

ПЕРМСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

С. Л. Жуковская

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

ЧАСТЬ 1. ТЕОРИЯ
ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА



Пермь 2023

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«ПЕРМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

С. Л. Жуковская

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

ЧАСТЬ 1. ТЕОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

*Допущено методическим советом
Пермского государственного национального
исследовательского университета в качестве
учебного пособия для студентов, обучающихся
по направлениям подготовки бакалавров «Экономика»,
«Менеджмент», «Управление персоналом», «Торговое дело»
и по специальностям «Экономическая безопасность», «Таможенное дело»*



Пермь 2023

УДК 657.6(075.8)
ББК 65.053я73
Ж864

Жуковская С. Л.

Ж684 Экономический анализ. Теория экономического анализа [Электронный ресурс] : учебное пособие в 3 ч. / С. Л. Жуковская ; Пермский государственный национальный исследовательский университет. – Электронные данные. – Пермь, 2023. – Ч. 1 – 3,15 Мб ; 150 с. – Режим доступа: <http://www.psu.ru/files/docs/science/books/uchebnie-posobiya/ZHukovskaya-Ekonomicheskij-analiz-1chast-Teoriya-ekonomicheskogo-analiza.pdf>. – Заглавие с экрана.

ISBN 978-5-7944-3961-8

В соответствии с тематическим планом дисциплины пособие содержит основные положения курса по теории и методологии экономического анализа, а также контрольные вопросы, тестовые задания, задачи для самостоятельной работы. Учебное пособие предназначено для студентов очного и заочного отделений экономического факультета, обучающихся по направлению бакалавриата «Экономика», «Менеджмент», специальности «Экономическая безопасность», «Таможенное дело».

УДК 657.6(075.8)
ББК 65.053я73

*Издается по решению ученого совета экономического факультета
Пермского государственного национального исследовательского университета*

Рецензенты: кафедра «Анализ, бухгалтерский учет и аудита» ГАУ ДПО «Институт повышения квалификации – РМЦПК» (рец. – зав. кафедрой, канд. экон. наук **Н. Б. Польшалина**);

профессор кафедры экономического анализа и статистики Пермского института (филиала) ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова» д-р экон. наук, доцент **М. С. Оборин**

ISBN 978-5-7944-3961-8

© ПГНИУ, 2023
© Жуковская С. Л., 2023

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
Раздел 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА	6
1.1. Сущность экономического анализа.....	6
1.2. Виды экономического анализа.....	19
1.2.1. Классификация видов экономического анализа.....	19
1.2.2. Характеристики внутреннего (управленческого) и внешнего (финансового) анализа.....	26
1.3. Организация аналитической работы в компании.....	34
Раздел 2. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА	46
2.1. Последовательность проведения экономического анализа.....	46
2.2. Цели и задачи анализа, объекты анализа, система аналитических показателей.....	47
2.2.1. Методологические основы постановки целей и задач анализа, выбора объектов анализа.....	47
2.2.2. Методологические основы разработки системы аналитических показателей.....	52
2.2.3. Основные объекты экономического анализа. Схема формирования основных экономических показателей.....	70
2.3. Информационное обеспечение экономического анализа.....	79
2.4. Прием сравнения в экономическом анализе. Выбор базы сравнения.....	89
2.5. Методика факторного анализа.....	107
2.5.1. Сущность факторного анализа.....	107
2.5.2. Классификация факторов.....	108
2.5.3. Моделирование факторных систем.....	116
2.5.4. Методы факторного анализа.....	123
2.6. Понятие резервов в экономическом анализе.....	138
Заключение	146
Библиографический список	147

ВВЕДЕНИЕ

Экономический анализ деятельности организации является научной базой принятия управленческих решений в бизнесе. Для их обоснования необходимо выявлять и прогнозировать существующие и потенциальные проблемы, производственные и финансовые риски, определять воздействие принимаемых решений на уровень результатов деятельности субъекта хозяйствования, поэтому овладение методикой микроэкономического анализа экономистами и менеджерами всех уровней является составной частью их профессиональной подготовки, формирования профессиональных навыков и компетенций.

Квалифицированный бухгалтер, аудитор, экономист, финансист и другие специалисты экономического и менеджериального профиля должны хорошо владеть современными методами экономических исследований, мастерством системного комплексного микроэкономического анализа. Благодаря знанию техники и технологии анализа они смогут легко адаптироваться к изменениям рыночной ситуации и находить правильные решения и ответы. В силу этого освоение основ экономического анализа полезно каждому, кому приходится участвовать в принятии решений, либо давать рекомендации по их принятию, либо испытывать на себе их последствия.

Требования к аналитическому мышлению и навыкам аналитической работы включаются в перечень характеристик, которые присутствуют практически во всех должностных инструкциях специалистов различных профессий, имеющих интеллектуальную направленность.

В представленных материалах рассмотрены вопросы теории экономического анализа деятельности организации, в частности, теоретико-методологические и методические основы прикладного экономического анализа. Данный раздел является первым в блоке аналитических дисциплин.

В результате изучения раздела «Теория экономического анализа» студент должен:

знать:

- предмет, объекты, цели и задачи экономического анализа;
- основные принципы аналитических исследований;
- методологию проведения анализа процессов и явлений, характерных для субъектов хозяйствования разного профиля и организационно-правовых форм;
- типологию аналитических обоснований;
- основные стадии аналитических исследований;
- организационные аспекты аналитической работы в организациях;

– основы формирования информационного обеспечения аналитических исследований;

– методы и приемы экономического анализа;

уметь:

– разрабатывать план аналитических исследований;

– организовывать аналитическую работу в организации и ее структурных единицах;

– собирать, обрабатывать, анализировать и систематизировать информацию по теме аналитического исследования;

– выбирать методы и приемы анализа для решения конкретных экономических задач;

– использовать аналитические методы и приемы в оценке деловых ситуаций, бизнес-процессов, в оценке деятельности организации;

– применять количественные методы анализа для выявления резервов использования имеющихся ресурсов;

– готовить данные для составления обзоров, отчетов, аналитических записок;

владеть:

– методами анализа;

– программными продуктами по аналитической работе;

– приемами организации управленческой работы;

– навыками сбора, обработки, накопления информации для аналитических процедур;

– правилами формирования системы показателей, необходимых и достаточных для понимания сущности экономических явлений и процессов;

– навыками презентации результатов анализа при принятии управленческих решений.

Раздел 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

1.1. СУЩНОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Понятие экономического анализа. Термин «анализ» в переводе с греческого означает разделение, то есть анализ в узком смысле представляет собой разделение рассматриваемого объекта на составные части.

Анализ в широком смысле (так как понимается экономический анализ) – это общий подход, метод изучения экономических объектов и процессов; это совокупность специальных инструментов исследования. Он включает в себя не только разделение на составляющие, но и обратный прием – синтез (когда устанавливаются взаимосвязи отдельных составных частей) и множество других, узких приемов исследования.

Макроэкономический и микроэкономический анализ. Анализ проводится на различных уровнях экономики: макроуровне и микроуровне. Макроэкономический анализ проводится на уровне мировой экономики, национальной экономики, экономики отдельных отраслей и регионов. Микроэкономический анализ – на уровне отдельных хозяйствующих субъектов. Рассматриваемая нами дисциплина изучает анализ на микроуровне.

Объект и предмет экономического анализа. Под объектом обычно понимают то, на что направлена познавательная деятельность. Один и тот же объект может быть объектом исследования различных наук. Экономический анализ, как и любой другой предмет микроэкономики, изучает финансово-хозяйственную деятельность организации, а именно: бизнес-процессы организации, результаты деятельности организации за определенный период и его состояние на текущий момент времени (рис. 1).

Предмет познания – это отдельные стороны, свойства, отношения в объекте, которые изучаются только данной наукой. Спецификой экономического анализа является то, что финансово-хозяйственная деятельность рассматривается как система. И предметом экономического анализа являются причинно-следственные связи между составляющими этой системы.

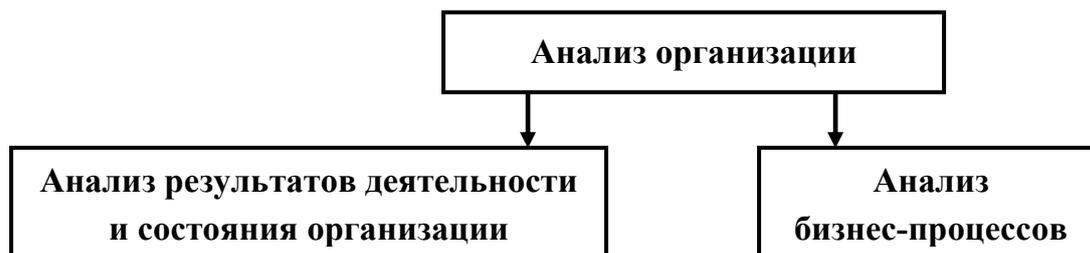


Рис. 1. Объекты экономического анализа

Экономический анализ в системе управления организацией. Цель, функции, задачи экономического анализа. На рис. 2 показана система управления организацией, которая включает в себя управляющую подсистему (субъект управления) и объект управления. Объектом управления является финансово-хозяйственная деятельность организации. Управление осуществляется при реализации функций управления. Основные функции управления – учетная (бухгалтерский, управленческий, оперативный, статистический учет), планирование, анализ, принятие управленческих решений. Учетная функция позволяет получить информацию о состоянии финансово-хозяйственной деятельности. С помощью планирования получают информацию о будущей деятельности организации. Учетные и плановые данные являются исходной информацией для экономического анализа. Далее, после аналитической обработки информации, на основе результатов анализа разрабатываются и принимаются управленческие решения. Таким образом, экономический анализ является связующим звеном между получением экономической информации и принятием управленческих решений как стратегических и тактических (в форме составления перспективных и текущих бизнес-планов), так и оперативных (по оперативному регулированию операционной деятельности). Его можно рассматривать как деятельность по подготовке данных, необходимых для обоснования и оптимизации управленческих решений. То есть **сущностью (основной целью)** экономического анализа является информационно-аналитическое обеспечение принимаемых управленческих решений.

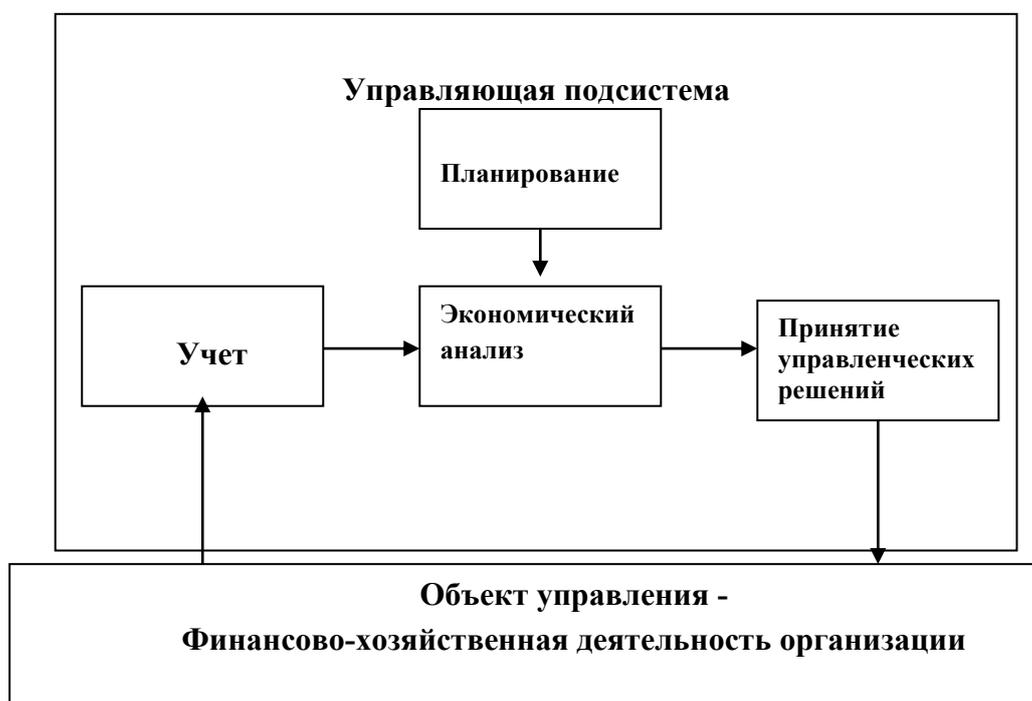


Рис. 2. Роль экономического анализа в системе управления организацией

Выделяют три основные области принятия деловых решений (рис. 3):

- операционная (текущая);
- инвестиционная;
- финансовая.

В табл. 1 даны определения видов деятельности в соответствии с российской системой бухгалтерского учета (РСБУ) и международными стандартами финансовой отчетности (МСФО).

Таблица 1

Определения видов деятельности в РСБУ и МСФО

Виды деятельности	РСБУ	МСФО
Инвестиционная	Деятельность, связанная с приобретением, созданием или выбытием внеоборотных активов (капитальные вложения, долгосрочные финансовые вложения, выпуск облигаций и других ценных бумаг долгосрочного характера).	Приобретение и выбытие долгосрочных активов и других инвестиций, не относящихся к эквивалентам денежных средств (денежные эквиваленты – это краткосрочные, высоко ликвидные вложения, легкообратимые в денежные средства, имеющие незначительный риск изменения стоимости/ценности).
Операционная (текущая)	Обычная деятельность, приносящая выручку и, как правило, связанная с формированием прибыли (убытка) от продаж.	Основная, приносящая доход деятельность компании и прочая деятельность, кроме инвестиционной и финансовой.
Финансовая	Деятельность, связанная с привлечением финансирования на долговой или долевой основе, приводящая к изменению величины и структуре собственного и заемного капитала (краткосрочные финансовые вложения; выпуск облигаций и иных ценных бумаг краткосрочного характера; выбытие ранее приобретенных на срок до 12 месяцев акций, облигаций и т.п.).	Деятельность, приводящая к изменениям в размере и составе собственного капитала и заемных средств компании.

В целом, операционная деятельность – это деятельность, для которой создана организация (производство и реализация продукции, продажа товаров, выполнение работ, оказание услуг) и которая в большинстве случаев приносит основной доход.

Инвестиционная деятельность – это деятельность, связанная с приобретением и выбытием долгосрочных активов и других инвестиций.

Финансовая деятельность – это деятельность, отражающаяся в изменении объема и состава собственного капитала и заемных средств организации.



Рис. 3. Анализ и управленческие решения

Реализация цели экономического анализа предполагает оценку сложившейся ситуации, диагностику и прогнозирование ее развития, поиск вариантов достижения желаемых результатов наиболее эффективными способами. В соответствии с этим выделяют три **функции анализа**: оценочную, диагностическую и поисковую.

Оценочная функция экономического анализа состоит в определении соответствия состояния бизнеса его целевым параметрам и потенциальным возможностям, диагностическая – в исследовании причин отклонений от целевых параметров и прогнозировании дальнейшего развития ситуации, а поисковая – в выявлении потенциальных возможностей достижения поставленных целей.

Исходя из целей и основных функций анализа, формируются **задачи экономического анализа**, которые можно сформулировать следующим образом:

1. Оценка деятельности организации. Анализ позволяет всесторонне охарактеризовать сложившуюся ситуацию, выявляя динамику характеристик состояния ресурсов организации и источников, их использования и полученных результатов.
2. Оценка реализации управленческих решений.
3. Оценка результатов деятельности организации по достижению поставленных целей – уровню результативности и эффективности бизнеса, использованию имеющихся возможностей, положению на рынке товаров и услуг и т.д.

4. Выявление факторов, обусловивших отклонение фактических показателей деятельности организации от нормативных, достигнутых в предыдущем периоде, запланированных или среднеотраслевых.

5. Раскрытие «узких мест» организации, что позволяет определить приоритетность инвестиций и реструктуризации бизнес-процессов.

6. Поиск проблем, недостатков, потерь и возможностей (резервов) совершенствования функционирования организации.

7. Оценка угроз, степени финансовых и операционных рисков и выработка внутренних механизмов управления ими с целью укрепления рыночных позиций организации и повышения доходности бизнеса.

8. Подготовка аналитических материалов для выбора оптимальных управленческих решений оперативных и стратегических задач менеджмента, формирования планов и бюджетов.

9. Определение нормативов или установление ограничений (лимитов) при формировании планов и бюджетов. Например, можно ограничить ликвидность компании (указать, что она должна быть не ниже определенного уровня), оборачиваемость запасов, соотношение собственных и заемных средств, стоимость привлечения капитала и т.д. Во многих компаниях существует практика установления лимитов для филиалов и дочерних фирм на основе таких показателей, как рентабельность, себестоимость продукции, отдача на инвестиции и т.д.

10. Разработка показателей (ключевых, оценочных, контролируемых), исходя из стоящих перед организацией целей и задач, и обоснование достижимости их целевых значений.

Одним из важных правил построения сбалансированной системы показателей (Balanced Scorecard) является принцип измеримости: все факторы, необходимые для управления организацией, должны быть представлены в виде конкретных показателей (индикаторов). Девиз концепции сбалансированной системы показателей — «If you can't measure it, you can't manage it» («Если Вы не можете это измерить, значит Вы не можете этим управлять»).

Так, ключевые показатели деятельности организации, подразделений, сотрудников помогают организации в достижении стратегических и тактических (операционных) целей. Контролируемые показатели являются маркерами задач, которые конкретизируют поставленные цели.

Кроме того, показатели позволяют осуществлять контроль деловой активности сотрудников, отдельных подразделений, оценить их вклад в достигнутые результаты организации и, следовательно, являются базой для стимулирования отдельных групп работников и определения возможностей удовлетворения запросов всех участников бизнеса (капитализация прибыли как основа развития организации, начисление дивидендов как способ удовлетворения запро-

сов учредителей, акционеров), менеджеров и работников организации (система премирования и формирование социального пакета).

В конкретных условиях могут ставиться и другие локальные цели, которые будут определять содержание процедур анализа финансово-хозяйственной деятельности. Таким образом, общее содержание аналитических процедур может определяться как спецификой работы организации, так и выбранным видом анализа (проблемно-ориентированный, перспективный, оперативный и т.п.).

В целом же, экономический анализ на всех стадиях управленческого цикла становится основой обоснования управленческих решений, контроля за их исполнением, выявляя негативные отклонения, определяя возможности совершенствования бизнеса и иницируя новые корректировочные управленческие решения.

Принципы экономического анализа. Анализ должен носить научный характер, т.е. основываться на положениях теории познания, учитывать требования экономических законов; использовать современные актуальные методы экономических исследований. С другой стороны, этот принцип предполагает раскрытие экономической сущности изучаемых объектов и явлений, правильную их оценку.

1. Анализ должен быть комплексным. Это требует всестороннего изучения объектов и явлений, раскрытия их основного содержания и факторов их формирования.

При применении комплексного подхода должны учитываться технические, экологические, экономические, организационные, социальные, психологические и другие (например, политические, демографические) аспекты деятельности и их взаимосвязи. Если упустить один из обязательных аспектов анализа, то проблема не будет полностью решена.

Комплексность предполагает использование разнообразной информации, необходимой и достаточной для достижения поставленной цели анализа, применение различных методов анализа.

2. При анализе используется системный подход, т.е. каждый изучаемый объект рассматривается как сложная динамическая система, состоящая из ряда элементов, определенным способом связанных между собой и с внешней средой. Изучение каждого объекта должно осуществляться с учетом всех внутренних и внешних связей, взаимозависимости и соподчиненности его отдельных элементов, взаимовлияния элементов на систему и на среду, а также влияния самой системы на ее структурные элементы.

Таким образом, любой экономический субъект может рассматриваться как звено более крупной хозяйственной системы (отрасли, региона, национальной экономики, мировой экономики), в то же время он сам представляет собой

систему, объединяющую различные структурные подразделения, систему различных экономических процессов и явлений.

Системный подход к экономическому анализу нацелен на исследование и усиление взаимосвязей:

а) отдельных подсистем и компонентов системы менеджмента (формирование стратегии организации, оперативное управление реализацией выработанной стратегии);

б) стадий жизненного цикла объекта управления (маркетинг, организационно-технологическая подготовка производства, производство и т.д.);

в) уровней управления по вертикали (страна, регион, город, организация, ее подразделения);

г) субъектов управления по горизонтали (планирование производства и снабжения, организация производства, кадровое, энергетическое, информационное, финансовое обеспечение и др.).

3. Принцип конкретности реализуется в целевой направленности и адресности проведения анализа, т.е. цели, задачи, необходимый инструментальный формулируются конкретно и лаконично, с тем чтобы быть максимально понятными и удобными для выполнения.

4. Принцип объективности предполагает, что выводы по результатам анализа требуется обосновать точными аналитическими расчетами; результаты анализа должны иметь числовое выражение; доказательность выводов по результатам анализа должна быть обеспечена посредством полного раскрытия причин изменений изучаемых объектов. Применяя данный принцип в процессе экономического анализа, очень важно минимизировать всякую субъективность при интерпретации полученной информации.

5. Принцип осторожности предполагает использование надежной, проверенной информации, реально отражающей объективную действительность, так как результаты любых аналитических процедур независимо от вида анализа следует рассматривать как субъективные оценки, которые не могут служить неоспоримым аргументом для принятия управленческого решения.

6. Анализ должен активно воздействовать на деятельность организации, на ход процессов и их результаты, своевременно выявлять недостатки в работе организации и резервы улучшения показателей. В ходе анализа должны быть конкретизированы причины изменения показателей, с указанием мест их возникновения и путей устранения отрицательного воздействия.

7. Принцип развертывания предполагает использование алгоритма расчетов «от общего к частному» с выделением наиболее существенных моментов и отбрасыванием несущественных.

8. Принцип оценки отклонений предполагает, что любые значимые отклонения от нормативных, плановых или среднеотраслевых значений показате-

лей и тенденции их изменения необходимо объяснять и тщательно анализировать даже в том случае, когда они имеют позитивный характер.

9. Принцип приемлемой точности в расчетах предполагает, что при проведении анализа наибольшую ценность представляет выявление тенденций и закономерностей, а не получение предельно точных оценок, которые чаще всего таковыми не могут быть в принципе.

10. Анализ должен проводиться систематически. Регулярность определяется для каждого объекта в зависимости от темпов его изменения и подвижности. Для одних объектов анализ может проводиться постоянно на основе непрерывного наблюдения (мониторинга), когда выявляются отклонения от заданных параметров; для других – через определенные интервалы, обусловленные длительностью производственного цикла, жизненного цикла продукции, техникой, технологией и т.п.; для третьих – через равные промежутки времени (ежемесячно, ежеквартально, ежегодно). Периодичность анализа необходимо объективно обосновать, анализ не должен проводиться от случая к случаю. Такой принцип требует планирования аналитической работы, а также распределения обязанностей по ее выполнению между исполнителями и контроля ее проведения.

11. Принцип преемственности предполагает соблюдение единых принципов аналитической работы, сопоставимость выводов, сделанных на основе различных тематических анализов в различные периоды времени.

12. Анализ должен быть оперативным. Под оперативностью понимают умение быстро и четко его проводить анализ, принимать и претворять в жизнь управленческие решения, обоснованные по результатам анализа. Оперативность заключается в своевременном выявлении и предупреждении причин отклонений от заданных параметров, определении путей устранения отрицательно действующих факторов, а также в закреплении и усилении действия положительных.

13. Принцип программности предполагает наличие четкой программы анализа для осознания заложенных в ней целей и ожидаемых результатов.

14. Принцип адекватности аналитического инструментария предполагает, что выбор аналитического инструментария при проведении анализа должен основываться на идее его целесообразности, так как использование сложных инструментов и методов еще не гарантирует получение более качественных оценок и выводов.

15. Анализ должен быть эффективным. Эффективность (экономичность) означает, что объем аналитической работы и затраты на ее проведение должны быть соизмеримы с эффектом, который она обеспечивает.

При проведении ретроспективного анализа затраты на его проведение соизмеряются с выявленными резервами производства; при оперативном анализе

затраты сопоставляются с сокращением потерь и предотвращением нерационального использования ресурсов. При проведении перспективного, маркетингового, инвестиционного, инновационного анализа, когда обосновывается стратегия развития объекта, затраты на анализ могут быть оправданны, так как они позволяют предотвратить неэффективные вложения. Обеспечение экономичности анализа в большой мере связано с регулярностью и четкой организацией аналитической работы, целесообразным уровнем ее централизации.

Рассмотренные принципы составляют основу системы аналитической работы. Принятию любого управленческого решения предшествует определенное его обоснование, базирующееся обычно на результатах некоторых аналитических процедур. Смысл и значимость подобных процедур, особенно в бизнесе, выходят далеко за рамки простых арифметических действий или расчета ряда аналитических показателей.

Таким образом, в процессе финансового анализа необходимо помнить, что, используя существующее множество методов и инструментов, можно получить различные результаты, которые нередко противоречат друг другу. В этом случае результаты проведенных аналитических процедур не должны абсолютизироваться, их не следует рассматривать как истинные аргументы, обосновывающие принятие того или иного управленческого решения, они должны дополняться различного рода субъективными оценками.

Тесты для самоконтроля

1. Экономический анализ – это:

а) структурный процесс исследования экономических явлений и оценка их чувствительности к изменению факторов внешней и внутренней среды и управленческим воздействиям;

б) метод, которым пользуются экономисты для получения информации об организации;

в) объект экономической науки.

2. Главное назначение экономического анализа:

а) выявление и измерение внутренних резервов;

б) оценка отклонений от плана;

в) выбор и обоснование действия, плана собственником, управленцем;

г) определение экономической эффективности.

3. Основная функция экономического анализа:

а) научное обоснование текущих и перспективных планов;

б) поиск резервов повышения эффективности производства;

в) контроль за выполнением планов.

4. Цель экономического анализа:

а) оценка соблюдения планов и нормативов;

б) выявление резервов улучшения результатов деятельности организации;

в) комплексная оценка эффективности хозяйственно-финансовой деятельности организации;

г) изучение характера действия экономических законов, установления закономерностей и тенденций экономических явлений и процессов в конкретных условиях организации.

5. Анализ как процесс подготовки информации, необходимой для управления организацией, отражает:

а) требования положений по бухгалтерскому учету (ПБУ);

б) потребности управления;

в) требования международных стандартов финансовой отчетности (МСФО);

г) требования потребителей продукции.

6. Экономический анализ способствует:

а) росту чистой прибыли;

б) росту выручки от продажи;

в) выявлению резервов экономического роста.

7. Примеры предметных областей (сегментов) экономического анализа:

а) планирование;

б) исследование себестоимости;

в) сбор информации;

г) хранение информации.

8. Объектом экономического анализа являются:

а) система норм, правил, инструкций, регламентов, служащих базой для проектирования и управления производственными процессами;

б) результаты финансово-хозяйственной деятельности и сами финансово-хозяйственные явления и процессы;

в) работа организации в целом и ее структурных подразделений (бизнес-единиц).

9. Задачи экономического анализа:

а) овладение расчетами обобщающих и частных показателей эффективности хозяйственной деятельности; изучение особенностей формирования величины показателей эффективности производства; познание основных факторов, влияющих на эффективность производства;

б) объективная оценка работы организации, выявление и оценка отклонений от плана; критическая оценка напряженности действующих планов; кон-

троль за ходом выполнения плана; влияние отдельных факторов на конечный результат;

в) связь между сопоставляемыми показателями и «факторным полем анализа»;

г) сопоставимость ассортимента и качества выпускаемой продукции; необходимость обеспечения совпадения планируемого и анализируемого периодов.

10. Сущность содержания экономического анализа:

а) изучение народного хозяйства в целом;

б) изучение индивидуальной трудовой деятельности трудящихся и создаваемых кооперативов;

в) изучение хозяйственной деятельности объектов народного хозяйства (в том числе и самого народного хозяйства), складывающегося под воздействием объективных и субъективных факторов и получающего соответствующее отражение через систему экономической информации;

г) определение вспомогательных подотраслей знаний.

11. В чем сущность экономического анализа как особой функции управления производством?

а) не занимается изучением влияния отдельных факторов на конечные результаты;

б) является одноцелевой функцией управления, направленной на оценку достигнутых результатов;

в) занимается исключительно обоснованием управленческих решений и их оптимизаций;

г) является многоцелевой функцией управления производством, направленной на исследование хозяйственных процессов и явлений, выявление факторов и причин, их обусловивших, включает в себя изучение экономических явлений в процессе выполнения текущих и перспективных планов, предварительную ориентацию в итогах деятельности организации и отраслей, оценку достигнутых конечных результатов.

12. Предмет экономического анализа – это:

а) торговая деятельность организации;

б) экономическая сторона хозяйственной деятельности организации;

в) сбытовая деятельность организации;

г) производственная деятельность организации.

13. Содержанием анализа хозяйственной деятельности как науки является:

а) научное обоснование текущих и перспективных планов, поиск резервов повышения эффективности производства на основе изучения передового опыта;

б) система специальных знаний, связанных с исследованием тенденций хозяйственного развития, научным обоснованием планов, управленческих ре-

шений, контролем за их исполнением, измерением влияния факторов, оценкой достигнутых результатов, поиском, измерением и обоснованием величины хозяйственных резервов повышения эффективности производства и разработка рекомендаций по их использованию;

в) изучение характера действия экономических законов, установление закономерностей и тенденций экономических явлений и процессов в конкретных условиях организации.

14. Определение предмета экономического анализа:

а) это хозяйственные процессы и конечные результаты, сказывающиеся в результате воздействия субъективных (внутренних) факторов;

б) это хозяйственные процессы организаций, других производственных подразделений и конечные производственно-финансовые результаты их деятельности;

в) это хозяйственные процессы организаций, социально-экономическая эффективность и конечные результаты их деятельности, оказывающиеся под воздействием объективных и субъективных факторов, получающие отражение через систему экономической информации;

г) это хозяйственные процессы и конечные результаты, складывающиеся в результате влияния объективных внешних факторов.

15. Цель экономического анализа:

а) информационно-аналитическое обеспечение функционирования системы бухгалтерского учета;

б) сбор, обработка, передача и хранение информации о деятельности организации;

в) информационно-аналитическое обеспечение аудиторской деятельности;

г) информационно-аналитическое обеспечение принимаемых управленческих решений.

16. К функциям (задачам) экономического анализа не относится:

а) поиск резервов повышения эффективности функционирования организацией;

б) разработка ценовой стратегии на новый товар;

в) изучение влияния внутренних и внешних факторов на результаты деятельности организации;

г) оценка результатов деятельности организации по реализации принятых управленческих решений.

17. К функциям (задачам) экономического анализа не относится:

а) изучение характера действия экономических законов, установление закономерностей и тенденций развития экономических явлений и процессов в условиях конкретной организации;

б) научное обоснование текущих и перспективных управленческих решений;
в) проверка соответствия бухгалтерского учета организации нормативным требованиям и достоверности сведений, содержащимся в ее финансовой отчетности;

г) контроль за выполнением плана и принятых управленческих решений.

18. Принцип комплексности экономического анализа означает, что:

а) анализ должен охватывать все звенья, все стороны деятельности и причинные зависимости в экономике организации;

б) оценивая определенные проявления экономической жизни, необходимо учитывать их соответствие государственной политике и законодательству;

в) затраты на анализ должны быть меньше экономического эффекта, полученного в результате его проведения;

г) анализ должен активно влиять на ход производства и его результаты.

19. Основные принципы экономического анализа:

а) принцип бесспорности, условности, справедливости, прочности;

б) принцип изучения объекта без учета его изменения во времени; принцип исследования взаимодействия, взаимосвязей, взаимообусловленности; принцип соподчиненности; принцип проявления необходимости и случайности;

в) все познается в движении, во взаимосвязях и взаимообусловленности; принцип причинно-следственной соподчиненности; принцип координационной и субкоординационной определенности; принцип проявления необходимости и случайности; принцип единства и борьбы противоположностей; принцип перехода количества в качество и качества в новое количество;

г) принцип изучения явлений, процессов, предметов обособленно друг от друга; принцип исключения причинно-следственных связей; принцип единства и борьбы противоположностей.

20. Научный способ познания сущности экономических явлений и процессов, основанный на разделении их на составные части и изучении их во всем многообразии связей и зависимостей это:

а) экономический анализ;

б) управленческий анализ;

в) маркетинговый анализ;

г) инвестиционный анализ.

Ответы: 1–б; 2–в; 3–б; 4–б; 5–б; 6–в; 7–б; 8–б; 9–б; 10–в; 11–г; 12–б; 13–б; 14–в; 15–г; 16–б; 17–в; 18–а; 19–в, 20–а

1.2. ВИДЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

1.2.1. Классификация видов экономического анализа

Экономический анализ классифицируется по различным признакам. Ниже рассмотрим основные классификации.

1. По отраслевому признаку:

1.1. отраслевой анализ. Это методики анализа. Они учитывают специфику отдельных отраслей экономики (промышленность, сельское хозяйство, строительство, торговля и т.д.);

1.2. межотраслевой анализ. Это теоретические и методологические основы анализа, единые для всех отраслей экономики.

2. По субъектам анализа:

2.1. внутренний анализ. Проводится в самой анализируемой организации;

2.2. внешний анализ. Проводится за пределами организации внешними субъектами, например банками, инвесторами, акционерами, контрагентами и т.д.

3. По времени проведения анализа:

3.1. ретроспективный анализ. Это анализ результатов деятельности организации за предшествующие периоды;

3.2. перспективный (прогнозный) анализ. Это анализ показателей деятельности организации с целью определения их возможных значений в будущем. Например, он позволяет оценить ожидаемое выполнение плана за текущий период, когда еще нет полной отчетности, на основе отчетных данных о работе организации за истекшие месяцы и предполагаемых данных выполнения плана до конца года.

4. По участию в процессе управления (По характеру принимаемых управленческих решений):

4.1. последующий анализ. Анализ проводится после совершения хозяйственных операций. Это анализ результатов деятельности организации за предшествующие периоды. Он используется для оценки и диагностики результатов деятельности организации, для изучения динамики, контроля за выполнением планов и управленческих решений, выявления резервов;

4.2. оперативный анализ. Анализ проводится во время совершения хозяйственных операций или изменения ситуации за короткие отрезки времени (смену, сутки, декаду и т.п.), т.е. в режиме реального времени.

Оперативный анализ направлен на решение задач, которые стоят перед оперативным управлением организацией и ее бизнес-единицами, и представляет собой в значительной степени инструмент управленческого учета. Его цель – постоянный мониторинг и оперативное оценивание изменений относительно

заданных параметров (например, относительно норм использования ресурсов (основных средств, материальных и человеческих ресурсов)), выявление нежелательных отклонений и причины их возникновения, своевременное принятие корректирующих мер по их устранению. Его основными задачами являются:

- повседневный контроль за ходом выполнения программ организацией в целом и отдельными ее бизнес-единицами;
- определение отклонений от плановых заданий и норм расхода трудовых и материально-технических ресурсов;
- установление конкретных причин отклонений от плановых заданий, норм и параметров;
- выявление неиспользованных резервов и разработка конкретных рекомендаций, направленных на максимально быстрое устранение выявленных недостатков;
- ликвидация или локализация влияния отрицательных факторов и по возможности полное использование положительных;
- своевременное предоставление управляющей системе полученной в результате анализа информации;
- повседневный контроль за реализацией разработанных мероприятий и их результативностью.

Результаты такого анализа используются для решения локальных задач: оптимизации использования ресурсов, распределения работ, интенсификации процесса производства, привлечения взаимозаменяемых ресурсов.

Источниками информации оперативного анализа служит первичная документация, данные бухгалтерского и оперативного учета, в частности: наряды, акты о простоях, данные табельного учета, лимитные карты, данные оперативного учета о движении материалов, сдаче полуфабрикатов, заказов, платежные требования и др.;

4.3. предшествующий анализ. Проводится перед проведением хозяйственных операций. Это анализ в процессе разработки и принятия управленческих решений, как текущих, так и перспективных.

Перспективный анализ является основой стратегического планирования. Важнейшими задачами такого анализа являются: прогнозирование хозяйственной деятельности, научное обоснование планов стратегического развития, оценка ожидаемых результатов выполнения бизнес-планов и планов развития. Стратегический (перспективный) анализ необходим при составлении годовых планов, так как он позволяет сделать прогноз значений отдельных экономических показателей в будущем, учесть влияние новых факторов, связанных с новыми технологиями и способных играть решающую роль в будущем.

5. По охвату изучаемых объектов:

5.1. полный анализ. Это анализ деятельности всей организации;

5.2. локальный анализ. Это анализ деятельности отдельных структурных подразделений организации (например, анализ деятельности транспортного цеха, анализ деятельности отдела маркетинга и т.д.).

6. По охвату изучаемых вопросов:

6.1. комплексный анализ. Это всесторонний анализ деятельности организации;

6.2. тематический анализ. Это анализ отдельных сторон и аспектов деятельности организации (например, анализ финансовых результатов, анализ себестоимости продукции и т.д.).

7. По аспектам исследования:

7.1. технико-экономический анализ. Проводится анализ уровня организации, техники и технологии и их влияния на экономику организации;

7.2. финансовый анализ. Включает в себя анализ финансовых аспектов деятельности организации (финансовое состояние, финансовые результаты, эффективность деятельности организации);

7.3. инвестиционный анализ. Проводится для оценки эффективности инвестиционной деятельности организации, для обоснования эффективности инвестиционного проекта;

7.4. маркетинговый анализ. Это анализ внешней среды хозяйствования организаций, спроса и предложения, конкурентоспособности продукции и т.д. Он предназначен для выбора наиболее эффективных методов их продвижения и позиционирования на рынке, изучения рынка сбыта и товароснабжения, формирования товарного предложения, ценовой политики организации;

7.5. функционально-стоимостной анализ. Целью данного вида анализа является определение оптимального сочетания потребительских свойств изделия и затрат на его разработку, производство и эксплуатацию. Он представляет собой метод определения резервов, направленный на выявление и предупреждение лишних затрат за счет ликвидации нерациональных узлов, деталей, производственных функций и операций, упрощения технологической линии, но при одновременном сохранении потребительских свойств продукции, ее качества;

7.6. социально-экономический анализ. Изучает взаимосвязь социальных и экономических процессов, влияние их друг на друга;

7.7. экономико-экологический анализ. Исследует взаимодействие экономических процессов на организации с экологической средой их функционирования.

8. По периодичности проведения анализа:

8.1. периодический анализ. Проводится регулярно через определенные промежутки времени (день, неделя, месяц, квартал, год);

8.2. разовый анализ. Проводится в связи с событиями разового характера (выпуск новой продукции, изменение технологии производства, изменение организационной структуры предприятия и т.д.).

Каждая из названных форм экономического анализа своеобразна по содержанию, организации и методике его проведения. Однако на практике отдельные виды экономического анализа встречаются редко. В процессе управления для обоснования принимаемых решений используется совокупность различных видов экономического анализа.

Тесты для самоконтроля

1. Классификация анализа финансово-хозяйственной деятельности организации по такому классификационному признаку, как периодичность проведения:

- а) структурный, функциональный;
- б) систематический, эпизодический (точечный);
- в) внутренний, сравнительный.

2. По периодичности виды экономического анализа классифицируют на:

- а) предварительный, последующий, оперативный;
- б) сплошной, выборочный;
- в) годовой, квартальный, месячный, декадный, каждодневный, сменный.

3. По пространственному признаку различают анализ:

- а) внутрифирменный;
- б) межфирменный;
- в) нет правильного ответа;
- г) а и б верны.

4. Виды экономического анализа по степени охвата изучаемых объектов:

- а) сплошной и выборочный;
- б) комплексный и тематический;
- в) периодический и разовый.

5. Анализ, который проводится сразу после совершения хозяйственных операций или изменения ситуации за короткие отрезки времени (смену, сутки и т.д.), называется:

- а) итоговым;
- б) повременным;
- в) оперативным.

6. Виды экономического анализа по признаку времени:

- а) предварительный и итоговый;
- б) комплексный и итоговый;
- в) предварительный и периодический;
- г) итоговый и тематический.

7. Сущность оперативного анализа:

а) призван быстро давать объективную оценку складывающимся хозяйственным ситуациям с выполнением заданий по управляемым объектам; своевременно выявлять и измерять влияние решающих факторов на отклонение от программы развития; вскрывать причины и резервы с целью принятия оптимального решения;

б) сущность оперативного анализа заключается в том, что он устанавливает единые формы бухгалтерской отчетности, приближенные к международным стандартам. Является основой принятия решений по регулированию производства;

в) оперативный анализ призван классифицировать виды экономической информации по формам движения, направлению движения. Применяет стандартные решения;

г) сущность оперативного анализа состоит в том, что он отвечает за основное производство, а также за товары. Используется на всех уровнях управления коммерческой организацией.

8. По содержанию процесса управления выделяют следующие виды экономического анализа:

- а) комплексный, системный, сравнительный;
- б) перспективный, ретроспективный, оперативный;
- в) сплошной, выборочный.

9. По субъектам экономический анализ может быть классифицирован на:

- а) комплексный и тематический;
- б) производственный и финансовый;
- в) внешний и внутренний.

10. На определение возможных значений хозяйствования организации в будущем направлен ... анализ:

- а) экономико-математический;
- б) перспективный;
- в) текущий;
- г) оперативный;
- д) отраслевой.

11. Если предметом экономического анализа являются все хозяйственные процессы организации, их ресурсы и результаты, то анализ называется:

- а) сегментарным;
- б) комплексным;
- в) текущим;
- г) тематическим.

12. Данный вид анализа используют для изучения тенденций развития организации, контроля за выполнением принятых планов и диагностики его состояния:

- а) последующий анализ;
- б) заключительный анализ;
- в) перспективный анализ.

13. Этот вид анализа может быть охарактеризован как процесс познания сущности финансового механизма функционирования субъектов хозяйствования:

- а) финансовый анализ;
- б) управленческий анализ;
- в) социально-экономический анализ;
- г) экономически-статистический анализ.

14. Сущность социально-экономического анализа:

- а) изучение социальных и экономических процессов в их взаимной связи;
- б) контроль затрат на социальные нужды персонала;
- в) причинно-следственные связи, определяющие результаты социально-экономического развития трудового коллектива;
- г) анализ социально-экономического роста коллектива.

15. Сущность экономико-экологического анализа:

- а) повышение роли принятия эффективных управленческих решений, связанных с охраной природы;
- б) сохранение нормального состояния взаимоотношений природы и человека;
- в) улучшение взаимоотношений природы и общества;
- г) причинно-следственные связи, определяющие результаты взаимодействия экологического и экономического процессов и изменения результатов за рассматриваемый период.

16. Вид анализа, который осуществляется в трех взаимосвязанных направлениях: анализ уровня производства, анализ организации производства труда и управления, анализ технического уровня выпускаемой продукции:

- а) сравнительный;
- б) финансово-экономический;
- в) технико-экономический.

17. Сущность технико-экономического анализа:

- а) факторные системы и методы измерения влияния факторов;
- б) причинно-следственные связи технико-экономических процессов, формирующих соответствующие результаты;
- в) изучение сущности и содержания объекта;
- г) процесс создания потребительских стоимостей с заданными функциями.

18. Технико-экономический анализ как вид экономического анализа можно выделить по:

- а) аспектам исследования;
- б) субъектам анализа;
- в) времени проведения и характеру принимаемых решений;
- г) способу формирования и обработки информации.

19. Анализ, в рамках которого изучаются отдельные стороны и аспекты деятельности организации, называется:

- а) локальный;
- б) периодический;
- в) тематический;
- г) оперативный.

20. По методам изучения объекта различают:

- а) факторный, фундаментальный, функционально-стоимостной, маржинальный анализы, экспресс-анализ;
- б) комплексный и тематический анализы;
- в) сплошной и выборочный.

21. Технико-экономический анализ наиболее эффективен на следующем этапе жизненного цикла товара:

- а) этапе эксплуатации;
- б) этапе проектирования производства товара;
- в) этапе производства товара;
- г) товар не является объектом такого анализа.

Ответы: 1–б; 2–в; 3–г; 4–а; 5–в; 6–а; 7–а; 8–б; 9–в; 10–б; 11–б; 12–а; 13–а; 14–а; 15–г; 16–в; 17–б; 18–а, 19–в, 20–а, 21–б

1.2.2. Характеристики внутреннего (управленческого) и внешнего (финансового) анализа

Организационно и содержательно экономический анализ подразделяют на внутренний (управленческий) и внешний (финансовый) (рис. 4). Это обусловлено сложившимся на практике разделением системы бухгалтерского учета в масштабе организации на финансовый учет и управленческий учет.

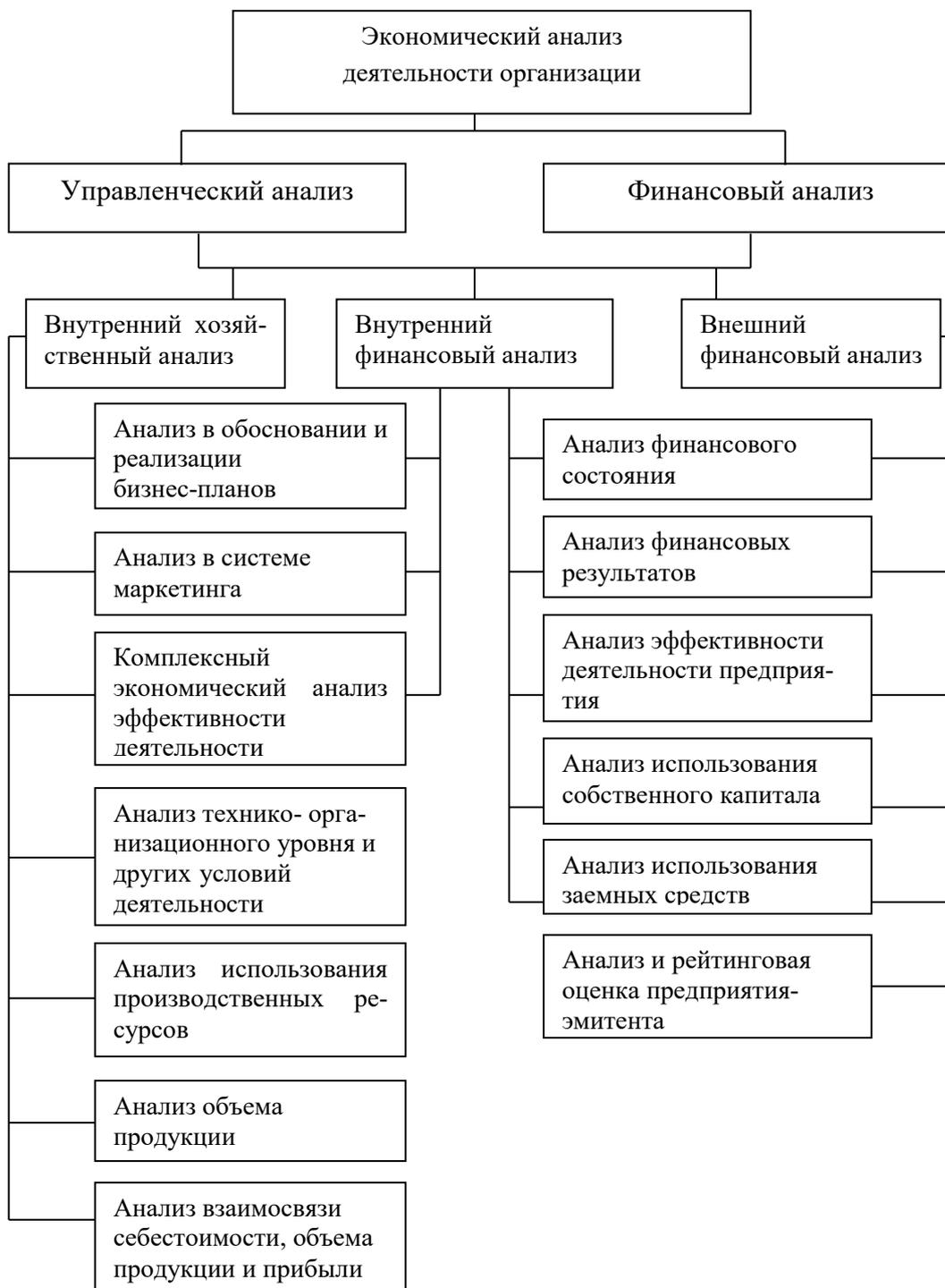


Рис. 4. Основные направления экономического анализа деятельности организации

Основные особенности направлений экономического анализа представлены в табл. 2.

Таблица 2

Основные характеристики направлений экономического анализа

Характеристики	Управленческий анализ	Внешний финансовый анализ
Назначение	Поиск возможностей достижения целей компании, например снижения затрат, роста продаж и повышения эффективности деятельности компании, улучшения ее финансового состояния.	Общая оценка имущественного и финансового состояния компании, ее деловой активности. Конкретные цели анализа определяются интересами партнерскими группами – потребителями результатов анализа.
Предмет анализа	1. Финансово-экономические процессы, факторы их обуславливающие и конечные результаты. 2. Комплексность анализа, т.е. изучение всех сторон деятельности организации, всех объектов.	1. Результаты финансово-экономических процессов 2. Поскольку ограничена информационная база, ограничены задачи анализа – это только анализ финансовых показателей.
Объекты анализа	Организация как целое и ее различные сегменты (бизнес-единицы, подразделения, службы, отделы), отдельные виды деятельности.	Организация как единое целое.
Субъекты анализа (исполнители)	1. Различные организационные структуры управления (отделы, группы, лаборатории, бюро) и отдельные лица, ответственные за проведение анализа (управленческий персонал организации (линейные и функциональные руководители и специалисты): бухгалтеры, экономисты, финансисты, менеджеры и др.). 2. Внешние консультанты для проведения анализа (профессиональные эксперты) – аудиторские, консалтинговые фирмы.	Лица и организации, как правило, находящиеся за пределами этого субъекта хозяйствования (менеджеры и аналитики заинтересованных фирм, специальные компании, занимающиеся анализом отчетов, кредитные организации и др.).
Потребители результатов анализа (партнерские группы, стейкхолдеры)	Собственники и менеджеры организации (совет директоров, директора филиалов и дочерних организаций и др.).	Акционеры (в первую очередь миноритарии), участники рынка ценных бумаг, контрагенты (поставщики, покупатели), государственные органы, кредиторы, инвесторы и т.д.

Характеристики	Управленческий анализ	Внешний финансовый анализ
Информационная база анализа	<p>Использование всех источников информации (регламентированных и нерегламентированных) о деятельности организации и факторах внешней среды.</p> <p>Две группы источников:</p> <p>1. Учетные источники: данные оперативного, бухгалтерского, управленческого и статистического учета и отчетности.</p> <p>2. Внеучетные источники: плановые и прогнозные данные, техническая и технологическая документация, официальные документы (приказы и распоряжения руководства организации, материалы налоговых и аудиторских проверок и т.п.), хозяйственно-правовая документация (договоры, соглашения, решения судебных органов), материалы собраний акционеров и т.д.</p>	Ограничение информации. Это, в первую очередь, внешняя финансовая отчетность организации.
Характер представляемой информации	Детализированная аналитическая информация конфиденциального характера.	Общедоступная аналитическая информация.
Регламентация (степень унификации методики анализа)	Отсутствие регламентации при проведении анализа. Индивидуальные разработки.	Достаточно высокая возможность унификации процедур и алгоритмов. Это связано, в первую очередь, с наличием стандартов бухгалтерского учета и отчетности.
Временной аспект анализа	Оперативный, ретроспективный и перспективный.	Ретроспективный и перспективный.
Степень надежности	<p>Высокий уровень надежности вследствие отсутствия ограничений информационной базы, в т.ч. возможности использования данных управленческого учета.</p> <p>Использование достоверной информации (например, подтвержденной внутренним аудитом, ревизией).</p>	Во многом субъективен, схематичен, незначителен по числу аналитических показателей; не может быть абсолютно точен ввиду ограничения, условности, возможной недостоверности бухгалтерской отчетности.
Доступность результатов анализа	Конфиденциальность результатов анализа (коммерческая тайна).	Открытость результатов анализа для внешних пользователей.

Внешний анализ базируется, в первую очередь, на официальных отчетных данных, т.е. на весьма ограниченной части информации о деятельности организации, которая является достоянием всего общества. Общие задачи, которые при этом ставятся, заключаются в осуществлении:

- оценки имущественного положения, включая анализ финансовой устойчивости, ликвидности и платежеспособности организации;
- оценки финансовых результатов;
- анализа доходности вложений капитала.

Результатом данного анализа является определение рыночной стоимости и инвестиционной привлекательности организации для потенциальных контактов и др.

Цель управленческого анализа – предоставление информации собственникам и (или) менеджерам (другим заинтересованным лицам) для принятия управленческих решений, выбора вариантов развития, определения стратегических приоритетов. Внутренний анализ предполагает более глубокое исследование причин сложившегося финансового состояния, эффективности использования основных и оборотных средств, взаимосвязи показателей объема, себестоимости и прибыли. Результатом данного анализа является определение возможностей организации по оптимальному привлечению и использованию источников финансовых ресурсов, возможностей обеспечения максимума прибыли и минимизации затрат, снижению финансовых рисков и пр.

В ходе проведения внутреннего анализа используется вся информация о состоянии дел в организации, в том числе доступная лишь ограниченному кругу лиц, осуществляющих руководство организацией. То есть кроме данных внешней финансовой отчетности в качестве источников информации используются дополнительно данные финансового учета, разработанная в организации система нормативов экономической деятельности, плановая информация, данные управленческих отчетов, оперативные данные и другие источники информации, часто составляющие коммерческую тайну организации.

Любой бизнес – это взаимоотношение разных экономических агентов (партнерских групп), т.е. участников экономических отношений. Такие партнерские группы непосредственно заинтересованы в результатах, успехах и неуспехах компании. Конкретные цели экономического анализа организации определяются интересами партнерских групп, которыми (для которых) этот анализ проводится и которые принимают свои решения (табл. 3).

В отличие от непосредственно заинтересованных пользователей информации о предприятии, существует целая группа опосредствованно заинтересованных пользователей, у которых есть свои цели и интересы. Это ауди-

торские и консалтинговые фирмы, страховые компании, фондовые биржи, юридические фирмы, профсоюзы, регулирующие органы, пресса и т.д.

Таблица 3

Цели анализа по партнерским группам (стейкхолдерам)

Партнерские группы	Вклад партнерской группы	Требуемый вид компенсации	Интересы и цели, преследуемые при экономическом анализе	Анализируемые показатели
Собственники	Собственный капитал	Дивиденды	Доходность капитала, финансовая устойчивость организации	Финансовые результаты, распределение прибыли, доходность на собственный капитал, дивидендный выход, ситуация на рынке ценных бумаг.
Заимодавцы, кредиторы	Заёмный капитал	Проценты	Определение наличия ресурсов для возврата долга и процентов	Ликвидность активов и компании в целом, платежеспособность, возможность обслуживания долга, финансовый леверидж, соотношение прибыли и выплат по заемным средствам, денежные потоки.
Покупатели	Обеспечивают платежеспособный спрос на продукцию	Договорная цена	Оценка обоснованности цены на товары, регулярность и условия поставок в связи с финансовым состоянием	Качество, цена, состояние запасов готовой продукции, надежность организации, финансовая дисциплина.
Поставщики	Поставка ресурсов	Договорная цена	Определение наличия ресурсов для оплаты поставок	Ликвидность и платежеспособность организации, надежность, финансовая дисциплина, дебиторская и кредиторская задолженности.
Государство	Услуги общества	Налогообложение, улучшение экономики региона.	Сбор налогов сполна и вовремя, экономика региона, окружающая среда, статистические обобщения	Налогооблагаемая база, своевременность и полнота расчетов по налогам и сборам в бюджет и внебюджетные фонды, стабильность поступления денежных средств, возможность создания новых рабочих мест, потенциал экономического роста региона, развития местных рынков.

Партнерские группы	Вклад партнерской группы	Требуемый вид компенсации	Интересы и цели, преследуемые при экономическом анализе	Анализируемые показатели
Инвесторы	Капитал	Прибыль	Доходность капитала, финансовая устойчивость организации	Инвестиционная привлекательность организации, риски, эффективность использования собственного и заемного капитала, активов, финансовая устойчивость, платежеспособность
Наемный персонал	Выполнение работ в соответствии с заключенными договорами	Зарплата, премии, социальные условия	Возможности увеличения зарплаты и других форм поощрений	Надежность организации, его положение на рынке, прибыль, оплата труда, социальные гарантии
Менеджеры (администрация)	Знание дела, опыт, квалификация, предпринимательские способности, умение руководить	Оплата труда, доля прибыли сверх оговоренной суммы, льготы, привилегии	Оценка эффективности производственной и финансовой деятельности, принятие управленческих решений	Финансовые результаты, рентабельность, деловая активность, управление ресурсами, финансовое состояние, т.е. все, что полезно для управления

Тесты для самоконтроля

1. Субъектами управленческого анализа являются:

- а) финансисты организации;
- б) менеджеры предприятий-поставщиков материалов, электроэнергии и т.п.;
- в) менеджеры банка-кредитора;
- г) налоговые органы.

2. В соответствии с разделением системы бухгалтерского учета экономический анализ делится на:

- а) управленческий и финансовый;
- б) оперативный, прогнозный и итоговый;
- в) комплексный и тематический.

3. Анализ проводится по требованию акционеров, инвесторов или кредиторов и называется:

- а) экспресс-анализ;
- б) анализ для внутреннего использования;
- в) внешний финансовый анализ;
- г) анализ для внешней демонстрации.

4. Управленческий анализ ориентируется на:

- а) дирекцию, бухгалтерию, финансовый отдел организации;
- б) акционеров и инвеститоров организации;
- в) поставщиков организации;
- г) различные государственные службы.

5. Внешние пользователи информации – субъекты:

- а) косвенно заинтересованные в деятельности организации;
- б) как непосредственно, так и косвенно заинтересованные в деятельности организации;
- в) непосредственно заинтересованные в деятельности организации;
- г) не заинтересованные в деятельности данной организации.

6. Задачи управленческого (внутреннего) анализа – это:

- а) оценка текущего и перспективного финансового состояния организации;
- б) обеспечения системы нормативного регулирования бухгалтерского учета;
- в) получение информации для планирования, контроля и принятия управленческих решений;
- г) сбор информации по субъектам товарного рынка.

7. Управленческий анализ:

- а) дублирует внешний финансовый анализ;
- б) содержит информацию для использования внутри организации;
- в) широко освещается в средствах массовой информации;
- г) характеризуется строгой регламентацией со стороны приводящих организаций.

8. Внешний финансовый анализ:

- а) охватывает информацию, предназначенную для использования сотрудниками внутри организации;
- б) предназначен для различных групп пользователей информации, не входящих в состав организации;
- в) отвечает на любые вопросы заинтересованных лиц в явном виде;
- г) предоставляет пользователям информацию в произвольной форме.

9. Администрацию организации, в первую очередь, интересует:

- а) отдача (доходность) всех производственных активов;
- б) доходность акций;
- в) отдача на инвестируемый капитал;
- г) доходность оборотных средств.

10. Потенциальных инвесторов как субъектов экономического анализа, в первую очередь, интересуют данные об оценке:

- а) ликвидности активов;
- б) кредитоспособности организации;
- в) рентабельности активов;
- г) платежеспособности.

Ответы: 1–а; 2–а; 3–в; 4–а; 5–б; 6–в; 7–б; 8–б; 9–а, 10–в.

1.3. ОРГАНИЗАЦИЯ АНАЛИТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ В КОМПАНИИ

Для обеспечения систематического и глубокого проведения экономического анализа компании важное значение имеет четкая организация проведения аналитического процесса. Организация аналитической работы зависит от масштабов бизнеса, состояния учета и отчетности, технического уровня управления и структуры управленческого аппарата, наличия соответствующих программных продуктов и пр.

Основными этапами аналитической работы являются:

1. Определение субъектов и объектов анализа, распределение обязанностей между различными службами и подразделениями;
2. Планирование аналитической работы;
3. Информационное и методическое обеспечение анализа;
4. Оформление результатов анализа, порядок предоставления пользователям.

При организации анализа, прежде всего, необходимо определить его субъекты – участников аналитического процесса.

Для проведения экономического анализа в каждой организации, в соответствии со структурой аппарата управления и регламентацией функций и прав каждого его звена, должна быть разработана схема распределения обязанностей между ними. При этом разделение функций между структурными подразделениями должно исключать дублирование и параллелизм в их работе, обеспечивая в то же время полноценное осуществление задач, связанных с проведением глубокого, детального экономического анализа их деятельности.

В схеме распределения обязанностей по проведению экономического анализа должно быть указано подразделение, ответственное за проведение соответствующего направления аналитической работы, а далее – подразделения, участвующие в проведении того или иного направления анализа.

Все функциональные и производственные подразделения должны иметь регламенты аналитической работы, предусматривающие содержание анализа, периодичность его проведения, непосредственных его исполнителей, сроки проведения и порядок использования его результатов.

Для организации экономического анализа важно наличие координационного и методического центра руководства аналитической работой, который должен обеспечивать согласованность функциональных подразделений в проведении экономического анализа; контроль своевременности получения и полноты аналитических выводов, поступающих от многочисленных исполнителей; системное обобщение результатов и совместную разработку управленческих решений. В организациях должны выделяться специальные подразделения или лица, отвечающие за координацию и методическое руководство аналитически-

ми исследованиями всех подразделений, оказывающие им необходимую помощь и обобщающие материалы по всестороннему комплексному анализу.

На рис. 5 показан пример организации финансовой службы компании.

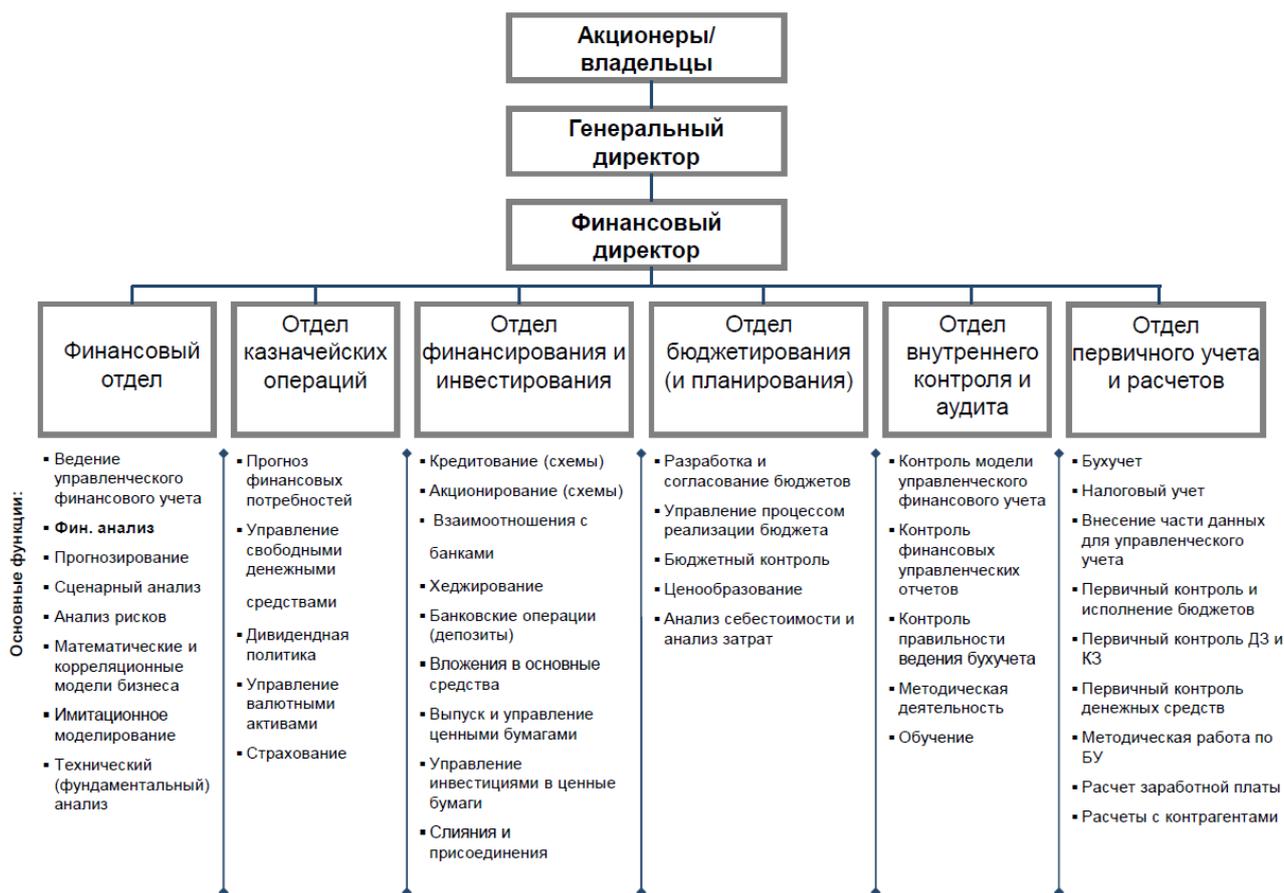


Рис. 5. Пример организации финансово-экономической службы компании

В комплексной программе аналитической работы определяются цель анализа, перечень объектов анализа, подлежащих изучению, разрабатывается система показателей, состав исполнителей анализа по каждому разделу (направлению), распределение обязанностей между ними, информация и ее источники, а также способы ее получения, устанавливаются формы представления результатов анализа, составляется календарный график, в котором отражаются сроки проведения анализа.

По проблемам, которые требуют углубленного изучения, могут составляться тематические планы проведения анализа.

Организация аналитического процесса должна базироваться на общих принципах управления. Кроме перечисленных выше (определение перечня объектов анализа, установление периодичности его проведения, распределение обязанностей по выполнению аналитической работы), отметим также принципы регламентации аналитического процесса (т.е. разработка для каждого исполнителя обязательного минимума аналитических таблиц и выходных форм

анализа), унификации (создание типовых методик и инструкций, таблиц, выходных форм, стандартных программ, единых критериев оценки, что обеспечивает сопоставимость, сводимость результатов анализа на более высоком уровне управления, повышает объективность оценки деятельности подразделений) и обеспечение экономичности и эффективности аналитического процесса (т.е. выполнение наиболее полного и всестороннего исследования при минимуме затрат на его проведение. С этой целью при его проведении должны широко использоваться новейшие методики анализа, компьютерные технологии обработки информации, рациональные методы сбора и хранения данных).

Для проведения анализа целесообразно использование финансово-аналитических компьютерных программ. Преимущества использования компьютерных программ для проведения анализа заключаются в сокращении сроков проведения анализа, полном использовании информации, точности расчетов.

Можно выделить два класса компьютерных программ: бухгалтерские автоматизированные программы и программы, обеспечивающие расчеты финансово-аналитических показателей. Последние включают в себя два подкласса: системы анализа финансово-хозяйственной деятельности и системы для работы с инвестиционными проектами. Функционал систем анализа финансово-хозяйственной деятельности организации – это ретроспективный анализ финансово-хозяйственной деятельности. В первую очередь, это анализ финансовой отчетности (анализ финансового состояния, финансовых результатов и эффективности бизнеса), а также возможны расчеты прогнозных показателей.

С точки зрения технологии построения рассмотрим класс финансово-аналитических программ позволяет выделить два принципиально отличных направления создания данных программ.

Первое направление – специальный модуль, или встроенный механизм, входящий в комплексную, или интегрированную, систему бухгалтерского учета с функциями анализа и планирования (примеры: программа 1С: Бухгалтерия 8 – по итогам проведенного анализа можно сформировать вероятностные оценки риска банкротства компании, дать оценку ее кредитоспособности, а также сформировать отчет; аналитическая система «Директор» в комплексной системе для малого бизнеса БЭСТ-ОФИС Free Ware); интегрированная система Галактика ERP, у которой в контуре «Планирование и управление финансами» есть отдельный модуль «Финансовый анализ»; в этом же модуле можно проводить анализ отчетности, сформированной в различных стандартах (РСБУ, МСФО, US GAAP), а также в специализированных отраслевых формах отчетности; Галактика АММ (имеет встроенный механизм многомерного анализа бизнес-процессов), Галактика СРМ (заложены оценка эффективности проектов и программ, анализ информации о кадровых ресурсах, анализ клиен-

тов и поставщиков, управление взаиморасчетами, анализ и прогнозирование задолженности, управление ликвидностью и платежеспособностью).

Второе направление развития финансово-аналитических систем – это разработка информационно-аналитического программного обеспечения. На российском рынке работают такие компании, как ООО «ИНЭК-ИТ», ООО «Эксперт Системс», ООО «Альт-Инвест» и др. Каждая из этих компаний создала свои продукты в области финансового анализа, пользующиеся большим спросом.

Все финансово-аналитические программы условно можно разделить на бесплатные и платные. К бесплатным относятся приложения по финансовому анализу на основе Excel (сайт barfin.ru – бесплатные программы анализа различных авторов; сайт afdanalyse.ru – поддержка программы анализа финансового состояния предприятия 126_Finanaliz2.xlsx, программы финансового экспресс-анализа предприятия и др.). На основе данных финансовой отчетности в таких программах автоматически рассчитываются аналитические показатели, строятся диаграммы и графики, но выводы по результатам анализа делаются самостоятельно. Их качество напрямую зависит от квалификации конкретного аналитика.

Платные финансово-аналитические программы (стоимость приобретения и стоимость сопровождения). Фирмы, специализирующиеся на этом софте, предлагают линейку своих продуктов на собственном официальном сайте. Производители данного класса программ обязательно разделяют: 1) программы, включающие показатели финансового анализа; 2) программы, включающие показатели анализа инвестиционных проектов. Примеры программ по финансовому анализу деятельности компании: программа «Финансовый аналитик» компании ООО «ИНЭК-ИТ»; программа Audit Expert фирмы ООО «Эксперт Системс» и др. Главное их отличие от бесплатных финансово-аналитических программ – автоматические экспертные заключения и настраиваемые отчеты. Примеры программ по анализу инвестиционных проектов: Project Expert, FinModel Expert, «Альт-Финансы 3» компании ООО «Альт-Инвест» и др.

Перечисленные выше программы предназначены для крупных компаний. Для малого и среднего бизнеса разрабатываются более дешевые финансово-аналитические программы. Примеры: программа «ФинЭкАнализ» ООО «Южная аналитическая компания» (г. Краснодар), программа «Ваш финансовый аналитик» ООО «ПРОФСОФТ» и др. На сегодняшний день наиболее востребованными являются SAP, 1С и Excel.

Итак, выбор аналитической программы зависит от следующих критериев:
– цели анализа;

- масштабы организации;
- финансовые возможности организации.

Очень важный момент анализа – адресность результатов. Если отчеты аналитиков не используются лицами, которые влияют на финансово-хозяйственную деятельность организации, то его проведение теряет смысл, поэтому изначально необходимо определить всех пользователей информации, четко представлять, в компетенцию какого специалиста входит решение того или иного вопроса, понимать, как распределять информацию между соответствующими пользователями и подразделениями. Аналитик должен представлять себе необходимость и полезность для принятия управленческих решений тех или иных данных и отразить их в отчете, а пользователь должен понимать, что нужные для него данные включены в отчет и потому могут быть им востребованы, то есть аналитическая информация должна отвечать требованию соответствия вложенной и востребованной информации.

Однако отечественная практика показывает, что большинство организаций (по некоторым данным, порядка 70%) игнорируют результаты анализа при принятии важных управленческих решений. Причин несколько. Остановимся в рамках рассматриваемых вопросов на некоторых.

Несколько лет назад в рамках международного проекта TACIS (Technical Assistance for the Commonwealth of Independent States – Техническая помощь Содружеству Независимых Государств) оценивался уровень квалификации генеральных директоров российских компаний. Результаты исследования показали, что только 5% от общего числа топ-менеджеров могут «прочитать» финансовые документы, извлечь из них информацию и понимают результаты финансового анализа. Согласно другим исследованиям, в 80% отечественных компаний руководство не может правильно интерпретировать результаты финансового анализа. В нашей стране управленцы высшего звена – это часто инженеры по образованию, в отличие, например, от США, где руководящие должности занимают в основном выпускники экономических специальностей. В таких условиях актуальным становится формат предоставляемых финансистами аналитических исследований. Он зависит, в первую очередь, от того, кому предназначается информация. Однако, по данным этого же исследования, примерно в 90% российских компаний финансисты не уделяют внимания подготовке и презентации результатов анализа для руководства компании.

Известная консалтинговая компания McKinsey ввела термин «директорская версия отчетности». Один из принципов директорской версии: «один отчет – одна страница».

Если представить управление автомобилем на приборной доске, есть необходимое количество панелей, на которых выведена вся критически важная

информация для водителя. Это всего лишь несколько показателей, но они позволяют быть уверенными, что мы управляем машиной. Если сравнить бизнес с автомобилем, а владельца или управляющего представить водителем, то такая приборная доска с показателями – это и есть «директорская версия отчетов», позволяющая понимать ситуацию в бизнесе и принимать адекватные решения.

Ниже (рис. 6.1, 6.2, 7) приведены примеры «информационных панелей руководителя» из презентаций различных программ систем автоматизации управления класса ERP (Enterprise Resource Planning). Все эти программные продукты включают визуализацию отчетности.



Рис. 6.1. Слайды с презентации системы Oracle Hyperion

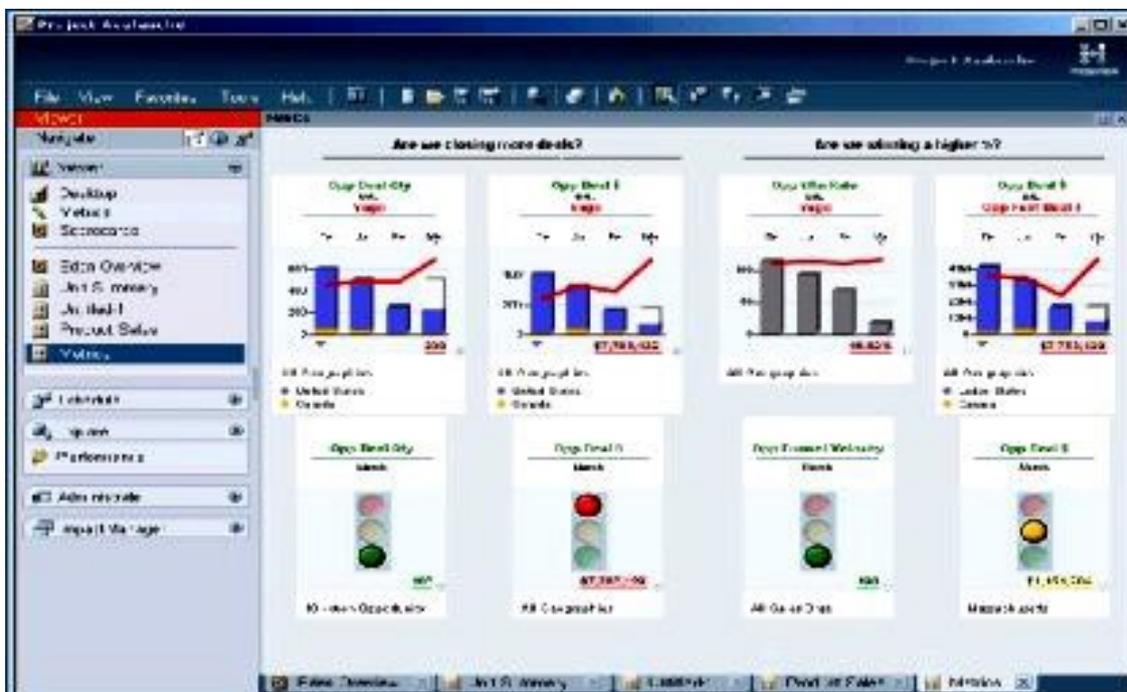


Рис. 6.2. Слайды с презентации системы Oracle HURPION

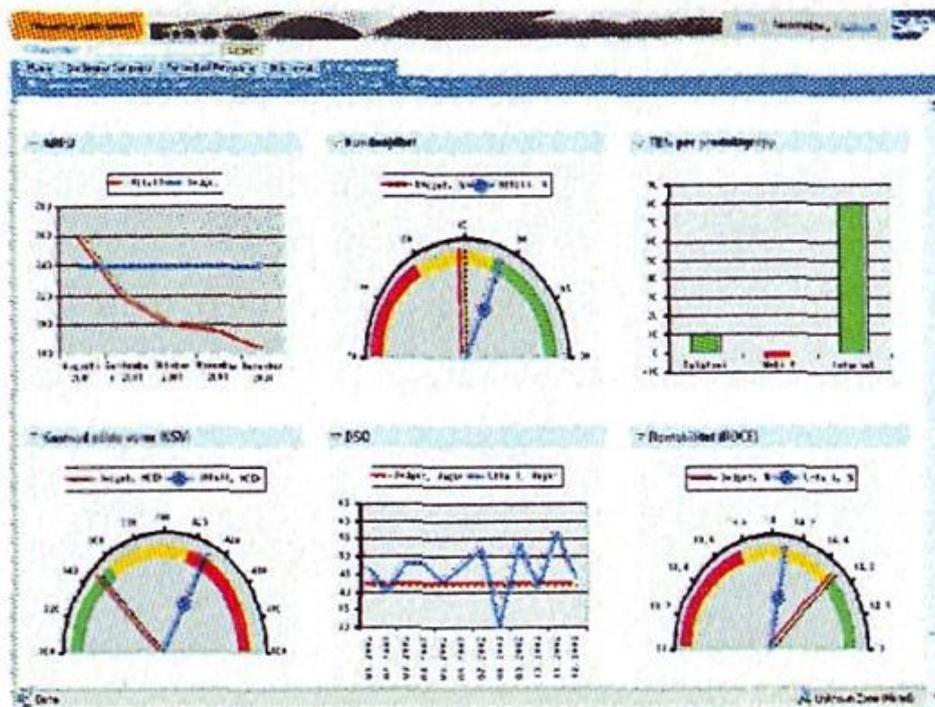


Рис. 7. Слайд с презентации системы SAP R/3

Еще примеры отчетов, которые сделаны одной из отечественных консалтинговых компаний в Excel (рис. 8.1-8.3).

Комментарии финансовой службы по квартальной отчетности по направлению _____

за ___ кв. 2013

Анализ изменения наиболее важных показателей

страница 1

Название показателя	Значение в прошлом периоде	Значение в текущем периоде	Отклонение, %	Причина отклонения (описание)	Наступившие последствия для компании (описание)	Возможные последствия для компании (описание)	Прогноз значения на след. период
Анализ ключевых показателей (обязательный набор)							
Остаток ден. средств на конец периода	300 000 р.	400 000 р.	33.3%	остатки Денежных Средств увеличились ввиду постоянного превышения поступлений над платежами	увеличилась платежеспособность компании	улучшается финансовое состояние компании	500 000 р.
Выручка от продаж	1 000 000 р.	1 000 000 р.	0.0%	Выручка не увеличилась	доходы компании не увеличились	чистая прибыль компании не увеличивается	1 000 000 р.
Чистая прибыль	100 000 р.	100 000 р.	0.0%	Выручка и Затраты не изменились	рентабельность основной деятельности не увеличилась	ресурсы самофинансирования бизнеса не увеличиваются	100 000 р.
Краткосрочные займы и кредиты	200 000 р.	300 000 р.	50.0%	размер кредитного долга увеличился ввиду большего привлечения кредитов по сравнению с погашением ранее взятых	снизились кредитоспособность и ликвидность компании	рост кредитных обязательств увеличивает финансовые риски	400 000 р.
Соотношение СК / ЗК	1.0	1.0	0.0%	Собственный и Заемный Капитал увеличились на одинаковую сумму	данное соотношение находится в диапазоне оптимальных значений	финансовые (кредитные) риски не увеличились	1.0
Кэфф. Ликвидности	1.4	1.3	-7.1%	Краткосрочные Обязательства увеличились сильнее, чем Оборотные Активы	незначительно снизилась ликвидность и финансовая устойчивость компании, данный коэффициент находится вне диапазона оптимальных значений	может снизиться кредитоспособность компании	1.3
Рентаб-ть Активов (ROA)	80.0%	57.1%	-28.6%	валюга баланса (Активы) увеличилась, текущая Чистая Прибыль не изменилась	снизились рентабельность капитала компании	может снизиться кредитоспособность и инвестиционная привлекательность компании	44.4%
Рентаб-ть Собств. Капитала (ROE)	266.7%	266.7%	0.0%	Чистая Прибыль и размер Собственного Капитала увеличились на одинаковую сумму	текущий годовой уровень доходности бизнеса для владельцев очень высок	бизнес дает возможность получать высокие дивиденды	266.7%
Реальные накопл. резервы	0 р.	0 р.	-	размер накопленных резервов не увеличился	у компании нет запаса финансовых ресурсов на случай негативных непредвиденных событий	без наличия финансовых резервов все виды рисков представляют серьезную опасность	0 р.
Запас Финанс. Устойчивости	25.0%	25.0%	0.0%	Выручка, Чистая Прибыль и структура затрат не изменилась	данный показатель отражает высокую финансовую устойчивость бизнеса	бизнес имеет хорошую операционную эффективность	266.7%
Доля Дебит. Задолж. в Активах	14.3%	11.1%	-22.4%	размер Дебиторской Задолженности не изменился, размер Активов увеличился	небольшое улучшение финансового состояния компании	изменения незначительные, особых последствий не вызовут	9.1%
Внутр. Стоимость бизнеса	775 000 р.	825 000 р.	6.5%	увеличились Чистые Активы компании	рост стоимости компании всегда является важным и позитивным событием	интересы владельцев компании обеспечиваются ростом стоимости бизнеса	875 000 р.

Рис. 8.1. Пример отчета

Анализ эффективности деятельности филиалов компании в 2012 и 2013 гг.

Показатель	Направление		Подразделение 1		Подразделение 2		Подразделение 3		Подразделение 4		Подразделение 5	
	2012 г.	2013 г.	2012 г.	2013 г.	2012 г.	2013 г.	2012 г.	2013 г.	2012 г.	2013 г.	2012 г.	2013 г.
Выручка от продаж (без НДС)	335 424 360	438 222 452	247 206 634	558 664 485	81 276 247	111 520 243	101 913 442	140 928 864	300 767 215	335 170 263		
Прямые и операционные расходы (себестоимость)	295 304 523	370 352 671	220 651 011	489 157 095	65 156 392	83 827 199	89 688 557	118 061 474	269 084 319	287 070 922		
Прочие расходы по направлению (без учета разнесения косвенных общекорпоративных затрат)	21 123 772	34 119 385	17 482 447	49 410 155	11 265 444	21 400 184	5 515 777	9 778 983	11 231 188	23 560 122		
Совокупные затраты по направлению	316 428 295	404 472 056	238 133 458	538 567 250	76 421 836	105 227 383	95 204 334	127 840 457	280 315 507	310 631 044		
Операционная прибыль по направлению	18 996 065	33 750 396	9 073 176	20 097 235	4 854 411	6 292 860	6 709 108	13 088 406	20 451 708	24 539 219		

Рентабельность продаж по направлению	5.66%	7.70%	3.67%	3.60%	5.97%	5.64%	6.58%	9.29%	6.80%	7.32%
Доля в совокупной выручке	31.45%	27.66%	23.18%	35.26%	7.62%	7.04%	9.56%	8.89%	28.20%	21.15%
Доля в совокупных затратах	31.44%	27.21%	23.66%	36.22%	7.59%	7.08%	9.46%	8.60%	27.85%	20.89%
Доля в совокупной операционной прибыли	31.62%	34.52%	15.10%	20.56%	8.08%	6.44%	11.17%	13.39%	34.04%	25.10%

Рейтинг направления в общей выручке	A	B	C	A	E	E	D	D	B	C
Рейтинг направления в общих затратах	A	B	C	A	E	E	D	D	B	C
Рейтинг направления в общей прибыли	B	A	C	C	E	E	D	D	A	B
Рейтинг направления по рентабельности продаж	D	B	E	E	C	D	B	A	A	C

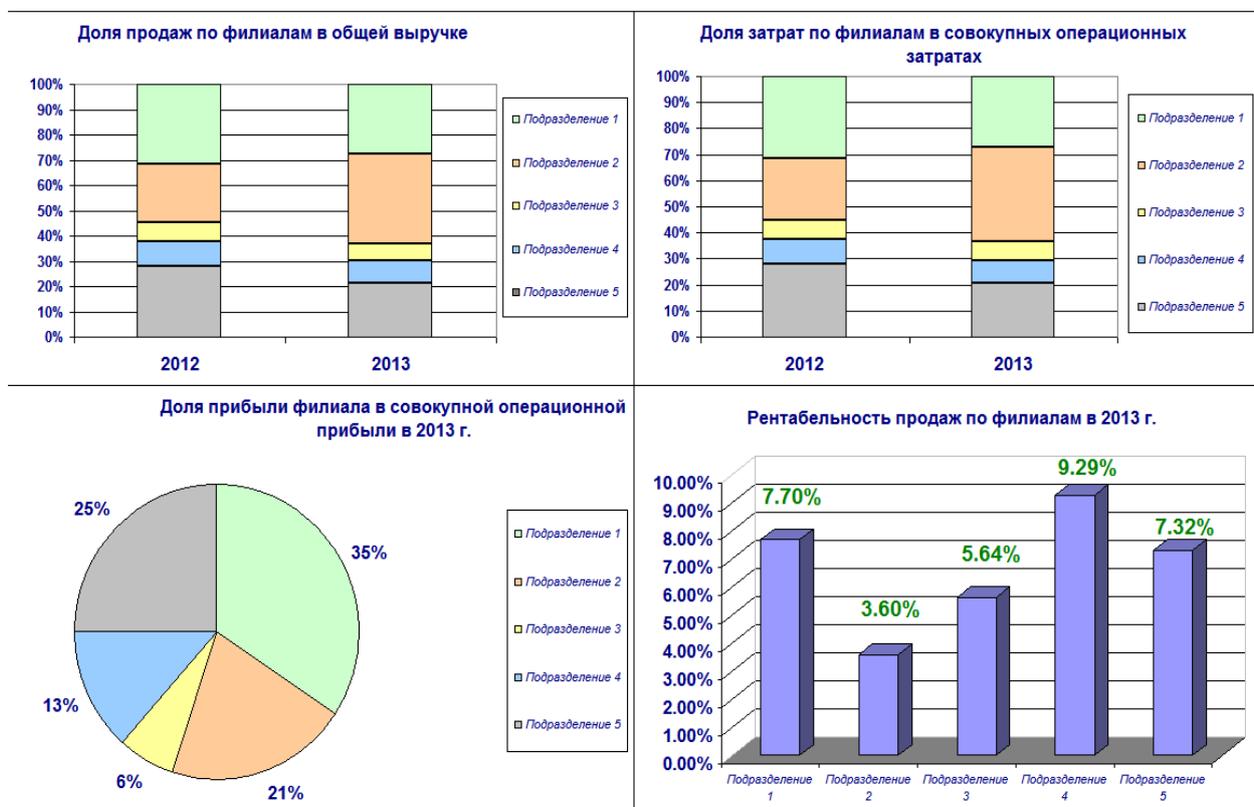


Рис. 8.2. Примеры отчетов

Что улучшилось	Что ухудшилось
<p><i>Пример по 3-му кварталу (показатели и графики для комментариев выбираются самостоятельно финансовой службой - по обстоятельствам)</i></p> <p>Увеличились остатки денежных средств, Увеличилась годовая чистая прибыль, Снизилась доля товарных запасов и дебиторской задолженности в активах компании, Увеличилась внутренняя стоимость бизнеса</p>	<p>Снизилась рентабельность активов (ROA), Снизился коэффициент ликвидности</p>
Какие возможности существуют	Какие угрозы существуют
<p>Погасить часть кредитной задолженности из увеличившихся денежных средств, тем самым <u>снизить</u> финансовые риски, <u>повысить</u> ликвидность компании, <u>снизить</u> расходы по выплате процентов по кредитам</p>	<p>Продолжает расти размер кредитных обязательств, Снижается рентабельность активов из-за увеличения размера основных средств</p>

Рис. 8.3. Пример отчета

Отдельно остановимся на последнем слайде рис. 8. Одним из требований, предъявляемых к презентации результатов анализа, как отмечалось выше, является лаконичность и конструктивность. В качестве такого представления можно воспользоваться форматом так называемого SWOT-анализа, который традиционно используется в процессе стратегического планирования. Все множество факторов деятельности компании группируется по четырем областям: S (Strengths) – сильные стороны деятельности предприятия; W (Weaknesses) – слабые стороны деятельности предприятия; O (Opportunities) – возможности предприятия, позволяющие ему улучшить свое положение; T (Threats) – угрозы (опасности), с которыми может столкнуться предприятие на пути улучшения своей деятельности.

В рамках каждой группы необходимо сформулировать несколько (не более десяти) лаконичных утверждений-выводов по результатам диагностики. Эти утверждения должны быть связаны с какими-либо показателями или свойствами предприятия. Например, «за текущий период ухудшились показатели оборачиваемости, о чем свидетельствует увеличение длины финансового цикла», или «показатели маржинальной прибыли стабильны». Важно различать сферы ответственности отмеченных выше групп. Первые две буквы – S и W –

«отвечают» за текущее состояние предприятия, в то время как две другие – О и Т – связаны с прогнозом состояния предприятия на ближайшую перспективу.

Прагматическая целесообразность SWOT-анализа заключается в том, что он делает попытку конструктивного улучшения результативности деятельности предприятия. На основе этих основных позиций SWOT-анализа менеджмент предприятия должен сформулировать рекомендации по основным направлениям улучшения деятельности. Только тогда процесс диагностики можно считать законченным.

Оценивая опыт проведения аналитических процедур на российских предприятиях, можно выделить следующие сложности и проблемы организационного характера:

- наличие нескольких предприятий (подразделений) в составе одной фирмы затрудняет формирование вовремя отчетов, являющихся информационным обеспечением для проведения анализа отдельных направлений деятельности предприятия;

- различия в проведении анализа между предприятиями различных форм собственности, организационно-правовых форм (АО, ООО) и масштабов бизнеса (крупный, средний, малый бизнес), что диктует глубину, широту системы аналитических показателей, частоты проведения анализа и др.;

- отсутствие в работе сотрудников принципа специализации, то есть распределения обязанностей и ответственности на местах как по горизонтали производственно-коммерческого процесса, вследствие чего происходит дублирование управленческих отчетов различными подразделениями и службами, так и по вертикали власти;

- большой объем управления у административного аппарата разных уровней управления, что мешает качественному исполнению своих обязанностей (неуправляемость системы»);

- недостаточная координация работы сотрудников со стороны руководства;

- делегирование обязанностей на нескольких наиболее квалифицированных работников;

- некорректность определения руководителем целей, задач, объектов исследования, сроков исполнения анализа;

- отсутствие взаимосвязи между отдельными подразделениями, отвечающими за работу с людьми и информацией;

- психологическая несовместимость работников на различных уровнях управления организацией;

- отсутствие квалифицированных специалистов в области планирования, нормирования, учета, анализа, умеющих провести, оценить и интерпретировать результаты полученных расчетов;

– отсутствие навыков и соответственно опыта для выведения процесса управления на новый, современный уровень, а также отсутствие на предприятии системы мотивации работников к самообучению и развитию профессиональных навыков;

– отсутствие взаимосвязи между отдельным программным обеспечением предприятия, необходимым для проведения экономического анализа, или переход от одной версии программы к другой.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Что понимается под термином «анализ»?
2. Что рассматривают в качестве субъектов анализа в макроэкономическом и микроэкономическом анализе?
3. Что является предметом экономического анализа?
4. В чем заключается роль экономического анализа в системе управления организацией?
5. В чем заключаются задачи экономического анализа?
6. Каковы основные принципы анализа?
7. Назовите виды экономического анализа.
8. В чем различие управленческого и внешнего финансового анализа?

Раздел 2. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

2.1. ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ПРОВЕДЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Процедура проведения анализа включает несколько этапов.

На первом этапе осуществляется постановка целей и задач анализа, а также определяются объекты анализа, т.е. то, что исследуется при его проведении. Объектами экономического анализа являются экономические процессы хозяйствующих субъектов и результаты их деятельности, в частности, финансовое состояние организации и финансовые результаты ее деятельности, доходы и расходы, производство и реализация продукции, ее себестоимость, эффективность деятельности организации, наличие и использование ресурсов (материальных, человеческих, основных средств) и др.

Особенностью исследования объектов в экономическом анализе является системный, комплексный подход, при котором финансово-хозяйственная деятельность организации рассматривается как единая система с выявлением всесторонних связей и зависимостей между различными сторонами и аспектами.

Второй этап анализа – разработка системы показателей, характеризующих объект анализа. При выборе экономических показателей необходимо учитывать, что каждый экономический объект или экономическое явление многогранно и, следовательно, характеризуется не одним, а целой системой экономических показателей. Важнейшими требованиями, которым должна удовлетворять данная система, являются: во-первых, широта охвата показателями всех сторон и аспектов изучаемого объекта, во-вторых, взаимосвязь и зависимость этих показателей. От того, насколько показатели полно и точно отражают сущность изучаемых явлений, зависят результаты анализа, поэтому обоснование системы показателей является важным методологическим вопросом в анализе.

Третий этап анализа – информационное обеспечение анализа. На данном этапе осуществляется сбор и подготовка необходимой информации (проверяется ее точность, приводится в сопоставимый вид и т.д.).

На четвертом этапе рассчитываются значения показателей.

Пятый этап – сравнение анализируемого (результатирующего) показателя с базой для сравнения (анализ отклонений).

Шестой этап – факторный анализ, в ходе которого выявляются факторы (причины), оказывающие влияние на отклонение результирующего показателя от базы, и измеряется величина этого влияния.

На седьмом этапе дается интерпретация и оценка результатов.

На восьмом этапе выявляются резервы, т.е. еще неиспользованные и перспективные возможности совершенствования деятельности организации.

На девятом этапе разрабатываются управленческие решения по реализации выявленных резервов.

Остановимся подробнее на некоторых этапах анализа.

2.2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ АНАЛИЗА, ОБЪЕКТЫ АНАЛИЗА, СИСТЕМА АНАЛИТИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

2.2.1. Методологические основы постановки целей и задач анализа, выбора объектов анализа

Содержание экономического анализа (**цели и задачи**) зависит от двух факторов.

Первый фактор – это то, с чьих позиций проводится оценка, кто формирует задания и будет являться основным пользователем аналитического отчета. Для разных групп пользователей приоритетными являются различные направления экономического анализа.

Результаты анализа необходимы менеджерам, собственникам, кредиторам, инвесторам, поставщикам, налоговым службам. Менеджеры проводят анализ с целью принятия управленческих решений в рамках своего функционала (управление ресурсами, бизнес-процессами). Собственники проводят анализ для повышения доходности капитала, обеспечения стабильности положения фирмы; кредиторы и инвесторы – чтобы минимизировать свои риски по займам и вкладам; поставщики – для своевременного получения платежей; налоговые инспекции – для выполнения планов поступления средств в бюджет. Все эти пользователи финансовой отчетности ставят себе задачу провести анализ состояния организации и на его основе сделать выводы о направлениях своей деятельности по отношению к организации (подробней см. п. 1.2.2., табл. 3).

Во-вторых, содержание анализа определяется целью, конкретными задачами, которые ставит перед собой исследователь. В зависимости от того, насколько грамотно, четко, ясно сформулированы цели и задачи, в методике анализа будут приоритетными те или иные его направления (например, комплексный анализ сильных и слабых сторон деятельности фирмы, либо сравнительный анализ ее ликвидности или рентабельности (т.е. область исследования сужается)), а также подобраны соответствующие оценочные показатели.

Так, цель внутреннего финансового анализа должна совпадать со стратегическими целями компании. Например, если компания планирует размещение акций на бирже, то цель анализа – найти решение для увеличения стоимости

бизнеса. Если стратегией предусмотрено увеличение доли рынка, занятие определенной ниши, вытеснение конкурентов, то анализ проводится с тем, чтобы найти пути повышения эффективности деятельности компании.

При проведении экономического анализа, в том числе при выборе **объектов** анализа, необходимо руководствоваться системным подходом к анализу деятельности организации, который подразумевает понимание того, что каждая организация представляет собой сложную систему элементов, объединенных множеством связей как друг с другом, так и с внешней средой (рис. 9). Нельзя анализировать тот или иной аспект деятельности организации изолированно, это следует делать только с учетом системных связей. Системный подход позволяет глубже изучить объект, получить более полное представление о нем, выявить причинно-следственные связи между отдельными частями этого объекта.

Главные особенности системного подхода – динамичность, взаимодействие, взаимозависимость и взаимосвязь элементов системы, комплексность, целостность, соподчиненность, выделение ведущего звена. Системный подход в экономическом анализе позволяет разработать научно обоснованные варианты решения хозяйственных задач, определить эффективность этих вариантов, что дает основание для выбора наиболее целесообразных управленческих решений.

В самом процессе системного анализа для представления объекта анализа как системы сначала выделяют отдельные части объекта, которые могут рассматриваться как элементы системы. Причем в конкретных случаях система может иметь несколько уровней, то есть каждый из выделенных элементов первого уровня можно рассматривать как самостоятельную систему (подсистему) и т.д. Чем сложнее бизнес, тем больше составляющих его подсистем, тем сложнее и многограннее должен быть его анализ.

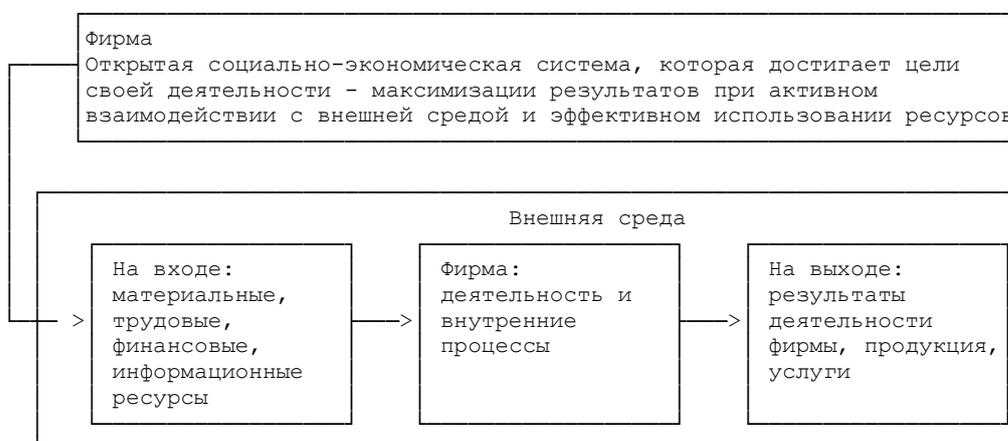


Рис. 9. Системный подход к фирме

Рассматривая компанию как систему, можно выделить следующие объекты анализа.

1. По уровням управления:

- организация как единый имущественный и производственный комплекс, позволяющий оценить ее функционирования в целом;
- бизнес-единицы, подразделения организации (производственные единицы, функциональные подразделения), что позволяет оценить эффективность функционирования отдельных подразделений (центров ответственности) и обосновать их бюджеты;
- отдельные бизнес-процессы;
- отдельные производственные процессы, позволяющие выявить диспропорции между основными подразделениями и элементами производства, что становится базой процессного подхода к управлению и позволяет выявить приоритеты при распределении финансовых средств, направляемых на развитие.

2. По направлениям деятельности:

- операционная (текущая);
- инвестиционная;
- финансовая.

3. По стадиям бизнес-процессов:

- маркетинг (комплексное изучение рынка, разработка номенклатуры и ассортимента товаров и услуг, адекватных спросу на рынке);
- продажи, сбыт (организация и стимулирование сбыта произведенной продукции, услуг);
- инновационная деятельность (научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки (НИОКР), внедрение технологических, организационных, управленческих и других новшеств в производство). (Объекты анализа инвестиционные проекты, характеризующие результаты инвестиционной деятельности.);
- закупки и снабжение (поставка сырья, материалов, комплектующих изделий, обеспечение всеми видами энергии, техникой, оборудованием, тарой и т.д.);
- производство (техническое обеспечение и технологическая подготовка производства, изготовление продукции, выполнение работ и оказание услуг);
- логистика (транспортная, складская);
- экономическая деятельность предприятия (финансирование, ценообразование, планирование, учет, экономический анализ и т.п.);
- социальная деятельность (организация, мотивация и оплата труда, поддержание на надлежащем уровне условий труда и жизни персонала, создание социальной инфраструктуры предприятия, включающей собственные жи-

лые дома, столовые, лечебно-оздоровительные и детские дошкольные учреждения и т.д.).

4. По *отдельным видам ресурсов (капиталов)*:

- производственный капитал (основные средства, нематериальные активы, материальные ресурсы);
- природный капитал;
- человеческий, интеллектуальный, социальный капиталы;
- финансовый капитал.

5. Особым объектом анализа в настоящее время становится система управления в целом и отдельные управленческие процессы – управление персоналом, управление качеством, финансирование, бухгалтерский и управленческий учет, информационные технологии, администрирование и др. Также объектом анализа могут быть отдельные управленческие решения (реструктуризация отдельных направлений бизнеса, переход на международные стандарты учета и др.).

Разумеется, здесь представлена лишь самая общая картина формирования организации как сложной системы. У разных хозяйствующих субъектов важность представленных функций и подсистем различны. Некоторые из них в отдельных случаях могут быть жизненно важны для деятельности организации, другие – иметь второстепенное значение, третьи – отсутствовать совсем. Например, производственная функция (организация и поддержание деятельности по производству продукции) отсутствует у непромышленных организаций, общественных и иных подобных организаций. У организаций сферы услуг под словом «производство» обычно подразумевается нечто совсем другое, нежели у промышленных предприятий – для них, даже выделяя производство в целях анализа в отдельную функцию, чаще всего целесообразно отнести ее к второстепенным.

Важнейшими функциями любого хозяйствующего субъекта являются снабжение его различными ресурсами, необходимыми для обеспечения нормальной деятельности, и сбыт готовой продукции, товаров и услуг. Для хозяйствующих субъектов, действующих в конкурентном рыночном окружении (например, предприятия торговли и производства продуктов и товаров первой необходимости), эти функции имеют первостепенную важность. В то же время в отдельных случаях хозяйствующие субъекты могут иметь гарантированный сбыт их продукции (например, если предприятие выполняет государственный заказ) или гарантированные поставки сырья и материалов. Для предприятий, работающих в таких условиях, функции сбыта и снабжения различными видами ресурсов отходят на второй план.

Аналогичным образом – подсистемы организации. Некоторые из них, прежде всего управляющая, финансовая и информационная, существуют в той или иной форме у абсолютно всех хозяйствующих субъектов, больших и малых, производственных и непроизводственных, коммерческих и некоммерческих. Другие подсистемы – производственная, сбытовая, транспортная – формируются только в тех организациях, где они действительно необходимы.

Выделив отдельные элементы системы, выбрав объекты анализа, должна быть сформулирована цель развития системы, задачи, которые она решает, связь с другими системами, взаимосвязи между отдельными элементами, функционирование каждого элемента и системы в целом.

Далее определяют показатели, которые способны дать наиболее полную и качественную оценку всем без исключения элементам, взаимосвязям (внутренним и внешним), а также условиям, в которых существует система.

Это дает возможность для детального изучения управленческих воздействий. Как изменение организационной структуры предприятия отразится на качественных или количественных показателях производства? Как влияет эффективность деятельности отдела поставок на финансовый результат предприятия? Анализ финансово-хозяйственной деятельности организации нельзя признать полным, если взаимосвязи всех этих подсистем не выявлены и не описаны.

Далее разрабатывается общая схема изучаемой системы. Графически она обычно представляется в виде блочного рисунка, где каждому элементу соответствует определенный блок. Отдельные блоки связаны между собой стрелками, которые показывают наличие и направление внутренних и внешних связей системы. Тут же подобранные на предыдущем этапе показатели распределяются по элементам и связям системы, уточняется их перечень (исключаются дублирующие друг друга, заменяются недостаточно информационные и т.д.).

Следующим шагом системного анализа является построение в общем виде экономико-математической модели системы. При этом на основе качественного анализа определяются математические формы всех уравнений и неравенств системы. На этом этапе при помощи различных методов должны быть определены коэффициенты всех уравнений и неравенств, функций цели и параметры ограничений.

В результате по итогам выполненной работы будет получена экономико-математическая модель, которая может использоваться для экономического анализа выбранного объекта.

Далее, по сути, начинается так называемая «работа с моделью». Путем замены отдельных параметров экономико-математической модели (коэффициентов, ограничений), которые характеризуют те или иные объекты, определяют значение функции. Сравнение этих показателей с фактическими, плановыми и

другими позволяет оценить результаты бизнеса, влияния факторов на величину результативных показателей, определить источники и объем резервов (возможностей) роста.

Описанный подход к анализу имеет существенные преимущества по сравнению с другими: он обеспечивает комплексность и целенаправленность исследования; методологически обоснованную схему поиска резервов; объективную оценку результатов деятельности; оперативность, действенность, обоснованность, точность анализа и его выводов. Полученная экономико-математическая модель может многократно использоваться в анализе и служить хорошим средством обоснования управленческих решений.

2.2.2. Методологические основы разработки системы аналитических показателей

В процессе анализа все экономические объекты и явления описываются совокупностью взаимосвязанных показателей. От того, насколько полно и точно показатели отражают сущность изучаемых явлений, во многом зависят результаты анализа, поэтому выбор и обоснование системы показателей для отражения объектов исследования является важной и достаточно сложной проблемой анализа.

Под системой показателей, характеризующей определенный экономический субъект или явление, понимается совокупность взаимосвязанных величин, всесторонне отображающих состояние и развитие данного субъекта или явления.

Показатель представляет собой количественную характеристику какого-либо свойства или признака изучаемого хозяйственного процесса, выражает устойчивые, постоянно действующие связи, отношения, характеризующие хозяйственные процессы, явления, понятия, категории, имеет качественную и количественную характеристики.

Необходимой предпосылкой разработки системы показателей и правильного ее применения является классификация показателей, т.е. группировка по различным признакам.

По способу исчисления показатели делятся на **абсолютные и относительные**.

Абсолютные показатели, как правило, содержатся в исходной информации. Они характеризуют объемы деятельности анализируемой организации (например, объем продаж, величину расходов, сумму прибыли, численность работающих, величину внеоборотных и оборотных активов и т.п.).

Относительные показатели – это соотношение каких-либо двух абсолютных показателей, они получаются расчетным путем в процессе аналитической

обработки информации. Распространенность относительных показателей обусловлена тем, что, по сравнению с абсолютными, они более пригодны для сопоставления различных характеристик объектов исследования, а также сопоставления их в пространственно-временном разрезе.

В зависимости от положенных в основу измерителей показатели делятся на **стоимостные и натуральные**.

Натуральные показатели выражают величину явления в физических единицах измерения (масса, длина, объем и т.п.). Они характеризуют отдельные конструктивные, технологические и эксплуатационные свойства ресурсов и результаты деятельности организации (показатели технического использования и движения основных средств, использования материалов и т.д.).

Условно-натуральные показатели применяются для обобщенной характеристики объемов производства и продажи продукции разнообразного ассортимента (условные пары обуви, условные банки консервов и т.п.).

Стоимостные показатели отражают величину сложных по составу явлений в денежном измерении. Денежный (стоимостный) измеритель вытекает из экономической сущности рассматриваемых экономических объектов и явлений.

В зависимости от того, какая сторона явлений, операций и процессов измеряется, показатели делятся на **количественные и качественные**.

Под количественными показателями при анализе понимают те, которые выражают количественную определенность явлений и могут быть получены путем непосредственного учета. Количественные показатели используют для выражения абсолютных и относительных величин, характеризующих объем производства и реализации продукции, его структуру и другие стороны работы организаций. Количественные показатели могут выражаться как в стоимостном, так и в натуральном измерителях. Так, количественными показателями являются объем реализованной продукции в рублях; выпуск продукции в килограммах, метрах, литрах, оптовый объем продаж по той или иной товарной группе в рублях и натуральных показателях, объем розничных продаж в рублях.

Качественные показатели определяют внутренние качества, признаки и особенности изучаемых явлений. Эти показатели используют для оценки выпущенной продукции с точки зрения ее соответствия установленным требованиям (стандартам, техническим условиям, образцам), для оценки экономической эффективности трудовых и материальных затрат, а также финансовых вложений. Большое значение имеют показатели, характеризующие качество работы организации. Например, показатели, характеризующие ритмичность производства и продаж; соответствие выпущенной продукции заданной структуре и т.п.

По степени обобщения показатели делятся на **обобщающие и частные**.

Обобщающие показатели используются для сводной характеристики состояния анализируемого экономического субъекта, оценки объема и степени использования ресурсов и эффективности деятельности. Обобщающий показатель может быть разложен на ряд частных, отражающих отдельные стороны, элементы изучаемых явлений и процессов. Например, обобщающим показателем, характеризующим эффективность использования материальных ресурсов, является материалоемкость продукции, к частным показателям материалоемкости относятся сырьеемкость, энергоемкость, удельная материалоемкость и т.п.

По степени распространенности показатели делятся на общие и специфические. Одни показатели используются при анализе всех отраслей экономики, другие – в отдельных отраслях. К общим относятся показатели доходов, расходов, прибыли, рентабельности, платежеспособности и т.п. Примером специфических показателей могут служить жирность молока (в сельском хозяйстве и пищевой промышленности), заработанная премия, состоявшиеся убытки, уровень выплат (в страховании) и т.п.

По составу различают показатели **единичные и интегральные**. Единичные показатели характеризуют отдельные экономические явления или их стороны, интегральные объединяют несколько единичных разнородных показателей с целью получения комплексной оценки результатов деятельности организации.

При изучении причинно-следственных связей показатели делятся на **результативные и факторные**. Если показатель рассматривается как результат воздействия одной или нескольких причин и выступает в качестве объекта исследования, он называется результативным. Показатели, которые определяют поведение результативного показателя и выступают в качестве причин его изменения, называются факторными. Следует помнить, что в отношении многих характеристик деятельности организации, используемых в анализе, невозможно однозначно определить, являются ли они результативными показателем или факторными. Так, при исследовании влияния показателей использования основных производственных фондов на объем продукции, фондоотдача трактуется как один из факторов. Если же мы исследуем показатели эффективности использования основных производственных фондов, то фондоотдача выступает в качестве результативного показателя.

По функциональному признаку различают показатели нормативные (нормы расхода сырья, материалов, тарифные ставки, нормы амортизации, цены и т.п.), плановые (показатели оперативных, текущих, перспективных планов), учетные (данные бухгалтерского, оперативного и статистического учета), отчетные (данные бухгалтерской, оперативной, статистической отчетности),

аналитические (исчисляемые в ходе анализа для оценки и прогнозирования результатов и эффективности работы организации). Система аналитических показателей гораздо шире системы показателей плана и учета, поскольку в процессе анализа рассчитывается множество производных показателей, необходимых для сравнения, оценки, диагностики, оперативного управления и прогнозирования.

Как известно, проведение экономического анализа организации не регламентировано. Отсутствует (за исключением особых случаев, например процедура банкротства) какая-либо нормативная база анализа. Сегодня существуют сотни экономических показателей для оценки финансово-хозяйственной деятельности организации, литература предлагает десятки различных методик анализа. Безусловно, существует некий «стандартный» набор универсальных показателей, приемлемый для любой организации (например, рентабельность продаж или прибыль на акцию). Но каждая организация уникальна, соответственно, для каждой организации должен быть свой, уникальный набор показателей, который наиболее адекватно характеризует ее деятельность. Поэтому перед аналитиком неизбежно встает задача выбора показателей для диагностики конкретной организации. Этот выбор в условиях неопределенности основан на профессиональном суждении аналитика. И от того, насколько правильно определены показатели, зависят результаты анализа и, соответственно, принимаемые управленческие решения.

На практике процедура выбора показателей является весьма затруднительной. В реальных условиях возникает множество вопросов, на которые должен ответить аналитик. Например, какую конкретно из множества предлагаемых методик анализа следует выбрать? Все, а если – нет, какие показатели из выбранной методики надо использовать? Или создать собственный набор показателей, взятых из разных методик? Ответы на эти вопросы неочевидны.

В литературе по теории и методологии экономического анализа, а также в самих методиках анализа отсутствуют какие-либо рекомендации (правила, критерии) аналитику по осуществлению такого выбора.

Поиск ответов усложняется рядом проблем, присущих самим методикам анализа.

В целом существующие сегодня методики анализа во многом схожи. Они оперируют в основном одинаковыми категориями, содержат практически стандартный набор показателей. Но это – на первый взгляд. При более детальном сравнении видны существенные различия в методиках. И для аналитика возникает большая неопределенность.

Во-первых, в литературе не существует общепринятой классификации показателей. Многие авторы дают собственную группировку показателей, при этом обоснование выбора практически отсутствует. В результате один и тот же

показатель в разных методиках может характеризовать разные экономические категории. Так, коэффициент соотношения собственных и заемных средств одни авторы относят к показателям платежеспособности [44, 16, 39] другие – к показателям финансовой устойчивости [22, 25].

Во-вторых, в литературе нет четко регламентированного набора показателей. Выбор авторами методик состава показателей также осуществляется экспертным путем (интуитивно), без каких-либо обоснований. В табл. 4 в качестве примера приведены коэффициенты оценки финансовой устойчивости разных авторов.

В-третьих, отсутствует единая терминология. Существующие терминологические проблемы возникли из-за того, что значительная часть показателей (коэффициентов) и применяемых методик пришла к нам из переводной литературы. Возникла некоторая терминологическая неразбериха, когда, по сути, одни и те же (одинаковые по экономическому содержанию и алгоритму расчета) показатели в разных методиках называются по-разному. Например, показатель, характеризующий удельный вес собственных источников в общей величине источников и определяемый как соотношение собственного капитала к сумме источников, имеет следующие названия: коэффициент автономии [44, 16], коэффициент финансовой независимости [17], коэффициент независимости [11], коэффициент концентрации собственного капитала [22], коэффициент общей финансовой независимости [45].

Наоборот. Под одним и тем же названием показателя у разных авторов (и даже в нормативных документах) могут быть разные алгоритмы расчета. В качестве примера приведем модели расчета коэффициента быстрой ликвидности четырех авторов.

Ковалев В. В. [22]:

$$K_{\text{лб}} = \frac{\text{Дебиторская задолженность} + \text{Денежные средства}}{\text{Краткосрочные пассивы}}$$

Нешиной А. С. [28]:

$$K_{\text{бл}} = \frac{\text{ДС} + \text{КФВ} + \text{ДЗ}}{\text{ТО}},$$

где ДЗ – дебиторская задолженность;

ДС – денежные средства;

КФВ – краткосрочные финансовые вложения;

ТО – краткосрочные (текущие) обязательства.

Коэффициенты финансовой устойчивости

Названия показателей	Авторы				
	Ковалев В. В. [22]	Гиляровская Л. Т. [16]	Донцова Л. В. [17]	Любушин Н. П. [25]	Савицкая Г. В. [36]
концентрации собственного капитала (автономии) или финансовой независимости*	+	+	+	+	+
концентрации привлеченных средств (заемного капитала) или финансовой зависимости	+	+		+	+
финансовой зависимости	+				+
покрытия долгов собственным капиталом (платежеспособности) или финансирования, или соотношения собственных и привлеченных средств (собственных и заемных средств) финансирования	+	+	+		+
финансового левериджа (соотношения заемных и собственных средств) или капитализации (плечо финансового рычага)		+	+	+	+
финансирования (устойчивого финансирования) или финансовой устойчивости, или постоянного актива		+	+	+	+
коэффициент текущей задолженности					+
коэффициент долгосрочного привлечения заемных средств или финансовой зависимости капитализированных источников	+				+
финансовой независимости капитализированных источников	+				+
структуры привлеченных средств	+				
структуры заемных средств	+				
структуры покрытия долгосрочных вложений или структуры долгосрочных вложений	+			+	
маневренности собственного капитала	+	+		+	

Названия показателей	Авторы				
	Ковалев В. В. [22]	Гиляровская Л. Т. [16]	Донцова Л. В. [17]	Любушин Н. П. [25]	Савицкая Г. В. [36]
обеспеченности оборотных активов собственными средствами или доля собственного капитала в оборотных средствах, или обеспеченности собственными источниками финансирования		+	+	+	
обеспеченности запасов собственными оборотными средствами		+			
соотношения оборотных и внеоборотных активов (мобильных и иммобилизованных средств)		+			
реальной стоимости имущества				+	
абсолютной ликвидности		+			
критической ликвидности		+			
покрытия текущих обязательств оборотными активами или текущей ликвидности		+		+	
коэффициенты покрытия (обеспеченности процентов к уплате, покрытия постоянных финансовых расходов)	+				

* Приведены разные названия одного показателя

Кузнецова Н. В. [24]:

$$K_{\text{лб}} = \frac{\text{Денежные средства} + \text{Надежные дебиторы}}{\text{Ссуды, займы, кредиторы к срочной оплате}}$$

Гиляровская Л. Т. [16]:

$$K_{\text{бл}} = \frac{\text{ДЗ} + \text{ДС} + \text{КФВ} + \text{НДС}}{\text{КО}},$$

где ДЗ – дебиторская задолженность;
 ДС – денежные средства;
 КФВ – краткосрочные финансовые вложения;
 НДС – налог на добавленную стоимость;
 КО – краткосрочные обязательства.

Все это приводит к разночтению и путанице.

Четвертая проблема – это наличие (даже в рамках одной методики) «формально» разных, но по своему экономическому содержанию дублирующих друг друга показателей. В качестве примера можно привести общепринятые показатели финансовой устойчивости, характеризующие структуру источников финансирования по признаку их принадлежности.

1. Коэффициент автономии. Показывает удельный вес собственных источников в общей величине источников. Рассчитывается по следующей формуле:

$$K_a = \frac{СИ}{И},$$

где СИ – собственные источники;

И – общая сумма источников.

2. Коэффициент финансовой зависимости. Показывает удельный вес заемных источников в общей величине источников. Рассчитывается по формуле:

$$K_z = \frac{ЗИ}{И},$$

где ЗИ – заемные источники.

3. Коэффициент соотношения заемных и собственных источников. Показывает величину заемных источников, приходящихся на 1 рубль собственных. Рассчитывается по следующей формуле:

$$K_{zc} = \frac{ЗИ}{СИ}.$$

4. Коэффициент соотношения собственных и заемных источников. Показывает величину собственных источников, приходящихся на 1 рубль заемных. Рассчитывается по следующей формуле:

$$K_{cz} = \frac{СИ}{ЗИ}.$$

Первые два коэффициента в сумме всегда равны единице, поскольку показывают долю одного из двух источников финансирования. Следующие два показателя обратны друг другу. Они также схожи между собой по содержанию, показывая соотношение двух источников. Все четыре коэффициента находятся в функциональной зависимости. Например:

$$K_{cz} = \frac{СИ}{ЗИ} = \frac{И - ЗИ}{ЗИ} = \frac{И}{ЗИ} - 1 = \frac{1}{K_z} - 1.$$

или

$$K_{сз} = \frac{СИ}{ЗИ} = \frac{СИ}{И - СИ} = \frac{\frac{СИ}{И}}{\frac{И}{И} - \frac{СИ}{И}} = \frac{K_a}{1 - K_a}.$$

Таким образом, экономическое содержание всех четырех показателей одинаково, они определяют зависимость организации от кредиторов при формировании активов. Поэтому при проведении анализа нет необходимости считать все четыре коэффициента. Достаточно выбрать какой-нибудь один.

Пятая проблема при выборе показателей – их взаимозависимость, то есть влияние уровня одного показателя на уровень другого. В качестве примера приведем коэффициент маневренности собственного капитала (показывающий удельный вес собственных источников, вложенных в оборотные активы) и индекс постоянного актива (удельный вес собственных источников, вложенных во внеоборотные активы). В сумме они дают единицу. Рост одного коэффициента неизбежно приводит к снижению другого. Поэтому оба коэффициента одновременно не могут быть использованы в качестве критерия финансового состояния. И даже по отдельности они не могут быть использованы в качестве показателей-стимуляторов (или дестимуляторов). Их изменения происходят в зависимости от конкретной ситуации в организации. Например, если организация осуществляет инвестиции, то может расти индекс постоянного актива при одновременном снижении коэффициента маневренности. Соответственно, практически невозможно назвать оптимальные значения каждого из двух коэффициентов, свидетельствующих об устойчивом финансовом состоянии организации (или он может быть рассчитан, исходя из сложившейся ситуации). Таким образом, данные коэффициенты не должны быть оценочными, они не могут быть инструментами управления финансовой устойчивостью. Их можно использовать в анализе как чисто расчетные.

Прежде чем выработать критерии выбора показателей, необходимо определиться с функциями, которые должен выполнять показатель.

Экономические показатели выполняют ряд функций:

- познавательная (информационная) функция. Она заключается в том, что показатели характеризуют состояние изучаемых экономических объектов или явлений;

- управленческая функция. Показатели являются информационной базой для принятия управленческих решений;

- некоторые показатели могут выполнять стимулирующую функцию.

Чтобы показатели соответствовали своему предназначению и выполняли свои функции, они должны быть достоверными. Под достоверностью понимается степень приближения, соответствия между действительными количествен-

ными отношениями и их отражением в показателях. Для обеспечения достоверности показатели должны соответствовать двум основным требованиям.

Во-первых, они должны быть теоретически обоснованы, то есть быть образованы на основе теоретического анализа отображаемых экономических объектов и явлений. Это означает, что при их разработке необходимо ориентироваться на результаты теоретических исследований в экономике – от экономической теории до прикладных дисциплин, таких как бухгалтерский учет, финансовый менеджмент.

И несмотря на то, что набор показателей является уникальным для каждой организации, выполнение данного требования станет гарантией того, что состав показателей будет не только отражать субъективные представления менеджеров о финансово-хозяйственной деятельности организации, но и обеспечит соблюдение действия объективных экономических законов.

Второе требование, предъявляемое к показателям, – это фактическая обоснованность. Данное требование обеспечивается, с одной стороны, качеством информационной базы, на основе которой рассчитываются показатели (ее полнотой, нейтральностью, достоверностью и сопоставимостью во времени, в пространстве, по единицам измерения), с другой стороны – точностью измерения (метрической достоверностью).

Вопросы фактической обоснованности показателей рассмотрены в работах по теории статистики, бухгалтерского учета и экономического анализа. Остановимся на проблеме теоретической обоснованности показателей, сформулируем принципы, определяющие методологическую основу формирования показателей, и конкретизируем данные принципы применительно к прикладным ситуациям анализа.

Итак, для обеспечения теоретической обоснованности показателей методологическими принципами их формирования являются следующие.

1. Любая организация представляет собой сложную систему. Для получения полного представления об организации необходима широта охвата всех сторон и аспектов ее деятельности. Сегодня не существует какого-либо интегрального, обобщающего показателя, который бы позволил в целом оценить деятельность организации. Все показатели – достаточно «узкие», они представляют собой лишь частную характеристику отдельных аспектов или сторон изучаемых объектов или явлений, поэтому возникает необходимость использовать целый набор показателей.

2. Принцип достаточности предполагает, что выбранный набор показателей будет достаточен для достижения поставленных целей и решения сформулированных задач.

3. В то же время должен соблюдаться принцип обзримости. Сегодня только в финансовом анализе насчитывается порядка двухсот показателей. Теоретически каждый из этих показателей (или их разновидностей) может быть рассчитан для любой организации. Но большое количество показателей (да еще имеющих разнонаправленную динамику) усложняет выработку однозначных оценок деятельности организации. Избыточная информация может отвлекать внимание аналитика на несущественные сведения.

4. Далее, перечисленные принципы необходимо рассматривать вместе с принципом экономичности, предполагающим сопоставление затрат на проведение анализа и выгод от его использования.

Поэтому многие авторы предлагают формировать лаконичный набор ключевых показателей, например не более 5–8 по каждому направлению анализа.

Однако необходимо помнить, что простое сокращение числа показателей может привести к некорректным трактовкам полученных результатов, к невозможности получения целостной картины деятельности организации. «Классический» пример тому – коэффициент текущей ликвидности, который долгое время был одним из трех критериев оценки финансового состояния предприятия-должника в процедуре банкротства. Его «хорошее» высокое значение может означать накопление излишних или неликвидных запасов, проблемы с погашением дебиторской задолженности, трудности в привлечении заемных источников.

Таким образом, для каждой организации должен быть определен оптимальный набор показателей, главным для которого станет качественное содержание выбранных показателей, их способность раскрыть деятельность организации и выявить причины, оказавшие влияние на происходящие изменения.

5. Для этого при отборе показателей необходимо руководствоваться принципом релевантности (полезности их для пользователей), то есть показатели должны не просто информировать о тех или иных аспектах деятельности организации. Они должны быть востребованы и служить базой для принятия управленческих решений. Например, можно отказаться от анализа структуры основных средств, особенно если она является стабильной и все имеющиеся основные средства необходимы для осуществления деятельности организации.

Сложность выбора системы показателей связана с попыткой учесть интересы многих групп заинтересованных лиц. Показывая результаты деятельности через набор финансовых и нефинансовых показателей, менеджмент стремится, чтобы эти результаты, во-первых, удовлетворили ожидания пользователей, а, во-вторых, были им понятны. Дело в том, что результаты деятельности организации интересуют самых разнообразных внутренних и внешних стейкхолдеров

(управленческое звено, персонал, собственники, кредиторы, контрагенты, общество). Разные отношения с анализируемой организацией каждого из них обуславливают различие их интересов, а также различие целей и задач в анализе. (Особенность стандартных показателей, построенных на финансовой отчетности компаний – завуалированная ориентированность в первую очередь на кредиторов. Даже построение баланса акцентирует внимание на достаточную ликвидность активов для погашения заемных обязательств.)

Так, собственники оценивают организацию с точки зрения повышения доходности капитала, обеспечения стабильности положения, а значит, для них интерес представляют такие показатели, как прибыльность компании, доходность и рентабельность собственного капитала и активов, распределение прибыли, рыночные показатели. Кроме того, их интересуют показатели финансовой устойчивости, платежеспособности и ликвидности организации с точки зрения их влияния на риск, которому они подвергаются.

Кредиторы проводят анализ с точки зрения минимизации своих рисков, своевременного получения платежей, поэтому для них важны показатели ликвидности активов и в целом организации, платежеспособность, показатели обслуживания долга, денежные потоки, структура капитала. Кредиторов, предоставляющих краткосрочные кредиты (банков, поставщиков и др.), интересует, прежде всего, способность организации генерировать деньги и вовремя выполнять свои обязательства, поэтому анализ будет включать оценку движения краткосрочных активов и краткосрочных обязательств, а также отслеживание последовательных превращений денежных средств из одной формы в другую в процессе их кругооборота. Хотя любой контрагент охотней сотрудничает с преуспевающей организацией, для данной группы кредиторов не столь актуальными являются показатели прибыльности организации. Они их интересуют с точки зрения влияния на риск, которому подвергаются кредиторы. Вопрос, на который они должны получить ответ в ходе анализа: «Будут ли выполняться обязательства и в случае отсутствия прибыли?».

Кредиторы, предоставляющие «длинные деньги», особое внимание уделяют оценке способности организации погашать долгосрочные обязательства. Но их также будут интересовать показатели платежеспособности, поскольку невыполнение организацией краткосрочных обязательств может привести к осложнению в отношениях с другими группами контрагентов и, соответственно, к проблемам с ликвидностью в будущем. Данная группа кредиторов и инвесторов также оценивает показатели эффективности организации, поскольку, чтобы организация могла выполнять свои обязательства и выплачивать проценты, деятельность ее должна быть рентабельной на протяжении достаточно дли-

тельного времени, поэтому кредиторы, предоставляющие долгосрочные кредиты, прогнозируя будущую деятельность организации, оценивают стабильность денежных потоков и ожидаемых доходов вплоть до срока выполнения долгосрочных обязательств.

Деятельность менеджера организации направлена на максимизацию прибыли и, в конечном счете, на увеличение стоимости компании, поэтому подход менеджеров к анализу такой же, как и у собственника. Но они отвечают как за долгосрочные перспективы развития организации, так и за текущую деятельность. Собственники возлагают на них ответственность за устойчивость, доходность и эффективность организации (рентабельность активов, собственного капитала, показатели эффективности инвестиций, финансовая устойчивость), прибыльность операционной деятельности (анализ операционных затрат, рентабельность продаж, операционный рычаг), эффективное управление ресурсами (материалоотдача, фондоотдача, капиталотдача, производительность труда, оборачиваемость запасов, дебиторской задолженности и денежных средств). Кроме того, в функции менеджеров входит привлечение источников финансирования, и они, соответственно, отвечают за выполнение обязательств организации, поэтому менеджеры проводят анализ и с точки зрения кредитора, оценивая ликвидность и платежеспособность организации.

Еще одно важное условие обеспечения принципа релевантности при выборе показателей для управленческого анализа заключается в том, чтобы они показывали реальный вклад, который менеджеры внесли в успех (неудачу) и позволяли увязать оплату труда менеджеров и персонала с реальным вкладом в рост выбранных показателей анализа. А это уже требует «разложения» ключевых показателей по уровням управления, по бизнес-единицам, центрам ответственности (например, по доходам, затратам, инвестициям).

6. С предыдущим принципом связан принцип существенности. При этом имеется в виду не количественная существенность показателя (например, по удельному весу), а качественный критерий признания показателя существенным, с точки зрения понимания сути отображаемых экономических объектов. Например, существенным для анализа являются показатели состава, состояния и движения активной части основных средств, в то время как информация о пассивной части может быть представлена укрупненно.

При этом показатели, как уже отмечалось выше, должны не дублировать, а должны дополнять друг друга.

Существенность того или иного показателя для организации во многом определяется спецификой организации. Существующие в литературе методики

анализа универсальны, обезличены. Аналитику же при выборе показателей необходимо учесть особенности конкретной организации.

Во-первых, необходимо учесть отраслевую специфику исследуемой организации. Так, у предприятий перерабатывающей промышленности и строительства высок удельный вес основных средств, материальных запасов и дебиторской задолженности, для них характерны низкая ликвидность активов, сильная зависимость от поставщиков сырья, сложность оперативного и аналитического учета, поэтому для таких предприятий необходимо большое внимание уделять оценке их имущественного состояния и, в частности, показателям наличия, состояния, состава, динамики и движения основных средств, материальных ресурсов, показателям капиталоемкости, фондоемкости, материалоемкости, анализу дебиторской и кредиторской задолженности.

Транспортные предприятия характеризуются высокой ликвидностью основных средств, незначительными материальными запасами, большими постоянными издержками, простотой аналитического учета, сильной мобильностью (сложностью контроля за имуществом). Для данной отрасли необходимо контролировать имущественные показатели, показатели соотношения постоянных и переменных издержек.

В торговле высока доля денежных средств и товаров для перепродажи, в оптовой торговле – дебиторской задолженности. Для таких организаций характерен высокий уровень ликвидности активов и относительно короткий период оборота. В структуре источников финансирования преобладают краткосрочные кредиты и кредиторская задолженность. Здесь важны показатели оборачиваемости товаров, дебиторской и кредиторской задолженности, платежеспособности организации.

Организации сферы услуг характеризуются малыми запасами, большой дебиторской задолженностью, большой мобильностью. Для данной отрасли необходимо отслеживать показатели дебиторской и кредиторской задолженности, показатели оборачиваемости.

Финансовые услуги характеризуются сложностью прогнозирования, быстрой ликвидностью, зависимостью от привлеченных средств, большим количеством кредиторов, зависимостью от дебиторов. В данной отрасли необходимо уделять внимание показателям ликвидности и платежеспособности, соотношению дебиторской и кредиторской задолженности, показателям соотношения собственного и заемного капитала.

Отраслевые особенности необходимо также учитывать при проведении анализа диверсифицированных организаций, т.е. работающих в разных отрас-

лях, поэтому даже по одной организации лучше рассчитывать показатели по каждой отрасли отдельно.

Во-вторых, при выборе показателей необходимо учесть стадию жизненного цикла организации, поскольку на разных этапах будут превалировать разные финансовые и нефинансовые цели, использоваться специальные инструменты управления, адаптированные к особенностям данного этапа развития организации. Соответственно набор оценочных показателей также должен меняться в связи с переходом на следующую стадию цикла.

Так, на начальном этапе жизненного цикла – возникновении организации, важными показателями являются расходы (в первую очередь, накладные), оборачиваемость основных средств и запасов. На стадии развития – затраты на сбыт и НИОКР, объемы продаж и прибыль, чистые активы. На стадии зрелости выбираются показатели структуры капитала, деловой активности и рентабельности. На этапе адаптации к изменяющимся условиям рынка значимыми становятся показатели, характеризующие затраты на маркетинг, обслуживание клиентов, модернизацию и реструктуризацию. На стадии банкротства предприятия – платежеспособность, стоимость конкурсной массы.

В-третьих, необходимо ориентироваться на цели организации. Эффективно управляемая организация имеет определенную систему стратегических целей. Оценить их достижение можно с помощью соответствующей совокупности показателей.

Если стратегией предусмотрено увеличение доли рынка, то на первый план выходят показатели по объемам продаж, маркетинговым бюджетам. Если собственники планируют продать свой бизнес, то оцениваются показатели капитализации. Если целью является рост операционной доходности, то ключевыми становятся показатели себестоимости и прибыльности. В случае реализации инвестиционных программ необходимо отслеживать прибыль до выплаты налогов, процентов и амортизационных отчислений (ЕБИТДА), структуру капитала. Если компания открывает филиалы, розничные точки, то контролю подлежат такие показатели, как доходность и прибыльность каждой структурной единицы, рентабельность продаж, дебиторская и кредиторская задолженности и др.

Примером такого подхода к формированию совокупности показателей является сбалансированная система показателей эффективности (Balanced Scorecard – BSC), разработанная американскими экономистами Д. Нортон и Р. Капланом. Концепция BSC – это система стратегического управления компанией на основе измерения и оценки ключевых показателей, которые учитывают четыре основных аспекта ее деятельности: финансы, бизнес-процессы, маркетинг, обучение и развитие персонала. В основе BSC лежат ключевые показате-

тели эффективности (KPI – Key Performance Indicator), которые ориентированы на конкретную целевую установку и связаны с финансовым результатом [29].

Наряду с перечисленным, отметим также и другие характеристики организации, которые должны быть учтены при выборе показателей. Это форма собственности, организационно-правовая форма, финансовая политика организации (в том числе структура источников финансирования), уровень прозрачности компании, законодательные требования и многое другое. Например, для акционерных обществ открытого типа важны рыночные показатели – прибыль на акцию, дивидендное покрытие, дивидендная доходность акций. Для организаций, широко использующих банковские кредиты, облигации, венчурные инвестиции весьма актуальны показатели финансовой устойчивости, определяющие зависимость организации от заемного капитала, и ликвидности.

Выбор показателей определяется также временным аспектом проведения анализа, т.е. сроками и объемами анализа. Аналитические процедуры в организации должны производиться согласно определенному временному регламенту.

Для этого на предприятии должны быть разработаны системы фундаментальной диагностики и мониторинга.

Прежде всего, необходимо сформулировать основные принципы диагностики предприятия и мониторинга, которые соответствовали бы стратегическим направлениям анализа бизнеса и не позволяли бы скатиться в разнообразные мелкие детали. В то же время в теории и практике финансового менеджмента сформированы инструменты анализа бизнеса.

Разумеется, систему диагностики предприятия и мониторинга необходимо строить на основе этих инструментов. Речь идет о построении целостной диагностической системы, которая предполагает проведение фундаментальной диагностики бизнеса один раз в год и ежемесячный мониторинг.

Для того чтобы решить эту задачу, необходимо рассмотреть весь набор финансовых инструментов анализа и выбрать из них те, которые соответствуют принятым в стратегическом управлении компании KPI и отвечают пожеланиям собственника и руководителя. Из всего множества финансовых показателей следует отобрать группу показателей для диагностики и группу показателей для мониторинга, понимая, что мониторинг контролирует оперативные показатели, тогда как диагностика осуществляет контроль более стратегически важных характеристик эффективности бизнеса.

Так, при оценке деятельности раз в году (в рамках составления годовой отчетности) отслеживаются обобщающие показатели деятельности организации, например рентабельность активов или собственного капитала. При проведении же оперативного (допустим, ежемесячного) анализа на основе данных

показателей невозможно сделать выводы о текущем состоянии организации, поскольку они генерируются в течение длительного периода. Здесь необходимо «мониторить» показатели рентабельности продаж или ликвидности, т.е. то, что сможет своевременно сигнализировать о негативных изменениях в деятельности организации.

7. Поскольку экономические объекты и явления не изолированы, а связаны между собой, то и показатели, их характеризующие, должны представлять собой не простой набор, а систему. Принцип системного подхода к построению совокупности показателей предполагает наличие определенной целостности, единства элементов, находящихся во взаимосвязи. И только система показателей может быть адекватной информационной базой для принятия управленческих решений, поскольку позволит оценить влияние этого решения не на какой-то отдельный элемент, а в целом на всю организацию. Так, при анализе эффективности, рост производительности труда может означать вовсе не улучшение использования персонала, а простое замещение труда капиталом (при котором будет снижаться фондоотдача).

Между показателями можно выделить четыре типа связей: логические, семантические, функциональные, стохастические.

8. Еще один принцип формирования показателей – гибкость.

В последние годы на рынке консультационных услуг предложено огромное количество конкурирующих между собой систем показателей. Однако не все эти новации оказываются востребованными на российском рынке. Одна из причин связана с психологией поведения менеджмента и собственников, когда хорошо ранее выстроенная система показателей или покупка признанного продукта консультационной фирмы создает иллюзию «совершенства». Компания впадает в заблуждение, что единожды выбранная система показателей будет работать всю оставшуюся жизнь. При этом часто забываются правила управленческой поддержки (наличие регламентов по проверке действенности выбранных показателей, по факторному разбору полученных оценок, проведению сравнительного анализа подразделений и филиалов, принятию ответных решений, внедрению системы мотивации по достижению плановых значений и т.п.).

Практика показывает, что со сменой стратегии, переходом на новый этап жизненного цикла система показателей должна меняться. Показатели должны отражать изменения во внутренней и внешней среде организации. Набор показателей может (и должен) меняться в зависимости от корректировок задач анализа, требуемого уровня глубины и детализации результатов анализа.

Но постоянные изменения показателей затрудняют проведение анализа в динамике, поэтому, с другой стороны, необходимо обеспечить преемственность

информации. Для этого должен соблюдаться принцип устойчивости и без существования каких-либо серьезных причин, состав показателей меняться не должен.

9. Многовариантность расчета показателей, нечеткость формулировок в литературе делает важным очевидный, на первый взгляд, принцип однозначности методики анализа показателей, который предполагает, что по каждому показателю определен четкий алгоритм расчета, информационная база, процедура его интерпретации и оценки, временной параметр расчета.

10. Для обеспечения аналитичности система показателей должна сочетать реальные и расчетные показатели. Реальные показатели – это характеристика какого-либо свойства экономического объекта или явления. Она отражает информацию об объективно протекающих экономических процессах и не зависит от аналитика. Расчетные показатели – это абстрактная характеристика. Они представляют собой соотношение реальных показателей. Именно расчетные показатели позволяют более полно учесть влияние различных факторов на экономические процессы, обеспечить сопоставимость сравниваемых показателей. Они более пригодны при применении статистических методов анализа. При этом каждая система показателей должна представлять определенный синтез реальных и расчетных показателей. Так, финансовые результаты деятельности организации характеризуются объемом прибыли (реальный показатель) и коэффициентами рентабельности (расчетные показатели). Наличие только одной группы показателей или рассмотрение каждой группы показателей вне зависимости друг от друга может привести к искаженным выводам.

Таким образом, использование выявленных принципов выбора экономических показателей позволит создать «качественную» систему показателей, адекватно отображающих экономические процессы, происходящие в организации, и результаты их деятельности. Это даст возможность на основе анализа принимать обоснованные управленческие решения.

Сегодня за рубежом показатели представляют собой целое направление в менеджменте, которое занимается разработкой систем измерения функционирования и результативности деятельности компаний (performance measurement and management). Этой области исследования уделяется большое внимание, поскольку считается, что нельзя управлять тем, что нельзя измерить, поэтому это направление представляет интерес не только для теории, но и, в первую очередь, для практики.

2.2.3. Основные объекты экономического анализа.

Схема формирования основных экономических показателей

На рис. 10 показаны основные экономические объекты анализа финансово-хозяйственной деятельности организации, представленные в виде системы. Для каждого объекта анализа определены основные экономические показатели, позволяющие математически описать причинно-следственные связи между объектами. Здесь показатели представлены как взаимосвязанная система, являющаяся базой комплексного анализа.

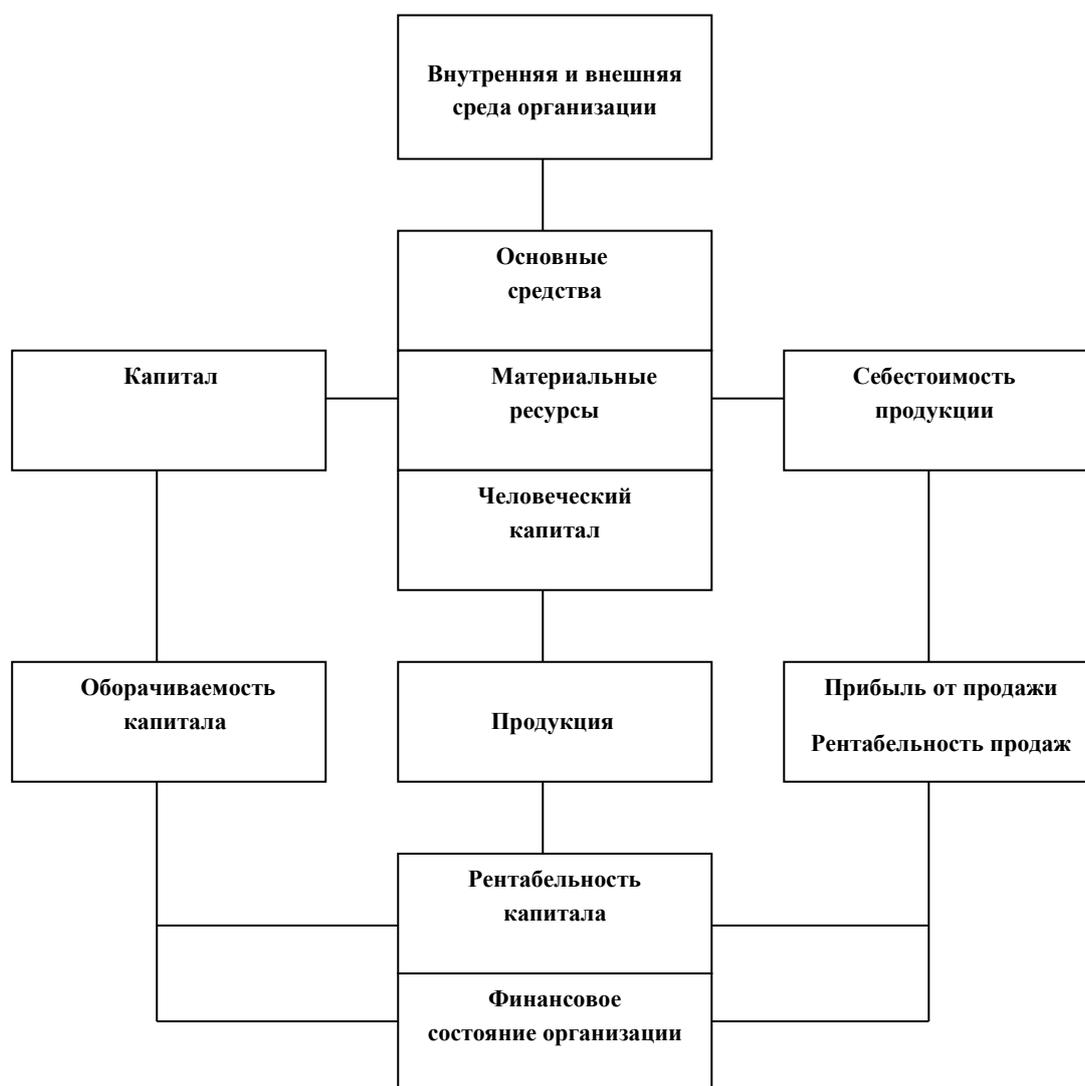


Рис. 10. Основные объекты экономического анализа

Рассмотрим формирование экономических показателей в последовательности блоков, представленных на схеме.

Блок. 1. Условия внутренней и внешней среды (бизнес-среда) организации. Любое предприятие находится и функционирует в конкретной среде. Каждое действие всех без исключения предприятий возможно только в том случае, если

среда допускает его осуществление. Всю совокупность отношений, возникающих на предприятии в процессе его функционирования, можно представить как две основные системы (рис. 11):

– отношения, формирующиеся между предприятием и внешней средой. Предприятие существует в реальной рыночной среде со своими контрагентами, конкурентами, потребителями и функционирует с учетом законов рынка. Его деятельность связана с национальной экономикой в целом, с одной стороны, через рынок факторов производства, финансовый рынок, а с другой – через рынок сбыта. Поскольку внешняя среда является источником, обеспечивающим предприятие ресурсами, необходимыми для поддержания его внутреннего потенциала на должном уровне, постольку предприятие находится в состоянии постоянного обмена с внешней средой, тем самым обеспечивая себе возможность выживания;

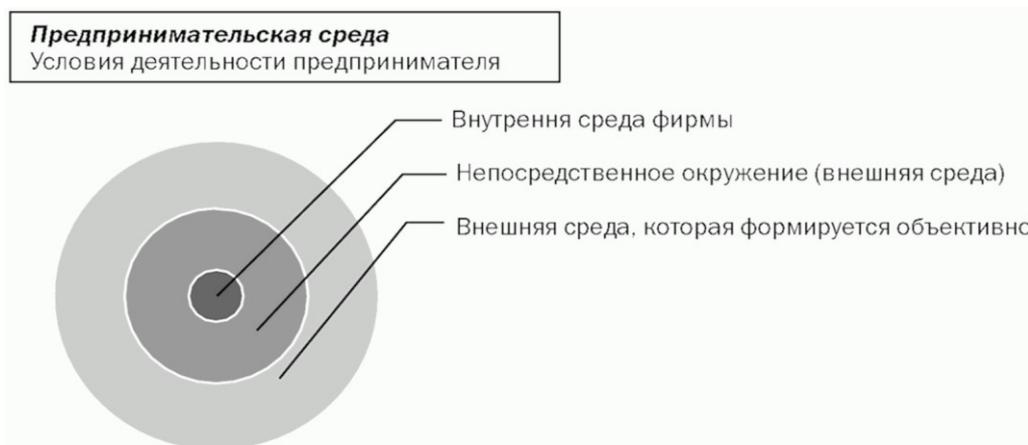


Рис. 11. Структура предпринимательской среды

– отношения, формирующиеся внутри предприятия (внутренняя среда). Внутренняя среда предприятия представляет собой совокупность агентов, действующих внутри организации и их отношений, возникших в процессе финансово-хозяйственной деятельности. Она включает в себе тот потенциал, который дает возможность данному предприятию функционировать, а следовательно, существовать и выживать в течение определенного времени. Но внутренняя среда может быть и источником угроз и даже гибели предприятия в том случае, если она не обеспечивает необходимых условий функционирования.

Поэтому при проведении экономического анализа деятельности предприятия необходимо учитывать условия внешней и внутренней среды.

Факторы, формирующиеся внешней средой организации, называются внешними. Сама организация повлиять на природу или проявление внешних факторов не может или его влияние оказывается незначительным. В ходе экономического анализа организации следует выделить те из них, которые оказывают на данную организацию максимальное воздействие. А поскольку повлиять на характер их действия сама организация не в состоянии, задачей анализа

является выработка вариантов действий, которые следует предпринять руководству хозяйствующего субъекта, если та или иная ситуация, связанная с действием внешних факторов, станет актуальной.

На рис. 12 представлены важнейшие факторы внешней среды.

<p>Политические: конституциональные и правовые основы, формы собственности, особенности законодательства, государственное регулирование и политика правительства, политическая стабильность и другие аспекты, отражающие уровень регулирования взаимоотношений агентов хозяйственного оборота, в т.ч. отношение государства к предпринимательству, к собственности, принципы земельной политики государства, налоговая политика, ограничение монополизма, защита конкуренции.</p>	<p>Научно-технологические: научно-технический и инновационный потенциал, уровень техники, технологий, качества и конкурентоспособность продукции и работ, другие факторы, определяющие характер, формы и способы производства.</p>	<p>Международные (глобализация экономики): цикличность экономического развития, колебания мировых цен, валютных курсов, финансовая политика транснациональных банков и фондов, заключение международных соглашений (образование свободных экономических зон, зон свободной торговли), международное законодательство, международные кодексы, регулирующие экспортно-импортные отношения стран, правила перевозки, торговли и т.п.</p>
<p>Экономические: макроэкономические показатели и тенденции, уровень конкуренции, степень развития рынков, устойчивость денежной системы, покупательная способность (уровень цен, возможность получения кредита), уровень доходов и характер их распределения, инвестиционная привлекательность, платежеспособность контрагентов и др.</p>	<p>Фирма</p>	<p>Ресурсные: состояние рынка труда и уровень развития человеческого капитала, условия жизни и труда персонала, наличие природных ресурсов, разработанность природных месторождений, доступность сырья и энергоресурсов, другие факторы, которые влияют на вид деятельности, размещение фирмы и т.д.</p>
<p>Социально-демографические: уровень жизни, демографические тенденции, уровень социальной защиты населения, предпринимательская активность, психология потребителя (потребительский выбор, привычки, традиции, нормы потребления), нравственные и моральные нормы, образовательный уровень, культурные традиции, имущественное расслоение и другие факторы, определяющие спрос и потребности населения.</p>	<p>Институциональные: развитие банковской системы, страхового дела, консалтинговых услуг, средств связи и информационного обеспечения и другие факторы, обеспечивающие функции и интенсивность товарообмена.</p>	<p>Природно-климатические, экологические факторы: окружающая природная среда и необходимость ее охраны, природопользование и необходимость его рациональности, экологическая безопасность и необходимость ее обеспечения.</p>

Рис. 12. Факторы внешней предпринимательской среды

Внутренняя среда фирмы определяется множеством факторов, которые также называются внутренними, поскольку формируются самой организацией в процессе ее деятельности, оказывая влияние и на ее результаты, и на перспективы развития. Хотя некоторые из них в определенной мере испытывают на себе влияние макросреды. В табл. 5 представлены факторы внутренней среды.

В современном мире все большую значимость приобретают, во-первых, социальные условия (демографическая ситуация и уровень развития человеческого капитала), во-вторых, экологические (природные) условия. Данные факторы относятся и к внешним, и к внутренним.

В совокупности экологические, социальные и экономические условия определяют устойчивое развитие предприятия.

Для анализа макро и микроэкономических условий используют методику под названием TEMPLES. (Technology, Economics, Market, Politics, Laws, Ecology, Society – в пер. с англ.: технология, экономика, рынок, политика, налогообложение, экология, общество). Она позволяет проанализировать весь круг вопросов, связанных с внешней средой, подразделив его на несколько групп для соответствующего определения и классификации:

- изменения технологий, в настоящий момент действующих на рынке;
- общая экономическая ситуация в мире и стране;
- ситуация, которая складывается на рынках: появление новых групп покупателей; смена ценностных ориентиров, влияющих на отношение покупателей к тем или иным запросам и потребностям;
- факторы, связанные с политическими изменениями;
- изменения в законодательстве (введение в действие или упразднение тех или иных законов может самым радикальным образом повлиять на процветание или деградацию каких-либо видов бизнеса и существенно поменять те правила, в соответствии с которыми они развиваются);
- демографические, социальные, экологические и культурные факторы, которые также могут повлиять на развитие данного предприятия.

Вся совокупность показателей, относящихся к блоку 1, оказывает влияние на наличие и использование ресурсов – факторов производства (блоки 2, 3, 4).

Блок 2. Основные средства. Основными показателями состояния, потребления и использования основных средств являются:

- стоимость основных средств;
- амортизационные отчисления;
- фондоотдача (*Производство/основные средства*) показывает величину продукции, получаемой с одного рубля основных средств;
- амортизационная отдача (*Производство/амортизация*) показывает величину продукции, приходящуюся на один рубль амортизационных отчислений. Данный блок можно рассматривать шире, с учетом нематериальных активов, явля-

ющихся важнейшим ресурсом современной экономики. Также можно рассмотреть данный блок еще шире, как внеоборотные активы в целом.

Блок 3. Материальные ресурсы. Основными показателями состояния, потребления и использования материальных ресурсов являются:

- материальные запасы;
- материальные затраты;
- материалоотдача (*Продукция/материальные затраты*) показывает величину продукции, получаемой с одного рубля материальных ресурсов;
- оборачиваемость запасов (*Продукция/материальные запасы*) показывает количество оборотов, совершаемых материальными запасами за анализируемый период.

Блок 4. Человеческие ресурсы. Основные показатели этого блока:

- численность персонала;
- оплата труда с начислениями;
- производительность труда (*Продукция/численность*) показывает величину продукции, приходящуюся на одного человека;
- платоотдача (зарплатоотдача) (*Продукция/ оплата труда с начислениями*) показывает величину продукции, получаемой с одного рубля оплаты труда.

Блок 5. Продукция. Объем продукции валовой, товарной, реализованной в натуральном, условно-натуральном и стоимостном измерении. В зависимости от вида деятельности это могут быть товары, работы, услуги.

Наличие и использование производственных ресурсов оказывает влияние на величину продукции:

$$\text{Продукция} = \text{основные средства} \times \text{фондоотдача};$$

$$\text{Продукция} = \text{материальные затраты} \times \text{материалоотдача};$$

Таблица 5

Факторы внутренней среды организации

Конкурентная позиция организации	Цель организации (миссия) Традиции, репутация, имидж Интеллектуальный капитал Доля рынка и стадия жизненного цикла
Принципы деятельности	Форма собственности Инновационная деятельность Система менеджмента Адаптивность Диверсификация производства
Организация производства и труда	Концентрация производства Форма специализации Кооперирование и комбинирование Длительности производственного цикла Ритмичность производства

Технический уровень производства	Прогрессивность, качество продукции Прогрессивность используемой техники Степень механизации и автоматизации производства Техническая и энергетическая вооруженность труда Прогрессивность применяемых технологических процессов
Маркетинговая стратегия и политика	Сегментация рынка Товарная политика Ценовая политика Сбытовая политика Коммуникационная политика

Продукция = численность работающих × производительность труда.

Данный блок можно рассматривать шире, не только как доходы по обычным видам деятельности (выручка от продаж), но и совокупные доходы, т.е. с учетом прочих доходов.

Блок 6. Капитал-ресурсы, авансированные в операционную деятельность.

Капитал = основные средства + материальные запасы.

Капитал = основные средства + оборотные средства.

Блок 7. Оборачиваемость капитала (капиталоотдача).

Капиталоотдача = Продукция/капитал.

Коэффициент показывает величину продукции, получаемую с каждого рубля капитала.

Блок 8. Себестоимость продукции (товаров, работ, услуг).

Себестоимость продукции = Амортизация + Материальные затраты + Оплата труда с начислениями

Данный блок можно рассматривать шире, как совокупные расходы, включающие кроме расходов по обычным видам деятельности (себестоимость) прочие расходы.

Блок 9. Прибыль. Рентабельность продукции.

Результат всей операционной деятельности аккумулируется в показателе операционной прибыли (валовая, от продаж).

Прибыль = Продукция (выручка от продаж) – Себестоимость продукции.

Если же рассматривать не только операционную, но прочую деятельность, и соответственно учитывать прочие доходы и расходы, получаются показатели прибыли до налогообложения, чистой прибыли.

Показателями рентабельности продукции являются:

- рентабельность продаж (*Прибыль/Выручка от продаж*) показывает прибыль, приходящуюся на один рубль продаж;
- рентабельность затрат (*Прибыль/Себестоимость*) показывает прибыль, приходящуюся на один рубль себестоимости продукции.

Блок 10. Рентабельность капитала.

$$\text{Рентабельность капитала} = \text{Прибыль} / \text{Капитал}$$

С помощью методов моделирования (будут рассмотрены в п. 2.5.3.) преобразуем модель:

$$\begin{aligned} \text{Рентабельность капитала} &= \\ &= \text{Прибыль} / \text{Выручка от продаж} * \text{Выручка от продаж} / \text{Капитал} = \\ &= \text{Рентабельность продаж} \times \text{оборачиваемость капитала}. \end{aligned}$$

Данная формула представляет собой двухфакторную модель компании Du Pont. Она показывает связь рентабельности капитала с показателями блоков 7 и 9. Она показывает две точки роста рентабельности капитала. Повышение рентабельности капитала, таким образом, возможно за счет, во-первых, повышения рентабельности продаж (а этого, в свою очередь, можно достичь за счет снижения издержек или повышения цен). Второй вариант – за счет ускорения оборачиваемости капитала, т.е. роста продаж («классический» пример: в конце 90-х гг. прошлого века General Motors, Ford Motors и другие известные промышленные компании достигали годовых темпов прироста производства до 15–20% при очень невысокой рентабельности продаж).

Блок 11. Финансовое состояние. Влияние предыдущих блоков на финансовое состояние можно проиллюстрировать следующим примером. Одной из характеристик финансового состояния является финансовая устойчивость, т.е. независимость организации от кредиторов. Прибыль является источником собственных средств организации. При увеличении прибыли (при прочих равных условиях) происходит увеличение собственных средств, а значит, уменьшается зависимость организации от кредиторов.

Таким образом, все показатели финансово-хозяйственной деятельности организации находятся в тесной связи и зависимости, которую необходимо учитывать при проведении комплексного экономического анализа. В данной схеме каждый следующий блок (объект) является следствием, каждый предшествующий ему – причиной.

И соответственно, обобщающий (синтетический) показатель, характеризующий следствие, при изучении взаимосвязей называется результативным (результатирующим) показателем, каждый показатель, характеризующий причину, определяющие поведение результативного показателя – факторным.

Отметим, что каждый объект/процесс/показатель можно рассматривать и как причину, и как результат. Например, производительность труда можно рассматривать, с одной стороны, как причину изменения объема производства, уровня себестоимости продукции, а с другой – как результат изменения степени механизации, автоматизации производства, усовершенствования организации труда.

Тесты для самоконтроля

1. Количественные размеры явления безотносительно к размеру других явлений в единицах меры, веса, объема, продолжительности, площади, стоимости и т.д.:

- а) показатель структуры;
- б) абсолютные показатели;
- в) относительная величина.

2. Анализ относительных показателей отчетности – это:

- а) сравнение выбранной позиции отчетности с предыдущим периодом;
- б) выявление влияния некоторой позиции отчетности на результат в целом;
- в) сравнение показателей разных фирм отрасли;
- г) расчет отношений между отдельными позициями отчета.

3. Какой из перечисленных показателей является качественным:

- а) среднесписочная численность работающих;
- б) среднегодовая производительность труда;
- в) годовой объем продаж.

4. По функциональному признаку аналитические показатели классифицируются на:

- а) нормативные;
- б) учетные;
- в) плановые;
- г) аналитические;
- д) все вышеперечисленные.

5. Все виды выработки, рассчитанной на одного рабочего или работника:

- а) частные показатели;
- б) обобщающие показатели;
- в) вспомогательные показатели.

6. Какие показатели качества характеризуют какое-либо отдельное свойство продукции:

- а) обобщающие;

- б) индивидуальные;
- в) косвенные.

7. При изучении причинно-следственных связей экономические показатели делятся:

- а) на общие и специфические;
- б) на обобщающие, частные и вспомогательные;
- в) на факторные и результативные.

8. Выручка от продаж организации это показатель:

- а) натуральный;
- б) стоимостной;
- в) условно-натуральный.

9. По использованию в отраслях экономики экономические показатели могут быть классифицированы как:

- а) количественные и качественные;
- б) обобщающие, частные и вспомогательные;
- в) общие и специфические.

10. Совокупность взаимосвязанных величин всесторонне отображающих состояние объектов или явлений – это:

- а) система показателей;
- б) метод группировки;
- в) таблица.

11. Экономические показатели отражают:

- а) динамику происходящих хозяйственных процессов;
- б) статистику происходящих хозяйственных процессов;
- в) динамику и статистику происходящих хозяйственных процессов.

12. По единицам измерения показатели экономического анализа могут быть сгруппированы как:

- а) факторные и результативные;
- б) нормативные, плановые, учетные, отчетные и аналитические;
- в) абсолютные и относительные.

13. С точки зрения направления развития, экономические показатели, характеризующие эффективность использования ресурсов, относятся:

- а) к экстенсивным;
- б) к ведущим;
- в) к интенсивным.

Ответы: 1–б; 2–г; 3–б; 4–д; 5–а; 6–б; 7–в; 8–б; 9–в, 10–а, 11–в, 12–в, 13–в.

2.3. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Финансово-хозяйственная деятельность организации, происходящие в ней процессы и явления, ее результаты раскрываются через различную информацию, которая в совокупности образует информационную базу экономического анализа. Информация – это сведения, уменьшающие неопределенность в той области, к которой они относятся. Возможности анализа зависят от наличия и качества информации.

Информационное обеспечение экономического анализа представляет собой систему сбора и обработки как внешней, так и внутренней информации деятельности предприятия и реализуется за счет непрерывного целенаправленного подбора информативных показателей, необходимых для осуществления анализа, планирования и подготовки эффективных оперативных управленческих решений по всем аспектам финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Различают учетные и внеучетные ее источники.

К учетным источникам относятся данные оперативного, бухгалтерского, управленческого и статистического учета и отчетности.

В бухгалтерском учете и отчетности находят отражение и обобщение хозяйственные средства и хозяйственные операции. Он является сплошным (т.е. учету подлежат все хозяйственные операции) и ведется непрерывно. Однако бухгалтерский (или финансовый) учет, в первую очередь, направлен на подготовку достаточной информации для удовлетворения потребностей внешних пользователей об имущественном и финансовом положении организации, о финансовых результатах ее деятельности.

Более объективной, полной, подробной, регулярной, четкой, оперативной и ориентированной на будущее, чем данные финансового учета, является информация управленческого учета. Управленческий учет – это система сбора, обработки и предоставления учетной информации о деятельности организации для нужд управления в целях создания и поддержания информационной системы внутри организации. Основная задача управленческого учета – подготовка необходимой информации для принятия обоснованных управленческих решений. Эта информация ориентирована на потребности руководства и собственников организации.

Данные статистического учета, в которых содержится количественная характеристика массовых явлений и процессов, используются для углубленного изучения и осмысления взаимосвязей, выявления экономических закономерностей.

Оперативный учет и отчетность, применяемые на отдельных участках операционной деятельности организации, представляют собой средство наблюдения за ходом производственных процессов и хозяйственной деятельностью непосредственно во время и вслед за совершением хозяйственных и производственных операций. Они обеспечивают более быстрое по сравнению со статистикой и бухгалтерией получение соответствующей информации.

Внеучетные источники:

– плановые и прогнозные данные. Это все типы планов, которые разрабатываются в организации (перспективные, текущие, оперативные), а также нормативные материалы (нормы расхода сырья, материалов, топлива), сметы, ценники, проектные задания и др.;

– техническая и технологическая документация (технические паспорта, технологические карты и др.), научно-техническая информация (публикации, отчеты по результатам НИР);

– официальные документы (приказы и распоряжения руководителей организации, решения совета директоров, собраний акционеров, материалы совещаний различных служб материалы налоговых и аудиторских проверок, отчеты оценщиков и т.п.);

– хозяйственно-правовая документация, которая фиксирует отношения с инвесторами, поставщиками, покупателями, заемщиками (договоры, соглашения, решения судебных органов).

Для проведения экономического анализа, кроме внутренней, необходимо располагать и внешней информацией, т.е. сведениями о состоянии среды, в которой функционирует само предприятие. В ее состав входят:

– политическая информация, характеризующая экономическую политику государства;

– экономическая информация о состоянии ресурсного рынка и рынка сбыта продукции (спрос и предложение по разным видам товаров и услуг, уровень и динамика цен на отдельные виды ресурсов и товаров), о состоянии финансового, фондового, валютного рынков (колебания курсов валют, ставки рефинансирования, ставки коммерческих банков по кредитам и депозитам, цены спроса и предложения, объемы и цены сделок по отдельным видам фондовых инструментов и др.), законодательные акты в области бухгалтерского учета и в целом экономики;

– информация о деятельности и перспективах развития конкретных хозяйствующих субъектов, являющихся покупателями, поставщиками, инвесторами, заемщиками, кредиторами или конкурентами организации.

Отдельно остановимся на новом для российских предприятий источнике информации, приобретающем все большую актуальность, – интегрированной

отчетности, которая включает показатели экологической, социальной и собственно экономической деятельности предприятия. Интегрированные отчеты в настоящее время выпускает или планирует выпускать большое количество крупных компаний.

В отличие от финансовой отчетности, отчеты об устойчивом развитии (sustainability reports), интегрированные отчеты (integrated reports) редко являются обязательными для составления (хотя она уже стала обязательной в некоторых странах для компаний, ценные бумаги которых торгуются на бирже), при этом данные этих отчетов выступают в большей степени качественными (описательными), чем количественными. Интегрированные отчеты компаний, которые размещены на сайте Международного совета по интегрированной отчетности Международной Федерации бухгалтеров в числе примеров, включают много нефинансовых показателей (количество сотрудников, филиалов и пр.), а также много описательной информации.

5 мая 2017 г. распоряжением Правительства Российской Федерации были утверждены Концепция развития публичной нефинансовой отчетности и план мероприятий по ее реализации [3].

На первом этапе (2017–2018 гг.) предусматривалось определение состава базовых индикаторов, необходимых для раскрытия информации о результатах деятельности организации в экономической, экологической и социальной сферах, утверждение перечня организаций, на которые распространяется требование публикации нефинансовой отчетности и раскрытия базовых индикаторов.

На втором этапе (2019–2020 гг.) предусматривается регулярное составление индексов и рейтингов в области социальной ответственности и устойчивого развития, расширение практики подтверждения (заверения), проверки публичной нефинансовой отчетности.

В состав организаций, на которые распространяется требование публикации нефинансовой отчетности, должны быть включены в том числе государственные корпорации, государственные и публично-правовые компании; хозяйственные общества, не менее 50% акций (долей) в уставных (складочных) капиталах которых находится в государственной собственности и ценные бумаги которых допущены к обращению на организованных торгах. На третьем этапе (2021–2022 гг.) предусматривается внедрение и дальнейшее совершенствование инструментов независимой оценки деятельности организаций на основе публичной нефинансовой отчетности, разработка и внедрение требования в отношении параметров подтверждения (заверения) публичной нефинансовой отчетности (категории охватываемых организаций, объемы подтверждаемых (заверяемых) сведений, включая базовые

индикаторы), расширение перечня организаций, на которые распространяется требование публикации нефинансовой отчетности.

На четвертом этапе (начиная с 2023 г.) предусматривается действие механизмов, регулирующих и стимулирующих развитие публичной нефинансовой отчетности различных форм внешней независимой оценки, подтверждения (заверения) данной отчетности; расширение с учетом отраслевой специфики состава организаций, на которые распространяется требование публикации нефинансовой отчетности.

В настоящее время подготовлен проект федерального закона «О публичной нефинансовой отчетности», который устанавливает общие требования к составлению и раскрытию публичной нефинансовой отчетности юридическими лицами.

Методы сбора информации и формы их реализации раскрываются в табл. 6.

Таблица 6

Методы сбора информации и формы их реализации

Методы сбора информации	Формы реализации методов	Источники информации
1. Наблюдение	<ul style="list-style-type: none"> • Участие в совещаниях различных служб и уровней управления, оперативных летучках, «круглых столах» и т.д. • Выявление аномалий на всех стадиях производственного процесса • Наблюдение за представителями важнейших элементов внешней среды объекта управления (покупателей, продавцов, конкурентов и т.д.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Поведение, высказывания и реакции участников • Поведение участников, отклонения конечных результатов стадии от запланированных и т.д. • Поведение в зависимости от системы интересов и приоритетов
2. Общение с людьми	<ul style="list-style-type: none"> • Личное общение: на симпозиумах, конференциях, съездах, различных форумах, в ходе переговоров, собеседований, опросов • Неформальные беседы • Интервьюирование • Дискуссионные группы • Тестирование • Анкетирование • Разведка под видом клиента или инвестора 	<ul style="list-style-type: none"> • Штатные и нештатные сотрудники организации различных уровней управления • Представители важнейших элементов внешней среды объекта управления (покупателей, продавцов, конкурентов и т.д.) • Клиенты предприятия, также работающие с конкурентом

Методы сбора информации	Формы реализации методов	Источники информации
3. Изучение официальной документации и др. материалов	<ul style="list-style-type: none"> • Сбор и обработка статистической информации • Анализ документации • Моделирование • Публикации и выступления в средствах массовой информации (телевидение, газеты, журналы, Интернет), информационные бюллетени и отчеты профессиональных консалтинговых фирм и рейтинговых агентств 	<ul style="list-style-type: none"> • Базы данных • Финансовая отчетность • Аудиторские заключения • Бизнес-планы • Схема организационной структуры управления • Управленческие отчеты • Результаты оценок и аттестаций объекта управления • Статистическая и аналитическая информация по социально-экономическим и менеджеральным вопросам на административном, геополитическом и др. уровнях

Структура экономической информации обусловлена ее содержанием и назначением в управлении. В зависимости от поставленных целей и задач воздействия на управляемый объект экономическая информация может классифицироваться и по другим признакам:

– по изменямости – на постоянную (условно-постоянную), которая не изменяется в течение какого-то периода времени (месяца, квартала, года и т.д.), и переменную;

– по отношению к предмету исследования информация делится на основную и вспомогательную, необходимую для более полной характеристики изучаемой предметной области;

– по полезности – на полезную и бесполезную;

– по степени обработки – на первичную (данные первичного учета, инвентаризаций, обследований), промежуточную (подвергающуюся соответствующей обработке) и результативную;

– по отношению к управляемому объекту – на внутреннюю (образуемую в самой организации) и внешнюю (поступающую из-за его пределов), входящую (поступающую на управляемый объект) и исходящую (поступающую от управляемого объекта);

– по объему необходимых сведений для управления экономикой организации – на комплексную и тематическую, относящуюся к определенному аспекту их деятельности;

– по периодичности поступления – на регулярную и эпизодическую. К источникам регулярной информации относятся плановые и учетные данные.

Эпизодическая информация формируется по мере необходимости, например, это сведения о новом конкуренте.

Информация, используемая для экономического анализа, должна отвечать ряду следующих требований:

- релевантность (уместность) информации означает ее ценность, полезность для анализа. Независимо от источников поступления она должна соответствовать потребностям анализа, т.е. обеспечивать поступление данных именно о тех направлениях деятельности и с той детализацией, которая в этот момент необходима аналитику для всестороннего изучения экономических явлений и процессов, для достижения поставленной цели и задач аналитического исследования;

- объективность, которая предопределяет достоверное и адекватное отражение данных о деятельности организации в системе экономической информации, соответствием нормативным актам и внутрихозяйственным положениям;

- проверяемость – возможность получения независимым путем аналогичного результата при использовании данного способа измерения;

- обратная связь информации позволяет контролировать реализацию решений, помогает подтвердить или скорректировать ранее принятое решение ее пользователями;

- прогнозная ценность, то есть способность информации служить основой для надежного предсказания дальнейших перспектив;

- единство информации, поступающей из разных источников;

- своевременность – информация является своевременной, пока имеется возможность использовать ее для принятия решения, вовремя вмешиваться в деятельность организации.

Запутанность потоков информации, несовершенство их каналов, методов и техники сбора, хранения и обработки приводят к существенному запаздыванию информации и к потере ее качества. Основа современного получения информации – это интеграция ее сбора и обработки. Автоматизированная система сбора, обработки и хранения информации сокращает время между ее возникновением и широким применением в аналитической работе. Современная система сбора, хранения и преобразования информации представляет собой десятки регистраторов, терминальных и других устройств. Технические средства имеют большое значение в информационной системе, обеспечивая своевременное поступление информации о процессах, происходящих на производстве, для руководителей и других работников управления.

- рациональность (эффективность) – максимально полно обеспечивать запросы анализа и управления при одновременном обеспечении экономии времени и затрат на сбор, хранение и использование данных;

– нейтральность, то есть отсутствие в информации акцентов, которые могут вызвать заданные действия, не должна подразумевать заданный результат. Таким образом, это требование позволит исключить одностороннее удовлетворение интересов одних групп заинтересованных пользователей информации перед другими. Информация не является нейтральной, если посредством отбора или формы представления она влияет на решения и оценки заинтересованных пользователей с целью достижения predetermined результатов или их последствий;

– сопоставимость по предмету и объекту исследования, периоду времени, методологии исчисления показателей и ряду других признаков.

Тесты для самоконтроля

1. Источником информации экономического анализа является:

- а) нормативно-плановая информация;
- б) учетная информация;
- в) отчетная информация;
- г) все из перечисленного (а, б и в).

2. По отношению к объекту исследования экономическая информация, используемая для проведения экономического анализа, подразделяется на:

- а) внутреннюю и внешнюю;
- б) постоянную и переменную;
- в) основную и вспомогательную;
- г) комплексную и тематическую.

3. По изменямости экономическая информация, используемая для проведения экономического анализа, подразделяется на:

- а) первичную, промежуточную и результативную;
- б) постоянную и переменную;
- в) комплексную и тематическую.

4. По объему сведений экономическая информация, используемая для проведения экономического анализа, подразделяется на:

- а) первичную, промежуточную и результативную;
- б) достаточную, недостаточную и избыточную;
- в) комплексную и тематическую.

5. По функциональному назначению экономическая информация, используемая для проведения экономического анализа, подразделяется на:

- а) плановую, нормативную, учетную, отчетную;
- б) внешнюю и внутреннюю;
- в) комплексную и тематическую.

6. По стадиям образования (процессу обработки) экономическая информация, используемая для проведения экономического анализа, подразделяется на:

- а) первичную, промежуточную и результатную;
- б) достаточную, недостаточную и избыточную;
- в) постоянную и переменную.

7. Внешней информацией для проведения экономического анализа деятельности организации не являются:

- а) данные о конкурентах;
- б) данные о состоянии рынка ресурсов, товаров и услуг;
- в) данные бухгалтерской отчетности организации.

8. Аудиторское заключение, составленное по итогам обязательного аудита отчетности анализируемой организации, относится к:

- а) учетным источникам информации для проведения анализа;
- б) отчетным источникам информации для проведения анализа;
- в) внеучетным источникам информации для проведения анализа.

9. Внутренним источником информации для проведения экономического анализа деятельности организации являются:

- а) сведения о состоянии финансовых рынков;
- б) данные о состоянии расчетов с дебиторами и кредиторами организации;
- в) информация о состоянии рынка ресурсов, товаров и услуг.

10. Обеспечение, с одной стороны, минимума затрат на сбор, хранение и использование данных для проведения анализа, а с другой, максимального удовлетворения потребностей аналитиков и управленцев означает:

- а) достоверность информационной базы анализа;
- б) полноту информационной базы анализа;
- в) эффективность (рациональность) информационной базы анализа.

11. Комплексный экономический анализ деятельности основывается на использовании:

- а) всего круга экономической информации о деятельности организации;
- б) данных бухгалтерского учета и отчетности;
- в) данных налогового учета и отчетности;
- г) данных статистической отчетности.

12. Какое требование организации информационной системы экономического анализа предполагает достоверность отражения исследуемых явлений, экономических и других процессов:

- а) объективность;
- б) проверяемость;

- в) сопоставимость;
- г) нейтральность.

13. Какое требование организации информационной системы экономического анализа предполагает обеспечение возможностей сравнения информации по предмету и объектам исследования, периоду времени, методологии исчисления и отражения показателей:

- а) объективность;
- б) проверяемость;
- в) сопоставимость;
- г) нейтральность.

14. В рамках внешнего финансового анализа информационная база ограничена данными:

- а) специальных обследований;
- б) статистической отчетности;
- в) публичной финансовой отчетности;
- г) внутренней и внешней финансовой отчетности.

15. В рамках внутрифирменного финансового (управленческого) анализа информационная база ограничена данными:

- а) первичных учетных документов;
- б) регистров бухгалтерского учета и внутренней отчетности;
- в) публичной финансовой отчетности;
- г) любых информационных источников, доступных менеджменту.

16. Основной принцип подготовки бухгалтерской и финансовой отчетности для эффективного анализа:

- а) постановка управленческого учета в соответствии с международными стандартами;
- б) соответствие изложенной информации востребованной;
- в) четкое нормативное регулирование бухгалтерского учета;
- г) отражение информации в документах бухгалтерской отчетности.

17. Бухгалтерская отчетность коммерческой организации составляется для:

- а) целей государственного контроля эффективности деятельности организаций;
- б) целей налогообложения;
- в) внешних и внутренних пользователей с целью предоставления информации о финансовом состоянии и финансовых результатах.

18. К плановым источникам относятся:

а) все типы планов, которые разрабатываются на предприятии (перспективные, текущие, оперативные, технологические карты), а также нормативные материалы, сметы, ценники, проектные задания и др.;

б) это все данные, которые содержат документы бухгалтерского, статистического и оперативного учета, а также все виды отчетности, первичная учетная документация;

в) документы, которые регулируют хозяйственную деятельность.

19. Документы, которые регулируют хозяйственную деятельность предприятия (законы, указы, акты ревизий и проверок) относятся к:

а) плановым источникам информации;

б) учетным источникам информации;

в) внеучетным источникам информации.

20. Все данные, которые содержат документы бухгалтерского, статистического и оперативного учета, а также все виды отчетности, первичная учетная документация, относятся к:

а) к плановым источникам;

б) к источникам информации учетного характера;

в) к внеучетным источникам информации.

Ответы: 1–г; 2–а; 3–б; 4–в; 5–а; 6–а; 7–в; 8–в; 9–б, 10–в, 11–а, 12–а, 13–в, 14–в, 15–г, 16–б, 17–в, 18–а, 19–в, 20–б.

2.4. ПРИЕМ СРАВНЕНИЯ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ АНАЛИЗЕ. ВЫБОР БАЗЫ СРАВНЕНИЯ

Для того чтобы дать оценку экономическим показателям, необходимо сопоставить их с какими-то другими данными, имеющими отношение к объекту диагностики.

При проведении сравнения методологически важно правильно выбрать базу для сравнения и методики их получения.

Под базисным (базовым) значением показателя понимается его реальное или гипотетическое значение, которое рассматривается при анализе как начальное/нормативное/плановое/эталонное.

Существует два основных типа сравнения: внутрифирменное и внешнее.

1. Внутрифирменное сравнение. В качестве базы здесь выбирается следующее.

1.1. Сравнение с показателями предшествующих периодов – динамика показателя и трендовый анализ (сравнение с рядом предшествующих периодов и определение тренда, т.е. основной тенденции изменения показателя, очищенной от случайных влияний и индивидуальных особенностей отдельных периодов). Такой анализ позволяет оценить изменения и тенденции исследуемых показателей и экономических процессов.

Однако сравнение значений показателей за различные периоды времени содержит определенные трудности. Результаты сравнения будут корректны только при условии отсутствия значительных изменений в деятельности компании в сравниваемых периодах. Это могут быть, например, изменения финансового характера, инвестиции в фирму, направленные на увеличение масштабов бизнеса и, следовательно, приводящие к динамике активов, или изменения организационного порядка, например, репрофилирование бизнеса, реорганизация, слияние и т.п.

Еще одна проблема состоит в том, что положительно оцениваемые результаты в прошлом могут оказаться недостаточными в настоящем. Даже если доходность капитала увеличилась по сравнению с прошлым годом с 2 до 5 %, уровень дохода в 5% сегодня может быть несущественным, или увеличение выручки на одного менеджера по продажам на 10% может оказаться не таким уж значительным, как кажется на первый взгляд, на фоне роста этого показателя у конкурентов на 20%.

Еще одно условие, которое необходимо учитывать при сравнении, это искажение исходных данных в результате влияния инфляционных процессов. Это может отразиться, например, на оценке структуры активов, поскольку в резуль-

тате роста цен происходит рост оборотных активов и искажение реальной стоимости основных средств вследствие существующего порядка их переоценки.

1.2. Сравнение с планом или прогнозом («план-факт анализ»). Заключается в расчете отклонений между фактическими значениями и плановыми (целевыми), установленными до начала рассматриваемого периода. Точное совпадение плана и факта практически невозможно, поэтому определяются пороги допустимых отклонений (в процентах от плана) с помощью классификации на несколько групп.

Первая группа – незначительные отклонения, ими можно пренебречь. К ним обычно относят отклонения, затраты на выяснение причин которых могут превысить потери от самих отклонений, или же отклонения, происходящие по независящим от исполнителя причинам. Размер таких отклонений определяется руководством, исходя из опыта и анализа предыдущих периодов, это могут быть и традиционные 5% существенности или иная величина.

Далее идут существенные и серьезные отклонения. Они требуют проведения дополнительного анализа, однако их размер говорит о том, что плановые значения определены достаточно корректно и надо совершенствовать соответствующие бизнес-процессы. Максимальное значение такого отклонения может определяться, например, исходя из риска простоя производственных мощностей, людских ресурсов и влияние на другие показатели бюджета.

Последняя группа – грубейшие отклонения. Требуют оперативного вмешательства в процесс исполнения бюджетов, вплоть до изменения программы развития бизнеса. Однако иногда они могут сигнализировать об ошибках в планировании или об изменениях факторов, влияющих на деятельность компании. Решить однозначно, где граница таких отклонений, очень трудно, это должно быть коллективным решением топ-менеджмента.

Вообще ключевым вопросом здесь является определение величины допустимых отклонений. Единых количественных рекомендаций по определению границ отклонений по каждой группе, очевидно, быть не может. Все зависит от специфики бизнеса компании, ситуации на рынке, отношения менеджмента и собственников бизнеса к невыполненным планам и другим факторам.

1.3. Сравнение с лучшими для данной организации значениями показателей. Например, в качестве эталона можно выбрать год с лучшими значениями показателей и сравнивать с ними показатели остальных лет. При достижении лучших результатов эталон будет изменен.

1.4. Сравнение с оптимальными значениями показателей.

Экономическая литература предлагает оптимальные значения для ряда финансовых коэффициентов. Теоретически организация считается независимым, если как минимум половину источников составляет собственный капитал

(коэффициент автономии); теоретически организация платежеспособно, если средства, поступившие от дебиторов, сопоставимы по величине с обязательствами перед кредиторами (коэффициент промежуточного покрытия) и т.д. Однако надо понимать, что эти нормативы определяются для данного конкретного, достаточно «узкого» по содержанию показателя и не учитывают другие аспекты функционирования компании. Кроме того, они формировались для компаний, функционировавших в специфических для них временных, национальных, экономических и отраслевых условиях. И, например, в условиях высокого уровня рисков, присущих сегодня отечественной экономике, значительной стоимости заемного капитала, 50% собственных источников недостаточно для обеспечения финансовой устойчивости компании.

В принципе, не может быть единых для всех оптимальных значений. Предпочтительными для каждой компании будут являться самостоятельно сформированные на основе аналитически-расчетных методов нормативы, которые учитывают специфику его деятельности, например отраслевую принадлежность, длительность производственно-коммерческого цикла, структуру активов и источников, структуру затрат, влияние внешних факторов, таких как: состояние отрасли, конкурентная среда, доступность источников финансирования и т.д. Например, тот же коэффициент автономии зависит от структуры активов. Для фондоемких производств, где высокий удельный вес внеоборотных активов, требуется соответственно и высокая доля долгосрочных источников для их финансирования, в том числе собственного капитала. Это в некоторой степени теоретическое предположение, основанное на правилах финансирования, в определенной степени иллюстрируют данные статистики (табл. 7). (Безусловно, мы понимаем, что значение коэффициента автономии коррелирует с множеством других факторов, связи намного сложнее, но тем не менее мы сочли возможным показать эти данные в качестве примера.)

Таблица 7

Взаимосвязь структуры активов и источников по отраслям экономики Российской Федерации за 2021 г.

Отрасль экономики	Удельный вес внеоборотных активов в стоимости имущества, %	Коэффициент автономии
Строительство	31,39	9,2
Производство автотранспортных средств, прицепов и полуприцепов	37,64	20,9
Металлургическое производство	65,14	38,5
Сельское, лесное хозяйство	54,32	42,9
Добыча сырой нефти и природного газа	73,32	62,7

Отрасль экономики	Удельный вес внеоборотных активов в стои- мости имущества, %	Коэффициент автономии
Производство и распределе- ние электроэнергии	78.27	62,6
Деятельность железнодорож- ного транспорта (пассажирские перевозки)	92.80	65,2

Источник: Составлено автором по данным Федеральной службы государственной статисти-
стики Финансы России. 2022: стат.сб. / Росстат М., 2022. [40].

Формирование нормативной базы значений экономических показателей для предприятий весьма трудоемко, оно предусматривает предварительное изучение бизнес-процессов организации, формирование кредитной политики, нормирование или внедрение логистических моделей расчета запасов, установление устойчивых связей с контрагентами и т.д.

При всей полезности применения таких оптимальных значений алгоритмы их расчета не нашли широкого распространения в отечественной литературе. В качестве примера отметим работы Жулеги И. А. [20], Крейниной М. Н. [23].

1.5. Сравнение в разрезе регионов, бизнесов, филиалов, по центрам финансовой ответственности, структурным единицам или юридическим лицам компании.

Пример: новосибирский филиал компании значительно преуспел по сравнению с московским. Тогда Москва выясняет, по каким параметрам Новосибирск превосходит их, и использует опыт у себя.

1.6. Сравнение по контрагентам, контрактам или продуктам.

1.7. Сравнение бизнес-процессов (и внедрение лучшего опыта).

Пример: В отделе оптовых продаж есть система CRM, упрощающая процесс сделок. Положительный опыт подошел и рознице, с внедрением CRM процесс отслеживания и анализа сделок стал проще.

2. Внешние сравнения

Сравнение с показателями других организаций (обычно конкурентов) – **бенчмаркинг**.

Вообще бенчмаркинг – это процесс непрерывной оценки и сравнения какой-либо организации с любым из мировых/отечественных/отраслевых лидеров бизнеса с целью получения информации, которая поможет этой организации улучшить свои показатели. Иногда бенчмаркинг называют эталонным тестированием.

Надо сказать, что сегодня термин бенчмаркинг широко используется и при описании внутреннего анализа.

В табл. 8 приведены основные **виды** внешнего бенчмаркинга.

Таблица 8

Виды внешнего бенчмаркинга

Вид	Описание	Пример
Отраслевой (или функциональный)	Сравнение деятельности компаний из одной отрасли.	Пример бенчмаркинга в России – компания Газпром, которая провела анализ деятельности компаний-нефтедобытчиков. Выяснилось, что услуги по бурению скважин у них выполняют сторонние организации. Поэтому Газпром вывел это направление на аутсорсинг.
Стратегический	Сравнение успешных стратегий, анализ сильных и слабых сторон компаний-партнёров.	Директор по маркетингу Dell утверждает: «Мы наблюдаем за глобальной конкуренцией, так как понимаем, что завтра нам придётся бороться с фирмой, которая сегодня является мелким игроком в удаленном от нас регионе».
Конкурентный	Сравнение деятельности своей компании с конкурентами.	Глядя на своих восточных конкурентов, американские производители стали искать причины их успеха и оптимизировать собственные процессы. Таким образом, бенчмаркинг помог им стать лидером рынка.
Синергетический	Внедрение положительного опыта из любой подходящей области.	Условия рынка заставляют и образовательные организации внедрять маркетинг в свою практику. Таким образом, современные ВУЗы для привлечения новых учащихся используют опыт компаний из разных сфер.

Смысл бенчмаркинга в том, что в процессе сравнивают и анализируют как совокупность объектов, так и отдельные категории (табл. 9).

Таблица 9

Объекты сравнения

Объект/показатель	Категории измерений	Способ сравнения	Пример
Товар	– Прибыльность; – Качество; – Конкурентоспособность; – Ассортимент.	Разбор «по винтикам» от упаковки до технологии производства.	Компания Ford приняла решение создать новый высококлассный автомобиль, и для этого провела исследование по циклу DMADV (определить-измерить-проанализировать-разработать-проверить). Результатом работы стал автомобиль Ford Taurus.

Объект/ показатель	Категории измерений	Способ сравнения	Пример
Цена	– Стоимость продукции; – Прямые, переменные затраты; – Эластичность спроса; – Затраты на рубль про- дукции.	Анализ ценовой стратегии.	Томаш Батя, изначально мел- кий ремесленник, создал бренд Bata в начале XX в. Для стимуляции продаж и привле- чения покупателей он исполь- зовал специальные цены: вме- сто 10 крон (как у конкурен- тов) – 9,99 крон.
Финансо- вые пока- затели	– Прибыль; – Доля возмещений и ски- док; – Рентабельность; – Доля валовой прибыли и т.д.	Анализ финансо- вых результатов компаний.	Рейтинг РБК 500 составлен по данным консолидированной отчетности. При этом основ- ными показателями выступа- ют выручка и данные отчета о прибылях и убытках.
Бизнес- процессы	– Сбыт; – Работа с клиентами.	Сравнение дей- ствий от производ- ства или закупки товара до его про- дажи и получения прибыли.	Говард Шульц во время ко- мандировки в Милан в 1983 г. заметил популярность ита- льянских эспрессо-баров, в которых люди собирались по- читать газеты и поговорить за чашечкой кофе. Шульц убе- дил владельцев Starbucks от- крыть такой бар в деловом центре Сизтла. Новое заведе- ние быстро стало популяр- ным.
Персонал	– Обеспеченность трудо- выми ресурсами; – Коэффициент текучести кадров.	Анализ штата, производительно- сти и условий тру- да.	Персонал British Airways про- ходил подготовку для повы- шения уровня коммуника- бельности и в разрешении конфликтных ситуаций с пас- сажирами.
Стратегии	– Узнаваемость бренда; – Проверка «здоровья» бренда.	Поиск лучших стратегий от лиде- ров рынка.	Авиакомпания SAS под руко- водством Яна Кардона опре- делила себя как авиаперевоз- чика, удовлетворяющего по- требности деловых людей в передвижении. Учитывая свой успех, компания реаги- ровала на конкуренцию низко бюджетных компаний, внед- ряя услуги для экономных бизнесменов.

Первоначально бенчмаркинг возник как метод маркетингового анализа, однако сегодня он широко распространен и в финансовой сфере. По данным исследования, проведенного в 2001 г. специалистами Шеффилдского университета, 42% средних и малых предприятий Европы используют финансовые пока-

затели своих конкурентов для оценки собственного бизнеса, а 74% предприятий считают такой анализ эффективным [46].

Финансовый бенчмаркинг предполагает сравнительный анализ итогов работы компании с результатами других организаций, чаще всего представителей одного рыночного сегмента и непосредственных конкурентов или эффективно работающих организаций других отраслей. При проведении бенчмаркинга, сравнивая показатели компании с показателями лидеров отрасли, можно видеть слабые/сильные стороны своего бизнеса, а также устанавливать для себя целевые ориентиры на перспективу и определять стратегию дальнейшего развития.

На рис. 13 показаны основные **принципы**, на которых базируется бенчмаркинг.

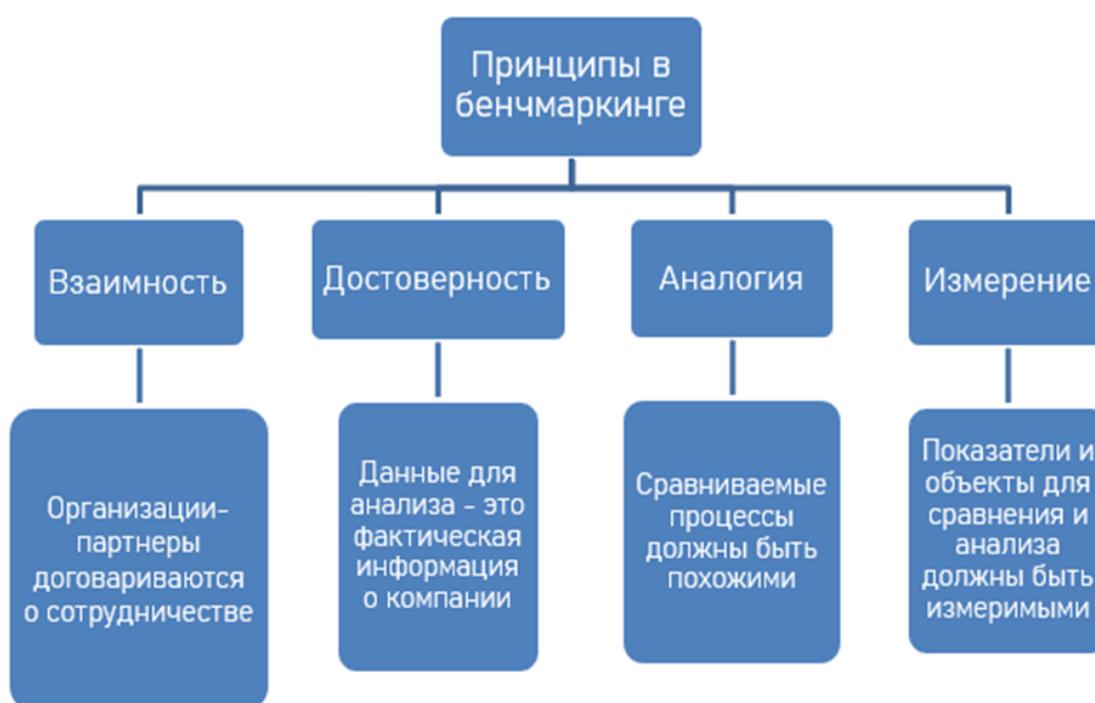


Рис. 13. Основные принципы бенчмаркинга

Процедуру бенчмаркинга можно разбить на несколько основных **этапов**.

Этап 1. Отбор показателей.

Необходимо создать сбалансированную систему показателей. Они должны быть:

1. Минимальными, максимально информативными.
2. Полезными. Как финансовые, так и нефинансовые показатели должны дополнять друг друга и давать целостное представление о ситуации.

3. Стабильными. Если нужно, систему показателей можно совершенствовать, но в целом она должна работать стабильно и предоставлять качественные данные.

4. Полными. Показатели должны раскрывать и отображать динамику происходящих процессов, которые в полной мере подойдут организации.

Этап 2. Составление критериев оценки.

Критерии оценок для каждого показателя должны быть как максимальными, так и минимальными. Далее необходимо определить границы показателей, так называемые бенчмарки. Это и будут те самые ориентиры, по которым выбирается компания-эталон, а также вектор развития самой компании. Наглядно это можно представить так:

Показатель	Плановое значение	Минимальное значение	Максимальное значение	Расчетное значение	Значение компании-эталона
Рентабельность продаж					
Прибыльность покупателя					
Рентабельность собственного капитала					

Этап 3. Выбор предприятий-эталонов для сравнения.

Сформировав группу предприятий для анализа, необходимо выбрать предприятие-эталон. Для этого используется STC-анализ (skim, trim, cream):

- S – поверхностный анализ показателей предприятий-претендентов;
- T – сбор информации и подробное описание данных;
- C – выбор лучшего предприятия.

Этап 4. Анализ и адаптация опыта для собственного предприятия.

Изучив полученную информацию о предприятии-эталоне, необходимо далее определить, что из его опыта можно использовать и как его применить на практике для собственного предприятия.

В финансовом бенчмаркинге можно выделить ряд наиболее распространенных **показателей**.

Самым распространенным показателем при проведении бенчмаркинга является выручка от продаж, которая позволяет оценить долю рынка своей компании и конкурентов. С другой стороны, это информация – одна из самых доступных. Среди других абсолютных показателей для сравнения – различные показатели прибыли (операционная прибыль, EBIT, чистая прибыль). А показатель EBITDA был специально разработан для того, чтобы сравнивать результаты деятельности разных компаний, в том числе компаний разных стран, нивелируя влияние различий в налогообложении и амортизационной политике.

Однако при сравнении обязательным условием является обеспечение сопоставимости показателей, поэтому бывает предпочтительней сравнивать не сами абсолютные показатели, а темпы их роста: рост активов, источников или отдельных их составляющих (основных средств, дебиторской задолженности, заемного капитала и др.), рост показателей финансовых результатов (выручки, себестоимости, прибыли). Однако при таком сравнении следует учитывать различия в масштабах бизнеса, то есть если для крупного предприятия прирост на 5–10% является существенным, то для малого предприятия такие темпы прироста будут явно недостаточными из-за более низких исходных значений. Поэтому, чтобы находиться в тренде, малому бизнесу необходимо обеспечивать более высокие, чем у лидеров темпы прироста финансовых показателей.

И, безусловно, показательным является сравнение относительных показателей – коэффициентов. Это, во-первых, показатели рентабельности деятельности компании (рентабельность продаж или затрат, рентабельность активов и источников). При проведении такого сравнения также следует делать поправку на масштабы бизнеса. Например, доступные малому бизнесу в соответствии с действующим законодательством специальные налоговые режимы и льготы по отдельным налогам не могут использоваться лидерами отрасли из-за величины их оборотов, большей численности работников и пр.

Вторая группа показателей – показатели оборачиваемости активов и источников. При этом надо учесть, что малый бизнес обладает ограниченными ресурсами по сравнению с лидерами отрасли, поэтому эффективность бизнеса может обеспечиваться лишь более высокой оборачиваемостью.

Третья группа – показатели производительности труда. Для сравнения, эта группа показателей может использоваться с учетом следующих факторов. Недостатком крупных компаний часто является раздутость их штата, в то время как в малых предприятиях штат не содержит лишних работников, поэтому показатели производительности труда на таких предприятиях могли бы быть выше. Но, с другой стороны, обладая значительным ресурсным потенциалом, компания-лидер имеет возможность выполнять крупные контракты, которые предприятиям малого бизнеса практически недоступны.

Еще одна группа показателей – это коэффициенты, характеризующие финансовое состояние (финансовая устойчивость, платежеспособность).

Вообще, проблема обеспечения сопоставимости является весьма серьезной при проведении анализа и особенно при принятии на основе результатов анализа экономических решений. Несмотря на важность этой проблемы, методологическая литература практически не рассматривает вопросы сопоставимости, в лучшем случае упоминается сопоставимость показателей при внутрифирменном анализе. Возможно, при проведении бенчмаркинга целесообразно

воспользоваться критериями сопоставимости компаний, которые применяются при определении для целей налогообложения доходов в контролируемых сделках, сторонами которых являются взаимозависимые лица. Согласно ст. 105.8 Налогового кодекса Российской Федерации [1], к таким критериям относятся:

- осуществление сопоставимой деятельности с учетом общероссийского классификатора видов экономической деятельности и выполнение сопоставимых функций, связанных с этой деятельностью;

- ведение деятельности в сопоставимых экономических (коммерческих) условиях;

- неотрицательная величина чистых активов;

- отсутствие убытков от продаж;

- организация не участвует в других компаниях более чем в 25% и не принадлежит другой компании более чем на 25%.

При проведении бенчмаркинга основными источниками данных о финансовых показателях других компаний является их публичная отчетность, проспекты эмиссии облигационных и вексельных займов, опубликованные интервью и статьи, рекламные проспекты и др. Поиском такой информации могут заниматься сами предприятия. Например, в компании Xerox существует специальная служба «Лаборатория оценки конкурентов», которая осуществляет мониторинг различной (в том числе финансовой) информации о конкурирующих фирмах.

Однако процесс получения информации не лишен сложностей. У индивидуальных предпринимателей и товариществ нет обязательств публиковать данные своей отчетности. В результате предприятия мелкого и среднего бизнеса вынуждены ограничиваться только оценкой объемов продаж конкурентов и не могут провести более глубокий анализ, как в силу закрытости информации, так и вследствие недостаточности человеческих и денежных ресурсов, необходимых для ее нахождения.

Акционерные общества обязаны публиковать финансовую отчетность, но многопрофильные компании могут не предоставлять детальную информацию в разрезе направлений своей деятельности, что также сужает возможности анализа.

Иногда предприятия договариваются друг с другом об обмене данными. На Западе существуют целые ассоциации предприятий, заключивших соглашения о взаимном предоставлении информации о бизнесе.

Другая возможность – маркетинговые и информационно-аналитические агентства, которые оказывают услуги по сбору данных о конкуренте. В качестве примера – Международное рейтинговое агентство Dun & Bradstreet (www.dnb.ru), которое работает в сфере деловой информации с 1841 г. Компания специализируется «на сборе, каталогизации и анализе информации о субъ-

ектах бизнеса и составлении кредитных рейтингов, ведёт крупнейший в мире реестр сведений о частных компаниях (около 205 млн субъектов по состоянию на 2013 г.)». Компания предоставляет заказчикам бизнес-отчеты о финансовом состоянии организаций, которые включают регистрационные данные организации, информацию о руководстве, материнских и дочерних структурах, основные финансовые показатели, показатели вероятности банкротства, уровни кредитного риска при сотрудничестве [12].

В России использование бенчмаркинга пока еще не очень распространено. Это объясняется высокой степенью закрытости российских предприятий, небольшим числом публичных компаний, боязнью поглощений и иных атак на собственность, а также просто нежеланием открывать кому бы то ни было «изнанку» бизнеса. Однако публичные компании обязаны обнародовать свою отчетность на сайтах в Интернете, например www.cbonds.ru и www.skrin.ru, в СМИ. Широко используется информация Федеральной налоговой службы, Федеральной службы государственной статистики. Информационные агентства оказывают услуги по предоставлению данных официальной отчетности как открытых, так и закрытых компаний. Среди российских агентств можно отметить «Спарк-интерфакс» (www.spark.inter-fax.ru), АК&М (www.akm.ru), среди западных – Dun & Bradstreet (www.dnb.ru). Кроме того, некоторые маркетинговые агентства оказывают услуги по сбору более детальных данных о конкуренте, например о его кредитной политике.

Проблемы поиска компаний-аналогов и закрытости информации можно в определенной степени решить, используя в качестве базы для сравнения **среднестатистические значения показателей**. Такие сравнения позволяют сопоставить исследуемое предприятие со множеством других компаний.

Но на практике такое сравнение сопряжено с рядом ограничений, которые надо учитывать, используя средние значения.

Средние значения показателей появились в отечественной литературе в 90-е гг. XX в. вместе с появлением самих методик финансового анализа. Российской рыночной статистики еще не было, и эти средние значения были взяты вместе с показателями из западных методик.

В западных методиках средние значения показателей были получены следующим образом. На протяжении значительного периода времени (несколько десятков лет) коэффициенты рассчитывались для большого количества предприятий Соединенных Штатов и Западной Европы, причем в первую очередь для публичных компаний, чьи акции котировались на известных мировых фондовых биржах. Далее для стабильно успешных компаний были рассчитаны средние уровни различных финансовых коэффициентов, и эти статистически полученные уровни и были взяты в качестве рекомендуемых значений для всех

компаний, которые обращались за заемными средствами в коммерческие банки и инвестиционные компании.

Взятые из западных методик рекомендации не были адаптированы к российским условиям, и использование их в отечественной практике оказалось проблематичным. Для многих (в том числе успешных предприятий) фактические значения финансовых показателей оказывались меньше рекомендуемых. В качестве примера – весьма распространенный коэффициент текущей ликвидности. Его минимальное значение, равное 2, взятое из статистики крупных американских промышленных корпораций, устанавливало большинство появившихся тогда отечественных методик анализа. Более того, это значение принималось законодательно в качестве критерия для оценки неудовлетворительной структуры баланса неплатежеспособных предприятий в процедуре банкротства [2]. Однако большинство российских предприятий имели более низкий уровень показателя, и это вовсе не означало, что они неплатежеспособны. По данным официальной статистики, среднее значение коэффициента в 1993 г. составляло 131,6% [30].

И несмотря на то, что прошло уже несколько десятков лет с момента появления этих методик, поменялась «западная» и появилась российская статистика, средние значения в отечественной аналитической литературе остаются прежними. Например, уже упоминавшееся рекомендуемое значение коэффициента текущей ликвидности, равное 2, по-прежнему является весьма распространенным в отечественной литературе. Ниже в качестве примера перечислены публикации Савицкой Г. В. с указанием годов издания, в которых рекомендуемое значение коэффициента текущей ликвидности неизменно: издания 1998 г. [31], 2001 г. [32], 2005 г. [33], 2009 г. [38], 2015 г. [34], 2020 г. [35].

Кроме того, нужно учесть, что национальная экономика постоянно менялась (и часто весьма существенно). Для сравнения в табл. 10 приведены значения коэффициента текущей ликвидности, согласно данным статистики (выборочно по годам).

Следующая проблема заключается в том, что практически вся отечественная литература (в отличие от западных методик) дает рекомендации для «обезличенной» организации, независимо не только от его отраслевой принадлежности, но даже от вида деятельности, а также от других важных факторов, например, масштаба бизнеса, этапа жизненного цикла. В качестве практического подтверждения влияния этих факторов на значения показателей рассмотрим уже упомянутый коэффициент текущей ликвидности.

**Коэффициент текущей ликвидности
по основным отраслям экономики Российской Федерации**

Год	Среднее значение коэффициента по основным отраслям экономики Российской Федерации, %	Доля организаций, имеющих значение коэффициента свыше 200 %, % от общего количества организаций
2019	124,0	35,5
2020	129,4	35,1
2021	133,4	36,6

Источник: Составлено автором по данным Федеральной службы государственной статистики Финансы России. 2022: стат.сб./ Росстат М., 2022. [40].

Среднеотраслевые значения по данному показателю значительно варьируются: по данным статистики 2021 г., от 69,7% по деятельности сухопутного транспорта до 233,6% по производству одежды [40]. Отраслевое различие здесь можно объяснить, например, разным уровнем материалоемкости операционной деятельности, оборачиваемости оборотных активов.

Еще одна проблема – ограниченность аспектов деятельности и перечня показателей, по которым имеются рекомендуемые значения. Они, как правило, представлены лишь для оценки финансовой устойчивости и платежеспособности (и тоже не для всех показателей).

Таким образом, использование средних значений, рекомендуемых отечественной литературой, весьма проблематично, с одной стороны, из-за ограниченности информации, с другой – из-за ее недостоверности.

Можно воспользоваться данными официальной статистики. Но и тут у аналитика возникают проблемы. Во-первых, Росстат публикует данные только по 6–10 финансовым коэффициентам. Во-вторых, их нельзя использовать в качестве эталона, поскольку при их расчете усредняются данные не только успешных организаций, но и организаций с неустойчивым и кризисным финансовым положением. Кроме того, нельзя не учесть недостаточный уровень качества информации, который связан с искажением отчетности, постоянными корректировками правил ее составления, отсутствием полного и постоянного мониторинга.

В современных условиях более достоверными являются рекомендации ведущих консалтинговых компаний (например, «Эксперт Системс», «ИНЭК»), полученные на основе исследования обширных статистических данных.

Вообще в условиях ограниченности статистической информации, а также невозможности, как считают некоторые исследователи, сегодня чисто теоретически рассчитать «нормальные» соотношения показателей отчетности, все больше методик, в том числе на законодательном уровне, отказываются от де-

кларирования «нормальных» значений показателей, а ставят акцент на анализе динамики за ряд периодов [4; 5; 6]. Так, согласно «Правилам проведения арбитражным управляющим финансового анализа» [4], пришедшим на смену уже упоминавшейся методике оценки неудовлетворительной структуры баланса неплатежеспособных предприятий (в которой были установлены нормативы) [2], показатели финансово-хозяйственной деятельности должны быть рассчитаны в динамике «поквартально не менее чем за 2-летний период, предшествующий возбуждению производства по делу о несостоятельности (банкротстве), а также за период проведения процедур банкротства в отношении должника». Однако при таком анализе возникает серьезная проблема интерпретации полученных показателей динамики.

Очевидно, что каждая база для сравнения имеет свои положительные и отрицательные стороны, которые необходимо учесть при выборе. И только правильно выбранная база для сравнения и ее «качество» позволит дать обоснованную оценку результатам проведенного анализа.

Этот выбор должен исходить из условий функционирования компании, целей и задач анализа, управленческих (стратегических или тактических) решений, которые будут в последствии разработаны на основе результатов проведенного анализа (табл. 11). Он должен осуществляться на основе ситуационного подхода, т.е. зависеть от конкретной хозяйственной ситуации, которая сложилась на момент проведения анализа, и соответствовать потребностям менеджмента на данном этапе развития организации.

Таблица 11

Способ сравнения и цели анализа

Способ сравнения	Цели
План-фактный анализ	Степень «выполнения» плана за определенный период времени
Фактические показатели с нормативными	Контроль за затратами и способствует внедрению ресурсосберегающих технологий
Фактические показатели с показателями прошлых лет	Определение тенденций развития экономических процессов
С достижениями науки или предприятия-лидерами	Поиск резервов
Сравнение показателей и результатов деятельности одного подразделения/отдела/филиала и т.д. с другим	Поиск резервов и использование лучшего опыта
Со средними показателями по отрасли	Определение положения предприятия на рынке среди других предприятий той же отрасли
Сопоставление параллельных и динамических рядов	Изучение взаимосвязей исследуемых показателей
Сопоставление различных вариантов управленческих решений	Выбор наиболее оптимального из них
Сравнение бизнес-процессов	Использование лучшего опыта
Сравнение результатов деятельности до и после изменения какого-либо фактора	Расчет влияния факторов и подсчете резервов

Важное условие, которое нужно соблюдать при проведении анализа, – необходимость обеспечения сопоставимости сравниваемых показателей. Должна быть обеспечена, во-первых, так называемая формальная сопоставимость. Основными условиями такой сопоставимости являются: единство методики расчета показателей; соизмеримость показателей, в том числе единый способ оценки (учета, планирования), единая стоимостная оценка (единые цены, тарифы, ставки), единые единицы измерения (по календарным срокам, масштабам, структуре).

Во-вторых, должна быть обеспечена реальная сопоставимость сравниваемых показателей, т.е. сопоставимость по сущности, содержанию отображаемых явлений. Такая несопоставимость вызвана факторами объективного характера, не зависящими от субъекта, проводящего анализ, или являются для него неуправляемыми. К таким факторам относятся природно-климатические условия, условия территориального размещения, технические условия деятельности предприятия, тип и масштабы производства, уровень специализации и др.

Тесты для самоконтроля

1. Укажите, какой из перечисленных методов анализа предусматривает очистку показателя от случайных влияний:

- а) горизонтальный анализ;
- б) вертикальный;
- в) трендовый;
- г) анализ коэффициентов;
- д) сравнительный анализ;
- е) факторный.

2. Анализ отклонений объема продукции отчетного года от базисного выполняется методом:

- а) сравнения;
- б) абсолютных отклонений;
- в) индексным;
- г) группировки.

3. Анализ, основанный на расчете абсолютных отклонений фактического уровня исследуемых показателей от базового (планового уровня, прошлого года и т. п.):

- а) горизонтальный;
- б) вертикальный;
- в) трендовый.

4. Классификация видов сравнений, применяемая в экономическом анализе:

а) базисные, нормативные, внутриотраслевые, международные, с предприятиями «будущего»;

б) внутрихозяйственные, внутриотраслевые, межотраслевые, периодические, нормативные;

в) плановые, отчетные, внутриотраслевые, международные;

г) базисные, нормативные, между родственными предприятиями, международные, с предприятием «будущего».

5. Метод изучения двух объектов или явлений с целью выявления общих и различных черт:

а) группировка;

б) сравнение;

в) ранжирование.

6. Сравнительный анализ применяется:

а) для сравнения фактических показателей с планом;

б) для сравнения с предшествующим временем;

в) верно пп. 1 и 2;

г) то же, что и в п. 3, а также для сравнения с лучшим и сравнения со средними данными.

7. Анализ динамики имущества заключается в:

а) сравнении фактической стоимости имущества с прогнозной;

б) сравнении показателя текущего периода с показателем предшествующего периода;

в) расчете относительных величин;

г) сравнении значения показателя с рекомендуемым.

8. При изучении относительных темпов роста и прироста показателей за ряд лет к уровню базисного года, т.е. при исследовании рядов динамики, применяют:

а) сравнительный (пространственный) анализ;

б) трендовый анализ;

в) факторный анализ.

9. Непременным условием для проведения сравнительного анализа является:

а) правильная группировка сравниваемых объектов;

б) наличие данных за предыдущий период;

в) наличие базисных данных;

г) сопоставимость данных.

10. Сопоставление результатов деятельности нескольких предприятий (подразделений) по широкому спектру показателей проводится с помощью:

- а) одномерного сравнительного анализа;
- б) многомерного сравнительного анализа;
- в) межхозяйственного сравнительного анализа.

11. Соотношение величины изучаемого явления с величиной какого-либо другого явления или с величиной этого явления, но взятой за другое время или по другому объекту отражают:

- а) абсолютные величины;
- б) относительные величины;
- в) средние величины.

12. Динамика анализируемых явлений и процессов изучается с помощью:

- а) относительных показателей;
- б) однородной совокупности на определенную дату;
- в) показателей, характеризующих темпы роста;
- г) показателей, характеризующих соотношение отдельных элементов.

13. Определите, как изменился коэффициент оборачиваемости оборотного капитала, если объем продукции соответственно в базисный и отчетный годы составил 120 и 145, сумма оборотного капитала соответственно составила 38 и 44:

- а) увеличился на 4%;
- б) снизился на 2%;
- в) увеличился на 14%.

Ответы: 1–в; 2–а; 3–а; 4–б; 5–б; 6–г; 7–б; 8–б; 9–г, 10–б, 11–б, 12–в, 13–а.

Задачи

Задача 1. План товарооборота магазина за год – 850 млн руб., фактически – 630 млн руб. Из-за внепланового ремонта во втором квартале магазин не работал. Проанализируйте выполнение плана товарооборота при условии, что план был распределен по кварталам равномерно; доля четвертого квартала в фактическом товарообороте составила 28%, а с 1 октября цены на товары повысились в среднем на 10%.

Задача 2. Определить уровень материалоемкости продукции. Рассчитать все возможные показатели сравнения.

Показатель, ден. ед.	Период		
	предыдущий	анализируемый	
		прогноз	факт
1. Товарная продукция	25 000	26 600	27 000
2. Материальные затраты	18 000	21 500	21 200

Задача 3. Рассчитать абсолютное и относительное изменение цен по магазину в целом:

Товарная группа	Период			
	базисный		отчетный	
	количество, тыс. ед.	цена, тыс. руб.	количество, тыс. ед.	цена, тыс. руб.
А	100	2,5	130	2,3
Б	350	1,8	330	2,0
В	900	0,9	920	1,2

2.5. МЕТОДИКА ФАКТОРНОГО АНАЛИЗА

2.5.1. Сущность факторного анализа

Каждое явление можно рассматривать и как причину, и как результат. Например, производительность труда можно рассматривать, с одной стороны, как причину изменения объема производства, уровня себестоимости продукции, а с другой – как результат изменения степени механизации, автоматизации производства, усовершенствования организации труда. Если показатель рассматривается как следствие, то при изучении взаимосвязей его называют результативным (результатирующим) показателем. Показатели, определяющие поведение результативного показателя, называются факторными.

Есть два основных варианта факторного анализа:

- 1) детерминированный (функциональный) факторный анализ;
- 2) стохастический (корреляционный) факторный анализ.

Детерминированный (функциональный) факторный анализ представляет собой методику исследования влияния факторов, связь которых с результативным показателем носит функциональный характер, т.е. результативный показатель может быть представлен в виде произведения, частного или алгебраической суммы факторов.

Стохастический (корреляционный) факторный анализ представляет собой методику исследования факторов, связь которых с результативным показателем в отличие от функциональной является неполной, вероятностной (корреляционной).

Тесты для самоконтроля

1. Под экономическим факторным анализом понимается:

- а) построение дерева решений, каждый ярус которого является последовательным шагом (этапом) для раскрытия последствий каждого предыдущего решения и отсеивания неэффективных вариантов;
- б) постепенный переход от исходной факторной системы к конечной факторной системе, раскрытие полного набора прямых, количественно измеримых факторов, оказывающих влияние на измерение результативного показателя;
- в) поиск наилучшего, оптимального уровня финансово-хозяйственного состояния предприятия.

2. Методы факторного анализа подразделяются на:

- а) экспертный, морфологический;
- б) рейтинговый, мониторинг;
- в) детерминированный, стохастический.

3. К способам стохастического факторного анализа относится:

- а) индексный;
- б) корреляционный;
- в) логарифмический.

4. Данный вид анализа представляет собой методику исследования влияния факторов, связь которых с результативным показателем носит функциональный характер, т.е. результативный показатель может быть представлен в виде произведения, частного или алгебраической суммы факторов:

- а) стохастический анализ;
- б) многоступенчатый факторный анализ;
- в) детерминированный факторный анализ.

5. Связь, при которой каждому значению факторного признака соответствует вполне определенное неслучайное значение результативного признака, называется:

- а) стохастической;
- б) вероятностной;
- в) функционально-детерминированной.

6. Анализ, направленный на выявление величины влияния факторов на прирост и уровень результативных показателей:

- а) сравнительный анализ;
- б) факторный;
- в) стохастический.

Ответы: 1–б; 2–в; 3–б; 4–в; 5–в; 6–б.

2.5.2. Классификация факторов

Процедуру факторного анализа можно разбить на несколько этапов. На первом этапе выявляются факторы, оказывающие влияние на результирующий показатель. Очевидно, что чем больше факторов исследуется, тем более точными будут результаты анализа. Но необходимо иметь в виду, что комплекс факторов должен рассматриваться не как их механическая сумма, а как система, с учетом их взаимодействия, выделения главных, определяющих факторов.

Для целенаправленного поиска факторы необходимо классифицировать. В основе их классификации факторов – воздействие на результирующий показатель. Рассмотрим некоторые, основные, группы факторов.

1. По отношению к объекту исследования: внутренние и внешние факторы. Внутренние – это факторы, зависящие от деятельности самой организации, это факторы внутренней среды – производственно-технологические, организационно-управленческие, экономические, кадровые, социальные, информационные, интеллектуальный капитал, PR, бренд фирмы. Понятно, что при анализе в первую очередь необходимо уделять внимание именно им. Однако важно учитывать и внешние факторы, которые не зависят от организации, но тем не менее оказывают влияние на результаты его деятельности. До 2020 г. считалось, что причины финансовых и коммерческих неудач западных и российских компаний примерно на 30% связаны с внешней средой и на 70% – с внутренней, с ошибками и просчетами управленцев. В настоящее время, в условиях эпидемиологических и геополитических изменений, влияние внешних факторов значительно усилилось.

2. В зависимости от степени воздействия на результирующий показатель: основные и второстепенные факторы. Основные факторы оказывают решающее воздействие на результирующий показатель. Роль второстепенных – незначительна. Необходимо иметь в виду, что один и тот же фактор в зависимости от условий может быть и основным, и второстепенным, поэтому правильность результатов анализа во многом обусловлена умением выделять главные факторы.

3. По составу: простые (элементные) и сложные (комплексные) факторы. Простые факторы не раскладываются на составные части, например количество рабочих дней в анализируемом периоде. Сложные – соответственно состоят из нескольких элементов, например, производительность труда.

4. По возможности измерения влияния: измеримые и неизмеримые. Воздействие измеримых факторов можно определить количественно, влияние же неизмеримых (например, социальные условия работников, уровень квалификации и др.) – нет.

5. По свойствам отражаемых явлений: количественные и качественные. Количественные факторы выражают количественную определенность явлений (количество продукции, численность работников, количество оборудования и т.д.). Качественные факторы определяют внутренние свойства, признаки объектов (качество продукции, производительность труда работников и т.д.).

6. По характеру действия на результирующий показатель: экстенсивные и интенсивные (рис. 14). Экстенсивные факторы характеризуют вовлечение дополнительных ресурсов в деятельность организации или увеличение затрат. При этом экстенсивное использование ресурсов предполагает два пути вовлечения ресурсов. Первый – рост объемов производства возможен за счет увеличения массы ресурсов, например численности рабочих, количества материалов. Второй путь – увеличение времени использования ресурсов. Интенсивные фак-

торы характеризуют уровень использования имеющихся ресурсов, степень усилия, например производительность труда, материалоотдача и т.д.

Часто в литературе отождествляют количественные факторы с экстенсивными, качественные – с интенсивными.

7. По уровню соподчиненности факторы делятся по уровням. Факторы первого уровня оказывают непосредственное воздействие на результирующий показатель. Факторы второго, третьего и следующих уровней оказывают косвенное влияние на результирующий показатель, через факторы предыдущих уровней. Например, выручка от продаж оказывает непосредственное влияние на величину прибыли, а количество реализованной продукции – косвенное, через выручку.



Рис. 14. Классификация факторов по характеру действия

Тесты для самоконтроля

1. Фондоотдача – это:

- а) количественный фактор;
- б) качественный фактор;
- в) не является фактором.

2. Из факторных показателей выберите качественный:

- а) собственный капитал;
- б) прибыль;
- в) цена;
- г) среднегодовая стоимость основных средств.

3. Прибыль на 1 руб. продукции – это:

- а) фактор;
- б) результирующий показатель;
- в) может быть фактором и результирующим показателем;
- г) данный показатель не используется при проведении факторного анализа.

4. С точки зрения направления экономического развития, количественные факторы относятся:

- а) к основным;
- б) к экстенсивным;
- в) к интенсивным.

5. Определите понятие «интенсивный фактор»:

- а) фактор, который выражает количественную определенность явлений;
- б) фактор, который определяет внутренние качества, признаки изучаемых объектов;

в) фактор, характеризующий степень усилия, напряженности труда в процессе производства;

- г) фактор, который действует во всех отраслях экономики.

6. Дополнительные затраты живого и овеществленного труда – это:

- а) факторы экстенсивного развития производства;
- б) факторы интенсивного развития производства.

7. Определите понятие «основные факторы»:

- а) оказывающие решающее воздействие на результирующий показатель;
- б) действующие во всех отраслях экономики;
- в) не оказывающие решающего воздействия на результаты хозяйственной деятельности в данных условиях;
- г) к этим факторам относятся продолжительность рабочего дня и среднегодовая выработка.

8. Определите понятие «второстепенные факторы»:

- а) не зависящие от воли и желаний людей;
- б) не оказывающие решающего воздействия на результаты хозяйственной деятельности в данных условиях;
- в) оказывающие непосредственное влияние на результативный показатель;
- г) выражающие количественную определенность явлений.

9. Классификация факторов по времени воздействия:

- а) постоянные и временные;
- б) моментные и интервальные;
- в) объективные и субъективные;
- г) общие и специфические.

10. Факторы, определяющие результат хозяйственной деятельности можно классифицировать:

- а) по степени воздействия на результаты работы;
- б) по степени количественного измерения;
- в) по времени воздействия;
- г) все ответы верны.

11. Классификация факторов по степени воздействия на результаты работы:

- а) основные и второстепенные;
- б) интенсивные и экстенсивные;
- в) простые и сложные;
- г) 1-, 2-, 3-го и т. д. порядка.

12. Факторы, определяющие результат хозяйственной деятельности:

- а) движущие силы хозяйственных процессов;
- б) условия свершения хозяйственных процессов;
- в) причины, оказывающие влияние на эти процессы;
- г) все ответы верны.

13. Дать правильное определение «интенсивный путь развития»:

- а) характеризующий степень усилия напряженности труда в процессе производства;
- б) связан с количественным, а не с качественным приростом результативного показателя;
- в) напрямую связан с объективным, а не с субъективным приростом факторного показателя.

14. В чем различие между основными и второстепенными факторами:

- а) в степени воздействия на результаты работы;
- б) в степени напряженности труда в процессе производства;

- в) в непосредственном влиянии на результативный показатель;
- г) в степени быстроты их вычисления.

15. Классификация факторов по степени детализации:

- а) общие и специфические факторы;
- б) простые, являющиеся результатом деятельности одной причины, и сложные, возникающие из-за комплекса причин;
- в) объективные, не зависящие от результатов работы объекта, и субъективные – зависящие от них;
- г) прямые, влияние которых изучается непосредственно без специальных приемов, и расчетные, действие которых измеряется при помощи специальных расчетов.

16. Определение понятия «экстенсивный фактор»:

- а) фактор, который непосредственно влияет на результативный показатель;
- б) фактор, который зависит от деятельности данного предприятия;
- в) фактор, который действует в условиях отдельной отрасли экономики или предприятия;
- г) фактор, который связан с количественным приростом результативного показателя.

17. Под фактором понимают:

- а) условия, необходимые для проведения хозяйственного процесса;
- б) причину, определяющую характер процесса;
- в) верны ответы 1 и 2.

18. Факторами первого порядка, влияющими на рентабельность продаж, являются:

- а) прибыль от продаж, выручка от реализации;
- б) прибыль от продаж, себестоимость реализованной продукции;
- в) чистая прибыль, чистые активы;
- г) прибыль от продаж, средняя стоимость авансированного капитала.

19. Показатели, характеризующие причину, называются:

- а) результативными;
- б) факторными;
- в) факторно-результативными.

20. Различия между факторами первого и третьего порядков.

- а) факторы 1-го порядка непосредственно влияют на результативный показатель, а факторы 3-го порядка – косвенно;
- б) факторы 1-го порядка косвенно влияют на результативный показатель, а факторы 3-го порядка – непосредственно;

в) факторы 1-го порядка непосредственно влияют на результативный показатель, а факторы 3-го порядка непосредственно влияют на факторный показатель;

г) факторы 1-го порядка влияют на факторный показатель, а факторы 3-го порядка влияют на результативный порядок.

21. Разряд рабочего – это:

- а) измеримый фактор;
- б) не является фактором в экономическом анализе;
- в) неизмеримый фактор.

22. Классификация факторов по степени количественного измерения влияния на основной совокупный результат.

- а) поддающиеся и не поддающиеся количественной оценке;
- б) прямые и расчетные;
- в) объективные и субъективные;
- г) положительные и отрицательные.

23. При изучении причинно-следственных связей экономические показатели делятся:

- а) на общие и специфические;
- б) на обобщающие, частные и вспомогательные;
- в) на факторные и результативные.

24. Определите понятие «простые факторы»:

- а) комплексные факторы;
- б) элементные факторы, примером которых может служить количество рабочих дней в отчетном периоде;
- в) факторы, примером которых является производительность труда;
- г) установление сходства и различия предметов, явлений действительности.

25. Внутренними являются ... (факторы, влияющие на результаты деятельности предприятия):

- а) управление предприятием, технология производства;
- б) цены, уровень дохода населения;
- в) спрос на продукцию;
- г) сырье и материалы, технология производства.

26. Определите понятие «сложные факторы»:

- а) факторы, которые состоят из нескольких элементов;
- б) факторы, которые не раскладываются на составные части;
- в) факторы, которые связаны с количественным приростом результативного показателя;

г) сознательное изменение течения естественных процессов путем создания искусственных условий, необходимых для выявления соответствующих свойств.

27. В чем различие между простыми и сложными факторами:

- а) раскладываются они на составные части или нет;
- б) зависят ли от желания людей;
- в) определяются внутренними или внешними признаками;
- г) в непосредственном влиянии на результативный фактор.

28. Производительность труда одного рабочего это:

- а) основной фактор;
- б) второстепенный фактор;
- в) может быть и основным, и второстепенным;
- г) это не фактор, а результирующий показатель.

Ответы: 1–б; 2–в; 3–в; 4–б; 5–б; 6–а; 7–а; 8–б; 9–а, 10–г, 11–а, 12–в, 13–а, 14–а, 15–б, 16–г, 17–в, 18–а, 19–б, 20–а, 21–в, 22–а, 23– в, 24– б, 25–а, 26–а, 27– а, 28–в.

2.5.3. Моделирование факторных систем

Второй этап факторного анализа – моделирование, т.е. создание модели или условного образа объекта исследования. В данном случае это построение математической модели (уравнения), показывающего взаимосвязь результирующего показателя и факторов.

Типы моделей.

В детерминированном анализе выделяют следующие типы наиболее часто встречающихся факторных моделей.

1. Аддитивные модели. Результирующий показатель равен сумме нескольких факторов.

$$F = \sum_{i=1}^n x_i = x_1 + x_2 + x_3 + \dots x_n.$$

Например, себестоимость продукции

$$C = A + MЗ + O, \text{ где}$$

C – себестоимость продукции;

A – амортизация;

O – оплата труда с отчислениями.

2. Мультипликативные модели. Результативный показатель представляет собой произведение нескольких факторов.

$$F = \prod_{i=1}^n x_i = x_1 \cdot x_2 \cdot x_3 \cdot \dots x_n.$$

Например, выручка от продаж (TR)

$$TR = Ч \times ПТ, \text{ где}$$

Ч – численность работников;

ПТ – производительность труда 1 работника.

3. Кратные модели. Результативный показатель равен отношению факторов

$$F = \frac{X_1}{X_2}.$$

Например, рентабельность основных средств (R_{oc})

$$R_{oc} = \frac{P}{OC}, \text{ где}$$

P – прибыль;

OC – основные средства.

4. Смешанные (комбинированные) модели – это сочетание в различных комбинациях предыдущих моделей.

$$F = \frac{X_1}{X_2} (x_3 + x_4);$$

$$F = \frac{x_1}{x_2 + x_3} \text{ и т.п.}$$

Например, рентабельность капитала (R_k)

$$R_k = \frac{P}{OC + OB},$$

где OB – оборотные средства.

Процесс моделирования начинается с разработки исходной модели зависимости между результирующим показателем и факторами первого уровня. Такая модель строится на основе качественного анализа сущности изучаемого экономического процесса, отражаемого через данный результирующий показатель, изучения теоретических закономерностей данного явления, его структуры. Однако решение конкретных задач анализа, как правило, требует более детального изучения экономических процессов, определения влияния на результирующий показатель не только факторов первого, но последующих уровней. Для построения таких моделей используются формальные методы моделирования, представляющие собой методы алгебраического тождественного преобразования. К таким методам относятся методы детализации, удлинения, расширения и сокращения моделей.

1. Метод детализации моделей. Сущность данного метода заключается в том, что один или несколько факторов исходной модели представляют как произведение факторов-сомножителей.

Например, при исследовании процесса формирования объема производства продукции можно применять такие детерминированные модели, как

$$B_{np} = Ч_{ср.нр} \times B_2;$$

$$B_{np} = Ч_{ср.нр} \times Д \times B_{дн};$$

$$B_{np} = Ч_{ср.нр} \times Д \times Д_ч \times B_ч,$$

где B_{np} – объем продукции;

$Ч_{ср.нр}$ – среднесписочная численность рабочих;

B_2 – среднегодовая выработка одного среднесписочного рабочего;

$Д$ – количество дней, отработанных одним работником за год;

$B_{дн}$ – среднедневная выработка одного работника;

$Д_ч$ – средняя продолжительность рабочего дня;

$B_ч$ – среднечасовая выработка одного рабочего.

2. Метод удлинения моделей. Данный метод предусматривает замену факторов исходной модели на сумму других факторов.

Например, показатель затраты на 1 руб. продукции ($C_{на1руб}$) можно представить в виде функции двух факторов: суммы затрат (Z) и объема продукции (B_{np}). Исходная модель этой факторной системы будет иметь вид

$$C_{на1руб} = \frac{Z}{B_{np}}$$

Если общую сумму затрат заменить отдельными их элементами, такими как материальные затраты (МЗ), оплата труда с отчислениями (ФОТ), амортизация основных средств (А), прочие расходы (ПР), то получим аддитивную модель с новым набором факторов:

$$C_{на1руб} = \frac{МЗ}{T_{np}} + \frac{ФОТ}{T_{np}} + \frac{А}{T_{np}} + \frac{ПР}{T_{np}} = x_1 + x_2 + x_3 + x_4,$$

где

x_1 – материалоемкость продукции;

x_2 – зарплатоемкость продукции;

x_3 – амортизационемкость продукции;

x_4 – уровень накладных (прочих) затрат.

3. Метод расширения (сокращения) модели. Данные методы используются для кратных моделей, когда результирующий показатель представляет собой частное от деления факторов. Метод заключается в умножении (делении) числителя и знаменателя дроби на один или несколько новых факторов.

Например, среднегодовую выработку продукции одним работником (показатель производительности труда) можно представить таким образом:

$B_z = \frac{B_{np}}{Ч_{ср.сн}}$. Если ввести такой показатель, как количество дней, отработанных всеми работниками за год ($D_{общ}$), то получим следующую модель годовой выработки:

$$B_z = \frac{B_{np} \times D_{общ}}{Ч_{ср.сн} \times D_{общ}} = \frac{B_{np}}{D_{общ}} \times \frac{D_{общ}}{Ч_{ср.сн}} = B_{он} \times D.$$

Рентабельность совокупных активов предприятия рассчитывается делением суммы прибыли (Π) на их среднегодовую стоимость (A):

$$P = \frac{\Pi}{A},$$

где P – рентабельность.

Если числитель и знаменатель разделим на выручку, то получим кратную модель, но с новым набором факторов.

$$P = \frac{\Pi}{A} = \frac{\Pi/O_p}{A/O_p} = \frac{\text{Рентабельность продаж}}{\text{Капиталоемкость продукции}}.$$

Таким образом, результативные показатели могут быть разложены на составные элементы (факторы) различными способами и представлены в виде различных типов детерминированных моделей. Выбор способа моделирования зависит от объекта исследования, от поставленной цели, а также от профессиональных знаний и навыков исследователя.

Процесс моделирования факторных систем – очень сложный и ответственный момент в экономическом анализе. От того, насколько реально и точно созданные модели отражают связь между исследуемыми показателями, зависят конечные результаты анализа.

Тесты для самоконтроля

1. Стохастические модели экономического анализа:

- а) предполагают жесткие функциональные связи между переменными модели;
- б) предполагают наличие случайных воздействий;
- в) позволяют получить точные, однозначные результаты;
- г) позволяют получить результаты с некоторой вероятностью.

2. Аддитивная форма связи – это:

- а) связь между результативными показателями и факторными функционального характера, а их размерность совпадает;
- б) связь между результативными и факторными показателями представлена в виде суммы, а все они выражены в одних измерителях;
- в) связь результативного показателя может быть представлена как сумма факторных показателей, которые должны быть выражены абсолютными величинами.

3. Модель связи типа $C = A+B+D$ является:

- а) аддитивной;
- б) мультипликативной;
- в) смешанной;
- г) не соответствует общепринятым в экономическом анализе типам моделей.

4. Укажите последовательно тип модели взаимосвязи результативного и факторных показателей: $y = a \cdot \sum x_i$; $y = a + b + c$; $y = \sum x_i$; $y = a - b$:

- а) кратная, аддитивная, мультипликативная, комбинированная;
- б) комбинированная, аддитивная, аддитивная, аддитивная;
- в) комбинированная, аддитивная, мультипликативная, аддитивная.

5. Выражение $A = (a \times b) : c$ является ... моделью:

- а) мультипликативной;
- б) комбинированной;
- в) аддитивной.

6. Факторная модель $Y = (x_1 - x_2) \times x_3$ относится к числу:

- а) аддитивных моделей;
- б) мультипликативных моделей;
- в) кратных моделей;
- г) смешанных аддитивно-мультипликативных моделей.

7. Тип модели, характеризующей зависимость прибыли от таких факторов, как выручка от продажи товаров и рентабельность:

- а) мультипликативный;
- б) кратный;
- в) аддитивный;
- г) в формализованном виде представить нельзя.

8. Количество факторов в мультипликативных моделях может быть:

- а) два;
- б) три;
- в) любое;
- г) четыре.

9. Метод сокращения модели используется для:

- а) мультипликативных моделей;
- б) смешанных моделей;
- в) кратных моделей;
- г) все варианты верны.

10. Числитель и знаменатель умножаются на одно и то же число при использовании следующего метода построения детерминированных факторных моделей:

- а) метода удлинения факторной системы;
- б) метода расширения факторной системы;
- в) метода сокращения факторной системы.

11. Метод удлинения модели заключается:

- а) в умножении числителя и знаменателя дроби на один или несколько новых факторов;
- б) в замене факторов на факторы-сомножители;
- в) в замене факторов на сумму других факторов;
- г) в умножении числителя дроби на один или несколько новых факторов;
- д) в делении числителя и знаменателя дроби на один или несколько новых факторов

12. Метод, представляющий собой создание новой факторной модели путем деления числителя и знаменателя дроби на один и тот же показатель:

- а) метод удлинения;
- б) метод расширения;
- в) метод сокращения.

13. Модель, результирующий показатель которой представляет собой произведение нескольких факторов, называется:

- а) кратной;
- б) мультипликативной;
- в) смешанной;
- г) аддитивной.

14. Детерминированные связи между показателями в экономике представлены:

- а) функциональной зависимостью;
- б) таблицами распределений;
- в) логическим выражением;
- г) детерминантом.

15. Сущность метода моделирования:

- а) использование общих и научных положений при явлении, исследовании его конкретных проявлений;
- б) изучение объектов и процессов путем отображения их содержания и структуры с использованием специальной символики;

в) процесс познания с использованием моделей, то есть таких объектов, которые замещают оригинал и служат источником информации о нем;

г) мысленное отвлечение от несуществующих свойств, связей.

16. Моделирование детерминированных кратных моделей осуществляются с целью:

а) повышения аналитичности существующих моделей;

б) упрощения их аналитической обработки;

в) количественной оценки влияния факторов.

Ответы: 1–б; 2–б; 3–а; 4–б; 5–б; 6–г; 7–а; 8–в; 9–в, 10–б, 11–в, 12–в, 13–б, 14–а, 15–в, 16– а.

Задачи

Задача 1. Построить модель зависимости объема товарной продукции от следующих факторов: основных средств, удельного веса активной части основных средств в общей стоимости основных средств, фондоотдачи активной части основных средств.

Задача 2. Построить модель зависимости среднегодовой производительности труда одного работника от следующих факторов: удельного веса рабочих в общей численности работников, числа рабочих дней, отработанных одним рабочим за год, продолжительности рабочего дня (в часах), среднечасовой производительности труда одного рабочего.

Задача 3. Построить модель зависимости фондоотдачи от следующих факторов: производительности труда одного рабочего, фондовооруженности труда одного рабочего.

2.5.4. Методы факторного анализа

Третий этап факторного анализа – количественное измерение влияния факторов на отклонение результирующего показателя от базы.

Для этого используются методы факторного анализа: метод цепных подстановок, метод абсолютных разниц, метод относительных разниц, интегральный метод, индексный метод, логарифмический метод и другие. Рассмотрим некоторые из них.

Одним из наиболее распространенных и универсальных (используемых для различных типов моделей) методов факторного анализа является метод цепных подстановок. Он основан на предположении, что все факторы изменяются и, следовательно, оказывают влияние на результирующий показатель независимо друг от друга, поочередно: сначала изменяется первый фактор, остальные остаются без изменения, затем меняются второй, третий и т.д. факторы при неизменности остальных.

При этом необходимо придерживаться определенной очередности изменения факторов. Для этого все факторы делятся на две группы: количественные и качественные. Последовательность изменения факторов следующая: вначале меняются количественные, затем – качественные.

Если же имеется несколько количественных и несколько качественных факторов, то сначала меняют величину факторов первого уровня, затем – более низких уровней. Например, объем продукции зависит от четырех факторов: трех количественных – количества рабочих, количества дней, отработанных одним рабочим за год, продолжительности рабочего дня и одного качественного фактора – среднечасовой выработки. Тогда очередность влияния факторов будет следующая: вначале находят влияние количественного фактора первого уровня, т.е. численности рабочих, затем количественного фактора второго уровня, т.е. количества дней, отработанных одним рабочим за год, далее влияние количественного фактора третьего уровня, т.е. продолжительности рабочего дня и наконец влияние качественного фактора – среднечасовой выработки.

Алгоритм метода цепных подстановок заключается в последовательной замене базисных значений каждого фактора на текущее значение. После каждой замены пересчитывается результирующий показатель. Полученный результирующий показатель сравнивается с предыдущим, разница между ними показывает влияние анализируемого фактора на отклонение результирующего показателя.

Рассмотрим метод цепных подстановок на условной модели: $F = a \times b \times c$, где F – результирующий показатель, a , b , c – факторы, оказывающие влияние на

результатирующий показатель. Индексом 0 обозначим базисные значения показателей, индексом 1 – текущие значения показателей.

Таким образом, в базисном периоде $F_0 = a_0 \times b_0 \times c_0$; текущее значение $F_1 = a_1 \times b_1 \times c_1$.

Первая подстановка. Все значения – базисные. $F_0 = a_0 \times b_0 \times c_0$

Вторая подстановка. Находим влияние фактора а:

$$F_a = a_1 \times b_0 \times c_0,$$

$$\Delta F_a = F_a - F_0.$$

Третья подстановка. Находим влияние фактора b:

$$F_b = a_1 \times b_1 \times c_0,$$

$$\Delta F_b = F_b - F_a.$$

Четвертая подстановка. Находим влияние фактора с:

$$F_c = a_1 \times b_1 \times c_1,$$

$$\Delta F_c = F_c - F_b.$$

Общее отклонение результирующего показателя от базы:

$$\Delta F = F_1 - F_0$$

должно быть равно сумме влияний каждого фактора на отклонение результирующего показателя:

$$\Delta F = \Delta F_a + \Delta F_b + \Delta F_c.$$

Рассмотрим порядок применения данного метода на примерах. Исходные данные для решения задач представлены в табл. 12.

Таблица 12

Исходные данные для решения задач

Показатель	Единица измерения	Предыдущий год	Отчетный год
1. Выручка от продажи продукции	тыс. руб.	48500	51313
2. Человеческие ресурсы:			
а) среднесписочная численность работников;	чел.	250	253
б) оплата труда с начислениями;	тыс. руб.	7500	7650
в) количество дней, отработанных одним работником за год;	дни	270	260
г) среднегодовая производительность труда одного работника	тыс. руб./чел.	194,0	202,8
3. Материальные затраты	тыс. руб.	30200	31710
4. Основные средства:			
а) стоимость основных средств;	тыс. руб.	45600	48564
б) амортизация	тыс. руб.	4100	4264
5. Оборотные средства	тыс. руб.	10000	10250

Задача 1. Необходимо определить влияние численности работников и среднегодовой производительности труда одного работника на изменение выручки от продаж отчетного года по сравнению с предыдущим.

Процедуру проведения анализа рассмотрим по этапам.

1 этап. Выявление факторов, оказывающих влияние на результирующий показатель.

В нашем примере результирующий показатель – выручка от продаж. Факторы – численность работников (количественный фактор) и среднегодовая производительность труда одного работника (качественный фактор).

2 этап. Моделирование.

Выручка от продаж = Численность работников x среднегодовая производительность труда работника.

3 этап. Количественное измерение влияния факторов на отклонение результирующего показателя от базы.

1 подстановка. Все значения – базисные.

$$250 \times 194 = 48500.$$

2 подстановка. Находим влияние численности работников:

$$253 \times 194 = 49082,$$

$$\Delta \text{Выручка}_{\text{числ}} = 49082 - 48500 = 582.$$

Под влиянием увеличения численности выручка от продаж увеличилась на 582 тыс. руб.

3 подстановка. Находим влияние среднегодовой производительности труда одного работника:

$$253 \times 202,8 = 51313,$$

$$\Delta \text{Выручка}_{\text{производ}} = 51313 - 49082 = 2231.$$

Под влиянием увеличения среднегодовой производительности труда одного работника выручка от продаж увеличилась на 2 231 тыс. руб.

Проведем проверку правильности расчетов. Построим баланс отклонений:

$$51313 - 48500 = 2813$$

$$582 + 2231 = 2813.$$

Таким образом, выручка от продаж отчетного года увеличилась по сравнению с предыдущим на 2 813 тыс. руб., в том числе за счет роста численности выручка от продаж увеличилась на 582 тыс. руб., за счет увеличения среднегодовой производительности труда одного работника выручка от продаж увеличилась на 2 231 тыс. руб.

Задача 2. Необходимо определить влияние численности работников, количества дней, отработанных одним работником за год и среднедневной производительности труда одного работника на изменение выручки от продаж отчетного года по сравнению с предыдущим.

1 этап. Выявление факторов, оказывающих влияние на результирующий показатель.

В нашем примере результирующий показатель – выручка от продаж. Факторы – численность работников, количество дней, отработанных одним работником за год, и среднегодовая производительность труда одного работника.

На основе данных таблицы определим среднедневную производительность труда как отношение выручки от продаж к численности работников и количества дней, отработанных одним работником за год. В результате расчетов получим, что среднедневная производительность труда в прошлом году составляла 0,719 тыс. руб., в отчетном – 0,78 тыс. руб.

2 этап. Моделирование. С помощью метода детализации построим модель.

Выручка от продаж = Численность работников x среднегодовая производительность труда работника = Численность работников x количество дней, отработанных одним работником за год x среднегодовая производительность труда работника.

3 этап. Количественное измерение влияния факторов на отклонение результирующего показателя от базы.

1 подстановка. Все значения – базисные.

$$250 \times 270 \times 0,719 = 48500$$

(значение выручки взято из таблицы, расчетное значение будет отличаться за счет округления).

2 подстановка. Находим влияние численности работников:

$$253 \times 270 \times 0,719 = 49115,$$

$$\Delta \text{Выручка}_{\text{числ}} = 49115 - 48500 = 615.$$

Под влиянием увеличения численности выручка от продаж увеличилась на 615 тыс. руб. (разница с результатами предыдущей задачи – за счет округления).

3 подстановка. Находим влияние количества дней, отработанных одним работником за год:

$$253 \times 260 \times 0,719 = 47296,$$

$$\Delta \text{Выручка}_{\text{дни}} = 47296 - 49115 = - 1819.$$

Под влиянием уменьшения количества дней, отработанных одним работником за год, выручка от продаж уменьшилась на 1 819 тыс. руб.

4 подстановка. Находим влияние среднедневной производительности труда одного работника:

$$253 \times 260 \times 0,78 = 51313,$$

$$\Delta \text{Выручка}_{\text{производ}} = 51313 - 47296 = 4017.$$

Под влиянием увеличения среднедневной производительности труда одного работника выручка от продаж увеличилась на 4 017 тыс. руб.

Проведем проверку правильности расчетов. Построим баланс отклонений:

$$51313 - 48500 = 2813$$

$$615 + (-1819) + 4017 = 2813.$$

Таким образом, выручка от продаж отчетного года увеличилась по сравнению с предыдущим на 2 813 тыс. руб., в том числе за счет роста численности выручка от продаж увеличилась на 615 тыс. руб., под влиянием уменьшения количества дней, отработанных одним работником за год, выручка от продаж уменьшилась на 1 819 тыс. руб., за счет увеличения среднедневной производительности труда одного работника выручка от продаж увеличилась на 4 017 тыс. руб.

По данным таблицы решите самостоятельно аналогичным образом следующие задачи.

Задача 3. Определить влияние экстенсивности и интенсивности использования основных средств на изменение выручки от продаж отчетного года по сравнению с предыдущим.

Задача 4. Определить влияние материальных затрат и рентабельности материальных ресурсов на изменение прибыли от продаж отчетного года по сравнению с предыдущим.

Задача 5. Определить влияние на изменение оборачиваемости оборотных средств отчетного года по сравнению с предыдущим следующих факторов: оборотных средств и выручки от продаж.

Еще одним распространенным методом факторного анализа является метод абсолютных разниц. Он является своего рода интерпретацией метода цепных подстановок и дает те же результаты. Однако, в отличие от метода цепных подстановок, использование данного метода ограничено. Он применяется для мультипликативных моделей и некоторых смешанных моделей (мультипликативно-аддитивного типа).

Для нахождения влияния факторов абсолютное изменение исследуемого фактора умножают на остальные факторы. При этом значения остальных факторов берут либо базисные, либо текущие в зависимости от того, оказали они влияние на результирующий показатель или нет.

$$\Delta F_a = (a_1 - a_0) \times b_0 \times c_0,$$

$$\Delta F_b = (b_1 - b_0) \times a_1 \times c_0,$$

$$\Delta F_c = (c_1 - c_0) \times a_1 \times b_1.$$

Этот метод так же, как и метод цепных подстановок, требует соблюдения очередности влияния факторов.

Для проверки правильности проведения расчетов строится аналогичным образом, как и в методе цепных подстановок, баланс отклонений.

Рассмотрим порядок применения данного метода на рассмотренных ранее задачах. Исходные данные для решения задач представлены в табл. 10.

Задача 6. С помощью метода абсолютных разниц определить влияние численности работников и среднегодовой производительности труда одного работника на изменение выручки от продаж отчетного года по сравнению с предыдущим.

Первый и второй этапы факторного анализа были рассмотрены при решении данной задачи методом цепных подстановок. Перейдем к третьему этапу.

3 этап. Количественное измерение влияния факторов на отклонение результирующего показателя от базы.

Находим влияние численности работников:

$$\Delta \text{Выручка}_{\text{числ}} = (253 - 250) \times 194 = 582.$$

Под влиянием увеличения численности выручка от продаж увеличилась на 582 тыс. руб.

Находим влияние среднегодовой производительности труда одного работника:

$$\Delta \text{Выручка}_{\text{производ}} = 253 \times (202,8 - 194) = 2226$$

(отличие от результатов расчета методом цепных подстановок за счет округлений).

Под влиянием увеличения среднегодовой производительности труда одного работника выручка от продаж увеличилась на 2 226 тыс. руб.

Задача 7. Необходимо определить влияние численности работников, количества дней, отработанных одним работником за год, и среднедневной производительности труда одного работника на изменение выручки от продаж отчетного года по сравнению с предыдущим.

3 этап. Количественное измерение влияния факторов на отклонение результирующего показателя от базы.

Находим влияние численности работников:

$$\Delta \text{Выручка}_{\text{числ}} = (253 - 250) \times 270 \times 0,719 = 582.$$

Под влиянием увеличения численности выручка от продаж увеличилась на 582 тыс. руб.

Находим влияние количества дней, отработанных одним работником за год:

$$\Delta \text{Выручка}_{\text{дни}} = 253 \times (260 - 270) \times 0,719 = - 1819.$$

Под влиянием уменьшения количества дней, отработанных одним работником за год, выручка от продаж уменьшилась на 1 819 тыс. руб.

Находим влияние среднедневной производительности труда одного работника:

$$\Delta \text{Выручка}_{\text{производ}} = 253 \times 260 \times (0,78 - 0,719) = 4013.$$

Под влиянием увеличения среднедневной производительности труда одного работника выручка от продаж увеличилась на 4 013 тыс. руб.

По данным таблицы решите самостоятельно с помощью метода абсолютных разниц аналогичным образом следующие задачи. Результаты расчетов сверьте с результатами, полученными с помощью цепных подстановок.

Задача 8. Определить влияние экстенсивности и интенсивности использования основных средств на изменение выручки от продаж отчетного года по сравнению с предыдущим.

Задача 9. Определить влияние материальных затрат и рентабельности материальных ресурсов на изменение прибыли от продаж отчетного года по сравнению с предыдущим.

Тесты для самоконтроля

1. Элиминирование применяется при следующем методе:
 - а) цепных подстановок;
 - б) балансовый;
 - в) сравнения;
 - г) относительные величины.
2. Суть методов элиминирования состоит в:
 - а) разложении обобщающего показателя на отдельные элементы;
 - б) определении влияния одного фактора на обобщающий показатель, при условии, что все другие факторы остаются неизменными;
 - в) изменении сначала количественного, а затем качественного факторов.
3. С помощью метода цепных подстановок можно рассчитать:
 - а) как влияют на объем выпуска продукции изменения каждого из факторов, его определяющих (число рабочих, отработанное время, выработка и т. д.);
 - б) долю влияния выработки на объем реализации продукции;
 - в) уровень использования фонда рабочего времени;
 - г) все ответы неверны.
4. Метод абсолютных разниц применяется для:
 - а) кратных моделей;
 - б) мультипликативных моделей;
 - в) аддитивных моделей;
 - г) верны ответы а, б;
 - д) верны ответы б, в.

5. При применении приема разниц с использованием процентных чисел их значение определяется путем:

- а) перемножения базисного значения удельного веса товарооборота и базисного значения уровня результативного показателя;
- б) перемножения отчетного значения удельного веса товарооборота и базисного значения уровня результативного показателя;
- в) перемножения изменения удельного веса товарооборота и базисного значения уровня результативного показателя.

6. Способ оценки влияния факторов в детерминированном факторном анализе, заключающийся в определении доли каждого фактора в общей сумме их приростов, которая затем умножается на общий прирост совокупного показателя, называется:

- а) интегральным способом;
- б) логарифмическим способом;
- в) способом долевого участия.

7. Метод цепных подстановок используется для:

- а) определения наиболее существенных факторов, оказывающих влияние на результативный показатель;
- б) исчисления влияния отдельных факторов на обобщающий показатель;
- в) балансовой увязки влияния факторов.
- г) процентного анализа факторов.

8. Методический прием, сущность которого заключается в последовательной замене базисной величины каждого из входящих в модель факторных показателей отчетным значением и измерении влияния произведенной замены на изменение результативного показателя:

- а) метод абсолютных разниц;
- б) метод сравнений;
- в) метод цепных подстановок.

9. При использовании интегрального метода:

- а) на первом этапе заменяется количественный фактор;
- б) на первом этапе заменяется качественный фактор;
- в) не устанавливается очередность замены факторов.

10. Прием, который можно применить для измерения влияния факторов на результативный показатель, если зависимость выражена формулой $P = A : (B+C)$:

- а) абсолютных разниц;
- б) относительных разниц;
- в) разниц с использованием процентных чисел;
- г) цепных подстановок.

11. Наиболее универсальным способом факторного анализа является:

- а) способ цепных подстановок;
- б) способ относительных разниц;
- в) способ абсолютных разниц.

12. При использовании метода абсолютных разниц:

- а) на первом этапе заменяется количественный фактор;
- б) на первом этапе заменяется качественный фактор;
- в) не устанавливается очередность замены факторов.

13. Применение приема относительных разниц основано на ... форме зависимости факторных и результативного показателей:

- а) комбинированной;
- б) мультипликативной;
- в) стохастической;
- г) аддитивной.

14. Решение типовой задачи экономического анализа – оценка влияния относительного изменения факторов на относительное изменение результата решается методами:

- а) цепных подстановок;
- б) индексный;
- в) абсолютных разностей;
- г) вертикальный анализ.

15. Применение метода долевого участия при определении влияния факторов на результативный показатель возможно:

- а) при мультипликативном типе модели результативного и факторных показателей;
- б) при аддитивном типе модели результативного и факторных показателей;
- в) при кратном типе модели результативного и факторных показателей.

16. При использовании метода цепных подстановок:

- а) сначала оценивают влияние изменения количественных факторов на результат;
- б) сначала оценивают влияние изменения качественных факторов на результат;
- в) порядок оценки не имеет значения;
- г) сначала оценивают влияние изменения количественного фактора на качественный фактор, затем влияние качественного фактора на результат.

17. Метод цепных подстановок применяется для:

- а) кратных моделей;
- б) мультипликативных моделей;
- в) смешанных моделей;
- г) аддитивных моделей;
- д) все варианты верны.

18. Методы факторного анализа, которые можно использовать для определения влияния факторов на резульативный показатель, если зависимость выражена формулой: $P = \Phi_1 \times \Phi_2 \times \Phi_3$:

а) прием балансовой увязки, метод цепных подстановок, метод абсолютных разниц;

б) метод абсолютных разниц, сравнение, метод дифференциально-интегральных исчислений;

в) метод цепных подстановок, метод абсолютных разниц, метод дифференциально-интегральных исчислений.

19. Выберите формулу расчета влияния на отклонение в объеме продукции интенсивности использования фонда оплаты труда:

а) (зарплатоотдача отчетного года – зарплатоотдача прошлого года) × оплата труда отчетного года;

б) (зарплатоотдача отчетного года – зарплатоотдача прошлого года) × оплата труда прошлого года;

в) (зарплатоотдача прошлого года – зарплатоотдача отчетного года) × оплата труда прошлого года.

20. Какой из методов анализа хозяйственной деятельности позволяет количественно измерить влияние частных показателей на обобщающий:

- а) индексный метод;
- б) метод сравнения;
- в) метод группировки;
- г) табличный метод.

21. Метод относительных разниц:

а) определяет влияние отдельных факторов путём постепенной замены базисной величины каждого факторного показателя;

б) рассчитываются абсолютные приросты показателей различных факторов, а затем абсолютный прирост исследуемого фактора умножается на базовую величину фактора;

в) способ использует относительные приросты факторных показателей, выраженных в коэффициентах или в процентах.

22. Сущность метода долевого участия:

а) зависимость между изучаемыми явлениями носит строго функциональный характер, она представляется в виде прямой или обратно пропорциональной зависимости;

б) выявление влияния на изучаемый совокупный показатель различных факторов;

в) анализ хозяйственной деятельности предприятия, широко используемый в бухгалтерском учете;

г) широко применяется в компаниях, объединение экономических явлений в однородные группы.

23. Решение типовой задачи экономического анализа – оценка влияния абсолютного изменения каждого фактора на абсолютное изменение результирующего показателя, независимо от вида его модели решается методами:

а) цепных подстановок;

б) индексный;

в) абсолютных разностей;

г) вертикальный анализ.

24. Метод элиминирования применяется в случае:

а) составления баланса предприятия;

б) оценки финансового состояния предприятия;

в) когда на анализируемый показатель влияет несколько факторов и нужно определить влияние каждого;

г) оценки несостоятельности (банкротства) предприятия.

25. При расчете влияния экстенсивного фактора на изменение результирующего показателя методом абсолютных разниц абсолютное отклонение по нему умножается на значение интенсивного фактора:

а) базисное;

б) отчетное.

26. Сущность индексного метода:

а) Распределение суммы изменения обобщающего показателя между факторами по правилам пропорционального деления. Применяется в различных модификациях.

б) Этот метод используется для тех процессов и явлений, где имеется строго функциональная зависимость. Используется для измерения влияния отдельных причин на результат их взаимодействия при изменении величины обобщающего показателя.

в) Суть метода: при функциональной зависимости факторов, включенных в модель, производится последовательная замена одного из факторов на его фактическую величину.

г) Данный метод основывается на относительных показателях, выражающих отклонение уровня данного явления от уровня его в прошлом времени. Область применения: статистика, бухгалтерский учет, экономика.

27. Определите величину влияния фондоотдачи на товарооборот (методом абсолютных разниц), если товарооборот прошлого года – 2 100 тыс. руб., товарооборот отчетного года – 2 300 тыс. руб., средняя стоимость основных фондов прошлого года – 650 тыс. руб., а отчетного года – 820 тыс. руб.:

а) +352,6 тыс. руб.;

б) –352,6 тыс. руб.;

в) +580 тыс. руб.

Ответы: 1–а; 2–б; 3–а; 4–б; 5–в; 6–в; 7–б; 8–в; 9–в; 10–г; 11–а; 12–а; 13–б; 14–б; 15–в; 16–а; 17–д; 18–в; 19–а; 20–а; 21–в; 22–а; 23– а,в; 24– в; 25–а; 26–г; 27–б.

Задачи

Задача 1. Определить влияние на отклонение уровня рентабельности капитала следующих факторов: рентабельности продаж и оборачиваемости капитала.

Год	Показатель, ден. ед.		
	Реализованная продукция	Прибыль от продаж	Среднегодовая стоимость капитала
предыдущий	108 680	17 510	116 320
текущий	112 138	18 230	108 390

Задача 2. Определить влияние на изменение среднегодовой заработной платы рабочего следующих факторов: среднечасовой заработной платы рабочего, количества дней, отработанных одним рабочим за год, и продолжительности рабочего дня (в часах).

Показатель	Значение, ден. ед.	
	план	факт
1. Среднечасовая заработная плата рабочего	1,635	1,926
2. Среднедневная заработная плата рабочего	11,17	13,29
3. Среднегодовая заработная плата рабочего	2364,0	2500,1

Задача 3. Способом абсолютных разниц определить влияние трудовых факторов на изменение объема продукции.

Показатель	Год	
	базовый	отчетный
1. Объем продукции, тыс. ден. ед.	3 854	3 882
2. Среднесписочная численность рабочих, чел.	927	923
3. Среднедневная выработка 1 рабочего, ден. ед.	13,95	14,5

Задача 4. Провести анализ влияния факторов на объем выпущенной продукции на предприятии.

Показатель	базовый	отчетный
1. Число станков, шт.	3 854	3 882
2. Время работы одного станка, ч.	927	923
3. Объем продукции, тыс. руб.	13,95	14,5

Задача 5. Определите отклонение уровня материалоемкости товарной продукции в отчетном году по сравнению с базисным. Оцените влияние на эти отклонения изменений в выпуске продукции и изменений уровня материальных затрат при постоянных значениях оптовых цен.

Изделие	Показатель				
	Выпуск продукции в году, шт.		Оптовая цена изделия, руб.	Материальные затраты в себестоимости продукции в году, руб.	
	предыдущем	отчетном		предыдущем	отчетном
А	840	895	74	35	38
Б	760	780	23	12	10

Задача 6. Способом абсолютных разниц определите влияние на величину среднегодовой выработки 1 работающего изменения удельного веса рабочих в общей численности работающих и среднегодовой выработки 1 рабочего.

Год	Показатель	
	Удельный вес рабочих в общей численности работающих, %	Среднегодовая выработка 1 работающего, тыс. руб.
Прошлый	64	750
Отчетный	60	770

Задача 7. Определить влияние изменения объема продукции (в натуральном выражении), себестоимости и цены единицы продукции на показатель затрат на 1 руб. продукции.

Показатель	Значение, млн. руб.
1. Себестоимость товарной продукции плановая	1 115
2. Фактически выпущенная товарная продукция по плановой себестоимости	987
3. Фактическая себестоимость фактически выпущенной товарной продукции	1 023
4. Товарная продукция в оптовых ценах по плану	1 213
5. Товарная продукция фактическая в ценах, принятых в плане	1 174
6. Фактически выпущенная товарная продукция по фактическим ценам	1 127

Задача 8. Определить влияние изменения удельного веса активной части в стоимости основных производственных средств и фондоотдачи активной части средств на объем продукции.

Показатель	База	Отчет
1. Среднегодовая стоимость основных производственных средств, тыс. ден. ед., в т.ч.:		
среднегодовая стоимость основных производственных средств	5 205	5 303
среднегодовая стоимость активной части основных производственных средств	2 730	2 901
2. Фондоотдача активной части основных средств, ден. ед.	2,3	2,5

Задача 9. Рассчитать годовой фонд рабочего времени и способом абсолютных разниц определить влияние факторов на него, если известно:

Показатель	План	Отчет
1. Средняя продолжительность рабочего дня, ч.	8,00	7,65
2. Численность рабочих, чел.	130	136
3. Число дней, отработанных одним рабочим в год	240	212

Задача 10. Рассчитать влияние на уровень рентабельности производственных фондов роста прибыли, увеличения среднегодовой стоимости основных производственных средств, изменения оборотных средств на основе следующих данных:

Показатель	План	Факт
Прибыль, млн. руб.	266	289
Среднегодовая стоимость основных производственных средств, млн. руб.	1 234	1 291
Среднегодовой размер материальных оборотных средств, млн. руб.	418	406

Задача 11. На основании данных по анализируемому предприятию рассчитайте среднюю годовую выработку 1 рабочего; среднее число дней, отработанных 1 рабочим за год; продолжительность рабочего дня; среднюю часовую выработку 1 рабочего. Определите влияние на среднюю годовую выработку 1 рабочего:

- а) целодневных потерь рабочего времени;
- б) внутрисменных потерь рабочего времени;
- в) изменения средней часовой выработки.

Показатель	Год	
	прошлый	отчетный
1. Товарная продукция, млн. р.	500	520
2. Среднесписочная численность рабочих, чел.	215	229
3. Количество дней, отработанных всеми рабочими, тыс. чел.-дней	49	54
4. Количество часов, отработанных всеми рабочими, тыс. чел.-ч.	390	360

2.6. ПОНЯТИЕ РЕЗЕРВОВ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ АНАЛИЗЕ

Резервы – это неиспользованные и перспективные возможности роста и совершенствования деятельности организации, ее конечных результатов (увеличение продаж, снижения затрат, повышение прибыли и пр.). Например, экономическая сущность резервов повышения эффективности производства и конкурентоспособности организации состоит в наиболее полном и рациональном использовании всех имеющихся ресурсов с целью увеличения объема реализации продукции при минимальных затратах живого и овеществленного труда на единицу продукции.

Объектами поиска резервов могут быть:

- предприятие в целом и его сегменты;
- виды деятельности (операционная, инвестиционная, финансовая);
- отдельные центры затрат и центры ответственности;
- отдельные виды продукции;
- основные показатели, отражающие результаты хозяйственной деятельности (объем производства и реализации продукции, себестоимость продукции, сумма прибыли, фондоотдача, производительность труда, скорость оборота капитала, его доходность и т.д.).

Для более полного выявления и использования хозяйственные резервы классифицируются по разным признакам.

1. По пространственному признаку: внутренние (внутрифирменные) и внешние (отраслевые, региональные и общегосударственные) резервы.

Внутрифирменные резервы выявляются и могут быть использованы только на исследуемом предприятии. Они базируются на более полном и экономном использовании производственной мощности, трудовых и материальных ресурсов, применении инноваций в области техники, технологии и организации производства, выработке правильной структурной, ценовой, инвестиционной, финансовой стратегии в сфере бизнеса и т.д.

Отраслевые резервы могут быть выявлены только на уровне отрасли. Например, выведение новых сортов культур, пород животных, разработка новых систем машин, новых технологий, улучшенных конструкций изделий и т.д.

Региональные резервы могут быть выявлены и использованы в пределах географического района (использование местного сырья и топлива, энергетических ресурсов, централизация вспомогательных производств независимо от их ведомственного подчинения и т.д.).

К общегосударственным резервам можно отнести ликвидацию диспропорций в развитии разных отраслей производства, изменение форм собственности, системы управления национальной экономикой и т.д.

2. По времени использования: неиспользованные, текущие и перспективные.

Неиспользованные резервы – это упущенные возможности повышения эффективности производства относительно плана или достижения науки и практики лидеров за прошедшие промежутки времени.

Под текущими резервами понимают возможности улучшения результатов деятельности предприятия, которые могут быть реализованы на протяжении ближайшего времени (месяца, квартала, года).

Перспективные резервы рассчитаны обычно на длительное время. Их использование связано со значительными инвестициями, внедрением новейших достижений науки, структурной перестройкой производства, сменой технологии производства и т.д.

3. По стадиям процесса воспроизводства резервы относятся как к сфере производства (экономия материалов, сокращение времени изготовления продукции и т.п.), так и к сфере обращения (предотвращение разных потерь продукции на пути от производителя к потребителю, уменьшение затрат, которые связаны с хранением, перевозкой и продажей готовой продукции).

4. По стадиям жизненного цикла изделия резервы бывают на стадиях предпроизводственной, производственной, эксплуатации.

На предпроизводственной стадии (стадии создания) изучается потребность в изделии, разрабатывается конструкция изделия, технология его изготовления, проводится подготовка производства. Здесь могут быть выявлены резервы за счет улучшения конструкции изделия, совершенствования технологии его изготовления, применения более дешевого сырья и т.п.

На производственной стадии происходит освоение и производство продукции. На этой стадии резервы связаны с улучшением организации труда, повышением его интенсивности, сокращением простоев оборудования, экономией и рациональным использованием сырья и материалов.

На стадии эксплуатации объекта резервы связаны с более производительным его использованием и снижением затрат (экономия электроэнергии, топлива, запасных частей и т.д.).

5. По видам ресурсов: резервы, которые связаны с наиболее полным и эффективным использованием земельных угодий, основных средств, материальных ресурсов и человеческого капитала.

6. По характеру воздействия на результаты производства резервы делятся на экстенсивные и интенсивные. Резервы экстенсивного характера связаны с использованием в производстве дополнительных ресурсов (увеличение количества применяемых ресурсов, увеличение времени их использования, устранение непроизводительного использования). Резервы интенсивного типа основаны на более полном и рациональном использовании имеющихся ресурсов (со-

вершенствование техники, технологии, организации производства и труда, качества ресурсов и т.п.).

7. По способам выявления резервы делятся на явные и скрытые. Явные резервы легко выявить по материалам бухгалтерского учета и отчетности. Это очевидные потери, перерасход ресурсов. Они могут быть безусловными и условными.

Безусловные резервы связаны с недопущением безусловных потерь материальных ресурсов, рабочего времени. Это недостача и порча продукции и материалов на складах, производственный брак, потери от списания долгов, выплаченные штрафы и др. Такие потери являются результатом бесхозяйственности, невыполнения обязательств по договорам. Чтобы их предотвратить, необходимо навести порядок в хранении и перевозке материальных ценностей, организовать действенный учет и контроль, обеспечить выполнение обязательств перед покупателями и поставщиками, строго выполнять финансовую и расчетную дисциплину и т.д.

К условным потерям относятся перерасходы ресурсов по сравнению с действующими нормами на предприятии. Условными они считаются потому, что нормы, которые служат базой сравнения, не всегда оптимальны. Если нормы затрат ресурсов на единицу продукции изменятся, то перерасход ресурсов соответственно также изменится.

Если предположить, что нормы являются оптимальными, то условные потери свидетельствуют о том, что фактический организационно-технический уровень предприятия не достиг запланированного. Такие потери вызываются неудовлетворительным состоянием оборудования, недостаточной квалификацией рабочих, низким уровнем организации производства, нарушением технологических процессов и т.д. В результате возможны сверхплановые потери рабочего времени, недостаточно полное использование оборудования, перерасход материальных ресурсов.

Скрытые резервы связаны с внедрением инноваций в области науки и передового опыта. Для их выявления необходимо провести сравнительный внутрихозяйственный анализ (сравнение структурных подразделений предприятия), межхозяйственный (с достижениями ведущих предприятий отрасли), а в некоторых случаях – международные сопоставления.

Таким образом, классификация резервов позволяет более глубоко понять сущность и организовать их поиск комплексно и целенаправленно.

Осуществляя поиск резервов, следует руководствоваться следующими принципами:

1. Поиск резервов должен носить научный характер, что предполагает знание их экономической сущности, источников и основных направлений их поиска, а также методики и техники их подсчета.

2. Поиск резервов должен быть комплексным и системным. Комплексный подход требует всестороннего выявления резервов по всем направлениям финансово-хозяйственной деятельности. Системный подход означает умение выявлять и обобщать резервы с учетом взаимосвязи изучаемых явлений.

3. Принцип предотвращения повторного счета резервов. Повторный счет резервов возникает при их обобщении, когда не учитывается взаимодействие различных факторов, влияющих на результаты финансово-хозяйственной деятельности.

4. Должна быть обеспечена комплектность резервов, т.е. сбалансированность по трем основным моментам процесса труда (основные средства, материальные ресурсы и трудовые ресурсы). Наибольший резерв, выявленный по одному из ресурсов, не может быть реализован, если недостает резервов по другим ресурсам.

5. Резервы должны быть экономически обоснованными. При их подсчете необходимо учитывать реальные производственные и финансовые возможности предприятия, подкрепленные конкретными мероприятиями.

Количественное выражение величины резерва – это разность между возможным (прогноznым) уровнем изучаемого показателя и его фактической величиной на текущий момент.

Для определения величины резервов используется ряд способов.

1. Способ прямого счета используется для подсчета резервов экстенсивного характера, когда известна величина дополнительного привлечения или величина безусловных потерь ресурсов. Тогда возможный рост выпуска продукции определяется следующим образом: дополнительное количество ресурсов или величина безусловных потерь делится на фактический их расход на единицу продукции или умножается на фактическую ресурсоотдачу (материалоотдачу, фондоотдачу, производительность труда и т.д.).

2. Способ сравнения применяется для подсчета резервов интенсивного характера, направленных на сокращение ресурсов на производство единицы продукции. Возможная экономия ресурсов определяется в сравнении с плановыми нормами.

Рост объема выпуска продукции в данном случае определяется следующим образом: резерв уменьшения затрат ресурсов на единицу продукции за счет внедрения инноваций умножается на планируемый (возможный) объем производства продукции и делится на возможный удельный расход ресурсов на единицу продукции с учетом выявленных резервов его снижения или умножается на планируемый уровень ресурсоотдачи.

3. Способы факторного анализа (цепных подстановок, абсолютных разниц, относительных разниц и т.п.). Для определения резервов строится факторная

модель, а затем рассчитывается возможный рост результирующего показателя за счет влияния рассматриваемого в качестве резерва фактора.

4. Методы корреляционного анализа.

5. Методы математического программирования.

6. Функционально-стоимостной анализ.

Выявление резервов должно быть подкреплено конкретными мероприятиями. При этом определение величины резервов может осуществляться двумя способами. Формальный подход расчета резервов предполагает расчет формальными методами без увязки с конкретными мероприятиями. И только после подсчета резервов определяются пути реализации выявленных резервов. Например, вначале определяются резервы роста производительности труда, например до планового уровня. Затем разрабатывают мероприятия по улучшению организации труда, повышения квалификации работников, совершенствования техники и технологии и т.п. При таком подходе начинать работу по поиску резервов повышения эффективности предприятия следует с выявления ведущих и, наоборот, самых узких мест. Необходимо проранжировать участки производственного процесса и выявить места, где постоянно не выполняются планы производства, наблюдаются частый брак, значительные затраты и простой оборудования. Данные мероприятия позволяют выделить наиболее резервоёмкие направления деятельности. Таким способом намечаются основные направления для поиска резервов повышения эффективности предприятия.

Неформальный подход к расчету резервов основан на разработке конкретных мероприятий, а затем расчете резервов.

Тесты для самоконтроля

1. Под резервами в анализе понимается (понимаются):

- а) неиспользованные возможности снижения текущих и авансируемых затрат материальных, трудовых и финансовых ресурсов;
- б) оценка результатов анализа;
- в) максимально возможный выпуск продукции по качеству.

2. Резервы, которые легко выделить по данным бухгалтерского учета и отчетности называются:

- а) скрытыми;
- б) явными;
- в) учетные.

3. Скрытые резервы – это резервы:

- а) выявленные в результате факторного анализа;
- б) не предусмотренные планом возможности использования достижений науки;
- в) не показанные в финансовой отчетности, но те, которые можно найти в данных бухгалтерского учета;
- г) те, которые невозможно выявить даже с помощью экономического анализа.

4. Перерасход всех видов ресурсов по сравнению с предусмотренными на предприятии нормами – это:

- а) условные потери;
- б) безусловные потери;
- в) скрытые потери;
- г) явные потери.

5. Метод выявления резервов, основанный на функциях, которые выполняет объект, и сориентированный на оптимальные методы их реализации на всех стадиях жизненного цикла изделия:

- а) диагностический анализ;
- б) маржинальный анализ;
- в) функционально-стоимостный анализ.

6. Резервы понимаются как:

- а) запасы сырья, которые необходимы для бесперебойной работы предприятия;
- б) возможности повышения эффективности производства;
- в) верны ответы а, б.

7. Резервы интенсивного типа связаны с:

- а) использованием в производстве дополнительных ресурсов;
- б) наиболее полным и рациональным использованием имеющегося потенциала;
- в) увеличением времени использования ресурсов.

8. По характеру воздействия на результаты производства резервы могут быть классифицированы на:

- а) явные и скрытые;
- б) учтенные при разработке планов и возникшие после утверждения плана;
- в) интенсивные и экстенсивные;
- г) внутренние и внешние.

9. Способ прямого счета используется в комплексном экономическом анализе для подсчета резервов:

- а) экстенсивного характера;
- б) интенсивного характера;
- в) верны ответы а, б;
- г) скрытых.

10. По способам выявления резервы могут быть классифицированы на:

- а) явные и скрытые;
- б) учтенные при разработке планов и возникшие после утверждения плана;
- в) интенсивные и экстенсивные.

11. По времени возникновения резервы могут быть классифицированы на:

- а) явные и скрытые;
- б) учтенные при разработке планов и возникшие после утверждения плана;
- в) интенсивные и экстенсивные.

12. Способ сравнения используется в комплексном экономическом анализе для подсчета резервов:

- а) экстенсивного характера;
- б) интенсивного характера.

13. «Ведущее звено» или «узкое место» при определении направления поиска резервов означает:

- а) участок производства, где систематически выполняются планы;
- б) участок производства, где систематически не выполняются планы.

Ответы: 1–а; 2–б; 3–б; 4–а; 5–в; 6–в; 7–б; 8–в; 9–а, 10–а, 11–б, 12–б, 13–б.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Что означает системный подход в экономическом анализе?
2. Каковы этапы проведения анализа?
3. Назовите основные объекты экономического анализа.
4. Назовите основные источники информации.
5. Каковы требования к информационной базе анализа?
6. В чем сущность сравнения?
7. Какие основные базы используются для сравнения?
8. Чем может быть вызвана несопоставимость показателей?
9. Что понимается под факторным анализом? Каковы его задачи?
10. Каковы основные виды классификации факторов?
11. Что такое моделирование факторных систем?
12. Какие основные типы моделей применяются в экономическом анализе?
13. Какие методы используются для моделирования?
14. Что понимают под хозяйственными резервами?
15. Как классифицируют резервы?
16. Каковы основные принципы поиска резервов?
17. Каковы основные способы определения величины резервов?

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данном пособии излагается материал первой части курса «Экономический анализ». В представленных материалах рассмотрены вопросы теории экономического анализа деятельности организации, в частности, теоретико-методологические и методические основы прикладного экономического анализа.

Следующий блок включает прикладные методики проведения экономического анализа деятельности организации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Ч. I от 31.07.1998, № 146-ФЗ.
2. О некоторых мерах по реализации законодательства о несостоятельности (банкротстве) предприятий: постановление Правительства РФ от 20 мая 1994 г. № 498.
3. Распоряжение Правительства РФ от 5 мая 2017 г. № 876-р «Об утверждении Концепции развития публичной нефинансовой отчетности и плана мероприятий по ее реализации».
4. Правила проведения арбитражным управляющим финансового анализа: постановление Правительства РФ от 25 июня 2003 г. № 367.
5. Порядок проверки текущего финансового состояния организации – получателя бюджетного кредита на осуществление инвестиционных проектов в угольной отрасли, размещаемых на конкурсной основе: приказ Министерства финансов РФ от 6 ноября 2001 г. № 274. (ред. от 15 февраля 2002 г.).
6. Положение о раскрытии информации эмитентами эмиссионных ценных бумаг: положение Банка России от 27 марта 2020 г. № 714 -П.
7. Баканов М. И., Мельник М. В., Шеремет А. Д. Теория экономического анализа: учебник. М.: Финансы и статистика, 2013. 535 с.
8. Барнгольц С. Б., Мельник М. В. Методология экономического анализа деятельности хозяйствующего субъекта: учеб. пособие. М.: Финансы и статистика, 2003.
9. Басовский Л. Е. Теория экономического анализа: учеб. пособие. М.: Инфра-М., 2017.
10. Бирюков В. А. Шаронин П. Н. Теория экономического анализа: учебник. М.: ИНФРА-М., 2022.
11. Бородина Е. И. Анализ финансовой отчетности: учеб. пособие. М.: Омега-Л, 2009. 451 с.
12. Википедия – свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Dun_%26_Bradstreet (дата обращения: 13.01.2023).
13. Гальчина О. Н., Пожидаева Т. А. Теория экономического анализа. М.: Издательско-торговая корпорация Дашков и Ко, 2013. 240 с.
14. Герасимов А. Н., Громов Е. И., Костюкова Е. И. Теория экономического анализа. Изд-во: Феникс, 2017.
15. Герасимова Е. Б., Бариленко В. И., Петрусевич Т. В. Теория экономического анализа: учеб. пособие. М.: Инфра-М, 2019.

16. Гиляровская Л. Т. Экономический анализ : учебник для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.
17. Донцова Л. В. Анализ финансовой отчетности: учебник. М.: Дело и Сервис, 2017.
18. Захаров И. В. Теория экономического анализа. М.: Изд-во МГУ, 2015.
19. Зенкина И. В. Теория экономического анализа. М.: ИНФРА-М, 2011.
20. Жулега И. А. Методология анализа финансового состояния предприятия: монография. СПб: Изд-во ГУАП, 2006.
21. Казакова Р. П., Казаков С. В. Теория экономического анализа. М.: ИНФРА-М, 2020.
22. Ковалев В. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник. М.: Проспект, 2019.
23. Крейнина М. Н. Финансовое состояние предприятия: методы оценки. М.: ИКЦ Дис, 2014.
24. Кузнецова Н. В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб. пособие. Владивосток, 2004. 519 с.
25. Любушин Н. П. Экономический анализ: учебник. М.: Юнити-Дана, 2017.
26. Любушин Н. П., Лещева В. Б., Сучков Е. А. Теория экономического анализа. учебно-методический комплекс. М.: Экономистъ, 2012.
27. Мельник М. В., Поздеев В. Л. Теория экономического анализа: учебник для магистров. М.: Изд-во Юрайт, 2017.
28. Нешитой А. С. Финансовый практикум: учеб. пособие для вузов. М.: Дашков и К, 2017. 212 с.
29. Нортон Д., Каплан Р. Сбалансированная система показателей. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2010. 320 с.
30. Российский статистический ежегодник: стат. сб. / Госкомстат России. М.: Логос, 1996. 1202 с.
31. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие для вузов / 2-е изд., перераб. и доп. Минск: Экоперспектива, 1998. 500 с.
32. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учеб. пособие для вузов /6-е изд., перераб. и доп. Минск: Новое знание, 2001. 703 с.
33. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник. М.: ИНФРА-М, 2005. 335 с.
34. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник. М.: ИНФРА-М, 2015. 365 с.

35. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2020.
36. Савицкая Г. В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник. М.: ИНФРА-М, 2013. 606 с.
37. Савицкая Г. В. Теоретические основы анализа хозяйственной деятельности: учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2023. 217 с.
38. Савицкая Г. В. Экономический анализ: учебник. М.: Новое знание, 2009. 673 с.
39. Селезнева Н. Н. Анализ финансовой отчетности организации: учебное пособие для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.
40. Финансы России. 2022: стат. сб. / Росстат. М., 2022. 392 с.
41. Чернов В. А. Теория экономического анализа. М.: Проспект, 2017.
42. Шадрина Г. В. Теория экономического анализа. М.: Юрайт, 2023.
43. Шеремет А. Д., Хорин А. Н. Теория экономического анализа. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2021. 389 с.
44. Шеремет А. Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебник для вузов. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2022. 374 с.
45. Экономический анализ. /под ред. Н. В. Войтоловского и др. М.: Издательство Юрайт, 2023. 631 с.
46. Cassel C., Nadin S., Gray M. O. The use and effectiveness of benchmarking in SMEs // Benchmarking: An International Journal, Vol. 8. 2001, № 3.

Учебное издание

Жуковская Светлана Львовна

Экономический анализ
Часть 1. Теория экономического анализа

Учебное пособие

Редактор *А. С. Серебrenиков*
Корректор *С. Е. Вороненко*
Компьютерная верстка: *О. Н. Бастырева*

Объем данных 3,15 Мб
Подписано к использованию 20.04.2023

Размещено в открытом доступе
на сайте www.psu.ru
в разделе НАУКА / Электронные публикации
и в электронной мультимедийной библиотеке ELiS

Управление издательской деятельности
Пермского государственного
национального исследовательского университета
614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15