

ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНЫХ И ГУМАНИТАРНЫХ ЗНАНИЙ



Хабибуллина Ю.Х.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

**Казань
2009**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ РФ
ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНЫХ И ГУМАНИТАРНЫХ ЗНАНИЙ
КАФЕДРА ФИНАНСОВ И КРЕДИТА**



Хабибуллина Ю.Х.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС

УДК
ББК
Х

Рекомендовано к изданию методическим советом
Института социальных и гуманитарных знаний

Рецензент: канд. эконом. наук, доцент кафедры бухучета,
анализа и аудита ИЭУП
М.О. Измайлова

Хабибуллина Ю.Х.

Х Экономический анализ: Учебно-методический комплекс / Авт.-сост.
Хабибуллина Ю.Х. – Казань: РИЦ « », 2009. – с.
ISBN

Учебно-методический комплекс «Экономический анализ» составлен в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по специальности 080105 – «Финансы и кредит». Дисциплина входит в федеральный компонент специальных дисциплин и является обязательной для изучения.

УДК
ББК

ISBN

© Хабибуллина Ю.Х., составление, 2009
© Институт социальных и гуманитарных знаний, 2009

Содержание

I.	Рабочая программа учебной дисциплины
II.	Объем дисциплины
III.	Содержание курса
IV.	Тематический план занятий
V.	Краткий курс лекций
VI.	Планы семинарских (практических занятий)
VII.	Самостоятельная работа студентов
VIII.	Контроль знаний студентов
IX.	Литература
X.	Приложение

I. Рабочая программа учебной дисциплины

Объектом экономического анализа являются экономические результаты хозяйственной деятельности. Например: на промышленном предприятии к объектам анализа относятся производство, реализация продукции, ее с/с, использование материально – трудовых, финансовых ресурсов; финансовые результаты производства, финансовое состояние предприятия.

Целью экономического анализа является изучение экономической деятельности предприятия направленной на повышение эффективности его работы.

Основные задачи, среди которых можно выделить:

- изучение и выявление причин, полученных экономических результатов;
- выявления резервов повышения эффективности предприятия;
- предоставление информации для целей планирования и прогнозирования;
- создание условий для повышения уровней управления предприятием;
- изучение основ комплексного анализа хозяйственной деятельности.

Необходимость экономического анализа обусловлено ограниченностью ресурсов предприятия и ужесточении конкуренции на рынке.

Принципы экономического анализа:

1. Государственный подход при оценке экономических явлений, процессов, результатов хозяйственной деятельности проявляется в оценке соответствия проявлений экономической жизни- государственной, социальной, международной политике и законодательству.

2. Научный характер, т.е анализ: основывается на положениях диалектической теории познания; учитывает требования экономических законов развития производственной и финансовой деятельности; использует достижения НТП, НИОКР, передового опыта в области высоких технологий; разрабатывает новейшие методы экономических исследований и способы обработки экономической первичной информации.

3. Комплексность исследования – это охват всех звеньев и всех сторон деятельности и изучение причинных зависимостей в экономике предприятия.

4. Системный подход. Изучение каждого объекта осуществляется с учетом всех внутренних и внешних связей.

5. Объективность, конкретность, точность; анализ основывается на достоверной, проверенной информации, реально отражающей объективную деятельность; выводы по результатам анализа обосновываются точными аналитическими расчетами; постоянное совершенствование методики анализа с целью повышения точности и достоверности его расчетов;

6. Действенность - это активное воздействие анализа на ход производства и его результаты путем своевременного выявления недостатков, просчетов, упущений в работе и информирования об этом руководства предприятия,

7. Планирование аналитической работы: это систематическое проведение анализа; распределение обязанностей по выполнению аналитической работы между исполнителями; контроль за осуществлением анализа.

8. Оперативность – умение быстро и четко проводить анализ, принимать управленческие решения и претворять их в жизнь.

9. Эффективность – т.е. экономический эффект, полученный от проведения анализа должен многократно превосходить затраты, связанные с выполнением аналитической работы.

Экономический анализ тесно связан с рядом экономических и других дисциплин, знание которых необходимо для квалифицированного проведения экономического анализа. В первую очередь, среди наук, с которыми связан экономический анализ, можно выделить экономическую теорию, которая изучает экономические законы, механизмы их действия, создает теоретическую основу для развития всех экономических дисциплин.

При проведении аналитических исследований необходимо учитывать действие этих законов.

Экономический анализ тесно связан с планированием и управлением производством. В анализе широко используются плановые данные, поэтому аналитик должен знать систему планирования на предприятии, которые он анализирует. В то же время планирование на предприятии невозможно осуществлять без широкого применения методов экономического анализа. Данные полученные в ходе экономического анализа – это основа планирования.

Экономический анализ тесно связан с бухгалтерским учетом. Это главный источник информации при проведении анализа. Не зная методики бухучета и составления отчетности, трудно правильно проводить экономический анализ. С другой стороны, данные анализа необходимы для бухучета, поэтому, чтобы сделать информацию качественной и правдивой, вся система бухучета постоянно совершенствуется.

В ходе анализа также широко используются методы статистики. Выполнение аналитических отчетов, построение таблиц, группировок и графиков требует знания статистических методов отражения информации.

Среди наук неэкономического направления, в первую очередь, нужно выделить технические и математические науки. Нельзя анализировать тот или иной процесс производства, не зная особенностей технологии. Только знающий технологию анализируемого предприятия специалист может дать полезные рекомендации по их улучшению.

Необходимость решения сложных экономических задач является мощным стимулом развития математики и компьютерных технологий. Использование компьютерных технологий и прикладной математики делают анализ предприятия более качественным, содержательным и быстрым.

Изучив курс, **студент должен знать** современные методы экономических исследований, основы комплексного анализа хозяйственной деятельности предприятия.

Студент, овладев изложенными методиками анализа должен сформировать аналитическое мышление, а также приобрести умение и навыки

в решении задач по управлению и изучению финансово–хозяйственной деятельности предприятия и прогнозированию эффективности инвестиционных проектов.

**II. Объем дисциплины « Экономический анализ»
и виды учебной работы студентов**

Вид учебной работы	Объем часов по формам обучения			
	Очная		Заочная	
	Специал.	бакалавр	Специал.	бакалавр.
№ семестров	8	7	9	8
Всего часов	100	100	100	100
Лекции	30	30	12	12
Практические и семинарские занятия	20	24	-	-
Самостоятельная работа	50	46	88	88
Зачет или экзамен	экзамен	зачет	экзамен	зачет

III. Содержание курса

Тема 1. Экономический анализ и его роль в управлении предприятием

Предмет и задачи курса. Роль и значение комплексного экономического анализа в управлении. Этапы возникновения и развития экономического анализа.

Тема 2. Последовательность проведения финансового и управленческого анализа. Проблемы их проведения

Содержание и последовательность проведения финансового и управленческого анализа. Проблемы их проведения.

Тема 3. Методика проведения экономического анализа

Основные этапы работ по организации проведения экономического анализа на предприятии. Структура комплексного бизнес-плана. Роль анализа в разработке и мониторинге основных плановых показателей.

Тема 4. Виды, основные модели и приемы экономического анализа

Система показателей экономического анализа, их виды. Классификация видов и направлений экономического анализа. Характеристика типов и моделей экономического анализа. Основные приемы экономического анализа.

Тема 5. Методы факторного экономического анализа

Сущность методов и методики. Метод цепных подстановок. Метод разниц абсолютных величин.

Тема 6. Методы факторного экономического анализа, применяемые в мультипликативных моделях

Метод разниц относительных величин. Балансовый метод. Индексный метод.

Тема 7. Методы финансового экономического анализа

Вертикальный, горизонтальный и трендовый методы экономического анализа. Маржинальный анализ. Функционально–стоимостной анализ.

Тема 8. Анализ в системе маркетинга, основные понятия, оценка жизненного цикла товара

Основное содержание и задачи маркетингового анализа. Анализ и оценка жизненного товара Анализ спроса и предложения. Оценка стратегии формирования рыночной цены.

Тема 9. Анализ риска невостребованной продукции, ценовой политики и оценка методов стимулирования продаж

Анализ риска невостребованной продукции. Анализ цен и конкурентоспособности продукции и товаров. Оценка методов стимулирования продаж.

Тема 10. Финансовое состояние коммерческой организации, сущность, оценка имущественного состояния коммерческого предприятия

Основное содержание, задачи, методы анализа финансового состояния предприятия. Оценка имущественного состояния предприятия (вертикальный, горизонтальный, трендовый методы). Анализ ликвидности, платежеспособности и кредитоспособности предприятия.

Тема 11. Анализ ликвидности, платежеспособности и кредитоспособности предприятия

Анализ ликвидности, платежеспособности и кредитоспособности предприятия. Анализ финансового равновесия. Анализ источников формирования капитала коммерческой организации.

Тема 12. Факторный анализ рентабельности предприятия, анализ показателей финансовой устойчивости

Факторный анализ рентабельности предприятия, анализ показателей финансовой устойчивости. Типы финансовой устойчивости.

IV. Тематический план занятий

Дневная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Объем часов		
		лекции	семинары	Самост. работа
1.	Экономический анализ и его роль в управлении предприятием.	2	1	4
2.	Последовательность проведения финансового и управленческого анализа. Проблемы их проведения.	2	1	4
3.	Методика проведения экономического анализа.	2	1	4
4.	Виды, основные модели и приемы экономического анализа.	2	2	4
5.	Методы факторного экономического анализа.	2	2	4
6.	Методы факторного экономического анализа, применяемые в мультипликативных моделях.	2	2	4
7.	Методы финансового экономического анализа.	2	2	4
8.	Анализ в системе маркетинга, основные понятия, оценка жизненного цикла товара.	2	1	4
9.	Анализ риска невостребованности продукции, ценовой политики и оценка методов стимулирования продаж.	4	2	6
10.	Финансовое состояние коммерческой организации, сущность, оценка имущественного состояния коммерческого предприятия.	4	2	4
11.	Анализ ликвидности, платежеспособности и кредитоспособности предприятия.	2	2	4
	Итого			

Тематический план занятий

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Объем часов		
		лекции	семинары	Самостоят. работа.
1.	Экономический анализ как база принятия управленческих решений.	2	-	14
2.	Методика проведения комплексного экономического анализа.	2	-	14
3.	Анализ в системе маркетинга.	2	-	14
4.	Анализ и управление объемом производства и продаж.	2	-	14
5.	Анализ и управление затратами и себестоимостью.	2	-	14
6.	Анализ и оценка использования производственных ресурсов.	2	-	18
	Всего	12		88

V. Краткий курс лекций

Введение

Изучение природы и общественной жизни невозможно без анализа. Анализ представляет собой разделение предмета и явления на его составные части с целью изучения их внутренней сущности. В равной мере это положение относится к экономическим явлениям и процессам. Однако анализ не может дать полного представления об изучаемом предмете или явлении без синтеза, т.е. установлении связи и зависимости между ее основными частями. Анализ и связи между частями обеспечивают научное изучение предметов и явлений.

Экономический анализ – это научный способ познания сущности экономических явлений и процессов, основанных на разделении их на составные части и изучении их во всем многообразии связей и зависимости.

Каждая наука имеет свой предмет исследования, который она изучает с соответствующей целью, присущими ей методами. Предметом экономического анализа являются причинно–следственные связи экономических явлений и процессов.

Тема 1. Экономический анализ и его роль в управлении предприятием

Сущность экономического анализа, предмет и задачи курса

Целью экономического анализа является познание методологии оценки, диагностики, прогнозирования экономической деятельности предприятия на основе законов развития и функционирования систем и применение теоретических знаний на практике.

Экономический анализ – это совокупность приемов и методов, с помощью которых оценивается достигнутый уровень экономического явления во взаимосвязи причин и факторов, повлиявших на этот достигнутый уровень.

Основное содержание экономического анализа включает в себя анализ финансового состояния предприятия и использования ресурсов и конечных результатов деятельности предприятия.

Предмет анализа – производственно-финансовая деятельность предприятия, то есть процессы снабжения, производства, реализации продукции, размещения финансов и др.

Субъектами анализа хозяйственной деятельности являются управляющие (менеджеры) всех уровней управления предприятия, их собственники, учредители, органы государственного управления, финансово-кредитные учреждения, налоговые органы, органы страхования, отдельные специалисты, эксперты, средства массовой информации, информационно-аналитические и рейтинговые агентства.

К объектам анализа хозяйственной деятельности предприятия относятся кадровый, технический, производственный и финансовый потенциал, различные виды деятельности предприятия, их техническое, материальное, финансовое обеспечение и состояние.

Кадровый потенциал предприятия измеряется наличием определенных категорий трудовых ресурсов и их профессиональными возможностями.

Под техническим потенциалом понимается общая совокупность различных видов техники, технологий и их технические возможности, коэффициент полезного действия техники.

Производственный потенциал объединяет различные производственные возможности предприятия по выпуску и реализации различных видов продукции, оказанию услуг.

Финансовый потенциал включает финансовое обеспечение предприятия с использованием собственных, привлеченных и заемных средств.

Объектом анализа может быть: предприятие (фирма) в целом, структурное подразделение предприятия, конкретная экономическая категория (прибыль, себестоимость, трудовые ресурсы).

В процессе анализа происходит сбор, изучение и обработка экономической информации с помощью специальных приемов и методов.

Условия для проведения экономического анализа:

- владение методикой анализа;
- наличие соответствующей информационной базы;
- наличие квалифицированного персонала для организации и проведения анализа.

Цель анализа: оценка проблем фирмы для подготовки обоснования и принятия решений в области развития предприятия, выхода из кризиса, привлечения инвестиций, обеспечения конкурентоспособности и принятия управленческих решений.

Задачи экономического анализа:

- оценка достигнутого уровня развития предприятия;
- обоснование заданий бизнес-плана на основе данных анализа;
- выявление причин и факторов, как положительных, так и отрицательных, повлиявших на достигнутый уровень предприятия;
- обобщение и выводы по итогам проведенного анализа, конкретные рекомендации в плане использования выявленных резервов и повышения эффективности производства и финансовой устойчивости.

Роль и значение экономического анализа в управлении

Деятельность любого предприятия ориентирована на получение **определенных результатов**. Однако одни предприятия уверенно достигают поставленных целей своей деятельности, а другие – работают менее успешно. Результат зависит не только от правильно выбранного вида деятельности, наличия достаточного количества ресурсов, но от **грамотного управления** имеющимися ресурсами.

В широком смысле управление означает воздействие на процесс, объект, систему для сохранения их устойчивости или перевода из одного состояния в другое в соответствии с заданными целями.

Управление в узком смысле представляет собой конкретные способы (методы) воздействия на объект управления для достижения конкретной цели.

Управление осуществляется на основе различных форм и методов воздействия на объект управления.

Функция управления – это выражение определенного назначения управляющего воздействия, осуществление которого рассматривается как составляющая часть воздействия управляющей системы (субъекта управления) на управляемую систему (объект управления) и характеризуется целевой направленностью.

Функции управления: общие (главные) и специфические функции, отражающие содержание самого процесса управления, объекты управления.

Система управления состоит из общих функций: планирования, учета, экономического анализ принятия управленческих решений.

Анализ деятельности хозяйствующего субъекта является одним из наиболее действенных **методов управления**, основным элементом обоснования управленческих решений.

Этапы возникновения и становления экономического анализа

1. 4000 г. до н.э. – возникновение экономического анализа как средства познания сущности экономических явлений и процессов. Это связано с возникновением и развитием бухгалтерского учета.
2. Вторая половина 19 века – теоретическое и практическое развитие экономического анализа в эпоху развития капиталистических отношений.
3. Первая половина 20 века – обособление анализа хозяйственной деятельности в особую отрасль знания, с помощью которой изучаются тенденции развития, глубоко и системно исследуются факторы изменения результатов деятельности, обосновываются планы и управленческие решения, осуществляется контроль за их выполнением, выявляются резервы повышения эффективности производственно–финансовой деятельности, оцениваются результаты деятельности предприятия, вырабатывается экономическая стратегия его развития. Становление анализа хозяйственной деятельности обусловлено следующим:
А) удовлетворением практической потребности, которая возникла в связи с развитием производительных сил, совершенствованием производственных отношений, расширением масштабов производства;
Б) развитием экономической науки в целом и ее отраслей в частности:
 - выделение анализа хозяйственной деятельности в самостоятельную отрасль знаний - научную базу принятия управленческих решений;
 - началом комплексного экономического изучения деятельности предприятия;
 - выпуском первых специальных книг по экономическому анализу хозяйственной деятельности.
4. 30 г.г. 20 века - курс анализа хозяйственной деятельности введен в программы вузов СССР. Становление АХД как науки.
5. Послевоенное время – основательная разработка теоретических вопросов анализа.

6. Современное состояние АХД - это разработанная в теоретическом и практическом плане наука. Она предполагает:
- широкое применение математических методов и компьютерных программ;
 - использование методик экономического анализа в управлении производством на разных уровнях;
 - внедрение теоретических достижений науки в практику экономического анализа;
 - развитие экономического анализа;
 - повышение заинтересованности в этой науке.

Тема 2. Последовательность проведения финансового и управленческого анализа. Проблемы их проведения

В рыночной экономике система бухгалтерского учета в масштабе предприятия подразделяется на финансовый учет и управленческий учет. Соответственно, анализ хозяйственной деятельности также можно подразделить на финансовый и управленческий анализ.

Но такое разделение несколько условно, так как оба вида анализа взаимосвязаны, дополняют друг друга информацией.

Данные финансового анализа используют внешние пользователи для оценки инвестиционной привлекательности и доходности предприятия.

Управленческий анализ направлен на выработку управленческих решений в интересах собственников и администрации предприятия. Информация, полученная в процессе проведения управленческого анализа, является внутренней.

Сущность управленческого анализа состоит в информационном обеспечении для принятия управленческого решения. Для этой цели необходимо использовать как производственные, так и финансовые показатели, т.е. управленческий анализ использует внешнюю финансовую отчетность (бухгалтерскую), необходимую для принятия партнерами предприятия решений, связанных с деятельностью предприятия (рис.1).

В содержание внешнего финансового и внутреннего управленческого анализа входит комплексный экономический анализ деятельности предприятия (КЭАХД).

Особенностями внешнего финансового анализа являются:

- множественность субъектов (пользователей) анализа;
- разнообразие целей и интересов субъектов анализа;
- наличие типовых методик анализа, стандартов учета и отчетности;
- ориентация анализа только на публичную внешнюю отчетность предприятия;
- ограниченность задач;
- максимальная открытость результатов анализа для пользователей информации о деятельности предприятия.



Рис. 1. Управление как процесс.

Особенностями управленческого анализа является:

- ориентация результатов анализа на свое руководство;
- использование всех источников информации для анализа;
- отсутствие регламентации анализа со стороны;
- комплексность анализа, изучение всех сторон деятельности предприятия;
- интеграция учета, анализа, планирования и принятия решений;
- максимальная закрытость результатов анализа в целях сохранения коммерческой тайны.

Источником внешнего финансового анализа является годовая и квартальная отчетность (баланс, отчет о прибылях и убытках, отчет о движении капитала, приложение к бух. балансу). Внутрихозяйственный анализ использует

в качестве источника информации, кроме данных отчетности, также данные о технической подготовке производства, нормативную и плановую информацию.

В условиях рынка и нестабильности, когда высок риск банкротства фирм, значение экономического анализа трудно переоценить, так как качественно проведенный анализ позволяет иметь объективную информацию собственникам и лицам, заинтересованным в деятельности данной фирмы.

Объективность оценки финансового состояния предприятия обеспечивается аудиторской проверкой и качеством проведенного анализа.

В процессе проведения экономического анализа можно столкнуться с некоторыми проблемами, вызванными особенностями российской экономики и сложившейся практики анализа, в частности:

АХД

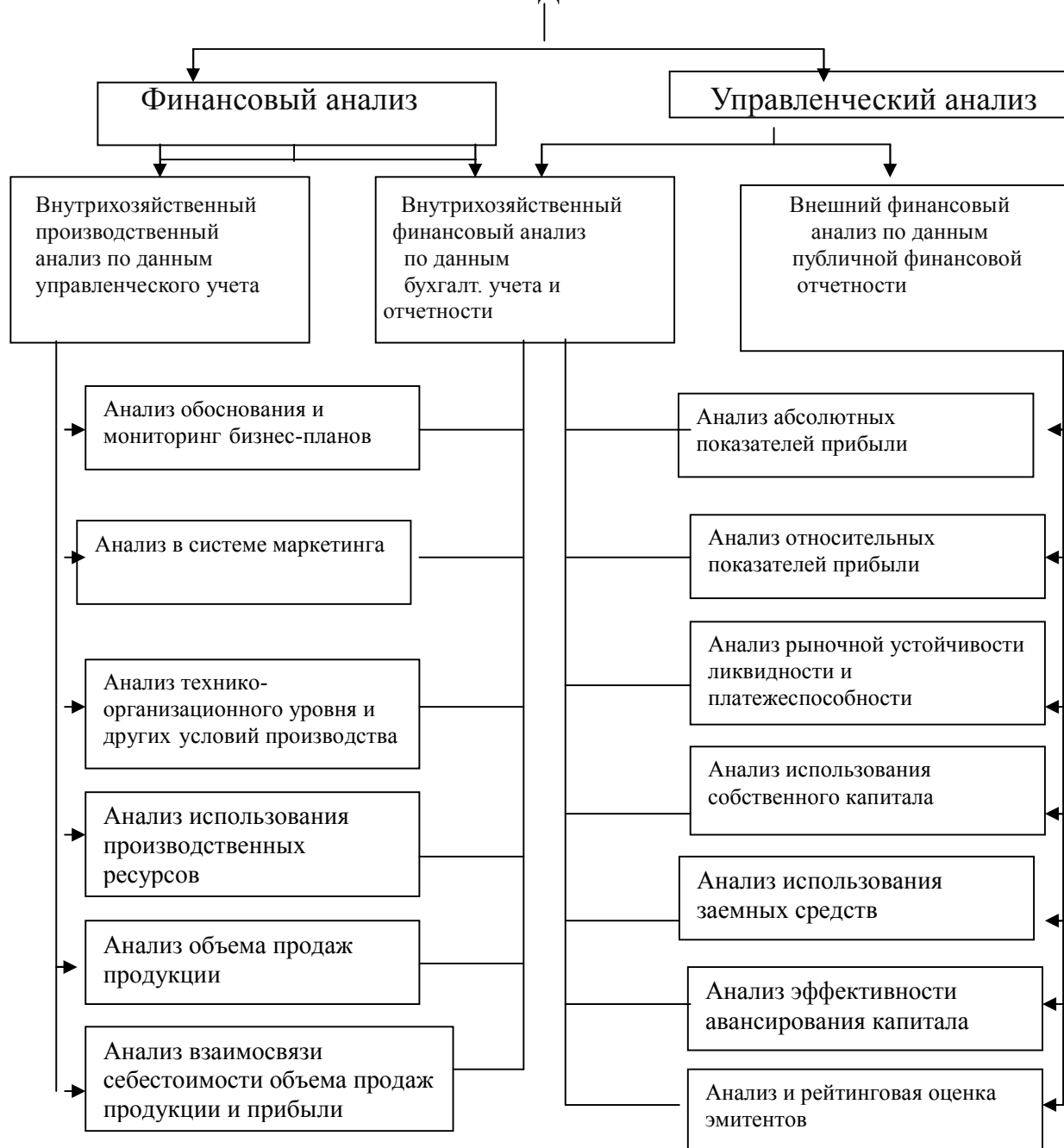


Рис. 2. Структура анализа хозяйственной деятельности.

- отсутствие глубины анализа, то есть сведение результатов, тенденций, улучшения или ухудшения, отсутствие рекомендаций в силу низкой квалификации специалистов, проводящих анализ;
- отсутствие объективной информации для проведения анализа (искажение данных);
- расчет и поверхностное использование избыточного количества финансовых коэффициентов;
- невозможность проведения сравнительного анализа деятельности российских предприятий из-за отсутствия адекватной нормативной базы и средне-отраслевых показателей;
- инфляция и необходимость расчета сопоставимых цен.

Для решения названных проблем необходимо обеспечить единую нормативную базу коэффициентов, характеризующих финансовое состояние предприятий, совершенствовать правила бухгалтерского учета и методы оценки рыночной стоимости акций компаний.

Анализ использования ресурсов и эффективности деятельности

Анализ использования ресурсов и эффективности деятельности предполагает оценку использования:

- орудий труда (основные производственные фонды);
- предметов труда (*материальные ресурсы*);
- трудовых ресурсов.

От того, насколько рационально и эффективно используются ресурсы, зависит уровень затрат, прибыль и в конечном итоге финансовый результат и финансовое состояние предприятия.

При анализе *использования орудий труда* рассматриваются такие показатели как:

- производственные фонды (состав, динамика, фондоотдача, использование производственных мощностей и т.д.).

Особенно тщательно анализируется фондоотдача – показатель эффективного использования фондов. Рассматриваются факторы, влияющие на фондоотдачу, а также анализируется использование основных фондов и влияние этого использования на изменение объема выпуска продукции.

Анализ *наличия и использования материальных ресурсов* проводится с использованием показателей «материалоемкость» и «материалоотдача». При повышении материалоотдачи снижаются затраты материалов, приходящихся на 1 рубль товарной продукции и обеспечивается экономия материалов.

Анализ *использования трудовых ресурсов* предполагает анализ:

- количества работников, их состава с учетом квалификации, профессии;
- использования рабочего времени, производительности труда и расхода ФОТ.

Важным объектом анализа является производительность труда, которая рассматривается с учетом влияния определенных факторов во влиянии на изменение объема выпуска продукции и на изменение затрат на производство.

Таким образом, основными показателями эффективности использования ресурсов являются фондоотдача, материалоотдача и производительность труда.

Анализ конечных результатов деятельности и финансового состояния хозяйствующих субъектов

Целью деятельности любого предприятия является *прибыль*, которая характеризует конечный финансовый результат.

Анализ прибыли проводится с изучением ее величины, состава и динамики.

Прибыль анализируется с учетом влияния на нее:

- объема реализации;
- выручки;
- затрат;
- изменения цен;
- изменения структуры выпуска продукции.

Конечным результатом деятельности являются объемы выпуска и реализации продукции. Поэтому их анализ очень важен в разрезе с анализом выручки.

Для различных сфер материального производства конечным результатом деятельности могут быть:

- в строительстве – объем СМР;
- в торговле – товароборот;
- на транспорте – грузооборот;
- в сфере промышленности – объем валовой, товарной и реализованной продукции.

В оценке конечных результатов большое значение имеет анализ себестоимости и затрат на 1 рубль товарной продукции.

Финансовое же состояние предприятия оценивают с точки зрения размещения средств предприятия. Это оптимальная структура основных, оборотных средств, нематериальных активов, и за счет каких источников (собственных, заемных) эти средства сформированы.

Финансовое состояние предприятия зависит от:

- уровня платежеспособности и ликвидности;
- наличия собственных оборотных средств;
- наличия денежных средств;
- возможность своевременно рассчитаться по своим обязательствам.

Важным критерием является *финансовая устойчивость* предприятия, которая анализируется с учетом соотношения собственных и заемных источников формирования средств, а также покрытия запасов и затрат источниками финансирования и т.д.

Финансовое состояние во многом определяется деловой активностью предприятия через такие показатели как:

- уровень рентабельности;
- скорость оборачиваемости оборотных средств;
- эффективность использования других ресурсов предприятия.

Оценка эффективности работы предприятия предполагает анализ и сопоставление темпов прироста выручки (Δ Выручки), прибыли (Δ Прибыли) и авансированного капитала (Δ Авансированного капитала).

При этом Δ Прибыли $>$ Δ Выручки $>$ Δ Авансированного капитала, это определяет *эффективность производства*.

С целью анализа эффективности деятельности предприятия следует дать анализ:

- рентабельности и ее изменения;
- оборотных средств и возможностей ускорения их оборота при высвобождении из производства.

Здесь же следует провести анализ инвестиций предприятия с оценкой их доходности.

Эффективную работу предприятия могут обеспечить интенсивные методы хозяйствования за счет повышения технического уровня производства и улучшения организации производства, труда и управления.

Тема 3. Методика проведения экономического анализа

Информационная база для проведения экономического анализа

Результаты деятельности предприятия характеризуются системой показателей, которые содержатся в формах бухгалтерской, статистической, оперативной и плановой отчетности.

Данные показатели должны:

- комплексно отражать состояние предприятие;
- быть достоверными и сопоставимыми;
- для их расчета должен быть единый методический подход.

Вся *система показателей*, используемая в анализе делится на:

- абсолютные показатели (натуральные, стоимостные);
- относительные показатели (проценты, коэффициенты);
- средние величины – могут быть установлены на основе рядов динамики – ряд данных, характеризующих явления во времени;
- количественные (прибыль, производительность);
- неколичественные (фондоотдача, рентабельность).

Для проведения экономического анализа используется информационная база, содержащаяся в документах. Данные документы должны быть проверены на предмет наличия всех необходимых реквизитов (подписи, печати) и полноту заполнения документов.

В экономическом анализе используются следующие источники информации:

1. Бухгалтерская информация. Наиболее точно и достоверно отражает состав размещения хозяйственных средств, затраты, прибыль, источники их формирования и т.д.

Содержится в формах квартальной и годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности, в частности, в балансе (форма №1), отчете о прибылях и убытках

(форма №2), отчете об изменении капитала (форма №3) и других приложениях к бухгалтерскому балансу. Кроме того, эта информация содержится в регистрах бухгалтерского учета, на бухгалтерских счетах и в главной книге.

2. Плановая информация. Ее данные содержатся в делах бизнес-плана и отражают задание предприятия на соответствующий период.

3. Статистическая информация. Эта информация по данным статистической и бухгалтерской отчетности, которая отражает основные тенденции показателей деятельности предприятия: об объеме производства и продаж; о затратах; о занятости и оплате труда; о наличии и движении капитала.

4. Оперативная информация. Содержится в документах учета и отчетности, носящих оперативный характер. Эта информация является основанием для оперативного принятия решений по устранению возникших отклонений в ходе производства и реализации продукции. Эти данные фиксируют ежедневный выпуск и реализацию продукции, загрузку оборудования и площадей, обеспечение рабочих мест необходимыми материалами и инструментами.

5. Нормативная информация. Носит официальный характер. Это нормативы, утвержденные Министерством Финансов РФ (нормативы финансовых показателей) и другими уполномоченными ведомствами.

Кроме того, это утвержденные нормативы технологического характера с установлением норм затрат труда, материальных ресурсов на производство продукции и т.д.

Все названные источники экономической информации используются аналитиками комплексно, что позволяет обеспечить объективность и полноту анализа деятельности предприятия.

Основные этапы работ по организации проведения экономического анализа на предприятии

Важным условием для успешной деятельности предприятия является проведение анализа его работы и разработка на основе результатов анализа мер по использованию выявленных резервов.

Методическое руководство за ходом проведения экономического анализа осуществляет *экономический отдел*. Ответственность за организацию проведения анализа несет *заместитель директора по экономике*. *Экономические службы* в силу своей компетенции проводят анализ определенных сфер деятельности.

В *бухгалтерии* проводят анализ баланса в результате которого дается оценка: имущественного состояния предприятия, финансового состояния предприятия и затрат на производство.

Работники финансового отдела анализируют:

- поступление выручки от реализации;
- формирование прибыли и ее распределения;
- денежные притоки и оттоки;
- взаимодействие с бюджетом и внебюджетными фондами;
- взаимодействие с дебиторами и кредиторами.

Работники отдела организации труда и его оплаты (ОТиЗ) анализируют: производительность труда, использование рабочего времени и ФОТ, обеспеченность предприятия трудовыми ресурсами.

Отдел маркетинга занимается анализом рынка сбыта, объема продаж, цен и рентабельности продаж.

Экономический отдел проводит анализ выполнения заданий производственной программы и себестоимости продукции, работ и услуг.

Этапы проведения анализа на предприятии

1. Разработка рабочей программы анализа, которая отражает объект анализа, цель и круг анализируемых вопросов, исполнителей и ответственных лиц, сроки проведения анализа.

2. Четкое распределение заданий по исполнителям.

3. Отбор необходимой информации, проверка документов, используемых в анализе и показателей на предмет их достоверности. Основным источником является бухгалтерская отчетность, которая используется при проведении финансово-инвестиционного анализа.

4. Аналитическая обработка данных – самый сложный этап, в ходе которого с помощью специальных приемов и методов проводится сам экономический анализ. Данный этап предполагает широкое применение аналитических таблиц, расчетов.

5. Обобщение результатов анализа – этап, связанный с установлением положительных и отрицательных факторов, повлиявших на результаты деятельности предприятия.

6. Выводы и рекомендации – по итогам проведенного анализа устанавливаются резервы улучшения деятельности предприятия и предлагаются конкретные мероприятия по их исполнению.

Результаты анализа в зависимости от *целей* и *масштабов* оформляются в виде пояснительной записки к годовому отчету докладной записки на имя руководителя.

Последовательность проведения анализа и оценки потенциала предприятия включает ряд определенных процедур:

- аналитическая структуризация анализируемого объекта, цель которой получить представление о его составе, структуре, свойствах, отношениях;

- группировка и классификация элементов хозяйственной деятельности предприятия;

- изучение количественных и качественных характеристик этих элементов;

- изучение видов связей между элементами;

- количественная и качественная оценка резервов;

- оценка факторов, влияющих на эффективность хозяйственной деятельности предприятия;

- обобщение аналитических данных, сравнение однородных показателей, выявление связей, закономерностей и противоречий;

- установление критерия эффективности хозяйственной деятельности предприятия;
- оценка результатов анализа (расчет социально-экономической эффективности или описательная характеристика основных результатов).

Структура комплексного бизнес-плана

Бизнес-план — это план развития предприятия (деловой единицы), необходимый для освоения новых сфер деятельности фирмы, создания новых видов бизнеса.

Бизнес-план может быть разработан как для нового, только создающегося предприятия, так и для уже существующих экономических организаций на очередном этапе их развития.

Основные цели бизнес-планирования:

- определяет степень жизнеспособности и будущей устойчивости предприятия, снижает риск предпринимательской деятельности;
- конкретизирует перспективы бизнеса в виде системы количественных и качественных показателей развития;
- привлекает внимание и интерес, обеспечивает поддержку со стороны потенциальных инвесторов фирмы;
- помогает получить ценный опыт планирования, развивает перспективный взгляд на организацию и ее рабочую среду.

Бизнес-планирование учитывает не только внутренние цели предпринимательской организации, но и внешние цели лиц, которые могут быть полезны новому делу. Помимо инвесторов заинтересованными лицами будущего бизнеса являются потенциальные потребители и поставщики фирмы.

Уровень составленного бизнес-плана становится показателем надежности и серьезности предпринимателя и его дела. Как правило, бизнес-план является отправной точкой для начала переговоров между предпринимателем и возможными инвесторами (например, банками).

В современных российских условиях бизнес-планирование осуществляет еще одну важную функцию — он является инструментом процесса приватизации государственных предприятий. Здесь он используется для обоснования предложений по приватизации, для определения круга задач, связанных с санацией (оздоровлением) приватизируемых предприятий. Бизнес-план входит в состав проспектов эмиссии ценных бумаг, публикуемых при акционировании экономической организации.

Близким «родственником» бизнес-плана можно назвать такой документ, как технико-экономическое обоснование (ТЭО). ТЭО — это еще один вариант плана развития предприятия. В связи с этим функции ТЭО во многом близки функциям бизнес-плана.

Главным отличием ТЭО от бизнес-плана является то, что технико-экономическое обоснование — это специфический плановый документ для создания и развития промышленных объектов. Поэтому особый акцент в структуре ТЭО сделан на производственно-технические аспекты проекта, в то время как коммерческие, рыночные проблемы будущего бизнеса остаются

почти нераскрытыми. Следовательно, можно говорить о гораздо более узком, специфичном характере ТЭО по сравнению с бизнес-планом.

Предлагается следующая последовательность изложения материалов ТЭО:

1. Общие исходные данные и условия.
2. Рынок и мощность предприятия.
3. Материальные факторы производства.
4. Место нахождения предприятия.
5. Проектно-конструкторская документация.
6. Организация предприятия и накладные расходы.
7. Трудовые ресурсы.
8. Планирование сроков осуществления проекта.
9. Финансово-экономическая оценка проекта.

Для российских предприятий ТЭО является более привычной формой обоснования экономического проекта из-за указанных особенностей его содержания.

Тема 4. Виды, основные модели и приемы экономического анализа

Система показателей экономического анализа, их виды

Удовлетворение постоянно растущих потребностей общества возможно на основе экономического роста, повышения эффективности производства. Эффективность производства характеризуется определенным кругом экономических показателей. На каждый показатель эффективности производства оказывает влияние целая система факторов. Знание факторов производства, умение определить их количественное влияние на общий результирующий показатель позволяет воздействовать на уровень показателей посредством управления факторами, определить механизм поиска резервов экономического роста.

Факторы представляют собой показатели, причины, воздействующие на результативные показатели. С точки зрения влияния факторов на то или иное экономическое явление различают показатели-факторы первого, второго порядка и т.д.

Систематизация и группировка факторов по тем или иным признакам называется классификацией. Классификация факторов позволяет выяснить причины исследуемых явлений, точнее оценить место и роль каждого фактора в формировании величины результативных показателей. Факторы подразделяются на ряд групп:

- природно-климатические,
- социально-экономические,
- производственно-экономические.

По характеру их действия факторы делятся на интенсивные и экстенсивные.

Экстенсивные факторы обеспечивают изменения, связанные с количественным приростом результативного показателя (увеличение объема выпуска за счет увеличения количества оборудования, рабочих, сырья, материалов).

Интенсивные факторы обеспечивают прирост результативного показателя за счет качественных показателей, характеризуют напряженность труда.

По степени распространенности факторы делятся на общие и специфические. Данное деление позволяет полнее учесть особенности предприятий, отраслей.

По составу факторы делятся на сложные (комплексные) и простые (элементные).

По сроку воздействия на результаты хозяйственной деятельности факторы делятся на постоянные (оказывающие влияние в течение всего периода времени) и переменные (оказывающие влияние периодически на результативный показатель).

По степени воздействия на результаты экономической деятельности факторы подразделяются на основные, которые оказывают определяющее воздействие на результативный показатель, и второстепенные, которые не являются определяющими в данных условиях.

Необходимо учитывать - один и тот же фактор в зависимости от конкретных условий может быть как основным, так и второстепенным.

В зависимости от места возникновения выделяют внутренние (зависят от деятельности данного хозяйствующего субъекта) и внешние (не зависят от усилий данного хозяйствующего субъекта) факторы.

На внутренние факторы можно воздействовать. Внешние факторы определяют уровень использования ресурсов хозяйствующего субъекта.

Классификация факторов приведена на рис.

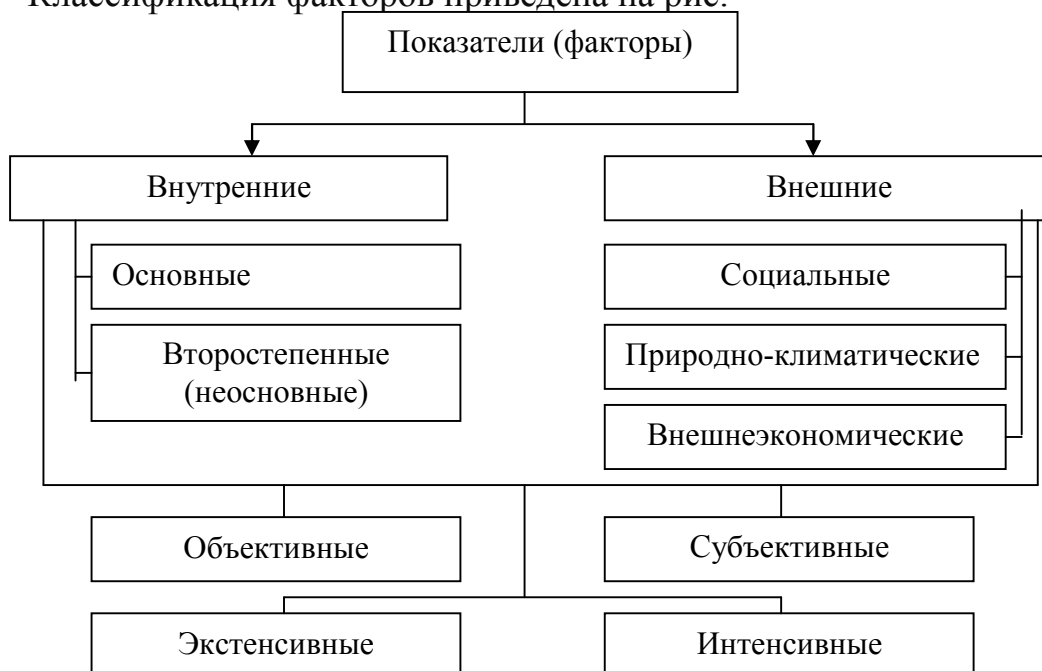


Рис. Классификация факторов (показателей) для анализа результатов деятельности

Классификация видов и направлений экономического анализа

В зависимости от объекта экономического анализа, масштабов и времени проведения существуют различные классификации видов и направлений экономического анализа.

- а) в зависимости от того, кто проводит, анализ может быть:
 - внешним (проводят аудиторские фирмы, вышестоящие организации);
 - внутренним (проводят специальные экономические службы предприятия);
- б) в зависимости от времени проведения:
 - ретроспективный (анализ показателей прошедших периодов);
 - текущий (анализ показателей текущего характера);
 - перспективный;
- в) в зависимости от масштаба, охвата:
 - производственный (анализ предприятия в целом);
 - внутрипроизводственный (анализ по подразделениям)
- г) в зависимости от охвата объектов анализа:
 - сплошной (анализ всех комплексов);
 - локальный (анализ определенных моментов деятельности)
- д) в зависимости от частоты проведения:
 - периодический (по кварталам);
 - разовый
- е) в зависимости от применяемых методов:
 - сравнительный;
 - факторный;
 - маржинальный (анализ взаимосвязи трех основных моментов деятельности (например, объем выпуска, затраты, прибыль)).

Данный прием анализа позволяет принимать решения по организации бизнеса:

- экономико-математический;
- функционально-стоимостной.

Характеристика типов и моделей экономического анализа

В процессе анализа деятельности предприятия используют несколько типов моделей анализа, в частности:

1. **Дескриптивная модель.** Носит описательный характер. Чаще всего отражает состояние баланса предприятия, т.е. хозяйственных средств и их источников, характеристику коэффициентов финансового состояния предприятия. Наиболее часто используется в финансово-инвестиционном анализе.

2. **Предикативная модель.** Носит предсказательный характер, т.к. связана с прогнозированием оптимального объема продаж, достижением безубыточности производства и критического объема продаж.

3. **Нормативная модель.** Основывается на отклонениях фактических показателей от установленных на анализе нормативов.

Исходя из того, что практически любое экономическое явление представляет собой результат влияния определенных факторов, следует, что существует причинно-следственная связь между результатом и факторами, которые на этот результат влияют. Данная связь представляет собой детерминированную модель. Она может быть представлена в нескольких моделях:

А) Аддитивная модель

Аддитивная модель имеет вид: $y = a + b - c$,

где y - результативный показатель;

a, b, c – факторы, влияющие на результативный показатель.

Здесь результативный показатель выступает как алгебраическая сумма, разность различных факторов.

Пример. На объем реализации оказывают влияние следующие факторы:

$$V_{\text{реал.прод.}} = V_{\text{тов.прод.}} + \text{Остатки}_{\text{нач. года}} - \text{Остатки}_{\text{кон. года}}$$

Б) Мультипликативная модель

Мультипликативная модель имеет вид: $y = a * b * c$.

Представляет собой произведение факторов.

Пример. На объем выпущенной продукции оказывают влияние следующие факторы:

$$\text{Вып. прод.} = \text{Числ. работн.} * \text{Ср.год.выраб.}$$

В) Кратная модель

Кратная модель имеет вид: $y = a / b$.

Здесь результативный показатель представлен в виде частного от деления различных факторов.

Пример. На фондоотдачу основных средств оказывают влияние следующие факторы:

$$\Phi_o = V_{\text{вып.прод.}} / \text{Среднегод. ст-ть ОПФ},$$

где ОПФ – основные производственные фонды.

Г) Смешанная модель

Смешанная модель имеет вид: $y = a / (b + c)$.

Включает в себя произведение, сумму или разницу различных показателей.

Пример. На рентабельность оказывают влияние следующие факторы:

$$\text{Рентабельность} = (\text{Прибыль} * 100) / (\text{ОС} + \text{Об.ср-ва}).$$

Основные приемы экономического анализа

Наиболее распространенный и широко используемый прием в экономическом анализе - сравнение.

Сравнение предполагает сопоставление показателей одного и того же характера для выявления абсолютного и относительного изменения их значений.

При этом однотипный показатель может сравниваться в следующих вариантах:

- Фактическое значение с плановым (абсолютное отклонение, относительное отклонение).

(Факт – План) показывает абсолютный рост или снижение конкретного показателя.

$((\text{Факт} / \text{План}) * 100\%)$ показывает на сколько процентов выполнено плановое задание.

- Фактическое значение сопоставляется с показателями предыдущих лет, что дает возможность установить динамику изменения показателей, как по каждому году, так и за период в целом.

В этом случае могут быть использованы базисные и цепные ряды динамики:

- показатели данного предприятия могут сравниваться с аналогичными показателями других предприятий отрасли;

- факт сравнивается с нормативным значением.

Во всех этих вариантах сравниваются сопоставимые показатели.

Сравнение с базовыми значениями позволяет решить широкий круг аналитических задач, используя в качестве базы сравнения: плановые, нормативные и предельные значения изучаемых показателей, фактические значения показателей за прошлые периоды, среднестатистические значения изучаемых показателей, показатели деятельности конкурентов, оптимальное значение показателя.

Сравнение с плановыми данными производится в процессе оперативного и ретроспективного анализа. В первом случае сравнение используется для контроля за ходом выполнения плана, во втором — для оценки работы предприятия за прошедший период.

Сравнение фактических данных с плановыми может использоваться и для проверки обоснованности плановых заданий. Допустим, средний темп роста, характеризующий динамику фактических показателей реализации продукции за ряд предшествующих лет, составляет более 100%, но план реализации на предстоящий период определен со снижением по сравнению с предшествующим периодом, следовательно, план является необоснованным.

Сравнение с нормативными и предельными значениями используется при оценке резервов и построении диаграммы жизненного цикла предприятия.

Сравнение с показателями прошлого периода позволяет выявить тенденции, закономерности развития экономического явления.

Сравнение основных показателей работы предприятия со среднестатистическими значениями позволяет определить конкурентные позиции данного предприятия, мотивирует поиск резервов роста объема более эффективного использования ресурсов и снижения затрат.

Важное значение для предприятия имеет сопоставление параметров экономического состояния с показателями отраслевого и мирового лидеров. Использование такого вида сравнения сдерживается отсутствием достаточного объема адекватной информации.

Оптимальные величины в качестве базы сравнения используются для выявления резервов снижения себестоимости продукции, поиска резервов роста объема, выпуска продукции и прибыли. Например, сопоставление фактического объема поставки с оптимальным размером одной партии позволяет внести

коррективы в план поставки и сократить, тем самым, расходы на транспортировку и хранение товарных запасов.

Пример. Выпуск продукции по данным отчета по соответствующим годам составил:

год	факт. вып. (тыс.руб)	изменение к пред. году (тыс. руб)	изменение базисного индекса	изменение цепного индекса
2000	900	-	-	-
2001	950	+50	1,05 (950/900)	1,05 (950/900)
2002	970	+20	1,07 (970/900)	1,02 (970/950)
2003	800	-170	0,88 (800/900)	0,82 (800/970)
2004	840	+40	0,93 (840/900)	1,05 (840/800)

Среднегодовое изменение индекса продукции:

$$I = \sqrt[n-1]{I_1 * I_2 * I_3 * I_4 * I_5},$$

$$I = \sqrt[4]{1 * 1.05 * 1.02 * 0.82 * 1.05} = 0,98.$$

Вывод: Плановое задание 2004 года по объему выпуска продукции предприятие недовыполнило на 50 тыс. руб. ((840-890) – средняя величина). Процент выполнения плана составляет (840/890)*100=94,4%.

Анализ динамики показателя за 5 лет с 1999 по 2004 гг. свидетельствует о снижении объема выпуска продукции на 7% (0,93 - 1) по сравнению с 1999 г.

В среднем за год объем выпуска продукции снижается на 2% (0,98-1).

Особо следует отметить спад производства продукции в 2003 году, который по сравнению с базовым годом снизился на 12% (0,88-1).

Положительная тенденция наблюдается в 2004 г., т.к. объем выпуска повышается по сравнению с 2003 г. на 40 тыс. руб.

Кроме сравнения в экономическом анализе часто применяются способы **расчленения и группировки**.

При расчленении предполагается более детальное изучение показателей определяющих экономическое явление.

Пример. Объем выпуска продукции в целом может быть рассмотрен:

- по видам выпускаемой продукции с выделением видов продукции, по которым идет невыполнение задания;

- по срокам изготовления (поквартально, за год).

Способ группировки – объединяет однородные показатели с целью установления общих тенденций, их изменения и характеристик.

Тема 5. Методы факторного экономического анализа

Сущность метода и методики

Различают понятия метод и методика.

Метод – это способ подхода к изучению реальной действительности, способ исследования природы и общества.

Метод экономического анализа как общий подход к исследованиям базируется на *диалектике*, что означает:

1. все явления изучаются во взаимосвязи и взаимообусловленности;
2. все явления изучаются в движении и развитии.

Применение метода экономического анализа включает в себя следующую последовательность процедур:

1. Определение системы показателей, характеризующих объект исследования по заданному направлению.
2. Установление соподчиненности показателей и выделение групп соподчиненных факторов.
3. Выделение в группе факторов основных и второстепенных.
4. Установление формы взаимосвязи между факторами.
5. Выбор приемов и способов для изучения взаимосвязи.

Методика экономического анализа представляет собой совокупность специальных приемов (методов), применимых для обработки экономической информации в работе предприятий и их объединений.

К числу *специальных методов и приемов* анализа относят:

- сравнения,
- метод подстановок,
- метод разницы абсолютных и относительных величин,
- индексный метод,
- маржинальный анализ,
- функционально-стоимостной анализ,
- балансовый метод,
- вертикальный и горизонтальный методы анализа.

Метод цепных подстановок

Метод цепных подстановок - один из приемов факторного анализа и *метода эллиминирования* (эллиминирование – метод, когда исключается действие ряда факторов и выделяется один из них).

Суть метода: последовательно устраняется влияние каждого фактора на результирующий показатель. При этом в алгоритм расчета показателя базисного уровня (плановый показатель или показатель прошлых лет) последовательно вводится фактическое значение факторов. Влияние каждого фактора на результирующий показатель определяется как разность между получившимся значением результирующего показателя и результирующего показателя предыдущего расчета.

Правильность расчета факторов проверяется методом *балансовых увязок*, т.е. общая сумма отклонения результативного показателя по факту от базисного уровня должна быть равна сумме отклонений по всем факторам.

Рассмотрим метод цепных подстановок на примере мультипликативной модели.

Пусть y_0, y_1 - результативные показатели;

a_0, b_0, v_0, Γ_0 - факторы базисного периода;

a_1, b_1, v_1, Γ_1 - факторы отчетного периода;

$$y_0 = a_0 * b_0 * v_0 * \Gamma_0,$$

$$y_1 = a_1 * b_1 * v_1 * \Gamma_1,$$

$$y_1 - y_0 = \Delta y,$$

где Δy – отклонение фактического значения результативного показателя от базисного значения.

$$y_a = a_1 * b_0 * v_0 * \Gamma_0,$$

$$\Delta y_a = y_a - y_0,$$

где y_a - результативный показатель, который отражает только изменение объема выпущенной продукции с учетом влияния фактора а.

$$y_b = a_1 * b_1 * v_0 * \Gamma_0,$$

$$\Delta y_b = y_b - y_a,$$

где y_b - результативный показатель, который отражает только изменение объема выпущенной продукции с учетом влияния фактора б.

$$y_v = a_1 * b_1 * v_1 * \Gamma_0 ; \Delta y_v = y_v - y_b,$$

где y_v - результативный показатель, который отражает только изменение объема выпущенной продукции с учетом влияния фактора в.

$$y_\Gamma = a_1 * b_1 * v_1 * \Gamma_1 ; \Delta y_\Gamma = y_\Gamma - y_v,$$

где y_Γ - результативный показатель, который отражает только изменение объема выпущенной продукции с учетом влияния фактора г.

Проверка правильности проведенных расчетов осуществляется методом балансовых увязок, т.е. $\Delta y = \Delta y_a + \Delta y_b + \Delta y_v + \Delta y_\Gamma$.

Пример. Используя метод цепных подстановок проанализировать влияние использования трудовых факторов на объем выпуска продукции.

Показатель	Ед. изм.	План	Факт	Отклонения (+; -)
1. Среднесписочная численность рабочих	Чел	200	196	-4
2. Кол-во отработанных дней в году	Дни	223	221	-2
3. Средняя продолжительность рабочего дня.	Час	7,98	7,96	-0,02
4. Среднечасовая производительность труда	Руб	110	115	+5
5. Годовой объем выпущенной продукции (V _{вып.})	Тыс.руб	39149,8 8	39651,5	501,62

Рассчитаем годовой объем выпущенной продукции по базису (плану) и по факту:

$$y_0 = a_0 * b_0 * v_0 * \Gamma_0,$$

$$V_{\text{вып. (план)}} = 200 * 223 * 7,98 * 110 / 1000 = 39149,88 \text{ (тыс.руб)},$$

$$y_1 = a_1 * b_1 * v_1 * \Gamma_1,$$

$$V_{\text{вып. (факт)}} = 196 * 221 * 115 * 7,96 / 1000 = 39651,5 \text{ (тыс.руб)},$$

$$\Delta y = 39651,5 - 39149,88 = 501,62.$$

Рассчитаем:

Влияние на объем выпущенной продукции среднесписочной численности рабочих (ΔV_a):

$$V_a = 196 * 223 * 7,98 * 110 / 1000 = 38366,9,$$

$$\Delta V_a = - 782,98, \quad (V_a (38366,9) - y_0 (39149,88)).$$

Влияние на объем выпущенной продукции количества отработанных дней в году (ΔV_b):

$$V_b = 196 * 221 * 7,98 * 110 / 1000 = 38022,78,$$

$$\Delta V_b = - 344,12, \quad (V_b - V_a).$$

Влияние на объем выпущенной продукции средней продолжительности рабочего дня (ΔV_v):

$$V_v = 196 * 221 * 7,96 * 110 / 1000 = 37928,$$

$$\Delta V_v = - 95,29, \quad (V_v - V_b).$$

Влияние на объем выпущенной продукции среднечасовой производительности труда (ΔV_Γ):

$$V_\Gamma = 196 * 221 * 7,96 * 115 / 1000 = 39651,5,$$

$$\Delta V_\Gamma = 1723,98, \quad (V_\Gamma - V_v).$$

Проверка правильности проведенных расчетов:

$$\Delta V = 1723,98 - 95,29 - 344,12 - 782,98 = 501,62.$$

Вывод: Объем выпуска продукции за отчетный год повысился на 501 тыс. руб., что составляет 1,2% $((39651,5/39149,88)*100\%=101,2\%)$.

Рост объема производства обеспечен за счет роста среднечасовой производительности труда (со 110 до 115 руб./час). В результате влияния данного фактора объем выпуска вырос на 1724 тыс. руб.

Вместе с тем, ряд факторов, связанных с использованием трудовых ресурсов и использованием рабочего времени, привел к снижению объема выпуска продукции, в частности:

- снижение фактической численности рабочих по сравнению с планом на 4 – снижение объема производства на 783 тыс.руб.;
- сокращение количества отработанных дней одним человеком в среднем за год на 2 дня – снижение объема выпуска продукции на 344 тыс.руб.;
- уменьшение средней продолжительности рабочего дня на 0,02 – снижение объема выпуска продукции на 95 тыс.руб..

Таким образом, общая сумма резерва роста объема производства за счет улучшения использования рабочего времени и обеспечение предприятия необходимой плановой численностью рабочих составляет $(784+344+95) = 1223$ тыс.руб.

Метод цепных подстановок можно применять ко всем типам детерминированных связей.

Метод разниц абсолютных величин

Метод разниц абсолютных величин представляет собой факторный анализ, чаще всего используется в мультипликативных и мультиаддитивных моделях.

Суть метода: по каждому анализируемому фактору определяют абсолютную величину отклонения (факт – базисная величина), затем, для установления влияния каждого фактора, последовательно в базисном значении результативного показателя величину фактора заменяют на его абсолютное отклонение.

При этом факторы, находящиеся **слева** от суммы абсолютных отклонений, принимаются по факту, а **справа** – принимаются по базисному уровню.

Рассмотрим метод разниц абсолютных величин на примере мультипликативной модели.

Пусть y_0, y_1 - результативные показатели,

$$y_0 = a_0 * b_0 * v_0 * \Gamma_0,$$

$$y_1 = a_1 * b_1 * v_1 * \Gamma_1,$$

$$y_1 - y_0 = \Delta y,$$

где Δy – отклонение фактического значения результативного показателя от базисного значения.

$$\Delta a = a_1 - a_0,$$

$$\Delta b = b_1 - b_0,$$

$$\Delta v = v_1 - v_0,$$

$$\Delta \Gamma = \Gamma_1 - \Gamma_0,$$

где $\Delta a, \Delta b, \Delta v, \Delta \Gamma$ - абсолютное отклонение факторов

(факт) слева справа (план)

$$\Delta y_a = (\Delta a) * b_0 * v_0 * \Gamma_0$$

$$\Delta y_b = a_1 * (\Delta b) * v_0 * \Gamma_0$$

$$\Delta y_v = a_1 * b_1 * (\Delta v) * \Gamma_0$$

$$\Delta y_\Gamma = a_1 * b_1 * v_1 * (\Delta \Gamma)$$

Правильность проверяется методом балансовых увязок.

$$\Delta y = \Delta y_a + \Delta y_b + \Delta y_v + \Delta y_\Gamma.$$

Пример. На производстве установлено и действует 60 ед. оборудования, при плане 62 ед. Фактически за год один станок работает 3780 часов, по плану 3778 часов. Часовая выработка одного станка 60 руб., при плановом значении 59 руб. за час.

Используя метод разниц абсолютных величин, проанализировать влияние факторов использования оборудования на годовой объем выпуска продукции.

Показатель	Ед. изм.	План	Факт	Отклон ен. (+; -)
1. Кол-во ед. оборудования	Шт	62	60	-2
2. Среднегодовая продолжительность работы станка	Час	3778	3780	+2
3. Производительность одного станка	Руб	59	60	+1
4. Годовой объем выпущенной продукции	Тыс.руб.	13820	13608	-212

Рассчитаем годовой объем выпущенной продукции по базису (плану) и по факту:

$$y_0 = a_0 * b_0 * v_0 * \Gamma_0,$$

$$V_{\text{вып. (план)}} = 62 * 3778 * 59 / 1000 = 13820 \text{ (тыс.руб.)},$$

$$y_1 = a_1 * b_1 * v_1 * \Gamma_1,$$

$$V_{\text{вып. (факт)}} = 60 * 3778 * 60 / 1000 = 13608 \text{ (тыс.руб.)},$$

$$\Delta y = 39651,5 - 39149,88 = 501,62.$$

Рассчитаем:

- влияние на объем выпущенной продукции количества используемых станков:

$$\Delta y_a = -2 * 3778 * 59 = -446 \text{ (тыс.руб.)};$$

- влияние на объем выпущенной продукции среднегодовой продолжительности работы станка:

$$\Delta y_b = 60 * 2 * 59 = 7 \text{ (тыс.руб.)};$$

- влияние на объем выпущенной продукции производительности одного станка:

$$\Delta y_v = 60 * 3780 * 1 = 227 \text{ (тыс.руб.)};$$

- влияние на объем выпущенной продукции годового объема выпущенной продукции:

$$\Delta y = -446 + 7 + 227 = -212 \text{ (тыс.руб.)}.$$

Вывод: Плановое задание по объему выпуска продукции за отчетный год предприятие выполнило на 98% (13608/13820). Недовыполнение составило 212 тыс.руб.

Данное обстоятельство вызвано тем, что фактическое количество действующих станков было на 2 ед. меньше, чем планировалось, в результате чего было недовыпущено продукции на сумму 446 тыс.руб.

Следует отметить, что имеющееся оборудование используется достаточно эффективно, как по времени работы, так и по мощности. В результате чего объем выпущенной продукции был увеличен:

- за счет повышения времени работы оборудования на 7 тыс. руб.;

- за счет повышения производительности одного станка на 227 тыс. руб.

Таким образом, потери объема производства были компенсированы на 234 тыс. руб. (7+227).

Повышение объемов выпуска продукции может быть достигнуто за счет обеспечения предприятия необходимым плановым количеством оборудования.

Тема 6. Методы факторного экономического анализа, применяемые в мультипликативных моделях.

Способ относительных разниц

Данный метод является разновидностью метода разниц абсолютных величин. Он применяется к мультипликативным и смешанным (комбинированным) моделям.

Суть метода: по каждому анализируемому фактору определяют относительный прирост $((\text{факт} - \text{базисная величина}) * 100 / \text{базисная величина})$. Для установления влияния каждого фактора необходимо базисное значение результативного показателя умножить на величину относительного прироста и разделить полученное значение на 100.

Пусть y_0, y_1 - результативные показатели;
 a_0, b_0, v_0, Γ_0 - факторы базисного периода;
 a_1, b_1, v_1, Γ_1 - факторы отчетного периода;
 $y_0 = a_0 * b_0 * v_0 * \Gamma_0$,
 $y_1 = a_1 * b_1 * v_1 * \Gamma_1$,
 $y_1 - y_0 = \Delta y$.

Тогда, влияние фактора а будет рассчитываться:

$$\Delta a (\%) = (a_1 - a_0) * 100 / a_0,$$

$$\Delta y(a) = y_0 * \Delta a (\%) / 100.$$

Влияние фактора б будет рассчитываться:

$$\Delta b (\%) = (b_1 - b_0) * 100 / b_0,$$

$$\Delta y(b) = y_a * \Delta b (\%) / 100.$$

Влияние фактора в будет рассчитываться:

$$\Delta v (\%) = (v_1 - v_0) * 100 / v_0,$$

$$\Delta y(v) = y_b * \Delta v (\%) / 100.$$

Влияние фактора г будет рассчитываться:

$$\Delta \Gamma (\%) = (\Gamma_1 - \Gamma_0) * 100 / \Gamma_0,$$

$$\Delta y(\Gamma) = y_v * \Delta \Gamma (\%) / 100,$$

где $\Delta a (\%)$ - относительный прирост фактора а;

$\Delta b (\%)$ - относительный прирост фактора б;

$\Delta v (\%)$ - относительный прирост фактора в;

$\Delta \Gamma (\%)$ - относительный прирост фактора г;

$\Delta y(a)$ – влияние фактора а на изменение результативного показателя;

$\Delta y(b)$ – влияние фактора б на изменение результативного показателя;

$\Delta y(v)$ – влияние фактора в на изменение результативного показателя;

$\Delta y(\Gamma)$ – влияние фактора г на изменение результативного показателя.

Недостатки методов элиминирования состоят в том, что изменение результата (влияние фактора) зависит от изменения порядка рассмотрения факторов.

Балансовый метод анализ

Балансовый метод как способ представления данных широко используется в планировании, учете и экономическом анализе. Кроме привычного бухгалтерского баланса, в анализе используются трудовые, товарные, денежные балансы. Они могут быть плановыми и фактическими (отчетными). При помощи этих балансов планируются образование и распределение отдельных видов материалов, продукции, денежных средств, трудовых ресурсов.

Балансы используются для проведения факторного анализа при изучении детерминированных зависимостей. Например, при сравнении планового и отчетного товарных балансов выявляется влияние на изменение объема реализации товаров таких факторов, как запасы на начало и конец анализируемого периода, поступление товаров, величина недокументируемого расхода. В подобных балансах может и не быть равенства итогов, поэтому могут быть балансы активные (например, превышение вывоза товаров над ввозом) и пассивные (с перевесом ввоза над вывозом).

Данный метод широко используется для анализа баланса предприятия, его активов и пассивов, а также для анализа финансового плана, в котором увязываются расходы и доходы предприятия, для анализа материально-технического обеспечения производства (потребность в ресурсах и источниках их покрытия).

Данный метод достаточно часто используется как вспомогательный, для подтверждения правильности расчетов факторным методом анализа.

Индексный метод анализа

Индексный метод позволяет определить влияние изменения общего показателя в результате влияния факторов, не только в относительном, но и в абсолютном выражении.

Как правило, анализируемый показатель представляет собой произведение количественного и качественного показателей в различных единицах измерения и поэтому невозможно прямым сложением или вычитанием показателя установить влияние каждого фактора на результативный показатель.

Пример. Объем реализации в рублях представляет собой произведение реализации продукции в шт. на соответствующую им цену.

Для того, чтобы установить как изменяется объем реализации и влияние на это изменение каждого фактора, следует определить:

1. Общий индекс изменения объема реализации

$$I_{\Delta V_p} = (\sum q_i^1 * c_i^1) / (\sum q_i^0 * c_i^0) = V_{\text{факт}} / V_{\text{план}}$$

2. Частные индексы изменения и влияния фактора на обобщающий показатель:

- а) Индекс изменения объема выпущенной продукции:

$$I_q = (\sum q_i^1 * c_i^0) / (\sum q_i^0 * c_i^0)$$

- б) Индекс изменения цен:

$$I_c = (\sum q_i^1 * c_i^1) / (\sum q_i^1 * c_i^0)$$

3. Общее изменение объема реализации рассчитывается:

$$I_{vp} = I_q * I_c$$

Пример. Предприятие реализовывает два вида продукции, данные приведены в таблице.

Вид изделия	Выпуск в шт.		Цена за изделие	
	план (q_0)	факт (q_1)	план (c_0)	факт (c_1)
Изделие А	10000	9800	300	320
Изделие Б	50000	53000	80	79

Рассчитаем общий индекс изменения объема реализации.

$$I_{\Delta V_p} = (9800 \cdot 320 + 53000 \cdot 79) / (10000 \cdot 300 + 50000 \cdot 80) = 1,046 \text{ (104,62\%)}$$

1. Рассчитаем влияние изменения объема выпуска:

$$I_q = (9800 \cdot 300 + 53000 \cdot 80) / (50000 \cdot 80 + 10000 \cdot 300) = 1,026 \text{ (102,6\%)}$$

2. Рассчитаем влияние изменения цены реализации:

$$I_c = 1,02 \text{ (102\%)}$$

3. Рассчитаем общее изменение объема реализации:

$$I_{vp} = 1,026 \cdot 1,02 = 1,046$$

Вывод: Выручка от продаж повысилась по сравнению с планом на 4% (индекс роста 1,046). Рост выручки произошел в результате роста объема реализации на 2,6%. За счет изменения индекса цен на продукцию выручка от реализации возросла на 2%, что в целом составило 4,6%.

Тема 7. Методы финансового экономического анализа

Вертикальный, горизонтальный и трендовый методы анализа

Вертикальный, горизонтальный и трендовый методы анализа широко используются в финансовом анализе.

Они позволяют проанализировать состав и структуру хозяйственных средств и источников их формирования (форма №2) (вертикальный анализ); проанализировать динамику изменения статей баланса в части роста или сокращения хозяйственных средств и их источников (горизонтальный анализ).

В данном анализе широко используются аналитические таблицы, что позволяет придать наглядность анализируемому показателю.

Вертикальный и горизонтальный анализы, чаще всего, применяются для оценки имущественного состояния предприятия, анализа структуры и динамики активов и пассивов баланса.

Вертикальный анализ активов баланса позволяет дать оценку структуры хозяйственных средств предприятия на начало и конец периода и проанализировать ее динамику.

Структура активов баланса показывает удельный вес в процентах отдельных частей хозяйственных средств предприятия. Для этого валюта актива (строка 300) баланса принимается за 100% и устанавливается какой процент в валюте баланса занимают: внеоборотные активы и оборотные активы

Далее более детально изучается структура по каждому разделу активов, в частности, устанавливается удельный вес основных средств.

У предприятий, производящих продукцию, доля основных средств должна быть значительной. С расширением производственно-хозяйственной деятельности величина этих средств возрастает.

В составе хозяйственных средств устанавливается доля нематериальных активов, финансовых вложений, а в составе оборотных активов – наличие запасов, затрат, дебиторской задолженности, денежных средств.

Для анализа структуры активов баланса используют аналитическую таблицу.

Статья баланса	На начало года		На конец года		Изменения	
	в тыс. руб.	уд.вес %	в тыс. руб.	уд.вес %	в тыс. руб.	уд.вес %
I. Внеоборотные А итого по разделу I	10182	67,07	12960	71,17	2778	4,10
II. Оборотные А итого по разделу II	4742	32,93	5250	28,83	508	-4,10
Валюта баланса	15182	100%	18210	100%	3028	-

Как видно из таблицы, для того чтобы рассчитать долю внеоборотных активов на начало периода необходимо валюту баланса принять за 100%, тогда удельный вес внеоборотных активов составит $10182 \cdot 100 / 15182 = 67,07$.

Данные таблицы позволяют установить, какие произошли изменения в хозяйственных средствах, имуществе. Параллельно с вертикальным анализом активов баланса проводят вертикальный анализ его пассивов.

Вертикальный анализ пассивов баланса проводится в аналитической таблице, аналогичной той, по которой оцениваются активы баланса.

Данный анализ позволяет оценить структуру источников с точки зрения удельного веса в процентах источников собственных средств (III раздел пассива), заемных (долгосрочные и краткосрочные кредиты и займы), а также временно привлеченных средств (краткосрочная дебиторская задолженность).

Валюта пассива принимается за 100% и если наибольший удельный вес приходится на источники собственных средств, то финансовое положение предприятия оценивается как достаточно высокое.

Изменение в сторону снижения удельного веса источников собственных средств и увеличение заемных может служить отрицательной характеристикой финансовой устойчивости хозяйствующего субъекта.

Особое внимание следует уделить тенденциям увеличения задолженности по заработной плате, бюджету, внебюджетным фондам, поставщикам и выяснить причины такого роста.

Горизонтальный анализ активов баланса позволяет оценить изменение статей баланса на конец года по сравнению с началом года в абсолютном выражении и устанавливать динамику изменения каждой статьи.

Здесь каждая статья на начало года оценивается за 100% и путем сравнения с абсолютной суммой на конец периода определяется сумма абсолютного отклонения, устанавливается темп роста статьи в процентах.

Если наблюдается более высокий темп роста какой-либо из статей баланса по сравнению с другими, то в зависимости от того, что это за статьи, можно сделать выводы:

- высокий темп роста нематериальных активов может быть следствием политики инновации;
- более высокий темп роста капитальных вложений может быть следствием инвестиционной политики;
- высокий темп роста производственных запасов может быть связан с расширением производственно-хозяйственной деятельности.

Для подтверждения данного заключения рассчитывается коэффициент оборачиваемости оборотных средств на начало и конец года. Если этот коэффициент увеличивается, то данное заключение верно, а если уменьшается – это значит, что предприятие вкладывает свои средства в свои запасы. Данные расчета сводятся в аналитическую таблицу.

Статья баланса	На начало года		На конец года		Изменения	
	в тыс. руб.	уд.вес %	в тыс. руб.	темп роста %	в тыс. руб.	темп прироста
I. Внеоборотные А итого по разделу I	10182	100%	12960	127,29	2778	27,29
II. Оборотные А итого по разделу II	4742	100%	5250	110,72	508	10,72
Валюта баланса	15182	100%	18210	119,95	3028	19,95

Как видно из таблицы, для того чтобы рассчитать темп роста внеоборотных активов на конец периода по сравнению с его началом, необходимо внеоборотные активы на начало года принять за 100%, тогда темп роста внеоборотных активов составит $12960 \cdot 100 / 10182 = 127,29\%$

Трендовый анализ проводится на основании рядов динамики за 5-10 периодов деятельности предприятия.

Маржинальный анализ (графический и расчетно-аналитический подход)

Большую роль в обосновании управленческих решений в бизнесе играет маржинальный анализ, который называют еще анализом безубыточности или содействия доходу; его методика базируется на изучении соотношения между тремя группами важнейших экономических показателей (издержками, объемом производства (реализации) продукции, прибылью) и прогнозировании величины каждого из этих показателей при заданном значении других.

Эта методика основана на делении затрат в зависимости от изменения объема деятельности предприятия на переменные (FV) и постоянные (FC), и использовании категории маржинального дохода.

Маржинальный доход включает в себя постоянные затраты и прибыль.

Маржинальный анализ (анализ безубыточности) широко применяется в странах с развитой рыночной экономикой. Он позволяет:

- более точно исчислить влияние факторов на изменение суммы прибыли и на этой основе более эффективно управлять процессом формирования и прогнозирования ее величины;
- определить критический уровень объема продаж (порога рентабельности), постоянных затрат, цены при заданной величине соответствующих факторов;
- установить зону безопасности (зону безубыточности) предприятия;
- исчислить необходимый объем продаж для получения заданной величины прибыли;

- обосновать наиболее оптимальный вариант управленческих решений, касающихся изменения производственной мощности, ассортимента продукции, ценовой политики, вариантов оборудования, технологии производства, приобретения комплектующих деталей и др. с целью минимизации затрат и увеличения прибыли.

Маржинальный анализ позволяет определить безубыточный объем продаж, т.е. то количество единиц продукции, которую необходимо продать, чтобы покрыть затраты, после чего каждая дополнительная единица проданной продукции будет приносить прибыль предприятию.

Разность между фактическим количеством реализованной продукции и безубыточным объемом продаж продукции — это зона безопасности (зона прибыли), и чем больше она, тем прочнее финансовое состояние предприятия.

Безубыточный объем продаж (V_b) и зона безопасности предприятия — основополагающие показатели при разработке бизнес-планов, обосновании управленческих решений, оценке деятельности предприятий.

Для определения их уровня можно использовать аналитический и графический способы.

Аналитический способ.

$$V_b (\text{шт.}) = FC / (p - v),$$

$$V_b (\text{руб.}) = FC / (1 - v/p),$$

где p - цена 1 ед. изделия,

v - переменные расходы на единицу продукции;

Исходя из того, что любое предприятие стремится к получению прибыли, то объем продаж можно рассчитать (V):

$$V (\text{шт.}) = (FC + \Pi) / (p - v),$$

$$V (\text{руб.}) = (FC + \Pi) / (1 - v/p),$$

где Π - прибыль от продажи продукции.

Пример. Рассчитать безубыточный объем продаж при следующих условиях:

Производственная мощность предприятия - 10000 шт.

Цена изделия (p) - 5 тыс. руб.

Постоянные затраты (FC) - 1000 тыс. руб.

Переменные расходы на единицу продукции (v) - 1 тыс. руб.

$$V_b (\text{шт.}) = 1000 / (5 - 1) = 250 \text{ шт.},$$

$$V_b (\text{руб.}) = 1000 / (1 - 1/5) = 1250 \text{ тыс.руб.}$$

Таким образом, для обеспечения покрытия расходов предприятия, полученными от продаж доходами, необходимо произвести и продать 250 шт. продукции.

Допустим, предприятие планирует получить прибыль от продаж продукции в размере 500 тыс. руб., тогда объем продаж должен составить:

$$V (\text{шт.}) = (1000 + 500) / (5 - 1) = 375 \text{ шт.};$$

$$V (\text{руб.}) = (1000 + 500) / (1 - 1/5) = 1875 \text{ тыс.руб.}$$

Вывод: Безубыточный объем продаж на предприятии составил 250 шт., или 1250 тыс. руб. т.е. при реализации продукции по цене 5 тыс. руб. за 1 шт. на сумму 1250 тыс. руб., предприятие не будет иметь ни прибылей, ни убытков.

Для того, чтобы получить прибыль в сумме 500 тыс. руб., при прочих равных условиях, объем продаж должен составить 1875 тыс. руб. (375 шт.)

Для определения безубыточного объема продаж и зоны безопасности предприятия построим график (см. рис.).

По горизонтали показывается объем реализации продукции предприятия в шт. или в денежной оценке (если график строится для нескольких видов продукции), по вертикали - себестоимость проданной продукции и выручка от продаж.

По графику можно установить, при каком объеме реализации продукции предприятие получит прибыль, а при каком - ее не будет. Можно определить также точку, в которой затраты будут равны выручке от реализации продукции. Она получила название точки безубыточного объема реализации продукции или порога рентабельности, или точки окупаемости затрат, ниже которой производство будет убыточным.



Рис. Зависимость между прибылью, объемом реализации продукции и ее себестоимостью

В нашем примере критическая точка расположена на уровне шт. возможного объема реализации продукции. Если пакет заказов на изделия предприятия больше 250 шт. (25 % от его производственной мощности), то будет прибыль. При пакете заказов 37,5% от возможного объема производства прибыль составит 500 тыс. руб. Если же пакет заказов будет менее 25% от фактической производственной мощности, то предприятие будет убыточным и обанкротится.

Аналитический способ расчета безубыточного объема продаж и зоны безопасности предприятия более удобен, чем графический, так как исключает необходимость чертить каждый раз график, что довольно трудоемко.

Функционально-стоимостной анализ

Функционально-стоимостной анализ - метод системного исследования функций отдельного изделия или определенного производственно-хозяйственного процесса, либо управленческой структуры.

ФСА направлен на минимизацию затрат в сферах проектирования, освоения производства, сбыта, промышленного и бытового потребления при повышении качества, предельной полезности и долговечности.

ФСА все затраты делит на функционально-необходимые, т.е. затраты, распределенные по функциям объекта, по производству и излишние затраты – порожденные неправильным выбором или несовершенством конструкторских решений.

Объекты анализа - отдельные виды изделий, технологические процессы.

Принципы ФСА:

- творческое новационное мышление,
- системность,
- комплексность,
- функциональность объектов анализа и затрат на их осуществление,
- разум и опыт научных и практических работников.

Комплексность функционально-стоимостного анализа заключается в исследовании всех факторов, определяющих качество и затраты.

Задачами ФСА являются:

- определение соотношения экономической эффективности производства на всех уровнях и особенно на микроуровне со всей совокупностью затрат живого и овеществленного труда;
- организация технологического и управленческого процесса по всей цепочке производственно-финансовой деятельности;
- активизация экономических рычагов, влияние которых ранее умалялось;
- систематическое наблюдение за эффективностью, надежностью, долгосрочностью использования продукции, платных услуг, консультаций и конструктивных рекомендаций в сфере промышленного и бытового использования.

Этапы ФСА:

- классификация и группировка функций - определение главной, основных, вспомогательных, ненужных функций исследуемой системы и ее компонентов;
- построение функциональной модели объекта;
- анализ и оценка значимости функций;
- анализ и оценка затрат, связанных с осуществлением выявленных функций;
- построение функционально-стоимостной диаграммы объекта;
- сравнительный анализ значимости функций и затрат на их реализацию для выявления зон с неоправданно высокими затратами.

Тема 8. Анализ в системе маркетинга, основные понятия, оценка жизненного цикла товара

Основное содержание и задачи маркетингового анализа

Необходимыми условиями достижения самоокупаемости и самофинансирования предприятия в условиях рынка являются ориентация производства на потребителей и конкурентов, гибкое приспособление к изменяющейся рыночной конъюнктуре.

Каждому предприятию перед тем, как планировать объем производства, формировать производственную мощность, необходимо знать, какую продукцию, в каком объеме, где, когда и по каким ценам оно будет продавать. Для этого нужно изучить спрос на продукцию, рынки ее сбыта, их емкость, реальных и потенциальных конкурентов, потенциальных покупателей, возможность организовать производство по конкурентной цене, доступность необходимых материальных ресурсов, наличие кадров необходимой квалификации и т.д. От этого зависят конечные финансовые результаты, воспроизводство капитала, его структура и, как следствие, финансовая устойчивость предприятия. Другими словами, деятельность любого предприятия начинается с маркетингового анализа, основными задачами которого являются:

- изучение платежеспособного спроса на продукцию, рынков ее сбыта и обоснование плана производства и реализации продукции соответствующего объема и ассортимента;
- анализ факторов, формирующих эластичность спроса на продукцию, и оценка степени риска невостребованной продукции;
- оценка конкурентоспособности продукции и изыскание резервов повышения ее уровня;
- разработка стратегии, тактики, методов и средств формирования спроса и стимулирования сбыта продукции;
- оценка эффективности производства и сбыта продукции.

С помощью маркетинга ведется постоянный поиск новых рынков, новых потребителей, новых видов продукции, новых областей применения традиционной продукции, способных обеспечить предприятию наибольший уровень прибыли. Маркетинг выступает в качестве инструмента регулирования производства и сбыта, ориентируя производственную деятельность предприятия, его структурную политику на рыночный спрос.

Основная цель маркетингового анализа — изучение спроса на продукцию и формирование портфеля заказов. От портфеля заказов зависят производственная мощность предприятия и степень ее использования в процессе дальнейшей деятельности. Если спрос на продукцию падает по каким-либо причинам, то, соответственно, уменьшается портфель заказов, идет спад производства, растут себестоимость продукции, убытки и предприятие может стать банкротом. Поэтому анализ спроса на профильную продукцию предприятия имеет большое значение. Это один из наиболее важных и ответственных этапов исследования рынка.

Анализ и оценка жизненного цикла товара

При проведении маркетингового анализа необходимо учитывать, на какой стадии жизненного цикла находится каждый товар на отдельных сегментах рынка.

Различают следующие стадии жизненного цикла:

а) Нулевая стадия характеризуется изучением и апробацией идеи разработки нового товара, а потом и самого товара;

б) Первая стадия (выпуск товара на рынок и внедрение), на которой выясняется, будет ли товар иметь успех на рынке.

Прибыль на этой стадии невысока, так как значительные средства идут на амортизацию исследований, продвижение товара на рынок.

в) Вторая стадия (рост и развитие продаж), на которой товар начинает приносить прибыль, быстро покрывает все издержки и становится источником прибыли, хотя требует еще больших затрат на рекламную поддержку его продвижения на рынке.

г) Третья стадия (зрелость) - товар имеет стабильный рынок, пользуется спросом и приносит регулярный доход, т.е. находится в самом прибыльном периоде, так как не требует затрат на продвижение на рынок, а только на рекламную поддержку его "известности".

д) Четвертая стадия (насыщение и спад), на которой сначала объем продаж существенно не изменяется, а затем резко сокращается по предсказуемым и непредсказуемым причинам: товар, не претерпевающий никаких изменений, надоедает потребителям, или же исчезает потребность, которую он призван был удовлетворять. Искусство состоит в том, чтобы вовремя уловить и предвосхитить спад спроса на изделие путем его совершенствования или замены другим.

Результаты анализа жизненного цикла продукции должны помочь руководству предприятия разработать ассортимент товаров в соответствии с его стратегией и требованиями рыночной конъюнктуры.

Анализ спроса, предложений. Оценка стратегии формирования рыночной цены

Спрос как экономическая категория характеризует объем товаров, которые потребитель желает и в состоянии приобрести по определенной цене на протяжении определенного периода времени, на определенном рынке.

На уровень спроса влияют многие факторы: цены на предлагаемый товар, его качество, доходы покупателей, потребительские предпочтения, цены на сопряженные (взаимозаменяемые) товары, ожидание потребителями изменения их доходов и цен на товары, насыщенность рынка, процентные ставки по вкладам и т.д.

Степень чувствительности спроса к изменению цены измеряется при помощи коэффициента ценовой эластичности (E_p):

$$E_p = \frac{\text{процентное изменение количества спроса } i \text{ - го товара}}{\text{процентное изменение цен на товар}}$$

Коэффициент эластичности спроса по доходу (Ед) характеризует степень чувствительности спроса на товар при изменении дохода потребителей:

$$E_d = \frac{\text{процентное изменение количества спроса } i\text{-го товара}}{\text{процентное изменение доходов покупателей}}$$

Спрос эластичный, если величина этих коэффициентов больше единицы, и неэластичный - если меньше единицы. При значении коэффициента эластичности равном нулю, спрос абсолютно неэластичен: никакое изменение цены не влечет за собой изменение спроса на продукцию. Если коэффициент эластичности равен единице (единичная эластичность), то это значит, что темп роста спроса равен темпу снижения цены. Спрос бывает еще абсолютно эластичным, когда при неизменной цене или ее росте спрос на продукцию увеличивается до предела покупательских возможностей, что, чаще всего, бывает в условиях инфляции.

Большое значение в изучении факторов формирования спроса имеет корреляционный анализ. С его помощью оценивается и прогнозируется степень зависимости спроса от исследуемых факторов.

От рынков сбыта зависят объем продаж, средний уровень цен, выручка от реализации продукции, сумма полученной прибыли и т.д.

В первую очередь, нужно изучить динамику о положении каждого вида продукции на рынках сбыта за последние 3—5 лет.

Далее можно изучить структуру рынков сбыта и уровень их доходности.

По результатам анализа выделяют четыре категории товаров:

1. "звезды", которые приносят основную прибыль предприятию и способствуют экономическому росту;
2. "дойные коровы" - переживают период зрелости, в незначительной степени способствуют экономическому росту, не нуждаются в инвестициях, приносят прибыль, которая используется на финансирование "трудных детей";
3. "трудные дети" - это, как правило, новые товары, нуждающиеся в рекламе, в продвижении на рынок, не приносят пока прибыли, но в будущем могут стать "звездами";
4. "мертвый груз" или "неудачники" - нежизнеспособны, не способствуют экономическому росту, не приносят прибыли.

Такая группировка продукции предприятия позволит выбрать правильную стратегию, направленную на финансирование "трудных детей", которые в ближайшее время могут стать "звездами", в поддержке достаточного количества "звезд", которые призваны обеспечить долгую жизнь предприятия, и "дойных коров", способствующих финансированию "трудных детей".

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

При проведении анализа спроса на продукцию необходимо обратить внимание на динамику невостребованной продукции. Причины возникновения, виды риска и последствия невостребованной продукции можно выявить в процессе диагностики риска невостребованной продукции.

Изучение спроса тесно связано с оценкой риска невостребованной продукции, который возникает вследствие отказа потребителей покупать ее. Он определяется величиной возможного материального и морального ущерба предприятия, каждое предприятие должно знать величину потерь, если какая-то часть продукции окажется нереализованной. Чтобы избежать последствия риска невостребованной продукции, необходимо изучить факторы его возникновения с целью поиска путей недопущения или минимизации потерь.

Внутренние причины:

- неправильно составленный прогноз спроса на продукцию служащими предприятия;
- неправильная ценовая политика на рынках сбыта;
- снижение конкурентоспособности продукции в результате низкого качества сырья, оборудования, отсталой технологии, низкой квалификации персонала;
- неэффективная организация процесса сбыта и рекламы продукции.

Внешние причины:

- неплатежеспособность покупателей;
- повышение процентных ставок по вкладам;
- демографические;
- социально-экономические;
- политические и др.

Риск невостребованной продукции можно подразделить на преодолимый и непреодолимый. Критерием отнесения его к одной из групп является экономическая целесообразность нововведений, направленных на продвижение товаров на рынок. Если дополнительные затраты на дизайн, конструктивные изменения, упаковку, рекламу, организационную перестройку производства и сбыта превышают сумму их покрытия выручкой, то экономически они нецелесообразны, и наоборот.

Риск невостребованной продукции может быть обнаружен на предпроизводственной, производственной и послепроизводственной стадиях. Большой эффект достигается, если риск будет обнаружен на предпроизводственной стадии. Тогда экономический ущерб будет включать в себя только расходы на исследование рынка, разработку изделия и др. Если же риск невостребованной продукции обнаружен на производственной или послепроизводственной стадии, то это может серьезно пошатнуть финансовое состояние предприятия. В сумму ущерба, кроме перечисленных выше издержек, войдут издержки на подготовку, освоение, производство и частично сбыт продукции.

В зависимости от времени обнаружения риска невостребованной продукции управленческие решения могут быть разными. В первом периоде можно не приступать к производству данного вида продукции, заменив его

другим. Во втором периоде еще можно внести существенные изменения в дизайн, конструкцию, цену изделия и за счет этого продвинуть его на рынок. Если риск обнаружен после изготовления продукции, то нужно думать, как избежать банкротства, потому что невостребованная продукция - это прямой убыток для предприятия. Каждый товар должен производиться лишь тогда, когда есть платежеспособный спрос на него, подкрепленный заявками или договорами на его поставку.

Тема 9. Анализ риска невостребованности продукции, ценовой политики и оценка методов стимулирования продаж.

Анализ риска невостребованной продукции

Факторы возникновения риска:

1. **Внешние** – причины, которые не зависят от деятельности предприятия:

- неплатежеспособность потребителей,
- высокий уровень процентных ставок по вкладам населения,
- демографическая ситуация: численность населения, возрастная структурная потребность,
- социально-экономические,
- культурные,
- этнические,
- политические.

2. **Внутренние:**

- недостаточно объективный и детализированный прогноз спроса на продукцию, составленный службой маркетинга,
- низкий уровень конкурентоспособности продукции,
- малоэффективная организация процесса сбыта и продвижения продукции на рынок,
- неправильная ценовая политика предприятия на товарных рынках.

Анализ ценовой политики включает в себя:

- оценку объективности отражения в ценах уровня издержек,
- изучение эластичности спроса,
- определение наличия политики стимулирующих цен,
- изучение цен конкурентов,
- выявление отличительных особенностей ценообразования на анализируемом предприятии,
- определение реакции предприятия на изменение цен конкурентов.

Риск – вероятность убытков или других потерь в результате неосуществления, намеченного события, предусмотренного планом, прогнозом, проектом или программой.

Способы измерения риска:

- исчисление абсолютной суммы убытков в случае невостребованности продукции, а именно, определение степени риска - меры вероятности

неосуществления намеченных мероприятий или недостижения запланированной суммы прибыли.

Абсолютный риск оценивается в стоимостном выражении. Относительный - выражается в долях или процентах.

Риск невостробованности продукции бывает преодолимый и непреодолимый.

Стадии обнаружения риска невостробованной продукции:

- предпроизводственная,
- производственная,
- послепроизводственная.

Оценка риска невостробованной продукции включает в себя:

- анализ обеспеченности производства продукции договорами на поставку,
- изучение динамики остатков готовой продукции и скорости ее реализации.

Анализ цен и конкурентоспособности продукции и товаров

Одним из наиболее существенных направлений маркетингового анализа является анализ ценовой политики предприятия на товарных рынках. Цены обеспечивают предприятию запланированную прибыль, конкурентоспособность продукции, спрос на нее. Через цены реализуются конечные коммерческие цели, определяется эффективность деятельности всех звеньев производственно-сбытовой структуры предприятия.

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 (овладение определенной долей рынка, завоевание лидерства на рынке, получение запланированной суммы прибыли, максимизация прибыли, выживание фирмы и т.д.).

В изучении ценовой политики и анализе обоснованности цен на продукцию предприятия важными вопросами являются следующие:

- установление того, насколько цены отражают уровень издержек;
- какова вероятная реакция покупателей на изменение цен (эластичность спроса);
- используется ли политика стимулирующих цен;
- привлекательны ли цены предприятия в сравнении с ценами конкурентов;
- чем отличается политика ценообразования на данном предприятии от ценовой политики конкурентов;
- как действует предприятие при изменении цен конкурирующими фирмами;
- какова государственная политика в области ценообразования на аналогичные товары.

Ценовая политика предприятия должна корректироваться с учетом стадии жизненного цикла товаров. 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.

На ценовую политику оказывает влияние конкурентоспособность 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).

Задачи анализа конкурентоспособности продукции:

- оценка и прогнозирование конкурентоспособности продукции;
- изучение факторов, воздействующих на ее уровень;
- разработка мер по обеспечению необходимого уровня конкурентоспособности продукции.

Для оценки конкурентоспособности необходимо сопоставить параметры анализируемого изделия и товара-конкурента с уровнем, заданным потребностью покупателя, и сравнить полученные результаты.

С этой целью рассчитывают единичные, групповые и интегральные показатели конкурентоспособности продукции. Единичные показатели отражают процентное отношение уровня какого-либо технического или экономического параметра к величине того же параметра продукта-конкурента.

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

Интегральный показатель представляет собой отношение группового показателя по техническим параметрам к групповому показателю по экономическим параметрам.

Кроме рейтинговой оценки конкурентоспособности товаров для определения фактического положения изделия 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 фирм-продавцов на рынке, а по горизонтали указывается доля рынка, контролируемая данной фирмой (i). Чем больше эта доля, тем выше

фактическая конкурентоспособность товаров фирмы на данном рынке, и наоборот.

Оценка методов стимулирования продаж

Важное направление повышения конкурентоспособности продукции - совершенствование процесса товародвижения, организации торговли, сервисного обслуживания покупателей, рекламы продукции, которые являются мощными инструментами стимулирования спроса.

При анализе организации торговли выясняют, имеются ли у предприятия фирменные магазины, какие используются методы торговли (прямая, оптовая, мелкий опт, розничная, дилеры и т.д.), какой удельный вес они занимают в общем объеме продаж и какие из них наиболее доходные, каков уровень издержек обращения, как можно уменьшить расходы, не снижая эффективности и т.д.

Сервисные услуги и реклама являются мощными факторами в конкурентной борьбе за покупателя. Они требуют дополнительных затрат, но увеличивают объем продаж и прибыль.

Поэтому в процессе анализа необходимо установить, какие виды сервисных услуг оказывает предприятие и как это стимулирует спрос на продукцию, сколько средств затрачивается на рекламу и какова ее эффективность, прослеживается ли связь между активностью рекламы и уровнем сбыта, уровнем прибыли, хорошо ли заметен фирменный знак предприятия среди конкурирующих, насколько упаковка товара способствует увеличению объема продаж.

Для изучения влияния данных факторов на объем продаж, сумму прибыли можно использовать приемы сопоставления параллельных рядов чисел, аналитических группировок, корреляционного анализа.

Тема 10. Финансовое состояние коммерческой организации, сущность, оценка имущественного состояния коммерческого предприятия

Основное содержание, задачи, методы анализа финансового состояния предприятия

В условиях рыночной экономики значение анализа значительно возросло, поскольку финансовое состояние предприятия – предмет заинтересованности не только собственников и менеджеров самого предприятия, но и инвесторов, акционеров, банков и др. партнеров предприятия.

Финансовое состояние предприятия определяется:

- уровнем его платежеспособности, ликвидности финансовой устойчивости, доходности;
- эффективности конечных результатов и используемых ресурсов.

Финансовое состояние предприятия по степени устойчивости может быть: абсолютным, нормальным, кризисным и банкрот.

Финансовое состояние предприятия считается *устойчивым*, если оно способно расплатиться по своим обязательствам, имеет на расчетных, валютных счетах и в кассе предприятия денежные средства, своевременно ведет расчеты с бюджетными и внебюджетными фондами, с работниками по оплате труда, с поставщиками и прочими кредиторами.

Кроме вышеперечисленных условий, на предприятии должно обеспечиваться рентабельное, конкурентно способное производство и высокие темпы роста прибыли и снижение затрат.

Основной информацией для оценки финансового состояния предприятия являются данные бухгалтерской отчетности:

- баланс (форма №1);
- отчет о прибылях и убытках (форма №2);
- отчет о движении капитала (форма №3);
- отчет о движении денежных средств (форма №4);
- приложение к бухгалтерскому балансу (форма №5).

Для подтверждения информации могут быть использованы бухгалтерские регистры. Для объективной проверки используется аудиторское заключение.

Этапы проведения финансового анализа:

1. Экспресс-анализ

Экспресс-анализ на основе общего обзора бухгалтерской отчетности позволяет установить основные тенденции в развитии предприятия и с помощью узкого круга показателей дать общие характеристики имущественной оценке, платежеспособности, финансовой устойчивости и деловой активности.

2. Детализированный анализ

Основная цель экспресс-анализа — общая оценка имущественного состояния хозяйствующего субъекта, объема и структуры привлекаемых им средств, его ликвидности и платежеспособности, выявления основных тенденций их изменения.

В ходе углубленного анализа осуществляет:

- исследование источников его средств (оценку динамики их состояния и структуры, рациональность привлечения заемных средств),
- оценку целесообразности размещения привлеченных средств и скорости их оборота,
- анализ доходности и эффективности использования имущества,
- анализ денежных потоков.

Следует отметить, что предварительный анализ осуществляется по данным публичной отчетности, а, следовательно, ориентирован в основном на внешних пользователей (покупателей, кредиторов, инвесторов, акционеров, поставщиков).

Углубленный анализ, осуществляемый с привлечением данных управленческого учета, рассчитан, прежде всего, на лиц, принимающих управленческие решения, вырабатывающих финансовую стратегию хозяйствующего субъекта (менеджеры, руководители отделов, служб, структурных подразделений).

По результатам экспресс-анализа можно дать обобщенную характеристику финансовой деятельности предприятия. Детализированный анализ позволяет детализировать полученные данные экспресс-анализа и выявить причины, повлиявшие на имущественный и экономический потенциал предприятия.

Последовательность проведения финансового анализа предприятия:

1. Анализ бухгалтерской отчетности.
2. Анализ результативности деятельности предприятия (прибыли, выручки от продаж).
3. Анализ финансового состояния в разрезе:
 - анализа состава, структуры и динамики хозяйственных средств и их источников;
 - анализа ликвидности и платежеспособности предприятия;
 - анализа финансовой устойчивости.
4. Анализ деловой активности и результативности деятельности предприятия (анализ темпов роста выручки, прибыли, фондоотдачи, коэффициентов оборачиваемости, рентабельность).

Финансовое состояние предприятия оценивается с помощью системы показателей, позволяющей дать оценку финансового состояния предприятия и установить его рейтинг.

Данная система показателей определяет степень ликвидности, платежеспособности, финансовой устойчивости и деловой активности, а также доходности предприятия.

Для проведения финансового анализа применяются следующие методы: сравнение, вертикальный и горизонтальный анализ, трендовый и факторный анализ.

Оценка имущественного состояния предприятия (вертикальный, горизонтальный и трендовый методы анализа)

Существуют различные подходы к методике проведения финансового анализа. Мы рассмотрим наиболее часто используемую, которая состоит из следующих *этапов работы*:

Анализ бухгалтерской отчетности.

На основе данных ф.№1 составляется аналитический баланс, позволяющий оценить *в абсолютном выражении*:

- каким имуществом располагает предприятие;
- за счет каких источников оно сформировано;
- насколько изменилась валюта баланса;

по данным ф.№2 берут информацию о:

- сумме полученной выручки, прибыли;
- основных дебиторах и кредиторах;
- наличии больших статей баланса, т.е. убытков, просроченной задолженности по оплате труда, в бюджет и внебюджетные фонды.

Аналитический баланс, позволяющий оценить имущественное состояние предприятия, представлен ниже:

Таблица 8.

Аналитический баланс

Актив	на н.г	на к.г.	Пассив	на н.г.	на к.г.
1. Имущество всего в т.ч.	15182	18210	1. Имущество всего в т.ч.	15182	18210
1.1. Внеоборотные А.	10440	12960	1.1. Собств. средства	11960	14290
из них			1.2. Заемные средства	3222	3920
1.1.1. Нематериальные А	140	180	из них:		
1.1. Основные средства	9800	12100	1.2.1. Долгоср. кредиты и займы	-	-
1.1.3. Капит. и долгоср. фин. вложения.	500	680	1.2.2. Кредит. задолж. и прочие краткоср. П.	2442	3310
1.2. Оборотные А	4742	5250	1.2.3. Краткоср. кредиты и займы	780	610
из них:					
1.2.1. Запасы и затраты	2730	2902			
1.2.2. Дебит. задолж.	1890	1605			
1.2.3. Денежные ср-ва	122	243			
1.2.4. Краткоср. фин. вложения	-	500			
1.2.5. Прочие оборотн. А	-	-			

Данные аналитического баланса и бухгалтерской отчетности позволяют дать общую имущественную оценку состояния предприятия и отразить его изменения за анализируемый год.

Если наблюдается:

- рост нематериальных активов, то можно предположить, что предприятие проводит инновационную политику;
- увеличение средств по статье «капитальные вложения и основные средства», то предприятие ведет политику инвестиций;
- если в составе имущества предприятия на конец года происходит значительное увеличение оборотных активов – это свидетельствует о значительной мобильности предприятия.

Обзор финансовой отчетности следует начинать с оценки изменения валюты баланса:

- если она увеличилась, то это свидетельствует о расширении производства (при этом темп роста валюты баланса должен быть ниже темпов роста прибыли и выручки);
- если она уменьшилась на конец года, то предприятие сворачивает свою деятельность.

Используя приложение к балансу о дебиторской и кредиторской задолженности, следует дать оценку их состояния, перечислить основных дебиторов и кредиторов и сопоставить прирост дебиторской и кредиторской задолженности.

Следует обратить внимание на наличие «больных» статей баланса: наличие убытков, просроченной дебиторской и кредиторской задолженности.

Наличие и увеличение данных статей свидетельствует об ухудшении финансового состояния предприятия. Далее проводится более глубокий анализ причин и факторов, повлиявших на образование этих статей.

Важной характеристикой имущественного потенциала предприятия является оценка наличия собственных оборотных средств предприятия (функционирующего капитала).

Функционирующий капитал определяется как разность перманентного капитала и внеоборотных активов, либо как разница между оборотными активами и краткосрочными пассивами.

Функционирующий капитал = $\text{IIIр.П} - \text{Iр.А} + \text{IVр.П} = \text{IIр.А} - \text{IVр.П}$.

Увеличение суммы и доли собственных оборотных средств рассматривается как улучшение финансового состояния предприятия и, в частности, его финансовой устойчивости.

На основании данных баланса производится расчет коэффициентов ликвидности, в частности, коэффициента текущей ликвидности.

К. текущей ликвидности = $\text{IIр.А} / \text{Vр.П}$,

где IIр.А - оборотные активы и Vр.П - краткосрочные пассивы.

Заканчивая обзор бухгалтерской отчетности, анализируют деловую активность и результативность работы предприятия. Для этого рассчитывают:

- показатели рентабельности (доходности);
- показатели эффективности использования ресурсов, такие как: фондоотдача, коэффициент оборачиваемости оборотных средств и производительность труда.

Для оценки структуры и динамики имущества предприятия проводится вертикальный и горизонтальный анализ активов и пассивов баланса.

Вертикальный анализ.

Вертикальный анализ активов баланса позволяет дать оценку структуры хозяйственных средств предприятия на начало и конец периода и проанализировать ее динамику.

Структура активов баланса показывает удельный вес в процентах отдельных частей хозяйственных средств предприятия. Для этого валюта актива баланса принимается за 100% на начало и конец периода и устанавливается какой процент в валюте баланса занимают внеоборотные и оборотные активы

Далее более детально изучается структура по каждому разделу активов, в частности, устанавливается удельный вес основных средств, нематериальных активов, сырья и материалов, незавершенного производства, готовой продукции, дебиторской задолженности и денежных средств.

У предприятий, производящих продукцию, доля основных средств должна быть значительной. С расширением производственно-хозяйственной деятельности величина этих средств возрастает.

В составе хозяйственных средств устанавливается доля нематериальных активов, финансовых вложений, а в составе оборотных активов – наличие запасов, затрат, дебиторской задолженности, денежных средств.

Для анализа структуры активов баланса (вертикального анализа) используют аналитическую таблицу, которая в упрощенном виде представлена ниже:

Таблица 9.

Статья баланса	На начало года		На конец года		Изменения	
	в тыс. руб.	уд.вес %	в тыс. руб.	уд.вес %	в тыс. руб.	уд.вес %
I. Внеоборотные А итого по разделу. I	120	(120/215) *100	157			
II. Оборотные А итого по разделу. II	95	(95/215) *100	113			
Валюта баланса	215	100%	270	100%		

Данные таблицы позволяют установить - какие произошли изменения в хозяйственных средствах, имуществе предприятия и установить основные тенденции. Параллельно с вертикальным анализом активов баланса проводят вертикальный анализ его пассивов.

Вертикальный анализ пассивов баланса проводится в аналитической таблице, аналогичной той, по которой оцениваются активы баланса.

Данный анализ позволяет оценить структуру источников с точки зрения удельного веса в процентах источников собственных средств (III раздел пассива), заемных (долгосрочные и краткосрочные кредиты и займы), а также временно привлеченных средств (краткосрочная кредиторская задолженность).

Для установления структуры источников формирования имущества (вертикальный анализ пассива), валюта пассива принимается не за 100% и, если наибольший удельный вес приходится на источники собственных средств (более 50%), то финансовое положение предприятия оценивается как достаточно высокое.

Изменение в сторону снижения удельного веса источников собственных средств и увеличение заемных может служить отрицательной характеристикой финансовой устойчивости.

Особое внимание следует уделить тенденциям увеличения задолженности по заработной плате, бюджету и внебюджетным фондам и поставщикам.

Если тенденции роста имеют место, то необходимо выяснить причины такого роста.

Горизонтальный анализ актива баланса позволяет оценить изменение имущества на конец года по сравнению с началом года в абсолютном выражении и устанавливать динамику изменения каждой статьи.

Здесь каждая статья на начало года оценивается за 100%, сравнивается абсолютная сумма на конец периода, определяется сумма отклонений и устанавливается темп роста статьи в процентах.

Если наблюдается более высокий темп роста какой-либо статьи баланса по сравнению с другими, то в зависимости от того, что это за статьи, можно сделать следующие выводы:

- высокий темп роста нематериальных активов является следствием политики инновации;

- более высокий темп роста капитальных вложений является следствием инвестиционной политики;

- высокий темп роста производственных запасов может быть связан с расширением производственно-хозяйственной деятельности.

Для подтверждения данного заключения рассчитывается коэффициент оборачиваемости оборотных средств в оборотах на начало и конец года. Если этот коэффициент увеличивается, то данное заключение верно, а если значение коэффициента уменьшается – это значит, что предприятие вкладывает свои средства в свои запасы.

Для анализа динамики активов баланса (горизонтального анализа) используют аналитическую таблицу, которая в упрощенном виде представлена ниже:

Таблица 10.

Статья баланса	На начало года		На конец года		Изменения	
	в тыс. руб.	уд.вес %	в тыс. руб.	уд.вес %	в тыс. руб.	уд.вес %
I. Внеоборотные А		100%				
II. Оборотные А	50	100%	70	70/50*	-20	40
Убытки		100%		100		

В завершение анализа наличия, состава, динамики и изменения хозяйственных средств предприятия отдельно проводится имущественная оценка основных средств предприятия. Основные средства анализируются по следующим показателям:

- общая сумма основных средств предприятия на начало и конец периода по первоначальной и остаточной стоимости, в т.ч. стоимость активной части основных средств;

- удельный вес в процентах (доля) активной части от общей стоимости основных средств.

Доля активной части основных средств = (Стоимость активной части основных средств / общая стоимость основных средств) * 100.

Если доля активной части увеличивается, то это положительно характеризует состав и структуру основных средств:

- *сумма износа основных средств,*
- *коэффициенты износа и годности,*

К. износа = Сумма износа / Первоначальная стоимость основных средств.

Коэффициент износа показывает, какая часть основных средств изношена.

Увеличение данного коэффициента отрицательно характеризует состояние основных средств.

Коэффициент годности показывает, какая часть основных средств пригодна к эксплуатации.

К. годности = Остаточная стоимость основных средств / Первоначальная стоимость основных средств

Чем выше коэффициент годности, тем выше характеризуется техническое состояние основных средств.

- коэффициенты обновления и выбытия основных средств,

К. обновления = Стоимость введенных основных средств / Первоначальная стоимость основных средств на конец периода

К. выбытия = Стоимость выбывших основных средств / Первоначальная стоимость основных средств на начало года

Анализ статей баланса с точки зрения источников проводят методом горизонтального анализа пассивов баланса. Он позволяет установить динамику изменения источников формирования хозяйственных средств предприятия, для чего составляется аналитическая таблица, аналогичная таблице горизонтального анализа активов баланса.

Анализ финансового состояния предприятия подтверждается системой показателей, которые позволяют установить основные критерии оценки предприятия и определить его рейтинг.

Эти показатели представлены финансовыми коэффициентами, которые можно группировать по следующим направлениям:

- коэффициенты ликвидности и платежеспособности;
- коэффициенты финансовой устойчивости;
- коэффициенты деловой активности;
- коэффициенты результативности деятельности предприятия.

Вся система коэффициентов делится на 2 группы:

1 группа – показатели, по которым имеются нормативные значения (коэффициенты ликвидности, финансовой устойчивости).

Отклонение этих коэффициентов от нормативов, как в сторону увеличения, так и в сторону уменьшения рассматривается как негативная тенденция.

2 группа – коэффициенты, по которым нет нормативных значений (коэффициенты рентабельности, оборачиваемости).

Для них характерна оценка изменений в сторону улучшения или ухудшения.

В мировой практике общепризнаны следующие стандарты основных финансовых коэффициентов:

1. Коэффициент автономии	0,5-0,7
2. Коэффициент маневренности	0,05-0,1
3. Коэффициент покрытия запасов	1-1,5
4. Коэффициент текущей ликвидности	2-2,5
5. Коэффициент абсолютной ликвидности	0,1-0,2
6. Соотношение дебиторской и кредиторской задолженностей	1
7. Коэффициент быстрой ликвидности	0,8-1,5
8. Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными источниками финансирования	0,6-0,8
9. Общая рентабельность	0,05-0,15
10. Рентабельность оборота	0,05-0,15

В практике работы российских компаний показатели деятельности, как правило, не отвечают многим из этих нормативных значений и поэтому предприятия могут быть отнесены к неблагополучным (на грани банкротства).

Существуют различные методики оценки финансового состояния предприятия, предлагаемые Министерством Финансов и различными авторами. Их отличает различный подход, как к методике расчета коэффициентов, так и к нормативам их значения.

Тема 11. Анализ ликвидности, платежеспособности и кредитоспособности предприятия.

Анализ ликвидности, платежеспособности и кредитоспособности предприятия. Анализ финансового равновесия между активами и пассивами

Для оценки платежеспособности предприятия используется ряд коэффициентов отражающих степень ликвидности.

Под ликвидностью понимается возможность предприятия в короткие сроки, без потери балансовой стоимости реализовать свои активы, что дает возможность погасить свои краткосрочные обязательства.

Платежеспособность является важным показателем деятельности предприятия, который характеризует финансовое положение предприятия, финансовую устойчивость и кредитоспособность предприятия.

Платежеспособность может быть долгосрочного характера - способность предприятия рассчитаться по своим долгосрочным кредитам и займам, текущего характера - способность предприятия платить по краткосрочным кредитам, займам и прочим краткосрочным обязательствам.

Текущая платежеспособность называется *ликвидностью*, поэтому важное место в оценке платежеспособности предприятия занимает анализ ликвидности баланса.

Данный анализ определяется структурой хозяйственных средств и структурой источников. При этом значительную роль играют текущие активы предприятия, которые в зависимости от степени ликвидности могут быть сгруппированы в IV группы.

I группа Активов (А I) – наиболее ликвидные активы (денежные средства, краткосрочные финансовые вложения);

II группа Активов (А II) – быстрореализуемые активы (дебиторская задолженность, прочие оборотные активы);

III группа Активов (А III) – медленно реализуемые активы (запасы и затраты, долгосрочные финансовые вложения, расходы будущих периодов);

IV группа Активов (А IV) – трудно реализуемые активы (внеоборотные активы, долгосрочные капитальные вложения).

В анализе текущих активов устанавливается доля III группы активов в общей стоимости оборотных средств и чем меньше доля трудно реализуемых

активов, тем ликвиднее средства предприятия, а предприятие является платежеспособным.

Оценка ликвидности баланса проводится путем сопоставления групп актива баланса группам обязательств по пассиву.

Ликвидность баланса достигается установлением равенства между его обязательствами и активами. Для удобства сопоставления актива и пассива показатели баланса группируются в соответствии с 2 правилами:

1. Активы должны быть сгруппированы по степени их ликвидности и расположены в порядке убывания их ликвидности.

2. Пассивы должны быть сгруппированы по срокам их погашения и расположены в порядке возрастания сроков их уплаты.

Группировка пассивов по степени срочности их выплаты:

I группа пассивов (П I) – наиболее срочные обязательства (кредиторская задолженность);

II группа пассивов (П II) – краткосрочные пассивы (краткосрочные кредиты и займы (610+670), краткосрочные прочие пассивы);

III группа пассивов (П III) – долгосрочные пассивы (долгосрочные кредиты и займы);

IV группа пассивов (П IV) – постоянные пассивы (капитал и резервы, расчеты по дивидендам (630), доходы будущих периодов (640), резервы предстоящих расходов и платежей).

Для установления ликвидности баланса следует «сопоставить» расчеты групп активов и обязательств.

Баланс считается ликвидным при условии соблюдения следующих соотношений:

$$A I > П I,$$

$$A II > П II,$$

$$A III > П III,$$

$$A IV < П IV.$$

Результаты анализа ликвидности баланса отражают в аналитической таблице, которая позволяет выявить платежный излишек или недостаток.

Пример. Даны результаты группировки активов и пассивов, которые отражены в таблице:

Таблица 11.

Актив	на начало года	на конец года	Пассив	на начало года	на конец года	Платежный излишек	
						на начало года	на конец года
A – I	122	743	П – I	2442	3310	-2320	-2562
A – II	1890	1605	П – II	3222	3920	-1332	-2315
A – III	3230	3582	П – III	-	-	3230	3582
A - IV	9940	12280	П - IV	11960	14290	-2020	-2010

Степень ликвидности и платежеспособности дополняется с помощью финансовых коэффициентов.

1. Коэффициент абсолютной (оперативной) ликвидности ($K_{ал}$) – характеризует способность предприятия рассчитаться по своим краткосрочным обязательствам на момент составления баланса.

$K_{ал} = (\text{денежные средства} + \text{краткосрочные финансовые вложения}) / \text{краткосрочные обязательства (Vp.П)}$. Нормативное значение коэффициента абсолютной (оперативной) ликвидности - 0,2-0,25.

2. Коэффициент срочной (промежуточной) ликвидности ($K_{сл}$) характеризует степень платежеспособности предприятия с учетом и с условием своевременного погашения дебиторской задолженности.

$K_{сл} = (\text{денежные средства} + \text{краткосрочные финансовые вложения} + \text{дебиторская задолженность (сроком погашения до 12 мес.)}) / \text{краткосрочные обязательства (Vp.П)}$. Нормативное значение коэффициента срочной (промежуточной) ликвидности - 0,8-1,5.

3. Коэффициент текущей ликвидности (покрытия ($K_{тл}$)) показывает, во сколько раз текущие активы предприятия превышают его краткосрочные обязательства.

$K_{тл} = \text{текущие активы (Pr.A)} / \text{краткосрочные обязательства (Vp.П)}$. Нормативное значение коэффициента текущей ликвидности - 2-2,5.

Если данный коэффициент меньше 2, то обязательства не покрываются своими текущими активами. Если коэффициент больше 2,5, то это свидетельствует об избытке текущих активов, что говорит о нерациональном вложении предприятием средств и неэффективном их использовании (замедление оборачиваемости оборотных средств).

4. Коэффициент ликвидности при мобилизации средств ($K_{лмс}$).

$K_{лмс} = (\text{запасы и затраты} + \text{прочие оборотные активы}) / \text{краткосрочные обязательства (Vp.П)}$. Нормативное значение коэффициента ликвидности при мобилизации средств - 0,5-1.

5. Общий коэффициент ликвидности баланса ($K_{ол}$). $K_{ол} = (A1 + 0,5A2 + 0,3A3) / (П1 + 0,5П2 + 0,3П3)$. Предприятие считается платежеспособным, если значение коэффициента общей ликвидности баланса равно 1.

Анализ динамики, состава и структуры источников формирования капитала коммерческой организации

Финансовая устойчивость предприятия во многом определяется структурой источников формирования хозяйственных средств предприятия, т.е. структурой капитала.

Капитал предприятия анализируется с точки зрения заемного и собственного.

В составе собственного капитала рассматривают состав и динамику следующих его составных частей:

- уставный капитал, величина уставного капитала должна быть не меньше установленных нормативов (для ОАО – 1000 МОТ, для ООО и ЗАО – 100 МОТ); уставный капитал обеспечивает предприятию юридическую возможность его существования;
- добавочный капитал;

- резервный капитал, образуется за счет отчислений от чистой прибыли в обязательном порядке для АО и СП в соответствии с законодательством и учредительными документами (для АО резервный капитал должен составлять не менее 15% от величины уставного капитала);

- нераспределенная прибыль;
- фонд социальной сферы.

Собственный капитал рассматривается в трех аспектах:

- учетный аспект – это первоначальная оценка величины собственного капитала и ее изменение (увеличение или уменьшение) связано с прибыльностью предприятия и дополнительными вложениями;

- финансовый аспект подразумевает, что собственный капитал - это разность между активами предприятия и его обязательствами;

- правовой аспект – фактор финансового риска и претензий собственника на получение доходов и имеющихся активов.

В составе собственного капитала 2 составляющие:

1. Инвестированный капитал, т.е. капитал, вложенный собственником предприятия, либо безвозмездно полученные ценности и т.д.

Инвестированный капитал выступает как уставный капитал. добавочный капитал, часть фонда социальной сферы.

2. Накопленный капитал возникает в результате распределения чистой прибыли. Накопленный капитал включает резервный капитал и нераспределенную прибыль.

Чистые активы – данное понятие подразумевает сумму собственного капитала.

Чистые активы являются основой для оценки структуры капитала.

В ГК РФ указано, что, начиная со 2-го года деятельности предприятий, величина уставного капитала не должна быть больше величины чистых активов. Если это требование нарушается, то предприятие обязано перерегистрировать и уменьшить уставный капитал до размера чистых активов, но не менее допустимого уровня величины уставного капитала.

При снижении стоимости чистых активов ниже минимального размера уставного капитала, АО и ООО подлежит ликвидации.

Таким образом, чистые активы представляют собой разность между суммой активов, принимаемых к расчету и суммой обязательств, принимаемых расчетов, т.е.

Чистые активы = Активы – Обязательства.

В практике экономического анализа часто используется понятие «реальный собственный капитал» (РСК).

РСК = Собственный капитал + Доходы будущих периодов.

- Балансовая стоимость акций, выкупленных у акционеров
- Задолженность учредителей по взносам в уставный капитал
- Целевое финансирование и поступления

Таким образом, структура реального собственного капитала (РСК) состоит из: уставного капитала, добавочного капитала, резервного капитала,

фонда социальной сферы, доходов будущих периодов, корректировки на собственные акции, выкупленных у акционеров, и задолженности учредителей.

Структура заемных средств включает в себя долгосрочные и краткосрочные кредиты и займы ($IVp\Pi + Vp\Pi$), кредиторскую задолженность, резервы предстоящих расходов и платежей, с учетом корректировок на целевые финансовые поступления.

Скорректированная сумма заемных средств рассчитывается:

$$\text{Заемные средства} = IVp\Pi + Vp\Pi + \text{Целевое финансирование и поступления} - \text{Доходы будущих периодов}$$

Исходными показателями для определения устойчивости финансового состояния предприятия является сопоставление уставного капитала и РСК, т.е. РСК – Уставный капитал.

Условия финансовой устойчивости:

1. Минимальным условием финансовой устойчивости является превышение роста собственного капитала над отвлечением собственного капитала (убытки, собственные акции, выкупленные у акционеров, задолженность учредителей).
2. Вторым важным условием финансовой устойчивости является соотношение стоимости запасов и источников их формирования (собственных и заемных). Данная характеристика выступает фактором платежеспособности.

Анализ динамики и структуры капитала предприятия проводят методом горизонтального и вертикального анализа пассивов баланса. Он позволяет установить динамику изменения источников формирования хозяйственных средств предприятия, для чего составляется аналитическая таблица.

Таблица

Динамика и структура статей пассива баланса

Пассив баланса	На начало года		На конец года		Отклонение	
	тыс.руб.	% к итогу	тыс.руб.	% к итогу	(+;-)	%
Имущество всего		100 %		100 %		
1. Капитал и резервы						
1.1. Уставный капитал (стр. 410)						
1.2. Добавочный и резервный капитал (стр.420+430)						
1.3. Целевое финансирование						
1.4. Нераспределенная прибыль (стр. 460-465+470-475)						
2. Заемный капитал						
2.1. Долгосрочные пассивы (стр.590)						
2.2. Краткосрочные кредиты и займы (стр. 610)						
2.3. Кредиторская задолженность (стр. 620)						
2.4. Прочие пассивы (стр. 660)						

Тема 12. Факторный анализ рентабельности предприятия, анализ показателей финансовой устойчивости. Типы финансовой устойчивости.

Факторный анализ доходности собственного капитала (факторный анализ рентабельности)

Эффективность бизнеса оценивается по показателю:

Рентабельность собственного капитала (РСК).

$РСК = \text{Чистая прибыль} / \text{Среднее значение Собственного Капитала}$.

Чем выше показатель рентабельности, тем привлекательнее предприятие как объект инвестирования. Наряду с эффективностью бизнеса рассматривается рискованность бизнеса, которая оценивается с учетом оборачиваемости активов и рентабельности продаж.

Рентабельность продаж = Прибыль от продаж / Выручка от продаж.

Доходность активов или авансированного в деятельность предприятия капитала можно определить по показателю рентабельность активов.

Рентабельность активов = Чистая прибыль / Средняя величина Активов

Рентабельность активов зависит от:

- рентабельности продаж;
- оборачиваемости активов.

Повышение оборачиваемости активов можно достичь за счет увеличения продаж (политика цен), либо за счет планомерного уменьшения общей величины активов. Однако, и тот, и другой путь ограничен.

Рентабельность продаж косвенно характеризует степень управляемости предприятия. Рентабельность же собственного капитала (СК) показывает величину прибыли, которую получает акционер на каждый рубль вложенных средств. Данный показатель дает возможность сравнить выгодность вложения средств в различные предприятия.

При этом ориентиром минимальной безрисковой доходности, который может приносить вложенный рубль, является ставка рефинансирования ЦБ РФ.

Рентабельность собственного капитала рассчитывается как отношение чистой прибыли (ЧП) к собственному капиталу (СК).

Уровень собственного капитала для первоклассных предприятий считается нормальным при значении не менее:

- Значение уровня рентабельности менее 50% является риском и говорит о том, что большая часть предприятия уже принадлежит кредиторам.
- Значение уровня рентабельности менее 50% является риском и говорит о том, что большая часть предприятия уже принадлежит кредиторам.

Выявление факторов, оказывающих влияние на рентабельность капитала (РК), возможно с помощью модификации формулы рентабельности собственного капитала, а именно, умножения и деления формулы на величину общих активов и выручки от продаж, а также последующей трансформации формулы:

$$PCK = \frac{ЧП}{СК} * \frac{ВР}{ВР} * \frac{А}{А} = \frac{ЧП}{ВР} * \frac{ВР}{А} * \frac{А}{СК},$$

где PCK - рентабельность собственного капитала, А – величина активов.

Полученная в результате преобразований формула устанавливает взаимосвязь рентабельности собственного капитала с тремя основными финансовыми показателями деятельности компании: прибылью продаж (ЧП/ВР), оборачиваемостью всех активов (ВР/А) и финансовым рычагом (А/СК). Для рентабельности всего капитала определяющими параметрами будут:

- прибыльность;
- оборачиваемость активов.

Степень влияния отдельных факторов на изменение рентабельности собственного капитала можно установить через факторный анализ изменения рентабельности собственного капитала. Факторный анализ предполагает прохождение следующих шагов:

1. Определение абсолютного изменения рентабельности собственного капитала за период:

«запас прочности» (1) — «запас прочности» (0),

где 1 – показатель рентабельности отчетного периода,

0 - показатель рентабельности по базису.

2. Определение степени влияния оборачиваемости всех активов:

$OA(1) * Пд(0) * (A/CK(0)) - OA(0) * Пд(0) * (A/CK(0))$,

где OA - оборачиваемость всех активов,

Пд - прибыльность всей деятельности,

A/CK - отношение активов к собственному капиталу,

OA - оборачиваемость всех активов.

3. Определение степени влияния прибыльности всей деятельности:

$OA(1) * Пд(1) * (A/CK(0)) - OA(1) * Пд(0) * (A/CK(0))$.

4. Определение степени влияния структуры источников финансирования:

$OA(1) * Пд(1) * (A/CK(1)) - OA(1) * Пд(1) * (A/CK(0))$.

Если динамика показателей рентабельности всего капитала отличается от динамики показателя рентабельности собственного капитала, причина такой ситуации - влияние структуры источников финансирования, влияние финансового рычага.

Для анализа эффективности управления структурой источников финансирования компании рассчитывается, так называемый, эффект рычага. Суть эффекта рычага заключается в следующем.

Компания, используя заемные средства, увеличивает либо уменьшает рентабельность собственного капитала. Снижение или увеличение рентабельности собственного капитала зависит от средней стоимости заемного капитала (средней процентной ставки) и размера финансового рычага. Влияние структуры источников финансирования на рентабельность собственного капитала можно представить в виде формулы:

Если доля коэффициента автономии меньше 50% (т.е. $K_{авт} < 0,5$), финансовое состояние предприятия следует считать неустойчивым.

Некоторые аналитики считают, что значение коэффициента автономии должно быть на уровне 0,6 (60%).

При условии, что доля собственного капитала значительно высока (более 0,8), считают, что предприятие не оптимально формирует источники и не привлекает должным образом заемные средства с целью получения дополнительного дохода.

2. Коэффициент финансовой зависимости.

$$K_{фз} = \text{Итог баланса} / \text{ШрП (РСК)}.$$

Чем выше значение коэффициента финансовой зависимости, тем предприятие более зависимо от заемных источников средств.

3. Коэффициент концентрации привлеченного капитала.

$$K_{кпк} = (IVрП + VрП) / \text{итог баланса}.$$

Коэффициент концентрации привлеченного капитала показывает долю привлеченных средств источниках финансирования деятельности предприятия, т.е. сколько привлеченных средств приходится на каждый рубль источников.

4. Коэффициент финансовой устойчивости.

$$K_{фy} = (\text{ШрП} + IVрП) / \text{итог баланса}.$$

Коэффициент финансовой устойчивости показывает, какая часть имущества профинансирована за счет перманентного капитала.

5. Коэффициент соотношения заемных и собственных средств.

$$K_{сзс} = (IVрП + VрП) / \text{ШрП (РСК)}.$$

Оптимальное значение данного показателя должно быть не менее 0,7, т.е. на каждый рубль собственных источников должно приходиться не менее 70 копеек заемных средств.

Если коэффициент соотношения заемных и собственных средств больше 1, то предприятие считается финансово неустойчивым, хотя при условии высокой оборачиваемости оборотных средств данный коэффициент может достигать единицы.

6. Коэффициент обеспеченности СОС.

$$K_{соc} = \text{СОС} / \text{оборотные средства}.$$

Коэффициент обеспеченности СОС показывает, какую долю в сумме текущих активов предприятия (оборотных средств) занимают СОС. Оптимальное значение данного показателя должно быть не менее 10% в составе оборотных активов.

7. Коэффициент маневренности.

$$K_{м} = \text{СОС} / \text{ШрП (РСК)} \text{ (на уровне 0,5)}.$$

Коэффициент маневренности показывает, сколько рублей СОС приходится на каждый рубль собственных источников.

Таким образом, обобщая вышесказанное, можно отметить - анализ финансовой устойчивости предполагает оценку РСК и сравнение ее с величиной УК.

В процессе анализа сравнивают степень обеспеченности запасов и затрат источниками их финансирования и устанавливают уровень финансовой устойчивости предприятия.

Кроме того, это расчет и анализ коэффициентов финансовой устойчивости с точки зрения соответствия нормативам улучшения или ухудшения их значения. Особое значение имеет анализ структуры баланса.

Эффективность деятельности любого предприятия зависит от его деловой активности. Деловая активность рассматривается как результативность работы с точки зрения использования авансированного капитала и использования затрат (эффективность затрат).

Поэтому при анализе деловой активности работы предприятия рассматривается система показателей, отражающая эффективность использования ресурсов и степень доходности использования капитала предприятия, т.е. рентабельность.

К показателям деловой активности следует относить:

- темпы изменения выручки, прибыли, затрат;
- показатели, отражающие эффективность использования ресурсов:
- фондоотдача;
- производительность труда;
- показатели оборачиваемости.

Деловая активность предприятия определяется индексом деловой активности. Индекс деловой активности рассчитывается как произведение рентабельности от основной деятельности и коэффициента оборачиваемости оборотных средств.

При оценке деловой активности предприятия сопоставляют темпы роста (T_r) авансированного капитала, темп роста прибыли, темп роста выручки.

Сопоставляются показатели отчетного года и предыдущего года.

Условие эффективности работы предприятия представляют неравенством:
 T_r прибыли > T_r выручки > T_r авансированного капитала.

Поскольку деловая активность предприятия ставится в прямую зависимость от уровня рентабельности и оборачиваемости оборотных средств.

В практике анализа используют систему показателей оборачиваемости и показателей рентабельности, приведенных в нижеследующих таблицах.

Таблица

Показатели оборачиваемости

Показатель	Расчет	Характеристика показателя
Средняя величина активов (А (тыс.руб.))	$(A \text{ начало периода} + A \text{ конец периода})/2$	
Оборачиваемость активов (оборот)	Выручка/ Средняя величина активов	Характеризует скорость оборота совокупных активов
Длительность оборота активов (дни)	$365/ \text{Оборачиваемость активов}$	Характеризует длительность оборота совокупных активов
Оборачиваемость оборотных активов (оборот)	Выручка/ Средняя величина ОА	Характеризует скорость оборота оборотных активов

Длительность оборота оборотных активов (дни)	$365 / \text{Оборачиваемость оборотных активов}$	Характеризует длительность оборота оборотных активов
Средняя дебиторская задолженность (ДЗ) (тыс.руб.)	$(\text{ДЗ начало периода} + \text{ДЗ конец периода}) / 2$	
Оборачиваемость дебиторской задолженности (оборот)	Выручка/ Средняя величина ДЗ	Характеризует кратность превышения выручки над средней ДЗ
Период погашения дебиторской задолженности (дни)	$365 / \text{Оборачиваемость ДЗ (оборот)}$	Отражает средний сложившийся за период срок расчетов покупателей и заказчиков
Доля ДЗ в объеме оборотных активов (%)	$\text{ДЗ} * 100\% / \text{Оборотные активы}$	Характеризует «качество» структуры оборотных активов
Доля сомнительной ДЗ (%)	$\text{ДЗ}_{\text{сомн.}} * 100$	Свидетельствует о качестве ДЗ
	ДЗ	
Средняя кредиторская задолженность (КЗ) (тыс.руб.)	$\text{КрЗн.п.} + \text{КрЗк.п.} / 2$	
Оборачиваемость КЗ (оборот)	Выручка/ Средняя КЗ	Характеризует кратность превышения выручки над средней КЗ
Период погашения КЗ (дни)	$365 / \text{Оборот КЗ}$	Отражает средний за период срок расчетов с кредиторами
Доля КЗ в общей стоимости привлеченных средств (%)	$\text{Стоимость КЗ} / \text{Стоимость привлеченных средств}$	Свидетельствует о качестве заемного капитала
Доля просроченной КЗ в стоимости КЗ (%)	$\text{Просроченная КЗ} / \text{КЗ}$	Свидетельствует о нарушении платежной дисциплины, отражает косвенную вероятность признания предприятия банкротом.

Таблица

Показатели рентабельности

Показатели	Алгоритм расчета	Характеристика показателя
Рентабельность активов (%)	ЧП/ Средняя величина активов	Показывает, какую прибыль имеет предприятие с каждого рубля, вложенного в активы
Рентабельность оборотных активов (%)	ЧП/Средняя величина оборотных активов	Показывает, какую прибыль имеет предприятие с каждого рубля, вложенного в оборотные активы
Рентабельность собственного капитала (%)	ЧП/ Собственный капитал	Величина прибыли, приходящаяся на каждый рубль вложенных собственниками средств
Уровень прибыльности (%)	Прибыль от продаж/ Расходы от обычной деятельности	Характеризует эффективность произведенных затрат
Рентабельность продаж (%)	ЧП/ Выручка	Характеризует доходность на каждый рубль выручки. Повышение означает рост деловой активности.

Таким образом, можно отметить, что условием деловой активности является более высокий темп прибыли, по сравнению с темпом роста выручки, и превышение темпов роста выручки, по сравнению с темпами роста авансированного в деятельность предприятия капитала.

Анализ обеспеченности запасов и затрат источниками их формирования.

Типы финансовой устойчивости

Показателем финансовой устойчивости является излишек или недостаток источников средств для формирования запасов (источники средств – стоимость запасов).

Различают следующие источники формирования запасов:

- Собственные оборотные средства (СОС)

$СОС = РСК - \text{Внеоборотные активы} - \text{Дебиторская задолженность}$
(свыше 12 мес.);

- Долгосрочные источники формирования запасов (ДИФЗ)

$ДИФЗ = СОС + \text{Долгосрочные обязательства};$

- Общая величина основных источников формирования запасов (ОИФЗ)

$ОИФЗ = СОС + \text{Долгосрочные обязательства} + \text{Краткосрочные кредиты и займы}.$

С учетом этих источников проводят анализ показателей обеспеченности запасов источниками их формирования.

В результате определяют:

1. Излишек или недостаток (+/-) собственных оборотных средств +/- $СОС = СОС - \text{запасы и затраты}.$
2. Излишек или недостаток (+/-) долгосрочных источников формирования запасов (+/-) $ДИФЗ = ДИФЗ - \text{запасы и затраты}.$
3. Излишек или недостаток (+/-) общей величины основных источников +/- $ОИФЗ = ОИФЗ - \text{запасы и затраты}.$

Таким образом, показатели обеспеченности запасов источников их формирования позволяют классифицировать финансовое состояние предприятий на 4 типа финансовой устойчивости:

I. Абсолютная финансовая устойчивость – крайне редкое явление, которое достигается при соблюдении условий:

$\Sigma СОС > \Sigma \text{запасов и затрат}.$

II. Нормальное финансовое состояние предприятия достигается при соблюдении условий:

- запасы и затраты $> \Sigma СОС$ (т.е. недостаток СОС);

- излишек или равенство долгосрочных источников над запасами и затратами.

III. Неустойчивое финансовое положение:

- недостаток долгосрочных источников;

- недостаток СОС;

- излишек или равенство общей величины основных источников.

В данной ситуации наблюдается нарушение платежеспособности, однако, сохраняется возможность восстановления равновесия за счет пополнения

реального собственного капитала и СОС за счет дополнительного привлечения долгосрочных кредитов и займов.

IV. Кризисное состояние предприятия (на грани банкротства) - недостаток СОС, недостаток долгосрочных источников и недостаток общей величины основных источников формирования.

Основанием способности выхода из неустойчивого и кризисного состояния является пополнение источников формирования запасов, оптимизация их структуры и обоснованное снижение уровня запасов.

VI. Планы семинарских (практических) занятий

Методические указания

Семинарские (практические) занятия — одна из важных форм аудиторных занятий со студентами, обеспечивающая наиболее активное участие их в учебном процессе и требующая от них углублённой самостоятельной работы. В планах для подготовки студентов к занятию сформулированы вопросы, определены номера задач или упражнения, которые необходимо решить при домашней подготовке или обсудить в ходе аудиторных групповых занятий, указаны контрольные вопросы или тесты для самопроверки.

При домашней подготовке к занятиям по каждой теме студенты должны проработать конспекты лекций, литературные источники, выбрать дополнительную литературу по своему усмотрению, подготовить ответы на вопросы, решить задачи и т.д.

Сформулированные вопросы и задачи в планах занятий по теме коллективно обсуждаются. По мере необходимости в ходе занятия преподаватель может задавать другие вопросы и задачи.

Семинар 1. Экономический анализ и его роль в управлении предприятием

Вопросы для обсуждения:

1. Роль и значение экономического анализа в управлении.
2. Содержание и последовательность проведения финансового и управленческого анализа. Проблемы их проведения.

Образец тестовых заданий:

1. Предметом экономического анализа являются:

- а) анализ финансовых отчетов;
- б) факты хозяйственной жизни;
- в) причинно—следственные связи экономических явлений;
- г) исчисление издержек по видам деятельности.

2. Задачи, присущие экономическому анализу:

- а) расчет статей издержек;
- б) изучение и выявление причин полученных экономических результатов;
- в) расчет затрат на создание производственной базы;
- г) выявление резервов повышения эффективности работы предприятия.

3. Требования, предъявленные для организации информационного обеспечения:

- а) цикличность;
- б) достоверность;
- в) запись только на электронных носителях;
- г) оперативность.

4. Целью экономического анализа является:

- а) выявление резервов повышения эффективности предприятия;
- б) постоянное совершенствование методики проведения анализа;

- в) изучение экономической деятельности предприятия, направленной на повышение эффективности его работы;
- г) разработка мероприятий по освоению выявленных резервов.

5. Экономический анализ, как дисциплина, в России стал развиваться:

- а) в начале 20 века;
- б) в 30 годах 20 века;
- в) в 50 годах 20 века;
- г) в 70 годах 20 века.

Основная литература:

1. Абрютин Л.И., Грязнова А.Г. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. М., Дело и Сервис, 2008.
2. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа. М., Финансы и статистика, 2007.

Дополнительная литература:

1. Ефимова О.В. Финансовый анализ. М. Юнити, 2008.

Семинар 2. Методика проведения экономического анализа

Вопросы для обсуждения:

1. Основные этапы работ по организации проведения экономического анализа на предприятии.
2. Структура комплексного бизнес-плана.
3. Информационная база для проведения анализа.

Проверка выполнения самостоятельной работы по решению задач.

Образец тестовых заданий:

1. Источниками информации для анализа является:

- а) плановая и бухгалтерская информация;
- б) статистическая информация;
- в) комплекс всей информации, необходимой для достижения целей анализа;
- г) внеучетная информация.

2. Методическое руководство за ходом проведения экономического анализа осуществляет:

- а) бухгалтерия;
- б) экономический отдел;
- в) финансовый отдел;
- г) плановый отдел.

3. Ответственность за организацию проведения анализа несет:

- а) главный бухгалтер;
- б) руководитель аналитического отдела;
- в) заместитель директора по экономике;
- г) начальник бюро труда и зарплаты.

4. Отдел маркетинга занимается анализом:

- а) взаимодействия с дебиторами и кредиторами;
- б) себестоимости продукции, работ и услуг;
- в) использования рабочего времени и фонда оплаты труда;
- г) рынка сбыта, объема продаж, цен и рентабельности продаж.

5. Работники финансового отдела анализируют:

- а) взаимодействия с дебиторами и кредиторами;
- б) себестоимость продукции, работ и услуг;
- в) использование рабочего времени и фонда оплаты труда;
- г) рынок сбыта, объема продаж, цен и рентабельности продаж.

6. Результаты анализа в зависимости от целей и масштабов оформляются в виде:

- а) служебной записки;
- б) отчета;
- в) пояснительной записки к годовому отчету;
- г) докладной записки на имя руководителя.

Основная литература:

1. Артеменко В.Г. Финансовый анализ. М. Финансы и статистика. 2007.

Дополнительная литература:

2. Донцова Л.В. Теория экономического анализа. М. Омега 2008.

Семинар 3. Виды, основные модели и приемы экономического анализа

Вопросы для обсуждения:

1. Система показателей экономического анализа.
2. Классификация видов и направлений экономического анализа.
3. Характеристика типов и моделей экономического анализа.

Проверка выполнения самостоятельной работы по решению задач.

Образец тестовых заданий:

1. По методике изучения объектов анализ подразделяется:

- а) внутрифирменный;
- б) качественный;
- в) перспективный;
- г) фундаментальный,

2. Факторы, влияющие на результаты эффективности производства, подразделяются на:

- а) природно–климатические;
- б) общие и специфические;
- в) социально–экономические;
- г) сложные и простые.

3. По признаку времени анализ подразделяется на:

- а) внутрифирменный;
- б) перспективный;
- в) фундаментальный;
- г) ретроспективный.

4. По функциональному признаку анализ подразделяется на:

- а) финансовый;
- б) перспективный;
- в) фундаментальный;
- г) управленческий.

5. В процессе анализа используют модели анализа:

- а) дескрептивная модель;
- б) дискретная модель;
- в) мультипликативная модель;
- г) мультимедийная модель.

Основная литература:

1. Барнгольц С.Б., Мельник М.В. «Методология экономического анализа хозяйствующего субъекта» М.: Финансы и статистика, 2007.
2. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия.-М.: Эксперспектива, 2008.

Дополнительная литература:

1. Гинсбург А.И. Экономический анализ- СПб.: Питер, 2007.

Семинар 4. Методы факторного экономического анализа

Вопросы для обсуждения:

1. Сущность методов и методики.
2. Метод цепных подстановок.
3. Метод разниц абсолютных.

Решение задач:

Задача 1.

Используя метод цепной подстановки проанализировать влияние факторов использования оборудования на годовой объем выпуска продукции.

Факторный анализ использования оборудования

Показатель	Ед.изм.	план	факт	Отклонен. (+/-)
1.Количество оборудования	Шт.	29	32	
2.Среднегодовая продолжительность работы станка.	Час.	2765	2755	
3.Производительность 1 станка	Руб.	41	40	
Годовой объем выпуска продукции	Тыс.руб.			

Задача 2.

Используя метод абсолютных разниц, проанализировать влияние использования трудовых факторов на годовой объем выпуска продукции.

Факторный анализ использования трудовых факторов

Показатель	Ед.изм.	план	факт	Отклонен. (+/-)
1.Среднесписочная численность рабочих	Чел.	203	199	
2.Количество отработанных дней в году.	Дни.	223	225	
3.Средняя продолжительность рабочего дня.	Час	7,98	7,96	
4.Среднечасовая производительность труда.	Руб.	114	113	
Годовой объем выпуска продукции	Тыс.руб.			

Семинар 5. Методы факторного экономического анализа, применяемые в мультипликативных моделях

Вопросы для обсуждения:

1. Метод относительных величин.
2. Балансовый метод.
3. Индексный метод.

Задача 1.

Используя метод относительных величин проанализировать влияние факторов использования оборудования на годовой объем выпуска продукции.

Факторный анализ использования оборудования.

Показатель	Ед.изм.	план	факт	Отклонен. (+/-)
1.Количество оборудования	Шт.	63	61	
2.Среднегодовая продолжительность работы станка.	Час.	3705	3710	
3.Производительность 1 станка	Руб.	61	59	
Годовой объем выпуска продукции	Тыс.руб.			

Задача 2.

Используя индексный метод, проанализировать влияние объема выпуска и цены реализации на общее изменение объема реализации:

Вид изделия	Выпуск в шт.		Цена за изделие	
	План (q_0)	Факт (q_1)	План (c_0)	Факт (c_1)
Изделие А	9800	9950	300	310
Изделие Б	60000	60050	80	75

Проверка выполнения самостоятельной работы по решению задач.

Основная литература:

1. Любушкин Н.П., Лещева В.Б. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия. М., Юнити. 2008,
2. Маркарьян Э.А. Финансовый анализ. М. Приор. 2007.

Дополнительная литература:

1. Горфинкель В.Я Экономика предприятия. М.Аудит, Юнити 2007.

Семинар 6. Методы финансового экономического анализа

Вопросы для обсуждения:

1. Вертикальный, горизонтальный и трендовый методы экономического анализа.
2. Маржинальный метод экономического анализа.
3. Функционально–стоимостной анализ.

Решение задач:

Задача 1. Провести вертикальный анализ активов баланса.

Для анализа структуры активов баланса используют аналитическую таблицу.

Статья баланса	На начало года		На конец года		Изменения	
	в тыс. руб.	уд.вес %	в тыс. руб.	уд.вес %	в тыс. руб.	уд.вес %
I. Внеоборотные А итого по разделу I	10182	67,07	12960	71,17	2778	4,10
II. Оборотные А итого по разделу II	4742	32,93	5250	28,83	508	-4,10
Валюта баланса	15182	100%	18210	100%	3028	-

Задача 2. Провести горизонтальный анализ активов баланса, используя таблицу:

Статья баланса	На начало года		На конец года		Изменения	
	в тыс. руб.	уд.вес %	в тыс. руб.	темп роста %	в тыс. руб.	темп прироста
I. Внеоборотные А итого по разделу I	10182	100%	12960	127,29	2778	27,29
II. Оборотные А итого по разделу II	4742	100%	5250	110,72	508	10,72
Валюта баланса	15182	100%	18210	119,95	3028	19,95

Задача № 3. Пример. Рассчитать, используя маржинальный метод анализа, безубыточный объем продаж при следующих условиях:

Производственная мощность предприятия	10000 шт.
Цена изделия (р)	5 тыс. руб.
Постоянные затраты (FC)	1000 тыс. руб.
Переменные расходы на единицу продукции (v)	1 тыс. руб.
V_b (шт.) = $1000 / (5 - 1) = 250$ шт.;	
V_b (руб.) = $1000 / (1 - 1/5) = 1250$ тыс. руб.	

Проверка выполнения самостоятельной работы по решению задач.

Основная литература:

1. Шеремет А.Д., Сайфуллин Р.С. Финансы предприятий. М. Инфра. 2008.
2. Ришар Жак. Анализ хозяйственной деятельности. М., Юнити. 2007.

Дополнительная литература:

1. Ефимова О.В. Финансовый анализ М. Перспектива 2007.

Семинар 7. Анализ в системе маркетинга, оценка жизненного цикла товара

Вопросы для обсуждения:

1. Основное содержание и задачи маркетингового анализа.
2. Анализ и оценка жизненного цикла товара.
3. Анализ спроса и предложения. Оценка стратегии формирования рыночной цены.

Образцы тестовых заданий:

1. Определить критический объем продаж, если известно, что общая сумма постоянных расходов равна 4000 тыс. руб., общие переменные затраты составляют 36 000 тыс. руб., объем продаж – 48 000 тыс. руб.

- а) 16 000 изделий,
- б) 36 000 тыс. руб.
- в) 16 000 тыс. руб.

2. Определить запас прочности в стоимостном выражении, если известно, что общая сумма постоянных расходов равна 4000 тыс. руб., общие переменные затраты составляют 36 000 тыс. руб., объем продаж – 48 000 тыс. руб.

а) 12 000 тыс. руб.

б) 14 000 тыс. руб.

в) 32 000 тыс. руб.

3. Наиболее рациональным соотношением темпов роста является:

а) рационального соотношения не существует,

б) объем продаж больше общих переменных затрат и больше общих постоянных затрат.

в) общие переменные затраты больше общих постоянных затрат и больше объема продаж.

4. Коэффициент покрытия – 0,4. Общая сумма постоянных затрат 4000 тыс. руб. Общая сумма переменных затрат 8.000 тыс.руб. Критический объем продаж равен:

а) 10 000 тыс. руб.

б) 20 000 тыс. руб.

в) 30 000 тыс. руб.

Проверка выполнения самостоятельной работы по решению задач.

Основная литература:

1. Баканов М.И. Анализ коммерческого риска. Бухгалтерский учет. 2007.

2. Ковалев А.П. Диагностика банкротства М. Финансы и статистика 2008.

3. Пешкова Е.П. Маркетинговый анализ в деятельности фирмы. М. Ось – 89. 2007.

Дополнительная литература:

1. Ковалев В.В. Управление капиталом. М. Финансы и статистика. 2008.

Семинар 8. Анализ риска невостребованной продукции, ценовой политики и оценка методов стимулирования продаж

Вопросы для обсуждения:

1. Анализ риска невостребованной продукции.

2. Анализ цен и конкурентноспособности продукции и товаров.

3. Оценка методов стимулирования продаж.

Проверка выполнения самостоятельной работы по решению задач.

Основная литература:

1. Гинсбург А.И., Сайфуллин Р.С. Финансы предприятий. М. Инфра. 2008.

2. Ришар Жак. Анализ хозяйственной деятельности. М. Юнити. 2007.

Дополнительная литература:

1. Ефимова О.В. Финансовый анализ. М. Перспектива. 2007.

Семинар 9. Анализ ликвидности, платежеспособности и кредитоспособности предприятия

Вопросы для обсуждения:

1. Анализ ликвидности предприятия.
2. Анализ платежеспособности предприятия.
3. Анализ кредитоспособности предприятия.

Проверка выполнения самостоятельной работы по решению задач.

Образцы тестовых заданий:

1. Коэффициент абсолютной ликвидности определяется:

- а) как отношение денежных средств к сумме краткосрочных обязательств;
- б) как сумма краткосрочных обязательств к денежным средствам;
- в) как отношение общих текущих активов к сумме краткосрочных обязательств;
- г) как отношение суммы материально–производственных запасов к денежным средствам предприятия.

2. Коэффициент критической оценки определяется как:

- а) отношение общих текущих активов к сумме краткосрочных обязательств;
- б) как отношение денежных средств к сумме краткосрочных обязательств;
- в) как сумма краткосрочных обязательств к денежным средствам;
- г) правильного ответа нет.

3. Коэффициент маневренности собственного капитала определяется как:

- а) отношение остаточной стоимости основных средств к краткосрочным и долгосрочным обязательствам;
- б) как отношение денежных средств к сумме краткосрочных обязательств;
- в) как сумма краткосрочных обязательств к денежным средствам;
- г) правильного ответа нет.

4. Коэффициент покрытия текущей задолженности определяется как:

- а) отношение общих текущих активов к сумме краткосрочных обязательств;
- б) как отношение денежных средств к сумме краткосрочных обязательств;
- в) как сумма краткосрочных обязательств к денежным средствам;
- г) правильного ответа нет.

Основная литература:

1. Раднаева С.Э. Платежеспособность российских предприятий в современных условиях. Дис. М. 2008,
2. Шеремет А.Д., Сайфуллин Р.С. Методика финансового анализа М. Инфра. 2007.

Дополнительная литература:

1. Горфинкель В.Я. Экономика предприятия. М. Юнити. 2008.

Семинар 10. Факторный анализ рентабельности предприятия, анализ показателей финансовой устойчивости

Вопросы для обсуждения:

1. Факторный анализ рентабельности предприятия.
2. Анализ показателей финансовой устойчивости.
3. Типы финансовой устойчивости.

Образец тестовых заданий:

1. Коэффициент рентабельности основного капитала определяется как отношение:

- а) прибыли ко всему капиталу;
- б) чистой прибыли ко всему капиталу,
- в) прибыли к средней стоимости основных средств;
- г) правильного ответа нет.

2. Коэффициент рентабельности продукции определяется как отношение:

- а) прибыли ко всему капиталу;
- б) чистой прибыли ко всему капиталу;
- в) валовой прибыли к объему чистых продаж,
- г) правильного ответа нет.

3. Коэффициент финансовой устойчивости определяется как:

- а) отношение остаточной стоимости основных средств к долгосрочным обязательствам;
- б) обратная величина коэффициента концентрации собственного капитала;
- в) прибыль к средней стоимости основных средств;
- г) правильного ответа нет.

4. Коэффициент концентрации привлеченного капитала определяется как отношение:

- а) суммы обязательств к сумме акционерного капитала и обязательств,
- б) отношение остаточной стоимости основных средств к долгосрочным обязательствам;
- в) обратная величина коэффициента концентрации собственного капитала,
- г) правильного ответа нет.

Основная литература:

1. Абрютин Л.И., Грязнова А.Г. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. М. Дело и Сервис. 2008.
2. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа. М. Финансы и статистика, 2007.

Дополнительная литература:

1. Ефимова О.В. Финансовый анализ. М. Юнити. 2008.

VII. Самостоятельная работа студентов

Методические указания

Самостоятельная работа студентов, предусмотренная учебным планом, должна соответствовать более глубокому усвоению изучаемого материала, формировать навыки исследовательской работы и ориентировать их на умение применять теоретические знания на практике. В процессе этой деятельности решаются задачи:

- научить работать с учебной литературой;
- формировать у них соответствующие знания, умения и навыки;
- стимулировать профессиональный рост студентов, воспитывать творческую активность и инициативу.

Самостоятельная работа студентов предполагает:

- подготовку к занятиям (изучение лекционного материала, подготовку докладов и рефератов, выполнение контрольных работ, чтение рекомендуемой литературы, ответы на вопросы, решение задач и т.д.);
- подготовку к зачету и экзамену

Самостоятельное решение задач

Задача 1.

Используя метод цепной подстановки, проанализировать влияние факторов использования оборудования на годовой объем выпуска продукции.

Факторный анализ использования оборудования.

Показатель	Ед.изм.	план	факт	Отклонен. (+/-)
1.Количество оборудования	Шт.	29	32	
2.Среднегодовая продолжительность работы станка.	Час.	2765	2755	
3.Производительность 1 станка	Руб.	41	40	
Годовой объем выпуска продукции	Тыс.руб.			

Задача 2.

Используя метод цепной подстановки, проанализировать влияние факторов использования оборудования на годовой объем выпуска продукции.

Факторный анализ использования оборудования

Показатель	Ед.изм.	план	факт	Отклонен. (+/-)
1.Количество оборудования	Шт.	30	32	
2.Среднегодовая продолжительность работы станка.	Час.	2800	2815	
3.Производительность 1 станка	Руб.	41	42	
Годовой объем выпуска продукции	Тыс.руб.			

Задача 3.

Используя метод цепной подстановки проанализировать влияние факторов использования оборудования на годовой объем выпуска продукции.

Факторный анализ использования оборудования

Показатель	Ед.изм.	план	факт	Отклоне н. (+/-)
1.Количество оборудования	Шт.	30	28	
2.Среднегодовая продолжительность работы станка.	Час.	2790	2805	
3.Производительность 1 станка	Руб.	41	40	
Годовой объем выпуска продукции	Тыс.руб.			

Задача № 4.

Используя метод цепной подстановки, проанализировать влияние использования трудовых факторов на объем выпуска продукции.

Факторный анализ использования трудовых факторов

Показатель	Ед.изм.	план	факт	Отклонен. (+/-)
1.Среднесписочная численность рабочих	Чел.	199	198	
2.Количество отработанных дней в году.	Дни.	225	224	
3.Средняя продолжительность рабочего дня.	Час	7,99	7,98	
4.Среднечасовая производительность труда.	Руб.	112	113	
Годовой объем выпуска продукции	Тыс.руб.			

Задача 5.

Используя метод цепной подстановки, проанализировать влияние использования трудовых факторов на объем выпуска продукции.

Факторный анализ использования трудовых факторов

Показатель	Ед.изм.	план	факт	Отклонен. (+/-)
1.Среднесписочная численность рабочих	Чел.	200	198	
2.Количество отработанных дней в году.	Дни.	225	224	
3.Средняя продолжительность рабочего дня.	Час	7,96	7,95	
4.Среднечасовая производительность труда.	Руб.	113	115	
Годовой объем выпуска продукции	Тыс.руб.			

Задача 6.

Используя метод абсолютных разниц, проанализировать влияние использования трудовых факторов на годовой объем выпуска продукции.

Факторный анализ использования трудовых факторов

Показатель	Ед.изм.	план	факт	Отклонен. (+/-)
1.Среднесписочная численность рабочих	Чел.	203	199	
2.Количество отработанных дней в году.	Дни.	223	225	
3.Средняя продолжительность рабочего дня.	Час	7,98	7,96	
4.Среднечасовая производительность труда.	Руб.	114	113	
Годовой объем выпуска продукции	Тыс.руб.			

Задача 7.

Используя метод абсолютных разниц, проанализировать влияние использования трудовых факторов на годовой объем выпуска продукции.

Факторный анализ использования трудовых факторов

Показатель	Ед.изм.	план	факт	Отклонен. (+/-)
1.Среднесписочная численность рабочих	Чел.	341	342	
2.Количество отработанных дней в году.	Дни.	283	280	
3.Средняя продолжительность рабочего дня.	Час	8,0	7,98	
4.Среднечасовая производительность труда.	Руб.	116	115	
Годовой объем выпуска продукции	Тыс.руб.			

Задача 8.

Используя метод цепной подстановки, проанализировать влияние факторов использования оборудования на годовой объем выпуска продукции.

Факторный анализ использования оборудования

Показатель	Ед.изм.	план	факт	Отклонен. (+/-)
1.Количество оборудования	Шт.	30	32	
2.Среднегодовая продолжительность работы станка.	Час.	2761	2755	
3.Производительность 1 станка	Руб.	41	40	
Годовой объем выпуска продукции	Тыс.руб.			

Задача 9.

Используя метод цепной подстановки, проанализировать влияние факторов использования оборудования на годовой объем выпуска продукции.

Факторный анализ использования оборудования

Показатель	Ед.изм.	план	факт	Отклонен. (+/-)
1.Количество оборудования	Шт.	31	33	
2.Среднегодовая продолжительность работы станка.	Час.	2800	2805	
3.Производительность 1 станка	Руб.	41	42	
Годовой объем выпуска продукции	Тыс.руб.			

Задача 10.

Используя метод цепной подстановки, проанализировать влияние факторов использования оборудования на годовой объем выпуска продукции.

Факторный анализ использования оборудования

Показатель	Ед.изм.	план	факт	Отклонен. (+/-)
1.Количество оборудования	Шт.	33	29	
2.Среднегодовая продолжительность работы станка.	Час.	2790	2800	
3.Производительность 1 станка	Руб.	42	40	
Годовой объем выпуска продукции	Тыс.руб.			

Задача 11.

Используя метод цепной подстановки, проанализировать влияние использования трудовых факторов на объем выпуска продукции.

Факторный анализ использования трудовых факторов

Показатель	Ед.изм.	план	факт	Отклонен. (+/-)
1.Среднесписочная численность рабочих	Чел.	199	197	
2.Количество отработанных дней в году.	Дни.	223	224	
3.Средняя продолжительность рабочего дня.	Час	7,99	7,98	
4.Среднечасовая производительность труда.	Руб.	112	113	
Годовой объем выпуска продукции	Тыс.руб.			

Задача 12.

Используя метод цепной подстановки, проанализировать влияние использования трудовых факторов на объем выпуска продукции.

Факторный анализ использования трудовых факторов

Показатель	Ед.изм.	план	факт	Отклонен. (+/-)
1.Среднесписочная численность рабочих	Чел.	200	199	
2.Количество отработанных дней в году.	Дни.	225	223	
3.Средняя продолжительность рабочего дня.	Час	7,96	7,95	
4.Среднечасовая производительность труда.	Руб.	114	115	
Годовой объем выпуска продукции	Тыс.руб.			

Задача 13.

Используя метод абсолютных разниц, проанализировать влияние использования трудовых факторов на годовой объем выпуска продукции.

Факторный анализ использования трудовых факторов

Показатель	Ед.изм.	план	факт	Отклонен. (+/-)
1.Среднесписочная численность рабочих	Чел.	201	199	
2.Количество отработанных дней в году.	Дни.	224	225	
3.Средняя продолжительность рабочего дня.	Час	7,98	7,96	
4.Среднечасовая производительность труда.	Руб.	116	113	
Годовой объем выпуска продукции	Тыс.руб.			

Задача 14.

Используя метод абсолютных разниц, проанализировать влияние использования трудовых факторов на годовой объем выпуска продукции.

Факторный анализ использования трудовых факторов

Показатель	Ед.изм.	план	факт	Отклонен. (+/-)
1.Среднесписочная численность рабочих	Чел.	340	342	
2.Количество отработанных дней в году.	Дни.	281	280	
3.Средняя продолжительность рабочего дня.	Час	8,0	7,99	
4.Среднечасовая производительность труда.	Руб.	116	115	
Годовой объем выпуска продукции	Тыс.руб.			

Задача 15.

Используя метод относительных величин, проанализировать влияние факторов использования оборудования на годовой объем выпуска продукции.

Факторный анализ использования оборудования

Показатель	Ед.изм.	план	факт	Отклонен. (+/-)
1.Количество оборудования	Шт.	63	61	
2.Среднегодовая продолжительность работы станка.	Час. Руб.	3705 61	3710 59	
3.Производительность 1 станка				
Годовой объем выпуска продукции	Тыс.руб.			

Задача 16.

Используя метод относительных величин, проанализировать влияние факторов использования оборудования на годовой объем выпуска продукции.

Факторный анализ использования оборудования

Показатель	Ед.изм.	план	факт	Отклонен. (+/-)
1.Количество оборудования	Шт.	29	28	
2.Среднегодовая продолжительность работы станка.	Час.	2807	2810	
3.Производительность 1 станка	Руб.	42	40	
Годовой объем выпуска продукции	Тыс.руб.			

Задача 17.

Используя метод относительных величин, проанализировать влияние факторов использования оборудования на годовой объем выпуска продукции.

Факторный анализ использования оборудования

Показатель	Ед.изм.	план	факт	Отклонен. (+/-)
1.Количество оборудования	Шт.	29	32	
2.Среднегодовая продолжительность работы станка.	Час.	2801	2795	
3.Производительность 1 станка	Руб.	59	60	
Годовой объем выпуска продукции	Тыс.руб.			

Задача 18.

Используя метод абсолютных разниц, проанализировать влияние использования трудовых факторов на годовой объем выпуска продукции.

Факторный анализ использования трудовых факторов

Показатель	Ед.изм.	план	факт	Отклонен. (+/-)
1.Среднесписочная численность рабочих	Чел.	203	201	
2.Количество отработанных дней в году.	Дни.	224	225	
3.Средняя продолжительность рабочего дня.	Час	7,99	7,97	
4.Среднечасовая производительность труда.	Руб.	115	113	
Годовой объем выпуска продукции	Тыс.руб.			

Задача 19.

Используя метод абсолютных разниц проанализировать влияние использования трудовых факторов на годовой объем выпуска продукции.

Факторный анализ использования трудовых факторов

Показатель	Ед.изм.	план	факт	Отклонен. (+/-)
1.Среднесписочная численность рабочих	Чел.	341	342	
2.Количество отработанных дней в году.	Дни.	278	280	
3.Средняя продолжительность рабочего дня.	Час	8,0	7,99	
4.Среднечасовая производительность труда.	Руб.	118	117	
Годовой объем выпуска продукции	Тыс.руб.			

Задача № 20

Используя метод цепной подстановки, проанализировать влияние факторов использования оборудования на годовой объем выпуска продукции.

Факторный анализ использования оборудования

Показатель	Ед.изм.	план	факт	Отклонен. (+/-)
1.Количество оборудования	Шт.	30	32	
2.Среднегодовая продолжительность работы станка.	Час.	2754	2756	
3.Производительность 1 станка	Руб.	42	40	
Годовой объем выпуска продукции	Тыс.руб.			

Задача 21.

Используя метод цепной подстановки проанализировать влияние факторов использования оборудования на годовой объем выпуска продукции.

Факторный анализ использования оборудования

Показатель	Ед.изм.	план	факт	Отклонен. (+/-)
1.Количество оборудования	Шт.	33	32	
2.Среднегодовая продолжительность работы станка.	Час.	2810	2815	
3.Производительность 1 станка	Руб.	41	42	
Годовой объем выпуска продукции	Тыс.руб.			

Задача 22.

Используя метод цепной подстановки, проанализировать влияние факторов использования оборудования на годовой объем выпуска продукции.

Факторный анализ использования оборудования

Показатель	Ед.изм.	план	факт	Отклонен. (+/-)
1.Количество оборудования	Шт.	27	28	
2.Среднегодовая продолжительность работы станка.	Час.	2790	2796	
3.Производительность 1 станка	Руб.	41	40	
Годовой объем выпуска продукции	Тыс.руб.			

VIII. Контроль

Тесты для промежуточной аттестации студентов

1. Предметом экономического анализа являются:

- а) анализ финансовых отчетов;
- б) факты хозяйственной жизни;
- в) причинно–следственные связи экономических явлений;
- г) исчисление издержек по видам деятельности.

2. Задачи, присущие экономическому анализу:

- а) расчет статей издержек;
- б) изучение и выявление причин полученных экономических результатов;
- в) расчет затрат на создание производственной базы;
- г) выявление резервов повышения эффективности работы предприятия.

3. Объектом экономического анализа на предприятии могут быть:

- а) предприятие в целом;
- б) органы государственного управления;
- в) себестоимость выпускаемой продукции;
- г) финансово–кредитные учреждения.

4. Экономический анализ включает в себя следующие основные элементы изучения:

- а) ценовую стратегию и тактику;
- б) маркетинговые исследования;
- в) теорию экономического анализа;
- г) оценку достигнутого уровня развития предприятия.

5. Источниками информации для анализа является:

- а) плановая и бухгалтерская информация;
- б) статистическая информация;
- в) комплекс всей информации, необходимой для достижения целей анализа;
- г) внеучетная информация.

6. Методическое руководство за ходом проведения экономического анализа осуществляет:

- а) бухгалтерия;
- б) экономический отдел;
- в) финансовый отдел;
- г) плановый отдел

7. Ответственность за организацию проведения анализа несет:

- а) главный бухгалтер;
- б) руководитель аналитического отдела;
- в) заместитель директора по экономике;
- г) начальник бюро труда и зарплаты.

8. Отдел маркетинга занимается анализом:

- а) взаимодействия с дебиторами и кредиторами;
- б) себестоимости продукции, работ и услуг;
- в) использования рабочего времени и фонда оплаты труда;
- г) рынка сбыта, объема продаж, цен и рентабельности продаж.

9. Работники финансового отдела анализируют:

- а) взаимодействие с дебиторами и кредиторами;
- б) себестоимость продукции, работ и услуг;
- в) использование рабочего времени и фонда оплаты труда;
- г) рынок сбыта, объема продаж, цен и рентабельности продаж.

10. Результаты анализа в зависимости от целей и масштабов оформляются в виде:

- а) служебной записки;
- б) отчета;
- в) пояснительной записки к годовому отчету;
- г) докладной записки на имя руководителя.

11. Финансовый анализ анализирует:

- а) платежеспособность;
- б) перспективу развития предприятия;
- в) вероятность банкротства;
- г) социально–экономические аспекты развития предприятия.

12. Управленческий анализ анализирует:

- а) платежеспособность;
- б) перспективу развития предприятия;
- в) вероятность банкротства;
- г) ретроспективу выпуска продукции.

13. Субъектами анализа являются:

- а) учредители;
- б) налоговые органы;
- в) заработная плата производственных работников;
- г) финансовый результат от продажи продукции.

14. Требования, предъявленные для организации информационного обеспечения:

- а) достоверность;
- б) запись только на электронных носителях;
- в) оперативность;
- г) рациональность.

15. По признаку времени анализ подразделяется на:

- а) ретроспективный;
- б) управленческий;
- в) выборочный;
- г) текущий.

16. По функциональному признаку анализ подразделяется на:

- а) финансовый;
- б) перспективный;
- в) фундаментальный;
- г) управленческий,

17. По отраслевому признаку анализ делится на:

- а) финансовый;
- б) межотраслевой;

- в) социально-экономический;
- г) отраслевой.

18. По пространственному признаку анализ делится на:

- а) внутрифирменный;
- б) финансовый;
- в) перспективный;
- г) межфирменный.

19. Факторы, влияющие на результаты эффективности производства, подразделяются на:

- а) природно-климатические;
- б) общие и специфические;
- в) социально-экономические;
- г) сложные и простые.

20. По признаку времени анализ подразделяется на:

- а) внутрифирменный;
- б) финансовый;
- в) перспективный;
- г) текущий.

21. По функциональному признаку анализ подразделяется на:

- а) финансовый;
- б) перспективный;
- в) фундаментальный;
- г) управленческий.

22. В процессе анализа используют модели анализа:

- а) дескрептивная модель;
- б) дискретная модель;
- в) мультипликативная модель;
- г) мультимедийная модель.

23. Основы общей методики экономического анализа состоят из:

- а) интегрального способа;
- б) способа логарифмирования;
- в) предварительного анализа;
- г) факторного анализа.

24. К методам детерминированного анализа относятся:

- а) метод корреляционных таблиц;
- б) индексный метод;
- в) метод экспертных оценок;
- г) способ цепных постановок.

25. К основным методам вероятностного анализа относятся:

- а) метод корреляционных таблиц;
- б) индексный метод;
- в) метод экспертных оценок;
- г) метод тестирования.

26. Как определяется коэффициент финансовой независимости:

- а) собственный капитал: заемный капитал;

- б) собственный капитал: актив баланса;
- в) уставный капитал: валюта баланса.

27. Чистая прибыль это:

- а) $ГП_{н} + ВП = РП + ГП_{к}$;
- б) $(ВП_{общ.} \times У_{дi} \times Ц_{к})$;
- в) $ПДН + ОНА - ОНО - НП$;
- г) $Р ВП = Р РВ \times ЧВ$.

28. Чему равен коэффициент оборачиваемости собственного капитала при условии, что коэффициент рентабельности собственного капитала составил 1,16, а коэффициент рентабельности 1,27.

- а) 1,07;
- б) 0.81;
- в) нет правильного ответа.

29. Коэффициент абсолютной ликвидности определяется:

- а) как отношение денежных средств к сумме краткосрочных обязательств;
- б) как сумма краткосрочных обязательств к денежным средствам;
- в) как отношение общих текущих активов к сумме краткосрочных обязательств;
- г) как отношение суммы материально–производственных запасов к денежным средствам предприятия.

30. Коэффициент критической оценки определяется как:

- а) отношение общих текущих активов к сумме краткосрочных обязательств;
- б) как отношение денежных средств к сумме краткосрочных обязательств;
- в) как сумма краткосрочных обязательств к денежным средствам;
- г) правильного ответа нет.

31. Коэффициент маневренности собственного капитала определяется как:

- а) отношение остаточной стоимости основных средств к краткосрочным и долгосрочным обязательствам;
- б) как отношение денежных средств к сумме краткосрочных обязательств;
- в) как сумма краткосрочных обязательств к денежным средствам;
- г) правильного ответа нет.

32. Коэффициент покрытия текущей задолженности определяется как:

- а) отношение общих текущих активов к сумме краткосрочных обязательств;
- б) как отношение денежных средств к сумме краткосрочных обязательств;
- в) как сумма краткосрочных обязательств к денежным средствам;
- г) правильного ответа нет.

33. Коэффициент рентабельности основного капитала определяется как отношение:

- а) прибыли ко всему капиталу;
- б) чистой прибыли ко всему капиталу,
- в) прибыли к средней стоимости основных средств;
- г) правильного ответа нет.

34. Коэффициент рентабельности продукции определяется как отношение:

- а) прибыли ко всему капиталу;
- б) чистой прибыли ко всему капиталу;
- в) валовой прибыли к объему чистых продаж,

г) правильного ответа нет.

35. Коэффициент финансовой устойчивости определяется как:

а) отношение остаточной стоимости основных средств к долгосрочным обязательствам;

б) обратная величина коэффициента концентрации собственного капитала;

в) прибыль к средней стоимости основных средств;

г) правильного ответа нет.

36. Коэффициент концентрации привлеченного капитала определяется как отношение:

а) суммы обязательств к сумме акционерного капитала и обязательств;

б) отношение остаточной стоимости основных средств к долгосрочным обязательствам;

в) обратная величина коэффициента концентрации собственного капитала;

г) правильного ответа нет.

37. Средняя рентабельность продукции составляет по плану 12%, фактически 15%, себестоимость продукции 80 тыс. руб. и 90 тыс. руб. в сопоставимой оценке. Сколько получено прибыли в отчетном году?

а) 3,9 тыс. руб.;

б) 9,6 тыс. руб.;

в) 13,5 тыс. руб.

38. Рассчитать рентабельность продукции, если объем производства 6500 тыс. руб., прямые материальные затраты – 2200 тыс. руб., прямые трудовые затраты – 1600 руб., накладные расходы – 1400 тыс. руб.

а) 20%;

б) 25%;

в) 18%.

39. Средняя рентабельность продукции составляет по плану 20%, фактически 18%, объем продаж 10000 руб. и 12000 руб. Сколько дополнительно получено прибыли в отчетном году по сравнению с планом за счет увеличения объема продукции:

а) 360 руб.;

б) 400 руб.;

в) недополучено прибыли 240 руб.

40. Определить точку безубыточности, если переменные затраты на производство единицы изделия составляют 72 руб., цена единицы изделия 90 руб., общая сумма условно-постоянных расходов равна 1800 руб., общая сумма переменных затрат 16600 руб., маржинальный доход на весь объем продукции – 5400 руб.

а) 300 изделий;

б) 1800 руб.;

в) 100 изделий.

41. Определить критический объем продаж, если известно, что общая сумма постоянных расходов равна 4000 тыс. руб., общие переменные затраты составляют 36 000 тыс. руб., объем продаж 48 000 тыс. руб.

а) 16000 изделий.;

б) 36000 тыс. руб.;

в) 16000 тыс. руб.

42. Определить запас прочности в стоимостном выражении, если известно, что общая сумма постоянных расходов равна 4000 тыс. руб., общие переменные затраты составляют 36 000 тыс. руб., объем продаж – 48000 тыс. руб.

а) 12000 тыс. руб.;

б) 14 000 тыс. руб.;

в) 32000 тыс. руб.

43. Коэффициент покрытия равен 0,4. Общая сумма постоянных затрат 4000 тыс. руб., общая сумма переменных затрат – 8000 тыс. руб. Критический объем продаж равен:

а) 10000 тыс. руб.;

б) 20 000 тыс. руб.;

в) 30 000 тыс. руб.

44. Наиболее рациональным соотношением темпов роста является:

а) рационального соотношения не существует;

б) объем продаж больше общих переменных затрат и больше общих постоянных затрат;

в) общие переменные затраты больше общих постоянных затрат и больше объема продаж.

45. Маржинальный доход равен:

а) произведению стоимостного объема продаж и среднего коэффициента покрытия;

б) физический объем продаж минус постоянные расходы;

в) сумме прибыли и общих постоянных затрат.

46. По ликвидности оборотные активы классифицируются как:

а) материальные активы и средства в расчетах;

б) незавершенное производство и готовая продукция;

в) производственные запасы, дебиторская задолженность, денежные средства и денежные эквиваленты.

47. По какой из приведенных формул рассчитывается соотношение заемных и собственных средств:

а) $K = CK : A$;

б) $K = 3K : CK$;

в) $K + KЗ : ДЗ$.

48. Как определяется коэффициент финансовой независимости:

а) Собственный капитал : Заемный капитал;

б) Собственный капитал : Актив баланса;

в) Уставный капитал : Валюта баланса.

49. Выручка от продаж в отчете о прибылях и убытках – это:

а) стоимость продукции, отгруженной покупателю в отпускных ценах без косвенных налогов;

б) денежная сумма, полученная от покупателей за отгруженную продукцию без косвенных налогов;

в) денежная сумма, полученная от покупателей за отгруженную продукцию, включающая косвенные налоги.

50. Валовая прибыль в отчете о прибылях и убытках производственной компании определяется как:

а) общая сумма прибылей и убытков;

б) разность между выручкой от продаж и себестоимостью проданной продукции, товаров, услуг;

в) прибыль, рассчитанная для целей налогообложения.

51. Прибыль от продаж равна:

а) выручка от продаж, товаров, работ, услуг минус себестоимость проданной продукции, товаров, услуг;

б) выручка от продаж продукции, товаров, услуг минус себестоимость проданной продукции, товаров, работ, услуг, минус управленческие расходы, минус коммерческие расходы.

в) валовая прибыль минус управленческие расходы + коммерческие расходы.

52. Укажите соотношение, при котором достигаются наилучшие результаты хозяйственной деятельности;

а) темп роста прибыли больше темпа роста объема производства, больше темпа роста затрат;

б) темп роста прибыли больше темпа роста затрат, больше темпа роста объема производства;

в) темп роста затрат больше темпа роста прибыли, больше темпа роста объема производства.

53. Чистая прибыль – это:

а) прибыль до налогообложения за вычетом налога на прибыль +/- сальдо чрезвычайных доходов и расходов;

б) прибыль до налогообложения за вычетом налога на прибыль;

в) прибыль до налогообложения за вычетом налога на прибыль минус дивиденды.

54. Выручка от продаж составляла в предыдущем году 1000 тыс. руб., в отчетном 1200 тыс. руб., средняя рентабельность продукции в предыдущем году – 10%, в отчетном году – 11%. Сколько прибыли дополнительно получено за счет увеличения выручки:

а) 22 тыс. руб.;

б) 20 тыс. руб.;

в) 12 тыс. руб.

55. Как определить рентабельность активов:

а) нераспределенная чистая прибыль: средняя величина активов;

б) чистая прибыль: средняя величина текущих активов;

в) прибыль до налогообложения: внеоборотные активы.

56. Как определить рентабельность собственного капитала:

а) чистая прибыль: собственный капитал;

б) прибыль отчетного периода: собственный капитал;

в) чистая прибыль: уставный капитал.

57. Определить значение коэффициента рентабельности собственного капитала, если коэффициент рентабельности продаж составляет 1,25, а коэффициент оборачиваемости собственного капитала 1.14:

- а) 0,912;
- б) 1,096;
- в) 1,425.

58. Общая капиталотдача рассчитывается:

- а) выручка от продаж за год: среднегодовая стоимость активов;
- б) чистая прибыль за год: среднегодовая стоимость внеоборотных активов; в) выручка от продаж за год: среднегодовая величина собственного капитала.

59. Рассчитать срок окупаемости капиталовложений, если инвестиционные затраты составляют 300 000 руб., а годовая величина чистого денежного потока ожидается в размере 180 000 руб.:

- а) 2 года;
- б) 1,67 года;
- в) 2,53 года.

60. Определить коэффициент оборачиваемости собственного капитала при условии, что коэффициент рентабельности собственного капитала составил 1,16, а коэффициент рентабельности продаж – 1,27:

- а) 1,47,
- б) 0,91;
- в) 1,09.

Вопросы для подготовки к зачету:

1. Предмет, задачи, цели, принципы экономического анализа.
2. Виды и этапы экономического анализа.
3. Основные показатели и методика экономического анализа, основные приемы и способы проведения анализа.
4. Структура комплексного бизнес–плана.
5. Анализ в системе маркетинга, основное содержание, задачи.
6. Анализ и оценка жизненного цикла товара.
7. Анализ цен и конкурентоспособности продукции и товаров.
8. Оценка методов стимулирования продаж.
9. Финансовые результаты коммерческой организации. Основное содержание, цели, задачи. Информационная база.
10. Анализ формирования показателей финансовых результатов. Анализ состава и динамики прибыли коммерческой организации.
11. Факторный анализ прибыли от продаж (методом цепных подстановок).
12. Экономические факторы, влияющие на величину прибыли.
13. Анализ влияния инфляции на финансовые результаты.
14. Анализ финансовых результатов от прочей деятельности.
15. Анализ рентабельности предприятия и резервы ее повышения.
16. Показатели рентабельности предприятий и методы их расчета.
17. Основные факторы и пути повышения рентабельности предприятий.
18. Методы факторного анализа рентабельности предприятия.
19. Оценка использования прибыли.
20. Финансовое состояние коммерческой организации и методы его анализа, основные задачи, методы.
21. Оценка имущественного состояния предприятия.
22. Методы оценки эффективности инвестиций.
23. Понятие, цены капитала и методы ее определения.
24. Сущность и факторы финансового состояния предприятия.
25. Анализ ликвидности, платежеспособности и кредитоспособности предприятия.
26. Система показателей финансового состояния предприятия и методы их определения.

Вопросы для подготовки к экзамену

1. Предмет и задачи курса. Роль и значение экономического анализа в управлении.
2. Содержание и последовательность проведения финансового и управленческого анализа. Проблемы их проведения.
3. Основные этапы работ по организации проведения экономического анализа на предприятии.
4. Виды информации, применяющиеся для экономического анализа.
5. Структура комплексного бизнес-плана. Роль анализа в разработке и мониторинге основных плановых показателей.
6. Система показателей, применяющаяся для экономического анализа, их классификация.
7. Классификация видов и направлений экономического анализа.
8. Характеристика типов и моделей экономического анализа.
9. Основные приемы экономического анализа.
10. Основное содержание и задачи маркетингового анализа. Анализ и оценка жизненного цикла товара.
11. Анализ цен и конкурентоспособности продукции и товаров. Оценка методов стимулирования продаж.
12. Анализ спроса и предложения.
13. Анализ невостребованной продукции.
14. Анализ ценовой политики.
15. Факторы, влияющие на ценовую политику.
16. Оценка методов стимулирования продаж.
17. Основное содержание, цели, задачи анализа финансового результата коммерческой организации.
18. Информационная база проведения анализа финансового результата.
19. Анализ формирования показателей финансовых результатов.
20. Анализ состава и динамики прибыли коммерческой организации.
21. Факторный анализ прибыли от продаж (методом цепных подстановок).
22. Анализ финансовых результатов от операционной и внереализационной деятельности.
23. Анализ использования прибыли.
24. Основное содержание, задачи, методы анализа финансового состояния предприятия.
25. Оценка имущественного состояния предприятия (вертикальный, горизонтальный, трендовый методы).
26. Анализ ликвидности, платежеспособности и кредитоспособности предприятия.

IX. Литература

Основная:

1. Анализ хозяйственной деятельности в промышленности. Под ред. В.И.Стражнева. Минск. 2008.
2. Басовский Л.Е., Лунева А.М. Экономический анализ. М.:ИНФРА. М. - 2009.
3. Любушин Н.П., Лещева В.Б. Анализ финансово–экономической деятельности предприятия. М. Юнити. 2007.
4. Гинзбург А.И. Экономический анализ. СПб.: Питер. 2008.
5. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия М.: Экоперспектива. 2009.
6. Хотинская Г.Ч. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. М.: ДиС, 2008.
7. Чепурин М.Н., Кисилева Е.А. Курс экономической теории. Киров: АСА, 2007.
8. Шеремет А.Д., Сайфуллин Р.С. Методика финансового анализа. М.: ИНФРА М. 2008.
9. Шеремет А.Д., Негашев Е.В. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. М.: ИНФРА. 2008.
10. Щиборщ К.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий России. М.: Дело и сервис, 2009.

Дополнительная литература:

1. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы. М.: Финансы и статистика, 2009.
2. Банки и банковское дело. Под. ред. И.Т.Балабанова. СПб.: Питер, 2008.
3. Баканов М.И. Анализ коммерческого риска. М. Юнити 2008.
4. Большой экономический словарь. Под ред. А.Н.Аэрилияна. М.: Институт новой экономики. 2007.
5. Бусыгин А.В. Предпринимательство. М.: Дело. 2008.
6. Вахрушина М.А. Управленческий анализ. М. Омега. 2009.
7. Деньги, кредит, банки. Под ред. О.И.Лаврушина. М.: Финансы и статистика, 2008.
8. Ришар.Ж. Анализ хозяйственной деятельности. М. Юнити. 2008.
9. Экономический анализ хозяйственной деятельности. Под ред. М.В.Мельник. М.Экономист. 2008.