

经营杠杆的分析与应用

辽宁工程技术大学工商管理学院 王宏新

【摘要】经营杠杆在企业生产过程中被经常使用并发挥着推动经济增长的效用,正确运用经营杠杆进行筹资结构的规划和资产配置组合的决策,具有十分重要的意义。本文针对东北老工业基地面临的现实问题,结合经营杠杆的影响因素提出了振兴东北老工业基地的对策。

【关键词】杠杆作用 经营杠杆 东北老工业基地

经营杠杆是指在某一固定成本比重的作用下,销售量变动对息税前利润产生的作用。经营杠杆的大小通常用经营杠杆系数(DOL)表示,它是企业计算息税前变动率与销售额变动率之间的比率,是由于企业存在固定成本而产生的,因此,任何企业都存在经营杠杆,而以制造业、采掘业为主的东北老工业基地来说,经营杠杆的作用就更明显了。

1. 经营杠杆的计算 经营杠杆系数 $DOL = \frac{\Delta EBIT / EBIT}{\Delta S / S}$

式中:EBIT:息税前利润; $\Delta EBIT$:息税前增减额;S:销售额; ΔS :销售增减额。

由于, $EBIT = Q(P - V) - F$, $\Delta EBIT = Q(P - V)$, $S = QP$, $\Delta S = QP$

式中:Q:销售量;P:销售单价;V:单位变动成本;F:固定成本。

所以: $DOL = \frac{Q(P - V) / Q(P - V) - F}{QP / QP} = \frac{Q(P - V)}{Q(P - V) - F} = 1 + \frac{QP / QP}{Q(P - V) - F} = \frac{F}{EBIT}$

2. 经营杠杆的影响因素。由上述公式可以看出影响经营杠杆系数变动的因素有:单位产品变动成本(V)、单位产品销售价格(P)、固定成本总额(F)、产品销售量(Q)。它们中一种因素或因素间组合变动都会引起经营杠杆率的变化,如果把企业的生产经营活动看作一个大的系统,则V、P、F共同反映了企业自身产品的盈利结构,属于系统内因素,而Q反映了市场对产品的需求水平,属于系统外因素。因此,经营杠杆系数受系统外因素和系统内因素的双重影响,是二者共同的结果。

观和审美标准,否则当地人不能有效地理解和识别广告所传递的信息,达不到广告宣传的预期效果,这也不可避免地导致广告策略适应化。

3. 价格标准化与适应化。由于影响各国产品价格的因素,诸如成本结构、产业竞争状况、汇率、利率、通货膨胀以及政府管制等,在国与国之间存在着较大的差异,实现价格标准化有相当大的难度。Vrontis 则明确指出了价格是营销组合中适应化程度最高的因素,价格适应化主要体现在价格水平、价格变动水平以及频率上,其次是价格折扣、佣金、付款条件等方面。但是迫于激烈的国际竞争压力,价格适应化产生的价格歧视差别不会太大。

4. 渠道标准化与适应化。由于各国分销渠道、购买习惯、物流设施和仓储费用等方面存在着巨大的差异,采用标准化的分销策略是不明智的,也是很难实现的,因此关于分销标准化和适应化的相关研究较少,两派的争论几乎不存在。跨国公司必须综合考虑上述各项要素,建立起适应当地环境的渠道系统。

四、标准化与适应化之争的意义和借鉴

标准化与适应化的争论加深了对国际营销的认识和理解,并促进了国际营销实践水平的提高,但是争论双方都集中于自己的狭隘理论视角之中,难免有偏颇之处。事实上,大部分企业在采用标准化营销时对营销过程和营销组合内容进行了适应性的裁剪,或是采用适应化营销战略时,也坚持了部分营销过程和营销组合内容的标准化。从另一个意义上说,企业采用的国际营销战略介于标准化和适应化这一连续统一体的中间,只是程度随影响因素而有所变化,因此争论使国际营销理论界和实务界认识到没有绝对的标准化与适应化营销,从而指出了未来国际营销的研究方向和发展趋势。国际营销正在向全球本地化营销战略方向演进,因此,未来需要研究影响营销过程和营销组合内容的各种因素,指出在何种情况,何种国际营销活动采用标准化或适应化,其程度大小如何,以及各种国际营销活动如何有机地组合起来,以实现最佳的国际营销实践。

【参考文献】

- [1]Albaum, G. & Tse, D. K., Adaptation of International Marketing Strategy Components, Competitive Advantage, and Firm Performance: A Study of Hong Kong Exporters, Journal of International Marketing, 2001, Vol. 9 Issue 4: 59 - 81.
- [2]Levitt, T., The globalization of markets, Harvard Business Review, 1983, Vol. 61 Issue 3:92 - 102.
- [3]Papavassiliou, N., & Stathakopoulos, V., Standardization versus adaptation of international advertising strategies: towards a framework. European Journal of Marketing, 1997, Vol. 31 Issue 7:504 - 527.
- [4]Vrontis, D., Integrating Adaptation and Standardization in International Marketing: The AdaptStand Modelling Process, Journal of Marketing Management, 2003, Vol. 19 Issue 3/4:284 - 305.
- [5]Whitelock, J. & Pimblett, C., the Standardization Debate in International Marketing, Journal of Global Marketing, 1997, Vol. 10 Issue 3:45 - 66.

例如,若变动成本总额为销售额的 40%,则在不同的 F 水平下,S 变化对 DOL 的影响情况计算如下表:

表 1 销售额变化对的影响表

销售额(万元)		400	200	133.33	100	80	40
变动成本总额(万元)		160	80	53.33	40	32	16
固定成本 F60 万元	DOL	1.33	2	4	∞	- 4	- 0.67
	EBIT	180	60	20	0	- 12	- 36
固定成本 F80 万元	DOL	1.5	3	∞	- 3	- 1.5	- 0.43
	EBIT	160	40	0	- 20	- 32	- 56

将表中数据绘成图如下:

由图可知:(1)随的增加(或减少)而下降(或上升),两者之间呈反向变动关系,而随的增减而增减,两者为同向变动关系。

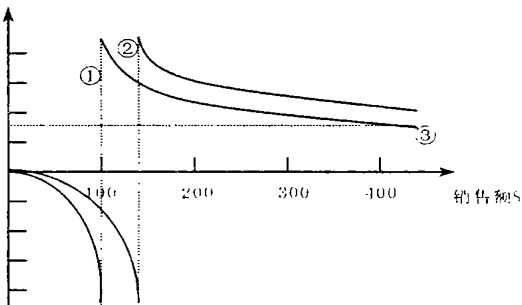
(2)虚线 和 分别表示为 60 万元和 80 万元下的保本点(分别为 100 万和 133.3 万)。当由高向低(或由低向高)变化接近保本点,即边际利润()趋于时, $\rightarrow +\infty$ (或 $\rightarrow -\infty$)。它说明销售的微小变化将导致息税前利润的剧烈变动,甚至引起企业经营状况的“质变”,企业由盈转亏或扭亏为盈。因此,保本点附近为高杠杆、高风险区域,销售变动情况对企业盈亏影响至关重要,应加以严密控制。

(3)虚线 和 的右侧区域分别是两种水平下的盈利区,在 $(1, +\infty)$ 内分布,的发生使 $\neq 1$ 。虚线左侧为亏损区,当 $0 \leq \text{边际贡献} \leq$ 时,则分布于 $(-\infty, 0)$,反映的是销售的变化与营业亏损反方向变动关系,企业减亏幅度取决于销售的增长百分比和的高低。在增长幅度相同的情况下,较低的要比较高的减亏幅度大,这是因为前者有较高的负值(参见例中数据)。

3. 从经营杠杆看东北老工业基地的改造对策

结合影响经营杠杆系数的几大因素,提出东北老工业基地的改造对策如下:

3.1 从价格上。结合东北老工业基地来说,许多企业产品呈现“四多四少”的特征:初级产品和 4 中间产品多,最终产品少;低附加值产品多,高附 3 附加值产品少;高能耗、技术含量低的产品多,低能 2 耗、技术含量高的产品少;“大路货”多,精品名品 1 少。这样在很大程度上降低了企业产品的档次和 0 竞争力,不利于企业的长期发展。对此,东北老工 业基地应该通过现代化技术对传统工业进行改 组、改造,提高原材料工业和装备工业的产业素质 和发展潜力。一方面压缩淘汰技术落后、附加值 低、没有市场的小塑料、小钢铁、小化工、小火电、 小建材等,另一方面重点提高大型骨干企业装备水平和工艺技术水平,搞好精深加工,增加品种,搞高产品质量和档次,降低成本,提高效益。企业只有加大产品开发力度,进行充分的市场调查,明确市场定位,对产品的结构进行调整,生产适销对路和高附加值的产品,才能提高企业产品竞争力,从而适当提高产品价格,使其获得最大利润,增强企业的可持续发展能力。



3.2 从变动成本上。结合东北老工业基地的现状,多数老企业都是在“一五”或“二五”期间建立的,有的甚至是“日伪”时期建厂的,经过几十年的超负荷运转,这些企业早已进入更新改造期,但是由于技术改造欠账太多,设备严重老化,工艺十分落后,劳动生产率低下,污染严重,导致许多企业以高变动成本来弥补企业设备老化、技术陈旧带来的问题,随之企业经营杠杆系数增大,经营风险提高。而一般情况下企业的生产技术和固定资产的使用效率在很大程度上决定了企业的变动成本,生产技术越新、固定资产的使用效率越高,企业的变动成本就能越有效的控制下来,因此加强技术更新和提高固定资产的使用效率是控制变动成本的关键。对此,东北老工业基地的企业应该根据各企业的实际情况和行业情况,加快企业技术和设备更新的步伐,同时大力挖掘潜力提高企业固定资产的使用效率,最大程度上提高企业的竞争力,从而达到企业脱困的目的。

3.3 从固定成本上。结合东北老工业基地的现状,许多企业存在一个很普遍的现象就是资产利用率低下,企业盲目求大,过分热衷规模经营,进行大规模的、重复的固定资产投资,使机器设备开工不足,生产能力未能充分发挥,单位上升,企业以较低的维持高额的,使变大,出现规模不经济现象,经营杠杆的负效应凸现。对此,企业应结合市场需求,积极处置闲置固定资产,剥离非生产用固定资产使用效率,形成合理的规模经济,最大程度上降低单位固定成本,使企业最大程度上的利用经营杠杆正效应,实现企业资产的良性循环,迅速摆脱经营危机。

3.4 从销售量上。结合东北老工业基地的情况,许多困难企业存在的问题是产销严重失衡,企业的流动

浅议农村市场抵御伪劣商品的信息措施

安徽农业大学管理学院 王丘 黄世祥

[摘要] 本文针对近年来伪劣商品在农村市场盛行的现象,探讨信息在农村市场抵御伪劣商品中的重要作用,提出加强普法教育及科普宣传,加强消费信息导向和预警功能,发挥媒体的信息放大作用,选择合适的信息传播工具,营造安全的消费环境等信息措施。

[关键词] 伪劣商品 信息措施

1. 信息缺失及信息不对称是伪劣商品盛行的土壤

伪劣商品在农村市场盛行的原因虽然复杂多样,但信息缺失及信息不对称是伪劣商品盛行的土壤。伪劣商品往往以低价大量侵入市场,而受伪劣商品侵害的多是在经济实力和信息实力上处于劣势的消费群体,如务农人员、“农民工”。在缺乏商品质量信息的状况下,只要能满足最低的生理需要,价格低廉是此类消费者的必然选择。除质量信息的缺失之外,道德信息、法律信息的缺失,也将助长伪劣商品的盛行。在“阜阳劣质奶粉案”于2004年3月曝光的前一年,该地区工商部门早已公布过33种劣质奶粉的“黑名单”,但身处农村的消费者并不知此“黑名单”的存在,依然选择价格便宜的“奶粉”,因信息缺失造成孩子重度营养不良直至死亡。

世界银行《1998/1999年世界发展报告——知识与发展》,将知识分为两类,即技术知识(如关于耕作、卫生保健或会计的知识)及有关属性的知识(如产品质量、借款人的信用度或雇员的勤奋度),并将有关后者的不平衡性称为信息问题。技术知识水平的提高非一日之举,我国至今依然存在着几千万的“文盲”且大多分布于农村,此外,还存在大量接受过文化教育的“科盲”与“法盲”。所谓“×盲”就是对某类技术信息处于相对缺乏状态,低于社会平均信息水平。据报道,“广东毒酒”的制造者多是文化水平和收入水平“双低”的农民,面对低成本高利润的诱惑,在不知甲醇为何物,不知制造的“商品”可害死人命的状况下,用工业酒精大肆勾兑出多达几十吨的“致命酒”,致使多人中毒死伤。提升国民的整体技术知识水平是我国必须解决的事关国家长远发展的宏观问题。而对于有关属性的知识的不平衡性问题却是与当事人密切相关的微观问题。解决此类问题的最有效途径就是充分发挥信息在经济活动中的作用。

2. 信息在打击农村伪劣商品市场中的作用

2.1 可以快速提升国民整体信息意识。信息无处不在,但要获取有价值的信息却必须具有信息意识。我国农村消费者的信息缺失原因复杂,但消费者信息意识薄弱却是主因之一。2004年4月,西安“宝马”体彩案的受害者刘亮爬上了广告牌,随即引起媒体的广泛关注,从而引爆“体彩”造假内幕,最终将不法者绳之以法,还公道于“彩民”。刘亮是一个17岁的农村青年,他的这种制造“热点”的行动也从一个侧面反映出他具有较强的信息意识。诸如此类的“亮点”报道经常出现于媒体,但亮点闪现的另一面也说明我国消费者整体资金

被严重挤占,导致企业进入恶性循环。通过对经营杠杆系数的敏感性分析知道,在影响的销售量和价格两种因素中,价格比销售量更加敏感。因此,在结合企业产品定价过程中,应优先综合考虑产品的价格因素:对于价格弹性较小的产品,提高产品价格;对于价格弹性较大的产品,在考虑价格和销售量敏感性的同时,应采取薄利多销的价格策略。对此,企业应加快营销推广,对积压产品采取薄利多销的价格策略,增加企业的销售量,从而提高企业的资金流动速度,使企业的发展逐步步入正轨。

4. 结论

综上,在东北老工业基地改造过程中,结合经营杠杆作用,得出以下几点结论:(1)在企业改造决策过程中,由于影响息税前利润的几大因素敏感性不同。同时,企业客观上也不可能对所有因素进行调整。因此,笔者认为企业应以这几大因素的敏感性大小的优先顺序对企业经营决策进行调整。其顺序如下:价格、销售量、变动成本、固定成本。(2)销售量的变动直接产生了经营杠杆的变动,而价格、变动成本、固定成本的变动是不会产生传统意义上的杠杆变动,所以企业只有扩大市场,提高产品销售量,才能使企业充分利用杠杆作用。(3)在东北老工业基地的改造过程中,面临的市场风险、经营风险不同。因此,企业应针对自身条件和情况,权衡利弊,选择适当的营销策略,最大限度发挥经营杠杆作用,使整个改造过程发挥最好效果。例如:在市场潜力巨大时,企业应采取薄利多销的策略,最大限度的获取利润。在市场饱和时,企业应走奇异性发展道路,生产特色产品,通过提高特色产品售价来获取最大利润。(4)结合东北不同地区的现实情况,在改造过程中,我们应加强对整个工业基地的调查研究,重点进行宏观结构调整,因地制宜,充分发挥各地区区位优势,发展优势经济,从而达到改造的目的。

[参考文献]

- [1]周晓波,叶丽丽.经营杠杆与财务杠杆的实证分析.会计之友,2002;(4)
- [2]宋冬林.关于东北老工业基地调整改造的主要问题和思路.吉林大学社会科学学报,2004;(1)
- [3]宋冬林.振兴东北老工业基地的资金“入口”与市场“出口”.税务与经济,2004;(1)