

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



**Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение
высшего образования
«Саратовский государственный аграрный университет
имени Н.И. Вавилова»**

**КРАТКИЙ КУРС ЛЕКЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ АНАЛИЗ В ОТРАСЛЯХ**

Направление
подготовки

38.03.02. Менеджмент

Профиль подготовки /
специализация /
магистерская программа

Управленческий и финансовый учет

Квалификация
(степень)
выпускника

Бакалавр

Саратов 2016

КРАТКИЙ КУРС ЛЕКЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ АНАЛИЗ В ОТРАСЛЯХ

Направление подготовки	38.03.02. Менеджмент
Профиль подготовки / специализация / магистерская программа	Управленческий и финансовый учет
Квалификация (степень) выпускника	Бакалавр

***Разработчики: ст. преподаватель Продивлянова А.В,
доцент Кондак В.В..***

СОДЕРЖАНИЕ

1. СУЩНОСТЬ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО АНАЛИЗА И ЕГО ЗНАЧЕНИЕ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ.....	5
1. СОДЕРЖАНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО АНАЛИЗА	5
2. ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА ДЛЯ ЦЕЛЕЙ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ.....	5
3. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО АНАЛИЗА.....	7
4. МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ В УПРАВЛЕНЧЕСКОМ АНАЛИЗЕ.....	8.
2. УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ АНАЛИЗ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ.....	10
1. АНАЛИЗ ОБЪЕМОВ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ.....	10
1.1. ОСОБЕННОСТИ ПРОМЫШЛЕННОЙ ОТРАСЛИ.....	10
1.2. АНАЛИЗ ДИНАМИКИ И ВЫПОЛНЕНИЯ ПЛАНА ПО ПРОИЗВОДСТВУ ПРОДУКЦИИ.....	10
1.3. АНАЛИЗ РИТМИЧНОСТИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	12
1.4. АНАЛИЗ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ.....	13
1.5. АНАЛИЗ АССОРТИМЕНТА И СТРУКТУРЫ ПРОДУКЦИИ.....	15
2. АНАЛИЗ И УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ НА ПРОИЗВОДСТВО ПРОДУКЦИИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ.....	17
2.1. ЦЕЛИ И СОДЕРЖАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТЬЮ.....	17
2.2. АНАЛИЗ ЗАТРАТ НА ОДИН РУБЛЬ ПРОИЗВЕДЕННОЙ ПРОДУКЦИИ.....	17
2.3. АНАЛИЗ СОСТАВА И СТРУКТУРЫ ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО ПРОДУКЦИИ ПО ЭКОНОМИЧЕСКИМ ЭЛЕМЕНТАМ.....	18
2.4. АНАЛИЗ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ ПО КАЛЬКУЛЯЦИОННЫМ СТАТЬЯМ.....	19
2.5. ОПРЕДЕЛЕНИЕ РЕЗЕРВОВ СНИЖЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ.....	20
3. АНАЛИЗ ПРОДАЖ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	23
3.1. АНАЛИЗ ОБЪЕМОВ ПРОДАЖ И ДОГОВОРНЫХ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ ПО РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ.....	23
3.2. АНАЛИЗ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	24
3.3. АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ.....	25
4. АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....	27
4.1. ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ И ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ АНАЛИЗА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ.....	27
4.2. АНАЛИЗ СОСТАВА И ДИНАМИКИ БАЛАНСОВОЙ ПРИБЫЛИ.....	27
4.3. АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОТ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ.....	29
4.4. АНАЛИЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	30
4.5. ПОДСЧЕТ РЕЗЕРВОВ УВЕЛИЧЕНИЯ СУММЫ ПРИБЫЛИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ.....	31
3. УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ.....	33
1. ОСОБЕННОСТИ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	33
2. АНАЛИЗ ОБЪЕМА РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА.....	33
3. АНАЛИЗ ОБЕСПЕЧЕННОСТИ И ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТОВАРНЫХ РЕСУРСОВ.....	35
4. АНАЛИЗ ИЗДЕРЖЕК ОБРАЩЕНИЯ.....	36
5. АНАЛИЗ ПРИБЫЛИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....	37
4. УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ АНАЛИЗ В КАПИТАЛЬНОМ СТРОИТЕЛЬСТВЕ.....	40
1. ОСОБЕННОСТИ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ.....	40
2. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ЗАДАЧИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО АНАЛИЗА СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ.....	41

3. АНАЛИЗ ОБЪЕМА И СТРУКТУРЫ СТРОИТЕЛЬНО-МОНТАЖНЫХ РАБОТ.....	41
4. АНАЛИЗ РИТМИЧНОСТИ И КАЧЕСТВА СТРОИТЕЛЬНО-МОНТАЖНЫХ РАБОТ.....	42
5. ФАКТОРЫ ИЗМЕНЕНИЯ ОБЪЕМА СТРОИТЕЛЬНО-МОНТАЖНЫХ РАБОТ.....	43
6. АНАЛИЗ СЕБЕСТОИМОСТИ СТРОИТЕЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ.....	44

Лекция 1

СУЩНОСТЬ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО АНАЛИЗА И ЕГО ЗНАЧЕНИЕ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ.

1. СОДЕРЖАНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО АНАЛИЗА.

Управленческий анализ – это комплексный анализ внутренних ресурсов и внешних возможностей предприятия, направленный на оценку текущего состояния бизнеса, его сильных и слабых сторон, выявление стратегических проблем.

Управленческий анализ является основой процесса управления, так как он:

- является одной из функций процесса управления;
- пронизывает весь процесс управления, предшествует решениям и действиям, обосновывает их, контролирует их выполнения и аргументирует мероприятия по повышению эффективности деятельности организации при последующем принятии решений;
- как самостоятельный вид профессиональной деятельности может быть представлен в организации отдельным направлением деятельности управленческого аппарата.

Предметом управленческого анализа являются процессы хозяйственной деятельности, протекающие на предприятии и результаты его деятельности.

Объект управленческого анализа гораздо шире и может быть представлен как организация в целом, структурные подразделения, отдельные виды деятельности.

Цель управленческого анализа: предоставление информации собственникам и (или) менеджерам (другим заинтересованным лицам) для принятия управленческих решений, выбора вариантов развития, определения стратегических приоритетов. Поставленная цель позволяет сформулировать задачи управленческого анализа:

- проанализировать ресурсные возможности увеличения объема производства и продаж в результате лучшего использования средств труда, предметов труда, трудовых ресурсов;
- оценить возможные результаты производства и реализации продукции и пути ускорения процессов производства и реализации;
- принять решения по ассортименту и качеству продукции, запуску в производство новых образцов продукции;
- выработать стратегию управления затратами на производство по отклонениям, центрам затрат, ответственности;
- оценить место предприятия на рынке данного товара, выявить конкурентоспособность продукции, емкость рынка;
- определить политику ценообразования;
- проанализировать взаимосвязь объема продаж, затрат и прибыли с целью управления безубыточностью производства.

2. ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА ДЛЯ ЦЕЛЕЙ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ.

Концентрированным выражением процесса управления считается управленческое решение. Управленческое решение – результат управленческого анализа, прогнозирования, экономического обоснования и выбора альтернативы из множества вариантов достижения конкретной цели управления.

Принятие решений – это циклическая последовательность действий, направленных на разрешение проблем организации и заключающихся в анализе ситуации, генерации альтернатив, принятии решения и организации его выполнения.

Анализ ситуации – это этап, выполняющий функцию восприятия организацией внешней и внутренней среды. Данные о состоянии основных факторов внешней среды и положении дел в организации поступают к менеджерам и специалистам, которые классифицируют, анализируют информацию и сравнивают реальные значения контролируемых параметров с запланированными или прогнозируемыми, что, в свою очередь, позволяет им выявить проблемы, которые следует решить.

Идентификация проблемы – это диагноз проблемы, полный и правильный.

Для данного этапа важным является установление признаков проблемы.

Это могут быть:

- низкие показатели – прибыль, объем продаж, производительность труда, качество товаров и услуг;
- высокие показатели – издержки, текучесть кадров, многочисленные конфликты, напряженность в работе коллектива и т.д.

Выявление признаков помогает определить проблему в общем виде. Поэтому следует более глубоко исследовать причины возникшей проблемы и не спешить устранять только ее признаки.

Прежде чем рассматривать возможные варианты решения возникающей проблемы, следует определить показатели, по которым будет вестись сравнение альтернатив и выбор наилучшей. Эти показатели принято называть критериями выбора. Например, принимая решение о приобретении нового оборудования, можно ориентироваться на критерии цены, производительности, эксплуатационных расходов, эргономичности и т.п.

Разработка альтернатив заключается в поиске оптимального решения, позволяющего снять проблему и помогающей заранее отсечь непригодные альтернативы, используя критерии выбора, определенные на предыдущем этапе.

Выбор альтернативы предусматривает выбор наилучшей альтернативы. Поскольку выбор осуществляется, как правило, на основе не одного, а нескольких критериев, он всегда носит характер компромисса.

В результате разделения труда сложилось положение, при котором подготавливают, разрабатывают решение одни работники организации, принимают или утверждают – другие, а выполняют – третьи. Чтобы решение было реализовано, необходимы совместные действия всех членов организации. Поэтому в групповых процессах принятия решений весьма существенную роль играет стадия согласования.

Для успешной реализации решения прежде всего необходимо определить комплекс работ и ресурсов и распределить их по исполнителям и срокам, т.е. предусмотреть, кто, где, когда и какие действия должен предпринять, и какие для этого необходимы ресурсы. Если речь идет о достаточно крупных решениях, это может потребовать разработки программы реализации решения. В ходе осуществления этого плана руководитель должен следить за тем, как выполняется решение, оказывать в случае необходимости помощь и вносить определенные коррективы. В этом и состоит этап управление реализацией.

На этапе обратной связи осуществляется измерение и оценка последствий решения или сопоставление фактических результатов с теми, которые руководитель надеялся получить. Обратная связь, или поступление данных о том, что происходило до и после реализации решения, позволяет руководителю скорректировать его, пока организации не нанесен значительный ущерб.

На этапе (контроль, оценка и корректировка результатов) проводятся измерение и оценка последствий решения или сопоставление фактических результатов с теми,

которые руководитель надеялся получить. При сопоставлении достигнутых результатов с установленными стандартами прежде всего устанавливаются масштабы допустимых отклонений.

Выявленные отклонения определяют направление корректировочных действий:

- если отклонения незначительные, управление может не делать корректировок;
- если отклонения значительны, ликвидировать их можно либо доведением фактических результатов до уровня стандартов, либо путем корректировки самих стандартов.

В обоих случаях предоставляется обоснование на основе результатов проведенного экономического анализа.

3. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО АНАЛИЗА.

Разработка управленческих решений и достижение определенных результатов весьма затруднительны или невозможны без соответствующего информационного обеспечения.

Всю информацию, необходимую для проведения управленческого анализа на предприятии любой отрасли можно разделить на внутреннюю и внешнюю.

К внутренним источникам относятся: учетная и внеучетная информация.

Учетная информация включает в себя данные бухгалтерского, статистического и оперативного учета.

В рамках бухгалтерского учета выделяют управленческий учет и финансовый учет. Там, где не ведется управленческий учет, проведение управленческого анализа будет чрезвычайно затруднено бедностью информации.

К внеучетным внутренним источникам относят: плановые данные; внутренние нормативы (лимиты); акты различных проверок (налоговых, аудиторских, материалы инвентаризации, ревизии и т.д.); докладные, служебные и пояснительные записки сотрудников организации.

Большое значение в управленческом анализе имеет внешняя информация. Объемный блок внешней информации занимает – законодательство. Аналитик должен не только учитывать современное состояние вопроса, но и моделировать ситуацию с учетом изменений в законодательстве.

Аналитики в процессе своей деятельности собирают справочную информацию: цены на товары конкурентов, на оборудование и т.д.

К внешним информационным источникам относятся средства массовой информации (СМИ). Например, периодическая печать, публикующая годовые отчеты наиболее крупных фирм, сведения о выпуске отдельных видов продукции, кадровой политике, кадровых перестановках и т.д.

Информация для управленческого анализа должна формироваться в соответствии с принципом аналитичности.

Уровень аналитичности информации – это степень ее соответствия требованиям и целям управленческого анализа.

Аналитичность информации оценивается качественно и количественно с помощью следующих критериев:

- полнота охвата необходимых для анализа сведений (обеспеченность информацией);
- универсальность информации – возможность получения производных показателей;

- сопоставимость информации – возможность использования различных видов информации без дополнительной обработки (например, устранение влияния инфляционного фактора);

- степень достоверности информации;

- степень своевременности получения информации;

- ритмичность движения информационных потоков;

- степень готовности к механической обработке;

- низкая трудоемкость заполнения и обработки, удобство сбора и др.

4. МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ В УПРАВЛЕНЧЕСКОМ АНАЛИЗЕ.

В управленческом анализе предполагается использование специальных приемов и способов обработки информации, которые основываются на определенном методе. Метод науки – это способ исследования, подхода к изучению явлений и процессов.

Под базовым методом управленческого анализа понимается диалектический подход к изучению хозяйственных процессов. Характерные особенности методов исследования могут быть определены:

- использованием в ходе анализа определенного набора показателей и параметров, позволяющих исследовать изучаемые процессы в статике и динамике;

- причинно-следственным характером изучения отобранных и классифицированных показателей и параметров бизнес – деятельности (причинно-следственный подход анализа отклонений);

- использованием информационных технологий в ходе анализа, позволяющих имитировать хозяйственные ситуации и процессы и гипотетически объяснять поведенческие факторы, моделировать будущее бизнеса;

- построением аналитического инструментария на принципах системности, обусловленной тем, что хозяйственные процессы и ситуации являются сложными с экономической точки зрения, состоящими из многообразных взаимообусловленных элементов и взаимосвязанных сторон. В ходе управленческого анализа устанавливается, каким образом эти условия и связи в результате влияния и взаимодействия формируют целостность объекта изучения.

Методы управленческого анализа условно можно разделить на шесть групп:

1. Экономические. В ее состав входят: метод сравнения, индексный, метод цепных подстановок, разниц, логарифмический, долевого участия, интегральный, параметрический;

2. Экономико-статистические. Данная группа может быть представлена такими методами как метод средних величин, относительных величин, кластеризацией, группировкой, балансовым методом;

3. Экономико-математические. В состав данной группы входят следующие методы: регрессионно-корреляционный, дисперсионный, матричный;

4. Математические. В составе группы метод программирования, исследования операций, графический.

5. Имитационные. Данная группа представлена методом сценариев, ситуационным, позиционированием;

6. Эвристические. В ее состав входят: ранжирование, балловая оценка, анкетирование, социологический опрос, экспертная оценка, тестирование, ассоциативный метод.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ

1. Назовите предмет и объект управленческого анализа.

2. Назовите основную цель управленческого анализа.

3. Перечислите задачи управленческого анализа.
4. Определите циклическую последовательность действий в принятии управленческих решений.
5. Назовите внутренние источники информационного обеспечения управленческого анализа.
6. Назовите внешние источники информационного обеспечения управленческого анализа.
7. Определите критерии аналитичности.
8. Перечислите методы управленческого анализа.

Основная литература (библиотека СГАУ):

1. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий: учебник для студ. вузов по спец. 080502 "Экономика и управление на предприятии " (по отраслям) [Текст]; доп. УМО / ред. В. Я. Поздняков. - Москва: Инфра-М, 2013. - 617 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-003462-1

2. Бердникова, Т. Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учебное пособие для студ. вузов по эконом. и управленческим спец.; рек. МО РФ / Т. Б. Бердникова. - Москва: Инфра-М, 2013. - 215 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-000487-7

Дополнительная литература:

1. Басовский Л.Е., Басовская Е.Н. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 366с.

2. Губин В.Е., Губина О.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / В.Е. Губин, О.В. Губина. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2012. – 336 с.

3. Ковалев В.В., Волкова О.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. - М.: ТК Велби: Изд-во «Проспект», 2007. – 424 с.

Лекция 2

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ АНАЛИЗ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ.

1. АНАЛИЗ ОБЪЕМОВ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ.

1. ОСОБЕННОСТИ ПРОМЫШЛЕННОЙ ОТРАСЛИ.

Отрасль промышленности – это совокупность однородных предприятий, характеризующихся единством потребительского или экономического назначения производимой продукции, общностью перерабатываемого сырья, используемой материально-технической базы и профильного состава кадров.

Отрасли промышленности производят как средства производства (группа «А»), так и предметы потребления (группа «Б»).

До начала экономических реформ в товарной продукции промышленности на долю группы «А» приходилось примерно три четверти, а долю группы «Б» – одна четверть общего объема. Переход к рынку ситуацию изменил, так как конечная цель промышленности – производство предметов потребления (группа «Б»), а средства производства (группа «А») предназначены для осуществления этого. В разных отраслях промышленности это соотношение свое.

Отрасли промышленности классифицируются по различным направлениям в зависимости от характерных признаков, лежащих в основе формирования отрасли – от назначения продукции, характера используемого сырья, применяемой технологии и т.д.

В составе промышленности выделяются отрасли: добывающая, перерабатывающая, обрабатывающая.

В зависимости от особенностей организации производства различают сезонные и несезонные отрасли. К сезонным отраслям относятся, как правило, большинство перерабатывающих отраслей агропромышленного комплекса, т.е. специализированных на первичной обработке сезонного сельскохозяйственного сырья, и ряд других отраслей добывающей и обрабатывающей промышленности.

По способу обработки сырья и полупродуктов, т.е. в зависимости от применяемой технологии и соответственно используемой системы машин и аппаратов промышленность делится на отрасли с преобладанием биохимической, микробиологической и химической основы и отрасли с преобладающей механической основой обработки предметов труда. К первым, использующим аппаратные процессы, типично относятся химическая, микробиологическая, отдельные отрасли пищевой промышленности; ко вторым, применяющим систему машин, – машиностроительная, легкая, часть отраслей пищевой промышленности.

Промышленность тесно связана со всеми другими отраслями. Весьма тесные связи имеют место между промышленностью, сельским хозяйством, строительством, транспортом. Именно объективно сложившиеся тесные взаимосвязи между этими крупнейшими отраслями сформировали агропромышленный комплекс, топливно-энергетический комплекс, домостроительный и т.д.

Ведущая роль промышленности в системе всей национальной экономики очевидна, так как именно промышленность технически вооружает и перевооружает другие отрасли, генерирует и поставляет им передовые индустриальные технологии. В ней производится более половины валового внутреннего продукта и национального дохода.

2. АНАЛИЗ ДИНАМИКИ И ВЫПОЛНЕНИЯ ПЛАНА ПО ПРОИЗВОДСТВУ ПРОДУКЦИИ.

Продукция предприятия является прямым конечным результатом его основной деятельности. Одним из обобщающих показателей экономической эффективности

производства является рост производства продукции в стоимостном выражении. Развитие и расширение производства осуществляется за счет эффективного использования материальных, трудовых и денежных ресурсов. Кроме стоимостных измерителей производство продукции предприятий промышленности может оцениваться также в натуральных, условно-натуральных и трудовых измерителях.

Обобщающие показатели объема производства продукции получают обычно с помощью стоимостной оценки, для чего используют сопоставимые или текущие (фактические) цены. Однако объем выпуска продукции, исчисленный в стоимостном выражении, не всегда дает правильное представление об объеме выполненных предприятием работ по выпуску продукции. Это связано с тем, что на показатель объема выпуска продукции в стоимостном выражении оказывают влияние изменение структуры выпускаемой продукции и изменение стоимости сырья.

Важное значение для оценки выполнения производственной программы имеют и натуральные показатели объемов производства, реализации продукции (штуки, тонны и т.д.). Их используют при анализе объемов производства и реализации продукции по отдельным видам и группам однородной продукции.

Условно-натуральные показатели, как и стоимостные, применяются для обобщенной характеристики объемов производства продукции. Например, на консервных заводах используется такой показатель, как тысячи условных банок (туб).

Нормативные трудозатраты (в нормо-часах или нормированной зарплате) используются также для обобщенной оценки объемов выпуска продукции в тех случаях, когда в условиях многономенклатурного производства не представляется возможным использовать натуральные или условно-натуральные измерители.

Объем производства характеризуется валовой и чистой продукцией, объемом выпуска – готовой и товарной продукцией.

Валовая продукция (ВП) характеризует весь объем работы, выполненной предприятием за определенный период времени (месяц, квартал, год). В ее состав входит как готовая, законченная продукция, так и незаконченная продукция, так называемое незавершенное производство:

$$ВП = ТП + H_n - H_k,$$

где H_n , H_k – остатки незавершенного производства, полуфабрикатов и инструмента своего производства на начало и конец планового периода.

Чистая продукция — продукция, вновь созданная трудом в той или иной сфере материального производства. Чистая продукция может быть определена двумя способами:

- как валовая продукция за вычетом материальных затрат и амортизационных отчислений;
- как сумма заработной платы работников, чей труд затрачен на создание продукции, и прибыли предприятия от продажи произведенного товара.

Чистая продукция отражает вклад предприятия в создание национального дохода страны, так как учитывает только добавленную стоимость.

Готовая продукция – это продукция промышленного предприятия, которая завершена производством, соответствуют государственным стандартам или техническим условиям, принята отделом технического контроля, снабжена документами, удостоверяющими качество и предназначена для реализации на сторону.

Товарная продукция — продукция, произведенная для реализации за пределами предприятия. В ее состав входят:

- стоимость готовых изделий (готовая продукция),
- полуфабрикаты собственной выработки, отпущенные на сторону,
- стоимость переработки сырья и материалов заказчика,
- стоимость инструмента, штампов, моделей, приспособлений, отпущенных на сторону или зачисленных в основные фонды предприятия (продукция вспомогательных цехов).

Стоимость готовой продукции определяется в отпускных ценах предприятия: в фактически действующих ценах; в фиксированных (сопоставимых) ценах. Там где остатки незавершенного производства незначительны по размерам или не имеют больших колебаний в отчетных периодах, товарная и валовая продукция имеют одинаковый состав, в остальных случаях расчет валовой продукции следует исчислять с учетом остатков незавершенного производства:

$$ВП = ТП \pm И_{О.Н.ПР.} + С_3,$$

где $И_{О.Н.ПР.}$ – изменение остатков незавершенного производства,

$С_3$ – стоимость сырья и материалов заказчика.

Анализ объема производства продукции начинается с изучения динамики выпуска продукции, расчета темпов роста и прироста продукции.

Затем проводится оперативный анализ производства и отгрузки продукции, в котором отражаются плановые и фактические сведения о выпуске и отгрузке продукции по объему, ассортименту, качеству за день нарастающим итогом с начала месяца, а также отклонения от плана.

3. АНАЛИЗ РИТМИЧНОСТИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ.

Важным показателем эффективности производства является ритмичность производства. Под ритмичностью понимается равномерность выпуска продукции в равные отрезки времени в течение отчетного периода в объеме и ассортименте, предусмотренных планом.

Ритмичная работа хозяйствующего субъекта свидетельствует о рациональной организации производства и труда. Неритмичная работа ухудшает все экономические показатели работы: снижается качество, увеличивается объем незавершенного производства, увеличиваются сверхплановые остатки готовой продукции на складе, замедляется оборачиваемость капитала, не выполняются контракты, договора – поставки.

Для характеристики ритмичности выпуска продукции используются прямые и косвенные показатели. К прямым показателям относятся:

- коэффициент ритмичности,
- коэффициент аритмичности,
- удельный вес производства продукции за i -ый период в общем выпуске продукции.

Косвенные показатели ритмичности – наличие доплат за сверхурочные работы, оплата простоев по вине предприятия, потери от брака, уплата штрафов за недопоставленную продукцию и т.д.

Обобщающим показателем равномерности выпуска продукции является коэффициент ритмичности.

Коэффициент ритмичности можно определить несколькими способами:

4. Коэффициент ритмичности ($K_{рит}$) равен отношению суммы фактически выпущенной продукции в пределах плана за ряд последовательных отрезков

времени анализируемого периода к сумме планового выпуска продукции за этот же период:

$$K_{РИТ} = (\sum q_{фzO} \text{ не больше } \sum q_{oZo}) / \sum q_{oZo},$$

где $\sum q_{фzO}$ - сумма фактического выпуска продукции в сопоставимых ценах,

$\sum q_{oZo}$ – сумма планового выпуска.

5. Коэффициент ритмичности можно определить путем суммирования фактических удельных весов выпуска за каждый период, но не более планового их уровня.

Чем ближе коэффициент ритмичности производства к единице, тем равномернее выполнение задания.

Коэффициент ритмичности показывает, сколько выпущено продукции в сроки, установленные планом-графиком.

Причины аритмичности – тяжелое финансовое состояние предприятия, трудности сбыта продукции, низкий уровень организации, технологии и материально-технического обеспечения производства, а также планирования и контроля.

Коэффициент аритмичности можно определить как разность между коэффициентом ритмичности и 1:

$$K_{АРИТ} = K_{РИТ} - 1.$$

В заключение проведенного анализа необходимо определить стоимость недовыпущенной продукции в установленные планом-графиком сроки в результате неритмичной работы предприятия.

Стоимость недовыпущенной продукции определяется путем умножения планового объема выпуска ($V_{ПЛ}$) на коэффициент аритмичности:

$$\sum V_{НЕДОВ} = V_{ПЛ} * K_{АРИТ}.$$

4. АНАЛИЗ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ.

Качество – это совокупность потребительных свойств продукции, удовлетворяющих конкретную потребность. Качество характеризуется надежностью, долговечностью, безопасностью, наличием или отсутствием рекламации.

Достигнутый в хозяйствующем субъекте уровень качества продукции не является стабильным длительное время, то есть качество – величина непостоянная, так как требования потребителей, методы производства и политика конкурирующих организаций непрерывно изменяются.

Основными задачами анализа качества являются:

- оценка качества выпускаемой продукции;
- выявление причин снижения качества;
- установление влияния изменения качества на объем выпуска.

К обобщающим показателям, характеризующим качество продукции, относят:

- объем и удельный вес сертифицированной продукции в общем объеме выпуска продукции;

- удельный вес аттестованной и неаттестованной продукции;
- удельный вес продукции высшей категории качества;
- средний коэффициент сортности;
- удельный вес новой продукции в общем ее выпуске;
- удельный вес продукции, соответствующей мировым стандартам;
- удельный вес экспортируемой продукции.

Обобщающие показатели характеризуют качество всей продукции независимо от ее вида и назначения.

Индивидуальные показатели качества продукции характеризуют одно из ее свойств:

- полезность (жирность молока, содержание белка в продуктах питания, зольность угля, содержание железа в руде);
- надежность (долговечность, безотказность в работе);
- технологичность, т.е. эффективность конструкторских и технологических решений (трудоемкость, энергоемкость);
- эстетичность изделий.

Косвенные показатели – это штрафы на некачественную продукцию, удельный вес забракованной продукции, доля зарекламированной продукции, потери от брака и др.

Анализ качества начинается с общей оценки выполнения задания и динамики выпуска сертифицированной продукции. Сертификация – это процедура, посредством которой авторитетным органом проверяется и удостоверяется соответствие отдельных видов продукции требованиям, определенным в нормативно-технических документах. Данные для анализа берутся из оперативно-технического учета и отчетности.

Сопоставляя фактический удельный вес или коэффициент сертифицированной продукции с аналитическими показателями за прошлый год или заданием, можно судить о выполнении задания повышения качества или изменении качества по сравнению с прошлым годом.

При невыполнении задания по выпуску сертифицированной продукции необходимо проанализировать номенклатуру сертифицированной продукции и установить, по каким видам продукции фактический объем не достиг планового уровня. Следует выяснить причины изменения удельного веса сертифицированной продукции по сравнению с прошлым годом.

По продукции, качество которой характеризуется сортом или кондицией, рассчитывают ее долю в общем объеме производства, средний коэффициент сортности, средневзвешенную цену продукции в сопоставимых условиях. При оценке выполнения плана по структуре фактическую долю каждого сорта в общем объеме продукции сравнивают с плановой, а для изучения динамики качества – с данными прошлых периодов.

Коэффициент сортности можно определить как отношение стоимости продукции всех сортов к стоимости продукции, исчисленной по первому сорту.

Важнейшим направлением аналитической работы является анализ новых видов продукции (работ, услуг). По данным оперативно-технического учета и отчетности рассчитываются и анализируются следующие показатели:

- уровень модернизации продукции как отношение объема модернизированной продукции к общему объему выпуска продукции в действующих оптовых ценах.
- уровень обновления продукции как отношение объема новой продукции к общему объему выпуска продукции в действующих оптовых ценах.

Рассчитанные показатели сопоставляются с плановыми показателями за предыдущий период, за ряд лет.

Важным косвенным показателем качества продукции является брак. Он делится на исправимый и неисправимый, внутренний (выявленный в организации) и внешний (выявленный у потребителя). Выпуск бракованной продукции ведет к росту себестоимости и снижению объема производства продукции. В процессе анализа изучают динамику брака по абсолютной сумме и удельному весу в общем выпуске товара, определяют потери от брака.

Основными причинами понижения качества товаров могут быть:

- плохое качество сырья;
- низкий уровень технологии и организации производства;

- низкая квалификация работников;
- аритмичность производства и др.

После изучения причин снижения качества и допущенного брака продукции по местам их возникновения определяют центры ответственности и разрабатывают мероприятия по их устранению.

2. . АНАЛИЗ АССОРТИМЕНТА И СТРУКТУРЫ ПРОДУКЦИИ.

Большое влияние на результаты хозяйственной деятельности оказывают ассортимент и структура производства и реализации продукции. Ассортимент представляет собой состав однородной продукции по видам, сортам, маркам.

При формировании ассортимента и структуры выпуска продукции предприятие должно учитывать, с одной стороны, спрос на данные виды продукции, а с другой – наиболее эффективное использование трудовых, сырьевых, технических, технологических, финансовых и других ресурсов, имеющихся в его распоряжении. Система формирования ассортимента включает в себя:

- определение текущих и перспективных потребностей покупателей;
- оценку уровня конкурентоспособности выпускаемой или планируемой к выпуску продукции;
- изучение жизненного цикла изделий на рынках, принятие своевременных мер по внедрению новых, более совершенных видов продукции и изъятие из производственной программы морально устаревших и экономически неэффективных изделий;
- оценку экономической эффективности и степени риска изменений в ассортименте продукции.

В процессе анализа необходимо выяснить, как предприятие выполняет план по ассортименту в натуральном и стоимостном выражении, какова динамика выпуска отдельных видов продукции.

В процессе анализа необходимо установить выполнение плана и динамику по производству сертифицированной продукции. Дать оценку выполнения задания по сертифицированной продукции.

Особое внимание необходимо уделить изучению выполнения плана по выпуску новых видов продукции, которая может выступать как дополнение к существующему в прошлом периоде ассортименту, либо как замена выпускаемой продукции. По результатам проведенного анализа необходимо сделать соответствующие выводы.

Выполнить задание по ассортименту означает выпустить продукцию по заданной номенклатуре, т.е. по перечню названий.

Для оценки выполнения плана по ассортименту рассчитывают одноименный коэффициент:

$$K_{AC} = \frac{\text{Выпуск продукции, зачтенный в выполнение плана по ассортименту}}{\text{Выпуск продукции по плану}}.$$

Продукция, изготовленная сверх плана или не предусмотренная планом, не засчитывается в выполнение плана по ассортименту.

Данный способ расчета приемлем в том случае и на тех предприятиях, где номенклатура выпускаемой продукции невелика.

В тех случаях, когда номенклатура выпускаемой продукции велика, а следовательно, невозможно воспользоваться первым способом расчета, используют более простой способ.

Для этого необходимо определить сумму недовыпущенной продукции по видам, по которым план невыполнен, вычесть полученную сумму из планового объема продукции, полученный результат разделить на сумму планового выпуска продукции и умножить на 100%.

Увеличение объема производства по одним видам продукции и сокращение по другим видам продукции приводит к изменению ее структуры. Выполнить план по структуре – значит, сохранить в фактическом выпуске продукции запланированные соотношения отдельных ее видов.

Изменение ассортимента и структуры производства оказывает большое влияние на все экономические показатели: объем выпуска в стоимостной оценке, материалоемкость, себестоимость, прибыль, рентабельность. Если увеличивается удельный вес более дорогой продукции, то объем ее выпуска в стоимостном выражении возрастает и наоборот. Возрастание удельного веса высокорентабельной продукции приводит к увеличению прибыли, и наоборот.

Оценка выполнения задания по ассортименту предполагает выявление причин невыполнения плана по ассортименту и определение мероприятий по обеспечению выполнения плана. Всю совокупность причин, влияющих на данный показатель, можно разделить на две группы: внешние и внутренние.

К внешним причинам относят конъюнктуру рынка, востребованность продукции по видам изделий, состояние рынка сырья и материально-технического обеспечения.

К внутренним причинам относят низкий уровень организации производства и труда, низкое техническое состояние активной части основных фондов, непроизводительные потери рабочего времени, недостатки в системе управления и материального стимулирования работников.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ

1. Определите особенности промышленной отрасли.
2. Что включает анализ выполнения плана по объему производства продукции?
3. Что такое ритмичность выпуска продукции?
4. Какие показатели исчисляются при анализе ритмичности производства продукции?
5. С помощью каких показателей анализируется качество выпускаемой продукции?
6. Каким способом можно оценить выполнение плана по ассортименту выпускаемой продукции.
7. Назовите причины, влияющие на ассортимент, выпускаемой продукции.
8. Назовите резервы выпуска продукции.

Основная литература (библиотека СГАУ):

1. Бердникова, Т. Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учебное пособие для студ. вузов по эконом. и управленческим спец.; рек. МО РФ / Т. Б. Бердникова. - Москва: Инфра-М, 2013. - 215 с.
2. Савицкая, Г. В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учебник для студ. по спец. "Бухгалтерский учет, анализ и аудит"; рек. УМО / Г. В. Савицкая. - Москва: Инфра-М, 2013. - 607 с.

Дополнительная литература:

1. Басовский Л.Е., Басовская Е.Н. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 366с.
2. Губин В.Е., Губина О.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / В.Е. Губин, О.В. Губина. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2012. – 336 с.
3. Ковалев В.В., Волкова О.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. - М.: ТК Велби: Изд-во «Прспект», 2007. – 424 с.

Лекция 3

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ АНАЛИЗ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ. **2. АНАЛИЗ И УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ НА ПРОИЗВОДСТВО ПРОДУКЦИИ** **ПРОМЫШЛЕННОСТИ.**

2.1. ЦЕЛИ И СОДЕРЖАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТЬЮ.

В процессе производственной деятельности необходимо постоянно соизмерять доходы с затратами. И прежде чем принимать какое-либо решение, касающееся своего производства, руководитель должен знать – принесут ли эти изменения доход.

В системе показателей, характеризующих эффективность производства, ведущее место принадлежит себестоимости продукции. В нем синтезируются все стороны производственной деятельности: степень использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов, качество работы отдельных работников и руководства в целом.

Себестоимость продукции представляет собой стоимостную оценку используемых в процессе производства сырья, материалов, топлива, энергии, основных средств, трудовых ресурсов, а также других затрат на производство и сбыт продукции.

Главная цель анализа себестоимости – выявление возможностей более рационального использования производственных ресурсов, поиск резервов снижения затрат на производство и реализацию продукции.

Основными задачами анализа себестоимости продукции являются:

1. Осуществление системного контроля за выполнением плана снижения себестоимости;
2. Изучение влияния факторов на изменение ее уровня;
3. Выявление резервов снижения себестоимости продукции;
4. Разработка мероприятий, направленных на освоение выявленных резервов.

Основными источниками информации при анализе себестоимости продукции являются: формы № 2 и 5 годового отчета, калькуляции отдельных видов продукции, действующие нормы и нормативы расхода материальных, трудовых и денежных затрат, сметы расходов и фактическое их выполнение в разрезе отдельных статей управленческих и коммерческих расходов, затрат на содержание и эксплуатацию оборудования и другие материалы учета и отчетности.

2.2. АНАЛИЗ ЗАТРАТ НА ОДИН РУБЛЬ ПРОИЗВЕДЕННОЙ ПРОДУКЦИИ.

Важный обобщающий показатель себестоимости продукции – затраты на рубль произведенной продукции. Он универсален, так как может быть рассчитан для предприятия, что очень важно при сравнительном анализе уровня себестоимости различных предприятий. И, во-вторых, наглядно показывает прямую связь между себестоимостью и прибылью.

Затраты на 1 руб. показывают себестоимость одного рубля обезличенной продукции и определяются делением общей суммы затрат на производство и реализацию выпущенной продукции на стоимость этой продукции в оптовых ценах (без НДС и акциза). Формула расчета этого показателя имеет следующий вид:

$$\zeta = \sum q_c / \sum q_z,$$

где ζ – затраты на 1 руб. объема продукции, коп.;

q – количество выпущенной продукции в натуральном выражении;

c – себестоимость;

z – цена.

Данный показатель применяется для контроля за динамикой себестоимости. Используя его можно провести межхозяйственные сравнения.

На изменение уровня затрат на 1 руб. продукции могут оказывать влияние следующие факторы: изменение структуры и ассортимента выпущенной продукции, изменение себестоимости продукции, изменение цен на продукцию.

При изменении объема и структуры продукции в ней происходит увеличение доли одних и уменьшение доли других видов продукции. Так как затраты по видам продукции различаются, то при росте удельного веса той продукции, затраты на рубль которых ниже, чем по всей произведенной продукции, величина затрат на один рубль продукции против плана снизится, и наоборот.

Изменение себестоимости продукции приводит к прямо пропорциональному изменению затрат на один рубль продукции. Чем меньше полная себестоимость всей продукции, тем меньше показатель затрат на один рубль продукции, и наоборот.

Изменение оптовых цен оказывает обратное влияние на величину затрат на один рубль продукции. Если оптовые цены снижаются, то затраты на один рубль продукции растут, и наоборот.

Факторный анализ показывает, как и на какую сумму изменилась величина затрат под воздействием каждого фактора. Анализ можно провести способом цепных подстановок.

Для того чтобы проанализировать изменение затрат на один рубль продукции, необходимо:

1. Рассчитать затраты на один рубль продукции при всех плановых показателях:

$$C_{\text{пл}} = \sum q_{\text{пл}} c_{\text{пл}} / \sum q_{\text{пл}} z_{\text{пл}} .$$

2. Рассчитать затраты на один рубль продукции, пересчитанные на фактический выпуск и ассортимент:

$$C_{\text{пл}} q_{\text{ф}} = \sum q_{\text{ф}} c_{\text{пл}} / \sum q_{\text{ф}} z_{\text{пл}} .$$

3. Рассчитать затраты на один рубль продукции, пересчитанные на фактическую себестоимость, т.е. фактический выпуск в ценах, принятых в плане:

$$C_{\text{пл}} q_{\text{ф}} = \sum q_{\text{ф}} c_{\text{ф}} / \sum q_{\text{ф}} z_{\text{пл}} .$$

6. Рассчитать фактические затраты в ценах, действующих в отчетном году:

$$C_{\text{ф}} q_{\text{ф}} = \sum q_{\text{ф}} c_{\text{ф}} / \sum q_{\text{ф}} z_{\text{ф}} .$$

Для того чтобы определить фактическую экономию (перерасход) на весь выпуск продукции, необходимо экономию (перерасход) на один рубль продукции умножить на фактический выпуск продукции.

2.3. АНАЛИЗ СОСТАВА И СТРУКТУРЫ ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО ПРОДУКЦИИ ПО ЭКОНОМИЧЕСКИМ ЭЛЕМЕНТАМ.

Экономическим элементом называется однородный вид затрат на производство и реализацию продукции, независимо от того, где эти затраты осуществлены.

В экономике предприятия принято выделять следующие экономические элементы:

1. Материальные затраты (за вычетом возвратных отходов);
2. Затраты на оплату труда, включая выплаты работникам организации в денежной и натуральной форме; стимулирующие доплаты и надбавки; компенсирующие выплаты; премии и единовременные поощрительные выплаты, а также затраты, связанные с содержанием работника, предусмотренные контрактом;
3. Отчисления на социальные нужды (в пенсионный фонд, фонд социального страхования, фонд медицинского страхования);

4. Амортизация основных средств;
5. Прочие затраты.

Классификация по экономическим элементам одинакова для всех предприятий независимо от их размера и отраслевой принадлежности. Данная классификация служит для принятия решений по снижению себестоимости продукции, расчета потребности в оборотных средствах, расчета сметы затрат и обоснования инвестиций.

Анализ затрат по экономическим элементам заключается в их сравнении с планом (сметой) и с предыдущим периодом, в изучении структуры затрат, т.е. удельного веса каждого элемента в общей сумме затрат.

Структура затрат по экономическим элементам отражает: материалоемкость, энергоемкость, трудоемкость производства, капиталоемкость, фондоемкость.

По изменению удельного веса расходов на заработную плату определяют изменение трудоемкости продукции. Увеличение удельного веса затрат является следствием увеличения трудоемкости продукции, и наоборот.

По изменению удельного веса материальных затрат можно определить изменение производительности труда. Увеличение удельного веса материальных затрат является следствием роста производительности труда и наоборот.

По изменению удельного веса амортизационных отчислений определяют изменение технического уровня производства.

В целом анализ затрат по экономическим элементам позволяет установить влияние технического прогресса на структуру затрат.

Уменьшение доли заработной платы и одновременно рост доли амортизации свидетельствуют о повышении технического уровня производства, о росте производительности труда.

Снижение удельного веса заработной платы является результатом увеличения доли покупных полуфабрикатов, покупных комплектующих изделий, что говорит о повышении уровня кооперации и специализации.

2.4. АНАЛИЗ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ ПО КАЛЬКУЛЯЦИОННЫМ СТАТЬЯМ.

Одним из важнейших вопросов оценки себестоимости продукции является ее анализ по статьям затрат. Группировка затрат по элементам указывает на то, что затрачено, какие производственные ресурсы и в какой пропорции потреблялись в производстве, но для внутризаводского планирования и обнаружения резервов снижения себестоимости продукции этого недостаточно. Для этого на помощь приходит анализ себестоимости продукции по калькуляционным статьям.

Группировка затрат по статьям себестоимости характеризует назначение затрат и их роль в процессе производства, отражает связь затрат и результатов, определяет целесообразность затрат. В этой группировке можно четко проследить взаимосвязь затрат с объемом производства, их разделение на прямые и косвенные, постоянные и переменные, что является обязательным условием применения в анализе.

Состав статей калькуляции может в определенной мере отличаться в зависимости от отраслевой специфики производства. Наиболее типовыми статьями затрат, включаемыми в калькуляцию себестоимости, являются следующие:

1. Сырье и материалы.
2. Возвратные отходы.
3. Покупные изделия, полуфабрикаты и услуги производственного характера сторонних предприятий и организаций.
4. Топливо и энергия на технологические цели.

5. Заработная плата производственных рабочих.
6. Отчисления на социальные нужды.

Все перечисленные выше статьи расходов относятся к прямым затратам и, как правило, прямо и непосредственно включаются в себестоимость продукции, с производством которой они связаны.

7. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования.
8. Общепроизводственные расходы.
9. Общехозяйственные расходы.
10. Потери от брака.
11. Прочие производственные расходы.
12. Коммерческие расходы.

Косвенные основные расходы находятся в прямой зависимости от времени работы оборудования или массы перевозимых грузов и других факторов. Поэтому их распределяют между видами продукции и работ пропорционально конкретным базам распределения, обеспечивая при этом возможную точность их отнесения на конкретный вид продукции или работ. К таким расходам относятся, например, часть расходов по содержанию и эксплуатации оборудования.

Одновременно с анализом затрат на производство по статьям расходов необходимо изучить и структуру себестоимости продукции. Анализ структуры себестоимости продукции характеризует уровень отдельных статей расходов и их влияние на себестоимость изделий.

Сравнение удельных весов соответствующих расходов отчетного года с показателями предыдущего года, а также за ряд отчетных периодов позволяет выявить изменение уровня издержек, обусловленных степенью специализации производства, внедрением новой техники и прогрессивной технологии, сокращением расходов на управление и обслуживание производства и т.д.

Дальнейший анализ заключается в детализации затрат по каждой статье себестоимости, причем обобщающие показатели можно последовательно разложить вплоть до самых первичных хозяйственных операций, привлекая для анализа данные бухгалтерского учета. В первую очередь следует анализировать затраты по тем статьям себестоимости, по которым допущены большие перерасходы, непроизводственные потери, а также по статьям, занимающим значительный удельный вес в себестоимости продукции.

2.5. ОПРЕДЕЛЕНИЕ РЕЗЕРВОВ СНИЖЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ.

Основным резервом снижения себестоимости продукции является:

1. увеличение объема производства продукции;
2. сокращение затрат на ее производство за счет роста уровня производительности труда, экономного использования материальных ресурсов и т.д.

Все резервы снижения затрат на производство продукции можно выявить за счет следующих источников:

1. ликвидации перерасходов по отдельным статьям затрат по каждому виду продукции;
2. снижения стоимости оказанных услуг вспомогательными и обслуживающими производствами;
3. ликвидации перерасхода по отдельным статьям общепроизводственных и общехозяйственных расходов.

К резервам снижения себестоимости продукции за счет ликвидации перерасхода по отдельным статьям затрат следует относить: перерасход допущенный по причинам

самого предприятия или его производственных подразделений, и не включать отклонения, которые произошли по независящим от данного коллектива причинам. В общем виде формула снижения себестоимости продукции можно записать следующим образом:

$$P\downarrow C = C_{\text{в}} - C_{\text{ф}} = \frac{З_{\text{ф}} - P\downarrow З + З_{\text{д}}}{VPP_{\text{ф}} + P\uparrow VPP} - \frac{З_{\text{ф}}}{VPP_{\text{ф}}}$$

где $P\downarrow C$ – резерв сокращения затрат на производство продукции;
 $C_{\text{в}}$ – возможный уровень себестоимости продукции;
 $C_{\text{ф}}$ – фактический уровень себестоимости продукции;
 $З_{\text{ф}}$ – фактические затраты на производство продукции;
 $P\downarrow З$ – резерв сокращения затрат на производство продукции;
 $З_{\text{д}}$ – дополнительные затраты, необходимые для освоения резервов увеличения производства продукции;
 $VPP_{\text{ф}}$ – фактический объем производства продукции;
 $P\uparrow VPP$ – резерв увеличения производства продукции.

Резервы снижения затрат выявляются по каждой статье расходов за счет конкретных организационно-технических мероприятий, которые способствуют экономии заработной платы, сырья материалов и т.д.

Экономия затрат по оплате труда в результате внедрения организационно-технических мероприятий можно рассчитать по формуле:

$$P\downarrow ЗП = (TE_1 - TE_0) * OT_{\text{пл}} * VPP_{\text{пл}},$$

где TE_1 – трудоемкость продукции после внедрения соответствующего мероприятия;

TE_0 – трудоемкость продукции до внедрения мероприятия;

$OT_{\text{пл}}$ – плановый уровень среднечасовой оплаты труда

$VPP_{\text{пл}}$ – объем производства продукции по плану.

Резерв снижения материальных затрат на производство продукции за счет внедрения новых технологий:

$$P\downarrow МЗ = (УР_1 - УР_0) * VPP_{\text{пл}} * Ц_{\text{пл}},$$

где $УР_1$ – расход материальных ресурсов на единицу продукции после внедрения организационно-технических мероприятий;

$УР_0$ – расход материальных ресурсов на единицу продукции до внедрения организационно-технических мероприятий;

$VPP_{\text{пл}}$ – объем производства продукции по плану;

$Ц_{\text{пл}}$ – планируемые цены на материальные ресурсы.

Резерв сокращения расходов на содержание основных средств за счет продажи, передачи в долгосрочную аренду, списания ненужных определяется умножением первоначальной их стоимости на норму амортизации.

Одним из резервов снижения себестоимости продукции является снижение затрат на услуги вспомогательных и обслуживающих производств (автотранспортные расходы, электро-, водоснабжение). Если себестоимость 1-го тонно-км, киловатт- часа электроэнергии, кубометра воды выше плана, то это необходимо учесть при подсчете резерва снижения себестоимости.

Сумма резервов определяется как разность между фактической себестоимостью и плановой себестоимостью по каждому виду продукции, услуг, работ умноженному на их объем.

Дополнительные затраты по освоению резервов увеличения производства продукции подсчитываются отдельно по каждому его виду. К ним относятся затраты на зарплату, расход сырья, материалов, топлива, комплектующих и других переменных затрат на дополнительный выпуск продукции. Для определения их величины необходимо резерв увеличения выпуска продукции определенного вида умножить на фактический уровень удельных переменных затрат:

$$З_{\text{д}} = P \uparrow \text{VПП} * З_{\text{ПЕР}i},$$

где $З_{\text{ПЕР}i}$ – переменные затраты i -го ресурса по факту.

Резервы подсчитываются по каждому виду продукции и по каждому организационно-техническому мероприятию.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ

1. Перечислите основные задачи анализа себестоимости производства продукции.
2. Какие источники анализа используются для анализа себестоимости продукции?
3. В чем заключается экономический смысл показателя затрат на один рубль произведенной продукции?
4. Что показывает анализ затрат по экономическим элементам?
5. Какие статьи затрат включают в себестоимость продукции?
6. Какова методика определения резервов снижения себестоимости продукции.

Основная литература (библиотека СГАУ):

1. Бердникова, Т. Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учебное пособие для студ. вузов по эконом. и управленческим спец.; рек. МО РФ / Т. Б. Бердникова. - Москва: Инфра-М, 2013. - 215 с.
2. Савицкая, Г. В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учебник для студ. по спец. "Бухгалтерский учет, анализ и аудит"; рек. УМО / Г. В. Савицкая. - Москва: Инфра-М, 2013. - 607 с.

Дополнительная литература:

1. Басовский Л.Е., Басовская Е.Н. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 366с.
2. Губин В.Е., Губина О.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / В.Е. Губин, О.В. Губина. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2012. – 336 с.
3. Ковалев В.В., Волкова О.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник.- М.: ТК Велби: Изд-во «Проспект», 2007. – 424 с.

Лекция 4

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ АНАЛИЗ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ.

3. АНАЛИЗ ПРОДАЖ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ.

3.1. АНАЛИЗ ОБЪЕМОВ ПРОДАЖ И ДОГОВОРНЫХ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ ПО РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ.

Объем продаж произведенной продукции – это важный показатель, характеризующий деятельность организации. Анализ этого показателя имеет большое значение для оценки ее деятельности как на этапе планирования, так и выполнения производственных заданий.

Основные источники информации анализа реализации продукции: накладные на отгрузку продукции, данные аналитического бухгалтерского учета и отчетности, таблицы бизнес-плана предприятия.

Анализ объема продаж следует начинать с изучения динамики реализованной продукции, расчета индексов роста и прироста. В процессе анализа фактические данные сравнивают с плановыми, с данными предшествующих периодов, при этом проводится полный сравнительный вертикальный и горизонтальный анализ, т.е. рассчитывается процент выполнения плана, абсолютное и относительное отклонение от плановых значений или от показателей периода, принятого за базисный.

Для обобщающей оценки динамики реализации продукции в целом по предприятию ее объем выражается в сопоставимых ценах и рассчитывается индекс физического объема продаж:

$$I_{\text{рп}} = \frac{\sum (VPP_1 \cdot Ц_0)}{\sum (VPP_0 \cdot Ц_0)},$$

где $I_{\text{рп}}$ – индекс физического объема по реализации продукции;
 VPP_1 и VPP_0 – объем реализации продукции соответственно в текущем и базисном периодах;

$Ц_0$ – цена единицы продукции базисного периода.

Продажа продукции является связующим звеном между производителем и потребителем. В ходе последующего анализа необходимо изучить договорные обязательства по реализации продукции.

Источником информации являются договора на поставку продукции по каждому потребителю, в том числе по продукции на экспорт, данные отгрузки по потребителям и др.

Договор определяет права и обязанности сторон по поставке всех видов продукции. Если договор или его отдельные условия противоречат законодательству, то такой документ недействителен.

Договор может быть изменен или расторгнут только по соглашению сторон, если иное не предусмотрено законодательством.

Изменение срока действия или расторжение договора оформляется дополнительным соглашением, подписываемым сторонами, либо путем обмена письмами, телефонограммами.

Сторона, получившая предложение об изменении или расторжении договора либо о продлении срока действия договора обязана уведомить в срок указанный в предложении или установленный законом либо договором, а при его отсутствии – в тридцатидневный срок.

В процессе анализа изучаются причины невыполнения договорных обязательств: необеспеченности договоров производством данного вида продукции, несоответствия видов продукции и качества поставляемой продукции предусмотренным договором.

Анализ невыполнения поставок в соответствии с заключенными договорами в разрезе потребителей можно дополнить изучением плана поставок за каждый месяц, выявлением причин недопоставки.

Анализ договорных обязательств необходимо дополнить анализом динамики и выполнения плана реализации продукции по каналам реализации (государству, на рынке, другим организациям, работникам предприятия и т.д.).

3.2. АНАЛИЗ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ.

Одним из наиболее существенных направлений маркетингового анализа предприятия является его ценовая политика на реализуемую продукцию. Цена – это количество денег (или других товаров, услуг), уплачиваемое за единицу товара. В рыночных условиях для производителя и покупателя именно цена является одним из основных ориентиров. Цены на продукцию должны покрывать все издержки предприятия, обеспечивать предприятию запланированную прибыль, конкурентоспособность продукции и спрос на нее.

Ценовая политика состоит в том, что предприятие устанавливает цены на таком уровне и так изменяет их в зависимости от ситуации на рынке, чтобы обеспечить достижение краткосрочных и долгосрочных целей, например: овладение определенной долей рынка, завоевание лидерства на рынке, получение запланированной суммы прибыли, максимизация прибыли, выживание организации и т.д. С учетом этого следует рассмотреть факторы формирования цены. Важнейший внутренний фактор – снижение себестоимости производимой продукции.

К внутренним факторам формирования цены на предприятии можно отнести и другие факторы, такие как:

- особенности производственного процесса (продукция мелкосерийного и индивидуального процессов имеет более высокую себестоимость и, соответственно, цену; товары массового производства имеют относительно низкие издержки и менее высокую цену);
- гибкость и мобильность производственного процесса, длительность продвижения товара по цепочке между производителем и потребителем;
- эффективность рекламной деятельности, специфика, степень уникальности и уровень качества производимой продукции;
- имидж и авторитет производителя на внутреннем и внешнем рынках;
- рыночная стратегия и тактика производителя (ориентация на один или несколько рыночных сегментов);
- характер и специфика жизненного цикла продукции. Так на стадии проникновения товара на рынок обычно применяют политику «снятия сливок». На стадии роста политика ценообразования должна ориентироваться на долгосрочную перспективу. На стадии зрелости ценовая политика, как правило, нацелена на получение краткосрочной прибыли, а на стадии спада следует применять скидки, пока не появится новый товар.

Внешние факторы формирования цены, влияющие на уровень ценообразования, включают:

- степень политической стабильности в стране, где производится товар;
- наличие или отсутствие на рынке трудовых, материальных или иных ресурсов;
- характер и принципы государственной политики;
- уровень, темп изменения инфляции;

- масштабы и сегментация рынка;
- объем рынка и характеристики фактически существующего и перспективного покупательского спроса;
- наличие, уровень и характер конкуренции на рынке однородной продукции.

Общее воздействие этих факторов приводит к установлению такого уровня цен, при котором достигается и сохраняется сбалансированность экономической деятельности.

Факторы, способствующие снижению цен: рост производства, технический прогресс, снижение издержек производства и обращения, конкуренция, снижение налогов, расширение рыночных связей.

Факторы, вызывающие рост цен: спад производства, нестабильность экономической ситуации, монополия предприятия, ажиотажный спрос на продукцию, увеличение массы денег в обращении, рост налогов, рост зарплаты, улучшение качества товара, соответствие моде, рост цены на рабочую силу, низкая эффективность производства.

3.3. АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ.

Под конкурентоспособностью понимают характеристику продукции, которая показывает ее отличие от товара-конкурента как по степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение.

Оценка конкурентоспособности продукции основывается на исследовании потребностей покупателя и требований рынка. Чтобы товар удовлетворял потребности покупателя, он должен соответствовать определенным параметрам:

- техническим (свойства товара, область его применения и назначения);
- эргономическим (соответствие товара свойствам человеческого организма);
- эстетическим (внешний вид товара);
- нормативным (соответствие товара действующим нормам и стандартам);
- экономическим (уровень цен на товар, сервисное его обслуживание, размер средств, имеющихся у потребителя для удовлетворения данной потребности).

Для оценки конкурентоспособности необходимо сопоставить параметры анализируемого продукта и продукта-конкурента с уровнем заданным потребностью покупателя, и сравнить полученные результаты. С этой целью рассчитывают единичные, групповые и интегральный показатели конкурентоспособности продукции.

Единичные показатели отражают процентное отношение уровня какого-либо технического или экономического параметра к величине того же параметра продукта-конкурента:

$$q = P/P_{100} \times 100,$$

где q – единичный параметрический показатель;

P – уровень параметра исследуемого изделия;

P_{100} – уровень параметра изделия, принятого за образец, удовлетворяющего потребность на 100%.

Групповой показатель (G) объединяет единичные показатели (q_i) по однородной группе параметров (технических, экономических, эстетических) с помощью весовых коэффициентов (a_i), определенных экспертным путем:

$$G = \sum a_i \times q_i.$$

Интегральный показатель (I) представляет собой отношение группового показателя по техническим параметрам (G_m) к групповому показателю по экономическим параметрам ($G_э$):

$$I = G_m / G_э.$$

Если $I < 1$, то анализируемая продукция уступает образцу, а если $I > 1$, то оно превосходит изделие-образец или изделие-конкурента по своим параметрам.

Кроме рейтинговой оценки конкурентоспособности продукции для определения фактического положения продукции на определенном рынке можно использовать матричный метод. Сущность его состоит в построении матрицы, в которой по вертикали отражаются темпы роста объема продаж всех или основных предприятий-продавцов на рынке, а по горизонтали указывается доля рынка, контролируемая данным предприятием. Чем больше эта доля, тем выше фактическая конкурентоспособность товарного предприятия на данном рынке, и наоборот. С этой же целью рассчитывают и такой показатель, как отношение доли, занимаемой предприятием-производителем на рынке, к доле наиболее крупного конкурента. Если это отношение больше единицы, то доля предприятия считается высокой, если меньше – низкой.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ

7. Каким образом осуществляется анализ объемов продаж и договорных обязательств по реализации продукции.
 2. Что понимают под ценой на продукцию?
 3. В чем заключается ценовая политика предприятия?
 4. Перечислите внутренние факторы формирования цены.
 5. Перечислите внешние факторы формирования цены.
 6. Какие факторы способствуют снижению цены на продукцию?
 7. Какие факторы определяют рост цены на продукцию?
 8. Что понимают под конкурентоспособностью?
 9. Каким параметрам должен соответствовать товар, удовлетворяющий потребности покупателя?
10. Назовите показатели, с помощью которых можно охарактеризовать конкурентоспособность продукции. Какова методика их расчета?

Основная литература (библиотека СГАУ):

1. Бердникова, Т. Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учебное пособие для студ. вузов по эконом. и управленческим спец.; рек. МО РФ / Т. Б. Бердникова. - Москва: Инфра-М, 2013. - 215 с.
2. Савицкая, Г. В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учебник для студ. по спец. "Бухгалтерский учет, анализ и аудит"; рек. УМО / Г. В. Савицкая. - Москва: Инфра-М, 2013. - 607 с.

Дополнительная литература:

1. Басовский Л.Е., Басовская Е.Н. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 366с.
2. Губин В.Е., Губина О.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / В.Е. Губин, О.В. Губина. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2012. – 336 с.
3. Ковалев В.В., Волкова О.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник.- М.: ТК Велби: Изд-во «Прспект», 2007. – 424 с.

Лекция 5

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ АНАЛИЗ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ.

4. АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.

4.1. ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ И ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ АНАЛИЗА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ.

Различные стороны производственной, сбытовой, снабженческой и финансовой деятельности предприятия получают законченную денежную оценку в системе показателей финансовых результатов. Финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности. Прибыль предприятия получают главным образом от реализации продукции, а также от других видов деятельности, например: участия в межхозяйственной кооперации, сдачи в аренду земли и основных фондов, доходов от ценных бумаг и т.д.

Чтобы выявить финансовый результат необходимо выручку сопоставить с затратами на производство. Прибыль отражает положительный финансовый результат, отрицательный результат – это не что, иное, как убыток. Если прибыль рассматривать как экономическую категорию, то ПРИБЫЛЬ – это часть чистого дохода, созданного в процессе производства и реализованного в сфере обращения, который непосредственно получают предприятия. Только после продажи продукции чистый доход принимает форму прибыли. Количественно она представляет собой разность между выручкой (после уплаты налога на добавленную стоимость, акцизного налога и других отчислений из выручки в бюджетные и внебюджетные фонды) и полной себестоимостью реализованной продукции. Следовательно, можно отметить, что чем больше предприятие реализует рентабельной продукции, тем больше получит прибыли. Поэтому финансовые результаты деятельности следует изучать в тесной связи с использованием и реализацией продукции.

Убытки по результатам деятельности высвечивают ошибки, просчеты в направлениях использования средств, ставят хозяйствующий субъект в критическое финансовое положение, не исключаящее банкротство.

Основными задачами анализа финансовых результатов деятельности предприятия являются:

1. оценка динамики абсолютных и относительных показателей финансовых результатов (выручки, прибыли и рентабельности),
2. факторный анализ прибыли от реализации продукции (работ, услуг),
3. анализ финансовых результатов от прочей реализации, внереализационной деятельности,
4. анализ и оценка использования прибыли,
5. выявление и оценка возможных резервов роста суммы прибыли и рентабельности.

Основные источники информации для анализа финансовых результатов являются данные формы №2 «Отчет о прибылях и убытках», формы №3 «Отчет о движении капитала», и формы №4 «Отчет о движении денежных средств». Кроме того, в анализе используются данные бизнес-плана предприятия, данные аналитического бухгалтерского учета.

4.2. АНАЛИЗ СОСТАВА И ДИНАМИКИ БАЛАНСОВОЙ ПРИБЫЛИ.

Конечный финансовый результат деятельности предприятия может быть представлен балансовой прибылью (или убытком).

Балансовая прибыль включает в себя финансовые результаты от реализации продукции, работ и услуг, от прочей операционной деятельности, проценты полученные и выплаченные, доходы и расходы от внереализационных операций.

Результат от прочей реализации включает реализацию основных средств, нематериальных активов, иного имущества.

В состав доходов (расходов) от внереализационных операций включаются:

- Доходы, полученные (расходы понесенные) от долевого участия в совместных предприятиях;
- От сдачи (получения) имущества в аренду;
- Доходы (расходы) по акциям, облигациям и другим ценным бумагам;
- Суммы, полученные и уплаченные в виде экономических санкций и в возмещение убытков;
- Другие доходы и расходы от операций, непосредственно не связанных с производством и реализацией продукции. При этом платежи, внесенные в бюджет в виде санкций, производятся за счет прибыли, остающейся в распоряжении предприятий, и не включаются в состав расходов от внереализационных операций.

Кроме показателя балансовая прибыль используются и такие показатели как налогооблагаемая прибыль и чистая прибыль.

Налогооблагаемая прибыль представляет собой разность между балансовой прибылью и суммой прибыли, облагаемой налогом на доход по специальным ставкам (по ценным бумагам и от долевого участия в совместных предприятиях), а также суммой льгот по налогу на прибыль в соответствии с налоговым законодательством, которое периодически изменяется.

Чистая прибыль – это та прибыль, которая остается в распоряжении предприятия после уплаты всех налогов, экономических санкций и отчислений в благотворительные фонды.

Анализ балансовой прибыли начинается с общей оценки за анализируемый период. Затем необходимо проанализировать балансовую прибыль в динамике (за ряд лет), а также изменение каждого показателя за текущий анализируемый период.

В процессе анализа необходимо изучить состав балансовой прибыли, ее структуру, динамику и выполнение плана за отчетный год. При изучении динамики прибыли следует учитывать инфляционные факторы изменения ее суммы. Для этого выручку корректируют на средневзвешенный индекс роста цен на продукцию предприятия в среднем по отрасли, а затраты по реализованной продукции уменьшают на их прирост в результате повышения цен на потребленные ресурсы за анализируемый период.

Для анализа и оценки уровня и динамики показателей прибыли составляется таблица, в которой используются данные бухгалтерской отчетности хозяйствующего субъекта из формы №2 «Отчет о прибылях и убытках». Информация, содержащаяся в финансовом плане и форме №2, позволяет проанализировать финансовые результаты, полученные от всех видов деятельности предприятия.

Величина балансовой, налогооблагаемой и чистой прибыли зависит от многочисленных факторов.

Так прибыль от реализации продукции и услуг будет зависеть от объема реализации продукции, структуры товарной продукции, цены реализации, себестоимости. Но в тоже время необходимо отметить, что объем реализованной продукции находится в зависимости от изменения переходящих остатков готовой продукции, количества произведенной продукции, использования продукции на производственные нужды, неоплаченной отгруженной продукции.

Прибыль от прочей реализации – это прибыль, полученная от продажи товарно-материальных ценностей, прибыль от реализации основных фондов и нематериальных активов, продукции подсобных хозяйств. Прибыль, полученную от прочей реализации, следует изучить по каждому виду реализованных активов. Возможные потери предприятия в этом случае проявляются главным образом в том, что продажа осуществлялась по ценам ниже себестоимости. Продажа по рыночным ценам, как правило, ведет к увеличению прибыли (либо, по крайней мере, не к убыткам). Нельзя исключить и того факта, что в результате неудовлетворительного хранения материалов на складе может произойти их порча, утрата потребительских свойств и качеств, что в конечном итоге повлияет на продажную цену и приведет к потерям. В этой ситуации следует выявить общую сумму таких потерь и при необходимости принять меры в отношении виновных с целью частичной или полной компенсации допущенных убытков.

Что касается доходов и расходов от внереализационных операций, общий подход состоит в том, что полученные доходы не могут ставиться в заслугу предприятия, а убытки должны быть тщательно изучены с точки зрения причин и виновных. Уплаченные предприятием штрафы за нарушение хозяйственных договоров свидетельствуют о невыполнении предприятием в установленные сроки его обязательств. Списанная в убыток дебиторская задолженность может явиться следствием слабой работы бухгалтерской и юридических служб предприятия в части контроля за ее состоянием. Но как бы там ни было, анализ потерь и разработанные на основе его результаты предложения должны преследовать цель предотвращения этих потерь в будущем.

4.3. АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОТ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ.

Основную часть прибыли предприятия получают от реализации продукции и оказания услуг. В процессе анализа изучаются динамика, выполнение плана прибыли от реализации продукции и определяются факторы изменения ее суммы.

Прибыль от реализации продукции в целом по предприятию зависит от следующих факторов:

- от объема реализации продукции;
- от ее структуры;
- от себестоимости;
- и от уровня среднереализационных цен.

Объем реализации продукции может оказывать положительное и отрицательное влияние на сумму прибыли. Увеличение объема продаж рентабельной продукции приводит к пропорциональному увеличению прибыли. Если же продукция является убыточной, то при увеличении объема реализации происходит уменьшение суммы прибыли.

Выполнение плана по реализации исчисляют путем сопоставления фактического объема реализации с плановым в натуральном (если продукция однородная), условно-натуральном или в стоимостном выражении (если продукция неоднородна по своему составу), для чего желательно использовать базовый (плановый) уровень себестоимости отдельных видов продукции, так как себестоимость меньше подвержена влиянию структурного фактора, чем выручка.

Структура товарной продукции может оказать как положительное, так и отрицательное влияние на сумму прибыли. Если увеличится доля более рентабельных видов продукции в общем объеме ее реализации, то сумма прибыли возрастет, и,

наоборот, при увеличении удельного веса низкорентабельной или убыточной продукции общая сумма прибыли уменьшится.

Себестоимость продукции и прибыль находятся в обратно пропорциональной зависимости: снижение себестоимости приводит к соответствующему росту суммы прибыли и наоборот.

Изменение уровня среднереализационных цен и величина прибыли находятся в прямо пропорциональной зависимости: при увеличении уровня цен сумма прибыли возрастает и наоборот.

Выполнение плана по реализации исчисляют путем сопоставления фактического объема реализации с плановым в натуральном (если продукция однородная), условно-натуральном или в стоимостном выражении (если продукция неоднородна по своему составу), для чего желательно использовать базовый (плановый) уровень себестоимости отдельных видов продукции, так как себестоимость меньше подвержена влиянию структурного фактора, чем выручка.

По результатам факторного анализа можно оценить качество прибыли. Качество прибыли от основной деятельности признается высоким, если ее увеличение обусловлено ростом объема продаж, снижением себестоимости продукции. Низкое качество прибыли характеризуется ростом цен на продукцию без увеличения физического объема продаж и снижения затрат на рубль продукции.

Следует проанализировать также выполнение плана и динамику прибыли от реализации отдельных видов продукции, величина которой зависит от трех факторов:

- объема продукции;
- себестоимости;
- среднереализационных цен.

После этого необходимо детально изучить причины изменения объема продаж, цены и себестоимости по каждому виду продукции.

4.4. АНАЛИЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ.

Показатели рентабельности характеризуют эффективность работы предприятия в целом, доходность различных направлений деятельности (производственной, предпринимательской, инвестиционной), окупаемость затрат и т.д. Они более полно, чем прибыль, характеризуют окончательные результаты хозяйствования, потому что их величина показывает соотношение эффекта с наличными или потребленными ресурсами. Эти показатели используют для оценки деятельности предприятия. Рентабельность есть относительный показатель, который обладает свойствами сравнимости.

Показатели рентабельности можно разбить на несколько групп:

1. Показатели, характеризующие рентабельность основной (операционной) деятельности;
2. Показатели, характеризующие рентабельность продаж;
3. Показатели, характеризующие доходность капитала и его частей.

Рентабельность производственной деятельности, или окупаемость издержек исчисляется путем отношения брутто-прибыли или чистой прибыли от основной деятельности к сумме затрат по реализованной или произведенной продукции:

$$R_z = \Pi_{pn} / Z_{pn} \quad \text{или} \quad R_z = Ч\Pi_{pn} / Z_{pn}$$

Она показывает, сколько прибыли имеет предприятие с каждого рубля, затраченного на производство и реализацию продукции. Данный показатель может

рассчитываться как в целом по предприятию, так и по отдельным его подразделениям и видам продукции.

Рентабельность продаж рассчитывается делением брутто-прибыли от реализации продукции, работ и услуг или чистой прибыли на сумму полученной выручки от реализации (работ, услуг) без НДС и акцизов и выражается в процентах. Характеризует эффективность предпринимательской деятельности, то есть сколько прибыли имеет предприятие с рубля продаж. Широкое применение этот показатель получил в рыночной экономике. Рассчитывается в целом по предприятию и отдельным видам продукции:

$$R_{pn} = \Pi_{pn}/B_{pn} \times 100\% \quad \text{или} \quad R_{pn} = \text{ЧП}_{pn}/B_{pn} \times 100\%.$$

Рентабельность операционного капитала, обслуживающего основной операционный процесс и характеризующего доходность основной деятельности исчисляется отношением прибыли от основной деятельности к среднегодовой стоимости операционного капитала, в состав которого не включаются следующие виды активов: неустановленное оборудование, остатки незавершенного строительства, долгосрочные и краткосрочные финансовые вложения.

Данный показатель замыкает всю пирамиду показателей рентабельности, характеризующих эффективность операционной деятельности предприятия.

В процессе анализа следует изучить динамику перечисленных показателей рентабельности, выполнение плана по их уровню и провести межхозяйственные сравнения с предприятиями – конкурентами. Для оценки динамики уровней рентабельности товарного выпуска отдельных видов продукции необходимо фактические показатели отчетного года сопоставить с фактическими показателями за ряд предшествующих лет, что позволит определить тенденцию рентабельности, а, следовательно, и фазу жизненного цикла.

После этого необходимо изучить основные факторы, от которых зависит уровень рентабельности производственной деятельности (окупаемость затрат). К ним относятся:

- изменение структуры реализованной продукции;
- себестоимость продукции;
- средняя цена реализации.

4.5. ПОДСЧЕТ РЕЗЕРВОВ УВЕЛИЧЕНИЯ СУММЫ ПРИБЫЛИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ.

Важным этапом аналитической работы является выявление резервов увеличения прибыли и рентабельности. Основными источниками их увеличения являются:

- увеличение объема реализации продукции;
- повышение цены от повышения качества продукции;
- снижение себестоимости;
- реализация на более выгодных рынках.

Для определения резервов роста прибыли за счет увеличения объема реализации необходимо выявленный ранее резерв роста объема реализации умножить на фактическую прибыль в расчете на единицу продукции соответствующего вида:

$$P \uparrow \Pi_{pn} = \Sigma(P \uparrow V P \Pi_i \times \Pi_i^{ed}_{\phi}).$$

Для определения резервов увеличения прибыли за счет снижения себестоимости продукции, работ и услуг необходимо резерв снижения себестоимости каждого вида продукции умножить на возможный объем ее продаж с учетом резервов его роста:

$$P \uparrow \Pi_c = \Sigma (P \downarrow C_i \times P \uparrow VPP_i).$$

Подсчет резерва роста прибыли за счет улучшения качества определяется следующим образом: изменение удельного веса каждого сорта умножается на отпускную цену соответствующего сорта, результаты суммируются и полученное изменение средней цены умножается на возможный объем реализации продукции:

$$P \uparrow \Pi = \Sigma (\Delta U d_i \times C_{i\phi}) \times VPP_{ig}$$

Аналогично подсчитываются резервы роста прибыли за счет изменения рынков сбыта. Выявленные резервы роста прибыли необходимо обобщить.

В заключение анализа финансовых результатов необходимо определить конкретные мероприятия по освоению выявленных резервов.

Освоение резервов роста прибыли без увеличения производственной мощности (без дополнительных капиталовложений) увеличивает не только рентабельность работы, но и запасы его финансовой прочности.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ

2. Назовите основные задачи анализа финансовых результатов?
3. Что является информационной базой для проведения анализа финансовых результатов?
4. Определите основные показатели прибыли и порядок их расчета.
5. Какие важнейшие факторы влияют на прибыль от продаж?
6. Какая деятельность организации может приносить прибыль, помимо основной производственной деятельности?
7. Назовите показатели рентабельности и что они отражают?
8. Какие факторы влияют на уровень рентабельности производственной деятельности?
9. Охарактеризуйте методику определения резервов увеличения суммы прибыли и рентабельности.

Основная литература (библиотека СГАУ):

1. Бердникова, Т. Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учебное пособие для студ. вузов по эконом. и управленческим спец.; рек. МО РФ / Т. Б. Бердникова. - Москва: Инфра-М, 2013. - 215 с.
2. Савицкая, Г. В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учебник для студ. по спец. "Бухгалтерский учет, анализ и аудит"; рек. УМО / Г. В. Савицкая. - Москва: Инфра-М, 2013. - 607 с.

Дополнительная литература:

1. Басовский Л.Е., Басовская Е.Н. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 366с.
2. Губин В.Е., Губина О.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / В.Е. Губин, О.В. Губина. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2012. – 336 с.
3. Ковалев В.В., Волкова О.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник.- М.: ТК Велби: Изд-во «Проспект», 2007. – 424 с.

Лекция 6

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ.

1. ОСОБЕННОСТИ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

Торговая деятельность – это посредническая деятельность по продвижению товаров от производителя к потребителю. Торговая деятельность может осуществляться в оптовой и розничной формах, ее сфера довольно обширна и достаточно специфична.

Отрасли торговли присущи следующие основные особенности:

- в торговле не производится добавленная стоимость, готовый продукт. Торговые предприятия работают с уже завершенными, готовыми к употреблению товарами;
- основным результатом деятельности является товарооборот (оптовый или розничный), а не выручка от реализации продукции;
- основные и оборотные средства функционируют в сфере обращения, а не производства, и имеют структуру, отличную от других предприятий (сельского хозяйства, промышленности). В составе основных фондов наиболее важную роль играют торговые площади и торговое оборудование (витрины, холодильные установки, контрольно-кассовые машины – ККМ). Наиболее важной составляющей оборотных активов являются товарные ресурсы;
- структура источников формирования средств в торговле также имеет свои особенности:

- низкая величина и доля уставного капитала;
- отсутствие или крайне низкая абсолютная и относительная величина долгосрочных привлеченных средств;
- краткосрочные коммерческие кредиты и кредиторская задолженность поставщикам как две основные статьи текущих пассивов.

В торговых предприятиях ассортимент и его широта может существенно варьироваться по видам, габаритам и ценам товаров. Соответственно и оборачиваемость у разных товаров может существенно отличаться, однако она будет выше, чем у оборотных активов в сфере производства.

Цель анализа заключается в поиске резервов повышения эффективности деятельности торговых предприятий и наращивания прибыли от данного вида бизнеса.

Основные задачи анализа деятельности предприятий торговли:

- изучение динамики и выполнения плана по объему товарооборота в целом и по отдельным товарным группам;
- определение влияния факторов на изменение объема товарооборота;
- выявление резервов увеличения объема товарооборота;
- разработка конкретных мероприятий по освоению выявленных резервов.

Основные данные для проведения анализа содержатся в следующих документах:

- бизнес-план;
- данные бухгалтерского учета и отчетности (товарные отчеты, учетные регистры о движении и остатках товаров и т.д.);
- формы статистической отчетности (форма № П-1 «Сведения о производстве и отгрузке товаров и услуг», форма № 1-торговля «Обследование розничной продажи отдельных товаров в разрезе ассортиментных групп», форма № 1-торг (сеть) «Сведения о наличии сети оптовой и розничной торговли») и т.д.

2. АНАЛИЗ ОБЪЕМА РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА.

Товарооборот - это сумма продаж всех товаров за отчетный период, который может выражаться как в текущих ценах, так и в сопоставимых ценах. Данный показатель дает общее представление об объеме деятельности торгового предприятия.

Розничный товарооборот – это качественный показатель, характеризующий объем продаж товаров покупателям. Он выражает экономические отношения, возникающие на заключительной стадии движения товаров из сферы обращения в личное потребление путем их обмена на денежные доходы.

Анализ розничного товарооборота проводится не только за ряд лет, но и по кварталам, месяцам и за более короткие промежутки времени.

Анализ динамики розничного товарооборота позволяет исследовать процесс развития товарооборота во времени. Сравнивают показатели отчетного периода с данными за несколько предшествующих лет в действующих и сопоставимых ценах. Анализ проводится путем исчисления таких показателей динамики, как абсолютный прирост, темпы роста, прироста, абсолютное значение 1% прироста.

В процессе изучения товарооборота важно анализировать его ритмичность.

Ритмичность – это равномерная реализация товаров в соответствии с графиком в объеме и ассортименте, предусмотренных планом. В розничной торговле, особенно продовольственными товарами, величина товарооборота за соответствующие дни недели относительно постоянна, но имеются колебания в объеме продаж по дням (например, в предпраздничные дни). Эти колебания нужно учитывать при оперативном планировании.

При расчете показателей ритмичности розничного товарооборота используются различные данные, например, такие как:

- количество дней выполнения плана,
- удельный вес товарооборота за пятидневку, декаду в месячном итоге,
- объем товарооборота в суммовом выражении, причем берутся либо ежедневные данные о реализации, либо в целом за пятидневку, декаду).

Исчисленные показатели ритмичности товарооборота будут иметь различные значения.

В качестве предварительной ориентировки о состоянии ритмичности товарооборота используется коэффициент ритмичности, выражающийся в отношении числа дней, в которые план был выполнен или перевыполнен, к общему числу рабочих дней в периоде. Данный показатель устанавливает только факт ритмичности или неритмичности. По нему нельзя строго подходить к оценке ритмичности, поскольку здесь нет никакой разницы между выполнением плана товарооборота, например, на 50% или на 99%.

Поэтому в большинстве случаев коэффициент ритмичности определяют путем суммирования фактических удельных весов товарооборота за каждый отчетный период, но не более их планового. В этом случае показатель не может превышать 100% (или единицу), и чем он ниже 100% (единицы), тем неритмичнее работа. Показатель ритмичности, равный 100% (единице), говорит о ежедневном выполнении и перевыполнении плана.

После изучения общего объема розничного товарооборота переходят к анализу его состава по различным признакам.

Рассматривают состав розничного товарооборота:

- по видам (продажа товаров населению и продажа организациям в порядке мелкого опта);

- по организационным формам (стационарные предприятия (магазины, лавки, палатки или передвижные средства торговли);
- по методам торговли (продажа товаров за наличные деньги и в кредит, фасованных и нефасованных товаров, продажа через автоматы);
- по ассортименту.

При наличии продаж в кредит важным моментом является анализ движения покупательского кредита, контроль за его покрытием и выявление просроченной задолженности.

Анализ товарооборота с подразделением на продажу фасованных и нефасованных товаров выполняют с целью выявления лучших методов обслуживания населения и экономичности товарного обращения. Трудность этого направления анализа заключается в отсутствии соответствующих источников анализа.

Выявление плана товарооборота по ассортименту связан с удовлетворением разносторонних запросов покупателей. Товарная структура розничного оборота анализируется по данным формы № 1- предприятие, в которой есть сведения о продаже товаров в разрезе ассортимента.

Используя данные этого отчета, а также данные бизнес-плана, следует проанализировать выполнение плана по отдельным товарным группам.

3. АНАЛИЗ ОБЕСПЕЧЕННОСТИ И ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТОВАРНЫХ РЕСУРСОВ.

Товарные ресурсы представляют собой массу товаров, поступивших на предприятие из различных источников и предназначенных для последующей продажи конечному потребителю.

Товарные ресурсы являются главным фактором развития розничного товарооборота. Они влияют на объем продажи через изменение величины запасов товаров на начало и конец периода, поступления товаров и их прочего выбытия. Между этими величинами имеется определенная балансовая связь, выражаемая формулой:

$$PT = Z_n + П - В - Z_k,$$

где PT – розничный товароборот;

Z_n, Z_k – запасы товаров на начало и конец отчетного периода;

П – поступление товаров;

В – прочее выбытие товаров.

Изменение каждого из слагаемых соответствующим образом влияет на величину розничного товарооборота. Влияние на сумму реализации того или иного слагаемого товарного баланса может измеряться способом цепной подстановки или с помощью абсолютных разниц между плановыми и фактическими величинами.

Анализ поступления товаров начинают с проверки выполнения плана товарного обеспечения в целом и по отдельным товарным группам, а затем анализируют поступление товаров по источникам и по поставщикам. Для анализа привлекают данные оперативного учета выполнения поставщиками договоров поставки. При этом необходимо обратить внимание на выполнение договоров поставщиками, своевременность отгрузки товаров и соблюдение качества и ассортимента и какие санкции применялись к недобросовестным поставщикам.

Неравномерное поступление товаров нарушает бесперебойный процесс их обращения, приводит к образованию сверх нормативных запасов по одним товарам и к недостатку по другим, отрицательно влияет на удовлетворение спроса покупателей.

Товарные запасы занимают важное место в товарном балансе розничных торговых предприятий. Товарные запасы – это масса товаров, находящихся в сфере

обращения с момента поступления их в торговлю из производства до момента продажи. Необходимость иметь запасы обусловлена рядом причин: несовпадением во времени и пространстве производства и потребления товаров, условиями транспортировки и продажи товаров, изменениями спроса и предложения и т.д.

Товарные запасы подразделяются на запасы нормального и сезонного хранения (картофель, овощи, фрукты, резиновая и валяная обувь) и запасы целевого назначения (специальные запасы в горных районах, в районах Крайнего Севера).

Товарные запасы нормального хранения обеспечивают бесперебойную торговлю и должны постоянно и равномерно пополняться, отсутствие этих запасов или их избыток может привести к перебоям в торговле или затовариванию. В процессе анализа необходимо выявить причины образования излишков или отсутствия запасов, изучить структуру запасов и быстроту оборачиваемости товаров.

Товарные запасы планируют и учитывают в абсолютной сумме и в днях оборота. Товарные запасы в днях определяются путем деления их суммы на однодневный товарооборот анализируемого периода. При этом в месяце берется 30 дней, в квартале – 90 дней, а в году – 360 дней.

Важным направлением анализа товарных ресурсов является определение степени обеспеченности ими розничного товарооборота и оценка эффективности использования товарных ресурсов.

Степень обеспеченности розничного товарооборота ресурсами характеризует коэффициент обеспеченности ($K_{об}$), который определяется путем деления товарных ресурсов на розничный товарооборот:

$$K_{об} = (З_n + П - З_k) : РТО,$$

где $З_n + П - З_k$ – товарные запасы;

РТО – розничный товарооборот.

Показателем оценки эффективности использования товарных ресурсов ($K_{эф}$) является объем товарооборота на 1 руб. товарных ресурсов, который определяется по формуле:

$$K_{эф} = РТО : (З_n + П - З_k).$$

Кроме этого, могут использоваться иные показатели эффективности использования товарных ресурсов, например, доля прочего выбытия в товарных ресурсах или в объеме товарооборота.

Эти показатели анализируются в динамике либо в сравнении с плановыми значениями.

4. АНАЛИЗ ИЗДЕРЖЕК ОБРАЩЕНИЯ.

Издержки обращения – это затраты торговых предприятий по доведению товаров от производителя к потребителю. Они включают расходы по завозу, хранению и реализации товаров. Издержки обращения могут быть выражены в абсолютной сумме (ИО) и в процентах к товарообороту (уровень издержек обращения (УИО)). Рассчитывается уровень издержек обращения отношением суммы издержек обращения к товарообороту:

$$УИО = \frac{ИО}{ТО} * 100.$$

Уровень издержек обращения показывает, какой процент занимают издержки обращения в стоимости проданных товаров. По величине данного показателя судят об эффективности использования материальных и трудовых ресурсов торгового предприятия.

Основными источниками информации для анализа являются данные бухгалтерской и статистической отчетности, материалы синтетического и аналитического учета, первичные и сводные документы по учету издержек обращения.

Издержки обращения делятся на условно-постоянные и условно-переменные. Сумма условно-постоянных издержек не зависит от объема товарооборота. К ним относятся:

- расходы по аренде и содержанию зданий, сооружений, помещений и инвентаря;
- амортизация основных средств и нематериальных активов;
- затраты на ремонт основных средств;
- лизинговые платежи;
- заработная плата управленческого персонала;
- износ спецодежды, малоценных и быстроизнашивающихся предметов;
- расходы на охрану труда;
- расходы на организацию и управление торговлей и др.

Условно-переменные издержки изменяются пропорционально объему товарооборота. К ним относятся:

- транспортные расходы;
- заработная плата торгового персонала;
- отчисления в фонд социальной защиты;
- расходы на хранение, подработку, сортировку, упаковку товаров;
- финансовые расходы по обслуживанию заемных средств;
- расходы на рекламу;
- расходы на тару;
- потери, недостачи и технологические отходы товаров и др.

Анализ издержек обращения розничного торгового предприятия обычно начинают с сопоставления фактических данных с плановыми и данными прошлых периодов, расчета абсолютной экономии или перерасхода. Кроме того, должна быть дана оценка издержкам по их уровню в процентах к товарообороту. Отклонение по уровню издержек обращения (от плана или от данных прошлых периодов) называется размером снижения или повышения их уровня.

Для оценки издержек обращения может применяться также показатель затратноотдачи, определяемой отношением товарооборота к сумме издержек обращения.

Наряду с анализом издержек обращения по торговому предприятию в целом проводят их изучение в разрезе структурных подразделений: анализируют деятельность торговых подразделений, добившихся относительной экономии издержек обращения и допустивших их относительный рост; выявляют причины перерасхода и принимают меры по улучшению торговой и другой деятельности.

Затем переходят к анализу состава и структуры издержек обращения, выполнения плана и динамики отдельных статей расходов, причем оценку выполнения плана и динамики условно-переменных издержек следует давать по их уровню, а условно-постоянные статьи изучают прежде всего по абсолютным данным. Такое постатейное ознакомление с выполнением плана и динамикой расходов покажет, на какие статьи следует обратить особое внимание.

Далее для объективной оценки выполнения плана и динамики торговых расходов необходимо детально и глубоко проанализировать влияние факторов на их размер.

5. АНАЛИЗ ПРИБЫЛИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.

Финансовые результаты торгового предприятия характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности.

Прибыль от торговой деятельности представляет собой разность между суммой валового дохода и издержек обращения. Ее величина зависит от многих факторов, но основными являются (факторы первого порядка):

- объем товарооборота (ТО);
- средний уровень валового дохода (УВД_{ср});
- средний уровень издержек обращения (УИО_{ср}).

Факторную модель прибыли от торговой деятельности можно представить:

$$П = ТО * (УВД_{ср} - УИО_{ср}) / 100 .$$

Рентабельность работы торгового предприятия характеризуется разными показателями. Одним из них является рентабельность оборота, который рассчитывается отношением прибыли от торговой деятельности к товарообороту.

Другим показателем эффективности работы торгового предприятия является рентабельность издержек обращения, который определяется отношением прибыли к сумме издержек обращения. Данный показатель характеризует окупаемость издержек торгового предприятия.

При углублении анализа изучаются причины изменения уровня валового дохода и издержек обращения и выявляются резервы увеличения прибыли и рентабельности торговой деятельности.

Для обобщающей оценки эффективности торговой деятельности необходимо рассчитать и проанализировать рентабельность совокупного капитала торговой организации, уровень которой определяется отношением общей суммы балансовой прибыли от всех видов деятельности к среднегодовой сумме совокупных активов предприятия.

Завершается анализ финансовых результатов определением резервов роста прибыли и рентабельности за счет конкретных мероприятий, способствующих увеличению товарооборота, оптимизации его структуры, снижению уровня издержек обращения.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ

1. Что понимают под торговой деятельностью?
2. Назовите основные особенности отрасли торговли.
3. Определите цель и основные задачи анализа деятельности предприятий торговли.
4. Что понимается под розничным товарооборотом?
5. Что понимается под ритмичностью товарооборота?
6. Как проводится анализ обеспеченности и эффективности использования товарных ресурсов?
7. Как проводится анализ издержек обращения?

Основная литература (библиотека СГАУ):

1. Бердникова, Т. Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учебное пособие для студ. вузов по эконом. и управленческим спец.; рек. МО РФ / Т. Б. Бердникова. - Москва: Инфра-М, 2013. - 215 с.
2. Савицкая, Г. В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учебник для студ. по спец. "Бухгалтерский учет, анализ и аудит"; рек. УМО / Г. В. Савицкая. - Москва: Инфра-М, 2013. - 607 с.

Дополнительная литература:

1. Басовский Л.Е., Басовская Е.Н. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 366с.
2. Губин В.Е., Губина О.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / В.Е. Губин, О.В. Губина. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2012. – 336 с.
3. Ковалев В.В., Волкова О.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник.- М.: ТК Велби: Изд-во «Проспект», 2007. – 424 с.

Лекция 7

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ АНАЛИЗ В КАПИТАЛЬНОМ СТРОИТЕЛЬСТВЕ.

1. ОСОБЕННОСТИ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ.

Строительство – отдельная отрасль экономики, характеризующаяся определенными взаимоотношениями между его субъектами: инвестором, заказчиком, застройщиком, подрядчиком, проектировщиком.

Инвестор является ключевой фигурой строительной отрасли, так как осуществляет финансирование строительства объекта.

Заказчик – юридическое или физическое лицо, принявшее на себя функции организатора и управляющего по строительству объекта, начиная от разработки технико-экономического обоснования и оканчивая сдачей объекта в эксплуатацию.

Застройщик – юридическое или физическое лицо, обеспечивающее на принадлежащем ему земельном участке строительство, реконструкцию, капитальный ремонт объектов капитального строительства.

Подрядчик – строительная фирма, осуществляющая по договору или контракту строительство объекта. Генеральный подрядчик по согласованию с заказчиком может привлекать на условиях субподряда к выполнению отдельных видов работ или строительства отдельных объектов или сооружений субподрядные строительные, монтажные специализированные организации. Ответственность за качество и сроки выполнения работ субподрядными организациями перед заказчиком несет генеральный подрядчик.

Проектировщик – проектная или проектно-исследовательская организация, осуществляющая по договору или контракту с заказчиком разработку проекта на объект строительства.

Строительство может осуществляться двумя способами: хозяйственным и подрядным. Хозяйственное строительство осуществляется собственными силами заказчика или инвестора. Подрядное строительство производится постоянно действующими специальными строительными и монтажными организациями – подрядчиками по договорам с заказчиком.

Строительству присущи следующие основные особенности:

- конечным продуктом строительства является создание нового производства, жилого, социального объекта, при этом время и затраты материальных ресурсов на его создание не могут сравниваться с соответствующими затратами на изготовление предметов потребления или средств производства;

- в отрасли строительства велики сроки окупаемости капитальных вложений, что приводит к осложнению финансирования строительной организации;

- в строительстве имеет место постоянно большой стоимостной объем незавершенного производства;

- конечный продукт строительной отрасли нетранспортабелен, не перемещается в пространстве. Эта особенность требует строгого учета предложения на рынке строительных объектов и достаточного равновесия его со спросом;

- оценка строительного объекта весьма сложна, так как это требует не только определения многочисленных количественных и качественных показателей, но и наличия высокопрофессиональных специалистов;

- местоположение по отношению к рынкам сбыта, транспортным сетям, коммуникациям оказывает существенное влияние на спрос и цену строящегося объекта.

2. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ЗАДАЧИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО АНАЛИЗА СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ.

Основные данные для проведения анализа содержатся в ряде документов:

- бизнес-план строительной организации, планы-графики выполнения работ;
- договора подряда и субподряда, проектно-сметная документация;
- статистическая отчетность по форме № 1-кс «Отчет о выполнении подрядных работ»;

- акты и справки приемки этапов и объемов работ, журналы учета выполненных работ, акты рабочих и государственных приемочных комиссий, отчеты о затратах на производство и реализацию продукции (форма № 5-з), отчеты о расходе основных строительных материалов в сопоставлении с производственными нормами М-29, данные журнала-ордера № 10-с, ведомости № 10-с и т.д.

Основными задачами анализа деятельности предприятий строительства являются:

- контроль за динамикой и выполнением плана объема строительно-монтажных работ (СМР);
- изучение факторов, оказавших влияние на объем и структуру СМР, а также на себестоимость строительной продукции;
- выявление резервов увеличения объемов СМР и разработка мероприятий по их освоению.

3. АНАЛИЗ ОБЪЕМА И СТРУКТУРЫ СТРОИТЕЛЬНО-МОНТАЖНЫХ РАБОТ

Анализ объема строительно-монтажных работ (СМР) начинают с изучения его динамики за последние 5-10 лет в сопоставимых ценах. Рассчитывают базисные, цепные и среднегодовые темпы роста и прироста объемов строительной продукции. Оценивают стабильность производственной деятельности организации, ее деловую репутацию, активность по наращиванию производственной мощности, формированию портфеля заказов, соблюдению договорных норм продолжительности строительства.

Большое внимание в процессе анализа уделяют выполнению производственной программы строительной организации за отчетный период.

Производственная программа включает в себя перечень объектов, на строительство которых заключены договора подряда с заказчиками, их мощность, срок ввода, нормативную продолжительность строительства, объем строительно-монтажных работ на год и источники их финансирования.

Анализ выполнения производственной программы за отчетный период проводится на основе сравнения фактических объемов СМР с плановыми объемами в целом по организации, строительным участкам и объектам строительства. Различная степень выполнения плана по объектам строительства свидетельствует о наличии организационных недостатков, которые в ряде случаев зависят от конкретных исполнителей работ. В процессе анализа необходимо установить внешние и внутренние причины сложившегося положения.

В целях контроля за ходом выполнения подрядных договоров анализируют выполнение плана по отдельным заказчикам и по назначению: промышленное строительство, культурно-бытовое, жилищное строительство и т.д.

Существенные различия в материале, трудоемкости и фондоемкости возводимых зданий (крупнопанельных, крупноблочных, кирпичных) и выполненных видов работ

(земляных, общестроительных, монтажных, отделочных) ведут к необходимости анализа структуры СМР по существенным признакам.

Изменение стоимости СМР за счет изменения их структуры можно определить следующим образом.

Сначала определяют коэффициент выполнения плана по объему СМР в стоимостной оценке как отношение объема СМР в стоимостной оценке фактически (СМРф) к объему СМР в стоимостной оценке по плану (СМРпл):

$$K_c = \frac{СМРф}{СМРпл} = \frac{574 \text{ млнруб}}{493 \text{ млнруб}} = 1,16.$$

Затем рассчитывают коэффициент выполнения плана по объему СМР в нормативном времени (нормо-часах) как отношение объема СМР в нормо-часах фактически к объему СМР в нормо-часах по плану:

$$K_{нв} = \frac{СМР_{ф}^{нч}}{СМР_{пл}^{нч}} = \frac{242050 \text{ нормо-ч}}{235000 \text{ нормо-ч}} = 1,03.$$

Разность между уровнем данных коэффициентов, умноженная на плановую стоимость строительно-монтажных работ, покажет насколько увеличилась (уменьшилась) стоимость строительно-монтажных работ за счет изменения их структуры:

$$\Delta СМР = (K_c - K_{нв}) СМР_{пл} = (1,16 - 1,03) * 493 = +64,1 \text{ млнруб.}$$

4. АНАЛИЗ РИТМИЧНОСТИ И КАЧЕСТВА СТРОИТЕЛЬНО-МОНТАЖНЫХ РАБОТ.

Ритмичность работы строительной организации – важнейший показатель, характеризующий уровень организации производства. Она предполагает строгую организацию работы по заранее разработанному графику. Ритмичная работа является основным условием своевременного ввода в действие объектов, выполнения плана строительно-монтажных работ.

В результате неритмичной работы увеличивается объем незавершенного строительства и, как следствие, замедляется оборачиваемость капитала, с опозданием сдаются объекты заказчикам, несвоевременно поступает выручка, перерасходуется фонд зарплаты. Все это приводит к росту себестоимости строительной продукции, уменьшению суммы прибыли.

Для оценки выполнения плана ритмичности используют прямые показатели – коэффициенты ритмичности, удельный вес строительной продукции за каждый месяц или квартал к годовому объему строительно-монтажных работ. К косвенным показателям относятся доплаты за сверхурочные работы, оплата простоев по вине строительной организации, потери от брака, наличие сверхплановых остатков незавершенного строительства.

Основные причины аритмичности – отсутствие финансирования, низкий уровень организации, технологии и материально-технического снабжения строительства, несвоевременная поставка строительных материалов, простои из-за неисправности оборудования.

Разность между фактическим и возможным объемом СМР, исчисленным исходя из наибольшего среднемесячного объема работ, показывает упущенные возможности строительной организации по увеличению объемов строительства в связи с неритмичной работой.

Критерием оценки качества СМР является соответствие их строительным нормам и правилам. При выявлении отступлений от норм объем выполненных работ не

засчитывается в выполнение подрядных работ до устранения допущенных отклонений, т.е. считается браком.

Качество работ зависит от внешних и внутренних факторов:

- качества проектно-сметной документации;
- строгого соблюдения технологии и технических условий строительства;
- качества используемых материальных ресурсов;
- квалификации рабочих и инженерно-технических работников;
- уровня организации труда;
- ритмичности производства и др.

Оценка качества выполненных работ производится при закрытии наряда и при сдаче готовых объектов заказчиком.

Для характеристики качества выполненных работ используются:

- наряды, выдаваемые рабочим на исправление недоделок и брака;
- по законченным объектам строительства – акты сдачи объектов в эксплуатацию, где отмечаются недоделки и работы, подлежащие исправлению;
- рекламации застройщиков на низкое качество работ, выявленное в процессе эксплуатации объектов.

Для оценки качества используется коэффициент брака (Кбрака), который рассчитывается как отношение суммы потери от брака (Зна брак) к стоимости СМРф фактического объема выполненных за отчетный период работ:

$$K_{брака} = \frac{Зна_{брак}}{СМРф}.$$

Потери от брака определяются суммой затрат на производство брака плюс затраты на исправление брака. Следует изучить динамику этого показателя, сравнить его уровень с данными других организаций, установить причины брака по центрам ответственности и разработать действенные меры по недопущению его в будущей работе.

5. ФАКТОРЫ ИЗМЕНЕНИЯ ОБЪЕМА СТРОИТЕЛЬНО-МОНТАЖНЫХ РАБОТ.

Объем строительной продукции, так же как и промышленности, зависит от трех групп основных факторов.

К первой группе факторов относится обеспеченность трудовыми ресурсами необходимой квалификации и профессией и полнота их использования. К этой группе относятся общая численность работников (ЧР), удельный вес в ней строительных рабочих (Уд), количество отработанных дней одним рабочим (Д), средняя продолжительность рабочего дня (П) и среднечасовая выработка одного рабочего (ЧВ). Зависимость объема СМР ($V_{смр}$) от данных факторов можно представить в виде:

$$V_{смр} = ЧР * Уд * Д * П * ЧВ.$$

Расчет их влияния, производится одним из приемов детерминированного факторного анализа. После этого более детально изучаются использование фонда рабочего времени и уровень производительности труда строительных рабочих.

Ко второй группе факторов относится обеспеченность строительной техникой и полнота ее использования – это количество строительных машин и механизмов (КМ), количество отработанных ими дней за отчетный период (Д), коэффициент сменности их работы (Ксм), средняя продолжительность смены (ПС) и среднечасовая выработка (объем строительно-монтажных работ за один машино-час) (ЧВ). Объем строительной продукции равен произведению данных факторов:

$$V_{ссм} = KM * Д * K_{см} * ПС * ЧВ.$$

Коэффициент сменности – показатель, характеризующий использование производственного оборудования, машин. Он равен отношению отработанных машино-смен фактически всеми установками к отработанным машино-дням всеми установками.

При последующем анализе надо выяснить причины изменения каждого показателя данной модели. Завершается анализ разработкой конкретных мероприятий и подсчетом резервов увеличения объема строительных работ за счет более полного и интенсивного использования строительной техники.

К третьей группе факторов относится обеспеченность строительными материалами (МЗ) и материалоотдача (МО):

$$V_{ссм} = МЗ * МО.$$

Рассчитав влияние данных факторов, необходимо изучить более детально обеспеченность строительных объектов отдельными видами материалов и соблюдение их норм расхода на единицу продукции (работ) (Ред.).

Исходя из специфики деятельности и особенностей расхода материалов в строительстве целесообразно углубить анализ и рассчитать влияние переходящих остатков (Он) и (Ок); выполнения плана по поступлению (П) и размера отходов (Отх) на объем расходования материалов по СМР:

$$V_{мм} = Он + П - Отх - Ок.$$

Влияние на сумму материальных затрат того или иного слагаемого балансового уравнения может измеряться способом цепной подстановки или способом абсолютных разниц между плановыми и фактическими величинами.

При этом основное внимание уделяют выяснению причин перерасхода материалов по сравнению с установленными нормами, а также образованию сверхплановых отходов и потерь, устранение которых является существенным резервом увеличения объема работ и снижения себестоимости строительной продукции и ее материалоёмкости.

6. АНАЛИЗ СЕБЕСТОИМОСТИ СТРОИТЕЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ.

Себестоимость СМР является важнейшим показателем, отражающим деятельность строительной организации. Под себестоимостью СМР понимают затраты строительных организаций в денежной форме на выполненный объем работ. В связи с этим необходимо осуществлять постоянный контроль процесса формирования себестоимости строительной продукции и изыскивать резервы ее снижения.

В состав себестоимости СМР включаются:

- затраты на использованные в производстве строительные материалы, сборные конструкции и детали, другие материальные ресурсы;
- электроэнергия;
- расходы на оплату труда;
- затраты на содержание и эксплуатацию строительных машин и механизмов;
- накладные расходы.

Источники информации для анализа: данные плана строительной организации; отчет о затратах на производство и реализацию продукции (форма № 5-з); данные журнала-ордера № 10-с, ведомости 10-с и другие регистры бухгалтерского учета, фиксирующие расход материальных ресурсов; первичные документы (наряды на выполнение работ, требования на отпуск материалов, сменные рапорты о работе машин и механизмов, М-29 «Отчет о расходе основных строительных материалов в сопоставлении с производственными нормами» и др.); сигнальные документы,

фиксирующие перерасход материалов, заработной платы и времени использования машин и механизмов, не предусмотренных технологией.

В строительстве необходимо различать следующие понятия:

1. Сметная стоимость – принимается из бюджета строительства на определенную дату, на ее основе планируют объемы СМР и осуществляют расчеты за выполненные работы в ценах сметы. По структуре сметная стоимость включает прямые затраты, накладные расходы и плановые накопления.

Прямые затраты непосредственно связаны с возведением строительных конструкций, частей зданий (сооружений) и с монтажом оборудования. Они обычно изменяются прямо пропорционально изменению объемов работ. К прямым затратам относятся:

- стоимость материалов, полуфабрикатов и конструкций, используемых для строительства зданий и сооружений;
- основная заработная плата рабочих, занятых на производстве СМР;
- затраты на эксплуатацию строительных машин и механизмов, обслуживающих производство работ.

Накладные расходы предназначаются для организации и обслуживания строительного производства.

В локальных сметах на общестроительные работы, накладные расходы определяют от суммы прямых затрат.

Плановые накопления это прибыль, которая необходима для покрытия отдельных расходов, не относимых на себестоимость работ и которая является гарантированной частью продукции. Плановые накопления считаются в процентах к сумме прямых затрат и накладных расходов: $ПН = (ПЗ + НР) \times 6\%$ (или 8%). При этом коэффициент может меняться и приравниваться к средним банковским процентам по депозитам.

1. Плановая себестоимость – план СМР в ценах сметной себестоимости.
2. Сметная себестоимость – разность между сметной стоимостью СМР и суммой плановых накоплений.
3. Фактическая себестоимость – выполненный объем работ в сметных ценах.

Общую сумму затрат целесообразно анализировать в соответствии с факторной моделью:

$$З = \sum Z_{пер_i} \cdot V_{ПП_i} + Z_{пост_i}$$

где Z – сумма затрат на производство продукции;

$Z_{пост}$ – сумма постоянных расходов;

$Z_{пер}$ – переменные расходы на единицу продукции (работ, услуг);

$V_{ПП}$ – объем производства продукции.

Существенное увеличение суммы постоянных и переменных расходов может быть результатом повышения ресурсоемкости строительной продукции и роста цен на ресурсы, что должно быть установлено в процессе постатейного анализа себестоимости СМР.

В процессе последующего анализа традиционными способами изучают динамику затрат на рубль СМР,

Чтобы выяснить причины роста постоянных и переменных затрат, необходимо провести постатейный анализ себестоимости. После этого нужно выяснить причины перерасхода средств по каждой статье затрат.

Наибольший удельный вес в себестоимости строительной продукции занимают материальные затраты (МЗ), размер которых зависит от объема ($V_{смр}$) и структуры

СМР (Уд), норм расхода материалов на единицу выполненных работ (НР) и стоимости материальных ресурсов (Ц):

$$МЗ = \sum (V_{см} \cdot Уд_i \cdot НР_i \cdot Ц_i).$$

Дальнейший анализ должен быть направлен на изучение причин отклонения от плановых норм расхода материалов и изменения цен на материальные ресурсы. Отклонение от норм расхода материалов может быть вызвано:

- пересмотром их уровня в течение отчетного периода;
- изменением качества строительных материалов;
- квалификацией работников;
- объемом забракованной продукции;
- уровнем организации контроля над сохранностью материалов;
- эффективностью использования материальных ресурсов и другими факторами.

Изменение цен на строительные материалы может произойти из-за:

- инфляции;
- изменения рынка сырья;
- изменения поставщиков материалов;
- дальности их перевозки;
- уровня транспортных тарифов;
- таможенных пошлин и сборов и др.

Сумма затрат по статье «Основная заработная плата рабочих» (ЗП) может измениться за счет объема ($V_{см}$) и структуры СМР (Уд), их трудоемкости (ТЕ) и уровня оплаты труда за 1 чел.-час (ОТ):

$$ЗП = \sum (V_{см} \cdot Уд_i \cdot ТЕ_i \cdot ОТ_i).$$

Затраты по статье «Расходы по эксплуатации машин и механизмов» (Зэ.м.м.) включает в себя амортизацию строительной техники, затраты на ее ремонт, эксплуатационные расходы, затраты по перемещению и установке машин на строительные объекты и др. Анализ может быть проведен по каждому виду машин и механизмов с использованием факторной модели:

$$Зэ.м.м. = КМ \cdot Д \cdot К_{см} \cdot ПС \cdot УПЗ + А,$$

где КМ – число машин i-го вида;

Д – количество отработанных дней одной машиной за анализируемый период;

$K_{см}$ – коэффициент сменности;

ПС – средняя продолжительность одной смены;

УПЗ – уровень переменных затрат за один машино-час работы;

А – сумма постоянных затрат на содержание данного вида машин.

Большой удельный вес в себестоимости строительной продукции занимают накладные расходы. Это комплексная статья затрат, включающая как условно-переменные, так и условно-постоянные расходы.

Для исчисления степени влияния объема СМР на изменение их суммы ($\Delta НР_{смр}$) необходимо относительный его прирост умножить на плановую сумму условно-переменных расходов ($НР_{пер0}$):

$$\Delta НР_{смр} = \frac{\Delta V_{смр}}{V_0} \cdot НР_{пер0}.$$

Экономия или перерасход накладных расходов за счет изменения продолжительности строительства объекта определяется по формуле:

$$\Delta НР = НР_{пост0} \cdot (1 - K_{п.с.}),$$

где $НР_{пост_0}$ – нормативная сумма условно-постоянных расходов по объекту;

$К_{см}$ – коэффициент продолжительности строительства объекта (отношение фактической продолжительности к нормативной).

Постатейный анализ накладных расходов должен быть направлен на изучение внешних и внутренних факторов изменения их уровня и поиска резервов экономии.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ

1. Что относится к основным субъектам строительства?
2. Назовите особенности строительной отрасли и их влияние на результаты анализа.
3. Каковы основные задачи управленческого анализа строительной отрасли?
4. Перечислите информационные источники для анализа СМР.
5. Изложите методику анализа объема и структуры СМР.
6. Назовите показатели, характеризующие выполнение плана ритмичности СМР.
7. Определите внешние и внутренние факторы, от которых зависит качество СМР.
8. Какие основные факторы влияют на объем строительной продукции?
9. В чем заключается суть анализа себестоимости строительной продукции?

Основная литература (библиотека СГАУ):

1. Бердникова, Т. Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учебное пособие для студ. вузов по эконом. и управленческим спец.; рек. МО РФ / Т. Б. Бердникова. - Москва: Инфра-М, 2013. - 215 с.
2. Савицкая, Г. В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учебник для студ. по спец. "Бухгалтерский учет, анализ и аудит"; рек. УМО / Г. В. Савицкая. - Москва: Инфра-М, 2013. - 607 с.

Дополнительная литература:

1. Басовский Л.Е., Басовская Е.Н. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 366с.
3. Ковалев В.В., Волкова О.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник.- М.: ТК Велби: Изд-во «Проспект», 2007. – 424 с.