

УДК 330.1

Е. Г. Толкачева,
кандидат экономических наук, доцент,
заведующий кафедрой Белорусского торгового
экономического университета потребительской
кооперации

СОВРЕМЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

В статье рассматриваются направления совершенствования экономического анализа на основе внедрения современных аналитических процедур и инструментов исследования объемов деятельности, ресурсов, расходов и бизнес процессов субъектов хозяйствования.

The paper considers the ways to improve economic analysis based on the introduction of modern analytical procedures and instruments to study the capacity of activity, resources, costs and business processes of economic entities.

Введение

Создание эффективной системы менеджмента на микроуровне невозможно без внедрения в практику экономического анализа новых приемов и способов, позволяющих оперативно, объективно и комплексно оценить все аспекты хозяйственной деятельности организации и тем самым повысить обоснованность принимаемых управленческих решений.

Аналитическое обеспечение в системе управления коммерческой организацией постоянно совершенствуется и развивается в ответ на усложнение внешней и внутренней среды, активно дополняя интуитивную составляющую процесса принятия управленческих решений.

Так, например, в процессе *анализа выпуска и реализации продукции* предлагается исследовать:

- диверсифицированность выручки, т.е. ее

распределение по видам продукции, что делает деятельность организации менее рискованной, поскольку при падении спроса на один вид продукции общее снижение выручки не будет таким существенным;

- уровень обновляемости и структуру продукции по срокам выпуска, что позволяет оценить организацию с точки зрения внедрения инноваций;
- широту и насыщенность ассортимента выпускаемой продукции, так как к потере прибыли может приводить как слишком широкий (за счет конкуренции товаров между собой), так и слишком узкий ассортимент (за счет потери части рынка);
- структурную активность организации (среднее квадратическое отклонение удельных весов продукции за два анализируемых периода), которая характеризует мобильность ассортимента и номенклатуры продукции;
- портфельный анализ организации на основе использования матрицы Бостонской консалтинговой группы согласно схеме на рисунке.

ставляет в номенклатуре 30%, а ее удельный вес в выручке – 15%; удельный вес продукции группы *C* в номенклатуре составляет 50%, а в выручке – 5%.

XYZ-анализ позволяет выявить продукцию группы *X*, которая характеризуется постоянным спросом. Группа *Y* – продукция, спрос на которую колеблется, но закономерности колебаний известны и прогнозируемы (сезонность) и группа *Z* – продукция, спрос на которую нестабилен и закономерности колебаний спроса на нее не прогнозируемы.

Внедрение в практику экономических исследований *ABC*-анализа и *XYZ*-анализа позволяет обосновать ассортимент продукции в зависимости от вклада ее в результат деятельности, а также степени равномерности спроса и точности его прогнозирования.

В процессе исследования ресурсов организации важным направлением анализа становится оценка их качества. Так, например, качественный состав внеоборотных активов можно изучить на основе расчета показателей их технического состояния, а именно коэффициента годности, высокое значение ко-

↑ Темп роста объема продаж, %	«Дети» – новая продукция, требующая вложений в производство и продвижение на рынках	«Звезды» – продукция в фазе роста, требующая значительных инвестиций в производство и маркетинг
	«Собаки» – продукция в фазе упадка, не дающая денежных ресурсов и не требующая вложений	«Коровы» – продукция в фазе насыщения, обеспечивающая денежные ресурсы для другой продукции
	→ Рентабельность продукции, %	

Схема товарного портфеля (матрица Бостонской консалтинговой группы)

Данные рисунка свидетельствуют о том, что наличие товаров-«детей» в бизнес-портфеле обеспечивает возможность долгосрочного развития; финансовая поддержка товаров-«звезд» позволяет организации в ближайшей перспективе иметь устойчивый денежный приток; продление жизненного цикла товарам-«коровам» обеспечивает стабильное финансовое положение организации в настоящем; снятие с производства товаров-«собак» избавляет организацию от бесполезных затрат времени и ресурсов.

Кроме этого, в последнее время широкое распространение получили *ABC*-анализ и *XYZ*-анализ. *ABC*-анализ предполагает выявление наиболее значимой для организации продукции, т.е. продукции группы *A*, удельный вес которой в ассортименте составляет примерно 20%, в то время как ее удельный вес в выручке равен 80%. Именно продукция этой группы должна изучаться более тщательно. Удельный вес продукции группы *B* со-

торого свидетельствует о разумной инвестиционной политике организации. Наличие вложений во внеоборотные активы в составе долгосрочных активов, с одной стороны, свидетельствует об инвестиционной активности организации, и это положительно характеризует организацию, как развивающую свою производственную базу и имеющую средства для финансирования этого развития. Но с другой стороны – это свидетельство ее потерь в связи с наличием неработающих активов (не участвующих в производственном обороте), которые необходимо финансировать за счет собственных или привлеченных источников.

В составе нематериальных активов как позитивную тенденцию можно отметить увеличение количества исключительных прав на изобретения, результатов НИОКР, промышленных образцов, так как это свидетельствует о стремлении организации к поддержанию инновационного потенциала, а приобретение

прав на товарный знак – об усилении маркетинговых позиций. Вместе с тем такая составляющая нематериальных активов, как организационные расходы, оценивается как неликвидная и не приносящая дохода часть имущества.

Качество оборотных активов оценивается длительностью их оборота (его увеличение свидетельствует о снижении качества оборотных активов). Это касается и запасов сырья и материалов, незавершенного производства, запасов готовой продукции. Кроме того, качество оборотных активов оценивают на основе определения структуры активов, сгруппированных по степени ликвидности: чем больше в составе оборотных активов долгосрочной дебиторской задолженности, продукции и товаров, не пользующихся спросом, расходов будущих периодов, НДС по приобретенным ценностям, тем ниже их качество.

Для оценки качества персонала организации необходимы показатели его структуры по уровню образования, квалификации, возрасту, стажу. Помимо этого оценивают коэффициент текучести кадров и уровень оплаты труда.

При оценке эффективности использования активов целесообразно из их состава исключить активы, не приносящие доход. С этой целью основные средства необходимо уменьшить на величину активов, переданных в аренду и находящихся на консервации, а оборотные средства – на сумму денежных средств, долгосрочной дебиторской задолженности, расходов будущих периодов, расчетов с прочими дебиторами.

Эффективность использования ресурсов можно дополнить расчетом предельной фондоотдачи (как отношения темпа прироста выручки к темпу прироста средней стоимости основных средств), предельной оборачиваемости оборотных активов (как отношения темпа прироста выручки к темпу прироста оборотных активов) и предельной производительности труда (как отношения темпа прироста выручки к темпу прироста среднесписочной численности работников), что позволит сопоставить темпы изменения объема продаж с темпами изменения ресурсов организации.

Новым направлением анализа расходов является оценка их контролируемости, которая позволяет оценить эффективность управления ими. С этой целью предлагается определять затратноёмкость (отношение расходов к выручке). Если изменение в динамике затратноёмкости по модулю превышает 10%, то это говорит о неконтролируемости расходов.

В ходе оценки структуры расходов надо

учитывать, что некоторые элементы затрат потенциально более «налогоёмкие», например, расходы на оплату труда (которые приводят к отчислениям на социальные нужды), амортизация (которая опосредованно связана с платежами по налогу на недвижимость). С учетом этого организация должна стремиться к уменьшению данных элементов затрат с целью налоговой оптимизации производства.

Структура постоянных и переменных расходов определяет важную характеристику организации, а именно ее рискованность с точки зрения операционного риска. С увеличением доли постоянных расходов возрастает риск уменьшения прибыли (в случае падения объема продаж), но в то же время значительные постоянные расходы позволяют резко увеличить прибыль в условиях роста объема продаж.

Следовательно, при положительной динамике и благоприятном прогнозе изменения конъюнктуры рынка эффективнее иметь большой удельный вес постоянных расходов, а следовательно, значительную величину операционного рычага, и наоборот, в условиях ухудшающейся конъюнктуры рационально иметь значительный удельный вес переменных расходов.

В процессе анализа прибыли от реализации необходимо учитывать отраслевые особенности субъектов хозяйствования, хотя в последнее время в литературе появляются методики факторного анализа прибыли, в основе которых лежит аддитивная модель ее расчета согласно «Отчету о прибылях и убытках». Так, в промышленности основными факторами, оказывающими воздействие на получение прибыли, являются цена, физический объем реализованной продукции, себестоимость единицы продукции и структура продаж. Традиционно влияние данных факторов на изменение прибыли от реализации продукции рассчитывают, используя следующую формулу:

$$П = \sum q_i \cdot p_i - \sum q_i \cdot z_i = \sum q_i \cdot (p_i - z_i),$$

где $П$ – прибыль от реализации продукции;
 p_i – цена i -го вида продукции (за минусом косвенных налогов);
 z_i – себестоимость i -го вида продукции;
 q_i – физический объем i -го вида продукции.

Рассмотрим применение традиционной методики факторного анализа прибыли от реализации продукции, используя условные цифровые данные, представленные в таблице 1.

Таблица 1 – Данные для факторного анализа прибыли от реализации продукции, млн р.

Показатели	Прошлый год	Отчетный год по ценам и себестоимости единицы продукции прошлого года	Отчетный год
1. Выручка от реализации продукции (за минусом налогов из выручки) $(\sum q_i \cdot p_i)$	100	110	120
2. Полная себестоимость реализованной продукции $(\sum q_i \cdot z_i)$	90	95	106
3. Прибыль от реализации продукции (Π)	10	15	14

На основании вышеизложенного определим следующее:

- Влияние цены на изменение прибыли от реализации продукции:

$$120 - 110 = 10 \text{ (млн р.)}$$

- Влияние себестоимости единицы продукции на изменение прибыли от реализации продукции:

$$-1 \cdot (106 - 95) = -11 \text{ (млн р.)}$$

- Влияние физического объема реализованной продукции на изменение прибыли от реализации продукции:

$$10 \cdot (110 : 100 - 1) = 1 \text{ (млн р.)}$$

- Влияние ассортимента реализованной продукции на изменение прибыли от реализации продукции:

$$\left(\frac{15}{110} - \frac{10}{100} \right) \cdot 110 = 4 \text{ (млн р.)}$$

- Отклонение прибыли от реализации в отчетном году по сравнению с прошлым годом:

$$14 - 10 = 4 \text{ (млн р.) или } 10 - 11 + 1 + 4 = 4 \text{ (млн р.)}$$

Данные расчетов свидетельствуют о том, что прибыль от реализации за счет роста цен увеличилась на 10 млн р., за счет повышения физического объема – на 1 млн р., за счет изменения ассортимента реализованной продукции – на 4 млн р. В результате повышения себестоимости единицы продукции прибыль сократилась на 11 млн р. Таким образом, за счет совокупного влияния факторов прирост прибыли от реализации в отчетном году по сравнению с прошлым составил 4 млн р.

Рассмотренная методика факторного анализа прибыли от реализации товаров не учитывает того, что с ростом объема продаж увеличивается не общая сумма затрат, а только их условно-переменная часть. В этой связи предлагаем влияние факторов на изменение прибыли от реализации продукции оценивать, используя следующий алгоритм:

$$\Pi = \sum O \cdot d_i \cdot (p_i - Y_{неpi}) - Cn,$$

где Π – прибыль от реализации продукции; O – общий объем реализации продукции в натуральной оценке;

d_i – доля продаж i -го вида продукции в общем объеме реализации;

p_i – цена i -го вида продукции (за минусом налогов);

$Y_{неpi}$ – условно-переменные расходы i -го вида продукции;

Cn – сумма условно-постоянных расходов.

Преимущество данного алгоритма состоит в том, что он позволяет получить более точные и объективные результаты расчетов, так как учитывает, что изменение объема и структуры реализации продукции влечет за собой изменение выручки и суммы условно-переменных расходов. В то время как условно-постоянные расходы не подвержены влиянию объема продаж и его структуры.

Рассмотрим применение предлагаемой методики факторного анализа прибыли от реализации продукции, используя условные цифровые данные, представленные в таблице 2.

На основании данных таблицы определим следующее:

1. Прибыль от реализации продукции:

- в прошлом году:

$$35 \cdot (10,6 - 9,5) + 40 \cdot (11,7 - 8,6) + 26 \cdot (8,9 - 6,9) - 117 = 97,5 \text{ (млн р.)};$$

- в прошлом году в пересчете на физический объем реализованной продукции отчетного года:

$$37,4 \cdot (10,6 - 9,5) + 42,8 \cdot (11,7 - 8,6) + 27,8 \cdot (8,9 - 6,9) - 117 = 112,4 \text{ (млн р.)};$$

- в прошлом году в пересчете на физический объем и структуру реализованной продукции отчетного года:

$$37 \cdot (10,6 - 9,5) + 43 \cdot (11,7 - 8,6) + 28 \cdot (8,9 - 6,9) - 117 = 141 \text{ (млн р.)};$$

- в прошлом году в пересчете на физический объем, структуру и цену реализованной продукции отчетного года:

$$37 \cdot (11,4 - 9,5) + 43 \cdot (12,9 - 8,6) + 28 \cdot (9,2 -$$

Таблица 2 – Данные для факторного анализа прибыли от реализации продукции

Вид продукции	Объем реализации, т			Цена за 1 т, млн р.		Условно-переменные расходы на 1 т, млн р.		Сумма условно-постоянные расходы, млн р.	
	прошлый год	отчетный год в пересчете на структуру прошлого года	отчетный год	прошлый год	отчетный год	прошлый год	отчетный год	прошлый год	отчетный год
A	35	37,4	37	10,6	11,4	9,5	9,9	34	39
B	40	42,8	43	11,7	12,9	8,6	9,6	38	46
C	26	27,8	28	8,9	9,2	6,9	7,6	45	48
Итого	101	108	108	–	–	–	–	117	133

– 6,9) – 117 = 202,6 (млн р.);

- в прошлом году в пересчете на физический объем, структуру, цену и условно-переменные расходы отчетного года:

$$37 \cdot (11,4 - 9,9) + 43 \cdot (12,9 - 9,6) + 28 \times (9,2 - 7,9) - 117 = 116,8 \text{ (млн р.);}$$

- в отчетном году:

$$37 \cdot (11,4 - 9,9) + 43 \cdot (12,9 - 9,6) + 28 \cdot (9,2 - 7,9) - 133 = 100,8 \text{ (млн р.).}$$

2. Отклонение прибыли от реализации продукции:

- всего: $100,8 - 97,5 = 3,3$ (млн р.);

- за счет физического объема реализованной продукции: $112,4 - 97,5 = 14,9$ (млн р.);

- за счет структуры реализованной продукции: $141 - 112,4 = 28,6$ (млн р.);

- за счет цены: $202,6 - 141 = 61,6$ (млн р.);

- за счет условно-переменных расходов: $116,8 - 202,6 = -85,8$ (млн р.);

- за счет условно-постоянных расходов: $100,8 - 116,8 = -16$ (млн р.).

Данные расчетов свидетельствуют о том, что прибыль от реализации за счет роста физического объема увеличилась на 14,9 млн р., за счет изменения структуры реализованной продукции – на 28,6 млн р., за счет повышения цен – на 61,6 млн р. В результате повышения условно-переменных расходов на единицу продукции прибыль сократилась на 85,8 млн р., а за счет роста условно-постоянных расходов – снизилась на 16 млн р. Таким образом, за счет совокупного влияния факторов прирост прибыли от реализации в отчетном году по сравнению с прошлым составил 3,3 млн р.

При интерпретации результатов анализа необходимо помнить, что изменение прибыли за счет цены, физического объема и структуры должно быть положительным, поскольку это характеризует эффективность менеджмента относительно ассортиментной и ценовой политики организации. Влияние себестоимости обычно дает отрицательное отклонение прибыли. Однако в этом случае

важно, чтобы снижение прибыли за счет себестоимости было перекрыто положительным приростом за счет цен. В противном случае можно говорить о том, что организация попала в ситуацию «ножницы цен», когда цены на продукцию растут медленнее, чем цены на используемые ресурсы, что приводит к постепенному снижению рентабельности продаж.

Новым направлением экономического анализа является *оценка бизнес-процессов*, а именно инновационного и инвестиционного процесса, операционного процесса и процесса реализации продукции.

При этом одним из самых важных бизнес-процессов является инновационный и инвестиционный процесс, с которого в общем виде и начинается создание добавленной стоимости. Ему предшествует только процесс идентификации рынка и определения потребностей клиентов, для оценки которого могут использоваться такие показатели, как абсолютная и относительная величины маркетинговых затрат. Основным индикатором, позволяющим оценить инновационный и инвестиционный процесс, является доля новой продукции в выручке от реализации продукции. Для определения интенсивности инновационного и инвестиционного процесса представляется целесообразным использовать показатели затрат на приобретение новых технологий; объем инвестиций в основные средства, в том числе в их активную часть; величину затрат на научные разработки; коэффициент ввода основных средств, в том числе их активной части; наличие нематериальных активов в виде объектов интеллектуальной собственности; срок окупаемости затрат в новый продукт; фондовооруженность и энерговооруженность труда, степень его автоматизации.

Операционный процесс, который начинается с закупки ресурсов для производства и заканчивается выпуском продукции, является ключевым бизнес-процессом. Основными

ми критериями оценки данного процесса являются время, качество и издержки. Эти критерии могут быть оценены посредством расчета следующих показателей: объема произведенной продукции, ее структуры и динамики; отношения закупочных цен к продажным ценам; отношения средней заработной платы к средней по стране; длительности пребывания запасов сырья и материалов на складе; длительности производственного цикла; себестоимости продукции; ресурсоемкости продукции; производительности труда; потерь от брака, простоев, порчи активов.

Отдельным блоком показателей, оценивающих бизнес-процессы, являются показатели эффективности деятельности центров затрат, обслуживающих операционный процесс: отделов снабжения, доставки, складов, отдела кадров и др. Для оценки деятельности данных подразделений предлагается расчет относительных показателей на основе сопоставления затрат на эти подразделения с результатами их деятельности. Например, результатом деятельности отдела снабжения будет объем закупок, отдела доставки – объем перевозок, складов – величина запасов, отдела кадров – численность персонала и т.д. Кроме того, эффективность этих подразделений можно оценить на основе соотношения затрат на подразделения к величине выручки.

Процесс реализации продукции замыкает цепочку создания стоимости. Для оценки данного процесса предлагается использовать показатели, которые так же, как и в случае оценки операционного процесса, характеризуют три главных критерия – время, качество и издержки. К данным показателям можно отнести объем реализации продукции, ее структуру и динамику; длительность пребывания готовой продукции на складе; длительность погашения задолженности покупателей и заказчиков; уровень коммерческих расходов и др.

Предлагаемая система показателей оценки бизнес-процессов позволит не только своевременно реагировать на негативные изменения в них, но и повысить общую эффективность деятельности организации.

При *обобщении результатов комплексного анализа* используется такой его инструмент, как SWOT-анализ, который позволя-

ет оценить качественные характеристики положения организации, т.е. выявить ее сильные и слабые стороны, а также возможности и угрозы.

С целью выявления сильных и слабых сторон организации следует проанализировать следующие аспекты ее деятельности:

- эффективность производственной, организационной и финансовой структуры организации;
- опыт организации в производстве продукции, ее имидж;
- качество материальных активов, их состояние и эффективность использования;
- качество персонала, эффективность системы мотивации персонала и производительность труда;
- доступность и стоимость финансовых ресурсов;
- уровень себестоимости продукции;
- уровень финансовой устойчивости;
- систему закупок, доступность источников сырья, диверсифицированность поставщиков;
- систему сбыта, затраты на продвижение продукции;
- конкурентоспособность продукции и др.

В процессе выявления возможностей и угроз, связанных с будущим развитием организации, надо учитывать следующие аспекты:

- цикл развития организации;
- динамику реальных доходов населения, инфляцию, колебание валютных курсов, процентных ставок, уровень занятости населения;
- динамику рынка сбыта, его емкость и конъюнктуру;
- рыночную стратегию конкурентов, их ценовую и сбытовую политику;
- сотрудничество с другими организациями;
- изменение предпочтений покупателей;
- стратегию развития поставщиков и др.

Заключение

Внедрение новых инструментов и процедур экономического анализа позволит повысить точность расчетов, комплексно оценить все стороны хозяйственной деятельности, дать адекватную оценку результатам исследования и тем самым повысить обоснованность принимаемых управленческих решений.

Список литературы

- Когденко, В. Г.** Методология и методика экономического анализа в системе управления коммерческой организацией: моногр. / В. Г. Когденко. – М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2008. – 543 с.
- Савицкая, Г. В.** Теория анализа хозяйственной деятельности : учеб. пособие / Г. В. Савицкая. – М.: ИНФРА–М, 2007. – 287 с.