2.11 – Показатели ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости ОАО «АВТОВАЗ» за 2011-2015 гг.

Показатели	Нормальное ограничение	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2015 г. в % к 2011 г.
1	2	3	4	5	6	7	8
Коэффициент абсолютной ликвидности	$\geq (0,2-0,5)$	0,42	0,25	0,07	0,12	0,04	9,93
Коэффициент текущей ликвидности	≥ 2	1,59	1,48	1,06	0,60	0,37	23,12
Коэффициент срочной ликвидности	$\geq 0,8$	0,87	0,83	0,45	0,40	0,20	22,75
Коэффициент соотношения заемных и собственных средств	≤ 1	2,84	3,10	4,18	43,24	-5,09	-
Коэффициент финансовой устойчивости	$\geq (0,8-0,9)$	0,77	0,76	0,69	0,49	0,30	38,99
Коэффициент автономии (независимости)	$\geq 0,5$	0,24	0,23	0,17	0,00	-0,27	-

Продолжение таблицы 2.11

1	2	3	4	5	6	7	8
Коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования	$\geq 0,1$	-1,24	-1,29	-1,77	-2,39	-4,10	331,34

Проанализировав табл. 2.11 можно сделать следующие выводы: рассчитав коэффициент абсолютной ликвидности видно, что за анализируемый период 2011 – 2015 гг. коэффициент начинает снижаться. В 2011-2012 гг. значение в пределах нормы, это обусловлено низким показателем текущих обязательств, но с 2013 г. значение ниже рекомендуемого. Видно, что общество в 2015 г. может погасить немедленно 4% долга вместо 40% 2011 г.

Рассчитав коэффициенты текущей и срочной ликвидности, мы видим отрицательную динамику данных коэффициентов. Это связано с увеличением текущих обязательств, увеличением краткосрочной дебиторской задолженности, а так же увеличением денежных средств. Но организация достигает рекомендуемого значения только в коэффициенте срочной ликвидности в 2011-2012 гг. Можно сделать вывод, что общество в анализируемом периоде является практически не платежеспособным.

Также были рассчитаны коэффициенты финансовой устойчивости:

Рассчитав коэффициент автономии (независимости), мы видим стремительное снижение данного коэффициента за периоды 2011-2015 гг., но даже в 2011 г. данный показатель не достиг рекомендованного значения. Коэффициенты за данный период показывают, что общество с малой вероятностью может погасить свои долги за счет собственных средств, общество в большей степени зависимо от заемных источников финансирования и тем менее устойчивое у нее финансовое положение.

Проанализировав коэффициент соотношения заемных и собственных средств, мы видим увеличение зависимости общества от заемных средств. Это связано с увеличением долгосрочных пассивов, краткосрочных пассивов и резервов, а также в связи с уменьшением капиталов.

При проведении расчетов коэффициента финансовой устойчивости видно, снижение данного коэффициента, в 2011-2012 гг. он почти достигает рекомендуемого значения. Данная отрицательная динамика обусловлена снижением собственного капитала и незначительным ростом долгосрочных кредитов и займов. Т.е. снижается доля тех источников финансирования, которые организация может использовать в своей деятельности длительное время.

При расчете коэффициента обеспеченности собственными источниками финансирования, мы видим отрицательное значение коэффициента за период 2011-2015 гг. это характеризует отсутствие собственных оборотных средств, необходимых для финансовой устойчивости общества. Значение коэффициента близкое к единице свидетельствует о том, что организация полностью обеспечивает свою потребность в оборотных активах за счет собственных средств и имеет абсолютную финансовую устойчивость.

Чем меньше значение коэффициента, тем неустойчивее финансовое состояние организации. Организация достигает критического финансового состояния, когда коэффициент имеет значение 0,1.

3 ОЦЕНКА ФОРМИРОВАНИЯ И ОПТИМИЗАЦИИ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОАО «АВТОВАЗ»

3.1 Порядок формирования финансовых результатов ОАО «АВТОВАЗ»

Учёт формирования финансового результата является частью бухгалтерского учёта в ОАО «АВТОВАЗ» и предназначен для получения итоговых данных о хозяйственной деятельности общества.

В этой связи для определения полученных доходов и произведенных расходов в целях налогообложения применяется Глава 25, статья 247, 248, 249, 253, 273 НК РФ [2]. Для целей бухгалтерского учета нормативно установлено, что выручка от продажи товаров должна учитываться в бухгалтерском учете с соблюдением принципа временной определенности фактов хозяйственной деятельности.

В ОАО «АВТОВАЗ» определен метод начисления признания доходов и расходов за реализованные товары, т.е. доходы признаются в том отчетном периоде, в котором они имели место, независимо от фактического поступления денежных средств; по доходам, относящимся к нескольким отчетным налоговым периодам, и в случае, если связь между доходами и расходами не может быть определена точно или определяется косвенным путем, доходы распределяются обществом самостоятельно с учетом принципа равномерности признания доходов и расходов; для доходов от реализации датой получения дохода признается день отгрузки товаров, работ, услуг, имущественных прав. Днем отгрузки считается день реализации этих товаров, независимо от фактического поступления денежных средств в их оплату; для прочих доходов датой получения дохода признается дата подписания сторонами акта приема-передачи имущества (приемки-сдачи работ, услуг);

Расходы, принимаемые для целей налогообложения, признаются в том отчетном периоде, к которому они относятся, независимо от времени фактической выплаты денежных средств; расходы признаются в том отчетном

периоде, в котором эти расходы возникают исходя из условий сделок; амортизация ежемесячно признается в качестве расхода; расходы на оплату труда признаются в качестве расхода ежемесячно; затраты на ремонт и обслуживание основных средств признаются в том отчетном периоде, в котором они были осуществлены; затраты, связанные с обязательным и добровольным страхованием и негосударственным пенсионным обеспечением, имеют место в том отчетном периоде, в котором согласно условиям контракта организацией были переведены средства на оплату взносов.

Финансовый результат от реализации автомобилей и комплектующих изделий ОАО «АВТОВАЗ» определяется как разница между выручкой от реализации товаров по ценам с применением торговой наценки без налога на добавленную стоимость и затратами на их реализацию.

Учет конечного финансового результата деятельности ОАО «АВТОВАЗ» ведется на пассивно-активном счете 99 «Прибыли и убытки». Этот счет предназначен для обобщения информации о формировании прибыли или убытка и складывается из финансового результата от обычных видов деятельности ОАО «АВТОВАЗ», а также прочих доходов и расходов. По кредиту счета отражаются прибыли (доходы), а по дебету счета – убытки (потери, расходы) общества. Сальдо предварительное кредитовое показывает превышение расходов над доходами и является убытком.

К доходам ОАО «АВТОВАЗ», отраженным на счете «Прибыли и убытки», относятся:

- доходы от продажи продукции и товаров, поступления связанные с выполнением и оказанием услуг;

- доходы, полученные на территории Российской Федерации и за ее пределами от долевого участия в деятельности других хозяйствующих субъектов, дивиденды по акциям и доходы по облигациям и другим ценным бумагам, принадлежащим обществу;

- доходы от сдачи имущества в аренду;

- доходы от дооценки производственных запасов и готовой продукции;

- присужденные или признанные должником штрафы, пени, неустойки и другие виды санкций за нарушение условий хозяйственных договоров, а также доходы от возмещения причиненных убытков;

- прибыль прошлых лет, выявленная в отчетном году;

- положительные курсовые разницы по валютным счетам, а также операции в иностранных валютах;

- другие доходы от операций, непосредственно не связанных с производством и реализацией продукции (работ, услуг).

К расходам ОАО «АВТОВАЗ», отражаемым на счете «Прибыль и убытки» относятся:

- затраты по аннулированным производственным заказам, а также затраты на производство, не давшее продукции;

- затраты на содержание законсервированных производственных мощностей и объектов (кроме затрат, возмещенных за счет других источников);

- не компенсируемые виновниками потери от простоев по внешним причинам;

- потери от уценки производственных запасов и готовой продукции;

- убытки по операциям с тарой;

- судебные издержки и арбитражные расходы;

- присужденные или признанные штрафы, пени, неустойки и другие виды санкций за нарушение условий хозяйственных договоров, а также расходы по возмещению причиненных убытков;

- суммы сомнительных долгов по расчетам с другими хозяйствующими субъектами, а также отдельными лицами, подлежащие резервированию в соответствии с законодательством;

- убытки от списания дебиторской задолженности, по которой срок исковой давности истек, и других долгов, нереальных для взыскания;

- убытки по операциям прошлых лет, выявленные в текущем году;

- некомпенсируемые потери от стихийных бедствий (уничтожение и порча производственных запасов, готовых изделий и других материальных ценностей,

потери от остановки производства и прочее), включая затраты, связанные с предотвращением или ликвидацией последствий стихийных бедствий;

- некомпенсируемые убытки в результате пожаров, аварий, других чрезвычайных ситуаций, вызванных экстремальными условиями;

- убытки от хищений, виновники которых по решению суда не установлены;

- отрицательные курсовые разницы по валютным счетам, а также операциям в иностранной валюте.

Также рассмотрим отчет о финансовых результатах ОАО «АВТОВАЗ» за последние пять лет (табл.3.1)

Таблица 3.1 – Отчет о финансовых результатах ОАО «АВТОВАЗ»
за 2011-2015 гг.

Наименование показателя	Показатели млн руб.				
	за 2011 г.	за 2012 г.	за 2013 г.	за 2014 г.	за 2015 г.
1	2	3	4	5	6
Выручка	174 846	183 217	175 152	189 370	168 674
Себестоимость продаж	154 654	165 517	163 012	192 295	187 245
Доход от полученных субсидий	-	-	-	12 385	13 263
Валовая прибыль (убыток) (+,-)	20 192	17 700	12 140	9 460	-5 308
Коммерческие расходы	6 720	7 050	5 997	5 472	4 901
Управленческие расходы	8 813	8 804	9 640	9 592	9 639
Прибыль (убыток) от продаж (+,-)	4 659	1 846	-3 497	-5 604	-19 848
Доходы от участия в других организациях	283	579	1 550	83	871
Проценты к получению	1 105	833	501	1 061	1 888
Проценты к уплате	337	234	1 403	3 328	6 273
Доходы от полученных субсидий по процентам	-	-	-	763	1 539
Доход от досрочного выкупа векселей	-	-	-	-	7 647
Прочие доходы	18 639	3 088	5 137	1 188	725
Прочие расходы	20 873	5 594	10 263	20 608	20 807
Прибыль (убыток) до налогообложения (+,-)	3 476	518	-7 975	-26 445	-34 285
Текущий налог на прибыль	-	-	-	-	-
в т.ч. Постоянные налоговые обязательства (активы)	72	215	421	1 311	2 130
Изменение отложенных налоговых обязательств	244	1 205	1 145	544	722
Изменение отложенных налоговых активов	379	886	2 319	1 675	8 193
Прочее	253	12	98	43	60

Продолжение таблицы 3.1

1	2	3	4	5	6
Чистая прибыль (убыток) (+,-)	3 106	211	-6 899	-25 357	-43 233
Совокупный финансовый результат периода (+,-)	3 106	211	-6 899	-25 357	-43 233
Справочно					
Базовая прибыль (убыток) на акцию (+,-)	1,72	0,10	-3,02	-11,10	-18,93
Разводненная прибыль (убыток) на акцию (+,-)	1,72	0,10	-3,02	-11,10	-18,93

Исходя из приведенной таблицы наблюдается отрицательная динамика прибыли общества, так например прибыль до налогообложения в 2011 г. составляла 3 476 млн руб., а к 2015 г. сформировался убыток в размере -34 285 млн руб. Чистая прибыль в 2011 г. составила 3 106 млн руб., а к 2015 г. убыток составил -43 233 млн руб. Более детальную оценку показателей финансовых результатов предлагаем рассмотреть в табл. 3.2.

Далее рассмотрим общий порядок распределения прибыли ОАО «АВТОВАЗ», который представлен на рис. 3.1.

Совет директоров разрабатывает политику ОАО «АВТОВАЗ» в сфере распределения прибыли и утверждает ее на общем собрании акционеров.

В ходе планирования распределения чистой прибыли ОАО «АВТОВАЗ» учитывает два вида акций. Выплаты дивидендов по привилегированным акциям происходят в обязательном порядке вне зависимости от финансового состояния акционерного общества. Что касается обыкновенных акций, выплаты дивидендов напрямую зависят от финансовых результатов предпринимательской деятельности ОАО «АВТОВАЗ» и перспективных этапов в его развитии.

Основным аспектом планирования финансовой части акционерного общества является распределение прибыли на дивиденды и капитализируемую часть. Он определяет развитие всего общества и его дальнейшую способность к выплате дивидендов. Слишком высокие дивиденды могут стать причиной стадии стагнации в предпринимательской деятельности ОАО «АВТОВАЗ». При этом невыплата дивидендов может привести к снижению рыночного курса

акций общества и создать некоторые проблемы при размещении эмиссии акций.

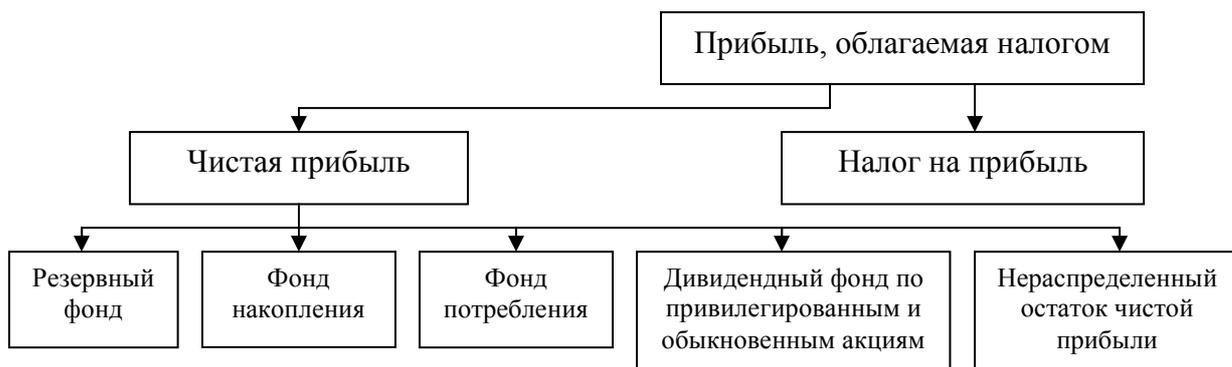


Рисунок 3.1 – Распределение прибыли ОАО «АВТОВАЗ»

Согласно этому, по мере получения чистой прибыли ОАО «АВТОВАЗ» распределяет ее на финансирование научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, на финансирование работ, связанных с созданием, приобретением и внедрением новых мощностей, на развитие инжиниринга; на модернизацию оснастки и повышение качества конечного товара. Увеличение собственных оборотных средств ОАО «АВТОВАЗ» осуществляется за счет чистой прибыли. Помимо этого, чистая прибыль направляется не только на нужды производственного процесса, но и на оплату процентов по кредитам, которые были открыты для покрытия недостающих собственных оборотных средств, а также на приобретение основных средств. Совместно с финансированием, направленным на улучшение производственного процесса, остаток прибыли, которым распоряжается ОАО «АВТОВАЗ», направляется на удовлетворение потребительских и социальных нужд, а также на оплату различных санкций, пеней, неустоек и штрафов.

С помощью чистой прибыли акционерное общество удовлетворяет производственные, материальные и социальные потребности, за счет чего возможно создание оптимального соотношения между фондом накопления и фондом потребления для мотивации и поощрения труда штата сотрудников.

Создание резервного фонда ОАО «АВТОВАЗ» при использовании чистой прибыли связано с необходимостью резервации средств в условиях рыночных отношений в связи с проведением рискованных операций.

Для того, чтобы покрыть кредиторскую задолженность на случай прекращения предпринимательской деятельности акционерного общества, создается резервный фонд. В резервный фонд также зачисляется эмиссионный доход, который представляет собой разницу между продажной и номинальной стоимостью акций. В случае нехватки объемов чистой прибыли из резервного фонда ОАО «АВТОВАЗ» выделяются денежные средства на выплату процентов по облигациям и выплату дивидендам по привилегированным акциям.

В свою очередь, размер вышеуказанного фонда должен составлять не менее 15% уставного капитала.

Помимо возникновения возможных убытков от деловых рисков, на покрытие которых впоследствии будут направляться часть денежных средств из резервного фонда, дополнительные расходы на увеличение производства и развитие в социальном плане, разработка и внедрение новых мощностей, приумножение оборотных средств также потребуют использования финансового резерва.

По мнению Фирсовой А.А. и Татарской Е.А., фондами накопления и потребления являются фонды специального назначения, образующимися в случае, если это предусмотрено учредительными документами. Фонд накопления – это источник средств общества, который накапливает прибыль и другие источники для формирования новых мощностей, покупки основных средств, оборотных средств и т.д. Данный фонд отражает уровень развития состояния имущества общества, увеличение объема собственных средств. В то время как мероприятия по закупке и формированию новых производственных мощностей общества не касаются фонда накопления [92].

Фонд накопления ОАО «АВТОВАЗ» может уменьшаться в случаях:

- списания затрат, связанных с созданием нового имущества;

- распределения его между учредителями;
- погашения убытка, выявленного по результатам работы за год.

Фондом потребления ОАО «АВТОВАЗ» является источник средств, зарезервированный для реализации мероприятий по социальному развитию и материальному поощрению рабочего коллектива. В данный фонд начисляются следующие выплаты в денежных и натуральных формах:

- суммы, начисленные на оплату труда;
- доходы (дивиденды или проценты) по акциям членов трудового коллектива;
- суммы предоставленных хозяйствующим субъектом трудовых и социальных льгот, включая материальную помощь.

К трудовым и социальным льготам ОАО «АВТОВАЗ» относятся:

- оплата дополнительно предоставленных отпусков работникам, в том числе женщинам, воспитывающим детей;
- надбавки к пенсиям, единовременные пособия уходящим на пенсию ветеранам труда;
- стипендии студентам и учащимся, направленным хозяйствующим субъектом на обучение в высшие и средние специальные учебные заведения, выплаченные за счет средств общества;
- оплата путевок работникам и их детям на лечение, отдых, экскурсии и путешествия за счет средств общества;
- компенсации удорожания стоимости питания в столовых, профилакториях;

С расширением спонсорской деятельности часть чистой прибыли направляется на благотворительные нужды и другие цели [92].

3.2 Оценка финансово – экономических показателей ОАО «АВТОВАЗ»

Отчет о финансовых результатах представляет собой бухгалтерский отчет, демонстрирующий финансовые результаты, доходы, расходы организации за отчетный период.

Можно отметить, что отчет о финансовых результатах представляет собой одну из главных форм бухгалтерской отчетности. Так, например, в статье 15 Федерального закона от 06.12.2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» говорится о том, что годовая бухгалтерская отчетность состоит в целом из бухгалтерского баланса, отчета о финансовых результатах и приложений к ним [3].

Отчет о финансовых результатах показывает доходы, расходы, финансовый результат хозяйствующего субъекта за период. То есть, если Бухгалтерский баланс показывает финансовое состояние на отчетную дату, то Отчет о финансовых результатах показывает соответствующие показатели за период (например, за 2015 г.).

Далее предлагаем рассмотреть и проанализировать отчет о финансовых результатов ОАО «АВТОВАЗ» за последние пять лет (табл.3.2)

Таблица 3.2 – Оценка показателей финансовых результатов деятельности ОАО «АВТОВАЗ»

Наименование показателя	Абсолютное отклонение (+/-)				Темп прироста, %			
	2012 /2011 гг.	2013/ 2012гг.	2014 /2013 гг.	2015 /2014 гг.	к 2011г.	к 2012 г.	к 2013г.	к 2014г.
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Выручка	8 371	-8 065	14 218	-20 696	4,79	-4,40	8,12	-10,93
Себестоимость продаж	10 863	-2 505	29 283	-5 050	7,02	-1,51	17,96	-2,63
Доход от полученных субсидий	-	-	-	878	-	-	-	7,09
Валовая прибыль (убыток)	-2 492	-5 560	-2 680	-14 768	-12,34	-31,41	-22,08	-156,11
Коммерческие расходы	330	-1 053	-525	-571	4,91	-14,94	-8,75	-10,43
Управленческие расходы	-9	836	-48	47	-0,10	9,50	-0,50	0,49
Прибыль (убыток) от продаж	-2 813	-5 343	-2 107	-14 244	-60,38	-289,44	60,25	254,18
Доходы от участия в других организациях	296	971	-1 467	788	104,59	167,70	-94,65	949,40
Проценты к получению	-272	-332	560	827	-24,62	-39,86	111,78	77,95
Проценты к уплате	-103	1 169	1 925	2 945	-30,56	499,57	137,21	88,49
Доходы от полученных субсидий по процентам	-	-	-	776	-	-	-	101,70

Продолжение таблицы 3.2

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Доход от досрочного выкупа векселей	-	-	-	-	-	-	-	-
Прочие доходы	-15 551	2 049	-3 949	-463	-83,43	66,35	-76,87	-38,97
Прочие расходы	-15 279	4 669	10 345	199	-73,20	83,46	100,80	0,97
Прибыль (убыток) до налогообложения	-2 958	-8 493	-18 470	-7 840	-85,10	-1 639,58	231,60	29,65
Текущий налог на прибыль	-	-	-	-	-	-	-	-
в т.ч. Постоянные налоговые обязательства (активы)	287	206	890	819	-398,61	95,81	211,40	62,47
Изменение отложенных налоговых обязательств	-961	60	601	-178	393,85	-4,98	-52,49	32,72
Изменение отложенных налоговых активов	1 265	1 433	-644	-9 868	-333,77	161,74	-27,77	-589,13
Прочее	-241	-110	55	-17	-95,26	-916,67	-56,12	39,53
Чистая прибыль (убыток)	-2 895	-7 110	-18 458	-17 876	-93,21	-3 369,67	267,55	70,50
Совокупный финансовый результат периода	-2 895	-7 110	-18 458	-17 876	-93,21	-3 369,67	267,55	70,50
Справочно								
Базовая прибыль (убыток) на акцию	-1,62	-3,12	-8,08	-7,83	-94,19	-3 120,00	267,55	70,54
Разводненная прибыль (убыток) на акцию	-1,62	-3,12	-8,08	-7,83	-94,19	-3 120,00	267,55	70,54

Проанализировав данные таблиц 3.1 и 3.2, видно, что за анализируемый период 2012-2013 гг. валовая прибыль уменьшилась на 5 560 млн руб., за счет снижения выручки в 2013 г. на 8 065 млн руб. или 0,04 раза. Прибыль от продаж уменьшилась на 5 343 млн руб. или 2,89 раз, за счет снижения валовой прибыли. Прибыль до налогообложения уменьшилась на 8 493 млн руб. или 16,4 раза, за счет снижения прибыли от продаж. В 2013 г. произошел переход из прибыли в убыток.

За период 2013-2014 гг. валовая прибыль уменьшилась на 2 680 млн руб., за счет увеличения себестоимости продаж в 2014 г. на 29 283 млн руб. или 0,2 раза. Прибыль от продаж уменьшилась на 2 107 млн руб. или 0,6 раз, за счет снижения валовой прибыли. Прибыль до налогообложения уменьшилась на 18 470 млн руб. или 2,32 раз, за счет снижения прибыли от продаж. Чистая прибыль уменьшилась на 18 458 млн руб.

За период 2014-2015 гг. валовая прибыль уменьшилась на 14 768 млн руб., за счет уменьшения выручки в 2015 г. на 20 696 млн руб. или 0,11 раз. Прибыль от продаж уменьшилась на 14 244 млн руб. или 2,54 раз, за счет снижения валовой прибыли. Прибыль до налогообложения уменьшилась на 7 840 млн

руб. или 0,3 раз, за счет снижения прибыли от продаж. Чистая прибыль уменьшилась на 17 876 млн руб. В 2015 г. общество достигло максимального убытка за анализируемый период времени.

Далее проанализируем показатели деловой активности общества за последние пять лет (табл.3.3)

Таблица 3.3 – Расчет показателей деловой активности ОАО «АВТОВАЗ»
за 2011-2015 гг.

Показатель	Формула расчета	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.
1	2	3	4	5	6	7
1. Коэффициент оборачиваемости активов	Выручка от реализации / Средняя стоимость активов	1,35	1,32	1,19	1,19	1,02
1.1 Длительность оборота активов, дни	Количество дней в расчетном периоде / К.об.активов	271	276	306	307	357
2. Коэффициент оборачиваемости внеоборотных активов	Выручка от реализации / Средняя стоимость внеоборотных активов	2,10	2,00	1,75	1,69	1,41
2.1 Длительность оборота ВА, дни	Количество дней в расчетном периоде/ К.об.внеоб.активов	174	183	208	215	260
3. Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	Выручка от реализации / Средняя стоимость оборотных активов	3,76	3,92	3,75	4,00	3,75
3.1 Длительность оборота ОА (ОЦ), дни	Количество дней в расчетном периоде/ К.об.обор.активов	97	93	97	91	97
4. Коэффициент оборачиваемости запасов	Выручка от реализации / Среднегодовая стоимость запасов	8,48	9,29	7,90	9,72	10,72
4.1 Длительность оборота запасов (ПЦ), дни	Количество дней в расчетном периоде/ К.об.запасов	43	39	46	38	34
5. Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	Выручка от реализации / Средняя стоимость дебиторской задолженности	17,37	11,56	9,97	9,51	8,28
5.1 Длительность оборота ДЗ, дни	Количество дней в расчетном периоде / К.об.д.з.	21	32	37	38	44

Продолжение таблицы 3.3

1	2	3	4	5	6	7
6. Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	Выручка от реализации / Средняя стоимость собственного капитала	7,91	5,63	6,04	15,03	7,78
6.1 Длительность оборота СК, дни	Количество дней в расчетном периоде / К.об.с.к.	46	65	60	24	47
7. Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	Выручка от реализации / Средняя стоимость кредиторской задолженности	7,82	6,98	6,79	5,38	2,94
7.1 Длительность оборота КЗ, дни	Количество дней в расчетном периоде / К.об.к.з.	47	52	54	68	124
8. Коэффициент оборачиваемости основных средств (фондоотдача)	Выручка от реализации / Средняя стоимость основных средств	3,10	2,96	2,56	2,52	2,05
8.1 Длительность оборота ОС, дни	Количество дней в расчетном периоде / К.об.осн.средств	118	123	142	145	178

Проанализировав деловую активность общества представленную в табл. 3.3 можно сделать следующие выводы: коэффициент оборачиваемость активов имеют отрицательную динамику. Проблемы общества в 2015 г. были связаны с невысокой выручкой от реализации. Аналогичная проблема по оборачиваемости внеоборотных и оборотных активов наблюдалась в 2015 г. в связи с невысокой выручкой от реализации.

Проанализировав оборачиваемость кредиторской и дебиторской задолженности в 2011 – 2015 гг. можно отметить, что оборачиваемость кредиторской задолженности больше, чем оборачиваемость дебиторской задолженности, из этого следует, что у общества нет остатка свободных денежных средств. Снижение оборачиваемости кредиторской задолженности, т.е. увеличение периода свидетельствует о неблагоприятной ситуации деятельности общества на что повлияло выручка от реализации и средняя стоимость кредиторской задолженности.

Снижение показателя коэффициента оборачиваемости собственного капитала в 2015 г. по сравнению с 2011 г. означает снижение эффективности и использования собственного капитала. Низкий показатель означает бездействие части собственных средств. В этом случае показатель оборачиваемости собственного капитала указывает на необходимость вложения собственных средств в другой более подходящий источник доходов.

Общая картина деловой активности общества имеет отрицательную динамику.

Проанализируем рентабельность общества за последние пять лет (табл.3.4)

Таблица 3.4 – Расчет рентабельности (убыточности) ОАО «АВТОВАЗ»
за 2011-2015 гг.(+,-), %

Показатели рентабельности	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
1	2	3	4	5	6
Рентабельность совокупных активов	2,40	0,15	-4,70	-15,94	-26,21
Рентабельность текущих (оборотных) активов	6,68	0,45	-14,76	-53,60	-96,23
Рентабельность собственного капитала	14,06	0,65	-23,79	-201,21	199,30
Рентабельность инвестиций	4,26	0,49	-7,51	-28,51	-52,61
Рентабельность материальных активов	4,44	0,63	-8,68	-27,51	-34,42
Рентабельность выручки	2,66	1,01	-2,00	-2,96	-11,77
Рентабельность финансовых вложений	8,38	7,03	4,93	13,77	23,93
Рентабельность продаж	1,80	0,28	-4,42	-13,88	-20,24
Уровень рентабельности	3,01	1,12	-2,15	-2,91	-10,60
Рентабельность по Дюпону	0,10	0,01	-0,27	333,64	1,00
ЧП/Вр	0,02	0,00	-0,04	-0,13	-0,26
Вр/Активы	1,32	1,27	1,17	1,12	1,05
Активы/Собственный капитал	4,10	4,41	5,91	-2 220,80	-3,72

Проанализировав табл. 3.4 можно сделать следующие выводы:

Рассчитав рентабельность совокупных активов, оборотных активов и собственного капитала в 2013-2015 гг. общество имеет отрицательный

показатель, это является следствием того, что общество сработало в указанный период с убытком. 2011-2012 гг. имеет положительный показатель, т.к. АВТОВАЗ имеет чистую прибыль. Рассчитав рентабельность инвестиций, материальных активов и продаж в период 2013-2015 гг. мы видим отрицательный показатель. Это является следствием того, что прибыль до налогообложения была отрицательной. Рассчитав рентабельность выручки, проблемой общества в период 2013-2015 гг. была отрицательная прибыль от продаж. И только в 2011 и 2012 гг. этот показатель был положительным. Рассчитав рентабельность финансовых вложений, мы видим значительное увеличение показателя начинается с 2014 г., это говорит о том, что у общества в 2014 г. и в 2015 г. появились доходы от полученных субсидий по процентам. Рассчитав общий уровень рентабельности в 2013-2015 гг. общество имеет отрицательный показатель, это является следствием того, что общество сработало в указанный период с убытком, но в 2011-2012 гг. общество имеет положительный показатель рентабельности, т.к. АВТОВАЗ в указанный период имеет прибыль от продаж. Рассчитав рентабельность по Дюпону в 2013 г. мы видим отрицательный показатель. Выявить проблему в 2013 г. нам поможет более детальное рассмотрение формулы: первое составляющее формулы имеет отрицательное значение, т.к. общество сработало в убыток; вторая составляющая показывает нам невысокую выручку по отношению к аналогичному показателю 2012 и 2014 гг. Также не велика сумма активов и собственного капитала, в отличии аналогичных периодах.

Если рассмотреть общество в целом за пять анализируемых лет, то можно смело сказать, что 2015 г. для ОАО «АВТОВАЗ» был неудачным, об этом нам говорят наши показатели рентабельности, они почти все имеют отрицательное значение. Положительная ситуация у АВТОВАЗа была в 2011 и 2012 гг., скорее всего общество воспользовалось определенными методами повышения рентабельности предприятия после кризиса 2008 г. Проанализировав динамику расчетов по всей работе, мы наблюдаем плачевное состояние общества. Но рассмотрев перспективу развития ОАО «АВТОВАЗ» можно смело сказать, что

у этого общества есть все основания иметь положительный финансовый результат в будущих годах.

По итогам 2015 г. ОАО «АВТОВАЗ» произвело 422 283 шт. автомобилей под брендами LADA, Renault, Nissan, Datsun, 115 088 сборочных комплектов (включая комплекты для ЗАО «ДжиЭм-АВТОВАЗ» и ООО «ОАГ»), общее количество производства автомобилей и машинокомплектов составило 537 371 шт.

В 2015 г. реализовано 414 871 шт. автомобилей и 115 088 сборочных комплектов (включая комплекты на ЗАО «ДжиЭм-АВТОВАЗ» и ООО «ОАГ»), общее количество реализации автомобилей и машинокомплектов составило 529 959 шт. [101].

Снижение производства в сравнении с 2014 г. составило 97 995 шт., а снижение реализации 132 498 шт. автомобилей и сборочных комплектов.

Объем выручки за 2015 г. составил 168 674 млн руб., в 2014 г. аналогичный показатель 189 370 млн руб. Снижение выручки в 2015 г. по сравнению с 2014 г. составило 20 696 млн руб.

Валовый убыток за 2015 г. составил 5 308 млн руб, в 2014 г. была получена валовая прибыль в сумме 9 460 млн руб.;

Убыток от продаж в 2015 г. составил 19 848 млн руб.;

По итогам работы за 2015 г. чистый убыток составил 43 233 млн руб.

На ухудшение финансового результата ОАО «АВТОВАЗ» в 2015 г., по сравнению с результатами 2014 г., оказали следующие факторы:

- значительное снижение цен на сырую нефть;
- значительная девальвация российского рубля;
- рост закупочных цен на компоненты и комплектующие изделия, в том числе за счет роста курса валют;
- значительное снижение спроса на автомобили LADA, в том числе в связи с ухудшением внешних экономических факторов;
- рост процентных ставок по банковским кредитам, переоценка валютных займов из-за курсовой разницы;

- проведение мероприятий, связанных с реструктуризацией (ОПП, ВМЗ);
- создание резервов под обесценение оборотных и внеоборотных активов;
- выплаты персоналу при сокращении.

Для компенсации потерь и улучшения финансового положения в ОАО «АВТОВАЗ» предпринимались комплексные меры по всем направлениям деятельности Общества, направленные на повышение спроса и конкурентоспособности автомобилей марки LADA:

Меры в области производства и логистики:

- снижение себестоимости производимых автомобилей за счёт оптимизации производственно-хозяйственной деятельности общества, снижение накладных расходов и роста производительности труда;
- поддержка локализации производств-поставщиков;
- централизация закупочной деятельности;
- проведение реструктуризации базы поставщиков;
- сокращение расходов на логистику;
- сокращение объемов незавершенного производства;
- экономия потребляемой энергии на конвейере и производстве комплектующих;
- улучшение эффективности потребления материалов;
- сокращение расходов на ремонт и содержание производства;

Финансовые меры:

- получение дополнительных займов от акционеров;
- субсидирование процентных ставок по инвестиционным кредитам;
- разработка схемы работы с дилерами по предоплате (по предзаказу);
- заключение дополнительных договоров факторинга по дебиторской задолженности;
- увеличение срока оплаты поставщикам;
- программа предоставления субсидий на содержание рабочих мест, на компенсацию затрат на энергоресурсы, НИОКР и прочих производственных расходов.

Мероприятия в области качества:

- улучшение качества выпускаемой продукции;
- улучшение потребительских характеристик автомобиля за счет внедрения новых опций.

Мероприятия в области продаж:

- расширение дилерской сети в России благодаря смещению интереса дилеров от иномарок (в связи с высокими ценами и низкими объемами продаж);

- выстраивание дилерской сети по импорту автомобилей LADA на наиболее важных зарубежных рынках (СНГ, Центральная и Западная Европа, Африка, Латинская Америка);

- сокращение расходов на традиционную рекламу (ATL) и эффективное использование интернет-маркетинга, в т.ч. продвижение в социальных сетях;

- программа Правительства РФ по утилизации действовала в 2015 г. (позволяет покупателю при сдаче старого автомобиля возрастом свыше 10 лет получить субсидию в размере 50 тыс. руб. на приобретение нового автомобиля).

Прочие мероприятия:

- продажа непрофильных активов;
- продажа металлоотходов;
- оптимизация капитальных затрат при сохранении условий основных инвестиционных проектов.

3.3 Факторный анализ прибыли и рентабельности общества

Факторный анализ прибыли.

На объем прибыли и работу предпринимательской деятельности хозяйствующего субъекта воздействуют как внешние, так и внутренние факторы, одни из которых, как правило, оказывают прямое воздействие, а другие – косвенное.

Те факторы, которые не зависят от экономического субъекта или не контролируются им, являются внешними факторами.

Те факторы, которые напрямую зависят от субъекта и контролируются им, являются внутренними факторами [31].

На объем чистой прибыли воздействуют все определяющие ее факторы:

$$\begin{aligned} \text{Пч} = & \text{В} - \text{С} - \text{КР} - \text{ПР} + \% \text{пол.} - \% \text{упл.} + \\ & + \text{Ддр} + \text{Дпр} - \text{Рпр} + \text{ОНА} - \text{ОНО} - \text{НП}, \end{aligned} \quad (3.1)$$

где Пч – чистая прибыль;

В – выручка;

С – себестоимость;

КР – коммерческие расходы;

ПР – прочие расходы;

%пол. – проценты к получению;

%упл. – проценты к уплате;

Ддр – доходы от участия в других организациях;

Дпр – прочие доходы;

Рпр – прочие расходы;

ОНА – отложенные налоговые активы;

ОНО – отложенные налоговые обязательства;

НП – текущий налог на прибыль.

Это факторная модель аддитивного вида.

Для производственного предприятия особенно важно оценить, за счет каких факторов формировалась прибыль от продаж.

Разница между выручкой от продаж и полной себестоимостью определяется прибылью от продаж. В свою очередь выручка от продаж зависит от качества и количества товаров, от цены и структуры на особые виды товаров [31].

Основные факторы формирования прибыли от продаж:

- количество и качество товаров;

- себестоимость товаров;
- цены на товары;
- структурные сдвиги в составе товаров.

Методика расчета факторных влияний на прибыль от обычной деятельности хозяйствующего субъекта включает 6 этапов.

Этап 1. Расчет влияния фактора «выручка от продаж».

Расчет воздействия этого фактора необходимо разделить на 2 составляющие. Поскольку выручка хозяйствующего субъекта представляет собой произведение объема и цены реализуемого товара, для начала нужно рассчитать воздействие на прибыль от продаж цены, по которой продавался товар, далее рассчитать воздействие на прибыль изменения физической массы реализованных товаров.

При проведении факторного анализа необходимо учитывать влияние инфляции, которая за 2011 г. составила 6,1%, за 2012 г. составила 6,6%, за 2013 г. составила 6,5%, за 2014 г. составила 11,4%, а за 2015 г. – 12,9% (по данным Росстата). Поэтому при проведении анализа воспользуемся только данными по инфляции [103].

Тогда индекс цен:

$$J_{п} = 100 + I/100, \quad (3.2)$$

где $J_{п}$ – индекс цен;

I – инфляция.

Следовательно, выручка от продаж в отчетном периоде в сопоставимых ценах будет равна

$$B' = B_1 / J_{п}, \quad (3.3)$$

где B' – выручка от продаж в сопоставимых ценах;

B_1 – выручка от продажи продукции в отчетном периоде;

$J_{п}$ – индекс цен.

$$\Delta B = B_1 - B', \quad (3.4)$$

где B_1 – выручка от продажи продукции в отчетном периоде;

B' – выручка от продаж в сопоставимых ценах.

$$\Delta B_1 = B' - B_0, \quad (3.5)$$

где B' – выручка от продаж в сопоставимых ценах;

B_0 – выручка от продажи продукции в базовом периоде.

Этап 2. Расчет влияния фактора «цена».

Для определения степени влияния изменения цены на изменение суммы прибыли от продаж необходимо сделать следующий расчет:

$$\Delta \Pi = \Delta B * R_{\text{прод.0}} / 100, \quad (3.6)$$

где ΔB – выручка от продаж;

$R_{\text{прод.0}}$ – рентабельность продаж в базисном периоде, т.е. уровень прибыли от продаж в процентах к выручке.

Этап 3. Расчет влияния фактора «количество проданной продукции».

Влияние на сумму прибыли от продаж изменения количества проданной продукции можно рассчитать следующим образом:

$$\Delta \Pi = \Delta B_1 * R_{\text{прод.0}} / 100, \quad (3.7)$$

где ΔB_1 – выручка от продаж в отчетном периоде;

$R_{\text{прод.0}}$ – рентабельность продаж в базисном периоде, т.е. уровень прибыли от продаж в процентах к выручке.

Этап 4. Расчет влияния фактора «себестоимость проданной продукции».

Расчет осуществляется следующим образом:

$$\Delta \Pi = B_1 * (УС_1 - УС_0) / 100, \quad (3.8)$$

где B_1 – выручка от продажи продукции в отчетном периоде;

$УС_1$ – уровень себестоимости в отчетном периоде;

$УС_0$ – уровень себестоимости в базисном периоде.

Здесь необходимо учитывать, что расходы – это факторы обратного влияния по отношению к прибыли.

Этап 5. Расчет влияния фактора «коммерческие расходы».

Для расчета используется формула, аналогичная предыдущей:

$$\Delta\Pi = B_1 * (УКР_1 - УКР_0) / 100, \quad (3.9)$$

где B_1 – выручка от продажи продукции в отчетном периоде;

$УКР_1$ – уровень коммерческих расходов в отчетном периоде;

$УКР_0$ – уровень коммерческих расходов в базисном периоде.

Этап 6. Расчет влияния фактора «прочие расходы».

Влияние на сумму прибыли от продаж величины прочих расходов можно рассчитать следующим образом:

$$\Delta\Pi = B_1 * (ПР_1 - ПР_0) / 100, \quad (3.10)$$

где B_1 – выручка от продажи продукции в отчетном периоде;

$ПР_1$ – уровень прочих расходов в отчетном периоде;

$ПР_0$ – уровень прочих расходов в базисном периоде [39].

Факторный анализ рентабельности

Так как показатели рентабельности характеризуют эффективность работы хозяйствующего субъекта в целом и это важнейший показатель эффективности, то необходимо провести факторный анализ рентабельности.

По данным Отчета о финансовых результатах можно проанализировать влияние факторов на изменение показателей рентабельности.

Рентабельность продаж равна:

$$R_{п} = (B - C - КР - УР) / B * 100\% = Пч / B * 100\%, \quad (3.11)$$

где $R_{п}$ – рентабельность продаж;

B – выручка;

C – себестоимость;

$КР$ – коммерческие расходы;

УР – прочие расходы.

Из этой факторной модели следует, что на рентабельность продаж влияют те же факторы, которые влияют на прибыль от продаж. Определим, как каждый фактор повлиял на рентабельность продаж.

1. Влияние изменения выручки от продаж на рентабельность продаж.

$$\Delta R_1 = (B_1 - C_0 - KР_0 - УР_0/B_1) - (B_0 - C_0 - KР_0 - УР_0/B_0) * 100\%, \quad (3.12)$$

где B_1 – выручка отчетного периода;

C_0 – базисная себестоимость;

$KР_0$ – базисные коммерческие расходы;

$УР_0$ – базисные прочие расходы;

B_0 – выручка базисного периода.

2. Влияние изменения себестоимости на рентабельность продаж.

$$\Delta R_2 = (B_1 - C_1 - KР_0 - УР_0/B_1) - (B_1 - C_0 - KР_0 - УР_0/B_1) * 100\%, \quad (3.13)$$

где B_1 – выручка отчетного периода;

C_1 – отчетная себестоимость;

$KР_0$ – базисные коммерческие расходы;

$УР_0$ – базисные прочие расходы;

C_0 – базисная себестоимость.

3. Влияние изменения коммерческих расходов на рентабельность продаж.

$$\Delta R_3 = (B_1 - C_1 - KР_1 - УР_0/B_1) - (B_1 - C_1 - KР_0 - УР_0/B_1) * 100\%, \quad (3.14)$$

где B_1 – выручка отчетного периода;

C_1 – отчетная себестоимость;

$KР_1$ – отчетные коммерческие расходы;

$УР_0$ – базисные прочие расходы;

$KР_0$ – базисные коммерческие расходы.

4. Влияние изменения прочих расходов на рентабельность продаж.

$$\Delta R_4 = (B_1 - C_1 - KP_1 - UP_1/B_1) - (B_1 - C_1 - KP_1 - UP_0/B_1) * 100\%, \quad (3.15)$$

$$\Delta R = \Delta R_1 + \Delta R_2 + \Delta R_3 + \Delta R_4, \quad (3.16)$$

где B_1 – выручка отчетного периода;

C_1 – отчетная себестоимость;

KP_1 – отчетные коммерческие расходы;

UP_1 – отчетные прочие расходы;

UP_0 – базисные прочие расходы [31].

Показатели прибыли и рентабельности являются одними из важнейших для оценки рыночной активности организации, эффективного использования экономического потенциала и финансовых ресурсов хозяйствующего субъекта.

Определим показатели прибыли и рентабельности деятельности автозавода ОАО «АВТОВАЗ» за 2011-2015 гг.

Мы знаем, что методика расчета факторных влияний на прибыль от обычной деятельности включает 6 этапов.

Этап 1. Расчет влияния фактора «выручка от продаж».

Для начала определим индекс цен (в соответствии с формулой 3.2)

Тогда индекс цен: 2011 г. $J_p = 100 + 6,1 / 100 = 1,061$;

2012 г. $J_p = 100 + 6,6 / 100 = 1,066$;

2013 г. $J_p = 100 + 6,5 / 100 = 1,065$;

2014 г. $J_p = 100 + 11,4 / 100 = 1,114$;

2015 г. $J_p = 100 + 12,9 / 100 = 1,129$;

Следовательно, рассчитаем выручку от продаж в отчетном периоде в сопоставимых ценах (в соответствии с формулой 3.3)

Для ОАО «АВТОВАЗ» выручка в сопоставимых ценах составила:

За 2011 г. $V' = 174\,846 / 1,061 = 164\,794$ млн руб.

За 2012 г. $V' = 183\,217 / 1,066 = 171\,873$ млн руб.

За 2013 г. $V' = 175\,152 / 1,065 = 164\,462$ млн руб.

За 2014 г. $V' = 189\,370 / 1,114 = 169\,991$ млн руб.

За 2015 г. $V' = 168\,674 / 1,129 = 149\,401$ млн руб.

Так же рассчитаем выручку от продажи продукции и выручку от увеличения количества реализуемой продукции (в соответствии с формулами 3.4 и 3.5 соответственно)

$$\text{За 2011 г. } \Delta B = 174\,846 - 164\,794 = 10\,052 \text{ млн руб.}$$

$$\text{За 2012 г. } \Delta B = 183\,217 - 171\,873 = 11\,344 \text{ млн руб.}$$

$$\text{За 2013 г. } \Delta B = 175\,152 - 164\,462 = 10\,690 \text{ млн руб.}$$

$$\text{За 2014 г. } \Delta B = 189\,370 - 169\,991 = 19\,379 \text{ млн руб.}$$

$$\text{За 2015 г. } \Delta B = 168\,674 - 149\,401 = 19\,273 \text{ млн руб.}$$

$$\text{За 2011 г. } \Delta B_1 = 164\,794 - 137\,027 = 27\,767 \text{ млн руб.}$$

$$\text{За 2012 г. } \Delta B_1 = 171\,873 - 174\,846 = (-) 2\,973 \text{ млн руб.}$$

$$\text{За 2013 г. } \Delta B_1 = 164\,462 - 183\,217 = (-) 18\,755 \text{ млн руб.}$$

$$\text{За 2014 г. } \Delta B_1 = 169\,991 - 175\,152 = (-) 5\,161 \text{ млн руб.}$$

$$\text{За 2015 г. } \Delta B_1 = 149\,401 - 189\,370 = (-) 39\,969 \text{ млн руб.}$$

Следовательно, выручка от продажи продукции в 2011 г. по сравнению с предыдущим годом увеличилась за счет роста цены на 10 052 млн руб. Выручка от продажи продукции в 2012 г. по сравнению с 2011 г. увеличилась за счет роста цены на 11 344 млн руб. Выручка от продажи продукции в 2013 г. по сравнению с 2012 г. увеличилась за счет роста цены на 10 690 млн руб. Выручка от продажи продукции в 2014 г. по сравнению с 2013 г. увеличилась за счет роста цены на 19 379 млн руб. А выручка от продажи продукции в 2015 г. по сравнению с 2014 г. увеличилась за счет роста цены на 19 273 млн руб.

В данном анализе положительный прирост выручки только за счет увеличения цены (качественного фактора), нежели за счет увеличения количества продукции, что является не плохим результатом деятельности общества.

Этап 2. Расчет влияния фактора «цена».

Для определения степени влияния изменения цены на изменение суммы прибыли от продаж необходимо сделать расчет (в соответствии с формулой 3.6)

$$\text{За 2012 г. } \Delta П = 11\,344 * 1,80 / 100 = 204,19 \text{ млн руб.}$$

$$\text{За 2013 г. } \Delta П = 10\,690 * 0,28 / 100 = 29,93 \text{ млн руб.}$$

За 2014 г. $\Delta\Pi = 19\,379 * (-)4,42 / 100 = (-)856,55$ млн руб.

За 2015 г. $\Delta\Pi = 19\,273 * (-)13,88 / 100 = (-)2\,675,09$ млн руб.

Влияние инфляции в 2012 г. по сравнению с прошедшим периодом в среднем на 6,6% привело к увеличению суммы прибыли от продаж на 204,19 млн руб.

Влияние инфляции в 2013 г. по сравнению с 2012 г. в среднем на 6,5% привело к увеличению суммы прибыли от продаж на 29,93 млн руб.

Влияние инфляции в 2014 г. по сравнению с 2013 г. в среднем на 11,4% привело к убытку 856,55 млн руб.

Влияние инфляции в 2015 г. по сравнению с 2014 г. в среднем на 12,9% привело к убытку 2 675,09 млн руб.

Это наглядный пример того, на сколько важную роль в жизнедеятельности общества играет инфляция.

Этап 3. Расчет влияния фактора «количество проданной продукции».

Рассчитаем влияние на сумму прибыли от продаж изменения количества проданной продукции (в соответствии с формулой 3.7)

За 2012 г. $\Delta\Pi = (-)2\,973 * 1,80 / 100 = (-)53,51$ млн руб.

За 2013 г. $\Delta\Pi = (-)18\,755 * 0,28 / 100 = (-)52,51$ млн руб.

За 2014 г. $\Delta\Pi = (-)5\,161 * (-)4,42 / 100 = 228,12$ млн руб.

За 2015 г. $\Delta\Pi = (-)39\,969 * (-)13,88 / 100 = 5\,547,70$ млн руб.

Таким образом, влияние данного фактора оказалось положительным в 2014 и 2015 гг.

Этап 4. Расчет влияния фактора «себестоимость проданной продукции».

Расчет осуществляется (в соответствии с формулой 3.8)

За 2011 г. $\Delta\Pi = 174\,846 * (154\,654 - 121\,993)/100 = 57\,106\,452,1$ млн руб.

За 2012 г. $\Delta\Pi = 183\,217 * (165\,517 - 154\,654)/100 = 19\,902\,862,7$ млн руб.

За 2013 г. $\Delta\Pi = 175\,152 * (163\,012 - 165\,517)/100 = (-)4\,387\,557,6$ млн руб.

За 2014 г. $\Delta\Pi = 189\,370 * (192\,295 - 163\,012)/100 = 55\,453\,217,1$ млн руб.

За 2015 г. $\Delta\Pi = 168\,674 * (187\,245 - 192\,295)/100 = (-)8\,518\,037$ млн руб.

Здесь необходимо учитывать, что расходы – это факторы обратного влияния по отношению к прибыли.

Мы видим, что уровень себестоимости в 2011 г. по отношению к выручке от продаж увеличился на 32 661 млн руб. Поэтому рост привел к снижению суммы прибыли от продажи на 57,1 млрд руб. Уровень себестоимости в 2012 г. по отношению к выручке от продаж увеличился на 10 863 млн руб. Поэтому рост привел к снижению суммы прибыли от продажи на 19,9 млрд руб. Уровень себестоимости в 2013 г. по отношению к выручке от продаж уменьшился на 2 505 млн руб. Поэтому экономия привела к увеличению суммы прибыли от продажи на 4,4 млрд руб. Уровень себестоимости в 2014 г. по отношению к выручке от продаж увеличился на 29 283 млн руб. Поэтому рост привел к снижению суммы прибыли от продажи на 55,5 млрд руб. Уровень себестоимости в 2015 г. по отношению к выручке от продаж уменьшился на 5 050 млн руб. Поэтому экономия привела к увеличению суммы прибыли от продажи на 8,5 млрд руб.

Этап 5. Расчет влияния фактора «коммерческие расходы».

Расчет осуществляется (в соответствии с формулой 3.9)

За 2011 г. $\Delta\Pi = 174\,846 * (6\,720 - 4\,537)/100 = 3\,816\,888,18$ млн руб.

За 2012 г. $\Delta\Pi = 183\,217 * (7\,050 - 6\,720)/100 = 604\,616,1$ млн руб.

За 2013 г. $\Delta\Pi = 175\,152 * (5\,997 - 7\,050)/100 = (-)1\,844\,350,6$ млн руб.

За 2014 г. $\Delta\Pi = 189\,370 * (5\,472 - 5\,997)/100 = (-)994\,192,5$ млн руб.

За 2015г. $\Delta\Pi = 168\,674 * (4\,901 - 5\,472)/100 = (-)963\,128,5$ млн руб.

Рост коммерческих расходов в 2011 г. и повышение их уровня к выручке от продаж на 2 183 млн руб. привели к уменьшению суммы прибыли от продаж на 3,82 млрд руб. Рост коммерческих расходов в 2012 г. и повышение их уровня к выручке от продаж на 330 млн руб. привели к уменьшению суммы прибыли от продаж на 0,6 млрд руб. Экономия по коммерческим расходам в 2013 г. и понижение их уровня к выручке от продаж на 1 053 млн руб. привели к увеличению суммы прибыли от продаж на 1,84 млрд руб. Экономия по коммерческим расходам в 2014 г. и понижение их уровня к выручке от продаж

на 525 млн руб. привели к увеличению суммы прибыли от продаж на 0,99 млрд руб. Экономия по коммерческим расходам в 2015 г. и понижение их уровня к выручке от продаж на 571 млн руб. привели к увеличению суммы прибыли от продаж на 0,96 млрд руб.

Этап 6. Расчет влияния фактора «прочие расходы».

Влияние на сумму прибыли от продаж величины прочих расходов можно рассчитать (в соответствии с формулой 3.10)

За 2011 г. $\Delta\Pi = 174\,846 * (20\,873 - 13\,539)/100 = 12\,823\,205,6$ млн руб.

За 2012 г. $\Delta\Pi = 183\,217 * (5\,594 - 20\,873)/100 = (-)27\,993\,730$ млн руб.

За 2013 г. $\Delta\Pi = 175\,152 * (10\,263 - 5\,594)/100 = 8\,177\,846,9$ млн руб.

За 2014 г. $\Delta\Pi = 189\,370 * (20\,608 - 10\,263)/100 = 19\,590\,326,5$ млн руб.

За 2015 г. $\Delta\Pi = 168\,674 * (20\,807 - 20\,608)/100 = 335\,661,3$ млн руб.

Таким образом, увеличение прочих расходов и увеличение их уровня по отношению к выручке от продажи на 7 334 млн руб. в 2011 г. привели к снижению суммы прибыли от продаж на 12,8 млрд руб. Обратная ситуация наблюдается в 2012 г. произошло увеличение суммы прибыли на 27,9 млрд руб. В 2013 г. увеличение прочих расходов и увеличение их уровня по отношению к выручке от продажи на 4 669 млн руб. привели к снижению суммы прибыли от продаж на 8,2 млрд руб. В 2014 г. увеличение прочих расходов и увеличение их уровня по отношению к выручке от продажи на 10 345 млн руб. привели к снижению суммы прибыли от продаж на 19,6 млрд руб. А в 2015 г. увеличение прочих расходов и увеличение их уровня по отношению к выручке от продажи на 199 млн руб. привели к снижению суммы прибыли от продаж на 0,3 млрд руб.

Как видим, большинство рассмотренных выше факторов отрицательно влияют на прибыль от продаж. Особенно важно то, что себестоимость, а также коммерческие и прочие расходы в отчетном периоде привели к уменьшению суммы прибыли от продаж.

Обобщим влияние всех факторов, разделив их на факторы прямого и обратного влияния на прибыль (табл. 3.5).

Таблица 3.5 – Сводная таблица влияния факторов на прибыль ОАО «АВТОВАЗ», млн руб.

Показатели - факторы	2012г./2011г.	2013г./2012г.	2014г./2013г.	2015г./2014г.
1	2	3	4	5
Количество проданной продукции	-53,51	-52,51	228,12	5 547,70
Изменение цен на реализованную продукцию	204,19	29,93	-856,55	-2 675,09
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	19 902 862,70	-4 387 557,60	55 453 217,10	-8 518 037
Коммерческие расходы	604 616,10	-1 844 350,60	-994 192,50	-963 128,50
Прочие расходы	-27 993 730	8 177 846,90	19 590 326,50	335 661,30
Совокупное влияние факторов	-7 486 100,52	1 945 916,12	74 048 722,67	-9 142 631,59

По совокупности факторы, отображенные в табл. 3.5, оказывают отрицательное влияние на прибыль. То есть в целом ее уменьшают.

Факторный анализ рентабельности

Произведем расчеты и представим расчеты факторного анализа рентабельности в табл. 3.6.

Таблица 3.6 – Факторный анализ рентабельности, %

Показатели	2012г./2011г.	2013г./2012г.	2014г./2013г.	2015г./2014г.
1	2	3	4	5
Влияние изменения выручки от продаж на рентабельность продаж (в соответствии с формулой 3.12)	0,048	-0,045	0,077	-0,141
Влияние изменения себестоимости на рентабельность продаж (в соответствии с формулой 3.13)	-0,059	0,014	-0,155	0,030

Продолжение таблицы 3.6

1	2	3	4	5
Влияние изменения коммерческих расходов на рентабельность продаж (в соответствии с формулой 3.14)	-0,002	0,006	0,003	0,003
Влияние изменения прочих расходов на рентабельность продаж (в соответствии с формулой 3.15)	0,083	-0,027	-0,055	-0,001

Проанализировав табл. 3.6 мы видим, что в 2012 г. увеличение выручки от продажи товаров привело к увеличению рентабельности продаж на 0,048%, а в 2014 г. на 0,077%, обратную ситуацию мы наблюдаем в 2013 г. и 2015 г., снижение выручки от продажи товаров привело к снижению рентабельности продаж на 0,045% и 0,141% соответственно. Повышение себестоимости в 2012 г. привело к снижению рентабельности продаж на 0,059%, а в 2014 г. к снижению на 0,155%., обратная ситуация наблюдается в 2013 г. и 2015 г., снижение себестоимости привело к увеличению на 0,014% и 0,030% соответственно. Увеличение коммерческих расходов в 2012 г. привело к снижению рентабельности продаж на 0,002%, но в 2013 г., 2014 г. и 2015 гг. коммерческие расходы снизились, что привело к увеличению рентабельности продаж на 0,006%, 0,003% и 0,003% соответственно. Уменьшение прочих расходов в 2012 г. привело к увеличению рентабельности продаж на 0,083%, но после 2012 г. прочие расходы начали увеличиваться, что повлекло за собой снижение рентабельности в 2013 г. на 0,027%, в 2014 г. на 0,055%, в 2015 г. на 0,001%.

3.4 Операционный левверидж и рекомендации по управлению прибылью и рентабельностью общества

Проанализировав балансовые показатели и финансово-экономические показатели, а так же проведя факторный анализ прибыли и рентабельности

общества, нами была выявлена одна из проблем общества – высокая себестоимость продукции и очень низкий уровень рентабельности.

Вследствие этого предлагаем провести ряд расчетов, по управлению прибылью предприятия с использованием операционного левеиджа.

Понятие операционного левеиджа тесно связано со структурой затрат организации. Операционный рычаг или производственный левеидж (leverage – рычаг) – это механизм управления прибылью компании, основанный на улучшении соотношения постоянных и переменных затрат.

С его помощью можно планировать изменение прибыли организации в зависимости от изменения объема реализации, а также определить точку безубыточной. Необходимым условием применения механизма операционного рычага является использование маржинального метода, основанного на подразделении затрат на постоянные и переменные. Чем ниже удельный вес постоянных затрат в общей сумме затрат организации, тем в большей степени изменяется величина прибыли по отношению к темпам изменения выручки компании [25].

Как мы знаем, в организации существуют два вида затрат: переменные и постоянные. Их структура в целом, а в частности уровень постоянных затрат, в общей выручке предприятия или в выручке от единицы продукции могут значительно влиять на тенденцию изменения прибыли или издержек. Это происходит из-за того, что каждая дополнительная единица продукции приносит некоторую дополнительную доходность, которая идет на покрытие постоянных затрат, и в зависимости от соотношения постоянных и переменных затрат в структуре издержек компании, общий прирост доходов от дополнительной единицы товара может выразиться в значительном резком изменении прибыли. Как только достигается уровень безубыточности, появляется прибыль, которая начинает расти быстрее, чем объем продаж [20].

Операционный рычаг является инструментом для определения и анализа данной зависимости. Другими словами он предназначен для установления влияния прибыли на изменение объема реализации. Суть его действия

заключается в том, что при росте объема выручки наблюдается больший темп роста объема прибыли, однако этот больший темп роста ограничен соотношением постоянных и переменных затрат. Чем ниже удельный вес постоянных затрат, тем меньше будет это ограничение. Леверидж дает представление о том, на сколько процентов изменится прибыль при изменении выручки на 1%.

Действие операционного левериджа проявляется в том, что любое изменение выручки всегда порождает более сильное изменение прибыли по причине наличия постоянных затрат (Спост.) в структуре производства издержек.

При использовании данного метода акцент делается на управление валовой прибылью (ВП) путем влияния на объем и структуру производственных издержек, а так же на факторы выручки (ВР), цены и объема производства (продаж).

Производственный (операционный) леверидж количественно характеризуется соотношением между постоянными и переменными расходами в общей их сумме и величиной показателя «Прибыль до налогообложения». Зная производственный рычаг можно прогнозировать изменение прибыли при изменении выручки. Различают ценовой и натуральный ценовой рычаг.

Сила операционного левериджа будет рассчитываться следующим образом:

$$\text{Сила ОЛ} = (\text{ПРпл.}/\text{ПРфк.}) / (\text{ВРпл.}/\text{ВРфк.}), \quad (3.17)$$

где Сила ОЛ – сила операционного левериджа;

ПРпл. – прибыль плановая;

ПРфк. – прибыль фактическая;

ВРпл. – выручка плановая;

ВРфк. – выручка фактическая.

Сила воздействия операционного лeverиджа указывает на степень предпринимательского риска связанного с данным хозяйствующим субъектом. Чем больше сила, тем больше риск.

Операционный риск – это риск организации оказаться в зоне убытков т.е. не справиться с изменением выручки и прибыли.

Сила воздействия операционного лeverиджа будет рассчитываться следующим образом:

$$\text{СВОЛ} = \text{ВМ} / \text{ПР}, \quad (3.18)$$

где СВОЛ – сила воздействия операционного лeverиджа;

ВМ – валовая маржа;

ПР – прибыль.

В свою очередь валовая маржа рассчитывается следующим образом:

$$\text{ВМ} = \text{ВР} - \text{Спер.}, \quad (3.19)$$

где ВМ – валовая маржа;

ВР – выручка;

Спер. – переменные затраты.

$$\text{ВП} = \text{ВР} - \text{Спост.} - \text{Спер.}, \quad (3.20)$$

где ВП – валовая прибыль;

ВР – выручка;

Спост. – постоянные затраты;

Спер. – переменные затраты.

Порог рентабельности – это такая выручка от реализации, при которой организация уже не имеет убытков, еще не имеет и прибыли.

$$\text{ПР} = \text{Спост.} / \text{ВМ} \text{ в относительном выражении к ВР}, \quad (3.21)$$

где ПР – порог рентабельности;

Спост. – постоянные затраты;

ВМ – валовая маржа;

ВР – выручка [23].

Запас финансовой прочности (ЗФП) – это разница между достигнутой фактической выручкой от реализации и порогом рентабельности составляющий запасы финансовой прочности предприятия.

ЗФП – это задел в пределах которого может позволить себе колебаться выручка без боязни уйти в зону убытков.

$$\text{ЗФП} = 1 / \text{Сила ОЛ}, \quad (3.22)$$

где ЗФП – запас финансовой прочности;

Сила ОЛ – сила операционного леввериджа.

Запас финансовой прочности тем выше, чем ниже опасная сила операционного рычага.

Таким образом, небольшой операционный рычаг можно усилить путем привлечения заемного капитала. Высокий операционный рычаг, наоборот, можно нивелировать с помощью низкого финансового рычага. С помощью этих действенных инструментов – операционного и финансового рычагов – экономический субъект может достичь желаемой отдачи от вложенного капитала при контролируемом уровне риска [20].

Исходя из финансово-экономических показателей ОАО «АВТОВАЗ» за последние пять лет, мы понимаем, насколько экономически не эффективно и не рентабельно данное общество. Поэтому предлагаем изложить ряд рекомендаций и составить расчеты для оптимизации финансовых результатов ОАО «АВТОВАЗ».

Для оптимизации предлагаем сократить издержки на производстве как постоянные, так и переменные. Конечным продуктом общества являются автомобили, которые состоят из покупных комплектующих изделий (ПКИ) и сырья и материалов (СиМ). Так, например, нерациональное и завышенное использование СиМ приводит к увеличению себестоимости автомобиля. Если, к примеру, взять «противошумную мастику», которую наносят на днище автомобиля с определенной толщиной в 600 мкм, хотя нормой является

толщина в 500 мкм, данная разница будет являться допустимой. Но давайте посмотрим, сколько составит экономия, если общество будет придерживаться нормы в 500 мкм.

Это позволит:

- улучшить собираемость автомобиля;

- снизить нормы расхода (на 1,15 кг)

$$1,15 \text{ кг} * 127,41 \text{ руб. (цена 1 кг мастики)} = 146,52 \text{ руб.};$$

- снизить трудоемкость (0,25 мин.);

- улучшить условия в камере;

- повысить скорость высыхания мастики и т.д.

Таким образом, изменив норматив лишь одного материала, общество имеет очевидную экономию, которая будет выражаться за год в миллионах рублей. Данное отклонение от норм обусловлено тем, что территории производственных площадок завода огромные и, к сожалению, контроль осуществляется не в полном объеме, следовательно, мы предлагаем возложить обязанности на каждого начальника цеха производить тотальный контроль за использованием ПКИ и СиМ.

Далее правильным будет проведение анализа, связанного с операционным леввериджем. Показатели 2015 г. будут приняты за базу. В процессе анализа рассмотрим несколько вариантов изменения силы операционного леввериджа, силу воздействия операционного рычага, плечо рычага, а также запас финансовой прочности при изменении одной из составляющих. В качестве объекта расчета мы взяли автомобили LADA GRANTA Liftback и LADA VESTA sedan.

Для начала проанализируем автомобиль LADA GRANTA Liftback.

Рассмотрим один из вариантов, а именно уменьшение постоянных затрат на 20% (табл.3.7).

Таблица 3.7 – Результаты снижения постоянных затрат

Показатели	2015 г., млн руб.	2017 г., млн руб.	Δ, %
1	2	3	4
Выручка	18 479,61	18 479,61	0,00
С пост.	1 523,75	1 219,00	-20,00
С перем.	15 821,00	15 821,00	0,00
Валовая Маржа	2 658,61	2 658,61	0,00
Валовая Прибыль	1 134,86	1 439,61	26,85
Порог Рентабельности	10 591,34	8 473,08	-20,00
Сила воздействия операционного рычага	2,34	1,85	-21,17

Снижение постоянных затрат возможно за счет:

- гарантийное обслуживание и ремонт автомобилей;
- ремонтные работы и техническое обслуживание;
- услуги охранных организаций;
- коммунальные услуги;
- почтовые расходы;
- уборка территории;
- услуги связи;

и т.д.

Рассчитаем Валовую маржу (в соответствии с формулой 3.19)

За 2015 г. $ВМ = 18\,479,61 - 15\,821,00 = 2\,658,61$ млн руб.

За 2017 г. $ВМ = 18\,479,61 - 15\,821,00 = 2\,658,61$ млн руб.

Рассчитаем Валовую прибыль (в соответствии с формулой 3.20)

За 2015 г. $ВП = 18\,479,61 - 1\,523,75 - 15\,821,00 = 1\,134,86$ млн руб.

За 2017 г. $ВП = 18\,479,61 - 1\,219,00 - 15\,821,00 = 1\,439,61$ млн руб.

Далее рассчитаем плечо рычага (в соответствии с формулой 3.21)

За 2015 г. $ПР = 1\,523,75 / 0,14 = 10\,591,34$ млн руб.

За 2017 г. $ПР = 1\,219,00 / 0,14 = 8\,473,08$ млн руб.

Затем рассчитаем сила воздействия операционного леввериджа (в соответствии с формулой 3.18)

За 2015 г. $СВОЛ = 2\,658,61 / 1\,134,86 = 2,34$

За 2017 г. $СВОЛ = 2\,658,61 / 1\,439,61 = 1,85$

Проанализировав данный расчет, видно, что при снижении постоянных затрат на 20%, валовая прибыль увеличивается на 26,85%. Сила воздействия операционного левеиджа указывает на степень предпринимательского риска связанного с данным экономическим субъектом. Следовательно, при предполагаемом снижении постоянных затрат мы имеем рост валовой прибыли на 26,85%, снижение порога рентабельности на 20%, а так же снижение степени предпринимательского риска на 21,17%.

Рассмотрим следующий вариант, а именно увеличение цены на автомобиль LADA GRANTA Liftback на 5% (табл.3.8).

Таблица 3.8 – Результаты внедрения ценового левеиджа

Показатели	2015 г., млн руб.	2017 г., млн руб.	Δ, %
1	2	3	4
Выручка	18 479,61	19 403,59	5,00
С пост.	1 523,75	1 523,75	0,00
С перем.	15 821,00	15 821,00	0,00
Валовая Маржа	2 658,61	3 582,59	34,75
Валовая Прибыль	1 134,86	2 058,84	81,42
Порог Рентабельности	10 591,34	8 252,74	-22,08
Сила воздействия операционного рычага	2,34	1,74	-25,72

Повышение цены на автомобиль может быть связано с увеличением спроса на автомобиль данного класса находящиеся в определенной ценовой нише, а так же увеличением цен конкурентов.

Рассчитаем Валовую маржу (в соответствии с формулой 3.19)

За 2015 г. $ВМ = 18\,479,61 - 15\,821,00 = 2\,658,61$ млн руб.

За 2017 г. $ВМ = 19\,403,59 - 15\,821,00 = 3\,582,59$ млн руб.

Рассчитаем Валовую прибыль (в соответствии с формулой 3.20)

За 2015 г. $ВП = 18\,479,61 - 1\,523,75 - 15\,821,00 = 1\,134,86$ млн руб.

За 2017 г. $ВП = 19\,403,59 - 1\,523,75 - 15\,821,00 = 2\,058,84$ млн руб.

Рассчитаем плечо рычага (в соответствии с формулой 3.21)

За 2015 г. $ПР = 1\,523,75 / 0,14 = 10\,591,34$ млн руб.

За 2017 г. $ПР = 1\,523,75 / 0,18 = 8\,252,74$ млн руб.

Рассчитаем сила воздействия операционного левериджа (в соответствии с формулой 3.18)

$$\text{За 2015 г. СВОЛ} = 2\,658,61 / 1\,134,86 = 2,34$$

$$\text{За 2017 г. СВОЛ} = 3\,582,59 / 2\,058,84 = 1,74$$

Далее рассчитаем операционный леверидж (в соответствии с формулой 3.17)

$$\text{ОЛ} = 81,42 / 5 = 16,29\%$$

Затем рассчитаем запас финансовой прочности (в соответствии с формулой 3.22)

$$\text{ЗФП} = 1 / 16,29 = 0,06$$

В данном случае изменение цены на 5% повлекло за собой изменение прибыли в размере 81,42%, следовательно изменение выручки на 1% приведет к изменению прибыли на 16,29%. Следовательно, при предполагаемом повышении цен мы имеем положительный результат, а именно увеличение прибыли на 81,42%, снижение порога рентабельности на 22,08% и уменьшение степени предпринимательского риска на 25,72%

Рассмотрим заключительный вариант, а именно увеличение объема производства автомобиля LADA GRANTA Liftback на 7% (табл.3.9).

Таблица 3.9 – Результаты внедрения натурального левериджа

Показатели	2015 г., млн руб.	2017 г., млн руб.	Δ, %
1	2	3	4
Выручка	18 479,61	19 773,19	7,00
С пост.	1 523,75	1 523,75	0,00
С перем.	15 821,00	16 928,47	7,00
Валовая Маржа	2 658,61	2 844,71	7,00
Валовая Прибыль	1 134,86	1 320,97	16,40
Порог Рентабельности	10 591,34	10 591,34	0,00
Сила воздействия операционного рычага	2,34	2,15	-8,07

Целесообразность увеличения объема производства может быть связано: с увеличением спроса на внутреннем рынке и повышением экспортных поставок, а так же расширением рынка сбыта.

Рассчитаем Валовую маржу (в соответствии с формулой 3.19)

За 2015 г. $ВМ = 18\,479,61 - 15\,821,00 = 2\,658,61$ млн руб.

За 2017 г. $ВМ = 19\,773,19 - 16\,928,47 = 2\,844,71$ млн руб.

Рассчитаем Валовую прибыль (в соответствии с формулой 3.20)

За 2015 г. $ВП = 18\,479,61 - 1\,523,75 - 15\,821,00 = 1\,134,86$ млн руб.

За 2017 г. $ВП = 19\,773,19 - 1\,523,75 - 16\,928,47 = 1\,320,97$ млн руб.

Рассчитаем плечо рычага (в соответствии с формулой 3.21)

За 2015 г. $ПР = 1\,523,75 / 0,14 = 10\,591,34$ млн руб.

За 2017 г. $ПР = 1\,523,75 / 0,14 = 10\,591,34$ млн руб.

Рассчитаем сила воздействия операционного леввериджа (в соответствии с формулой 3.18)

За 2015 г. $СВОЛ = 2\,658,61 / 1\,134,86 = 2,34$

За 2017 г. $СВОЛ = 2\,844,71 / 1\,320,97 = 2,15$

Далее рассчитаем операционный левверидж (в соответствии с формулой 3.17)

$ОЛ = 16,40 / 7 = 2,34\%$

Затем рассчитаем запас финансовой прочности (в соответствии с формулой 3.22)

$ЗФП = 1 / 2,34 = 0,43$

В данном случае изменение объема производства на 7% повлекло за собой изменение прибыли в размере 16,40%, следовательно изменение выручки на 1% приведет к изменению прибыли на 2,34%. Следовательно, при предполагаемом повышении объема производства мы имеем положительный результат, а именно повышение прибыли на 16,40% и снижение степени предпринимательского риска на 8,07%.

Проведем анализ полученных данных (табл.3.10).

Таблица 3.10 – Изменение показателей операционного лeverиджа
за 2015 – 2017 гг., %

Показатели	Снижения постоянных затрат	Внедрения ценового лeverиджа	Внедрения натурального лeverиджа
1	2	3	4
Рентабельность	8,45	11,87	7,16
Порог рентабельности	- 20,00	- 22,08	0,00
Сила воздействия операционного рычага	-21,17	-25,72	-8,07
ОЛ	-	16,29	2,34
Запас финансовой прочности	-	0,06	0,43

Проанализировав данные предложения, самым оптимальным для получения большей прибыли и увеличения рентабельности является вариант при увеличении цены на автомобиль. Именно при увеличении цены на автомобиль, все показатели имеют положительную динамику, так например рентабельность увеличилась до 11,87%, порог рентабельности снизился на целых 22,08%, а степень предпринимательского риска (СВОЛ) уменьшилась на 25,72%. Также если смотреть с точки зрения операционного лeverиджа, то лучшим вариантом тоже считает увеличении цены. Т.к. при увеличении цены изменение выручки на 1% приведет к изменению прибыли на 16,29%, а при увеличении объема производства изменение выручки на 1% приведет к изменению прибыли всего лишь на 2,34%, а так же другие показатели внедрения ценового лeverиджа являются лучше, чем при внедрении натурального лeverиджа.

Далее проанализируем автомобиль LADA VESTA sedan.

Рассмотрим один из вариантов, а именно уменьшение постоянных затрат на 20% (табл.3.11).

Таблица 3.11 – Результаты снижения постоянных затрат

Показатели	2015 г., млн руб.	2017 г., млн руб.	Δ, %
1	2	3	4
Выручка	3 010,33	3 010,33	0,00
С пост.	327,16	261,73	-20,00
С перем.	2 802,53	2 802,53	0,00
Валовая Маржа	207,80	207,80	0,00
Валовая Прибыль	-119,36	-53,93	54,82
Порог Рентабельности	4 739,52	3 791,62	-20,00
Сила воздействия операционного рычага	-1,74	-3,85	121,33

Рассчитаем Валовую маржу (в соответствии с формулой 3.19)

За 2015 г. $ВМ = 3\,010,33 - 2\,802,53 = 207,80$ млн руб.

За 2017 г. $ВМ = 3\,010,33 - 2\,802,53 = 207,80$ млн руб.

Рассчитаем Валовую прибыль (в соответствии с формулой 3.20)

За 2015 г. $ВП = 3\,010,33 - 327,16 - 2\,802,53 = -119,36$ млн руб.

За 2017 г. $ВП = 3\,010,33 - 261,73 - 2\,802,53 = -53,93$ млн руб.

Далее рассчитаем плечо рычага (в соответствии с формулой 3.21)

За 2015 г. $ПР = 327,16 / 0,07 = 4\,739,52$ млн руб.

За 2017 г. $ПР = 261,73 / 0,07 = 3\,791,62$ млн руб.

Затем рассчитаем силу воздействия операционного леввериджа (в соответствии с формулой 3.18)

За 2015 г. $СВОЛ = 207,80 / (-)119,36 = -1,74$

За 2017 г. $СВОЛ = 207,80 / (-)53,93 = -3,85$

Проанализировав данный расчет, видно, что при снижении постоянных затрат на 20%, валовая прибыль увеличивается на 54,82%. Сила воздействия операционного леввериджа указывает на степень предпринимательского риска связанного с данным экономическим субъектом. Следовательно, при предполагаемом снижении постоянных затрат мы имеем рост валовой прибыли на 54,82%, снижение порога рентабельности на 20%, но показатель СВОЛ находится в отрицательном значении, это свидетельствует о том, что издержки превышают выручку.

Рассмотрим следующий вариант, а именно увеличение цены на автомобиль LADA VESTA sedan на 5% (табл.3.12).

Таблица 3.12 – Результаты внедрения ценового леввериджа

Показатели	2015 г., млн руб.	2017 г., млн руб.	Δ, %
1	2	3	4
Выручка	3 010,33	3 160,85	5,00
С пост.	327,16	327,16	0,00
С перем.	2 802,53	2 802,53	0,00
Валовая Маржа	207,80	358,31	72,43
Валовая Прибыль	-119,36	31,15	126,10
Порог Рентабельности	4 739,52	2 886,03	-39,11
Сила воздействия операционного рычага	-1,74	11,50	-760,68

Рассчитаем Валовую маржу (в соответствии с формулой 3.19)

За 2015 г. $ВМ = 3\,010,33 - 2\,802,53 = 207,80$ млн руб.

За 2017 г. $ВМ = 3\,160,85 - 2\,802,53 = 358,31$ млн руб.

Рассчитаем Валовую прибыль (в соответствии с формулой 3.20)

За 2015 г. $ВП = 3\,010,33 - 327,16 - 2\,802,53 = -119,36$ млн руб.

За 2017 г. $ВП = 3\,160,85 - 327,16 - 2\,802,53 = 31,15$ млн руб.

Рассчитаем плечо рычага (в соответствии с формулой 3.21)

За 2015 г. $ПР = 327,16 / 0,07 = 4\,739,52$ млн руб.

За 2017 г. $ПР = 327,16 / 0,11 = 2\,886,03$ млн руб.

Рассчитаем силу воздействия операционного леввериджа (в соответствии с формулой 3.18)

За 2015 г. $СВОЛ = 207,80 / (-)119,36 = -1,74$

За 2017 г. $СВОЛ = 358,31 / 31,15 = 11,50$

Далее рассчитаем операционный левверидж (в соответствии с формулой 3.17)

$ОЛ = 126,10 / 5 = 25,22\%$

Затем рассчитаем запас финансовой прочности (в соответствии с формулой 3.22)

$ЗФП = 1 / 25,22 = 0,04$

В данном случае изменение цены на 5% повлекло за собой изменение прибыли в размере 126,10%, следовательно изменение выручки на 1% приведет к изменению прибыли на 25,22%. Следовательно, при предполагаемом повышении цен мы имеем положительный результат, а именно увеличение прибыли на 126,10%, снижение порога рентабельности на 39,11% и уменьшение степени предпринимательского риска более чем в семь раз.

Рассмотрим заключительный вариант, а именно увеличение объема производства автомобиля LADA VESTA sedan на 7% (табл.3.13).

Таблица 3.13 – Результаты внедрения натурального леввериджа

Показатели	2015 г., млн руб.	2017 год, млн руб.	Δ, %
1	2	3	4
Выручка	3 010,33	3 221,05	7,00
С пост.	327,16	327,16	0,00
С перем.	2 802,53	2 998,71	7,00
Валовая Маржа	207,80	222,34	7,00
Валовая Прибыль	-119,36	-104,82	12,19
Порог Рентабельности	4 739,52	4 739,52	-0,00
Сила воздействия операционного рычага	-1,74	-2,12	21,85

Рассчитаем Валовую маржу (в соответствии с формулой 3.19)

За 2015 г. $VM = 3\,010,33 - 2\,802,53 = 207,80$ млн руб.

За 2017 г. $VM = 3\,221,05 - 2\,998,71 = 222,34$ млн руб.

Рассчитаем Валовую прибыль (в соответствии с формулой 3.20)

За 2015 г. $ВП = 3\,010,33 - 327,16 - 2\,802,53 = -119,36$ млн руб.

За 2017 г. $ВП = 3\,221,05 - 327,16 - 2\,998,71 = -104,82$ млн руб.

Рассчитаем плечо рычага (в соответствии с формулой 3.21)

За 2015 г. $ПР = 327,16 / 0,07 = 4\,739,52$ млн руб.

За 2017 г. $ПР = 327,16 / 0,07 = 4\,739,52$ млн руб.

Рассчитаем сила воздействия операционного леввериджа (в соответствии с формулой 3.18)

За 2015 г. $СВОЛ = 207,80 / (-)119,36 = -1,74$

За 2017 г. $СВОЛ = 222,34 / (-)104,82 = -2,12$

Далее рассчитаем операционный левеидж (в соответствии с формулой 3.17)

$$ОЛ = 12,19 / 7 = 1,75\%$$

Затем рассчитаем запас финансовой прочности (в соответствии с формулой 3.22)

$$ЗФП = 1 / 1,75 = 0,57$$

В данном случае изменение объема производства на 7% повлекло за собой изменение прибыли в размере 12,19%, следовательно изменение выручки на 1% приведет к изменению прибыли на 1,74%. Следовательно, при предполагаемом повышении объема производства мы имеем следующий результат, а именно повышение прибыли на 12,19% и показатель СВОЛ находится в отрицательном значении, это свидетельствует о том, что издержки превышают выручку.

Проведем анализ полученных данных (табл.3.14).

Таблица 3.14. Изменение показателей операционного левеиджа за 2015 – 2017 гг., %

Показатели	Снижения постоянных затрат	Внедрения ценового левеиджа	Внедрения натурального левеиджа
1	2	3	4
Рентабельность	-1,76	1,00	-3,15
Порог рентабельности	- 20,00	- 39,11	0,00
Сила воздействия операционного рычага	-	-760,68	-
Сила ОЛ	-	25,22	1,74
Запас финансовой прочности	-	0,04	0,57

Проанализировав данные предложения, самым оптимальным для получения большей прибыли и увеличения рентабельности является вариант при увеличении цены на автомобиль. Именно при увеличении цены на автомобиль, все показатели имеют положительную динамику, так например рентабельность увеличилась до 1,00%, порог рентабельности снизился на

целых 39,11%, а степень предпринимательского риска уменьшился более чем в семь раз. Также если смотреть с точки зрения операционного левеиджа, то лучшим вариантом тоже считает увеличении цены. Т.к. при увеличении цены изменение выручки на 1% приведет к изменению прибыли на 25,22%, а при увеличении объема производства изменение выручки на 1% приведет к изменению прибыли всего лишь на 1,74%, а так же другие показатели внедрения ценового левеиджа являются лучше, чем при внедрении натурального левеиджа.

Одним из самых лучших предложений является увеличение оптовой цены на автомобиль, далее предлагаем рассмотреть, на примере одного из автомобилей LADA GRANTA Liftback, как измениться валовая маржинальная прибыль и валовая прибыль при увеличении цены на 5% на конечный продукт (табл. 3.15).

Таблица 3.15 – Расчет экономического эффекта от внедрения ценового левеиджа.

Показатель	LADA Granta 21911-0000710-51 (норма)	
	2015 г. руб.	2017 г. руб.
1	2	3
Оптовая цена	331 354,00	347 922,00
Затраты на входящую логистику	7 248,00	7 248,00
ВОМ (ведомость материалов)	274 474,00	274 474,00
Детали внешнего производства (сборка)	260 633,00	260 633,00
Детали внутреннего производства (автокомпоненты)	13 841,00	13 841,00
детали внешнего производства	11 209,00	11 209,00
прямые затраты	2 632,00	2 632,00
Прочие прямые затраты	10 265,00	10 265,00
Сборочные линии	10 135,00	10 135,00
Исходящая логистика + Гарантия	130,00	130,00
Валовая маржинальная прибыль (СМР)	39 367,00	55 935,00
%	11,9%	16,1%
Постоянные затраты	26 064,00	26 064,00
Сборочные линии (без амортизации)	10 797,00	10 797,00
Производство автокомпонентов (без амортизации)	3 739,00	3 739,00
Внутризаводская логистика	1 145,00	1 145,00
Амортизация	10 383,00	10 383,00
Валовая прибыль	13 303,00	29 871,00
%	4,0%	8,6%

Проанализировав табл. 3.15., видно, что при увеличении цены автомобиля на 5% доля прибыли в цене автомобиля увеличивается на 4,2% или в натуральном выражении на 16 568,00 руб. Большого экономического эффекта можно добиться за счет снижения транспортно-заготовительных расходов в связи с снижением вместительности комплектующих изделий в тарные места, о чем мы поговорим ниже (табл.3.16 и табл.3.17).

При управлении валовой прибылью с применением методики операционного леввериджа необходимо учитывать следующее:

1. Чем больше доля постоянных затрат в структуре издержек и выручки, тем сильнее будет меняться прибыль по сравнению с изменением выручки, тем сильнее будет операционный риск. Для его снижения нужно снижать долю постоянных затрат;

2. Риск не справиться с управлением прибылью и выручкой и оказаться в убытках оценивается показателем силы операционного леввериджа, который должен стремиться к минимуму;

3. Плечо рычага должно быть как можно ниже, чтобы окупаемость издержек достигалась как можно раньше;

4. Выручка должна находиться от порога рентабельности как можно дальше и в зоне прибыли, следовательно, тем больше будет прибыль, следовательно, меньше сила ОЛ и больше ЗФП;

5. При управлении прибылью нельзя забывать про такие факторы как цена товара и объем производства, управление которых так же осуществляется в рамках операционного леввериджа.

ОАО «АВТОВАЗ» является крупнейшим производителем автомобилей в РФ, его производственные площадки расположены в многих регионах страны и за ее пределами. Так например одна из самых основных площадок находится в г.Ижевске ООО «ОАГ», где происходит сборка автомобилей LADA VESTA и LADA GRANTA. Около половины всех комплектующих изделий поставляется непосредственно с города Тольятти. Мы знаем, что все затраты связанные с доставкой включаются в себестоимость автомобиля, чем больше стоимость

ТЗР, тем выше себестоимость продукции. Поэтому мы предлагаем так же внедрить мероприятия связанные со снижением стоимости доставки. Для экономического эффекта, нашим предложением является пересмотрение вместимости деталей в тарные места, а также вместимость тар в транспортное средство.

Для примера расчета возьмем кронштейн генератора, крышку блока предохранителей и решетку бампера для автомобиля LADA GRANTA (табл.3.16 и 3.17)

Таблица 3.16 – Расчет экономического эффекта от внедрения предложения

Показатель	Значение, руб.	
	до внедрения мероприятия	после внедрения мероприятия
1	2	3
Потребность детали (кронштейн генератора) в год, шт.	55 770	55 770
Вместимость детали в тару на маршруте ОАО "АВТОВАЗ" - ООО "ОАГ", шт.	54	72
Стоимость рейса на маршруте Тольятти-Ижевск, руб./рейс	24 900,00	24 900,00
Стоимость рейса на маршруте Ижевск-Тольятти, руб./рейс	24 500,00	24 500,00
Потребность в таре, шт.	1 033	775
Вместимость тары в транспорт, ед.	96	96
Кол-во рейсов а/м на маршруте ОАО "АВТОВАЗ" - ООО "ОАГ", ед.	11	8
Кол-во рейсов а/м на маршруте ООО "ОАГ" - ОАО "АВТОВАЗ", ед.	11	8
Затраты на рейс а/м на маршруте ОАО "АВТОВАЗ" - ООО "ОАГ", руб.	267 876,74	200 907,55
Затраты на рейс а/м на маршруте ООО "ОАГ" - ОАО "АВТОВАЗ", руб.	263 573,50	197 680,12
Экономический эффект, руб.	531 450,23	398 587,67
ИТОГО экономический эффект от внедрения мероприятия, руб.	132 862,56	

Таблица 3.17 – Расчет экономического эффекта от внедрения предложения

Показатель	Значение, руб.	
	до внедрения мероприятия	после внедрения мероприятия
1	2	3
Потребность детали (крышка блока предохранителей) в год, шт.	55 770	55 770
Вместимость детали (крышка блока предохранителей) в тару на маршруте ОАО "АВТОВАЗ" - ООО "ОАГ", шт.	115	180
Потребность детали (решетка бампера) в год, шт.	55 770	55 770
Вместимость детали (решетка бампера) в тару на маршруте ОАО "АВТОВАЗ" - ООО "ОАГ", шт.	40	48
Стоимость рейса на маршруте Тольятти-Ижевск, руб/рейс	24 900,00	24 900,00
Стоимость рейса на маршруте Ижевск-Тольятти руб/рейс	24 500,00	24 500,00
Потребность в таре, шт.	1879	1472
Норма расхода ленты упаковочной, метр/1 тара	10,6	10,6
Затраты на ленту упаковочную, руб./м.	0,6136	0,6136
Потребность в ленте упаковочной, руб.	12 222,66	9 572,23
Экономический эффект, руб.	2 650,43	
Вместимость тары в транспорт, ед.	32	32
Кол-во рейсов а/м на маршруте ОАО "АВТОВАЗ" - ООО "ОАГ", ед.	59	46
Кол-во рейсов а/м на маршруте ООО "ОАГ" - ОАО "АВТОВАЗ", ед.	59	46
Затраты на рейс а/м на маршруте ОАО "АВТОВАЗ" - ООО "ОАГ", руб.	1 462 257,57	1 145 173,05
Затраты на рейс а/м на маршруте ООО "ОАГ" - ОАО "АВТОВАЗ", руб.	1 438 767,49	1 126 776,69
Годовые затраты на маршруте ОАО "АВТОВАЗ" - ООО "ОАГ", руб.	2 901 025,07	2 271 949,74
Экономический эффект, руб.	629 075,33	
ИТОГО экономический эффект от внедрения мероприятия, руб.	631 725,76	

Проанализировав расчет представленный в табл. 3.16 и 3.17, видно, что основной задачей было увеличить количество деталей в таре, что нам и удалось, за счет официального подтверждения специалистов по логистике ООО «ОАГ». Вследствие чего общий экономический эффект от внедрения мероприятия составил 764 588,32 руб. в год. И это только за счет изменения вместимости на три КИ, а комплектующих изделий поставляемых с Тольятти в Ижевск несколько сотен, только для одной комплектации одной модели.

Проблема повышения финансовых результатов является важнейшей для любого хозяйствующего субъекта, так как именно в финансовом результате заключается выраженный в денежной форме итог хозяйственной деятельности организации в целом и ее отдельных подразделений. Финансовый результат указывает на прирост или уменьшение стоимости собственного капитала организации, который образуется в процессе ее предпринимательской деятельности в отчетном периоде. Улучшение финансовых результатов зачастую указывает на такие важные процессы, как увеличение прибыльности организации, реализация запланированных показателей, осуществление инноваций, а также общее повышение эффективности деятельности хозяйствующего субъекта.

Проанализировав Бухгалтерскую отчетность ОАО «АВТОВАЗ» за 5 лет, мы не наблюдаем положительной динамики основных экономических показателей, поэтому хотелось бы предложить несколько стратегий по улучшению финансового результата общества.

Как показывает практика, существует определенный набор наиболее эффективных стратегий улучшения финансовых результатов общества, которое заключается, как уже сказано, в увеличении его прибыльности в денежном выражении и повышении рентабельности. Эти стратегии рассчитаны, прежде всего, на те отрасли, которые ориентированы на конечного потребителя, то есть те, для которых решающее значение имеют объёмы производства и реализации продукции, определяемые спросом, а также снижение уровня себестоимости, возможное без ущерба для качества потребительских товаров. Итак, к данным стратегиям относятся следующие:

- уменьшение себестоимости в части материальных и финансовых затрат посредством снижения материалоёмкости и трудоёмкости продукции. Данный путь увеличения прибыли является основным при стабильных экономических условиях хозяйствования;

- внедрение новых технологий и оборудования;

- повышение качества продукции и оптимизация ассортимента;

- локализация комплектующих изделий;
- снижение ТЗР, за счет увеличения вместимости в тары;
- увеличение оборачиваемости оборотных средств;
- совершенствование структуры организации в целях наиболее эффективной организации труда;

- сокращение нереализованных остатков на начало и конец отчетного периода. Значительная величина остатков приводит к неполному поступлению выручки и недополучению ожидаемой прибыли;

- реализации основных фондов и иного имущества предприятия. Но следует учитывать, что, увеличивая налогооблагаемую прибыль экономического субъекта, такого рода операции могут одновременно привести к снижению его производственной мощности. Реализовывать или сдавать в аренду имеет смысл только-то оборудование, выбытие которого не окажет отрицательного эффекта на процесс производства;

- наконец увеличение оптовой цены на автомобили, но нельзя забывать про конкуренцию и произвести анализ согласованный со всеми службами подразделений.

Основные источники резервов увеличения суммы прибыли – увеличение объема реализации продукции, снижение ее себестоимости, повышения качества товарной продукции, реализация ее на более выгодных рынках сбыта и т.д. (рис. 3.2).

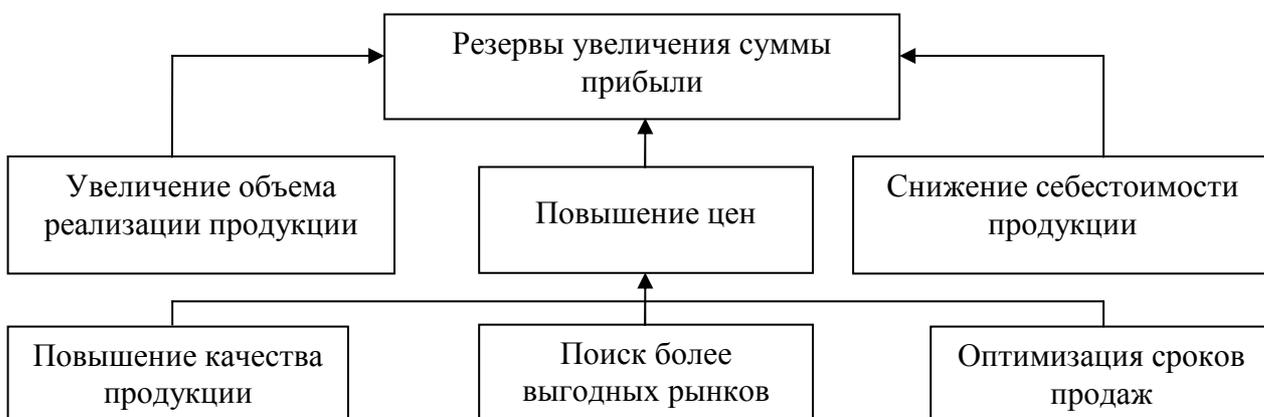


Рисунок 3.2 – Основные направления поиска резервов увеличения прибыли от продаж

Таким образом, поскольку в условиях рыночной экономики эффективность производственной, инвестиционной и финансовой деятельности общества выражается в финансовых результатах, оптимальное решение задач по их повышению и использованию становится основой успешности существования организации на рынке и залогом реализации ее целей. Получение экономическим субъектом прибыли зависит как от внешних факторов (ситуации на рынке, его конъюнктуры и степени конкурентности), так и от способностей самого предпринимателя организовать свою деятельность так, чтобы она приносила максимально возможный в данных условиях доход.

Так же хотим отметить несколько путей по улучшению финансового состояния хозяйствующего субъекта.

Любая организация может использовать разнообразные факторы для наращивания экономического потенциала, использовать все возможные, а иногда и экстраординарные меры по улучшению своего финансового положения. Это и изменение финансовой политики, и повышение оборачиваемости активов, и увеличение рентабельности продаж.

Одним из наиболее значимых путей улучшения финансового состояния общества является совершенствование качества товара, которые предоставляются организацией потребителям, а также рост выручки от реализации произведенного товара. Для реализации более эффективной политики необходимо разработать стратегию, в соответствии с которой хозяйствующий субъект будет привлекать заёмные средства. Также необходимо разработать план, в соответствии с которым организация будет гасить свои долги.

Также нельзя забывать, что маркетинг в настоящее время является одной из составляющих увеличения прибыли любого хозяйствующего субъекта. В связи с чем, предлагаем модернизировать отдел маркетинга на ОАО «АВТОВАЗ», который бы еще в большей степени занимался продвижением продукции общества, осваивал новые рыночные сегменты, анализировал новые направления связанные с продвижением имиджа организации, учувствовал в

разработках стратегий оптимальных путей развития организации и т.д., то есть способствовал бы увеличению прибыли.

Еще один из путей улучшения финансового состояния общества – это ускорение оборачиваемости средств, а также уменьшение затрат на производство продукции или предоставления услуг, без потери качества. При поиске путей улучшения финансового состояния экономического субъекта стоит рассмотреть состояние имущества, которое находится в собственности организации. Возможно, помещения и оборудование, которое находится в собственности общества, может быть использовано с большей эффективностью.

При разработке путей улучшения финансового состояния организации нужно применять различные методы оценки рисков, которые позволят минимизировать возможные убытки хозяйствующего субъекта. Также руководству общества стоит внедрить систему управленческого учета, которая позволит не только эффективно контролировать, но и управлять производственными процессами компании.

Одной из основных задач на пути улучшения финансового состояния общества является оптимизация бизнес – процессов, которые происходят в организации. Как правило, для поиска путей улучшения финансового состояния экономического субъекта многие руководители компаний обращаются в аудиторские или консалтинговые компании, которые могут дать экспертную оценку и порекомендовать наилучшие пути оптимизации работы общества.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основании проведенного исследования и анализа теоретических и методологических аспектов финансовых результатов, а также разработанных рекомендаций по управлению прибылью и путей повышения рентабельности автомобилестроения, а также общего состояния автомобильной промышленности России можно сделать следующие выводы и предложения:

1. Под финансовыми результатами понимают заслугу хозяйствующих субъектов. Результатом хорошей деятельности организации или внешних положительных факторов является прибыль, а результат низкокачественной деятельности или внешних негативных факторов представляет собой убыток. Помимо этого в финансовых результатах также выражается продуктивность инвестиционной, производственной и финансовой деятельности организации. Также можно сказать, что финансовые результаты деятельности хозяйствующих субъектов характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности.

Для того, чтобы выявить финансовый результат, требуется сопоставить выручку с расходами на реализацию и производство: финансовый результат говорит о получении прибыли в том случае, когда выручка превышает расходы. При равном значении расходов и выручки возможно только возмещать расходы, что означает отсутствие прибыли и следовательно, отсутствие основы развития организации. В свою очередь, когда расходы превышают доходы, организация несет убытки, что ставит ее в критическое финансовое положение, за которым может последовать и банкротство.

На финансовые результаты воздействуют факторы внутренней и внешней среды. К факторам внутренней среды относят: конкурентоспособность продукции, производительность труда, уровень хозяйствования, компетентность руководства и менеджеров, уровень цен на продукцию, заработную плату, уровень организации производства и труда. К факторам внешней среды относят: конъюнктуру рынка, уровень цен на потребляемые

материально-сырьевые и топливно-энергетические ресурсы, конкурентную среду, природные условия, государственное регулирование цен, тарифов, процентных ставок, налоговых ставок и льгот, штрафных санкций и др.

Прибыль как результат финансовой деятельности хозяйствующего субъекта выполняет ряд функций. Она выражает экономический эффект, извлеченный в результате деятельности организации. Прибыль представляет собой основу экономического развития организации. Увеличение прибыли формирует некую базу для самофинансирования, расширенного воспроизводства, а также решения материальных и социальных проблем трудового коллектива. За счет прибыли выполняются обязательства хозяйствующих субъектов перед банками, бюджетом и другими организациями. Также прибыль является основным элементом финансовых ресурсов. Следовательно, можно сказать, что прибыль выполняет распределительную, воспроизводственную и стимулирующую функции. Прибыль характеризует степень деловой активности и финансового благополучия хозяйствующего субъекта.

2. Проведенный анализ отрасли автомобилестроения в России показал, что до 1991 г. Россия обладала уже довольно развитой автомобильной индустрией. В 1990 г. в стране было произведено 2 млн автомобилей, по этому признаку СССР занимал 5-е место в мире после Японии, США, ФРГ и Франции. По сравнению с развивающимися странами СССР был безусловным лидером в автомобилестроении. При анализе развития российской автомобильной промышленности после 1991 г. можно отметить 3 основных периода.

Первый период (1991–2005 гг.) характеризуется быстрым открытием внутреннего рынка, стремительным ростом импорта новых и, особенно, подержанных автомобилей. В указанные годы начинается «отверточная» (либо крупноузловая) сборка иностранных марок на территории России, которая позволяет на льготных условиях ввозить основные компоненты и является, по сути, формой скрытого импорта.

Второй период (2005–2010 гг.) характеризуется переходом к режиму промышленной сборки и строительству первых сборочных заводов полного цикла, акцент которых направлен на локализацию производства.

В начале 2010 г. начинается третий период, во время которого государство решило усилить процесс локализации производства и стимулировать выпуск автокомпонентов на собственной территории с высокой добавленной стоимостью в соответствии с требованиями к расширению мощностей иностранных компаний и развитию исследовательских центров.

Высокое производство и выпуск иномарок российской сборки существенно изменили структуру автомобильного рынка России, можно отметить, что за период реформирования российские марки существенно потеряли свою долю рынка. Российский рынок оказался чересчур открыт для ввоза зарубежных автомобилей, а условия для организации сборочных производств, предусматривающих ввоз автокомпонентов при уплате минимальных пошлин, оказались слишком поверхностными. Навык последних лет дает понимание того, что без применения зарубежного капитала и технологий формирование конкурентоспособной автоиндустрии практически не осуществимо. Также РФ приняла обязательство понизить таможенные пошлины на ввоз новых автомобилей из-за рубежа с 25% до 15%.

На сегодняшний день российских автопроизводителей можно разделить на три основных типа:

- традиционные российские производители (например, АВТОВАЗ, КАМАЗ, ГАЗ, УАЗ и др.);
- российские автосборочные площадки («ОАГ», ТагАЗ, предприятия группы «Соллерс» и другие, осуществляющие сборку иностранных и отечественных брендов);
- иностранные автомобильные производители (это «Renault», «GM», «Ford» и др.).

Российский рынок легковых автомобилей в достаточной мере развит, поскольку представлен многочисленными моделями, однако при этом

возникают проблемы конкурентоспособности по масштабам производства. Производственно-технологическая база ОАО «АВТОВАЗ» способна реализовать до 1 млн автомобилей в год, в то время как большая часть других производителей легковых автомобилей выпускают лишь около 100 тыс. единиц в год.

Спрос на автомобильную продукцию связан с макроэкономическими показателями – процентными ставками, колебаниями цены на нефть, скачками курса валют, доходами населения и др. Возможно, что главной проблемой в развитии российской автоиндустрии является рост издержек производства, которому способствуют снижение курса рубля и низкая производительность.

В свою очередь хочется отметить, что ОАО «АВТОВАЗ» является крупнейшим в России автопроизводителем и компанией, активно работающей в 46 странах. Общества, входящие в Группу АВТОВАЗ, ведут деятельность более чем в 17 государствах; в нее входят около 270 дочерних предприятий, а общая численность ее персонала превосходит 20 000 человек. Все эти ресурсы предоставляют компании глобальные возможности. Предприятия Группы активно участвуют в таких областях, как телекоммуникации, энергетика, строительство, а также оказывает финансовые и страховые услуги.

3. При проведении финансовой оценки ОАО «АВТОВАЗ» как части автомобильной промышленности России выявлено, что наибольшую долю составляют основные средства. На 2015 г. доля основных средств увеличивается, она достаточно интенсивно обновляется, что может повлиять на увеличение качества выпускаемой продукции, увеличение себестоимости связанной с ремонтом основных средства также оплата простоев.

Величина доли запасов к 2013 г. увеличивается, это отрицательно сказывается на обществе, т.к. денежные средства не уходят в оборот. Но в 2014 г. ситуация улучшается, доля запасов снизилась на 39,78% по отношению к 2013 г.

Доля дебиторской задолженности до 2014 г. растет, это отрицательно сказывается на деятельности общества, т.к. деньги выводятся из оборота.

Действия которые необходимо предпринять, для снижения доли дебиторской задолженности – это выполнить анализ дебиторской задолженности по каждому покупателю. Выявить просроченную дебиторскую задолженность – выполнить акт сверки. Требовать возврата в письменной форме (заказные письма с уведомлениям), исковые заявления в суд.

При проведении горизонтального анализа выявлен рост кредиторской задолженности. Увеличение кредиторской задолженности характеризует то, что увеличивается объем коммерческих кредитов, это может грозить сокращением объема поставок по договорам отсрочки платежа, изменений условий договора, а именно поставка по предоплате, судебными тяжбами с поставщиками, упадку имиджа, снижение деловой репутации.

4. Проанализировав деловую активность общества, можно сделать следующие выводы: коэффициент оборачиваемость активов имеют отрицательную динамику. Проблемы общества в 2015 г. были связаны с невысокой выручкой от реализации. Аналогичная проблема по оборачиваемости внеоборотных и оборотных активов наблюдалась в 2015 г. в связи с невысокой выручкой от реализации.

Проанализировав оборачиваемость кредиторской и дебиторской задолженности в 2011 – 2015 гг. можно отметить, что оборачиваемость кредиторской задолженности больше, чем оборачиваемость дебиторской задолженности, из этого следует, что у общества нет остатка свободных денежных средств. Снижение оборачиваемости кредиторской задолженности, т.е. увеличение периода свидетельствует о неблагоприятной ситуации деятельности общества на что повлияло выручка от реализации и средняя стоимость кредиторской задолженности.

5. Рассчитав коэффициенты текущей и срочной ликвидности, видно отрицательную динамику данных коэффициентов. Это связано с увеличением текущих обязательств, увеличением краткосрочной дебиторской задолженности, а так же увеличением денежных средств. Но организация достигает рекомендуемого значения только в коэффициенте срочной

ликвидности в 2011-2012 гг. Можно сделать вывод, что общество в анализируемом периоде является практически не платежеспособным.

Также были рассчитаны коэффициенты финансовой устойчивости:

Рассчитав коэффициент автономии (независимости), видно стремительное снижение данного коэффициента за периоды 2011-2015 гг., но даже в 2011 г. данный показатель не достиг рекомендованного значения. Коэффициенты за данный период показывают, что общество с малой вероятностью может погасить свои долги за счет собственных средств, общество в большей степени зависимо от заемных источников финансирования и тем менее устойчивое у нее финансовое положение.

Проанализировав коэффициент соотношения заемных и собственных средств, видно увеличение зависимости общества от заемных средств. Это связано с увеличением долгосрочных пассивов, краткосрочных пассивов и резервов, а также в связи с уменьшением капиталов.

При проведении расчетов коэффициента финансовой устойчивости видно, снижение данного коэффициента, в 2011-2012 гг. он почти достигает рекомендуемого значения. Данная отрицательная динамика обусловлена снижением собственного капитала и незначительным ростом долгосрочных кредитов и займов. Т.е. снижается доля тех источников финансирования, которые организация может использовать в своей деятельности длительное время.

При расчете коэффициента обеспеченности собственными источниками финансирования, мы видим отрицательное значение коэффициента за период 2011-2015 гг. это характеризует отсутствие собственных оборотных средств, необходимых для финансовой устойчивости общества.

6. Рассчитав рентабельность совокупных активов, оборотных активов и собственного капитала в 2013-2015 гг. общество имеем отрицательный показатель, это является следствием того, что общество сработало в указанный период с убытком. 2011-2012 гг. имеет положительный показатель, т.к. АВТОВАЗ имеет чистую прибыль. Рассчитав рентабельность инвестиции,

материальных активов и продаж в период 2013-2015 гг. мы видим отрицательный показатель. Это является следствием того, что прибыль до налогообложения была отрицательной. Рассчитав рентабельность выручки, проблемой общества в период 2013-2015 гг. была отрицательная прибыль от продаж. И только в 2011 и 2012 гг. этот показатель был положительным. Рассчитав рентабельность финансовых вложений, мы видим значительное увеличение показателя начинается с 2014 г., это говорит о том, что у общества в 2014 г. и в 2015 г. появились доходы от полученных субсидий по процентам. Рассчитав общий уровень рентабельности в 2013-2015 гг. общество имеет отрицательный показатель, это является следствием того, что общество сработало в указанный период с убытком, но в 2011-2012 гг. общество имеет положительный показатель рентабельности, т.к. АВТОВАЗ в указанный период имеет прибыль от продаж. Рассчитав рентабельность по Дюпону в 2013 г. мы видим отрицательный показатель. Выявить проблему в 2013 г. нам поможет более детальное рассмотрение формулы: первое составляющее формулы имеет отрицательное значение, т.к. общество сработало в убыток; вторая составляющая показывает нам невысокую выручку по отношению к аналогичному показателю 2012 и 2014 гг. Также не велика сумма активов и собственного капитала, в отличии аналогичных периодах.

Если рассмотреть общество в целом за пять анализируемых лет, то можно смело сказать, что 2015 г. для ОАО «АВТОВАЗ» был неудачным, об этом нам говорят наши показатели рентабельности, они почти все имеют отрицательное значение. Положительная ситуация у ОАО «АВТОВАЗ» была в 2011 и 2012 гг., скорее всего организация воспользовалась определенными методами повышения рентабельности предприятия после кризиса 2008 г. Проанализировав динамику расчетов по всей работе, мы наблюдаем плачевное состояние общества. Но рассмотрев перспективу развития ОАО «АВТОВАЗ» можно смело сказать, что у этого общества есть все основания иметь положительный финансовый результат в дальнейших годах.

7. Проанализировав вышеперечисленные проблемы, нами было предложено несколько рекомендаций по управлению прибылью и рентабельностью общества, а именно: уменьшение постоянных затрат, внедрение ценового леввериджа, внедрение натурального леввериджа, а также мероприятия связанные со снижением стоимости доставки комплектующих.

Проанализировав данные предложения на примере LADA GRANTA, самым оптимальным для получения большей прибыли и увеличения рентабельности является вариант при увеличении цены на автомобиль. Именно при увеличении цены на автомобиль, все показатели имеют положительную динамику, так например рентабельность увеличилась на 11,87%, порог рентабельности снизился на целых 22,08%, а степень предпринимательского риска уменьшилась на 25,72%. Также если смотреть с точки зрения операционного леввериджа, то лучшим вариантом тоже считает увеличении цены. Т.к. при увеличении цены изменение выручки на 1% приведет к изменению прибыли на 16,29%, а при увеличении объема производства изменение выручки на 1% приведет к изменению прибыли всего лишь на 2,34%, а так же другие показатели внедрения ценового леввериджа являются более лучше, чем при внедрения натурального леввериджа.

Проанализировав расчет связанный со снижением стоимости доставки комплектующих для LADA GRANTA, видно, что основной задачей было увеличить количество деталей в таре, что нам и удалось, за счет официального подтверждения специалистов по логистике ООО «ОАГ». Вследствие чего общий экономический эффект от внедрения мероприятия составил 764 588,32 руб. в год. И это только за счет изменения вместимости на три КИ, а комплектующих изделий поставляемых с Тольятти в Ижевск несколько сотен, только для одной комплектации одной модели.

8. Также считаем необходимым предложить несколько стратегий по улучшению финансового результата общества:

- уменьшение себестоимости в части материальных и финансовых затрат посредством снижения материалоемкости и трудоёмкости продукции;

- внедрение новых технологий и оборудования;
- повышение качества продукции и оптимизация ассортимента;
- локализация комплектующих изделий;
- снижение ТЗР, за счет увеличения вместимости в тары;
- увеличение оборачиваемости оборотных средств;
- совершенствование структуры организации в целях наиболее эффективной организации труда;
- сокращение нереализованных остатков на начало и конец отчётного периода;
- реализации основных фондов и иного имущества предприятия. Но следует учитывать, что, увеличивая налогооблагаемую прибыль экономического субъекта, такого рода операции могут одновременно привести к снижению его производственной мощности. Реализовывать или сдавать в аренду имеет смысл только-то оборудование, выбытие которого не окажет отрицательного эффекта на процесс производства;
- наконец увеличение оптовой цены на автомобили, но нельзя забыть про конкуренцию и произвести анализ согласованный со всеми службами подразделений.

Проблема повышения финансовых результатов является важнейшей для любого хозяйствующего субъекта, так как именно в финансовом результате заключается выраженный в денежной форме итог хозяйственной деятельности организации в целом и ее отдельных подразделений.

В данной работе обоснованы положения о сущности, необходимости и значении оценки финансового состояния общества. Рассчитаны уменьшение постоянных затрат, внедрение ценового левеиджа, внедрение натурального левеиджа, а также мероприятия связанные со снижением стоимости доставки комплектующих на примере российского автопроизводителя ОАО «АВТОВАЗ».

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 №51-ФЗ (принят ГД ФС РФ 21.10.1994) (ред. от 03.07.2016) // КонсультантПлюс: справ.правовая система. - М.: КонсультантПлюс, 1992 - 2016.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 №146-ФЗ (принят ГД ФС РФ 16.07.1998) (ред. от 03.07.2016) // КонсультантПлюс: справ.правовая система. - М.: КонсультантПлюс, 1992 - 2016.
3. Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ "О бухгалтерском учете" (ред. от 23.05.2016) // КонсультантПлюс: справ.правовая система. - М.: КонсультантПлюс, 1992 – 2016
4. Приказ Минпромторга России от 23.04.2010 N 319 "Об утверждении Стратегии развития автомобильной промышленности Российской Федерации на период до 2020 года" (ред. от 27.12.2013) // КонсультантПлюс: справ.правовая система. - М.: КонсультантПлюс, 1992 - 2016.
5. Приказ Минфина России от 06.05.1999 №32н "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Доходы организации" ПБУ 9/99" (Зарегистрировано в Минюсте России 31.05.1999 N 1791) (ред. от 06.04.2015) // КонсультантПлюс: справ.правовая система. - М.: КонсультантПлюс, 1992 - 2016.
6. Приказ Минфина России от 06.05.1999 N 33н "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Расходы организации" ПБУ 10/99" (Зарегистрировано в Минюсте России 31.05.1999 N 1790) (ред. от 06.04.2015) // КонсультантПлюс: справ.правовая система. - М.: КонсультантПлюс, 1992 - 2016.
7. Постановление Правительства РФ от 29.03.2005 N 166 "О внесении изменений в Таможенный тариф Российской Федерации в отношении автокомпонентов, ввозимых для промышленной сборки" (ред. от 24.03.2014) // КонсультантПлюс: справ.правовая система. - М.: КонсультантПлюс, 1992 - 2016.
8. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 8 "Учетная

политика, изменения в бухгалтерских оценках и ошибки" (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 25.11.2011 №160н) (ред. от 26.08.2015) // КонсультантПлюс: справ.правовая система. - М.: КонсультантПлюс, 1992 - 2016.

9. Новый план счетов бухгалтерского учета. – М.: Проспект, Н76. 2013.

10. Абрютин М.С. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: Учебник. – М.: ДИС, 2010. – 206 с.

11. Алборов Р.А. Бухгалтерский управленческий учет: (теория и практика) / Р.А. Алборов. – М.: Дело и Сервис, 2005. – 217 с.

12. Алборов Р.А. Управленческий учет в организациях АПК: Монография / Р.А. Алборов – Ижевск: ФГБОУ Ижевская ГСХА, 2016. – 312 с.

13. Алборов, Р.А. Учет продукции (товаров), доходов и расходов и финансовых результатов / Р.А. Алборов, Л.И. Хоружий, С.М. Концевая. – М.: Экономика, 2002. – 130 с.

14. Алборов Р.А. Учет финансовых результатов и расчетов с бюджетом по налогу на прибыль / Р.А. Алборов // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 1998. – № 3. – С. 7-12.

15. Атаулов Р.Р. Взаимосвязь качества продукции и финансового результата деятельности // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2013. – № 4. – С.9-11.

16. Ашмарина Е.М. Финансовое право: Учебник для бакалавров. – М.: Юрайт, 2013. – 429 с.

17. Бабич А.М., Павлова Л.Н. Финансы: Учебник. – М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2009. – 687 с.

18. Баскакова О.В., Сейко Л.Ф. Экономика предприятия (организации): Учебник. – М.: ИНФРА, 2013. – 372 с.

19. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 320 с.

20. Березкин Ю.М., Алексеев Д.А. Финансовый менеджмент: Учебное пособие. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2015. – 330 с.

21. Берзинь И.Э. Экономика предприятия: Учеб.пособие. – М.: Дрофа, 2003. – 367 с.
22. Берзон Н. И. Финансы: Учебник для бакалавров. – М.: Юрайт, 2013. – 450 с.
23. Бобылева А.З. Финансовый менеджмент: проблемы и решения: Учебник для магистров. – М.: Юрайт, 2013. – 903 с.
24. Бреславцева Н.А. Бухгалтерский учет на предприятиях сферы услуг: Учеб.пособие для вузов. – СПб.: Феникс, 2011. – 442 с.
25. Брусов П.Н. Финансовый менеджмент. Финансовое планирование: Учеб.пособие. – М.: КНОРУС, 2013. – 226 с.
26. Бурмистрова Л.М. Финансы организаций (предприятий). – М.: ИНФРА-М, 2015. — 240 с.
27. Бусов В.И. Оценка стоимости предприятия (бизнеса): Учеб.пособие для бакалавров. – М.: Юрайт, 2014. – 430 с.
28. Бэмбер Л.С. Совокупный доход: кто боится отчетности о проделанной работе? / Л.С. Бэмбер // Журнал «Бухгалтерское обозрение». – 2010. – №85 (1). – С.97-126.
29. Васильева Л.С. Финансовый анализ: Учебник. – М.: КНОРУС, 2011. – 544 с.
30. Великая Е.Г., Чурко В.В. Стратегический потенциал и рентабельность организации // Вектор науки Тольяттинского Государственного Университета. – 2014. – № 2(17). – С.7-9.
31. Власова В.М. Анализ финансовых результатов, рентабельности и себестоимости продукции: Учеб.пособие. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 701 с.
32. Володин А. А. Управление финансами. Финансы предприятий: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 509 с.
33. Врублевская О.В. Финансы 3-е изд.: Учеб.пособие для вузов. – М.: Издательство Юрайт, 2012. – 590 с.

34. Врублевская О.В. Финансы, денежное обращение и кредит 2-е изд.: Учеб.пособие для вузов. – М.: Издательство Юрайт, 2011. – 714 с.
35. Гончаров И., Ходжсон А. Измерение и отчетность доходов в Европе / И.Гончарова, А.Ходжсон // Журнал «Международные бухгалтерские исследования». – 2011. – №10 (1). – С.27-59.
36. Грачев А.В. Анализ и управление финансовой устойчивостью предприятия: Учебник. – М.: Фин-пресс, 2010. – 208 с.
37. Грачева Е.Ю. Финансовое право: Учеб.пособие. – М.: Проспект, 2014. – 110 с.
38. Григорьева Т.И. Финансовый анализ для менеджеров: Учеб.пособие для магистров. – М.: Юрайт, 2013. – 462 с.
39. Грищенко О.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учеб.пособие. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2008. – 112 с.
40. Грузинов В.П. Экономика предприятия (предпринимательская): Учебник для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 795 с.
41. Ермасова Н.Б. Финансовый менеджмент: Учеб.пособие для вузов. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 621 с.
42. Ермолович Л.Л. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учеб.пособие. – М.: Интерпресссервис, 2012. – 576 с.
43. Ефимова О.В. Финансовый анализ: Учеб.пособие – М.: Бухгалтерский учет, 2012. – 528 с.
44. Ефимова О.В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений: Учебник – М.: Омега-Л, 2014. – 348 с.
45. Жилкина А.Н., Ковалева А.М. Финансы: Учебник для бакалавров. – М.: Юрайт, 2015. – 443 с.
46. Жилияков Д.И. Финансово-экономический анализ (предприятие, банк, страховая компания): Учеб.пособие. – М.: КНОРУС, 2012. – 368 с.
47. Камышанов П.И. Практическое пособие по аудиту: Учеб.пособие. – М.: Инфра-М, 2011. – 522 с.

48. Ковалёв А.И., Привалов В.П. Анализ финансового состояния предприятия: Учебник. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2007 – 256 с.
49. Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. – М.: Проспект, 2013. – 424 с.
50. Ковалев В.В. Корпоративные финансы и учет: понятия, алгоритмы, показатели: Учебник – М.: Проспект, 2014. – 880 с.
51. Когденко В.Г. Практикум по экономическому анализу: Учебник. – М.: Перспектива, 2011. – 240 с.
52. Когденко В. Г. Краткосрочная и долгосрочная финансовая политика: Учеб.пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 471 с.
53. Козлова Е.П. Бухгалтерский учет: Учеб.пособие. – М.: Финансы и статистика, 2011. – 475 с.
54. Колачева Н.В., Быкова Н.Н. Финансовый результат предприятия как объект оценки и анализа / Н.В. Колачева, Н.Н. Быкова // Вестник НГИЭИ. – 2015. – № 1(44). – С.29-35.
55. Колпакова Г.М. Финансы, денежное обращение и кредит: Учеб.пособие для бакалавров. – М.: Юрайт, 2014. – 538 с.
56. Колчина Н.В. Финансы организаций (предприятий): Учебник для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 407 с.
57. Колчина Н.В., Поляк Г.Б., Павлова Л.П. Финансы предприятий: Учебник для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010г. – 447 с.
58. Косолапова М.В., Свободин В.А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебник. – М.: Дашков и К, 2014. – 247 с.
59. Кричевский М.Л. Финансовые риски: Учеб.пособие. – М.: КНОРУС, 2013. – 244 с.
60. Крутик А.Б., Хайкин М.М. Основы финансовой деятельности предприятия: Учебник. – Спб.: Бизнес – пресса, 2006. – 445 с.
61. Крылов Э.И. Анализ финансового состояния и инвестиционной привлекательности предприятия: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 192 с.

62. Лаврушин О.И. Финансы и кредит: Учеб.пособие. – М.: КНОРУС, 2012. – 315 с.
63. Мазурина Т.Ю. Финансы организаций (предприятий): Учебник. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 528 с.
64. Макарова В.И. Основные проблемы и перспективы развития предприятий автомобильной промышленности / В.И. Макарова // Журнал «Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева». – 2014. – №1 (30). – С.5-16.
65. Макарьева В.И. Анализ финансово-хозяйственной деятельности организации: Учеб.пособие. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 264 с.
66. Маркс К. Теории прибавочной стоимости. (IV том «Капитала»). Ч. 3. (Соч. – 2-е изд. / К. Маркс, Ф. Энгельс; Т.26, Ч.3) – М., 1964. – 674 с.
67. Нешиной А.С., Воскобойников Я.М. Финансы: Учебник. – М.: ИТК «Дашков и К°», 2012. – 528 с.
68. Овчарова Е.В. Финансовый контроль в Российской Федерации: Учебное пособие. – М.: Зерцало, 2015. – 224 с.
69. Параскан К.Н. Рентабельность предприятия и ее значение в современной экономической практике / К.Н. Параскан // Тотальные аспекты инновационных технологий. – 2014. – С.88-91.
70. Пелих А.С. Экономика предприятия: Учебник. – Ростов на Дону: Феникс, 2010. – 416 с.
71. Петрова Г.В. Международное финансовое право: Учебник для магистров. – М.: Издательство Юрайт, 2011. – 457 с.
72. Подборнова Е.С. Перспективы развития автомобильной промышленности России с учетом участия во всемирной торговой организации / Е.Е. Подборнова // Журнал «Основы экономики, управления и права». – 2015. – №3 (9). – С.42-44.
73. Протасов В.Ф. Анализ деятельности предприятия (фирмы): производство, экономика, финансы, инвестиции, маркетинг: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2011. – 536 с.

74. Пятов М.Л., Смирнова И.А. Доходы и расходы организации: трактовка МСФО // БУХ.1С. – 2008. – № 2. – С.35-47.
75. Ранцкий К.А. Экономика организаций: Учебник. – М.: Дашков и Ко, 2012. – 1012 с.
76. Рогова Е.М., Ткаченко Е.А. Финансовый менеджмент: Учебник для вузов. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 540 с.
77. Романовский О.В., Врублевская О.В. Финансы: Учебник для бакалавров. – М.: Юрайт, 2012. – 590 с.
78. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности: Учеб.пособие. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 272 с.
79. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 384 с.
80. Семенов В.М. Экономика предприятия: Учебник. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2010. – 360 с.
81. Сребник Б.В. Финансовые рынки: профессиональная деятельность на рынке ценных бумаг: Учеб.пособие. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 365 с.
82. Сергеев И.В. Экономика предприятия: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 304 с.
83. Табурчак П.П. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности: Учеб.пособие для вузов. – СПб.: Химиздат, 2008. – 288 с.
84. Тавасиев А.М. Банковское дело: управление кредитной организацией: Учеб.пособие. – М.: Дашков и К, 2011. – 639 с.
85. Терктас Б. Учет совокупного дохода: Причины отчетности выбора деятельности и реакции с инвесторами / Б. Терктас // Журнал «Международные бухгалтерские исследования». 2013. – №4. – С.58-63.
86. Толкачева Н.А. Финансовый менеджмент: Курс лекций – М.: Директ-Медиа, 2014. – 144 с.
87. Титов В.И. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. – М.: Дашков и Ко, 2013. – 352 с.

88. Фридман А.М. Финансы организации (предприятия): Учебник. – М.: Дашков и К, 2015. – 488 с.
89. Чалдаева Л.А. Финансы, денежное обращение и кредит: Учебник для бакалавров. – М.: Юрайт, 2012. – 540 с.
90. Чечевицына Л.Л. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: Учебник. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2015. – 352с.
91. Чуев И.Н., Чечевицына А.Н. Экономика предприятия: Учебник. – М.: Дашкова и Ко, 2010. – 416 с.
92. Фирсова А.А., Татарский Е.А. Финансы предприятия: Учебник. – М.: Альфа – Пресс, 2012. – 384 с.
93. Шапкин А.С. Экономические и финансовые риски: оценка, управление, портфель инвестиций: Учеб.пособие. – М.: Дашков и К, 2014. – 543 с.
94. Шеремет А.Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций: Учеб.пособие – М.: ИНФРА-М, 2015. – 237 с.
95. Шохина Е.И. Финансовый менеджмент: Учебник. – М.: КНОРУС, 2014. – 475 с.
96. Шувалова Е.Б. Налогообложение организаций финансового сектора экономики: Учеб.пособие. – М.: ИТК «Дашков и К°», 2012. – 176 с.
97. Шуляк П.Н. Финансы предприятия: Учебник. – М.: ИТК «Дашков и К°», 2013. – 624 с.
98. Щадилова С.Н. Основные отличия в бухгалтерском учете согласно российским и международным стандартам / С.Н. Щадилова // Аудитор. – 2013. – № 5. – С.12-22.
99. Щиголев А.В. Автомобильная промышленность России: тенденции и перспективы развития в после кризисный период / А.В. Щиголев // Журнал «Транспортное дело России». – 2013. – №2. – С.83-84.
100. Ярыгина Н.С. Научные взгляды на содержание финансовой стратегии предприятия корпоративного типа // Вестник Поволжского Государственного Университета Сервиса. – 2014. – № 6(38). – С.145-152
101. Официальный сайт ОАО «АВТОВАЗ» // <http://www.lada.ru>

102. Официальный сайт Центрального Банка РФ // <http://www.cbr.ru>

103. Федеральная служба государственной статистики // <http://www.gks.ru>

