

Т.П. Варламова  
М.А. Варламова

# **ФИНАНСОВО- ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

Учебное пособие

УДК 336.6

Рецензенты:

Бессонова Н.Ю., профессор, кандидат экономических наук  
Репетун Т.В., кандидат экономических наук, доцент

., Варламова Т.П., Варламова М.А.

Б13 Финансово-экономический анализ: Учебное пособие. Для студентов заочной и очной форм обучения. Направление - 38.03.01. «Экономика», профиль «Финансы и кредит» - г.Саратов, 2016.-132с

Учебное пособие для студентов очной и заочной форм обучения по направлению 38.03.01. «Экономика», профиль «Финансы и кредит». В учебном пособии определены предмет, цели и задачи финансово-экономического анализа, рассмотрены основные показатели экономического анализа, приведена методика анализа финансового состояния, а также основы управления денежными потоками организаций

Работа издана в авторской редакции

© Варламова Т.П. 2016  
© Варламова М.А.2016

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Теоретические основы комплексного анализа хозяйственной деятельности. ....	5
1.1. Понятие, содержание, роль и задачи анализа хозяйственной деятельности .....	5
1.3. Предмет и объекты анализа хозяйственной деятельности.....	15
1.4. Принципы анализа хозяйственной деятельности.....	16
1.5. Методы анализа хозяйственной деятельности. ....	18
2. Анализ в системе маркетинга .....	27
2.1. Теоретические аспекты маркетингового анализа в системе комплексного анализа.....	27
2.2 Цели и содержание маркетинговых исследований .....	28
2.3.Объекты маркетингового анализа.....	30
2.4 Методы маркетингового анализа .....	31
2.5. Методика маркетингового анализа .....	35
2.5.1. Анализ и оценка положения товара на рынке сбыта и эластичности спроса .....	35
2.5.2. Анализ товарной и ценовой политики организации .....	38
2.5.3. Анализ ассортимента, качества, обновления и структуры продукции .....	42
2.5.4. Анализ комплектности и ритмичности производства ....	44
3. Комплексная оценка экономического потенциала организации. ....	47
3.1. Комплексный экономический анализ и оценка эффективности использования основных производственных фондов .....	47
3.2.Комплексный экономических анализ и оценка состава, структуры и динамики оборотных активов. ....	50
3.3. Система показателей оборачиваемости оборотных активов; оценка эффективности использования оборотных средств. ....	52
3.4. Комплексный экономический анализ ресурсного потенциала организации и эффективности его использования.....	54
3.5. Комплексный экономический анализ и оценка эффективности использования трудовых ресурсов .....	58
3.6. Комплексный экономический анализ и оценка эффективности использования материально-производственных запасов организации. ....	61
4. Финансовый анализ в системе комплексной оценке экономического положения организации .....	64

4.1. Содержание экспресс-анализа финансового состояния предприятия и его основные этапы.....	64
4.2. Детализированный анализ финансового состояния предприятия. ....	72
4.2.1. Построение и анализ сравнительного аналитического баланса.....	72
4.2.2. Анализ ликвидности и платежеспособности. ....	75
4.2.3. Система критериев для оценки несостоятельности (неплатежеспособности) организации. ....	79
4.2.4. Анализ финансовой устойчивости организации. ....	81
4.2.5. Комплексная рейтинговая оценка финансового состояния предприятия. ....	85
4.2.6. Анализ деловой активности (эффективности деятельности).....	88
4.2.7. Анализ прибыльности и рентабельности. ....	91
4.2.8. Оценка положения предприятия на рынке ценных бумаг. ....	96
5. Маржинальный анализ в системе комплексного анализа хозяйственной деятельности предприятий. ....	98
5.1. Методика маржинального анализа. ....	98
5.2. Анализ безубыточности при оценке эффективности инвестиционных проектов .....	108
5.3. Обоснование управленческих решений на основе маржинального анализа.....	110
6. Основы управления денежными потоками предприятия.....	113
6.1. Характеристика денежных потоков предприятия, признаки их классификации .....	113
6.2. Методы расчета показателей денежного потока .....	115
6.3. Оптимизация денежных потоков предприятия. ....	119
Литература .....	127

## **1. Теоретические основы комплексного анализа хозяйственной деятельности.**

### **1.1. Понятие, содержание, роль и задачи анализа хозяйственной деятельности**

**Экономический анализ** – это научный способ познания сущности экономических явлений и процессов, основанный на расчленении их на составные части и изучении их во всем многообразии связей и зависимостей.

Различают **макроэкономический анализ**, который изучает экономические явления и процессы на уровне мировой и национальной экономики и ее отдельных частей, и **микроэкономический анализ**, изучающий эти процессы и явления на уровне отдельных субъектов хозяйствования. Последний получил название «анализ хозяйственной деятельности» (АХД).

Возникновение экономического анализа как средства познания сущности экономических явлений и процессов связывают с возникновением и развитием бухгалтерского учета и балансоведения. Однако свое теоретическое и практическое развитие он получил в эпоху развития рыночных отношений, а именно во второй половине 19 в. Обособление анализа хозяйственной деятельности в специальную отрасль знаний произошло несколько позже – в первой половине 20 в.

Становление АХД обусловлено объективными требованиями и условиями, которые свойственны возникновению любой новой отрасли знаний.

Во-первых, практической потребностью в комплексном и системном анализе в связи с развитием производительных сил, совершенствованием производственных отношений, расширением масштабов производства. Интуитивный анализ, примерные расчеты и прикидки, которые применялись на кустарных и полукустарных предприятиях, стали недостаточными в условиях крупных производственных единиц. Без комплексного всестороннего АХД невозможно управлять сложными экономическими процессами, принимать оптимальные решения.

Во-вторых, это связано с развитием экономической науки вообще. Как известно, с развитием любой науки происходит дифференциация ее отраслей. Экономический анализ

хозяйственной деятельности сформировался в результате дифференциации общественных наук. Раньше функции экономического анализа (когда они были сравнительно не такими весомыми) выполняли балансоведение, бухгалтерский учет, финансы, статистика и пр. В рамках этих наук появились первые простейшие способы аналитического исследования. Однако вышеназванные науки на определенном этапе развития не могли обеспечить все запросы практики, в связи с чем возникла необходимость выделения АХД в самостоятельную отрасль знаний.

**Содержание АХД** вытекает из его роли и функций, которые он выполняет в системе управления предприятием, где занимает одно из центральных мест. Система управления состоит из следующих взаимосвязанных функций: планирования, учета и контроля, анализа хозяйственной деятельности и принятия управленческих решений.

С помощью *планирования* определяются основные направления и содержание деятельности предприятия, его структурных подразделений и отдельных работников. Его главной задачей является обеспечение планомерности развития предприятия и деятельности каждого его члена, определения путей достижения лучших конечных результатов производства.

Для управления производством нужно иметь полную и правдивую информацию о ходе производственного процесса и выполнении планов. Поэтому одной из функций управления производством является *учет*, обеспечивающий сбор, систематизацию и обобщение информации, необходимый для управления производством и контроля за ходом выполнения планов и производственных процессов.

*Анализ хозяйственной деятельности* является связующим звеном между учетом и принятием управленческих решений. В процессе его учетная информация проходит аналитическую обработку: проводится сравнение достигнутых результатов деятельности с данными за прошлые периоды времени, с показателями других предприятий и среднеотраслевыми; определяется влияние разнообразных факторов на результаты хозяйственной деятельности; выявляются недостатки, ошибки, неиспользованные возможности, перспективы и др. С помощью АХД достигается осмысление, понимание информации. На основе результатов анализа вырабатываются и обосновываются

управленческие решения. Экономический анализ предшествует решениям и действиям, обосновывает их и является основой научного управления производством, повышает его эффективность.

Следовательно, экономический анализ можно рассматривать как деятельность по подготовке данных, необходимых для научного обоснования и оптимизации управленческих решений.

Как функция управления АХД тесно связан с планированием и прогнозированием производства, поскольку без глубокого анализа невозможно осуществление этих функций. Важная роль принадлежит АХД в подготовке информации для планирования, оценки качества и обоснованности плановых показателей, в проверке и объективной оценке выполнения планов. Утверждение планов для предприятия, по существу, также представляет собой принятие решений, которые обеспечивают развитие производства в будущем планируемом отрезке времени. При этом учитываются результаты выполнения предыдущих планов, изучаются тенденции развития предприятия, изыскиваются и учитываются дополнительные резервы производства. АХД является средством не только обоснования планов, но и контроля за их выполнением. Планирование начинается и завершается анализом результатов деятельности предприятия, что позволяет повысить уровень планирования, сделать его научно обоснованным.

Эта функция анализа – контроль за выполнением планов и подготовка информации для их обоснования – не ослабевает, а усиливается в рыночной экономике, поскольку в условиях неопределенности и изменчивости внешней среды требуется оперативная корректировка текущих и перспективных планов. Постоянно изменяющиеся внешние условия требуют, чтобы процесс планирования был непрерывным. Менеджер по планированию должен уметь оценивать и анализировать изменения каждой ситуации и оперативно вносить коррективы в планы предприятия.

Большая роль отводится анализу в определении и использовании резервов повышения эффективности производства. Он содействует рационализации, экономному использованию ресурсов, выявлению и внедрению передового опыта, научной организации труда, новой технике и технологии производства, предупреждению излишних затрат, недостатков в работе и т.д. В результате этого укрепляется экономика предприятия, повышается

эффективность его деятельности.

Таким образом, АХД является важным элементом в системе управления производством, действенным средством выявления внутривозрастных резервов, основой разработки научно обоснованных планов и управленческих решений.

Роль анализа как средства управления производством на современном этапе возрастает. Это обусловлено разными обстоятельствами:

- необходимостью неуклонного повышения эффективности производства в связи с ростом дефицита и стоимостью сырья, повышением наукоемкости и капиталоемкости производства;

- отходом от командно-административной системы управления и постепенным переходом к рыночным отношениям;

- созданием новых форм хозяйствования в связи с загосударствлением экономики, приватизацией предприятий и прочими мероприятиями экономической реформы.

В этих условиях руководитель предприятия не может рассчитывать только на свою интуицию и примерные прикидки в уме. Управленческие решения и действия должны быть основаны на точных расчетах, глубоком и всестороннем экономическом анализе. Ни одно организационное, техническое и технологическое мероприятие не должно осуществляться до тех пор, пока не обоснована его экономическая целесообразность. Недооценка роли АХД, ошибки в планах и управленческих действиях в современных условиях приносят чувствительные потери. И наоборот, те предприятия, на которых серьезно относятся к АХД, имеют хорошие результаты, высокую экономическую эффективность.

Основные задачи АХД субъекта хозяйствования.

1. Изучение характера действия экономических законов, установление закономерностей и тенденций экономических явлений и процессов в конкретных условиях предприятия.

2. Научное обоснование текущих и перспективных планов. Без глубокого экономического анализа результатов деятельности предприятия за прошлые годы (5–10 лет) и без обоснованных прогнозов на перспективу, без изучения закономерностей развития экономики предприятия, без выявления имевших место недостатков и ошибок нельзя разработать научно обоснованный план, выбрать оптимальный вариант управленческого решения.

3. Контроль за выполнением планов и управленческих



решений, за экономным использованием ресурсов. Анализ должен проводиться не только с целью констатации фактов и оценки достигнутых результатов, но и с целью выявления недостатков, ошибок и оперативного воздействия на экономические процессы. Именно по этой причине необходимо повышать оперативность и действенность анализа.

4. Изучение влияния объективных и субъективных, внутренних и внешних факторов на результаты хозяйственной деятельности.

5. Поиск резервов повышения эффективности функционирования предприятия на основе изучения передового опыта и достижений науки и практики.

6. Оценка результатов деятельности предприятия по выполнению планов, достигнутому уровню развития экономики, использованию имеющихся возможностей и диагностики его положения на рынке продуктов и услуг.

7. Оценка предпринимательских и финансовых рисков и выработка внутренних механизмов управления ими с целью укрепления рыночной позиции предприятия и повышения доходности бизнеса.

8. Разработка рекомендаций по использованию выявленных ресурсов.

В целом, АХД как наука представляет собой систему специальных знаний, связанных с исследованием тенденций хозяйственного развития, научным обоснованием планов, управленческих решений, контролем за их выполнением, оценкой достигнутых результатов, поиском, измерением и обоснованием величины хозяйственных резервов повышения эффективности производства и разработкой мероприятий по их использованию.

## **1.2. Виды анализа хозяйственной деятельности и их классификация**

В экономической литературе АХД классифицируется по различным признакам, что имеет большое значение для правильного понимания его содержания и задач.

*По отраслевому признаку* АХД делится на *отраслевой* (промышленности, сельского хозяйства, строительства, торговли и т.д.), учитывающий специфику деятельности отдельных отраслей, и

*межотраслевой* (теория АХД), являющийся теоретической и методологической основой отраслевых методик анализа.

**По признаку времени** различают предварительный анализ (до совершения хозяйственных операций) и последующий анализ (после совершения хозяйственных операций). *Предварительный (перспективный)* анализ необходим для обоснования планов и управленческих решений. *Последующий (ретроспективный, исторический)* используют для изучения тенденций развития предприятия, контроля за выполнением принятых планов и диагностики его состояния. Перспективный и ретроспективный анализы тесно связаны между собой. Без ретроспективного анализа невозможно сделать перспективный. Анализ результатов труда за прошлые годы позволяет изучить тенденции, закономерности, выявить неиспользованные возможности, передовой опыт, что имеет важное значение при обосновании уровня экономических показателей на перспективу. Умение видеть перспективу дает именно ретроспективный анализ. Он является основой перспективного анализа.

В свою очередь, от глубины и качества предварительного анализа на перспективу зависят результаты ретроспективного анализа. Если плановые и прогнозные показатели недостаточно обоснованы и реальны, то их последующий анализ вообще теряет смысл и требует предварительной оценки обоснованности плановых показателей.

Ретроспективный анализ подразделяется на оперативный и итоговый (результативный). *Оперативный анализ* проводится сразу после совершения хозяйственных операций или изменения ситуации за короткие отрезки времени (смену, сутки, декаду и т.д.). Цель его – оперативно выявлять недостатки и воздействовать на хозяйственные процессы.

*Итоговый (заключительный) анализ* проводится за отчетный период (месяц, квартал, год). Его ценность заключается в том, что деятельность предприятия изучается комплексно и всесторонне по отчетным данным за соответствующий период. Этим обеспечивается более полная оценка деятельности предприятия по использованию имеющихся возможностей.

Итоговый и оперативный анализы взаимосвязаны и дополняют друг друга. Они дают возможность руководству предприятия не только оперативно ликвидировать недостатки в

процессе производства, но и комплексно обобщать достижения, результаты деятельности за соответствующие периоды времени, разрабатывать мероприятия, направленные на рост эффективности производства.

Перспективный анализ в зависимости от длины временного горизонта делится на краткосрочный и долгосрочный. *Краткосрочный анализ* охватывает период до одного года, а *долгосрочный* – свыше одного года. Краткосрочный прогнозный анализ используется для выработки тактической, а долгосрочный – стратегической политики предприятия в области бизнеса. Второй вид менее детализирован, чем первый, но его роль значительно выше. Если выбрана верная стратегия развития предприятия, то легче принимать тактические решения.

**По пространственному признаку** различают внутрифирменный и межфирменный анализ. *Внутрифирменный анализ* изучает деятельность только исследуемого предприятия и его отдельных сегментов. При *межфирменном анализе* сравниваются результаты деятельности двух или более предприятий.

Межфирменные сравнения проводятся с целью:

- показать руководству, как соотносятся результаты работы своего предприятия и аналогичных предприятий;
- привлечь внимание руководства к сильным и слабым сторонам бизнеса;
- дать руководству объективную базу для оценки эффективности функционирования предприятия и внесения корректив в его стратегическую и тактическую политику.

Самое последнее достижение в области межфирменного сравнительного анализа – *бенчмаркинг*. Это система раннего предупреждения о назревающих проблемах, основанная на исследовании достижений науки и практики не только в собственной отрасли, но и в других отраслях. Она используется в качестве инструмента получения информации, которая требуется для поддержания и достижения преимуществ в конкуренции. Бенчмаркинг помогает понять суть расхождений между достигнутыми результатами предприятия и лидерами, делает менеджеров более чувствительными и восприимчивыми к необходимости поиска новаций, создает базу для инновационной деятельности, помогает высшему руководству в оптимизации

стратегических и тактических управленческих решений по ликвидации отставания в собственном бизнесе и занятии лидерских позиций на рынке продуктов и услуг.

*По аспектам исследования* выделяют финансовый, управленческий, социально-экономический, экономико-статистический, маркетинговый, инвестиционный, экономико-экологический, функционально-стоимостный, логистический и другие виды анализа.

Важное место среди всех видов АХД занимает *финансовый анализ*, который может быть охарактеризован как процесс познания сущности финансового механизма функционирования субъектов хозяйствования. Его основное назначение состоит в изучении, диагностике и прогнозировании финансового состояния предприятия и выявлении резервов повышения его устойчивости. На уровне предприятия его проводят финансовые службы. Внешний финансовый анализ проводится банками, аудиторскими фирмами, инвесторами и т.д.

*Управленческий анализ* проводят все службы предприятия с целью получения информации, необходимой для планирования, контроля и принятия оптимальных управленческих решений, выработки стратегии и тактики по вопросам финансовой политики, маркетинговой деятельности, совершенствования техники, технологии и организации производства. Он носит оперативный характер, его результаты являются коммерческой тайной.

*Социально-экономический анализ* изучает взаимосвязь социальных и экономических процессов, их влияние друг на друга и на экономические результаты хозяйственной деятельности. Его проводят экономические службы предприятия и вышестоящих органов управления, социологические лаборатории, статистические органы и т.п.

*Экономико-статистический анализ* применяется статистическими органами для изучения массовых общественных явлений на разных уровнях управления: предприятия, отрасли, региона.

*Экономико-экологический анализ* проводят органы охраны окружающей среды, экономические службы предприятия с целью исследования взаимодействия экологических и экономических процессов, связанных с сохранением и улучшением окружающей среды и затратами на экологию.

*Маркетинговый анализ* применяется службой маркетинга предприятия или объединения для изучения внешней среды функционирования предприятия: рынков сырья и сбыта готовой продукции, ее конкурентоспособности, спроса и предложения, коммерческого риска, формирования ценовой политики, разработки тактики и стратегии маркетинговой деятельности.

*Инвестиционный анализ* используется для разработки программы и оценки эффективности инвестиционной деятельности субъектов хозяйствования.

*Функционально-стоимостный анализ* исследует функции, которые выполняет объект изучения, и методы их реализации. Его основное назначение в том, чтобы выявить ненужные функции этого объекта и предупредить лишние затраты за счет ликвидации ненужных узлов, деталей, упрощения конструкции изделия, замены материалов и т.д.

В последние годы все более широкое применение находит *логистический анализ*, с помощью которого исследуются товарные потоки, начинающиеся от поставщиков сырья, проходящие через предприятие и заканчивающиеся у покупателей. Логистика координирует такие функциональные сферы предприятия, как снабжение, производство и сбыт, и способствует ускорению материальных и денежных потоков. С ее помощью предприятия получают возможность снижать затраты за счет организации снабжения, производства и сбыта по принципу «точно вовремя». Логистика становится основным ключом к успеху, важным стратегическим инструментом поддержания конкурентоспособности предприятия на рынках с сильной конкуренцией.

*По методике изучения объектов* различают качественный и количественный анализ, экспресс-анализ, фундаментальный анализ, маржинальный анализ, экономико-математический анализ и др.

*Качественный анализ* – это способ исследования, основанный на качественных сравнительных характеристиках и экспертных оценках исследуемых явлений и процессов.

*Количественный (факторный) анализ* базируется на количественным сопоставлениях и исследовании степени чувствительности экономических явлений к изменению различных факторов.

*Экспресс-анализ* представляет собой способ диагностики

состояния экономики предприятия на основе типичных признаков, характерных для определенных экономических явлений. К примеру, если темпы роста валовой продукции опережают темпы роста товарной продукции, это свидетельствует о росте остатков незавершенного производства; если темпы роста товарной продукции выше темпов реализации продукции, это признак затоваривания (работы на склад). Знание признака позволяет быстро и довольно точно установить характер происходящих процессов, не производя глубоких фундаментальных исследований, требующих дополнительного времени и средств.

*Фундаментальный анализ* представляет собой углубленное, комплексное исследование сущности изучаемых явлений с использованием математического аппарата и другого сложного инструментария.

*Маржинальный анализ* – это метод оценки и обоснования эффективности управленческих решений в бизнесе на основе изучения причинно-следственной взаимосвязи объема продаж, себестоимости и прибыли и деления затрат на постоянные и переменные.

С помощью *экономико-математического анализа* выбирается наиболее оптимальный вариант решения экономической задачи, выявляются резервы повышения эффективности производства за счет более полного использования имеющихся ресурсов.

**По субъектам (пользователям анализа)** различают внутренний и внешний анализ. *Внутренний анализ* проводится непосредственно на предприятии для нужд оперативного, краткосрочного и долгосрочного управления производственной, коммерческой и финансовой деятельностью. *Внешний анализ* проводится на основании финансовой и статистической отчетности органами хозяйственного управления, банками, финансовыми органами, акционерами, инвесторами и т.д.

**По степени охвата изучаемых объектов** анализ делится на сплошной и выборочный. При *сплошном анализе* выводы делаются после изучения всех без исключения объектов, а при *выборочном* – по результатам обследования только части объектов, что позволяет ускорить аналитический процесс и выработку управленческих решений по результатам анализа.

**По содержанию программы** анализ может быть комплексным и тематическим. При *комплексном анализе*

деятельность предприятия изучается всесторонне, а при *тематическом* – только отдельные ее стороны, представляющие в данный момент наибольший интерес. Например, вопросы использования материальных ресурсов, производственной мощности предприятия, снижения себестоимости продукции и пр.

Каждая из названных форм АХД своеобразна по содержанию, организации и методике его проведения.

### **1.3. Предмет и объекты анализа хозяйственной деятельности**

Каждая наука имеет свой предмет исследования, который она изучает с соответствующей целью присущими ей методами. Философия под предметом любой науки понимает какую-то часть или сторону объективной действительности, которая изучается только данной наукой. Один и тот же объект может рассматриваться различными науками. Каждая из них находит в нем специфические стороны или отношения. *Предметом той или иной науки принято считать то специфическое, что позволяет отличить ее среди множества других наук.* Например, в медицине объектом изучения является человек. Предметом же исследования отдельных медицинских наук служат органы человека, их функции и взаимодействия. То же самое наблюдается и в экономике.

Хозяйственная деятельность и те процессы, что в ней происходят, являются объектом исследования многих наук: экономической теории, макро- и микроэкономики, управления, организации и планирования производственно-финансовой деятельности, статистики, бухгалтерского учета, экономического анализа и т.д. Экономика изучает воздействие общих, частных и специфических законов на развитие экономических процессов в конкретных условиях отрасли или отдельного предприятия. Статистика исследует количественные стороны массовых экономических явлений и процессов, которые происходят в хозяйственной деятельности. Предметом бухгалтерского учета является кругооборот капитала в процессе хозяйственной деятельности. Он документально отражает все хозяйственные операции, процессы и связанное с ним движение средств предприятия и результаты его деятельности.

**Предметом АХД** являются причинно-следственные связи

экономических процессов и явлений. Познание причинно-следственных связей в хозяйственной деятельности предприятий позволяет раскрыть сущность экономических явлений и процессов и на этой основе дать правильную оценку достигнутых результатов, выявить резервы повышения эффективности производства, обосновать планы и управленческие решения. Классификация, систематизация, моделирование, измерение причинно-следственных связей является главным методологическим вопросом АХД.

**Объектами АХД** являются экономические результаты хозяйственной деятельности. Например, на промышленном предприятии к объектам анализа относятся производство и реализация продукции, ее себестоимость, использование материальных, трудовых и финансовых ресурсов, финансовые результаты производства, финансовое состояние предприятия и т.д.

Таким образом, Основное отличие предмета от объекта заключается в том, в предмет входят лишь главные, наиболее существенные с точки зрения данной науки свойства и признаки. На мой взгляд, таким существенным признаком АХД являются причинно-следственные связи в хозяйственной деятельности организаций.

#### **1.4. Принципы анализа хозяйственной деятельности**

Проводя АХД, необходимо руководствоваться определенными принципами и правилами, выработанными наукой и практикой.

1. Анализ должен носить научный характер, основываться на положениях диалектической теории познания, учитывать требования экономических законов развития производства, использовать достижения научно-технического прогресса и передового опыта, новейшие методы экономических исследований.

2. Анализ должен быть комплексным. Комплексность исследования требует охвата всех звеньев и всех сторон деятельности и всестороннего изучения причинных зависимостей в экономике предприятия.

3. Одним из требований к анализу является обеспечение системного подхода, когда каждый изучаемый объект рассматривается как сложная динамическая система, состоящая из ряда элементов, определенным образом 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.

4. Анализ должен быть объективным, конкретным, точным, базироваться на достоверной, проверенной информации, реально отражающей объективную действительность, а выводы его должны обосновываться точными аналитическими расчетами. Из этого требования вытекает необходимость постоянного совершенствования организации учета, внутреннего и внешнего аудита, а также методике анализа с целью повышения точности и достоверности его расчетов.

5. Анализ должен быть действенным, активно воздействовать на ход производства и его результаты, своевременно выявлять недостатки, просчеты, упущения в работе и информируя об этом руководство предприятия. Из этого принципа вытекает необходимость практического использования материалов анализа для управления предприятием, для разработки конкретных мероприятий, для обоснования, корректировки и уточнения плановых данных. В противном случае цель анализа не достигается.

6. Анализ должен проводиться по плану, систематически, а не от случая к случаю. Из этого требования вытекает необходимость планирования аналитической работы на предприятиях, распределения обязанностей по ее выполнению между исполнителями и контроля за ее проведением.

7. Анализ должен быть оперативным. Оперативность означает умение быстро и четко проводить анализ, принимать управленческие решения и претворять их в жизнь.

8. Один из принципов анализа – это его демократизм, предполагающий участие в проведении анализа широкого круга работников предприятия, что обеспечивает более полное выявление передового опыта и использование имеющихся внутрихозяйственных резервов.

9. Анализ должен базироваться на государственном подходе при оценке экономических явлений, процессов, результатов хозяйствования. Иначе говоря, оценивая результаты хозяйственной деятельности, нужно учитывать их соответствие государственной экономической, социальной, экологической, международной политике и законодательству.

10. Анализ должен быть эффективным, т.е. затраты на его проведение должны давать многократный эффект.

Таким образом, основными принципами анализа являются научность, комплексность, системность, объективность, точность, достоверность, действенность, оперативность, демократизм, эффективность и др.

### **1.5. Методы анализа хозяйственной деятельности.**

Метод – это подход к изучению реальной действительности, способы исследования природы и общества. Методы позволяют вскрыть причинно следственные взаимосвязи и взаимозависимости между отдельными показателями; установить конкретные факторы, оказывающие влияние на те или иные показатели; наиболее точно измерить степень влияния каждого фактора; выявить имеющиеся резервы, использование которых повышает уровень эффективности деятельности предприятий.

Под методом экономического анализа понимается способ изучения и подхода к производственной деятельности предприятия. Наиболее часто применяемые приемы.

Применение тех или иных методов зависит от цели и глубины анализа, объекта исследования, технических возможностей выполнения расчетов.

Чем глубже аналитик проникает в сущность изучаемых явлений, тем более точные методы исследования ему требуются. Эвристические методы решения экономических задач на основании интуиции, прошлого опыта, экспертных оценок специалистов, теории игр, методов линейного и выпуклого программирования, теории массового обслуживания, а также математических методов в экономическом исследовании, что делает анализ более глубоким и точным.

Среди основных методов комплексного экономического анализа хозяйственной деятельности можно выделить следующие:

1. Метод сравнения
2. Метод средних величин
3. Метод группировки
4. Метод детализации
5. Балансовый метод
6. Графический метод

## 7. Индексный метод

Рассмотрим их подробнее.

### 1. Метод сравнения

Сравнение – важнейший метод анализа, позволяющий оценить ход и результаты деятельности предприятия. Применение метода сравнения является первым этапом всякого аналитического исследования. В процессе анализа фактические результаты деятельности предприятия в анализируемом периоде сравниваются с аналогичными показателями по различным направлениям.

Сравнение занимает существенное место в методических приемах экономического анализа. Этот прием можно подразделить по следующим признакам:

1) сравнение фактических значений показателей с плановыми показателями (выявляются положительные и отрицательные влияния, резервы повышения эффективности производства);

2) сравнение фактических показателей анализируемого периода с соответствующими показателями предшествующих периодов дает возможность оценить темпы, направления развития данных показателей и тенденции развития;

3) сравнение показателей анализируемого предприятия с аналогичными показателями однородных по выпуску предприятий;

4) сравнение со среднеотраслевыми показателями показывает место анализируемого предприятия в отрасли (передовое, среднее, отстающее);

5) сравнение с плановыми и фактическими показателями передового предприятия отрасли;

6) международное сравнение: в данном случае производится сравнение технических показателей, т. к. многие экономические показатели в России рассчитываются по другим методикам.

Необходимыми условиями для сравнения являются:

– соблюдение качественно однородных сравниваемых показателей;

– применение единых измерителей продукции;

– единство методики расчетов;

– одинаковые географические условия;

– одинаковое количество рабочих дней, периодов сравниваемых предприятий.

Сравниваться могут как абсолютные, так и относительные величины.

Сравнение дает возможность выявить резервы повышения эффективности хозяйствования, узких мест в работе, способствует обмену опытом и распространению наиболее прогрессивной организации управления производством.

## 2. Метод средних величин

В процессе применения метода сравнения определяются следующие показатели:

- а) абсолютный прирост показателя
- б) относительный прирост показателя:
- в) индекс показателя:
- г) абсолютное значение одного процента прироста показателя:

При изучении массовых явлений в экономике, возникает необходимость в средних показателях. Средняя величина определяет типичное свойство изучаемой совокупности (средняя заработная плата рабочих, средняя загрузка оборудования, средний возраст оборудования, среднегодовая численность персонала и т. п.).

Обязательное условие применения данного приема – качественная однородность изучаемого явления. Как обобщающая величина, средняя выявляет наиболее существенную особенность данной изучаемой совокупности. Отражает сущность происходящего в производственно-хозяйственной деятельности.

Различают следующие специальные величины.

1. Среднеарифметическая (средняя заработная плата, выпуск продукции)  
простая и взвешенная.
2. Среднегеометрическая (при расчетах средних темпов прироста).
3. Среднегармоническая (ср. прирост рождаемости, смертности).

## 3. Метод группировки

Метод группировки характеризует общую тенденцию развития, дает возможность выявить взаимосвязь между явлениями. Анализ группировки служит для раскрытия содержания средних величин и выявления влияния отдельных объектов исследования на среднее.

Прием группировок заключается в выделении среди

исследуемых предприятий однородных групп по каким-либо существенным признакам.

Если группировка осуществляется по одному признаку, то она называется простой, если по нескольким – комбинированной.

Структурные группировки используются при изучении состава самих предприятий (по производственной мощности, уровню механизации, производительности труда и т. п.), а также структуры выпускаемой ими продукции по виду и заданному ассортименту.

Аналитические группировки предназначены для выявления взаимосвязи и взаимодействия между изучаемыми явлениями, объектами, показателями.

Метод группировки используется для выявления скрытых резервов и возможностей предприятия.

Например.

1. Зависимость заработной платы от стажа работы, возраста, образования, квалификации, вредности и т. д.

2. Связь между уровнем заработной платы и выработкой. Выработка зависит от количества оборудования, вида материала, технологии производства, возраста оборудования, автоматизации.

3. Связь между уровнем выработки и фондоотдачей, и фондовооруженностью.

В ходе группировки большое значение придается однородности рассматриваемых совокупностей. Например, группировка по объему работ.

Различают.

1. Структурные группировки, которые позволяют изучить:

- структуру процессов на предприятии;
- структуру поступающего оборудования;
- структуру затрат на выполнение плана;
- структуру кадров.

2. Факторные: установление связей между явлениями, оказавшими влияние на интересующий показатель.

Например, зависимость производительности труда от количества оборудования, автоматизации технического процесса, уровня оснащенности инструментом и т. д.

4. Метод детализации

Позволяет изучить предметы и явления, расчленения их на

составные части. Технико-экономические показатели детализируются.

1. По времени.
2. По месту совершения.
3. По отдельным составным частям.

По времени: рассчитывается по кварталам, по месяцам, по суткам, по сменам, по часам. Детализацию по времени применяют при анализе суточной производительности в межремонтный период работы технических установок, а также выхода продукции, использования рабочего времени и т. д.

По месту совершения: применяют для определения показателей, влияющих на итог выпуска продукции.

Например, предприятие допустило перерасход электроэнергии, необходимо установить, в каком из звеньев допущен перерасход электроэнергии.

По отдельным составным частям: позволяет установить роль отдельных составных частей, их структуру и влияние на конечный продукт, позволяет определить, где может быть достигнут наибольший экономический эффект и использовать этот эффект в дальнейшем.

Например, производительность труда повысилась на 20 %, необходимо определить причины такого роста. По логике, рост производительности труда произошел по 2-м направлениям:

1. повышение технического уровня;
2. структурные сдвиги.

Повышение технического уровня – это 12 %, в т. ч. услуги технологии 4 %, автоматизация – 5 %, механизация – 3 %.

Услуги организации производства – 6 %, в т. ч. рост численности рабочих – 2 %, совершенствование управления – 4 %, повышение квалификации – 2 %.

Вывод: видно, что наибольший рост производительности труда достигнут

за счет автоматизации производства – 5 %, улучшения технологий – 4 %. Следовательно, на эти направления следует обращать особое внимание администрации предприятия (менеджеров).

## 5. Балансовый метод

Балансовый метод имеет универсальное значение, т. к. этому методу принадлежит ведущее место не только в бухгалтерском учете, но и в экономическом анализе. На промышленном предприятии с помощью балансового метода изучается использование рабочего времени, производственные мощности, проводится анализ движения сырья, материалов, полуфабрикатов в производстве, а также анализ финансового состояния.

Балансовый прием – это метод, с помощью которого устанавливается взаимосвязь между количественными показателями хозяйственной деятельности предприятия для выявления и измерения их взаимного влияния, а также для подсчета резервов, повышения резервов эффективности производства. При применении балансового приема связь между показателями выражается в виде равенства двух итогов, которые получаются в результате различных сопоставлений. Балансовый прием может быть основан на данных одной или нескольких счетных таблиц (форма бухгалтерской или статистической отчетности).

Например, баланс товарной продукции. Остатки нереализованной продукции на конец года рассчитываются путем вычета из суммы остатков нереализованной продукции на начало года и объемом выпуска товарной продукции объема реализованной продукции в текущем периоде.

Баланс является главным документом при отчете работы по балансовой схеме построения ряда отчетов, например, таблицы, характеризующие отчет и движение уставного фонда, основных средств, амортизационных отчислений, материальных и трудовых ресурсов, прибыли и убытков.

Схема балансового расчета – это наличие на начало плюс поступления в течение отчетного периода минус реализация или списание основных средств равно наличие на конец года. С помощью балансового метода можно проследить связь отчетных данных (например, стройки) с проектами (сметными) показателями.

## 7. Графический метод

Для более наглядного представления результатов анализа рекомендуется представить их в графической форме. Для этого используются круговые и векторные диаграммы. Круговая диаграмма позволяет ответить на вопрос: какова доля влияния

отдельных факторов на показатель? Ответ на такой вопрос может быть получен только в случае, когда действия всех факторов однонаправлены, то есть все факторы одновременно или увеличивают, или уменьшают показатель. Влияние каждого из них изображается в виде сектора круга. Сумма всех секторов (площадь круга) – совместное влияние изменения всех факторов на изменение показателя. Доля площади сектора в площади круга характеризует удельный вес влияния изменения соответствующего фактора на изменения показателя.

Однако, в случае разнонаправленного влияния факторов на динамику показателя решить задачу способом, указанным выше, нельзя. Не удастся определить процентное участие динамики фактора в динамике показателя. Невозможно построить и круговую диаграмму.

Наиболее удачным способом графического изображения влияния динамики факторов на динамику показателя в общем случае является векторная диаграмма.

Она строится на плоскости ОХ ОУ. На оси ОХ откладываются отрезки (произвольной длины) для каждого фактора и результирующего показателя. На оси ОУ указывается масштаб изменения и показателя.

Величина измерения результирующего показателя под воздействием изменения конкретного фактора указывается в виде вектора. Длина вектора равна величине изменения результирующего показателя. Направление – вверх, если изменение положительно, или вниз, если изменение отрицательно.

Построение диаграммы может начинаться с изображения влияния любого фактора.

## 8. Индексный метод

Индекс – это относительный показатель, который характеризует изменения во времени и пространстве совокупностей явлений, непосредственно несоизмеримых. Индекс представляет собой относительную величину, получаемую в результате сравнения сложных совокупностей и отдельных их единиц по одному признаку. Результат индексного отношения может выражаться в виде коэффициента или в процентах. В общем виде формулу расчета индекса можно представить как



$$J_y = Y_1/Y_0,$$

где  $Y_1$ ,  $Y_0$  – текущее и базисное значения показателя  $Y$ .

В качестве базы обычно выступает:

1. уровень другого предприятия;
2. уровень другого периода (динамический индекс);
3. нормативный уровень (индекс выполнения плана или норм).

Если показатель  $Y$  является произведением нескольких факторов:

$Y = x_1 \cdot x_2 \cdot \dots \cdot x_n$ , то индекс этого показателя будет определяться отношением:

$$J_y = Y_1/Y_0 = (x_{11} \cdot x_{12} \cdot \dots \cdot x_{1n}) / (x_{01} \cdot x_{02} \cdot \dots \cdot x_{0n}) = (x_{11}/x_{01}) \cdot \dots \cdot (x_{1n}/x_{0n}) = I_{x1} \cdot \dots \cdot I_{xn},$$

где  $x_{1i}$ ,  $x_{0i}$  ( $i = 1, n$ ) – текущее и базисное значения фактора  $i$ ,

$I_{xi}$  – индекс фактора  $i$  (субиндекс):

$$I_{xi} = x_{1i} / x_{0i}.$$

Субиндекс характеризует влияние динамики фактора  $x_i$  на динамику показателя  $Y$ .

С помощью индексов можно сравнить данные в динамике, например, посчитать цену сопоставимых товаров за ряд лет или определить темпы роста продукции. Сравнить масштабы и уровень экономических процессов, протекающих в различных районах (территориальные индексы).

Часто показатели в формуле индекса имеют более сложную структуру, например,

$$Y = \sum a_i X_i.$$

Такой индекс нельзя представить в виде приведения субиндексов так, как это было сделано ранее. В этом случае поступают следующим образом: в формулу индекса вводят дополнительный элемент (делают подстановку)  $\sum a_0 X_1$ , а затем производят перегруппировку элементов. В результате получаем:

$$I_y = \sum a_1 X_1 / \sum a_0 X_0 = (\sum a_1 X_1 / \sum a_0 X_1) \cdot (\sum a_0 X_1 / \sum a_0 X_0) = I_a \cdot I_x.$$

Субиндекс  $I_a = (\sum a_1 X_1 / \sum a_0 X_1)$  характеризует влияние

фактора а.

Субиндекс  $I_x = (\Sigma a_0 X_1 / \Sigma a_0 X_0)$  характеризует влияние фактора X.

Если в формулу индекса ввести новую подстановку, например,  $\Sigma a_1 X_0$ , то индекс  $I_b$  может быть представлен в несколько ином виде:

$$I_b = (\Sigma a_1 X_1 / \Sigma a_1 X_0) \cdot (\Sigma a_1 X_0 / \Sigma a_0 X_0).$$

Возникает вопрос, какой из этих вариантов правильно отражает влияние факторов?

Объективного ответа на этот вопрос нет. Применяется следующий подход: если экономический показатель является произведением качественного и количественного факторов, то:

а) при определении влияния количественного фактора качественный фактор фиксируется на базисном уровне;

б) при определении влияния качественного фактора количественный фактор фиксируется на новом уровне.

Если показатель является функцией двух факторов, то качественным считается тот, который является характеристикой единицы совокупности, а количественным тот, который является характеристикой всей совокупности.

## **2. Анализ в системе маркетинга**

### **2.1. Теоретические аспекты маркетингового анализа в системе комплексного анализа**

Анализ в системе маркетинга представляет собой часть системы маркетинговых исследований, включающих в себя такие процедуры, как систематический сбор, регистрация, обработка и анализ данных по вопросам, относящимся к рынку товаров, работ, услуг для принятия эффективных управленческих решений. В системе маркетинга изучается информация о рынке, конкурентах, потребителях, ценах, внутреннем потенциале организации в целях уменьшения неопределенности, сопутствующей принятию маркетинговых решений.<sup>1</sup>

Анализ в системе маркетинга проводится для изучения рыночной среды, в которой функционирует организация, в том числе рынков сырья и сбыта. Основными задачами маркетингового анализа являются:

- Оценка предложения, анализ спроса на услуги организации и потенциала рынков сбыта; обоснование производственной программы;
- Выявление реальных и потенциальных конкурентов, их сильных и слабых сторон, поиск способов повышения конкурентоспособности, оценка собственных преимуществ и недостатков;
- Определение ценовой политики и основных стратегий ценообразования, оценка коммерческого риска;
- Анализ объемов произведенной и реализованной продукции;
- Анализ методов стимулирования сбыта услуг и выбор наиболее эффективных;
- Разработка стратегии и тактики маркетинговой деятельности.

Анализ в системе маркетинга использует совокупность следующих показателей:

- Оценка конкурентоспособности организации и

---

<sup>1</sup> Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб. / Л.Т. Гиляровская [и др.]. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2006. – 360 с

выпускаемой продукции;

- Анализ и оценка положения товара на рынке сбыта и эластичности спроса;
- Анализ товарной и ценовой политики;
- Оценка ритмичности и сезонности производства;
- Анализ ассортимента и структуры реализации продукции;
- Анализ рыночной среды и конъюнктуры рынка;
- Анализ качества и обновления продукции;
- Анализ динамики и оценка выполнения производства и реализации продукции.

Система информационного обеспечения маркетингового анализа состоит из внутренней и внешней информации, информации маркетинговых исследований. Система внутренней информации включает данные о работе организации в форме бухгалтерской и статистической отчетности оперативной и текущей производственной и научно-технической информации. [9]<sup>2</sup>

Система внешней информации объединяет сведения о состоянии внешней среды организации, рынка и его инфраструктуры, поведении покупателей и поставщиков, действиях конкурентов, мерах государственного регулирования рыночных механизмов и др. Эти данные сосредоточены в публикуемых периодических и специальных изданиях и собираются специалистами маркетингового отдела.

## **2.2 Цели и содержание маркетинговых исследований**

В условиях конкурентной борьбы и постоянно меняющейся конъюнктуры рынка очень большое внимание уделяется маркетинговым исследованиям. Результаты этих исследований в дальнейшем являются основой для формирования сметы продаж, а исходя из этого и планируемых уровней выручки и прибыли от реализации продукции.

Маркетинговые исследования помогают предприятию решить следующие задачи:

- Определить возможность массового производства

---

<sup>2</sup> Малков М.И. «Формирование системы оценки результатов маркетинговых исследований промышленных компаний», Изд-во Москва, 2009.

товаров или услуг;

- Установить иерархию характеристик товаров или услуг, способных обеспечить их успех на рынке;
- Провести анализ типологий и мотиваций имеющейся и потенциальной клиентуры;
- Определить цены и оптимальные условия продажи товаров и услуг.

Целью маркетинговых исследований является разрешение следующих проблем предприятия:

- Изучение и установление потенциала рынка или продукта о возможном объеме его продаж, условиях реализации, уровнях цен, способности потенциальной клиентуры;
- Исследование поведения конкурентов, направления их действий, потенциальных возможностей, стратегии формирования цен;
- Исследование сбыта с определением территории, являющейся наилучшей с точки зрения продаж, объема продаж на рынке, который является наиболее эффективным.

Компании разрабатывают общий план маркетинговых исследований, который составляется в разрезе маркетинга отдельных товаров или услуг, по типу покупателей, по регионам.

Таким образом, можно сказать, что маркетинговые исследования – это комплексная система изучения организации производства и сбыта товаров и услуг, которая ориентирована на удовлетворение потребностей конкретных потребителей и получение прибыли на основе изучения и прогнозирования рынка. Наиболее сложными задачами маркетинговых исследований являются анализ и принятие решений по ценообразованию и стимулированию сбыта.

Итогом маркетинговых исследований является разработка маркетинговой стратегии фирмы, целью которой является выбор целевого рынка и маркетингового комплекса, соответствие которых помогут обеспечить максимальный эффект продаж продукта и услуг.

При выборе целевого рынка необходимо обосновать ответ на вопрос: в каком продукте нуждается потребитель? Для этого необходимо установить рациональные сегменты концентрированного, дифференцированного или недифференцированного рынка, которые будет обслуживать

организация.

Выбор маркетингового комплекса связан с установлением оптимального сочетания его элементов: наименования продукта, его цены, места распространения и стимулирования сбыта. На базе принятой маркетинговой стратегии разрабатываются основные управленческие решения, ориентирующие деятельность фирмы на разрешение проблем, которые возникают или могут возникнуть у потенциального потребителя товаров, работ и услуг. Этот принцип может быть осуществим в том случае, если основой принятия решений по организационным, технологическим, социальным и производственным вопросам является результат анализа потребностей и запросов потенциальных покупателей.

### **2.3. Объекты маркетингового анализа**

Многочисленные объекты маркетинговых исследований можно свести к трем основным группам:

1. потребители товаров, или рынок
2. товар и его свойства
3. конкуренты

Исследование рынка, т.е. потребителей товаров, означает:

- изучение мотивов поведения потребителей;
- анализ рыночной конъюнктуры;
- анализ «ниши» рынка, т.е. области деятельности, в которой предприятие имеет наибольшие возможности по реализации своих сравнительных преимуществ для увеличения продаж (оборота);
- анализ наиболее эффективных способов продвижения товаров на рынке, форм и каналов сбыта;
- анализ тенденции изменения цен;
- анализ эффективности рекламной деятельности.

Товар – следующий объект маркетинговых исследований. Изучение товара означает:

- исследование свойств продукта или услуги, потребительских свойств товара, отличие его от товаров конкурентов;
- анализ объема товарооборота предприятия по отраслевым (продуктовым) и географическим (территориальным) сегментам;

- определение жизненного цикла товара, т.е. продолжительности периода вхождения товара на рынок, периода насыщения рынка товаром, периода падения спроса, когда наступает необходимость модернизации товара или его замены новым товаром;

- разработку эффективного сервисного обслуживания товара у потребителей (послепродажное обслуживание);

- определение производственных и финансовых потенциальных возможностей по расширению производства товара.

При исследовании конкурентов необходимо:

- проанализировать положение дел в отраслевых и географических сегментах продаж;

- изучить реальных и потенциальных конкурентов, оценить объемы их продаж, доходов, финансовое положение;

- проанализировать политику цен конкурентов, возможность потеснения их на рынке;

- дать основные характеристики свойств товаров конкурентов, уровень качества и дизайна, в связи с чем приобретаются товары конкурентов;

- сравнить слабые и сильные стороны своей фирмы и конкурентов.

## **2.4 Методы маркетингового анализа**

При маркетинговом анализе используются различные стандартные методы:

- эвристические, т.е. опросы специалистов, математическая обработка результатов такого опроса и др.;

- трендовые, т.е. определение основной тенденции развития продаж товара за предыдущий период и прогнозирование на этой основе продаж товара на перспективу;

- статистического факторного анализа, при котором на значительной экспериментальной базе информации строится зависимость продаж товара от основных факторов, определяющих эту продажу – коэффициенты парной и множественной корреляции, современный факторный (компонентный) анализ и другие.

Наряду со стандартными методами маркетингового анализа

применяются специфические методы, например, «анализ входа и выхода», который показывает, как изменение выпуска продукции в одной отрасли влияет на все остальные исходные данные планирования. Изучается взаимосвязь «цена-объем продаж» для конкретной марки товара.

Пробный маркетинг (выполняется для новых изделий), при котором производится небольшая партия товаров, на реализации которой изучается возможный спрос.

В последнее время в практике маркетингового анализа все более широкое применение находят такие методы, как анализ скидок, SWOT-анализ, портфельный анализ.<sup>3</sup>

Основной целью анализа скидок является выяснение того, насколько целесообразны решения, принимаемые менеджерами в области сбыта выпускаемой продукции.

Скидка – снижение цены в процентном или абсолютном выражении для той или иной категории покупателей по отношению к рыночной цене, действующей для большинства из них.

Скидки являются инструментом управления спроса и сбытом продукции. С помощью сбыта решаются разнообразные задачи предприятия в области сбыта. Выделяют следующие виды скидок.

#### Виды скидок

Виды скидок	Задачи сбытовой политики, решаемые посредством скидок
Функциональные	Передача части функций по реализации продукции от продавца к покупателю
За количество	Стимулирование покупки большего количества продукции в рамках каждого заказа
Временные	Обеспечение равномерного распределения объема продаж
За «верность»	Установление долгосрочных отношений с покупателями
За быструю оплату счетов	Обеспечение быстрой инкассации дебиторской задолженности

<sup>3</sup> Малков М.И. «Формирование системы оценки результатов маркетинговых исследований промышленных компаний», Изд-во Москва, 2009.



Основная проблема политики скидок: чтобы потери от снижения цены не превысили полученный эффект.

Один из приемов анализа, в данном случае, заключается в расчете дополнительного объема продаж, необходимого для того, чтобы доход организации не упал в результате предоставления скидок.

При этом в качестве ограничений дополнительных продаж может выступать:

- емкость рынка – максимальный объем продаж данного вида продукции в данной ценовой категории для определенного сегмента потребителей
- производственные возможности организации

Для определения дополнительных продаж используется следующая формула:

$$P = C / (100 - b/V - C)$$

Где P – необходимое увеличение объема продаж (%)

C – скидка с продажной цены (%)

b – переменные затраты на 1 изделие или на весь объем продаж

V – цена на 1 изделие или объем продаж

b/V – доля переменных затрат в цене

Данная формула позволит определить дополнительный объем продаж, необходимый для получения такого же маржинального дохода (какой был бы получен до предоставления скидок).

Маржинальный доход представляет собой разницу между объемом продаж и переменными затратами на производство и реализацию продукции.

Цель SWOT – анализа – определить все сильные и слабые стороны организации, которые рассматриваются как внутренние факторы, а также изучение внешних факторов, которыми являются угрозы и возможности.

На основе такого исследования организация должна максимально использовать свои сильные стороны, попытаться преодолеть слабости, воспользоваться благоприятными возможностями и защититься от потенциальных угроз. Матрица SWOT-анализа выглядит следующим образом:

### Матрица SWOT-анализа

Внутренние факторы	<b>Сильные стороны S</b>	<b>Слабые стороны W</b>
Внешние факторы	<b>O Возможности</b>	<b>T Угрозы</b>

SWOT-анализ является универсальным способом анализа для организации рынка в целом, на котором присутствует или будет присутствовать ее продукция, а также для оценки организации сбыта и уровня квалификации специалистов по продажам.

В каждой из четырех частей матрицы факторы должны быть упорядочены по значимости, т.е. в первую очередь указываются те факторы, которые аналитики считают самыми важными.

Таким образом, SWOT-анализ дает представление о внешней среде, деловом климате, отличительных характеристиках деятельности предприятия, позволяет сравнить предприятие и его продукцию с конкурентами, определить степень соответствия между положением компании и заявленными целями ее развития.

Портфельный анализ – исследование и инструмент, с помощью которого предприятие оценивает свою финансово-хозяйственную деятельность для того, чтобы вложить средства в наиболее прибыльную и перспективную продукцию и сократить либо прекратить выпуск мало или нерентабельной продукции.

Исследования проводятся с помощью матрицы БКГ (Бостонская консалтинговая группа), позволяющая определить, какая продукция занимает ведущее положение по ее доле на рынке и какова динамика ее продаж.

Матрица строится на основании расчета двух показателей:

1. темп роста объема продаж, который рассчитывается как индекс физического объема продаж
2. относительная доля рынка, занимаемая организацией по конкретному виду продукции:

$$d_p = V_i / V_{\text{потенц}}$$

Данный показатель достоверно отражает результаты финансово-хозяйственной и маркетинговой деятельности организации. Он рассчитывается как отношение объема продаж конкретного вида продукции или ассортиментной группы ( $V_i$ ) к потенциальной емкости рынка данной продукции ( $V_{\text{потенц}}$ ).

В рамках матрицы БКГ выделяют 4 вида позиции продукции:

1. «Звезды»
2. «Дойные коровы»
3. «Дикие кошки» («трудные дети»)
4. «Неудачники» («собаки»)

«Звезды» занимают лидирующее положение (высокая доля на рынке). Они приносят значительные прибыли, но требуют существенные объемы ресурсов для финансирования, продолжающегося роста или удержания доли рынка.

«Дойные коровы» по мере замедления темпов роста «звезда» превращается в «дойную корову», которая занимает лидирующее положение в относительно стабильном или сокращающемся рынке. Товар приносит больше прибыли, чем требуется вложений для поддержания его доли на рынке.

«Дикая кошка» имеет малую долю на рынке. Для нее характерны слабая поддержка покупателями и неясные конкурентные преимущества. Лидирующее положение у конкурентов.

«Неудачники» – позиция с ограниченным объемом сбыта, т. к. предприятие уступает конкурентам по многим показателям. Стратегия на рынке – ликвидация такой продукции.

## **2.5. Методика маркетингового анализа**

### **2.5.1. Анализ и оценка положения товара на рынке сбыта и эластичности спроса**

Спрос как экономическая категория характеризует объем товаров и услуг, которые потребитель желает и в состоянии приобрести по определенной цене на протяжении определенного периода времени на определенном рынке. На уровень спроса влияют следующие факторы: цены на продукцию, качество предоставляемых услуг, потребительские предпочтения, доходы потребителей, ожидание потребителями изменения их доходов или цен на продукцию, насыщенность рынка, процентные ставки по вкладам, стимулирующие к потреблению или накоплению, и др.

Чтобы обосновать целесообразность изменения цен или дохода и определить эффект от такого изменения, нужны данные об интенсивности роста или снижения предложения и спроса в

зависимости от изменения цен и доходов населения.

Эластичностью называется мера реагирования одной переменной величины на изменение другой, т.е. это число, которое показывает процентное изменение одной переменной в результате изменения другой переменной на 1%.

Фактор эластичности спроса отражает изменения требуемого количества товара по отношению к изменению цены. Эластичность указывает, какое процентное изменение спроса последует после однопроцентного изменения цены товара, а, следовательно, и связанного с ним изменения риска.

Обозначив количество и цену как  $q$  и  $z$ , используем формулу эластичности спроса от цены:

$$\mathcal{E} = (\% \Delta q) / (\% \Delta z),$$

Где  $\% \Delta q$  – процентное изменение  $q$ ;

$\% \Delta z$  – процентное изменение  $z$ .

Процентное изменение является абсолютным изменением переменной, деленным на первоначальную величину этой переменной.

Эластичность спроса от цены можно записать следующим образом:

$$\mathcal{E}_p = (\Delta q/q) / (\Delta z/z) = (z/q) * (\Delta q/\Delta z)$$

Эластичность спроса от повышения цены представляет собой отрицательную величину.

Помимо цены, на эластичность спроса могут влиять и другие факторы. Например, спрос на большинство товаров обычно растет, когда растет совокупный доход потребителей. Эластичность спроса по доходу представляет собой процентное изменение требуемого количества товара  $q$  в результате однопроцентного роста потребителей ( $p$ ):

$$\mathcal{E}_p = (\Delta q/q) / (\Delta p/p) = (p/q) * (\Delta q/\Delta p) [9]$$

С помощью этой формулы можно выявить уровень изменчивости риска по величине изменения требуемого количества товара на 1% изменения совокупного дохода потенциальных

потребителей, так как большая эластичность спроса по росту дохода является показателем роста вероятности совершения покупок товара, выпуск (реализацию) которого планирует организация, что, очевидно, снижает риск.

Изменение риска, связанное с эластичностью предложения, определяется аналогичным образом. Эластичность предложения от цены есть процентное изменение предлагаемого количества в результате однопроцентного увеличения цены. Такое значение эластичности обычно положительно, потому что более высокая цена, снижая риск, станет для производителей стимулом к увеличению выпуска.

При анализе ценовой политики можно использовать также показатель эластичности предложения по отношению к таким переменным, как ставка процента, уровень заработной платы, цены на сырье и полуфабрикаты, используемые для производства нужного товара.

Изучение спроса на продукцию тесно связано с оценкой риска «невостребованной продукции». При анализе основных технико-экономических показателей отсутствие спроса на продукцию можно выявить при сравнении фактического объема реализации продукции в сопоставимых ценах с аналогичным в плановом или базисном периоде.

Чтобы избежать последствий риска невостребованной продукции, необходимо изучить факторы его возникновения с целью поиска путей недопущения или минимизации потерь.

Внутренние причины:

- Неправильно составленный прогноз спроса на продукцию служащими предприятия
- Неправильная ценовая политика на рынках сбыта
- Снижение конкурентоспособности продукции в результате низкого качества сырья, оборудования, отсталой технологии, низкой квалификации персонала
- Неэффективная организация процесса сбыта и рекламы продукции

Внешние причины:

- Неплатежеспособность покупателей
- Повышение процентных ставок по вкладам
- Демографические
- Социально-экономические

- Политические и др.

От рынков сбыта зависят объем продаж, средний уровень цен, выручка от реализации продукции, сумма полученной прибыли и т.д. В первую очередь нужно изучить динамику положения каждого вида продукции на рынках сбыта за последние 3–5 лет.

В процессе анализа необходимо также выявить реальных и потенциальных конкурентов, провести анализ показателей их деятельности, определить сильные и слабые стороны их бизнеса, финансовые возможности, цели и стратегию конкурентов в области экспансии на рынке, технологии производства, качества продукции и ценовой политики. Это позволит предугадать образ их поведения и выбрать наиболее приемлемые способы борьбы по укреплению своих позиций на рынках сбыта.

### **2.5.2. Анализ товарной и ценовой политики организации**

Под термином «продукт» понимается все, что можно предложить на рынке для приобретения, использования или потребления с целью удовлетворения определенных потребностей. Как только продукту назначена цена, и он поступил на рынок, он становится товаром. Поэтому термин «товар» используется наравне с термином «продукт». Таким образом, товар является сердцевиной всей маркетинговой деятельности организации. [2]

Комплексный анализ товара является неотъемлемым элементом маркетинговых исследований. Это главный элемент в оценке конкурентных преимуществ организации. Предметом комплексного анализа товарной политики в организации является определение эффективности целенаправленных действий, ориентированных на установленный платежеспособный спрос целевых групп потребителей, благодаря которым обеспечиваются эффективное формирование номенклатуры и ассортимента товаров и запланированные объемы продаж.

Разработка и эффективное проведение товарной политики должны базироваться на хорошем знании не только рынков, но и реальных возможностей предприятия в области НИОКР, производственных мощностей, технологического обеспечения и т.п. Эти знания организация в состоянии получить только в результате осуществления полномасштабной аналитической функции маркетинга.

При формировании структуры товарного ассортимента организации возникает потребность в методах его выбора для получения максимальной прибыли в условиях неопределенности. Выбор товарной номенклатуры можно осуществлять на основе увязки перспектив реализации товаров с возможностями товарообеспечения, спросом и прибыльностью. При этом каждая группа товаров оценивается по балльной системе, т.е. с помощью ранжировки. Количество баллов, присваиваемое исследуемым группам товаров по показателям товарообеспечения, реализации и прибыльности, определяется экспертным путем на основе учета различных факторов.

В процессе оценки перспектив реализации товара ранжировку следует провести по степени спроса или прогнозируемых темпов роста реализации товара. В основу оценок можно положить жизненный цикл товара от появления его на рынке до роста, зрелости и старения. Наиболее верным ориентиром вероятного обеспечения перспективной реализации могут быть полученные заявки, договора, любая информация о спросе и результаты маркетинговых исследований.

Ранжировка по степени спроса составляется следующим образом:

- Продукция, спрос на которую будет возрастать (перспективы сбыта хорошие), – 4 балла;
- Продукция, спрос на которую останется на прежнем уровне, – 3 балла;
- Продукция, спрос на которую ухудшается, – 2 балла;
- Продукция, почти не находящая спроса, – 1 балл.

Анализ возможностей товарообеспечения предусматривает изучение поставщиков, их возможностей и условий поставки, наличие счетов к оплате, что позволяет сократить издержки обращения на оптовые закупки.

Ранжировка товарообеспечения может выглядеть так:

- Продукция, на которую имеются устойчивые поставки на длительный срок, – 4 балла;
- Продукция, по которой поставки устойчивые, но не на длительный срок, – 3 балла;
- Продукция, обеспеченная только разовыми поставками, – 2 балла;
- Продукция, по которой потребители не определены, – 1

балл.

Затем составляют ранжировку товара по прибыльности:

- 4 балла присваиваются товарной группе, у которой имеются возможности повышения рентабельности;
- 3 балла – товарной группе, у которой рентабельность можно сохранить на существующем уровне;
- 2 балла – товарной группе, которая имеет тенденцию к снижению рентабельности;
- 1 балл – товарной группе, в настоящий момент убыточной.

На основе анализа степени спроса на товары, товарообеспечения и прибыльности составляют так называемый баланс выживания по наиболее интересующим товарам в разрезе рассматриваемой совокупности критериев выбора.

На основе баланса выживания выбирается по наибольшей сумме баллов оптимальный вид товара.

Организация с целью получения дополнительной прибыли может заниматься реализацией не только оптимальных видов товаров, но и товаров, получивших меньшее количество баллов. При этом их продажа будет менее приоритетна для торговой деятельности.

Если при выборе модели или марки товара в торговле возникает вопрос о том, какое сочетание достоинств предмета реализации наиболее приемлемо для максимального повышения конкурентоспособности продаж, следует выделить эти достоинства и оценить их по степени важности для покупателей с помощью ранжирования. Количественную балльную оценку достоинств можно провести на основе опроса покупателей при совершении покупки, показаний опытных специалистов, работающих в непосредственной связи с покупателями, экспертов.

Среди комплексных показателей примечателен показатель рыночной власти (индекс Лернера  $L_i$ ). Он обобщает данные финансово-хозяйственного анализа и маркетинга. При сравнении выгоды или невыгоды производства для каждого из товаров этот показатель нужно рассчитывать отдельно:

$$L_i = (z_i - Sp_i) / z_i$$

Где  $Sp_i$  – предельные затраты на производство  $i$ -го товара



$z_i$  – цена продажи  $i$ -го товара

Цена на продукцию является одним из важнейших элементов комплекса маркетинга, и ее определение производится с учетом выбора стратегий относительно других элементов маркетинга. Цена – это денежное выражение соотношения спроса и предложения продукции. Цены обеспечивают организации запланированную прибыль, спрос на продукцию, конкурентоспособность продукции и организации в целом.

На величину цены оказывают воздействие внутренние факторы (цели предприятия и маркетинга, стратегия по отношению к отдельным элементам комплекса маркетинга, издержки, формирование ценообразования) и внешние факторы (объем рынка, оценка соотношения между ценой и ценностью продукта, осуществляемая потребителем конкуренция, экономическая ситуация, возможная реакция посредников, государственное регулирование).

Ценовая политика организации состоит в том, что она устанавливает цены на таком уровне и так изменяет их в зависимости от ситуации на рынке, чтобы обеспечить достижение краткосрочных и долгосрочных целей и решение оперативных задач, связанных с реализацией товара в определенной фазе его жизненного цикла, деятельность конкурентов и т.п.

Для установления оптимального уровня реализационных цен многие организации применяют определенные методы расчетов цен, ориентированные на затраты и фиксированную прибыль, или же устанавливают цены административно, т.е. с ориентацией на объективно складывающееся на рынке положение, зависящее от позиции основных конкурентов или одного конкурента – лидера в ценах, а также от позиции потребителей.

Ценовая политика организации, как правило, корректируется с учетом стадий жизненного цикла продукции. Так, на стадии проникновения на рынок организация может применять стратегию проникновения на рынок, а затем стратегию роста проникающей цены. Поэтому на этом этапе наблюдается некоторое снижение цен на продукцию, а после захвата определенной доли рынка – их резкое повышение.

На стадии роста политика ценообразования должна ориентироваться на долгосрочную перспективу. В зависимости от состояния конкуренции на рынке организация может применить

стратегию «снятия сливок» и «проникающего ценообразования» для максимизации прибыли, стратегию среднерыночных цен, стратегию следования за конкурентом. В целом цены на услуги достаточно высокие.

На стадии зрелости ценовая политика нацелена на удержание завоеванных позиций на рынке. Поэтому рост цен на продукцию на этой стадии замедляется.

На стадии спада цены на услуги снова возрастают. Но для стимулирования сбыта следует применять гибкую систему скидок до тех пор, пока не появится новая продукция.

Проводимая организациями ценовая политика в известных пределах оказывает воздействие на уровни и пропорции цен, складывающиеся на рынке. Это происходит тогда, когда реализационные цены признаются покупателями исходя из затрат на производство аналогичных или близких по назначению товаров, производимых другими продуцентами, и существующей в связи с этим на рынке конкуренции между ними.

Наряду с техническим уровнем, качеством, сроками поставки и другими существенными условиями сделки цена является одним из основных факторов, определяющих конкурентоспособность продукции на соответствующем рынке товаров.

### **2.5.3. Анализ ассортимента, качества, обновления и структуры продукции**

Для удовлетворения потребностей покупателей в продукции необходимо, чтобы организация выполняла план не только по общему объему продукции, но и ассортименту.

Основными задачами анализа ассортимента, качества, обновления и структуры продукции являются следующие:

- Выявление изменений в ассортименте продукции и определение их влияния на выпуск продукции в натуральном и денежном выражении;
- Оценка ритмичности производства и продажи продукции;
- Оценка качества производимой продукции;
- Выявление резервов и разработка мероприятий по оптимизации структуры, перестройке ассортиментной политики, использованию выявленных резервов улучшения качества,

обеспечению ритмичности производства и реализации.

Изучение ассортимента продукции проводится с целью уточнения среднего числа видов продукции. Расширение ассортимента выпускаемой продукции, является для организации наиболее надежным средством завоевания конкурентных преимуществ. Для анализа выполнения плана по ассортименту используют коэффициент ассортиментности:

$$K_{эс} = N_{эс} / N_{пл}$$

Где  $N_{эс}$  – объем продажи продукции, зачтенный в выполнение производственной программы в соответствии с применяемой в организации товарной стратегией (определяется как наименьшее число из планового и фактического показателя объема);

$N_{пл}$  – объем продажи услуг в соответствии с производственной программой организации.

Аналогично проводится анализ ассортимента в динамике. В этом случае не должно быть четкого ограничения коэффициента ассортиментности, так как структура продукции зависит в основном от спроса на нее и может изменяться вместе с этим показателем в течение времени.

Структуру продукции определяет удельный вес (%) каждого вида продукции или соотношение отдельных видов продукции в их общем объеме. Для характеристики интенсивности структурных преобразований в организации используют коэффициент структурной активности:

$$K_{стр.акт.} = \sum_{i=1}^n \sqrt{\Delta\delta_i}$$

Где  $\Delta\delta_i$  – изменение удельного веса  $i$ -го вида (номенклатурной группы) продукции в общем объеме выпуска (продаж) за исследуемый период;

$n$  – число номенклатурных групп (видов) продукции.

Чем активнее структурные преобразования в организации, тем выше уровень данного коэффициента. Это свидетельствует о том, что организация активно реагирует на изменение конъюнктуры рынка, своевременно обновляя ассортимент продукции.

Изменение структуры производства оказывает влияние на такие результирующие показатели, как объем выпуска в стоимостной оценке, материалоемкость, себестоимость товарной

продукции, прибыль, рентабельность.

Влияние качества на объем продажи продукции и прибыль от ее продажи определяется, как правило, прямым счетом с ценой услуг более низкого качества.

$$\Delta N = (\omega_k - \omega_o) * q_k$$

Где  $q_k$  – количество продукции повышенного качества, проданной за анализируемый период;

$\omega_k$  – возможная цена за продукцию повышенного качества;

$\omega_o$  – обычная цена продукции, причем  $\omega_k > \omega_o$

$$\Delta P = [(\omega_k - \omega_o) * q_k] - [(S_k - S_o) * q_k]$$

Где  $S_k$  – себестоимость продукции повышенного качества;

$S_o$  – себестоимость продукции.

Экономический эффект от повышения качества услуг достигается более высокой ценой на продукцию. Это связано с ростом себестоимости вследствие применения более качественных материалов и сырья, приобретения современного оборудования и др. Поэтому повышение цены на продукцию высокого качества часто обосновано.

Таким образом, повышение качества продукции обеспечивает экономию трудовых и материальных ресурсов и позволяет более полно удовлетворять потребности покупателей. Высокий уровень качества продукции выгодно выделяет ее из ряда аналогичных товаров (услуг), способствует повышению спроса на нее. Это дает основание для повышения цены и соответственно для увеличения выручки не только за счет роста объема продаж. В этом случае экономисты говорят, что происходит дифференциация продукта, и спрос на него становится менее эластичным.

#### **2.5.4. Анализ комплектности и ритмичности производства**

Большое значение для исследования финансово-хозяйственной деятельности организации имеет анализ ритмичности производства продукции. Ритмичность – равномерный выпуск продукции в соответствии с графиком в объеме и ассортименте, предусмотренный планом. [1]

Для оценки ритмичности используются прямые и косвенные показатели. Среди прямых показателей – это коэффициенты ритмичности и аритмичности, коэффициент вариации, удельный вес производства продукции за  $i$ -й период в годовом объеме производства.

Коэффициент ритмичности ( $K_{\text{ритм}}$ ) и коэффициент аритмичности ( $K_{\text{аритм}}$ ) равны:

$$K_{\text{ритм}} = N_{\text{ф}} / N_{\text{пл}}$$

$$K_{\text{аритм}} = 1 - K_{\text{ритм}} = 1 - (N_{\text{ф}} / N_{\text{пл}})$$

Где  $N_{\text{ф}}$  – фактический объем проданной продукции в пределах плана;

$N_{\text{пл}}$  – объем продажи продукции по плану.

Коэффициент ритмичности можно определить и путем суммирования удельных весов реализации продукции за каждый временной промежуток (неделю, декаду, месяц, квартал), входящий в анализируемый период (месяц, квартал, год). Для расчета используются фактические удельные веса продажи продукции, но не более их планового уровня.

Сезонность производства (продажи) продукции проявляется в неравномерной загрузке организации по месяцам и кварталам года, вызываемой сезонными колебаниями спроса на продукцию.

Для анализа влияния сезонности на объем продажи продукции необходимо располагать данными о ежемесячном (ежеквартальном) объеме продажи продукции, на основании которых рассчитывается среднемесячный (среднеквартальный) объем продажи продукции ( $N_{\text{ср}}$ ), коэффициенты сезонности ( $K_{\text{сез}}$ ), коэффициент (размах) вариации ( $K_{\text{в}}$ ):

$$N_{\text{ср}} = \sum N_i / 12$$

Где  $N_i$  – ежемесячный (ежеквартальный) объем продажи продукции.

Коэффициент сезонности ( $K_{\text{сез}}$ ):  $K_{\text{сез}} = N_i / N_{\text{ср}}$

Коэффициент вариации ( $K_{\text{в}}$ ):

$$K_{\text{в}} = \frac{\sqrt{\sum (x - \bar{x})^2 / n}}{\bar{x}_{\text{пл}}}$$

Большой коэффициент (размах) вариации свидетельствует о неравномерной загрузке организации по месяцам года, вызываемой сезонными колебаниями спроса на услуги. Неравномерная загрузка организации в течение года, простой рабочей силы и оборудования при спаде спроса на услуги и максимальная их загрузка при возрастающем спросе отрицательно влияют на объем реализации услуг, качество услуг, производительность труда, уровень использования основных производственных фондов и другие показатели хозяйственной деятельности организации.

### **3. Комплексная оценка экономического потенциала организации.**

#### **3.1. Комплексный экономический анализ и оценка эффективности использования основных производственных фондов**

Основные фонды – это материально-вещественные ценности, действующие в течении длительного периода времени, а также предметы стоимостью на дату приобретения более 100 кратного МРОТ независимо от срока их службы, исключая сельскохозяйственные машины, строительные механизмы, а также рабочий и продуктовый скот, которые относятся к основным средствам независимо от их стоимости.

Задачи анализа:

1. Изучение степени обеспеченности предприятия основными производственными фондами.
2. Изучение технического уровня основных производственных фондов.
3. Изучение эффективности использования основных фондов.
4. Выявление причин (фактов), повлиявших на использование основных фондов.
5. Изучение влияния использования основных фондов на выпуск продукции и выявление резервов и повышения эффективности их использования.

Источниками информации являются:

1. Форма № 5 «Приложение к бухгалтерскому балансу».
2. Расшифровки основных производственных фондов.
3. Формы технической отчетности.
4. Результаты, проведенные инвентаризации оборудования.

Оценка обеспеченности основными фондами определяется при сопоставлении плановой потребности в них (бизнес-план), с фактическим наличием. По своему назначению основные фонды промышленных предприятий делятся на три группы:

1. Промышленно- производственные основные фонды.
2. Производственные фонды других отраслей (транспорт, строительство, сельское хозяйство, производство).
3. Непроизводственные основные фонды (фонд ЖКХ, столовых, медицинских пунктов, детских садов, клубов, санаториев

и туристических баз).

При анализе состава основных фондов отчетные данные рассматриваются в динамике. Для характеристики изменений происходящих в составе основных фондов анализируют их структуру. Под структурой основных промышленно-производственных фондов понимается удельный вес стоимости каждой группы фондов (зданий, сооружений, передаточных устройств, машин и оборудования, транспортных средств, инструментов, хозяйственного инвентаря и других видов) в общей их стоимости.

Прогрессивные структуры основных производственных фондов характеризуются удельным весом активной части основных фондов в их общей стоимости.

Активной частью основных фондов определяются все фонды за вычетом стоимости зданий и сооружений или стоимость машин и оборудования.

Анализ структуры основных производственных фондов позволяет выделить удельный вес активных и пассивных частей основных фондов в общем объеме основных фондов и установить тенденцию их изменения.

Техническое состояние основных фондов характеризуется степенью изношенности основных фондов, коэффициент обновления и коэффициент выбытия, возрастным составом оборудования.

Показателем степени изношенности является коэффициент износа, который определяется: 
$$K_o = \frac{\text{Износ (списанная амортизация)}}{\text{Первоначальная стоимость}}$$

Коэффициент обновления основных фондов измеряется относительными показателями стоимости на конец периода.

Коэффициент обновления основных фондов позволяет оценить интенсивность обновления основных фондов, так и по активной их части, а также по видам оборудования и рассматривается обычно за ряд лет.

Коэффициент выбытия отражает степень интенсивности выбытия основных фондов. Его значение определяется, как отношение стоимости основных фондов, выбывших за анализируемый период, к стоимости основных фондов на его начало. Возрастной состав оборудования позволяет судить о работоспособности оборудования и необходимости его замены, а



также знать о потенциальной возможности повышения фондоотдачи.

Для анализа действующего оборудования группируются по видам и продолжительности использования.

В промышленности фондоотдача определяется по объему выпуска продукции на 1 р. среднегодовой стоимости фондов:

$$\text{Фондоотдача} = \frac{\text{объем выпущенной продукции}}{\text{Среднегодовая стоимость фондов}}$$

Показатель фондоемкости характеризует величину участия фондов в производстве единицы продукции.

При определении фондоотдачи и фондоемкости объема продукции начисляется в стоимостных, натуральных и условных измерителях.

Использование оборудования по количеству характеризуется двумя коэффициентам:

- 1). Коэффициент использования наличного оборудования.
- 2). Коэффициент использования установленного оборудования.

Первый коэффициент определяется как отношение количества установленного оборудования к количеству наличного оборудования или как отношение работающего оборудования к наличному.

Второй коэффициент характеризует отношение количества работающего оборудования к количеству установленного.

Повышение эффективности использования оборудования обеспечивается двумя путями:

1. Экстенсивный (по времени).
2. Интенсивный (по мощности).

Экстенсивное использование оборудования.

Показатели, характеризующие экстенсивное использование оборудования являются отработанное время и коэффициент сменности работы оборудования.

Коэффициент сменности рассчитывается по отношению к установленному оборудованию, показывает число смен отработанных данным оборудованием.

Основными причинами снижения коэффициент сменности являются:

- неукомплектованность рабочими;
- неисправность оборудования;

- недопоставки материально- технического сырья.

Расчет коэффициентов экстенсивного использования оборудования проводится на основе разовых единовременных обследований.

### **3.2. Комплексный экономических анализ и оценка состава, структуры и динамики оборотных активов.**

**Оборотные средства** — это совокупность денежных средств, авансируемых для создания оборотных производственных фондов и фондов обращения, обеспечивающих непрерывность хозяйственной деятельности фирмы.

**Оборотные фонды** — это активы предприятия, которые в результате его хозяйственной деятельности полностью переносят свою стоимость на готовый продукт, принимают однократное участие в процессе производства, изменяя или теряя при этом натурально — вещественную форму.

**Оборотные производственные фонды** вступают в производство в своей натуральной форме и в процессе изготовления продукции целиком потребляются. Они переносят свою стоимость на создаваемый продукт полностью.

**Фонды обращения** связаны с обслуживанием процесса обращения товаров. Они не участвуют в образовании стоимости, а являются ее носителями. После окончания производственного цикла, изготовления готовой продукции и ее реализации стоимость оборотных средств возмещается в составе выручки от реализации продукции (работ, услуг). Это создает возможность систематического возобновления процесса производства, который осуществляется путем непрерывного кругооборота средств предприятия.

**Структура оборотных средств** — это соотношение между отдельными элементами оборотных средств, выраженное в процентах. Различие в структурах оборотных средств компаний обуславливается многими факторами, в частности, особенностями деятельности организации, условиями ведения бизнеса, снабжения и сбыта, местонахождением поставщиков и потребителей, структурой затрат на производство.

**Оборотные производственные фонды включают в себя:**

– **предметы труда** (сырье, основные материалы топливо,

тара, и т. п.);

- **средства труда** со сроком службы не более одного года или стоимостью не более 100-кратного установленного минимального размера оплаты труда в месяц ;

- **незавершенное производство** и полуфабрикаты собственного изготовления (материалы, изделия, находящиеся в процессе обработки или сборки, а также полуфабрикаты собственного изготовления и т.д.);

- **расходы будущих периодов** (невещественные элементы оборотных фондов, включающие затраты на подготовку и освоение новой продукции, которые производятся в данном периоде, но относятся на продукцию будущего периода; например, затраты на конструирование и разработку технологии новых видов изделий, на перестановку оборудования).

### **Фонды обращения**

**Фонды обращения** — средства предприятия, функционирующие в сфере обращения; составная часть оборотных средств.

#### **К фондам обращения относятся:**

- средства предприятия, вложенные в запасы готовой продукции, товары отгруженные, но не оплаченные;
- средства в расчетах;
- денежные средства в кассе и на счетах.

Величина оборотных средств, занятых в производстве, определяется в основном длительностью производственных циклов изготовления изделий, уровнем развития техники, совершенством технологии и организации труда. Сумма средств обращения зависит главным образом от условий реализации продукции и уровня организации системы снабжения и сбыта продукции.

Оборотные средства представляют собой более подвижную часть активов.

В каждом **кругообороте оборотные средства проходят три стадии**: денежную, производственную и товарную.

Для обеспечения бесперебойного процесса на предприятии формируются материально-производственные запасы оборотных средств или материальные ценности, ожидающие своего дальнейшего производственного или личного потребления. Материально-производственные запасы являются наименее ликвидной статьей среди статей оборотных активов.

Источниками формирования оборотных средств могут быть прибыль, кредиты (банковские и коммерческие, т. е. отсрочка оплаты), акционерный (уставный) капитал, паевые взносы, бюджетные средства, перераспределенные ресурсы (страхование, вертикальные структуры управления), кредиторская задолженность и др.

Эффективность использования оборотных средств оказывает влияние на финансовые результаты деятельности предприятия. При ее анализе применяются следующие показатели: наличие собственных оборотных средств, соотношение между собственными и заемными ресурсами, платежеспособность предприятия, его ликвидность, оборачиваемость оборотных средств и др.

### **3.3. Система показателей оборачиваемости оборотных активов; оценка эффективности использования оборотных средств.**

Для оценки оборачиваемости оборотного капитала используется ряд показателей.

Главным показателем эффективности использования оборотных средств является коэффициент оборачиваемости, который показывает, какой объем реализации услуг приходится на 1 рубль вложенных в производство оборотных средств или сколько раз оборотные средства совершают кругооборот в течение определенного периода времени (месяца, квартала, года).

Коэффициент оборачиваемости ( $K_{об}$ ) оборотных средств определяется по формуле:

$$OC_{ср} = (OC_1 / 2 + OC_2 + OC_3 + \dots + OC_n / 2) / (n - 1), \text{ где}$$

$OC_n$  – остаток оборотных средств на начало каждого месяца;

$n$  – число остатков за анализируемый период

$$\text{или } OC_{ср} = (OC_{н.г.} + OC_{к.г.}) / 2, \text{ где}$$

$OC_{н.г.}$  – остаток оборотных средств на начало года;

$OC_{к.г.}$  – остаток оборотных средств на конец года;

Также используются следующие показатели:

Коэффициент оборачиваемости материальных оборотных средств	$\frac{\text{Выручка от реализации}}{\text{Запасы} + \text{НДС} - \text{к} - \text{получению}} (\text{об.})$	Отражает сколько оборота запасов и затрат за анализируемый период
Коэффициент оборачиваемости денежных средств	$\frac{\text{Выручка от реализации}}{\text{Среднюю} - \text{велич} - \text{Ден.} - \text{сред} - \text{ст}} (\text{об.})$	Показывает сколько оборотов денежных средств
Коэффициент оборачиваемости средств в расчетах	$\frac{\text{Выручка от реализации}}{\text{Средн. Велич. Дебит. Задолж}} (\text{об.})$	Указывает на расширение или снижение коммерческого кредита, предоставленного организацией
Срок оборачиваемости средств в расчетах	$\frac{\text{З} \text{б} \text{д} \text{т} \text{д} \text{т} \text{д} \text{т}}{\text{В}}$	Показывает средний срок погашения дебиторской задолженности
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	$\frac{\text{Выручка от реализации}}{\text{Средн. Велич. Кредит. Задолж}} (\text{об.})$	Указывает на расширение или снижение коммерческого кредита, предоставленного организации
Срок оборачиваемости кредиторской задолженности	$\frac{\text{З} \text{б} \text{д} \text{т} \text{д} \text{т} \text{д} \text{т}}{\text{д} \text{о}}$	Показывает средний срок возврата долгов по текущим обязательствам

Оборачиваемость оборотных средств может замедляться или ускоряться. В результате ускорения оборачиваемости оборотных средств, то есть сокращения времени прохождения оборотными средствами отдельных стадий и всего кругооборота, снижается потребность в этих средствах, происходит их высвобождение из оборота. Замедление оборачиваемости сопровождается вовлечением в оборот дополнительных средств. Высвобождение оборотных средств в результате ускорения их оборачиваемости

может быть абсолютным и относительным. Абсолютное высвобождение происходит в тех случаях, когда объем реализации в отчетном периоде достигнут с меньшим использованием оборотных средств по сравнению с базисным периодом или плановой потребностью. Относительное высвобождение оборотных средств происходит в том случае, если в отчетном периоде по сравнению с базисным или плановым увеличивается также объем реализации.

Также проводится горизонтальный и вертикальный анализ оборотных активов по данным бухгалтерского баланса. Положительная или отрицательная динамика запасов, дебиторская задолженность, краткосрочные финансовые вложения, денежные средства должны оцениваться путем сопоставления с динамикой объема продаж и финансовых результатов. При разной эффективности использования оборотных средств рост запасов в одном случае может быть оценен как следствие расширения объемов деятельности, а в другом – как следствие снижения деловой активности и соответствующего увеличения периода оборота средств.

Снижение оборачиваемости и рост среднего срока оборота денежных средств и краткосрочных финансовых вложений свидетельствуют о нерациональной организации работы предприятия, допускающего замедление использования высоколиквидных активов, чье основное предназначение – обслуживание производственно-хозяйственного оборота предприятия. Исключением является случай, когда оборачиваемость замедляют депозиты.

Рост оборачиваемости и снижение среднего срока оборота денежных средств и краткосрочных финансовых вложений свидетельствует о повышении рациональности управления высоколиквидными активами.

### **3.4. Комплексный экономический анализ ресурсного потенциала организации и эффективности его использования.**

Любой бизнес начинается с постановки и ответа на следующие вопросы:

- каковы должны быть величина и оптимальный состав активов предприятия?

- где найти источники финансирования и каков должен быть их оптимальный состав?

*Методы экономического анализа позволяют выявить наиболее рациональные направления распределения материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Известно, что любые ресурсы ограничены и добиться максимального эффекта их использования можно не только за счет увеличения объема, но и путем оптимального соотношения разных видов ресурсов.*

Особое внимание при этом следует уделить финансовым ресурсам предприятия, поскольку это единственный вид ресурсов, трансформируемый непосредственно в минимальные сроки в любой другой вид ресурсов. Финансовые ресурсы характеризуют финансовое состояние предприятия.

Финансовое состояние предприятия зависит от результатов его производственной, коммерческой и финансовой деятельности. Если производственный и финансовый планы успешно выполняются, то это положительно влияет на финансовое положение предприятия. И, наоборот, в результате недовыполнения плана по производству и реализации продукции происходит повышение ее себестоимости, уменьшение выручки и суммы прибыли и, как следствие, – ухудшение финансового состояния и платежеспособности предприятия.

Главной целью оценки финансовых ресурсов выявить резервы улучшения финансового положения и его платежеспособности и тем самым правильно определить и сформулировать задачи на будущее. При этом необходимо решить следующие задачи.

1. На основе изучения взаимосвязи между разными показателями производственной, коммерческой и финансовой деятельности дать оценку выполнения плана по поступлению финансовых ресурсов и их использованию с позиции улучшения финансового состояния предприятия.

2. Прогнозирование возможных финансовых результатов, экономической рентабельности, исходя из реальных условий хозяйственной деятельности и наличия собственных и заемных ресурсов, разработка моделей финансового состояния при разнообразных вариантах использования ресурсов;

3. Разработка конкретных мероприятий, направленных на более эффективное использование финансовых ресурсов и укрепление финансового состояния предприятия.

Оценка ресурсного потенциала предприятия не ограничивается только оценкой финансовых ресурсов, также оцениваются материальные, трудовые и другие виды ресурсов имеющиеся на предприятие.

Рациональное использование материальных ресурсов - один из важнейших факторов роста объема продаж и снижения себестоимости продукции, а следовательно, и роста прибыли и рентабельности материалы, используемые при производстве продукции, оказывают непосредственное влияние и на качество производимой продукции, и на цены ее реализации.

Анализ материальных ресурсов проводится в следующей последовательности:

- анализ обеспеченности организации материальными ресурсами;
- анализ состояния запасов материалов для производственных целей;
- оценка эффективности использования материалов в производстве;
- факторный анализ материалоемкости;
- анализ отходов;
- анализ брака в производстве.

Материальные затраты составляют значительную долю всех затрат на производство

На практике по данным баланса рассчитывают коэффициент мобильности, показывающий удельный вес запасов или остатков сырья и материалов в общей сумме имущества предприятия. Его рост приводит к затруднению оборачиваемости и, следовательно, к дополнительному привлечению капитала. С точки зрения привлечения инвестиций это оценивается отрицательно.

Оценку материально-технического обеспечения можно получить в результате изучения обеспеченности организации материальными ресурсами. Важными факторами обеспеченности организации материальными ресурсами являются правильность расчета потребности в них, рационально организованное материально-техническое снабжение и экономное эффективное использование материальных ресурсов в производстве.

В основу расчета потребности организации в материальных ресурсах положены нормы их расхода и складских запасов. Величина потребности в соответствующем материале может быть



выявлена путем умножения нормы расхода на количество продукции или объем работ в анализируемый период.

Обеспеченность предложения в днях исчисляется как отношение остатка данного вида материального ресурса к его среднему расходу.

Для характеристики эффективности использования материальных ресурсов рекомендуется применять систему обобщающих и частных показателей.

К **обобщающим показателям** относятся материалоотдача, материалоемкость продукции, коэффициент соотношений темпов роста объема производства и материальных затрат, удельный вес материальных затрат в себестоимости продукции, коэффициент использования материалов, относительная экономия материальных затрат.

**Материалоотдача** определяется делением стоимости произведенной продукции на сумму материальных затрат.

**Материалоемкость** продукции рассчитывается отношением суммы материальных затрат к стоимости произведенной продукции. Она показывает, сколько материальных затрат необходимо произвести или фактически приходится на производство единицы продукции.

**Удельный вес материальных затрат в себестоимости продукции** исчисляется отношением суммы материальных затрат к полной себестоимости произведенной продукции. Динамика этого показателя характеризует изменение материалоемкости продукции.

**Коэффициент материальных затрат** представляет собой отношение фактической суммы материальных затрат к плановой, пересчитанной на фактический объем выпущенной продукции. Он показывает, насколько экономно используются материалы в процессе производства, нет ли перерасхода по сравнению с установленными нормами. Если этот коэффициент больше 1, то это свидетельствует о перерасходе материальных ресурсов на производство продукции, и наоборот, если меньше 1, то материальные ресурсы использовались более экономно.

**Относительная экономия материальных затрат** рассчитывается как разница фактической суммы материальных затрат и базисной, пересчитанной на темп прироста объема продукции.

Завершающим этапом анализа эффективности использования

ресурсов являются рекомендации по снижению норм расходов материалов и материальных затрат, не использованных в отчетном году, а также по внедрению в производственный процесс комплекса организационно-технических мероприятий, позволяющих сократить отходы и потери и в конечном счете экономию материальных ресурсов и дополнительный выпуск продукции

### **3.5. Комплексный экономический анализ и оценка эффективности использования трудовых ресурсов**

**Трудовые ресурсы** — это часть населения, способная работать (в соответствии с трудовым законодательством).

- трудоспособное население в трудоспособном возрасте (мужчины от 16 до 59 лет включительно, женщины от 16 до 54 лет включительно за минусом инвалидов);

- работающих подростков до 16 лет и лиц старше трудоспособного возраста.

Отличие трудовых ресурсов от других видов ресурсов предприятия заключается в том, что каждый наемный работник может отказаться от предложенных ему условий и потребовать изменения условий труда, может, наконец, уволиться с предприятия по собственному желанию.

Задачи:

1. Оценка напряженности плана по труду.
2. Определение отклонений от плана и определение их влияния на объем продукции.
3. Оценка полноты и эффективности использования трудовых ресурсов.
4. Подсчет резервов роста производительного труда и влияние на объем производства продукции.

Источники информации:

1. Бизнес план.
2. Учетные данные предприятия.
3. Фотографии рабочего дня.
4. Данные выборочных наблюдений
5. Статистические данные предприятия (форма П<sub>1</sub> «Сведения о численности, заработная плата и движение работников»).
6. Карточки персонального учета кадров.

Рассмотрим влияние трудовых ресурсов на объем выпуска продукции. При прочих равных условиях объем продукции будет тем больше, чем больше численность рабочих и чем выше производительность их труда.

Основными задачами анализа трудовых ресурсов являются:

- рассмотрение показателей численности рабочей силы, ее движения, состава, структуры и квалификационного уровня рабочих, использования рабочего времени, трудоемкости продукции, а также определение влияния изменения численности рабочих на объем выпуска продукции;

- изучение показателей производительности труда, их динамики, определение влияния отдельных факторов на изменение производительности труда, расчет влияния изменения производительности труда на объем выпуска продукции, выявление резервов повышения производительности труда.

Источниками информации для анализа трудовых ресурсов служат ф. №5 годового отчета "Приложение к балансу", статистическая отчетность ф. №1-т, "Отчет о численности, заработной плате и движении работников", штатные расписания, данные табельного учета и др.

**Эффективность использования кадров** на предприятии характеризуется показателями производительности труда.

**Производительность труда** — это экономическая категория, выражающая степень плодотворности целесообразной деятельности людей по производству материальных и духовных благ.

Производительность труда определяется количеством продукции (объемом работ), произведенной работником в единицу времени (час, смену, квартал, год) или количеством времени, затраченным на производство единицы продукции (на выполнение определенной работы).

Производительность труда исчисляется через систему показателей выработки и трудоемкости. **Выработка** рассчитывается как частное от деления объема выполненных работ (выпущенной продукции) на численность работников (затраты труда).

Выработка может считаться для разных периодов.

- **Средняя часовая выработка.** Это отношение объема произведенной продукции к числу человеко-часов, отработанных в

течение данного периода времени.

▪ **Средняя дневная выработка.** Показывает какой объем продукции был произведен каждый день в течение определенного периода времени. Для того чтобы вычислить среднюю дневную выработку времени необходимо объем произведенной продукции разделить на число человеко-дней затраченных на производство данного объема (время изготовления данного объема).

▪ **Средняя месячная выработка.** Представляет собой отношение объема произведенной за месяц продукции к среднесписочной численности рабочих. Аналогично может быть вычислена выработка за квартал или год.

**Трудоемкость** — делением затрат труда (численности работников) на объем работ (продукции).

Влияние отдельных факторов на среднюю выработку:

На **среднее количество дней**, отработанных одним рабочим за год влияют целодневные простои, неявки на работу с разрешения администрации, по болезни, прогулы;

На **среднюю продолжительность рабочего дня** оказывают влияние внутрисменные простои, сокращение рабочего дня для подростков и кормящих матерей, сверхурочные работы. При анализе нужно выявить причины любых неоправданных потерь рабочего времени и наметить пути устранения этих причин;

На **среднечасовую выработку одного рабочего** влияют: выполнение норм выработки рабочими-сдельщиками, изменение структуры продукции, т.е. удельного веса изделий с различной трудоемкостью и ценой, осуществление организационно-технических мероприятий, направленных на сокращение трудоемкости изготовления продукции.

Показатели выработки и трудоемкости могут исчисляться в стоимостном выражении, в нормо-часах, в натуральном выражении и в условно-натуральном. Выработка характеризует объем работ (продукции) на единицу численности, а трудоемкость — затраты труда на единицу продукции (работы).

При определении производительности труда следует различать нормативную (затраты времени по действующим нормам); плановую (планируемые затраты на единицу продукции) и фактическую трудоемкость продукции (это действительные затраты времени).

В зависимости от круга работников, труд которых включается

в трудоемкость, различают производственную (затраты труда основных рабочих), полную (основные + вспомогательные рабочие) и общую трудоемкость (все промышленно производственное предприятие).

На предприятии могут быть **резервы роста производительности труда** — это неиспользованные возможности по интенсификации труда, по количественному и качественному наращиванию кадрового и производственного потенциала и т. д. Резервы подразделяются на текущие и перспективные.

Эффективное использование персонала предприятия зависит от умения руководства воздействовать на способности работника к труду, с тем чтобы направить их в нужном для фирмы направлении.

### **3.6. Комплексный экономический анализ и оценка эффективности использования материально-производственных запасов организации.**

Под материальными ресурсами понимаются различные вещественные элементы производства, используемые в качестве предметов труда в производственном процессе. Они целиком потребляются в каждом производственном цикле и полностью переносят свою стоимость на стоимость производимой продукции.

Материально-технические ресурсы — это часть имущества, которая предназначена для использования при производстве продукции, выполнении работ и оказании услуг, предназначенных для продажи, при этом запасы могут подвергаться обработке и переработке; продаже; использования в целях управления организации; капитального строительства.

Материалы по их роли в производстве выступают как своеобразные предметы труда, которые сохраняют в процессе использования свою натуральную форму и, как правило, могут участвовать в нескольких производственных циклах, постепенно теряя свои технические качества.

Необходимым условием выполнения плана по производству продукции, снижению ее себестоимости, росту прибыли, рентабельности является полное и своевременное обеспечение предприятия сырьем и материалами необходимого ассортимента и качества.

Анализ обеспеченности и эффективности материальных ресурсов должен быть направлен на обоснование планов их

экономии и соблюдении норм их расхода, на определение внутрипроизводственных резервов снижения материалоемкости производства, экономии материальных затрат и увеличения за счет этого выполнения реализации продукции и выполнения объемов работ.

Под материальными ресурсами понимаются различные вещественные элементы производства, используемые в качестве предметов труда в производственном процессе и иной деятельности.

Рациональное использование материалов и применение прогрессивных технологий позволяют уменьшить стоимость израсходованных материалов, сократить время их обработки, а значит снизить трудоемкость и фондоемкость продукции, в конечном счете, снизить ее себестоимость.

Эффективность использования материальных ресурсов в целом по предприятию определяют следующие показатели:

- материалоемкость продукции  $M_e$ , которая рассчитывается как отношение стоимости израсходованных материалов, конструкций и изделий  $MЗ$  к выполненному объему реализации продукции  $Q$ :

$$M_e = MЗ / Q$$

По экономическому содержанию показатель материалоемкости отражает уровень потребности производства в материальных ресурсах.

- материалоотдача – это отношение общего объема реализации продукции к сумме материальных затрат:

$$M_o = Q / MЗ$$

Увеличение уровня материалоотдачи будет свидетельствовать о росте эффективности использования материальных ресурсов на предприятии.

Главной причиной отрицательного отклонения уровня материалоотдачи в отчетном году по сравнению с базисным являются отрицательные изменения в структуре работ (они были более материалоемкими, чем предусматривалось), за счет этого материальные затраты возросли, что свидетельствует о несоблюдении режима более экономного расходования материальных ресурсов и применения ресурсосберегающих технологий на рассматриваемом предприятии.

Факторную модель материалоемкости можно представить

следующим образом:

$$M/E = \frac{MЗ_{ед}}{Ц_{ед}} = Расх_{ед} * Ц_{ед},$$

где  $M/E$  – материалоемкость продукции;

$MЗ_{ед}$  – материальные затраты на единицу продукции;

$Ц_{ед}$  – цена за единицу материалов;

$Расх_{ед}$  – расход материальных затрат на единицу продукции.

Стоимость сырья и материалов зависит также от их качества, внутригрупповой структуры, рынков сырья, роста цен на них в связи с инфляцией, транспортно-заготовительных расходов и др.

Проведем анализ качественных показателей, т.е. показателей эффективности использования материальных ресурсов.

Эффективность использования материальных ресурсов в целом по предприятию определяет показатель материалоотдачи. Этот показатель характеризует отдачу материалов, т.е. сколько произведено продукции с каждого рубля потребленных материальных ресурсов.

Экономия материальных затрат выражается в снижении норм расхода сырья, материалов, топлива и энергии на единицу продукции, в замене дорогостоящего сырья более дешевым без ухудшения качества продукции, в уменьшении затрат по доставке всех этих средств от предприятий-производителей до предприятий-потребителей.

Большую долю в себестоимости продукции занимают затраты на сырье и материалы, которые зависят от объема производства продукции, ее структуры и удельных материальных затрат.

$$MЗ_{ОБЩ} = Q * Уд * У_{MЗ} = Q_{ОБЩ} * Уд_i * P_{ЕД} * Ц_{ЕД.МАТ},$$

где  $MЗ_{ОБЩ}$  – общие материальные затраты;

$Q$  – объем выпуска продукции;

$Уд$  – удельный вес конкретного вида продукции;

$P_{ЕД}$  – расход материалов на единицу продукции;

$Ц_{ЕД.МАТ}$  – цена за единицу сырья (материалов).

## **4. Финансовый анализ в системе комплексной оценке экономического положения организации**

### **4.1. Содержание экспресс-анализа финансового состояния предприятия и его основные этапы**

Анализ финансового состояния предприятия включает два этапа:

I этап – экспресс-анализ;

II этап – детализированный анализ финансового состояния.

Целью экспресс-анализа является наглядная и простая оценка финансового благополучия и динамики развития хозяйствующего субъекта. Он обычно осуществляется в три этапа:

подготовительный;

1) предварительный обзор бухгалтерской отчетности;

2) чтение и анализ отчетности.

Цель первого этапа – принять решение о целесообразности анализа финансовой отчетности и убедиться в ее готовности к чтению. Эта задача решается путем ознакомления с аудиторским заключением.

Существует два основных типа аудиторского заключения:

стандартное аудиторское заключение – подготовленный в достаточно унифицированном и кратком изложении документ, содержащий положительную оценку аудитора о достоверности информации, представленной в отчетности, и ее соответствии действующим нормативным актам;

нестандартное аудиторское заключение – обычно более объемно и содержит некоторую дополнительную информацию, которая может быть полезна пользователям отчетности и рассматриваться аудитором как целесообразная к опубликованию, исходя из принятой технологии аудиторской проверки.

В случае нестандартного аудиторского заключения целесообразность заключения контракта с данным потенциальным контрагентом должна определяться финансовым менеджером после более тщательного анализа представленной отчетности и другой информации формального и неформального характера.

Проверка готовности отчетности к чтению носит менее ответственный и по существу технический характер. Она включает визуальную и простейшую счетную проверку отчетности по



формальным признакам и по существу: при этом проверяется наличие всех необходимых форм отчетности, приложений, реквизитов и подписей; проверяется правильность и ясность заполнения отчетных форм; проверяется валюта баланса и все промежуточные итоги, проверяется взаимоувязка показателей отчетных форм и основные контрольные соотношения между ними.

Целью второго этапа является ознакомление с пояснительной запиской к балансу. Это необходимо для того, чтобы оценить условия работы предприятия в отчетном периоде, определить тенденции основных показателей, а также качественные изменения в имущественном и финансовом положении предприятия. Поскольку расчет некоторых аналитических показателей, содержащихся в пояснительной записке, может сопровождаться осознанным или неосознанным разночтением, постольку желательно обратить внимание на алгоритм расчета основных показателей (рентабельность, доход на акцию, доля собственных оборотных средств). Анализируя тенденции основных показателей, следует иметь в виду влияние некоторых искажающих факторов, например, инфляции. Кроме того, не нужно забывать, что сам баланс, являясь основной отчетной и аналитической формой, не свободен от многих ограничений:

- баланс историчен по своей природе, т.е. фиксирует итоги финансовой деятельности к моменту его составления, однако баланс не отражает финансовое состояние предприятия в течение отчетного периода;

- баланс отвечает на вопрос, что представляет собой предприятие на данный момент согласно используемой учетной политике, но не может ответить на вопрос, в результате чего сложилось такое положение. Для ответа на этот вопрос требуется более глубокий анализ, основанный не только на привлечении дополнительных источников информации, но и на осмыслении многих других факторов, которые не находят отражения в отчетности (научно-технический прогресс, финансовые затруднения смежников, возможные политические и экономические изменения в стране, перестройка организационного управления отраслью или предприятием, изменение форм собственности, смена собственников, профессиональная, общеобразовательная подготовка персонала и т.д.);

▪ баланс, рассматриваемый изолированно, не обеспечивает сопоставимости показателей в пространстве и во времени, поэтому анализ баланса должен проводиться по возможности в динамике и дополняться обзором аналогичных показателей по родственным предприятиям или среднеотраслевыми значениями показателей;

▪ интерпретация большинства балансовых показателей возможна лишь с привлечением данных об объемах реализации. Особенно это важно при анализе данных о производственных запасах, о полученной прибыли, поэтому анализ баланса должен обязательно дополняться анализом отчета о прибылях и убытках;

▪ в балансе заложен принцип использования цен приобретения. Вместе с тем рыночная оценка имеющихся на предприятии активов может быть абсолютно другой. Причем, чем длительнее срок эксплуатации и отражения в балансе данного актива, тем больше может быть разница между его учетной и текущей ценой. Особенно важно учитывать искажение реальной ситуации на предприятии в случае высокой инфляции (в связи с изменением цен на сырье, основные производственные фонды и т.д.). Однако даже если предположить, что все активы приведены в балансе по их реальной текущей стоимости, валюта баланса, как правило, не будет отражать точной стоимостной оценки предприятия, т.к. оценка предприятия в целом, как правило, выше суммарной стоимости его активов. Эта разница характеризует цену репутации предприятия и может быть выявлена только в процессе его продажи.

Еще одним важным и для учета, и для анализа является вопрос о допустимой и возможной степени унификации баланса, т.к. малая степень агрегированности приводит к бессистемности и неуправляемости огромными циркулирующими в системе учета сведениями. В то же время слишком большая агрегированность учетных данных может привести к резкому снижению их информативности и аналитичности. Именно поэтому не прекращаются дискуссии о целесообразной и необходимой степени сложности баланса, о необходимости расширения состава статей, введении дополнительных группировок. Следствием подобных дискуссий является исключительный динамизм структуры баланса.

В западной учетно-аналитической практике проблема агрегированности отчетных данных также обсуждается специалистами. При этом мнения высказываются диаметрально противоположные. Например, по мнению Р. Фокса, бухгалтерская

отчетность должна быть краткой и уместиться на визитной карточке. В то же время В. Бивер считает, что финансовая отчетность не должна упрощаться, исходя из уровня ее понимания наивным инвестором. Истина находится посередине, поэтому во многих развитых странах Запада принято заполнять несколько форм балансов, ориентированных на различных пользователей. Структура бухгалтерской отчетности в этих странах не регламентируется, в учетных стандартах описывается лишь перечень и экономическое содержание основных статей. Степень детализации определяется бухгалтером предприятия самостоятельно.

Главной тенденцией развития баланса в нашей стране до недавнего времени было его постоянное усложнение. В последние десятилетия происходит обратный процесс, т.е. упрощение структуры баланса. В частности, число статей баланса промышленного предприятия уменьшилось больше чем в 2 раза. Кроме того, баланс стал унифицированным для всех отраслей.

Третий этап является основным в экспресс-анализе. Его целью является обобщенная оценка результатов хозяйственной деятельности и финансового состояния предприятия. Для достижения этой цели необходимо умение работать с годовым отчетом и финансовой отчетностью. В частности, менеджер должен четко представлять себе структуру отчета, содержание основных его разделов. Он также должен знать, что в соответствии с Положением «О бухгалтерском учете и отчетности в РФ» следует периодически составлять бухгалтерскую отчетность и предоставлять ее в соответствующие адреса. Как правило, к отчетности прилагается сопроводительная записка. В подробном варианте пояснительная записка составляется в процессе подготовки годовой отчетности. В более подробном виде составляются отчеты для акционерных обществ.

С 1-го января 1977 г. был введен в действие международный учетный стандарт IAS № 5, регламентирующий состав и структуру годового отчета, перечень статей и показателей, рекомендованных к включению в отчетность. Согласно стандарту основными компонентами годового отчета являются:

подготовленная согласно названным документам отчетность;  
аналитическая расшифровка и примечания к ней;

прочая аналитическая информация, полезная для получения наиболее полной и объективной «картины» об имущественном и финансовом состоянии предприятия.

Детальная структура отчета в названном стандарте не регламентируется, однако при его подготовке необходимо учитывать требования других учетных стандартов.<sup>4</sup>

Каждая страна имеет свои особенности составления годового отчета, свою специализированную структуру бухгалтерского баланса. Вместе с тем следует иметь в виду, что культура составления отчета – немаловажный фактор успешного ведения бизнеса как с позиции самой компании, подготовившей отчет, так и с позиции ее внешних контрагентов, поскольку:

хорошо структурированный отчет позволяет руководству предприятия и его владельцам по-новому взглянуть на состояние дел на предприятии, достигнутый результат финансово-хозяйственной деятельности предприятия, определиться с перспективами развития;

для контрагентов бухгалтерский отчет становится основным информационным документом, подтверждающим возможность и экономическую целесообразность взаимодействия с данным предприятием;

отчет – своеобразный способ рекламы, от того, насколько грамотно и привлекательно составлен отчет, может в значительной степени зависеть результат предстоящих переговоров о сотрудничестве.

В западной учетно-аналитической практике типовая структура годового отчета обычно содержит следующие разделы:

- краткая характеристика деятельности предприятия (некоторые основные показатели, наиболее выгодно характеризующие предприятие, виды и географические сферы деятельности);
  - обращение главы предприятия;
  - отчет администрации (характеристика производственной, коммерческой и инвестиционной деятельности, оценка финансового положения, характеристика научно-технического уровня предприятия, его природоохранная деятельность и др.);
  - бухгалтерская отчетность;

---

<sup>4</sup> Ковалев В. В. Финансы организаций (предприятий): учебник / В. В. Ковалев, Вит. В. Ковалев. - М.: Проспект, 2007

- пояснения к бухгалтерской отчетности (характеристика учетной политики, структуры и видов основных средств и нематериальных активов, финансовых вложений, дебиторской и кредиторской задолженности, издержек обращения и издержек производства, ликвидности и финансовой устойчивости и др.);
- аудиторское заключение;
- данные о котировке ценных бумаг предприятия;
- прочая информация (состав высшего выборного органа управления, администрации, информация о наиболее значимых инвесторах и др.).

В общем виде методикой экспресс-анализа предусматривается анализ ресурсов и их структуры, результатов финансово-хозяйственной деятельности, эффективности использования собственных и заемных средств. Смысл экспресс-анализа заключается в отборе небольшого количества наиболее существенных и относительно несложных в вычислении показателей финансового состояния предприятия и постоянном отслеживании их динамики. Отбор показателей субъективен и производится аналитиком. Рассмотрим один из возможных вариантов показателей для проведения экспресс-анализа:

1. Оценка экономического потенциала субъекта хозяйственной деятельности.

1.1. Оценка имущественного положения - включает определение величины основных средств и их доли в общей сумме активов, расчет коэффициента износа основных средств, коэффициента обновления и определение общей суммы средств, находящихся в распоряжении предприятия;

1.2. Оценка финансового положения - предполагает определение величины собственных средств и их доли в общей сумме источников финансирования, расчет доли собственных оборотных средств в их общей сумме, расчет коэффициента покрытия, определение доли долгосрочных заемных средств в общей сумме источников финансирования и расчет коэффициента покрытия запасов;

1.3. Наличие «больных» статей в отчетности: убытки, ссуды и займы, непогашенные в срок, просроченная дебиторская и кредиторская задолженности и просроченные векселя, выданные и полученные.

2. Оценка результатов финансово-хозяйственной деятельности.

2.1. Оценка прибыльности - предполагает определение общей суммы прибыли, расчет общей рентабельности и рентабельности основной деятельности;

2.2. Оценка деловой активности - предполагает сравнение темпов роста выручки, прибыли и авансированного капитала (активов), расчет оборачиваемости активов, расчет продолжительности операционного и финансового циклов и расчет коэффициента погашения дебиторской задолженности;

2.3. Оценка эффективности использования экономического потенциала - предполагает расчет рентабельности авансированного капитала (рентабельности активов) и расчет рентабельности собственного капитала.

В процессе проведения экспресс-анализа оценку финансового состояния предприятия можно осуществлять с позиции краткосрочной и долгосрочной перспективы. Анализируя финансовое состояние на краткосрочную перспективу, следует обращать особое внимание на ликвидность и платежеспособность предприятия, т.е. способность своевременно и в полном объеме произвести расчеты по всем краткосрочным обязательствам.

Под ликвидностью какого-либо актива понимается его способность трансформироваться в денежные средства, а степень ликвидности определяется продолжительностью временного периода, в течение которого может быть осуществлена указанная трансформация. При определении ликвидности предприятия прежде всего имеется в виду наличие у него оборотных средств в размере, теоретически достаточным для погашения краткосрочных обязательств, хотя бы и с нарушением сроков, предусмотренных контрактом.

Платежеспособность означает наличие у предприятия денежных средств или их эквивалентов, достаточных для расчетов по кредиторской задолженности, требующей немедленного погашения. Таким образом, основными признаками платежеспособности являются наличие у предприятия денежных средств на расчетном счете в достаточном объеме и отсутствие просроченной кредиторской задолженности<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> О.В. Грищенко // Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия // Таганрог: Издательство ТРТУ. 2000

Из приведенных определений видно, что ликвидность и платежеспособность не тождественны друг другу, т.к. коэффициенты ликвидности могут характеризовать финансовое состояние предприятия как удовлетворительное, однако фактически, с точки зрения платежеспособности, эта оценка будет ошибочной, если значительный удельный вес текущих активов приходится на медленно реализуемые активы и на просроченную дебиторскую задолженность. При оценке платежеспособности в ходе экспресс-анализа внимание в первую очередь обращают на такие виды активов, которые могут быть превращены в деньги в любой момент. Искусство менеджера заключается в том, чтобы держать на расчетных счетах лишь минимально необходимую сумму средств, а остальную часть, которая может понадобиться для оперативной текущей деятельности, в быстрореализуемых активах.

В наиболее концентрированном виде степень ликвидности предприятия может быть выражена коэффициентом покрытия, который показывает, сколько рублей текущих активов или оборотных средств приходится на 1 рубль текущих пассивов.

С позиции долгосрочной перспективы финансовое состояние предприятия характеризуется структурой источников средств, т.е. степенью зависимости предприятия от внешних инвесторов и кредиторов. Желательно, чтобы доля собственных средств предприятия в общей сумме источников финансирования составляла не менее 60%.

Результативность и экономическая целесообразность финансирования предприятия оценивается с помощью абсолютных и относительных показателей. Наиболее важным абсолютным показателем является экономический эффект или результат деятельности. Для его оценки в макроэкономическом масштабе используют показатели ВВП, НДС, валового дохода от реализации, прибыли. Однако абсолютные показатели не могут достаточно объективно оценить результат деятельности. Результативность следует оценивать с помощью показателя экономической эффективности, т.е. показателей, характеризующих соотношение экономического эффекта с затратами или ресурсами, которые использовались для достижения этого эффекта. Наиболее общую оценку экономической эффективности дают показатели рентабельности авансированного и собственного капиталов. Рост

этих показателей в динамике рассматривается как положительная тенденция.

В целом результат экспресс-анализа можно оформить в виде нескольких взаимосвязанных, несложных по структуре и небольшом по количеству числе таблиц. По итогам экспресс-анализа следует сделать вывод о целесообразности или необходимости детализированного анализа финансового состояния предприятия.

## **4.2. Детализированный анализ финансового состояния предприятия.**

Детализированный анализ финансового состояния предприятия включает следующие основные направления:

- построение и анализ сравнительного аналитического баланса;
- анализ ликвидности и платежеспособности;
- система критериев для оценки несостоятельности (неплатежеспособности) организации;
- анализ финансовой устойчивости;
- комплексная рейтинговая оценка финансового состояния предприятия;
- анализ деловой активности (эффективности деятельности);
- анализ прибыльности и рентабельности;
- оценка положения предприятия на рынке ценных бумаг.

Детализированный анализ может также включать анализ дебиторской, кредиторской задолженности; анализ движения и использования основных средств.

### **4.2.1. Построение и анализ сравнительного аналитического баланса**

Анализ финансового состояния предприятия по балансу (форма №1) проводится с помощью одного из следующих способов:

- анализ непосредственно по балансу без предварительного изменения состава балансовых статей;



- построение сравнительного аналитического баланса путем агрегирования некоторых однородных по составу балансовых статей;

- проведение дополнительной корректировки баланса на индекс инфляции с последующим агрегированием статей в необходимых аналитических разрезах.

Анализ непосредственно по балансу является довольно трудоемким и неэффективным, т.к. слишком большое количество статей и расчетных показателей не позволяет выявить главных тенденций в финансовом состоянии предприятия. В то же время применение второго метода, т.е. построение аналитического баланса, позволяет свести воедино и систематизировать те расчеты, которые обычно осуществляет аналитик при ознакомлении с балансом. Применение третьего способа целесообразно в том случае, если индекс инфляции высок и, особенно, если инфляция является несбалансированной.

Рассмотрим схему построения аналитического баланса. При составлении сравнительного аналитического баланса обычно включают следующие агрегированные статьи:

I. Внеоборотные активы:

1.1. Основные средства

1.2. Нематериальные активы

1.3. Прочие внеоборотные средства

1.4. Итого по I разделу

II. Оборотные активы:

2.1. Запасы

2.2. Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты)

медленно реализуемые активы

2.3. Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты)

2.4. Краткосрочные финансовые вложения

2.5. Денежные средства

наиболее ликвидные активы

Итого по разделу II

стоимость имущества

III. Капитал и резервы:

- 3.1. Уставный капитал
  - 3.2. Добавочный капитал и резервный капитал
  - 3.3. Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)
- Итого по разделу III

#### IV. Долгосрочные пассивы

#### V. Краткосрочные пассивы:

- 5.1. Краткосрочные кредиты и займы
- 5.2. Кредиторская задолженность
- 5.3. Прочие пассивы

краткосрочные (текущие) пассивы

Итого по разделу V

Всего заемных средств

Баланс

Величина собственных средств в обороте

Из аналитического баланса можно получить ряд очень важных характеристик финансового состояния предприятия:

- Общая стоимость имущества организации (итог баланса);
- Стоимость внеоборотных активов (итог I раздела);
- Стоимость оборотных средств (итог II раздела);
- Стоимость материальных оборотных средств и запасов;
- Величина собственных средств в организации (итог III раздела);
- Величина заемных средств (итог IV и V разделов);
- Величина собственных средств в обороте;
- Рабочий капитал - разность между оборотными активами и текущими обязательствами).

Анализируя сравнительный баланс необходимо, прежде всего, обратить внимание на изменение удельного веса собственного оборотного капитала в стоимости имущества, на изменение соотношения собственного и заемного капиталов, а также на соотношение темпов роста дебиторской и кредиторской задолженности. При стабильном финансовом состоянии у предприятия должна увеличиваться в динамике доля собственных средств в обороте, темпы роста собственного капитала должны быть выше темпов роста заемного, темпы роста дебиторской и

кредиторской задолженности должны быть приблизительно одинаковы.

В общем виде признаками «хорошего» баланса являются:

- валюта баланса на конец отчетного периода увеличилась по сравнению с началом;
- темпы роста оборотных активов выше, чем темпы роста внеоборотных активов;
- собственный капитал превышает заемный и темпы его роста выше темпов роста заемного капитала;
- темпы роста дебиторской и кредиторской задолженности примерно одинаковы.

#### **4.2.2. Анализ ликвидности и платежеспособности.**

Задача анализа ликвидности баланса возникает в связи с необходимостью дать оценку кредитоспособности организации, т.е. ее способности своевременно и полностью рассчитываться по всем своим обязательствам. Ликвидность баланса определяется как степень покрытия обязательств организации ее активами, срок превращения которых в деньги соответствует сроку погашения обязательств. От ликвидности баланса, как уже отмечалось выше, следует отличать ликвидность активов: степень ликвидности активов тем выше, чем меньше требуется времени для превращения их в денежные средства.

Анализ ликвидности баланса предполагает сопоставление средств по активу, сгруппированных по степени ликвидности и расположенных в порядке ее убывания, с обязательствами по пассиву, сгруппированными по срокам их погашения и расположенными в порядке возрастания этих сроков.

В зависимости от степени ликвидности активы подразделяются на четыре группы:

А1 – наиболее ликвидные активы: денежные средства и краткосрочные финансовые вложения;

А2 – быстрореализуемые активы: дебиторская задолженность, платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты;

А3 – медленно реализуемые активы: запасы, НДС, дебиторская задолженность, платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты, прочие оборотные активы;

А4 – труднореализуемые активы: внеоборотные активы.

Пассивы группируются по степени срочности их оплаты:

П1 – наиболее срочные обязательства: краткосрочная задолженность;

П2 – краткосрочные пассивы: краткосрочные кредиты и займы, прочие краткосрочные пассивы

П3 – долгосрочные пассивы: долгосрочные кредиты и займы, доходы будущих периодов, задолженность перед учредителями по выплате дивидендов (фонды потребления), резервы предстоящих расходов и платежей;

П4- постоянные или устойчивые пассивы: итог IV раздела баланса.

Баланс считается абсолютно ликвидным, если имеют место следующие соотношения:  $A1 \geq П1$ ,  $A2 \geq П2$ ,  $A3 \geq П3$ ,  $A4 \leq П4$ . В случае, если одно или несколько соотношений имеют знак, противоположный зафиксированному в оптимальном варианте, то ликвидность баланса считается в большей или меньшей степени отличной от абсолютной. При этом, хотя недостаток средств по одной группе активов компенсируется их избытком по другой группе в стоимостной оценке, в реальной ситуации более ликвидные активы не могут заменить менее ликвидные.

Анализ ликвидности баланса предполагает расчет показателей текущей и перспективной ликвидности.

Текущая ликвидность свидетельствует о платежеспособности («+») или неплатежеспособности («-») организации на ближайший рассматриваемому периоду промежутков времени.

$$ТЛ = (A1 + A2) - (П1 + П2).$$

Перспективная ликвидность представляет собой прогноз платежеспособности организации на основе сравнения будущих поступлений и платежей.

$$ПЛ = A3 - П3$$

Результаты анализа ликвидности баланса оформляются в следующей таблице1.

Вывод: указываем, является ли баланс абсолютно ликвидным. Если нет, то какие соотношения не соответствуют требованиям абсолютной ликвидности баланса.

Для проведения более глубокого и всестороннего анализа кредитоспособности (платежеспособности) организации следует провести расчет финансовых коэффициентов ликвидности.

Таблица 1. Анализ ликвидности баланса организации \_\_\_\_\_ за \_\_\_\_\_ год

Актив	На начало периода	На конец периода	Пассив	На начало периода	На конец периода	Платежный излишек или недостаток	
						7=2-5	8=3-6
1	2	3	4	5	6		
1. Наиболее ликвидные активы (А1)			1. Наиболее срочные пассивы (П1)				
2. Быстрореализуемые активы (А2)			2. Краткосрочные обязательства (П2)				
3. Медленно реализуемые активы (А3)			3. Долгосрочные обязательства (П3)				
4. Труднореализуемые активы (А4)			4. Постоянные или устойчивые пассивы (П4)				
Баланс			Баланс		–	–	

Таблица 2. Нормативные финансовые коэффициенты ликвидности

№ п/п	Наименование Показателя	Способ расчета	Нормативные Значения	Пояснения
1	2	3	4	5
1.	Общий показатель ликвидности (L1)	$L1 = \frac{A1 + A2 + A3}{П1 + П2 + П3}$	$L1 \geq 1$	
2.	Коэффициент абсолютной ликвидности (L2)	$L2 = \frac{A1}{П1 + П2}$	$L2 \geq 0,2-0,7$	Показывает, какую часть краткосрочной задолженности организация может погасить в ближайшее время за счет денежных средств
3.	Коэффициент «критической оценки» (быстрой ликвидности) (L3)	$L3 = \frac{A1 + A2}{П1 + П2}$	Допустимое 0,7-0,8; желательно $L3 > 1,5$	Показывает, какую часть краткосрочной задолженности организация может немедленно погасить за счет денежных средств, краткосрочных ценных бумаг, а также поступлений

				по счетам
4.	Коэффициент текущей ликвидности (L4)	$L4 = \frac{A+D+B}{I1+I2}$	Необходимое значение 1; оптимальное L4 = 2	Показывает, какую часть текущих обязательств по кредитам и расчетам может погасить организация, мобилизовав все оборотные средства
5.	Коэффициент маневренности функционирующего капитала (L5)	$L5 = \frac{B}{(A+D+B) - (I1+I2)}$	Уменьшение показателя в динамике является положительным фактом	Показывает, какая часть функционирующего капитала обездвижена в производственных запасах и долгосрочной дебиторской задолженности
6.	Доля оборотных средств в активах (L6)	$L6 = \frac{A+D+B}{\text{Баланс}}$	Зависит от отраслевой принадлежности и организации	Отражает, какая часть оборотных средств содержится в активах
7.	Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами (L7)	$L7 = \frac{I1-A}{A+D+B}$	L7 > 0,1	Характеризует наличие у организации собственных оборотных средств
8.	Коэффициент восстановления платежеспособности (L8)	$L8 = \frac{I4\phi + \frac{6}{t}(I4\phi - I4н)}{2}$	L8 > 1	Рассчитывается, если хотя бы один из коэффициентов L4 или L7 принимает значение меньше нормативного
9.	Коэффициент утраты платежеспособности организации (L9)	$L9 = \frac{I4н + \frac{3}{t}(I4\phi - I4н)}{2}$	L9 > 1	Рассчитывается, если оба коэффициента L4 и L7 принимают значения меньше нормативных

L4ф, L4н – значения коэффициента текущей ликвидности на конец и начало анализируемого периода;

T – продолжительность анализируемого периода (в месяцах).

Коэффициенты L8 и L9 рассчитываются, если организация находится в состоянии угрозы банкротства.

Результаты расчетов анализа следует оформить в следующей таблице.

Таблица 3. Коэффициенты, характеризующие ликвидность организации \_\_\_\_\_ за \_\_\_\_\_ год

Коэффициенты ликвидности (платежеспособности)	Нормативные значения	На начало периода	На конец периода	Отклонения
1. Общий показатель ликвидности L1	$L1 \geq 1$			
Коэффициент абсолютной ликвидности (L2)	$L2 \geq 0,2-0,7$			
Коэффициент «критической оценки» (быстрой ликвидности) (L3)	Допустимое 0,7-0,8; желательно $L3 \geq 1,5$			
Коэффициент текущей ликвидности (L4)	Необходимое значение 1; оптимальное $L4 \geq 2$			
Коэффициент маневренности Функционирующего капитала (L5)	Уменьшение показателя в динамике является положительным фактом			
Доля оборотных средств в активах (L6)	Зависит от отраслевой принадлежности организации			
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами (L7)	$L7 > 0,1$			
Коэффициент восстановления платежеспособности (L8)	$L8 > 1$			
Коэффициент утраты платежеспособности организации (L9)	$L9 > 1$			

Вывод: указываем, как изменились значения коэффициентов на конец периода по сравнению с началом и какова их динамика по сравнению с нормативными значениями.

#### 4.2.3. Система критериев для оценки несостоятельности (неплатежеспособности) организации.

Согласно Методическому положению по оценке финансового состояния предприятия и установлению неудовлетворительной структуры баланса, анализ и оценка структуры баланса организации проводится на основе следующих показателей:

- Коэффициент текущей ликвидности (L4);
- Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами (L7);
- Коэффициент восстановления (утраты) платежеспособности (L8, L9).

Чтобы организация была признана платежеспособной, значения этих коэффициентов должны соответствовать нормативным. Коэффициент восстановления платежеспособности рассчитываются на период, равный 6 месяцам, а коэффициент утраты платежеспособности – на период 3 месяца. При этом следует иметь в виду, что если коэффициент восстановления (утраты) платежеспособности L8, рассчитанный на период 6 месяцев, принимает значение больше единицы, то у организации есть реальная возможность восстановить свою платежеспособность. В противном случае у организации в ближайшее время нет реальной возможности восстановления платежеспособности.

Зарубежные методики прогнозирования вероятности наступления банкротства предусматривают использование двухфакторной модели (для анализа выбираются два ключевых показателя) и пятифакторной модели Альтмана.

Двухфакторная модель имеет следующий вид:

$Z2 = \alpha + \beta \times \text{коэффициент текущей ликвидности} + \gamma \times \text{удельный вес заемных средств в активах (в \%)}$ , где

$$\alpha = -0,3877$$

$$\beta = -1,0736$$

$$\gamma = +0,0579$$

Если в результате расчета значения  $Z2 < 0$ , то вероятность банкротства невелика; если  $Z2 > 0$ , то существует высокая вероятность наступления банкротства организации.

Пятифакторная модель Альтмана имеет вид:

$Z5 = 1,2 \text{ (текущие активы – текущие обязательства/активы)} + 1,4 \text{ (нераспределенная прибыль/активы)} + 3,3 \text{ (прибыль до уплаты \% и налогов/активы)} + 0,6 \text{ (рыночная стоимость обычных и привилегированных акций/активы)} + 1,0 \text{ (объем продаж/активы)}$

Если  $Z5 \leq 1,8$ , то вероятность банкротства очень высока;

<sup>6</sup> См. Донцова Л.В., Никифорова Н.А. Анализ финансовой отчетности: учебник - М.: Изд-во «Дело и сервис», 2005, с.135.



Если  $1,8 < Z5 \leq 2,7$ , то вероятность банкротства средняя;

Если  $2,7 < Z5 \leq 2,9$ , то банкротство возможно, но при очень неблагоприятных обстоятельствах;

Если  $Z5 \geq 3$ , то вероятность банкротства очень мала.

#### **4.2.4. Анализ финансовой устойчивости организации.**

Задачей анализа финансовой устойчивости организации является оценка величины и структуры активов и пассивов. Это необходимо, чтобы ответить на вопрос, насколько организация зависима с финансовой точки зрения, растет или снижается уровень этой независимости и отвечает ли состояние активов и пассивов организации задачам ее финансово-хозяйственной деятельности<sup>7</sup>. Наиболее простым способом оценки финансовой устойчивости является использование следующего соотношения:  $\text{Оборотные активы} < \text{собственный капитал} \times 2 - \text{внеоборотные активы}$

На практике обычно используют различные методики анализа. Обобщенным показателем финансовой устойчивости является излишек или недостаток источников средств для формирования запасов и затрат, который определяется в виде разницы величины источников средств и величины запасов и затрат.

Для характеристики источников формирования запасов и затрат используется несколько показателей, которые отражают разные виды источников средств.

- Наличие собственных оборотных средств (СОС)

$\text{СОС} = \text{собственный капитал (итог III раздела баланса)} - \text{внеоборотные активы (итог I раздела)}$

- Наличие собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов и затрат (функционирующий капитал Кф)

$\text{Кф} = \text{собственный капитал (итог III раздела)} + \text{долгосрочные пассивы (итог IV раздела)} - \text{внеоборотные активы (итог I раздела)}$

Обобщающая величина основных источников формирования запасов и затрат (Ви)

$\text{Ви} = \text{собственный капитал} + \text{долгосрочные пассивы} + \text{краткосрочные пассивы (кредиты и займы)} - \text{внеоборотные активы}$

---

<sup>7</sup> См. Донцова Л.В., Никифорова Н.А. Анализ финансовой отчетности: учебник - М.: Изд-во «Дело и сервис», 2005, с. 142.

Трем источникам формирования запасов и затрат соответствуют три показателя обеспеченности запасов и затрат источниками формирования.

• Излишек или недостаток собственных оборотных средств ( $\pm\Phi_c$ )

$\pm\Phi_c$  = собственные оборотные средства – общая величина запасов и затрат = СОС – ЗЗ

2. Излишек или недостаток собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов и затрат ( $\pm\Phi_k$ )

$\pm\Phi_k$  = функционирующий капитал - общая величина запасов и затрат = Кф – ЗЗ

3. Излишек или недостаток общей величины основных источников формирования запасов и затрат ( $\pm\Phi_o$ )

$\pm\Phi_o$  = Обобщающая величина основных источников формирования запасов и затрат – общая величина запасов и затрат = Ви – ЗЗ

С помощью приведенных показателей мы можем определить трехкомпонентный показатель типа финансовой ситуации.

$S(\Phi) = 1$ , если  $\Phi > 0$ ;

$S(\Phi) = 0$ , если  $\Phi < 0$

Возможны четыре основных типа финансовых ситуаций на предприятии:

• абсолютная устойчивость финансового состояния – тип встречается крайне редко, в этом случае  $S(1, 1, 1)$ . Это означает, что все показатели обеспеченности запасов и затрат источниками формирования  $\Phi_c, \Phi_k, \Phi_o > 0$ . Нормальная устойчивость финансового состояния, которая гарантирует платежеспособность. В этом случае  $S(0, 1, 1)$ , т.е.  $\Phi_c < 0, \Phi_k, \Phi_o > 0$ .

Неустойчивое финансовое состояние – сопряжено с нарушениями платежеспособности, но все же сохраняется возможность восстановления равновесия за счет пополнения собственных средств, сокращения дебиторской задолженности, ускорения оборачиваемости запасов. В этом случае  $S(0, 0, 1)$ ,  $\Phi_c, \Phi_k < 0, \Phi_o > 0$ .

Кризисное финансовое состояние – предприятие на грани банкротства, поскольку в данной ситуации всех источников финансирования не хватает для покрытия запасов и затрат, т.е. формирование запасов сырья, материалов, готовой продукции и т.п.

осуществляется частично за счет кредиторской задолженности. В этом случае  $S(0, 0, 0)$ , т.е.  $\Phi_c, \Phi_k, \Phi_o < 0$ .

Таблица 4.

Классификация типа финансовой устойчивости организации  
\_\_\_\_\_ за \_\_\_\_\_ год

Показатели	На начало периода	На конец периода
1	2	3
1. Общая величина запасов и затрат (ЗЗ)		
2. Наличие собственных оборотных средств (СОС)		
3. Функционирующий капитал (Кф)		
4. Общая величина источников финансирования (Ви)		
5. Излишек или недостаток собственных оборотных средств (Фс)		
6. Излишек или недостаток собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов и затрат (Фк)		
7. Излишек или недостаток общей величины основных источников формирования запасов и затрат (Фо)		
Трехкомпонентный показатель типа финансовой ситуации S (Ф)		

Вывод: указывается, изменился ли тип финансового состояния предприятия на конец периода по сравнению с началом; дается оценка динамики показателей.

Проведение более глубокого и всестороннего анализа финансовой устойчивости предполагает расчет коэффициентов финансовой устойчивости.

Таблица 5. Коэффициенты финансовой устойчивости.

№ п/п	Наименование показателя	Способ расчета	Нормативные значения	Пояснения
1	2	3	4	5
1.	Коэффициент капитализации («плечо рычага»)	$U1 = \frac{\text{Заемные средства}}{\text{Собственные средства}}$	$U1 \leq 1$	Показывает, сколько заемных средств организация привлекла на 1 руб. собственных вложенных средств
2.	Коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования	$U2 = \frac{CC - ВНА}{ОА}$	$U2 \geq 0,6-0,8$	Указывает, какая часть оборотных активов финансируется за счет собственных источников финансирования
3.	Коэффициент	$U3 =$	$U3 \geq 0,5$	Указывает, удельный

	финансовой независимости	$\frac{CC}{\text{Сумма\_имущества}}$		вес собственных средств в общей сумме источников финансирования
4.	Коэффициент финансирования	$U4 = \frac{CC}{ЗС}$	$U4 \geq 1$	Указывает на соотношение заемных и собственных источников финансирования
5.	Коэффициент финансовой устойчивости	$U5 = \frac{CC + \text{ДолгосрочЗС}}{\text{Сумма\_средств}}$	Оптимально $U5 = 0,8-0,9$ ; тревожно $U5 < 0,75$	Указывает, какая часть активов финансируется за счет устойчивых источников
6.	Коэффициент финансовой независимости в части формирования запасов	$U6 = \frac{CC - \text{ВнеоборотАктивы}}{\text{Запасы}}$	–	–

Полученные в результате расчета значения коэффициентов следует представить в виде таблицы.

Таблица 6.

Коэффициенты, характеризующие финансовую устойчивость организации \_\_\_\_\_ за \_\_\_\_\_ год

Коэффициенты финансовой устойчивости	Нормативные значения	На начало периода	На конец периода	Отклонения
1	2	3	4	5
1. Коэффициент капитализации (U1)	$U1 \leq 1$			
2. Коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования (U2)	$U2 \geq 0,6-0,8$			
3. Коэффициент финансовой независимости (U3)	$U3 \geq 0,5$			
4. Коэффициент финансирования (U4)	$U4 \geq 1$			
5. Коэффициент финансовой устойчивости (U5)	Оптимально $U5 = 0,8-0,9$ ; тревожно $U5 < 0,75$			
6. Коэффициент финансовой независимости в части формирования запасов (U6)	–			

Вывод: определяем динамику показателей финансовой устойчивости на конец анализируемого периода по сравнению с началом и даем общую оценку изменения финансовой устойчивости организации, обращая особое внимание на коэффициент U3.

#### 4.2.5. Комплексная рейтинговая оценка финансового состояния предприятия.

Учитывая многообразие финансовых процессов, характерных для того или иного предприятия, множественность показателей финансовой устойчивости, различие в уровне их критических оценок, складывающуюся степень отклонения от них фактических значений коэффициентов и возникающие в связи с этим сложности в общей оценке финансового состояния организации, многие отечественные и зарубежные аналитики рекомендуют проводить интегральную балльную оценку финансового состояния предприятия.

Сущность такой методики заключается в классификации организаций по уровню риска, т.е. любая анализируемая организация может быть отнесена к определенному классу риска в зависимости от набранного количества баллов, исходя из фактических значений показателей финансового состояния.<sup>8</sup>

Таблица 7. Критерии оценки показателей финансового состояния организации

№ п/п	Показатели финансового состояния	Рейтинг показателя	Критерий		Условия снижения критерия
			высший	низший	
1	2	3	4	5	6
1.	Коэффициент абсолютной ликвидности (L2)	20	0,5 и выше – 20 баллов	Менее 0,1 – 0 баллов	За каждые 0,1 пункта снижения по сравнению с 0,5 снимается 4 балла
2.	Коэффициент критической оценки (L3)	18	1,5 и выше – 18 баллов	Менее 1 – 0 баллов	За каждые 0,1 пункта снижения по сравнению с 1,5 снимается 3 балла
3.	Коэффициент текущей ликвидности (L4)	16,5	2 и выше – 16,5 баллов	Менее 1 – 0 баллов	За каждые 0,1 пункта снижения по сравнению с 2 снимается 1,5 балла

<sup>8</sup> См. Донцова Л.В., Никифорова Н.А. Анализ финансовой отчетности: учебник- М.: Изд-во «Дело и сервис», 2005, с. 153-154.

4.	Коэффициент финансовой независимости (U3)	17	0,6 и выше – 17 баллов	Менее 0,4 – 0 баллов	За каждые 0,01 пункта снижения по сравнению с 0,6 снимается 0,8 балла
----	---	----	------------------------	----------------------	---

Продолжение таблицы 7

1	2	3	4	5	6
5.	Коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования (U2)	15	0,5 и выше – 15 баллов	Менее 0,1 – 0 баллов	За каждые 0,1 пункта снижения по сравнению с 0,5 снимается 3 балла
6.	Коэффициент финансовой независимости в части формирования запасов и затрат (U6)	13,5	1 и выше – 13,5 баллов	Менее 0,5 – 0 баллов	За каждые 0,1 пункта снижения по сравнению с 1 снимается 2,5 балла

Таблица 8. Группировка организаций по критериям оценки финансового состояния

№ п/п	Показатель финансового состояния	Границы классов согласно критериям					
		I	II	III	IV	V	
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Коэффициент абсолютной ликвидности (L2)	0,5 и выше – 20 баллов	0,4 и выше – 16 баллов	0,3 и выше – 12 баллов	0,2 и выше – 8 баллов	0,1 – 4 балла	<0,1 – 0 баллов
2.	Коэффициент критической оценки (L3)	1,5 и выше – 18 баллов	1,4 и выше – 15 баллов	1,3 – 12 баллов	1,2-1,1 = 9-6 баллов	1,0 – 3 балла	<1 – 0 баллов
3.	Коэффициент текущей ликвидности (L4)	2 и выше – 16,5 баллов	1,9-1,7 = 15-12 баллов	1,6-1,4 = 10,5-7,5	1,3-1,1 = 6-3 баллов	1,0 – 1,5 балла	<1 – 0 баллов
4.	Коэффициент финансовой независимости (U3)	0,6 и выше – 17 баллов	0,59-0,54 = 16,2-12,2	0,53-0,48 = 11,4-7,4	0,47-0,41 = 6,6-1,8	0,4 – 1 балл	<0,4 – 0 баллов
5.	Коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования (U2)	0,5 и выше – 15 баллов	0,4 – 12 баллов	0,3 – 9 баллов	0,2 – 6 баллов	0,1 – 3 балла	<0,1 – 0 баллов

6.	Коэффициент финансовой независимости в части формирования запасов и затрат (U6)	1 и выше – 13,5 баллов	0,9 – 11 баллов	0,8 – 8,5 баллов	0,7-0,6 = 6-3,5 баллов	0,5 – 1 балл	<0,5 – 0 баллов
	Минимальное значение границы	100 баллов	85,2-66 баллов	63,4-56,5 баллов	41,6-28,3 баллов	14 баллов	0 баллов

I класс – организации, чьи кредиты и обязательства подкреплены информацией, позволяющей быть уверенным в возврате кредитов и выполнении других обязательств в соответствии с договорами (с хорошим «запасом» на возможную ошибку).

II класс – организации, демонстрирующие некоторый уровень риска по задолженности и обязательствам, однако в целом не рассматриваемые как рискованные.

III класс – проблемные организации: вряд ли существует угроза потери вложенных средств, но полное возмещение процентов и выполнение других обязательств представляется сомнительным.

IV класс – организации особого внимания, т.к. имеется существенный риск при взаимодействии с ними, возможна потеря средств и процентов даже после принятия мер по оздоровлению бизнеса.

V класс – организации высочайшего риска, практически неплатежеспособные.

Таблица 9. Рейтинговая оценка финансового состояния организации за год

Показатели финансового состояния		На начало периода		На конец периода	
		Фактическое значение	Количество баллов	Фактическое значение	Количество баллов
Коэффициент абсолютной ликвидности (L2)					
Коэффициент критической оценки (L3)					
Коэффициент текущей ликвидности (L4)					
Коэффициент финансовой независимости (U3)					
Коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования (U2)					

Коэффициент независимости формирования запасов и затрат (Уб)	финансовой в части затрат				
Итого		–	Сумма баллов	–	Сумма баллов

Вывод: указать, к какому классу относилась организация на начало периода, на конец периода, оценить динамику изменений.

#### **4.2.6. Анализ деловой активности (эффективности деятельности).**

В рыночной экономике главным измерителем эффективности деятельности организации является результативность. Набор экономических показателей, характеризующих результативность деятельности организации, зависит от глубины исследования. По данным внешней отчетности можно проанализировать следующие основные показатели:

- показатели деловой активности;
- показатели, характеризующие экономический эффект (прибыль);
- показатели рентабельности.

Деловая активность в финансовом аспекте проявляется сначала в скорости оборота средств организации, поэтому анализ деловой активности заключается в исследовании уровней и динамике разнообразных показателей оборачиваемости. Показатели оборачиваемости очень важны для организации, т.к.:

а) от скорости оборота средств зависит размер годового оборота;

б) с оборачиваемостью непосредственно связана относительная величина условно-постоянных расходов (чем быстрее оборот, тем она меньше в расчете на единицу произведенной продукции).

в) ускорение оборота на той или иной стадии оборота влечет за собой ускорение оборота и на других стадиях;

г) платежеспособность организации во многом зависит от того, насколько быстро средства, вложенные в активы, превращаются в реальные деньги.

На скорость оборота средств оказывают воздействие внешние и внутренние факторы. К внешним факторам относятся:



- отраслевая принадлежность;
- сфера деятельности организации;
- масштаб деятельности;
- влияние инфляционных процессов;
- характер хозяйственных связей с партнерами.

К внутренним факторам относятся:

1. эффективность стратегии управления активами;
2. ценовая политика организации;
3. методика оценки товарно-материальных ценностей и запасов.

Для анализа деловой активности организации используются две группы показателей:

- 1) общие показатели оборачиваемости активов;
- 2) показатели управления активами.

Оборачиваемость средств, вложенных в имущество организации, может оцениваться:

- а) скоростью оборота, т.е. количеством оборотов, которые делает капитал организации или составляющие его элементы;
- б) периодом оборота, т.е. средним сроком, за который денежные средства, вложенные в производственно-коммерческие операции, возвращаются в хозяйственную деятельность.

Информационной базой для анализа деловой активности являются две основные формы: бухгалтерский баланс (форма №1) и отчет о прибылях и убытках (форма №2). Средняя величина активов для расчета показателей деловой активности определяется по формуле:

$$\text{Средняя величина активов} = \frac{\text{Активы в начале периода} + \text{Активы в конце периода}}{2}$$

Таблица 10. Показатели деловой активности организации.

№ п/п	Наименование показателя	Способ расчета	Пояснения
1	2	3	4
А. Общие показатели			
1.	Коэффициент оборачиваемости капитала (активов). Ресурсоотдача.	$d1 = \frac{\text{Выручка}}{\text{Средства}}$	Отражает скорость оборота всего капитала организации
2.	Коэффициент оборачиваемости	$d2 = \frac{\text{Выручка}}{\text{Средства}}$	Показывает скорость оборота

	оборотных средств		всех оборотных средств организации
3.	Коэффициент отдачи нематериальных активов	$d3 = \frac{\text{Выручка}}{\text{Стрбк}}$	Показывает эффективность использования нематериальных активов
4.	Фондоотдача	$d4 = \frac{\text{Выручка}}{\text{Стрбк}}$	Показывает эффективность использования основных средств организации
<b>Б. Показатели управления активами</b>			
5.	Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	$d5 = \frac{\text{Выручка}}{\text{Стрбк}}$	Показывает скорость оборота собственного капитала
6.	Коэффициент оборачиваемости материальных оборотных средств	$d6 = \frac{\text{Выручка}}{\text{Стрбк}}$	Отражает сколько оборота запасов и затрат за анализируемый период
7.	Коэффициент оборачиваемости денежных средств	$d7 = \frac{\text{Выручка}}{\text{Стрбк}}$	Показывает сколько оборотов денежных средств
8.	Коэффициент оборачиваемости средств в расчетах	$d8 = \frac{\text{Выручка}}{\text{Стрбк}}$	Указывает на расширение или снижение коммерческого кредита, предоставленного организацией
9.	Срок оборачиваемости средств в расчетах	$d9 = \frac{360 \text{ дн}}{d_9}$	Показывает средний срок погашения дебиторской задолженности
10.	Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	$d10 = \frac{\text{Выручка}}{\text{Стрбк}}$	Указывает на расширение или снижение коммерческого кредита, предоставленного организации
11.	Срок оборачиваемости кредиторской задолженности	$d11 = \frac{360 \text{ дн}}{d_{10}}$	Показывает средний срок возврата долгов по текущим обязательствам

#### 4.2.7. Анализ прибыльности и рентабельности.

Анализ финансовых результатов деятельности организации включает следующие основные этапы.

1. Исследование изменений каждого показателя за текущий анализируемый период (горизонтальный анализ),

2. Исследование структуры соответствующих показателей и их изменений (вертикальный анализ).

3. Изучение динамики изменения показателей за ряд отчетных периодов (трендовый анализ).

4. Следующий важный этап анализа финансовых результатов это исследование влияния факторов на прибыль (факторный анализ).

На сумму прибыли отчетного периода влияют все показатели — факторы, определяющие ее:

$$\text{П (до налогообложения)} = \text{В} - \text{С} - \text{КР} - \text{УР} + \% \text{ пол.} - \% \text{ упл.} + \text{Пр.Д} - \text{Пр.Р} = \Sigma \text{X}(i)$$

Это факторная модель аддитивного вида.

Методика расчета факторных влияний на прибыль от реализации продукции включает следующие шаги:

1. Расчет влияния фактора «Выручка от реализации».

Расчет влияния этого фактора следует разделить на две части. Выручка организации представляет собой произведение количества и цены реализуемой продукции, поэтому сначала следует рассчитать влияние на прибыль от реализации цены, по которой продавалась продукция или товары, а затем - влияние на прибыль изменения физической массы проданной продукции.

При проведении факторного анализа необходимо учитывать влияние инфляции. Предположим, что цены на продукцию (товары, работы, услуги) выросли в среднем в отчетном периоде по сравнению с базисным на 10%.

Тогда индекс цены  $J_u = \frac{1100}{100} = 11$

Следовательно, выручка от реализации в отчетном периоде в сопоставимых ценах равна :

$$B' = \frac{B_1}{J_u},$$

где  $B'$  – выручка от реализации продукции в сопоставимых ценах;

$B$  – выручка от реализации продукции в отчетном периоде;

$J_u$  - индекс цены.

Следовательно за счет роста/снижения цены на продукцию выручка организации изменилась следующим образом:

$$\Delta B = \frac{B_1}{J_u} - B$$

А изменение количества реализуемой продукции отражается

$$\Delta B^{колич} = B - B_1$$

Расчет влияния фактора «Цена»

Для определения степени влияния изменения цены на изменение суммы прибыли от реализации следует использовать формулу:

$$\Delta \Pi = \frac{\Delta B}{100}$$

Расчет влияния фактора «Количество проданной продукции (товаров)»

Влияние на сумму прибыли от реализации ( $\Pi$ ) изменения количества проданной продукции можно рассчитать следующим образом:

$$\Delta \Pi = \frac{B_0 - B_1}{100}$$

$B_0$  и  $B_1$  — соответственно, выручка от реализации в отчетном (1) и предыдущем (0) периодах;

$\Delta B_{ц}$  – изменение выручки от реализации под влиянием цены;

$R_{п0}$  — рентабельность продаж в предыдущем периоде

2. Расчет влияния фактора «Себестоимость реализованной продукции» осуществляется следующим образом:

$$\frac{K_1 \cdot P_1 \cdot V_1 \cdot U_1}{1 \cdot O_1}$$

где УС1 и УС0 — соответственно уровни себестоимости в отчетном и базисном периодах.

При расчете влияния данного фактора следует помнить, что расходы являются факторами обратного влияния по отношению к прибыли, следовательно, за счет данного фактора прибыль уменьшается на полученную величину.

### 3. Расчет влияния фактора «Коммерческие расходы».

Для расчета используется формула, аналогичная предыдущей:

$$\frac{K_1 \cdot P_1 \cdot V_1 \cdot A_1}{1 \cdot O_1}$$

где УКР1 и УКР0 — соответственно уровни коммерческих расходов в отчетном и базисном периодах.

### 4. Расчет влияния фактора «Управленческие расходы»

$$\frac{K_1 \cdot P_1 \cdot V_1 \cdot U_1}{1 \cdot O_1}$$

где УУР1 и УУР0 — соответственно уровни управленческих расходов в отчетном и базисном периодах.

5 Расчет влияния факторов «Прочие расходы», «Налог на прибыль» и др. Указанные факторы не оказывают столь существенного влияния на прибыль, как факторы хозяйственной сферы, однако их влияние на величину чистой прибыли тоже можно определить. В данном случае используется метод балансовой увязки, влияние фактора определяется по колонке абсолютного отклонения. Рассчитанные значения нужно разделить на факторы прямого и обратного влияния по отношению к прибыли. На какую величину увеличивается (уменьшается) показатель-фактор «прямого действия», на такую же сумму увеличивается (уменьшается) прибыль. Факторы «обратного действия» (расходы) влияют на сумму прибыли в обратном направлении.

Влияние отдельных факторов на чистую прибыль отчетного периода можно обобщить в таблице (см. таблица 11).

Таблица 11. Сводная таблица влияния факторов на прибыль отчетного периода

№ п/п	Показатели-факторы	Сумма, тыс. руб.
1	Количество проданной продукции (работ, услуг)	если ↑ то ☺, если ↓ то ☹
2	Изменение цен на реализованную продукцию	если ↑ то ☺, если ↓ то ☹
3	Себестоимость реализации продукции, товаров, работ, услуг	если ↓ то ☺, если ↑ то ☹
4	Коммерческие расходы	если ↓ то ☺, если ↑ то ☹
5	Управленческие расходы	если ↓ то ☺, если ↑ то ☹
6	Проценты к получению	если ↑ то ☺, если ↓ то ☹
7	Проценты к уплате	если ↓ то ☺, если ↑ то ☹
8	Прочие доходы	если ↑ то ☺, если ↓ то ☹
9	Прочие расходы	если ↓ то ☺, если ↑ то ☹
10	Налог на прибыль	если ↓ то ☺, если ↑ то ☹
Совокупное влияние факторов на чистую прибыль отчетного периода		

Завершая анализ результатов финансово – хозяйственной деятельности предприятия целесообразно рассчитать ряд относительных показателей, характеризующих рентабельность.

По данным отчета о прибылях и убытках и баланса организации можно проанализировать:

- Рентабельность продаж – показывает, сколько прибыли приходится на 1 рубль реализованной продукции:

Рентабельность продаж (рентабельность основной деятельности) = прибыль до налогообложения \* 100% / выручка от реализации.

- Рентабельность активов – показывает эффективность использования всего имущества организации (сколько прибыли снимается с одного рубля активов):

Рентабельность активов (экономическая рентабельность) = прибыль до налогообложения \* 100% / активы (строка 700 ф.№1 - средняя величина за анализируемый период)⁹.

<sup>9</sup> См. анализ деловой активности организации

- Рентабельность собственного капитала – показывает эффективность использования собственного капитала (сколько прибыли снимается с одного рубля собственных средств организации – динамика показателя оказывает влияние на котировку акций):

Рентабельность собственного капитала = чистая прибыль \* 100% / собственный капитал (строка 490 ф.№1 - средняя величина за анализируемый период).

- Фондорентабельность – показывает эффективность использования основных средств (сколько прибыли снимается с одного рубля основных производственных фондов):

Фондорентабельность = прибыль до налогообложения \* 100% / основные средства (строка 120 ф.№1 - средняя величина за анализируемый период).

- Рентабельность затрат по основной деятельности (затратоотдача) – показывает, сколько прибыли от реализации приходится на 1 руб. затрат:

Рентабельность затрат = прибыль от продаж \* 100% (строка 050 ф.№2) / затраты на производство и реализацию продукции (стр.020 + стр.030 + стр.040 ф.№2).

- Рентабельность инвестицией – показывает эффективность использования капитала, вложенного в деятельность организации на длительный срок:

Рентабельность инвестицией = чистая прибыль \* 100% / собственный капитал + долгосрочные обязательства (стр. 490 + стр.590 ф.№1 - средние величины за анализируемый период).

Результаты расчета показателей рентабельности следует представить в таблице (см. таблицу 14).

Таблица 14.

Динамика показателей рентабельности на 2006-2007 годы.

Наименование показателя	2006, %	2007,%	Темп роста, %
Рентабельность продаж			
Рентабельность активов			
Рентабельность собственного			

капитала			
Фондорентабельность			
Рентабельность затрат от основной деятельности			
Рентабельность инвестиций			

На основе данных таблицы следует сформулировать вывод о динамике показателей рентабельности за анализируемый период.

#### **4.2.8. Оценка положения предприятия на рынке ценных бумаг.**

Этот фрагмент анализа выполняется в компаниях, зарегистрированных на фондовых биржах и котирующихся там свои ценные бумаги. Анализ не может быть выполнен непосредственно по данным финансовой отчетности – нужна дополнительная информация.

Рассмотрим основные показатели, используемые в мировой практике для характеристики положения организации на рынке ценных бумаг.

Доход на акцию – представляет собой отношение чистой прибыли, уменьшенной на величину дивидендов по привилегированным акциям, к общему числу обыкновенных акций. Именно этот показатель в значительной степени влияет на рыночную цену акций. Основной его недостаток в аналитическом плане – пространственная несопоставимость ввиду неодинаковой рыночной стоимости акций различных компаний.

Ценность акции – рассчитывается как частное от деления рыночной цены акции на доход на акцию. Этот показатель служит индикатором спроса на акции данной компании, поскольку показывает, как много согласны платить инвесторы в данный момент на один рубль прибыли на акцию. Относительно высокий рост этого показателя в динамике указывает на то, что инвесторы ожидают более высокого роста прибыли данной фирмы по сравнению с другими. Этот показатель уже можно использовать в пространственных (межхозяйственных) сопоставлениях. Для компаний, имеющих относительно высокое значение коэффициента устойчивости экономического роста, характерно, как правило, и высокое значение показателя «ценность акции».



Рентабельность акции – выражается отношением дивиденда, выплачиваемого на акцию, к ее рыночной цене. В компаниях, расширяющих свою деятельность путем капитализации большей части прибыли, значение этого показателя относительно невелико. Рентабельность акции характеризует процент возврата на капитал, вложенный в акции фирмы. Это прямой эффект. Есть еще и косвенный эффект (доход или убыток), выражающийся в изменении рыночной цены акции данной фирмы.

Дивидендный выход – рассчитывается путем деления дивиденда, выплачиваемого на акцию, на доход на акцию. Наиболее наглядное толкование этого показателя – доля чистой прибыли, выплаченная акционерам в виде дивидендов. Значение коэффициента зависит от инвестиционной политики фирмы. С этим показателем тесно связан коэффициент реинвестирования прибыли, характеризующий ее долю, направленную на развитие производственной деятельности. Сумма значений показателя дивидендного выхода и коэффициента реинвестирования прибыли равна нулю.

Коэффициент котировки акции – рассчитывается отношением рыночной цены акции к ее учетной цене. Учетная (книжная) цена характеризует долю собственного капитала, приходящегося на одну акцию. Она складывается из номинальной стоимости (т.е. стоимости, проставленной на бланке акции, по которой она учтена в акционерном капитале), доли эмиссионной прибыли (накопленной разницы между рыночной ценой акций в момент их продажи и их номинальной стоимостью) и доли прибыли, накопленной и вложенной в развитие фирмы. Значение коэффициента котировки больше единицы означает, что потенциальные акционеры, приобретая акцию, готовы дать за нее цену, превышающую бухгалтерскую оценку реального капитала, приходящегося на акцию на данный момент<sup>11</sup>.

---

<sup>11</sup> См. О.В.Грищенко // Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия // Таганрог: Изд-во ТРГУ. 2000

## **5. Маржинальный анализ в системе комплексного анализа хозяйственной деятельности предприятий.**

### **5. 1. Методика маржинального анализа.**

В условиях перехода на Международные стандарты учёта и отчётности предприятия имеют возможность использовать опыт зарубежных стран в области анализа и прогнозирования финансовых результатов деятельности. Основной особенностью системы международных стандартов является отдельный учёт постоянных и переменных затрат по видам изделий и в целом по предприятию. Такой подход предполагает высокую степень интеграции учёта, анализа и регулирования, позволяет гибко и оперативно принимать решения по нормализации финансового положения предприятия.

Он даёт возможность проводить перспективный (прогнозный) анализ, результатом которого является разработка вариантов получения прибыли. Это способствует получению большего эффекта, чем поиск неиспользованных резервов в ходе проведения ретроспективного анализа финансовых результатов.

Система отдельного учёта переменных и постоянных затрат имеет в международной экономической практике такие названия как: системы директ-костинг, система управления себестоимостью. Важно отметить, что по существу данная система является не просто системой учёта, но и представляет собой органический синтез учётных, аналитических и управленческих процедур.

Анализ прибыли предприятия, базирующийся на делении совокупных затрат на производство и реализацию продукции на переменные и постоянные с выделением маржинального дохода (валовой маржи), называется маржинальным анализом.

Важнейшей частью анализа на основе системы директ-костинг выступает изучение взаимосвязи объема производства, себестоимости и прибыли. Для проведения такого анализа предварительно оговариваются определённые ограничивающие условия:

известна величина переменных затрат на единицу изделия и общих постоянных затрат;

установлен диапазон объема производства и реализации (деловой активности) предприятия на основе его производственной

мощности и спроса на выпускаемую им продукцию, чему соответствует величина потребляемых в процессе производства ресурсов и система организации производства;

равное количество произведенной продукции и реализованной;

не изменяется ассортимент продукции для предприятий, выпускающих и реализующих несколько видов продукции;

не изменяется цена за единицу готовой продукции и цены потребляемых производственных ресурсов за анализируемый период.

Взаимосвязь объема производства, затрат и прибыли можно представить алгебраическим и графическим способами. Известно, что объем реализации, или выручка от реализации (О), равняется сумме совокупных затрат на производство продукции (Зсов) и прибыли (П).

$$O = Z_{\text{сов}} + П \quad (1)$$

Совокупные затраты в системе директ-костинг состоят из двух частей: переменных затрат (Зпер) и постоянных затрат (Зпост). При этом сумма переменных затрат является произведением количества выпущенной продукции в натуральных единицах (К) на величину переменных затрат, приходящуюся на единицу продукции или ставку переменных затрат (Зпер). Тогда формула расчётов объема производства примет вид

$$O = Z_{\text{пер}} + Z_{\text{пост}} + П = К * Z_{\text{пер}} + Z_{\text{пост}} + П \quad (2)$$

На таком уровне реализации, когда уже нет убытков, но ещё отсутствует прибыль, называемом точкой безубыточности, объем реализации будет равен сумме переменных и постоянных затрат, поскольку прибыль равняется нулю.

$$O = Z_{\text{пер}} + Z_{\text{пост}} + П = К * Z_{\text{пер}} + Z_{\text{пост}} \quad (3)$$

С другой стороны, объем реализации можно представить в виде произведения количества реализованной продукции на цену ее единицы (ц):

$$O = K * ц (4)$$

Составим равенство из формул (3 и 4) и преобразуем его в следующий вид:

$$K * ц = K * Зпер + Зпост (5)$$

$$K * ц - K * Зпер = K * (ц - Зпер) = Зпост$$

$$K = Зпост / ц - Зпер = Зпост / Дм, (6)$$

где Дм – доход маржинальный на единицу продукции, равный разности между ценой единицы продукции и ставкой переменных затрат, руб.

Анализируя данные формулы (6), можно показать, какое количество продукции необходимо произвести и реализовать, при котором предприятие уже не имеет убытков, но ещё не получает прибыли. Следовательно, выручка от реализации при таком объеме производства будет равняться полной себестоимости (совокупным затратам) продукции. Такой уровень производства называется порогом рентабельности, или критическим объемом производства какого-то вида продукции. Как видно из формулы (6), в этой точке величина маржинального дохода равна сумме постоянных затрат в расчёте на единицу продукции или в целом по предприятию.

Путём преобразования формулы (6) можно определить критическую продажную цену, соответствующую критическому объёму производства, ниже уровня которой полученная выручка не будет покрывать даже сделанные затраты на выпуск продукции.

$$ц = Зпост / K + Зпер. (7)$$

Предприятию важно знать не только критическую цену реализации, но и выручку, соответствующую точке безубыточности, или критическую выручку. Имеется несколько способов определения величины критической выручки (Ок):

$$1) Ок = Зпост / (1 - Зпер / ц). (8)$$

$$2) Ок = Зпост / Дм / ц. (9)$$

$$3) Ок = Зпост / Дм / Оф, где Оф – фактическая выручка (10)$$

Собственники предприятия, как правило, ставят перед менеджментом задачу добиться определённой суммы прибыли. Если задана величина прибыли ( $\Pi$ ), которую предприятие запланировало в бизнес-плане, то для расчета величины выручки, при которой предприятие получит запланированную прибыль ( $Oп$ ), воспользуемся формулой:

$$Oп = (З_{пост} + \Pi) / (1 - З_{пер} / ц) = (З_{пост} + \Pi) / Д_{м} / ц \quad (11)$$

Существенной информацией для рациональной организации производства и сбыта является объем производства и реализации продукции в натуральном выражении при заданной (запланированной) величине прибыли. Определить количество произведённой продукции ( $Kп$ ) при заданной величине прибыли можно, исходя из данных формулы:

$$Kп = (З_{пост} + \Pi) / (ц - З_{пер}) = (З_{пост} + \Pi) / Д_{м} \quad (12)$$

С помощью вышеперечисленных формул взаимосвязь объема производства, затрат и прибыли показана алгебраическим путём. Однако ее можно представить и графически. При этом возможны два варианта графического отражения взаимосвязи объема производства, затрат и прибыли. По первому из них исходят из равенства маржинального дохода и постоянных затрат при достижении порогового (критического) значения выручки от реализации (рис. 1), по второму – из равенства выручки от реализации и суммарных (совокупных) затрат при достижении порога рентабельности (рис. 2).

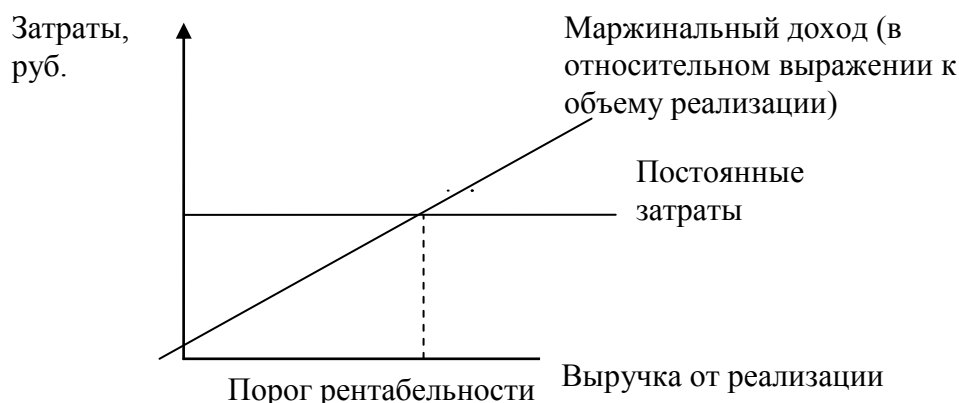


Рис. 1 - Первый способ графического отражения взаимосвязи объема производства, затрат и прибыли - через маржинальный доход и постоянные затраты

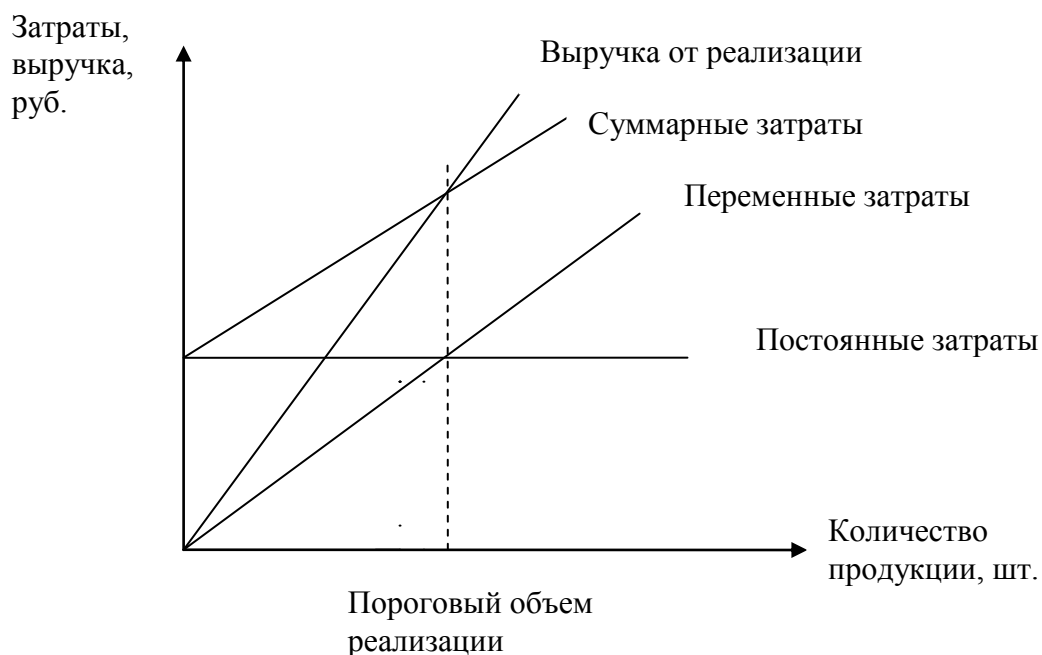


Рис. 2 - Второй способ графического отражения взаимосвязи объема производства, затрат и прибыли – через выручку от реализации и суммарные затраты

Порядок графического расчёта точки безубыточности состоит из следующих этапов:

прямая постоянных затрат представляет собой горизонтальную линию на уровне этих расходов предприятия;

прямая выручки от реализации строится исходя из данных предприятия о цене единицы продукции и объеме реализации ( $O = K * ц$ );

прямая суммарных затрат проводится на основе информации о переменных затратах на единицу продукции, ее количестве и о постоянных расходах (поскольку суммарные расходы равны  $K * Z_{пер} + Z_{пост}$ ). При этом можно сначала построить прямую переменных затрат, а затем поднять ее на уровень постоянных затрат;

точке пересечения прямых выручки и суммарных затрат соответствуют критические (пороговые) значения объема реализации и выручки. Справа от критического объема реализации находится зона прибыли, слева – зона убытков.

После прохождения порога рентабельности предприятие имеет на каждую дополнительно реализованную единицу продукции, приходящуюся на нее прибыль. Соответственно увеличивается и величина общей прибыли (массы прибыли) предприятия, которая может быть рассчитана по формуле:

$$П = K_{пр} * Дм / K_p, (13)$$

где П – прибыль предприятия, руб.;

$K_p$  – общее количество реализованной продукции, единиц;

Дм – маржинальный доход предприятия, руб.;

$K_{пр}$  – количество продукции, реализованное после прохождения порога рентабельности, единиц.

Важно отметить, что рассматриваемые расчеты проводятся:

а) если предприятие реализует одно изделие, выручка от продаж которого покрывает все постоянные затраты;

б) по какому-то одному виду продукции или проекту выпуска продукции.

Для предприятий с многономенклатурным производством расчёт объема производства, обеспечивающего безубыточность по конкретному изделию, в большинстве случаев осуществляется на основе учета роли этого изделия в общей выручке от реализации и приходящейся на него доли постоянных затрат, что показано в формуле:

$$K_i = Z_{пост} * U_i / (ц_i - Z_{пер_i}), (14)$$

где  $K_i$  – критический (пороговый) объем производства  $i$ -го вида продукции в натуральном выражении;

$U_i$  – удельный вес  $i$ -го вида продукции в общей выручке от реализации;

$ц_i$  – цена  $i$ -го вида продукции, руб.;

$Z_{пер_i}$  – переменные затраты на единицу  $i$ -го вида продукции.

Методика анализа взаимосвязи объема производства, себестоимости и прибыли и другие аналитические возможности системы маржинального анализа для предприятий, производящих и реализующих несколько видов продукции, недостаточно разработаны, что, является одной из причин отсутствия ее широкого практического применения.

В рамках маржинального анализа могут решаться и другие задачи, например, можно провести расчет того, какой объем реализации следует установить при снижении цены на изделие и сохранении имеющейся величины маржинального дохода. Решение осуществляется по формуле:

$$K_1 = D_{m1} * K_0 / D_{m0}, (15)$$

где  $K_0$ ,  $K_1$  – количество реализованной продукции соответственно до и после изменения цены, единиц;

$D_{m0}$ ,  $D_{m1}$  – маржинальный доход на единицу изделия до и после изменения цены, руб.

На основе информации о пороге рентабельности рассчитывается запас финансовой прочности предприятия, представляющей превышение фактической выручки от реализации над порогом рентабельности. Если объем продаж находится на уровне порога рентабельности, то предприятие только покрывает совокупные расходы на производство продукции и не имеет финансового источника в форме прибыли для развития бизнеса. При уровне объема продаж ниже порога рентабельности деятельность предприятия убыточна, и его финансовое состояние ухудшается, что, в конечном счете, может привести к банкротству.

Запас финансовой прочности (ЗФП) рассчитывается как отношение разности между фактическим и критическим объемами реализации и фактическим объемом реализации в стоимостном выражении и показывается, как правило, в процентах:

$$\text{ЗФП \%} = [(O_f - O_k) / O_f] * 100 (16)$$

Критический объем производства (или порог рентабельности) изделия зависит от величины постоянных расходов предприятия, переменных затрат и продажной цены. Воздействуя на перечисленные факторы, предприятие может управлять суммой прибыли. Зависимость финансовых результатов от затрат и объемов производства прослеживается в рамках операционного анализа. Его важнейшие составляющие – порог рентабельности, запас финансовой прочности и операционный рычаг.

Операционный рычаг (иногда называемый производственным рычагом) показывает степень чувствительности прибыли к



изменению объема реализации. Действие операционного рычага проявляется в том, что любое изменение выручки от реализации всегда влечёт за собой более сильное изменение прибыли.

Для определения силы воздействия операционного рычага (СВор) применяются формулы, отражающие соотношение, в первом случае маржинального дохода (Дм) и прибыли (П) (формула 17), во втором – прироста прибыли ( $\Delta П\%$ ) к приросту выручки ( $\Delta О\%$ ) (формула 18):

$$СВор = Дм / П, (17)$$

$$СВор = \Delta П\% / \Delta О\% (18)$$

Таким образом, при высоком значении операционного рычага даже незначительный рост объема продаж приводит к весьма значительному увеличению прибыли, а незначительный спад производства и реализации, напротив, сказывается на значительном снижении прибыли.

Эффект операционного рычага поддается контролю именно на основе учета зависимости силы его воздействия от величины постоянных затрат. Чем больше при неизменной величине выручки от продаж постоянные затраты, тем сильнее действует операционный рычаг, и наоборот. Это можно наглядно показать, преобразовав формулу (17) в следующий вид:

$$СВор = Дм / П = (З_{пост} + П) / П (19)$$

При снижении выручки от реализации сила воздействия операционного рычага может возрасть как при повышении, так и при понижении удельного веса постоянных затрат в общей сумме затрат. При этом сила воздействия операционного рычага возрастает значительно более высокими темпами, чем рост постоянных затрат.

При увеличении выручки от реализации и превышении ее фактического значения по сравнению с критическим уровнем сила воздействия операционного рычага убывает. Каждый процент прироста выручки дает все меньший процент прироста прибыли. При этом доля постоянных затрат в их общей сумме снижается.

Можно отметить, что чем слабее сила воздействия операционного рычага, тем больше запас финансовой прочности.

Сила воздействия операционного рычага, как уже отмечалось, зависит от относительной величины постоянных расходов, которые при снижении доходов предприятия трудно поддаются уменьшению.

Высокая сила воздействия операционного рычага в условиях экономической нестабильности, падения платежеспособного спроса потребителей означает, что каждый процент снижения выручки ведет к существенному падению прибыли и возможностью вхождения предприятия в зону убытков.

Если определить риск деятельности конкретного предприятия как предпринимательский риск, то можно проследить следующие взаимосвязи силы действия операционного рычага и степени предпринимательского риска: при высоком уровне постоянных расходов предприятия и отсутствия их снижения в период падения спроса на продукцию предпринимательский риск увеличивается. Для небольших предприятий, специализирующихся на производстве одного вида продукции, характерна высокая степень предпринимательского риска. В этом же направлении действует неустойчивость спроса и цен на готовую продукцию, цен на сырье и энергетические ресурсы.

Риск деятельности предприятия связан с ещё одним источником: неустойчивостью финансовых условий кредитования, неуверенностью владельцев обыкновенных акций в получении дивидендов, т.е. возникает финансовый риск. Финансовый риск определяется действием финансового рычага.

Эффект финансового рычага – приращение рентабельности собственных средств благодаря использованию кредитных ресурсов, несмотря на плотность последних. Эффект финансового рычага (ЭФР), или сила воздействия финансового рычага, определяется по следующей формуле:

$$\text{ЭФР} = (1 - \text{Снп}) * (\text{Кра} - \text{Скр}) * \text{ЗК} / \text{СК}, (20)$$

где ЭФР – эффект финансового рычага, состоящий в приросте коэффициента рентабельности собственного капитала (или сила воздействия финансового рычага – СВфр), %;

Снп – ставка налога на прибыль, выраженная десятичной дробью;

Кра – коэффициент рентабельности активов, являющийся отношением бухгалтерской (совокупной) прибыли к средней за анализируемый период стоимости активов, %;

Скр – средняя расчетная ставка процентов за кредитные ресурсы, под которой понимается соотношение фактических затрат по всем кредитам за анализируемый период к общей сумме заемных средств, используемых в анализируемом периоде, %;

ЗК – средняя за период (например, среднегодовая величина) сумма используемого предприятием заемного капитала, руб.;

СК – средняя за период сумма собственного капитала предприятия, руб.

В структуре формулы (20) можно выделить три основные ее составляющие:

1) налоговый корректор ( $1 - \text{Снп}$ ), который показывает, в какой степени проявляется эффект финансового рычага с учетом различного размера налогообложения прибыли;

2) дифференциал (сила) финансового рычага ( $\text{Кра} - \text{Скр}$ ), характеризующий разницу между коэффициентом рентабельности активов предприятия и средним размером процента за кредит;

3) коэффициент (плечо) финансового рычага ( $\text{ЗК} / \text{СК}$ ), отражающий величину заемного капитала, используемого предприятием в расчете на единицу собственного капитала.

Выделение указанных составляющих позволяет предприятию регулировать силу воздействия финансового рычага. При этом налоговый корректор в малой степени зависит от деятельности предприятия, поскольку ставка налога на прибыль устанавливается для всех предприятий законодательством страны. Дифференциал финансового рычага выступает главным условием, создающим его положительный эффект. Уровень рентабельности активов должен быть выше среднего размера процента за кредит. Чем выше значение дифференциала финансового рычага, тем выше при прочих равных условиях будет эффект от его использования. Коэффициент финансового рычага является главным генератором как роста прибыли на собственный капитал, так и финансового риска потери этой прибыли и, возможно, предприятия в целом (при неизменной величине дифференциала). При этом величина прибыли увеличивается на сумму процентов, уплаченных за кредитные ресурсы и отраженных в составе прочих расходов предприятия.

## 5.2. Анализ безубыточности при оценке эффективности инвестиционных проектов

Собственники, предприниматели, советы директоров акционерных обществ и унитарных предприятий в целях сохранения и умножения капитала должны избегать существенных ошибок при принятии управленческих решений о разработке и реализации инвестиционных проектов. Отсюда ещё до начала реализации инвестиционного проекта проверяется обоснованность имеющихся расчетов его эффективности, учитываются возможные изменения уровня цен, величины затрат, продолжительности эксплуатации производственного объекта и другие факторы. Для снижения риска инвестиционных расходов в условиях неопределенности целесообразно проводить анализ безубыточности и динамичности при оценке эффективности инвестиционных проектов.

Определение точки безубыточности выступает одним из важных ориентиров при оценке риска инвестиционных расходов. Чем больше величина выпуска продукции в точке безубыточности, тем выше риск реализации инвестиционного проекта, поскольку до обеспечения необходимого уровня рентабельности необходимо выпустить и реализовать большое количество продукции.

Экономический анализ безубыточности и динамичности инвестиционных проектов осуществляется в четыре этапа. На первом этапе определяется точка безубыточности (порог рентабельности). Второй этап заключается в определении коэффициента использования производственной мощности ( $K_{им}\%$ ) в точке безубыточности продукции:

$$K_{им}\% = K / K_{макс} * 100 \quad (21)$$

где  $K$  – количество выпущенной и реализованной продукции, соответствующее точке безубыточности, единиц;

$K_{макс}$  – количество продукции, предусмотренное в инвестиционном проекте при полном использовании мощности, единиц.

Третий этап состоит в определении выручки от реализации продукции «А» ( $B_p$ ) и переменных затрат на ее изготовление ( $Z_{перА}$ ) при условии использования мощности на 100%:

$$V_p = K_{\max} * C_a, (22)$$

$$Z_{\text{пер}A} = K_{\max} * Z_{\text{пер}^a}, (23)$$

где  $C_a$  – договорная цена единицы продукции «а», руб.;

$Z_{\text{пер}^a}$  – переменные затраты на единицу продукции «а», руб.

С помощью информации о выпуске продукции и переменных затратах на ее изготовление при стопроцентном использовании мощности можно рассчитать коэффициент использования производственной мощности в точке безубыточности, используя следующую формулу:

$$K_{\text{им}} = [Z_{\text{пост}} / (V_p - Z_{\text{пер}A})] * 100 (24)$$

Коэффициент использования мощности в точке безубыточности показывает такой уровень выпуска продукции, при котором сумма постоянных и переменных расходов равна стоимости выпущенной и реализованной продукции.

На четвертом этапе проводится анализ динамичности инвестиционного проекта и осуществляется расчет минимальной договорной цены продажи, при которой выручка от реализации продукции будет равна затратам на ее изготовление при условии стопроцентного использования производственной мощности. В рамках этого анализа выявляется влияние изменения договорных цен, переменных и постоянных затрат на изменение точки безубыточности и вследствие этого, на изменение пропорций между постоянными и переменными затратами. Анализ осуществляется путем изменения значений показателей, входящих в формулу:

$$K_{\text{им}} = [Z_{\text{пост}} / (V_p - Z_{\text{пер}A})] * 100 = [Z_{\text{пост}} / (K_{\max} * C_a - K_{\max} * Z_{\text{пер}^a})] * 100 (25)$$

В результате анализа изменения показателей, входящих в формулу (25), можно определить влияние изменения переменных и постоянных затрат на предельную величину выпуска продукции, ниже которой ее реализация будет убыточной. В условиях конкуренции может сложиться ситуация, когда будет необходимо снижать договорную цену реализуемой продукции.

Маржинальный анализ себестоимости, прибыли и рентабельности

Методика маржинального анализа себестоимости, прибыли и рентабельности включает:

определение объема продаж, обеспечивающего достижение безубыточности работы предприятия (анализ соотношения продаж, себестоимости и прибыли);

анализ влияния по факторам на изменение точки безубыточности;

расчет объема продаж, позволяющего получить запланированную предприятием сумму прибыли;

анализ влияния изменения объема производства (производственной мощности) на прибыль;

маржинальный анализ прибыли по факторам;

маржинальный анализ рентабельности по факторам  $R = (K * (Ц - З_{пер}) - З_{пост}) / (K * З_{пер} + З_{пост})$  (26)

Факторы: количество реализованной продукции; цена реализации; переменные затраты на единицу продукции; постоянные затраты.

### **5.3. Обоснование управленческих решений на основе маржинального анализа**

Для предприятий, стремящихся к повышению эффективности хозяйственной деятельности, необходимо разработать действенную стратегию и соответствующие ей инструменты обоснования управленческих решений по оптимальному сочетанию прибыли, себестоимости и объема производства выпускаемой продукции (выполнения работ или оказания услуг). Главной целью коммерческого предприятия, работающего в рыночных условиях, является получение максимально возможной величины прибыли. Однако добиться этого можно на основе разумного сочетания объема продаж и цены реализации выпускаемой продукции (работы, услуги).

Экономической наукой разработаны в рамках маркетингового анализа достаточно надежные требования к обоснованию управленческих решений, направленных на достижение максимально возможной величины прибыли. Главным условием применения этих подходов является предварительное деление

затрат на постоянные и переменные. Чтобы обосновать управленческое решение по реализации конкретных мероприятий, необходимо:

учесть ограничения, обусловленные производственной мощностью предприятия, обеспеченностью оборотными средствами, трудовыми ресурсами, а также учесть потребности рынка в каждом товаре, с учетом этих ограничений производить корректировку планов, заключать договоры с поставщиками материальных, технических и энергетических ресурсов, а также формировать портфель заказов на выпускаемую продукцию;

оценить, как изменится ситуация на рынке при увеличении выпуска одних товаров и снижении производства других; составить прогноз на то, как будут реагировать конкретные заказчики (потребители) на изменения в ассортименте и объеме выпускаемой продукции;

провести экономический анализ по изменению прибыли и себестоимости продукции и объему продаж в случае возможного снижения цен при одновременном увеличении выпуска продукции;

обосновать целесообразность максимально возможного увеличения выпуска изделий, имеющих высокую рентабельность и обеспечивающих большой вклад в формирование прибыли предприятия;

разработать наиболее обоснованный метод распределения косвенных расходов и постоянных затрат предприятия между отдельными видами продукции при многономенклатурном производстве;

провести детальную классификацию затрат на переменные и постоянные с последующим распределением постоянных затрат по видам продукции и по центрам ответственности за затраты.

Классификация затрат на постоянные и переменные и их распределение по видам продукции дают возможность проводить анализ безубыточности как отдельных продуктов, так и всего ассортимента, выпускаемой предприятием продукции. На основе экономического анализа в конечном итоге разрабатываются управленческие решения, направленные на увеличение прибыли предприятия.

Наряду с этими требованиями, следует более полно использовать экономический анализ в целях определения вклада отдельных видов продукции в получении прибыли, маржинального

дохода и покрытие постоянных затрат. Для сравнения и оценки вклада отдельных продуктов в возмещение постоянных затрат следует рассчитывать коэффициент вклада в покрытие постоянных затрат и коэффициент вклада в получение прибыли.

Необходимо проводить анализ возможности получения максимума прибыли с точки зрения спроса на продукцию, а оценку получаемой прибыли с точки зрения безубыточности. Решение задачи максимизации прибыли состоит в обосновании равновесия между спросом и предложением, а также в нахождении цен реализации, в максимальной степени соответствующих спросу покупателей и интересам предприятия в получении максимально возможной прибыли.

Круг вопросов обоснования управленческих решений, которые можно решать с помощью системы директ-костинг и маржинального анализа, включает также проблемы обоснования ряда управленческих решений, среди которых можно выделить:

- обоснование принятия заказа по ценам ниже рыночных;

- обоснование принятия решения о снижении цен при увеличении объемов сбыта продукции;

- решение задачи «производить или покупать детали, полуфабрикаты»;

- выбор варианта капитальных вложений;

- определение минимальной величины заказа.



## 6. Основы управления денежными потоками предприятия

### 6.1. Характеристика денежных потоков предприятия, признаки их классификации

Понятие «денежный поток» предприятия включает многочисленные виды денежных потоков, обслуживающих хозяйственную деятельность. И.А.Бланк предлагает классифицировать их по следующим основным признакам:

- По масштабам обслуживания хозяйственного процесса:
  - денежные потоки по предприятию в целом (агрегированные);
  - денежные потоки по отдельным видам хозяйственной деятельности;
  - денежные потоки по отдельным структурным подразделениям (центрам ответственности);
  - денежные потоки по отдельным хозяйственным операциям (первичный объект управления).
- По видам хозяйственной деятельности:
  - денежные потоки по операционной деятельности (производство);
  - денежные потоки по инвестиционной деятельности;
  - денежные потоки по финансовой деятельности (краткосрочное и долгосрочное кредитование).
- По направлениям движения денежных средств:
  - положительные денежные потоки – характеризуют совокупность поступлений денежных средств от всех видов деятельности;
  - отрицательные денежные потоки – характеризуют совокупность выплат денежных средств по всем видам деятельности.

Они тесно взаимосвязаны. Недостаточность объема во времени одного из них обуславливает последующее сокращение объема другого вида потоков.

- По методу исчисления объема:
  - валовый денежный поток – характеризует всю совокупность поступления или расходования денежных средств в рассматриваемом периоде времени;

- чистый денежный поток – это разница между положительным и отрицательным денежными потоками в рассматриваемом периоде.
- По уровню достаточности объема:
  - избыточный денежный поток, при котором поступление денежных средств существенно превышает реальную потребность предприятия в целенаправленном их расходовании. Показателем является высокая положительная величина чистого денежного потока, не используемого в процессе хозяйственной деятельности.
  - дефицитный денежный поток, при котором поступление денежных средств значительно ниже реальной потребности предприятия в целенаправленном расходовании.
- По методу оценки во времени:
  - настоящий денежный поток – характеризует денежный поток предприятия как единую сопоставимую величину, приведенную по стоимости к текущему моменту времени;
  - будущий денежный поток – характеризует денежный поток как единую сопоставимую величину, приведенную по стоимости к конкретному будущему моменту времени.
- По непрерывности формирования в рассматриваемом периоде времени:
  - регулярный денежный поток – это поступление или расходование денежных средств по хозяйственным операциям, которые осуществляются постоянно по отдельным интервалам рассматриваемого периода;
  - дискретный денежный поток – это поступление и расходование денежных средств, связанное с осуществлением единичных хозяйственных операций.
- По стабильности временных интервалов формирования:
  - регулярный денежный поток с равномерными временными интервалами в рамках определенного периода;
  - регулярный денежный поток с неравномерными временными интервалами в рамках определенного периода.

Данная классификация позволяет более целенаправленно осуществлять учет, анализ и планирование денежных потоков разных видов на предприятии.

Анализ денежных потоков предполагает:

- идентификацию денежных потоков предприятия по отдельным видам;
- определение общего объема денежных потоков отдельных видов в рассматриваемом периоде (объема поступления денежных средств, расходования объемов остатков денежных средств на начало и конец периода, объема чистого денежного потока);
- распределение общего объема денежных потоков отдельных видов по отдельным интервалам рассматриваемого периода;
- оценка факторов внутреннего и внешнего характера, влияющих на формирование денежных потоков.

## 6.2. Методы расчета показателей денежного потока

Косвенный метод<sup>12</sup>. направлен на получение данных, характеризующих чистый денежный поток предприятия в отчетном периоде. Источником информации для расчета чистого денежного потока предприятия косвенным методом является бухгалтерский баланс (Ф.№1) и отчет о прибылях и убытках (Ф.№2). Расчет выполняется по видам хозяйственной деятельности и предприятию в целом.

По операционной деятельности основой расчета чистого денежного потока предприятия выступает его чистая прибыль, полученная в отчетном периоде. Формула, по которой осуществляется расчет этого показателя по операционной деятельности, приведена ниже:

$$\text{ЧДПо} = \text{ЧП} + \text{Аос} + \text{Ана} \pm \Delta \text{ДЗ} \pm \Delta \text{Зтм} \pm \Delta \text{КЗ} \pm \Delta \text{Р}, \text{ где}$$

ЧДПо – сумма чистого денежного потока предприятия по операционной деятельности в рассматриваемом периоде;

ЧП – сумма чистой прибыли предприятия;

Аос – сумма амортизации основных средств;

---

<sup>12</sup> См. И.А. Бланк. Основы финансового менеджмента. Т.2, глава 15, – К.: Ника-Центр, 1999. с.144 -147.

$A_{на}$  – сумма амортизации нематериальных активов;  
 $\Delta ДЗ$  – прирост (снижение) суммы дебиторской задолженности;  
 $\Delta З_{тм}$  – прирост (снижение) суммы запасов товарно-материальных ценностей, входящих в состав оборотных активов;  
 $\Delta КЗ$  – прирост (снижение) суммы кредиторской задолженности;  
 $\Delta Р$  – прирост (снижение) суммы резервного и других страховых фондов.

По инвестиционной деятельности сумма чистого денежного потока рассчитывается как разница между суммой реализации отдельных видов внеоборотных активов и суммой их приобретения в отчетном периоде. Формула расчета чистого денежного потока по инвестиционной деятельности имеет вид:

$$ЧДПи = R_{ос} + R_{на} + R_{дфи} + R_{са} + Дп - P_{ос} - \Delta НКС - П_{на} - П_{дфи} - В_{са}, \text{ где}$$

$ЧДПи$  – сумма чистого денежного потока предприятия по инвестиционной деятельности в рассматриваемом периоде;

$R_{ос}$  – сумма реализации выбывших основных средств;

$R_{на}$  – сумма реализации выбывших нематериальных активов;

$R_{дфи}$  – сумма реализации долгосрочных финансовых инструментов инвестиционного портфеля предприятия;

$R_{са}$  – сумма повторной реализации ранее выкупленных собственных акций предприятия;

$Дп$  – сумма дивидендов (процентов), полученных предприятием по долгосрочным финансовым инструментам инвестиционного портфеля;

$P_{ос}$  – сумма приобретенных основных средств

$\Delta НКС$  – сумма прироста незавершенного капитального строительства;

$П_{на}$  – сумма приобретения нематериальных активов;

$П_{дфи}$  – сумма приобретения долгосрочных финансовых инструментов инвестиционного портфеля предприятия;

$В_{са}$  – сумма выкупленных собственных акций предприятия.

По финансовой деятельности сумма чистого денежного потока рассчитывается как разница между суммой финансовых ресурсов, привлеченных из внешних источников, и суммой основного долга, а также дивидендов (процентов), которые были выплачены

собственникам предприятия. Формула расчета чистого денежного потока по финансовой деятельности имеет следующий вид:

$$\text{ЧДПф} = \text{Пск} + \text{Пдк} + \text{Пкк} + \text{БЦФ} - \text{Вдк} - \text{Вкк} - \text{Ду}, \text{ где}$$

ЧДПф – сумма чистого денежного потока предприятия по финансовой деятельности в рассматриваемом периоде;

Пск - сумма дополнительно привлеченного из внешних источников собственного акционерного или паевого капитала;

Пдк – сумма дополнительно привлеченных долгосрочных кредитов и займов;

Пкк – сумма дополнительно привлеченных краткосрочных кредитов и займов;

БЦФ – сумма средств, поступивших в порядке безвозмездного целевого финансирования предприятия;

Вдк – сумма выплаты (погашения) основного долга по долгосрочным кредитам и займам;

Вкк - сумма выплаты (погашения) основного долга по краткосрочным кредитам и займам;

Ду - сумма дивидендов (процентов), уплаченных собственниками; предприятия (акционерам) на вложенный капитал (акции, паи и т.п.).

Суммирование чистого денежного потока по операционной, инвестиционной и финансовой деятельности позволяет определить общий его размер по предприятию в отчетном периоде. Формула расчета имеет следующий вид:

$$\text{ЧДПп} = \text{ЧДПо} + \text{ЧДПи} + \text{ЧДПф}, \text{ где}$$

ЧДПп – общая сумма чистого денежного потока предприятия в рассматриваемом периоде;

ЧДПо – сумма чистого денежного потока предприятия по операционной деятельности;

ЧДПи – сумма чистого денежного потока предприятия по инвестиционной деятельности;

ЧДПф – сумма чистого денежного потока предприятия по финансовой деятельности.

Косвенный метод расчета движения денежных средств дает возможность определить потенциал формирования предприятием

основного внутреннего источника финансирования своего развития – чистого денежного потока по операционного, инвестиционного и финансовой деятельности, а также выявить динамику всех факторов, влияющих на его формирование

Прямой метод<sup>13</sup> направлен на получение данных, характеризующих как валовой, так и чистый денежный поток предприятия в отчетном периоде. Различия полученных результатов расчета денежных потоков прямым и косвенным методом относятся только к операционной деятельности предприятия. При использовании прямого метода расчета денежных потоков используются непосредственные данные бухгалтерского учета, характеризующие все виды поступлений и расходования денежных средств.

Формула расчета суммы чистого денежного потока по операционной деятельности предприятия прямым методом имеет вид:

$$\text{ЧДПо} = \text{РП} + \text{ППо} - \text{Зтм} - \text{ЗПоп} - \text{ЗПау} - \text{НБб} - \text{НПвф} - \text{ПВо},$$

где

ЧДПо – сумма чистого денежного потока предприятия по операционной деятельности в рассматриваемом периоде;

РП – сумма денежных средств, полученных от реализации продукции;

ППо – сумма прочих поступлений денежных средств в процессе операционного деятельности;

Зтм – сумма денежных средств, выплаченных за приобретение сырья, материалов и полуфабрикатов у поставщиков;

ЗПоп – сумма заработной платы, выплаченной оперативному персоналу;

ЗПау – сумма заработной платы, выплаченной административно-управленческому персоналу;

НБб – сумма налоговых платежей, перечисленная в бюджет;

НПвф – сумма налоговых платежей, перечисленная во внебюджетные фонды;

ПВо – сумма прочих выплат денежных средств в процессе операционной деятельности.

---

<sup>13</sup> См. И.А. Бланк. Основы финансового менеджмента. Т.2, глава 15, – К.: Ника-Центр, 1999. с.150 -151.

Расчеты суммы чистого денежного потока предприятия по инвестиционной и финансовой деятельности, а также по предприятию в целом осуществляются на основе использования тех же формул, которые применяются при использовании косвенного метода.

Результаты расчетов отражаются в таблицах.

Метод расчета денежных потоков предприятие выбирает самостоятельно, однако более предпочтительным считается прямой метод, поскольку он позволяет получить более полное представление об их объеме и составе.

### **6.3. Оптимизация денежных потоков предприятия.**

Одним из наиболее важных и сложных этапов управления денежными потоками предприятия является их оптимизация.

Оптимизация денежных потоков предполагает выбор наилучших форм их организации с учетом условий и особенностей хозяйственной деятельности предприятия.

Основными целями оптимизации денежных потоков предприятия являются:

- обеспечение сбалансированности объемов денежных потоков;
- обеспечение синхронности формирования денежных потоков во времени;
- обеспечение роста чистого денежного потока предприятия.

Основными объектами оптимизации выступают:

- положительный денежный поток;
- отрицательный денежный поток;
- остаток денежных активов;
- чистый денежный поток.

Важнейшей предпосылкой осуществления оптимизации денежных потоков является изучение факторов, влияющих на их объемы и характер формирования во времени. Эти факторы можно подразделить на внешние и внутренние<sup>14</sup>.

К внешним факторам следует отнести:

---

<sup>14</sup>См. И.А. Бланк. Основы финансового менеджмента. Т.2, глава 15, – К.: Ника-Центр, 1999. с.159

конъюнктуру товарного рынка - изменение спроса и предложения на товарном рынке обуславливает изменение главной составляющей положительного денежного потока предприятия — объема поступления денежных средств от реализации продукции (если спрос растет, то объем положительного денежного потока по этому виду хозяйственной деятельности увеличивается, и наоборот, спад спроса приводит, как правило, к снижению ликвидности и уменьшению поступлений денежных средств, поскольку на предприятии скапливаются значительные запасы готовой продукции, которая не нашла покупателя);

конъюнктуру фондового рынка – ситуация, сложившаяся на фондовом рынке, определяет условия формирования денежных потоков за счет эмиссии акций и облигаций предприятия, а также за счет портфеля ценных бумаг (доходы в виде получаемых процентов, дивидендов и курсовых разниц), кроме того, растущий фондовый рынок обеспечивает возможность эффективного использования временно свободного остатка денежных средств;

систему налогообложения предприятий - налоговые платежи в значительной степени определяют объем отрицательного денежного потока предприятия, а установленный график их осуществления - характер этого потока во времени, соответственно, изменения в налоговой системе (введение новых видов налогов, изменение ставок налогообложения, графика внесения налоговых платежей, отмена или предоставление налоговых льгот и т.п.) вызывают изменения в объеме и характере отрицательного денежного потока предприятия;

сложившуюся практику кредитования поставщиков и покупателей продукции - определяет условия приобретения и порядок оплаты продукции (предоплата; наличный платеж, отсрочка платежа), этот фактор влияет на формирование во времени как положительного (при продаже продукции), так и отрицательного (при покупке сырья, материалов, полуфабрикатов, комплектующих изделий и т.п.) денежного потока предприятия;

систему осуществления расчетных операций – оказывает влияние на формирование денежных потоков во времени: расчет наличными деньгами ускоряет денежные потоков, в то же время расчеты чеками, аккредитивами и другими платежными документами их замедляют;



доступность финансового кредита – в значительной степени зависит от сложившейся конъюнктуры кредитного рынка: соотношение спроса и предложения на этом рынке непосредственно влияет на увеличение либо уменьшение предложения "коротких" или "длинных", "дорогих" или "дешевых" денег и, соответственно, возможность формирования денежных потоков предприятия за счет этого источника - положительных (при получении финансового кредита), отрицательных (при его обслуживании, т.е. уплате %, и погашении основного долга);

возможность привлечения средств безвозмездного целевого финансирования – данный фактор имеет отношение преимущественно к государственным предприятиям различного уровня подчинения, его отличительные особенности заключаются в том, что формируя определенный дополнительный объем положительного денежного потока, этот фактор не вызывает соответствующего отрицательного денежного потока, тем самым обеспечивая предпосылки увеличения суммы чистого денежного потока предприятия.

Внутренними факторами, влияющими на формирование денежных потоков, являются:

жизненный цикл предприятия - для разных стадий жизненного цикла предприятия характерны различные объемы и разные виды денежных потоков (очевидно, существенно различны источники формирования положительного денежного потока и направления использования отрицательного денежного потока на начальных и завершающих стадиях жизненного цикла);

продолжительность операционного цикла - чем короче операционный цикл, тем больше оборотов совершают денежные средства, инвестированные в оборотные активы, соответственно, больше объем и выше интенсивность как положительного, так и отрицательного денежных потоков предприятия, кроме того, сокращение операционного цикла, как правило, снижает размер потребности предприятия в денежных средствах;

сезонность производства и реализации продукции, - сезонность существенно влияет на формирование денежных потоков предприятия, определяя ликвидность этих потоков в разрезе отдельных временных интервалов, именно поэтому сезонность необходимо учитывать и в процессе управления временно свободными остатками денежных средств; на первый взгляд, по

источникам своего возникновения этот фактор можно отнести к числу внешних, вместе с тем современные технологии производства и реализации продукции представляют организациям возможность оказывать существенное воздействие на интенсивность и последствия его проявления;

неотложность инвестиционных программ - ее степень формирует потребность в соответствующем объеме отрицательного денежного потока, обуславливая в то же время необходимость формирования соответствующего положительного денежного потока, названный фактор также существенно влияет и на интенсивность протекания денежных потоков во времени;

амортизационная политика предприятия – применяемые на предприятии методы амортизации основных средств, а также сроки амортизации нематериальных активов определяют различную интенсивность амортизационных потоков, в то же время амортизационные потоки оказывают непосредственное влияние на формирование цены продукции и, соответственно, на объем положительного денежного потока предприятия, поступающего от реализации продукции; кроме того, амортизационная политика, выбранная предприятием, может оказывать существенное влияние и на формирование чистого денежного потока, поскольку при ускоренной амортизации активов в составе чистого денежного потока возрастает доля амортизационных отчислений и в определенной степени снижается (в зависимости от применяемой ставки налогообложения) доля чистой прибыли предприятия.

коэффициент (эффект) операционного рычага - оказывает существенное влияние на темпы изменения объема чистого денежного потока и объема реализации продукции (механизм воздействия операционного рычага на формирование операционной прибыли предприятия, как основной составляющей чистого денежного потока, будет более подробно рассмотрен во II разделе);

финансовый менталитет владельцев и менеджеров предприятия – склонность к осуществлению преимущественно консервативной, умеренной или агрессивной политики финансирования активов и проведения других финансовых операций в значительной степени определяет состав и виды денежных потоков предприятия, объемы страховых и резервных фондов, уровень доходности долгосрочных и краткосрочных финансовых вложений и т.п.

Решение задачи оптимизации денежных потоков предприятия предполагает прежде всего, как обоснованно утверждает И.А.Бланк,<sup>15</sup> обеспечение сбалансированности объемов положительного и отрицательного денежных потоков, поскольку на результаты хозяйственной деятельности предприятия отрицательное воздействие оказывают как дефицитный, так и избыточный денежные потоки.

Отрицательные последствия дефицитного денежного потока: снижение ликвидности и платежеспособности предприятия, увеличение просроченной кредиторской задолженности по полученным коммерческим и финансовым кредитам, задержки выплаты заработной платы, возможное уменьшение объемов производства и реализации продукции и, как следствие, - снижение рентабельности активов и собственного капитала предприятия.

Отрицательные последствия избыточного денежного потока: снижение реальной стоимости временно свободных денежных средств от инфляции, потеря потенциального дохода от неиспользуемой части денежных активов.

Для обеспечения оптимизации дефицитного денежного потока И.А.Бланк<sup>16</sup>, как и многие специалисты-практики в сфере финансового менеджмента, предлагает осуществлять следующие мероприятия по ускорению привлечения денежных средств и замедлению их выплат:

увеличение размера ценовых скидок за наличный расчет по реализованной покупателям продукции;

взимание частичной или полной предоплаты за произведенную продукцию, пользующуюся высоким спросом на рынке;

сокращение сроков предоставления товарного (коммерческого) кредита;

ускорение инкассации просроченной дебиторской задолженности, а также использование современных форм рефинансирования дебиторской задолженности (учет векселей, факторинг, форфетирование);

ускорение инкассации платежных документов покупателей по отгруженной продукции и замедление инкассации собственных платежных документов;

---

<sup>15</sup>См. И.А. Бланк. Основы финансового менеджмента. Т.2, глава 15, – К.: Ника-Центр, 1999. с. 164

<sup>16</sup> См. И.А. Бланк. Основы финансового менеджмента. Т.2, глава 15, – К.: Ника-Центр, 1999. с.165-166.

увеличение (по согласованию с поставщиками) сроков предоставления предприятию коммерческого кредита;

использование лизинга для замены долгосрочных активов, требующих обновления (не потребуются отвлекать денежные средства на их покупку);

реструктуризация портфеля привлеченных финансовых кредитов путем перевода краткосрочных кредитов в долгосрочные.

Однако следует иметь в виду, что, решая проблему сбалансированности объемов дефицитного денежного потока в краткосрочном периоде путем ускорения привлечения денежных средств и замедления их выплат, можно создать определенные проблемы дефицитности денежного потока в будущем, поэтому параллельно должны быть разработаны меры по обеспечению сбалансированности дефицитного денежного потока в долгосрочном периоде. В частности, увеличения положительного денежного потока в будущем можно достигнуть за счет: привлечения стратегических инвесторов; осуществления дополнительной эмиссии акций; привлечения долгосрочных финансовых кредитов; частичной или полной продажи финансовых активов; продажи или сдачи в аренду неиспользуемого оборудования, помещений и других видов внеоборотных активов. Снижения отрицательного денежного потока в долгосрочном периоде можно достигнуть за счет сокращения объема реальных инвестиционных проектов; отказа от финансовых инвестиций; снижения величины постоянных издержек предприятия.

Решение задачи оптимизации избыточного денежного потока связано прежде всего с активизацией его инвестиционной деятельности, в частности, за счет:

- 1) расширения воспроизводства производственных внеоборотных активов;
- 2) ускорения процесса разработки и реализации инвестиционных проектов;
- 3) диверсификации операционной деятельности предприятия;
- 4) увеличения объема финансовых инвестиций;
- 5) досрочного погашения финансовых кредитов и займов.

Процесс оптимизации денежных потоков предприятия непосредственно связан и с обеспечением их сбалансированности во времени, поскольку несбалансированность положительного и отрицательного денежных потоков во времени порождает ряд

финансовых проблем. Следствием такой несбалансированности даже при значительном в среднем объеме чистого денежного потока является низкая ликвидность этого потока и, соответственно, низкий уровень абсолютной платежеспособности предприятия в отдельные периоды времени, что, в свою очередь, приводит к возникновению угрозы банкротства.

Решение задачи оптимизации денежных потоков предприятия во времени предполагает их группировку по уровню "нейтрализуемости" и по уровню предсказуемости<sup>17</sup>:

по уровню "нейтрализуемости" денежные потоки подразделяются на поддающиеся и неподдающиеся изменению (пример денежного потока первого вида - лизинговые платежи, период которых может быть установлен по согласованию сторон, пример денежного потока второго вида - налоговые платежи, срок уплаты которых не может быть предприятием нарушен);

по уровню предсказуемости денежные потоки подразделяются на полностью предсказуемые и недостаточно предсказуемые.

Объектом оптимизации, как считает И.А.Бланк<sup>18</sup>, могут быть только предсказуемые денежные потоки, поддающиеся изменению во времени. Он предлагает использовать в процессе оптимизации денежных потоков во времени основных метода — выравнивание и синхронизация.

Выравнивание денежных потоков направлено на сглаживание их объемов в разрезе отдельных интервалов рассматриваемого периода времени. Этот метод оптимизации позволяет устранить в определенной мере сезонные и циклические различия в формировании денежных потоков (как положительных, так и отрицательных), одновременно оптимизируя средние остатки денежных средств и повышая уровень ликвидности предприятия.

Синхронизация денежных потоков основана на повышении уровня корреляции между положительным и отрицательным денежными потоками. Результаты оптимизации можно оценить с помощью коэффициента корреляции, который в процессе оптимизации должен стремиться к значению «+1».

Заключительным этапом оптимизации является максимизация чистого денежного потока предприятия. Увеличение чистого денежного потока создает необходимые предпосылки для

<sup>17</sup> См. И.А. Бланк. Основы финансового менеджмента. Т.2, глава 15, – К.: Ника-Центр, 1999. стр. 167.

<sup>18</sup> См. И.А. Бланк. Основы финансового менеджмента. Т.2, глава 15, – К.: Ника-Центр, 1999. с.167.

повышения темпов экономического развития предприятия на основе самофинансирования, снижает зависимость от внешних источников формирования финансовых ресурсов, обеспечивает рост рыночной стоимости предприятия.

Для увеличения чистого денежного потока как указывают практики, необходимо:

предпринимать меры для снижения уровня постоянных и переменных затрат;

осуществлять эффективную налоговую политику, обеспечивающую уменьшение суммарных налоговых выплат;

проводить эффективную ценовую политику, способствующую повышению уровня доходности операционной деятельности;

использовать метод ускоренной амортизации основных средств, а также сокращать период амортизации используемых предприятием нематериальных активов;

своевременно избавляться от неиспользуемых видов основных средств и нематериальных активов;

последовательно осуществлять претензионную работу с целью полного и своевременного взыскания штрафных санкций<sup>19</sup>.

---

<sup>19</sup> См. И.А. Бланк. Основы финансового менеджмента. Т.2, глава 15, – К.: Ника-Центр, 1999. с.169.

## Литература

1. Федеральный закон от 3 июня 2006. №75-ФЗ «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации и статью 1 Федерального закона «Об иностранных инвестициях в Российской Федерации», СПС «Гарант».
2. Федеральный закон от 9 июля 1999 г. № 160-ФЗ «Об иностранных инвестициях в Российской Федерации», СПС «Гарант».
3. Федеральный закон от 25 июня 2002 г. №117-ФЗ «О внесении изменений в статью 20 Федерального закона «Об иностранных инвестициях в Российской Федерации», СПС «Гарант».
4. Федеральный закон от 29 октября 1998 г. № 164-ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)» (с изм. и доп.), СПС «Гарант».
5. Федеральный закон от 29 апреля 2008 г. №58-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившими силу отдельных положений законодательных актов Российской Федерации в связи с принятием Федерального закона «О порядке осуществления иностранных инвестиций в хозяйственные общества, имеющие стратегическое значение для обеспечения обороны страны и безопасности государства», СПС «Гарант».
6. Федеральный закон от 24 ноября 1995 г. «Об акционерных обществах» (с изм. и доп.), СПС «Гарант».
7. Федеральный закон от 25 февраля 1999 г. № 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» (с изменениями на 2 января 2000 г.), СПС «Гарант».
8. Федеральный закон от 11 ноября 2003 г. № 142-ФЗ «О ратификации Рамочного соглашения между Российской Федерацией и Европейским инвестиционным банком, регулирующим деятельность Банка в Российской Федерации, и Письма-приложения к нему», СПС «Гарант».
9. Федеральный закон от 2 декабря 1990 г. «О банках и банковской деятельности» (с изм. и доп.), СПС «Гарант».
10. Федеральный закон №209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»
11. Федеральный закон от 21.02.96 г. № 129-ФЗ «О бухгалтерском учете».

12. Приказ Минфина РФ от 22.07.2003 г. № 67н «О формах бухгалтерской отчетности организации».
13. Приказ Минфина РФ от 09.12.1998 г. № 60н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» ПБУ 1/99.
14. Приказ Минфина РФ от 06.07.1999 г. № 43н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» ПБУ 4/99.
15. Абрютин М.С., Грачев А. В. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия, М., «Дело и сервис», 2009, 450 с.
16. Анализ финансовой отчетности организаций: учеб. пособие / Н.Н. Селезнева, А.Ф. Ионова – 3 – е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2010. – 583 с.
17. Артеменко В.ГОД, Беллендир М.В. Финансовый анализ: Учебное пособие. - М: ДИС, НГАЭиУ, 2008. - 128с.
18. Астахов В. П., Анализ финансовой устойчивости фирмы и процедуры, связанные с банкротством: Учебное издание - М.: «Ось-89», 2008.-80с.
19. Афанасьева В. А., Варламова Т. П., Кабанцева Н.ГОД Анализ финансового состояния предприятия: Учебное пособие. Саратов: Научная книга, 2009. — 257 с.
20. Бакаев А.С., Шнейдман Л.З. Финансовая политика предприятия и анализ хозяйственной деятельности. - М.: НИКА, 2010, 280 с.
21. Баканов М. И., Шеремет А. Д. Теория экономического анализа: Учебник для вузов. - М.: Финансы и статистика, 2008. - 414с.
22. Бакланов В. И. Финансовая деятельность предприятия в современных условиях. - М.: Экономика, 2009, 375 с.
23. Бердникова Т. Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Учебное пособие. –М.: Экономист, 2009, с. 540 с.
24. Бернштейн Л.А. Анализ финансовой отчетности: теория, практика, интерпретация / Пер. с англ. – М: Финансы и статистика, 2003. – 624с.
25. Бессонова Н. Ю., Кабанцева Н. ГОД, Першина А. С. Финансы торговых организаций: Учебно-методический комплекс. Саратов:



СИ РГТЭУ, 2012. - 128 с.

26. Бланк И. А. Финансовый менеджмент: Учебный курс. 2-е изд., перераб. и доп.— М.: Эльга-н, 2009. 656с.
27. Бланк И.А. Словарь-справочник финансового менеджера. - Киев: Изд – во Ника-Центр, 2004.-480с.
28. Богатко А. Н. Основы экономического анализа хозяйствующего субъекта. -М.: Финансы и статистика, 2009, 322 с.
29. Бородина Е.И., Голикова Ю.С., Финансы предприятий: Учебное издание - М: Банки и биржи, 2008. - 208с.
30. Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов. Пер. с англ. – М.: Олимп – Бизнес, 2009. – 1008 с.
31. Валевич Р. П. Бизнес-план торгового (коммерческого) предприятия. - М.: МИМО, 2012, 180 с.
32. Донцова Л.В., Никифорова Н.А. Анализ финансовой отчетности.-учебник/М.:Издательство «Дело и Сервис»,2011.-368с.
33. Ефимова О. В. Анализ оборачиваемости средств коммерческого предприятия. – М., 2010, с. 356 с.
34. Ефимова О. В. Финансовый анализ. – М.: Бухгалтерский учет, 2010, 546 с.
35. Кабанцева Н. Г. Финансы: учебное пособие / Н. Г. Кабанцева. - Саратов: Науч. книга, 2007
36. Ковалев В. В. Финансовый анализ. - М.: Финансы и статистика, 2009, 196 с.
37. Кондраков Н. П. Бухгалтерский (финансовый, управленческий) учет: учеб. — М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2009. - 448 с.
38. Крейнина М.Н. Финансовый менеджмент: Учебное пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство «Дело и сервис», 2001.
39. Любушин Н. П., Лещева В. Б. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия. Учебное пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАТА, 2010, 450 с.
40. Савицкая Г.В., Финансовый анализ: Управление капиталом, Выбор инвестиций, Анализ отчетности: Учебное издание М: Финансы и статистика, 2005. - 234 с.
41. Стоянова Е.М. Финансовый менеджмент. Российская практика. -М.: Перспектива, 2009, 453 с.
42. Фофанов В.А., Фофанов М.В. Международные стандарты учета и финансовой отчетности. – М.: Изд.-во «Феникс», 2008.
43. Черняк В.З. Финансовый анализ: Учебник. – 2 – е изд., М.:

Экзамен, 2009. – 414 с.

44. Швецов Ю.ГОД , Сабельфельд Т. В. К вопросу о соотношении понятий «ликвидность» и «платежеспособность» предприятия // Финансы. № 7, 2011. Стр. 59 – 61.

45. Шеремет А. Д, Сайфулин Р. С. Финансы предприятий: Учебное издание - М.: Финансы и статистика, 2009. - 341 с.

*Для заметок*

Учебное издание  
Варламова Татьяна Петровна  
Варламова Мария Александровна

## **ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

Учебное пособие

Подписано в печать 29 декабря 2015. Формат 60x84 1/16.  
Усл. печ. л. 7,5. Тираж 100 экз.