

УДК 657(477)(045)

*Р.К. Шурпенкова, канд. екон. наук, доц.,
Львівський інститут банківської справи
Університету банківської справи НБУ*

ОРГАНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У статті визначено особливості раціональної організації економічного аналізу та обґрунтовано необхідність узагальнення результатів проведеного аналізу.

Визначено, що проведення економічного аналізу на підприємстві вимагає раціональної організації аналітичної роботи, тобто упорядкування, налагодження координації та погодження її здійснення з метою попередження дублювання, внесення єдності в роботу окремих посадових осіб чи аналітичних органів.

Ключові слова: економічний аналіз, організація економічного аналізу, управління підприємством, аналітичне дослідження, показники, управлінські рішення.

Постановка проблеми. Успішне проведення аналізу значною мірою залежить від його організації, що покликана налагодити, впорядкувати, привести в системну норму інформаційно-методологічне забезпечення. Адже організація економічного аналізу – це система методів і засобів, які забезпечують оптимальне її функціонування та подальший розвиток [2, с. 33].

Раціональна організація забезпечує реальність і дієвість економічного аналізу, зводиться до мінімуму втрата чи спотворення вхідної інформації. Забезпечується вихід аналітичної інформації за різною ієрархією управління чи за різним ступенем досягнення проміжних і кінцевих аналітичних результатів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні, методичні та практичні проблеми організації економічного аналізу на підприємстві досліджені в наукових працях Ф.Ф. Бутинця, І.П. Житної, І.Д. Лазаришин, Є.В. Мниха, Г.В. Савицької, М.Г. Чумаченка та інших.

Водночас у сучасних умовах проблеми організації економічного аналізу потребують подальшого їх дослідження. Особливо вони загострилися на перехідному етапі розвитку економіки України, який характеризується нестабільністю законодавчої бази, макроекономічної ситуації. Тому в даний час назріла потреба дослідження, обґрунтування та вдосконалення організації аналізу, адаптації його до сучасних умов функціонування підприємств з урахуванням чинників ризику, що можуть вплинути у кінцевому підсумку на прийняття управлінських рішень.

Метою статті є визначення особливостей раціональної організації аналізу економічної діяльності підприємства та узагальнення результатів аналізу.

Виклад основного матеріалу. Організація економічного аналізу включає розгляд таких основних питань:

- виділення суб'єктів і об'єктів аналізу;

- вибір організаційних форм його проведення залежно від організаційної структури управління на підприємстві та розподіл обов'язків між окремими працівниками;
- складання програми або плану проведення аналізу;
- інформаційне та методичне забезпечення аналізу;
- аналітична обробка даних;
- оформлення результатів аналізу;
- узагальнення результатів аналізу, подання висновків і пропозицій.

Зазначимо, що основні суб'єкти проведення аналізу – вище керівництво підприємства. Як правило, вище керівництво підприємства є ініціатором й архітектором процесу формування стратегії і організації аналізу, приймає остаточне рішення про доцільність здійснення певного виду діяльності, пріоритетність критеріїв, їх оцінки, обґрунтування шляхів мінімізації ризиків. Тому як організатором, так і користувачем результатів аналізу є вище керівництво підприємства.

Організація й здійснення аналізу на підприємстві залежать також від масштабів та спеціалізації підприємства, його організаційної структури управління, величини. Так, наприклад, на малих підприємствах, для яких характерна проста лінійна організаційна структура управління, функціональні центри аналізу, як правило, не створюють. Функції такого центру у зв'язку з незначним обсягом діяльності тут покладені на власника малого підприємства або його директора.

На середніх підприємствах, які використовують переважно лінійно-функціональну організаційну структуру управління, функції аналізу виконує спеціальний аналітик або група аналізу діяльності, що належить до фінансової служби підприємства. Такий центр аналізує всі основні аспекти діяльності підприємства, координуючи її з різними, пов'язаними відділами підприємства. Аналіз при лінійно-функціональній організаційній структурі управління підприємством проводять за схемою (рис. 1).

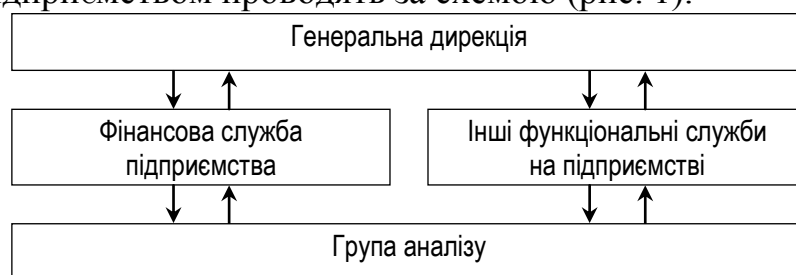


Рис. 1. Схема організації економічного аналізу при лінійно-функціональній структурі управління підприємством

На великих підприємствах із широко диверсифікованою виробничою чи регіональною діяльністю застосовують дивізійну організаційну структуру управління, в основі якої – децентралізація підприємства за окремими ознаками – регіональною, товарною та ін.

Тут аналіз виконують відділи аналізу, сформовані в кожній філії (асоціації, корпорації, холдинги та інтегровані формування).

Аналіз у системі дивізійної організаційної структури управління доцільно проводити за такою схемою (рис. 2).

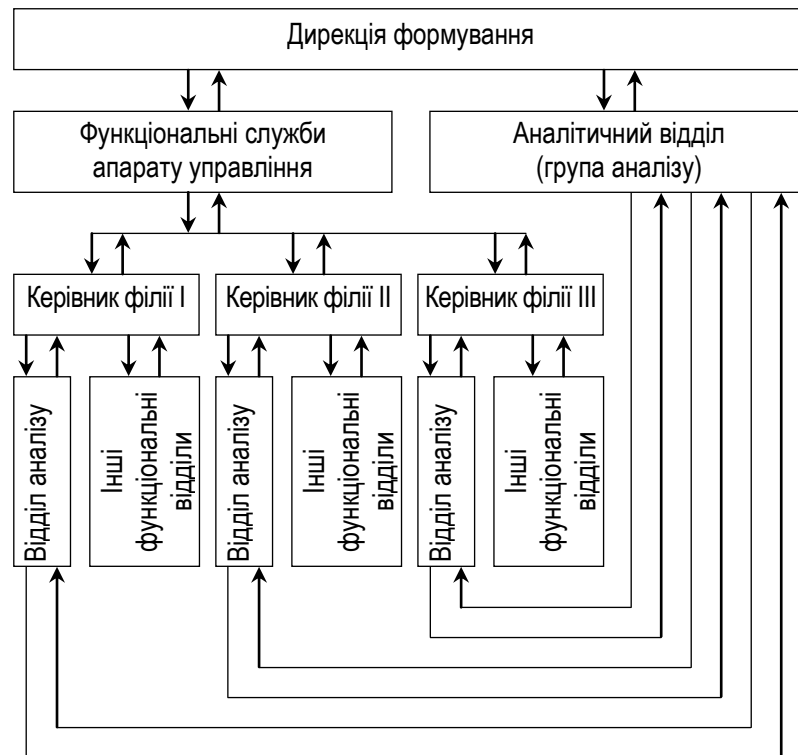


Рис. 2. Схема організації економічного аналізу при дивізійній організаційній структурі управління підприємством

Ця схема притаманна, як правило, великим підприємствам, що мають філії у районах, розміщені як у межах однієї області, так і в різних областях. Відповідно, при здійсненні діяльності у кожній конкретній філії для аналізу задіяні як центри аналізу у філії, так і загальний відділ аналізу підприємства. При цьому аналітичні відділи філій готують інформацію, необхідну для аналізу у межах їх компетентності, а група аналізу у складі загального відділу аналізу на підприємстві здійснює аналіз, розглядає варіанти фінансування, оцінює їх ризик тощо. Остаточне рішення приймає вище керівництво підприємства.

Організацію аналізу за дивізійною організаційною структурою управління використовують великі інтегровані об'єднання та виробничо-торгові групи. Наприклад, дивізійну організаційну структуру управління використовує виробничо-торгова група "Вім-Біль-Дан", що займає перше місце серед виробників соків, шоколадних продуктів і дитячого харчування в Росії. Ця група має 11 підприємств у різних частинах Росії, а в Україні – Київський молокозавод, 80 % акцій "Галактона" і контрольний пакет акцій Харківського молочного комбінату [1, с. 27; 134]. Іншим прикладом є Компану "Leter Vene" (Франція), яка об'єднує 60 підприємств з виробництва молочної продукції.

У західному регіоні України – Західна молочна група (м. Луцьк), що продає продукцію за торговою маркою "Комо" і має підприємства у західних областях України.

Найвідповідальнішим організаційним етапом аналізу є складання програм або плану проведення аналізу.

Однак досі нема регламентованих рекомендацій обов'язкового порядку щодо проведення аналізу. Немає єдності суджень із цього приводу серед вчених і практиків. На нашу думку, програма проведення аналізу на підприємствах залежить від обсягу аналітичного дослідження, його глибини та складності, також зумовлена масштабами підприємства, наявністю коштів для аналізу, рівнем кваліфікації аналітиків, технічною базою та програмним забезпеченням аналізу.

На наш погляд, скласти програму проведення аналізу на підприємстві необхідно відповідно до поставлених перед ним завдань.

Наступним питанням організації аналізу є з'ясування інформаційного й методичного забезпечення. В умовах ринкової економіки якість і кількість інформації прямо залежать від її ціни. Чим більший розмір капіталу залучають, тим значнішою стає роль високоякісної інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень, спрямованих на підвищення ефективності діяльності [3, с. 53].

Таким чином, якість аналізу залежить від якості інформації, необхідної для попередніх досліджень. Окрім того, для здійснення аналізу ризику необхідна широка інформаційна база про внутрішнє і зовнішнє середовища. Тому відбір конкретних показників інформаційної системи аналізу необхідно проводити з урахуванням як зовнішніх, так і внутрішніх джерел.

Водночас система інформаційного забезпечення, що характеризує загальноекономічний розвиток країни, є основою для аналізу та прогнозування умов зовнішнього середовища підприємства при прийнятті стратегічних рішень (реального та фінансового; формування ресурсів; розробки планових цільових показників). Формування цих показників базується на опублікованих даних органів державної статистики.

Показники, що відображають загальноекономічний розвиток країни, поділили на дві підгрупи. До першої належать показники макроекономічного розвитку, які відображають і характеризують інформацію про клімат країни, а саме: темпи зростання ВВП і НД; розподіл національного доходу на споживання і заощадження, обсяг капітальних вкладень, індекс інфляції, облікова ставка НБУ, грошові доходи населення.

До другої підгрупи – показники галузевого розвитку, а саме: обсяг виробленої (реалізованої) продукції, його динаміка; динаміка цін на продукцію галузі, динаміка споживання продукції населенням, попит продукції на експорт, ставка оподаткування прибутку.

Серед інформаційних показників, що характеризують кон'юнктуру ринку і використовуються в аналізі, також виділяємо дві підгрупи. Перша включає ті показники, що характеризують кон'юнктуру ринку грошових інструментів, а саме: кредитну ставку окремих комерційних банків, диференційовану за термінами надання фінансового кредиту; депозитну ставку фінансового кредиту; депозитну ставку окремих комерційних банків, диференційовану за

термінами вкладень; офіційний курс окремих валют, якими оперує підприємство в процесі зовнішньоекономічної діяльності.

До другої підгрупи відібрали показники, що характеризують кон'юнктуру ринку капітальних товарів і послуг, тобто відображають основні інформативні дані про ціни попиту і пропозиції на відповідні капітальні товари; середні ціни на інвестиційні послуги. Формування показників цієї групи базується на публікаціях періодичних комерційних видань, фондової і валютної біржі, а також на електронних джерелах інформації, зокрема Інтернет.

Для прийняття управлінських рішень використовується система інформативних показників, що відображають діяльність контрагентів і конкурентів. Ці показники формуються у розрізі трьох підгруп: перша – інвестиційні компанії, фонди та інші посередники; банки; страхові компанії; друга – постачальники реальних капітальних товарів; продавці нематеріальних активів; третя – конкуренти. Як джерела формування показників цієї групи використали публікації звітних матеріалів у пресі за окремими господарюючими суб'єктами, відповідні рейтинги з основними результативними показниками діяльності (щодо банків, страхових компаній), а також платні бізнес-довідки окремих інформаційних компаній.

В окрему групу виділили показники, що характеризують стан і перспективи сировинного ринку. До них можна віднести такі: обсяг виробленої продукції, її реалізаційну ціну. Джерелом формування показників цієї групи є дані статистики.

Показники, які формуються із внутрішніх джерел інформації, поділили на ті, що характеризують закупівлю сировини, виробничу, маркетингово-збутову, фінансову діяльність підприємства.

Так, наприклад, до показників, що характеризують закупівлю сировини, віднесли обсяг закупленої сировини, його динаміку, якісні показники сировини. До групи показників, що відображають виробничу діяльність підприємства, віднесли обсяг продукції, виготовленої на підприємстві, його динаміку, собівартість продукції у розрізі статей калькуляції, її динаміку, тривалість виробничого циклу продукції. До показників, що характеризують маркетингово-збутову діяльність, включили показники обсягу й асортименту реалізованої продукції, ринки збуту продукції, ціни на внутрішньому та зовнішньому ринках на конкретні продукти та рівень їх конкурентоспроможності.

До показників, що характеризують фінансові аспекти діяльності підприємства і використовуються в аналізі, можна віднести такі: прибуток підприємства, рентабельність виробництва окремих видів продукції, комерційну рентабельність, фінансову стійкість підприємства, платоспроможність, інвестиційну привабливість. Крім того, до цієї ж групи належать показники, що характеризують розрахунки з дебіторами: дебіторську заборгованість, її динаміку, термін погашення дебіторської заборгованості, фактичний й обумовлений договором. Показники фінансового стану показують реальний фінансовий стан підприємства, його інвестиційну привабливість.

Зазначимо, що внутрішні інформаційні дані підприємства стали основою планування виробничих, адміністративних, збутових витрат при модернізації, оновленні виробничого обладнання із урахуванням змін, які відбудуться внаслідок модернізації виробництва.

Внутрішніми джерелами інформації є дані фінансового й управлінського обліку, а також дані планово-економічного відділу, зокрема журнали, відомості, фактична собівартість продукції за роками, річні звіти підприємства (основні техніко-економічні показники роботи підприємства за роками), звітність підприємства, подана у формі № 1 “Баланс”, формі № 2 “Звіт про фінансові результати”, формі № 3 “Звіт про рух грошових коштів”, формі № 4 “Звіт про власний капітал”, формі № 5 “Примітки до річної фінансової звітності” [4, с. 88].

Використання всіх необхідних показників, сформованих із зовнішніх і внутрішніх джерел, дає змогу створити на кожному підприємстві цілеспрямовану систему інформаційного забезпечення аналізу, орієнтовану на прийняття як стратегічних рішень, так і на ефективне їх впровадження.

Отже, основними зовнішніми джерелами аналізу є дані державної статистики, матеріали, опубліковані у спеціальних галузевих або загальноекономічних журналах, прайси, каталоги, довідники, електронна мережа Інтернет, послуги консалтингових фірм тощо. Основними внутрішніми джерелами аналізу є дані фінансового та управлінського обліку.

Методичним інструментарієм аналізу є публікації у вітчизняній і зарубіжній літературі.

Сучасна світова практика підприємств нагромадила значну кількість способів і прийомів із аналізу, що враховує визначення грошових потоків, оцінку вартості капіталу, оцінку ефективності інвестицій, прогнозування витрат і доходів, аналізу ризиків. Проте застосування певних способів і прийомів аналізу потребує детального їх вивчення і дослідження, знання наявних переваг та недоліків. Це дає змогу вибрати з усієї їх сукупності ті, які найбільше підходять до конкретного підприємства певної галузі.

Наступною організаційною складовою аналізу є аналітична обробка даних. Вона потребує відповідного методологічного забезпечення, певного кваліфікаційного рівня працівників, які займаються аналізом, їх забезпеченість технічними засобами. Відповідає за це спеціаліст, який керує аналітичною роботою на підприємстві. Він повинен постійно вдосконалювати методику аналізу на основі вивчення досягнень науки та передового досвіду. Сьогодні проведення аналізу неможливе без використання ЕОМ, що підвищує вірогідність аналітичних висновків, дає змогу зекономити час, працю, затрати і на цій основі підвищує ефективність даної роботи [5, с. 303].

У даний час відомо багато комп'ютерних алгоритмів для розв'язування різноманітних задач математичного програмування. Тому навіть невеликі підприємства можуть застосовувати методи математичного програмування при здійсненні аналізу. Аналітична служба конкретних підприємств при цьому,

залежно від своїх внутрішніх можливостей і потреб, може проводити необхідні розрахунки з допомогою використання пакетів прикладних програм.

На завершальному етапі аналізу необхідно здійснити оформлення результатів аналізу, їх узагальнення, надання висновків і пропозицій. Будь-які результати аналітичного дослідження мають бути оформлені у вигляді документів. Оскільки результати аналізу призначені для внутрішньогосподарського використання, вони можуть бути оформлені у вигляді довідки, а для зовнішніх користувачів – у вигляді висновку. Вони повинні бути підкріплені аналітичними таблицями, графіками, діаграмами. Умовно довідку або висновок можна скласти з трьох частин: перша – вступна, включає завдання, що стоять перед аналітиком, альтернативні пропозиції; друга – основна, відображає аналітичне дослідження, оформлене у вигляді таблиць та їх пояснень. Тут обов'язково треба показати вихідні дані та отримані результати за такими напрямками: прибутковість, критерії оцінки їх ефективності, ризику. Крім того, за результатами аналізу необхідно формувати зведені порівняльні таблиці. До кожної таблиці аналітик повинен дати пояснення у стислій, але достатньо інформативній формі.

Третя частина містить висновки з проведеного аналізу й пропозиції щодо управлінських рішень.

Висновки. Отже, організація аналізу має бути такою, яка б забезпечувала ефективність усіх стадій аналітичної роботи, враховувала всі можливі зміни, що можуть відбутися, й сприяла у виборі найефективнішого, найбільш пріоритетного рішення, яке б відповідало цілям і стратегії розвитку підприємства.

Список літератури

1. Васильева, Н. Второе пришествие [Текст] / Н. Васильева // Бизнес. – 2002. – № 30. – С. 27.
2. Економічний аналіз діяльності промислових підприємств [Текст] / за ред. С. І. Шкарабана, М. І. Сапачова. – Тернопіль : Астон, 1999. – 405с.
3. Мних, Є. В. Економічний аналіз [Текст] / Є. В. Мних : підручник. – вид. 2-ге, перероб. та доп. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 472 с.
4. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. [Текст] : учеб. пособие. – 7-е изд., перераб. и доп. / Г. В. Савицкая. – Минск : Новое знание, 2002. – 704 с.
5. Сопко, В. В. Організація бухгалтерського обліку, економічного контролю та аналізу [Текст] : підручник / В. В. Сопко, В. П. Завгородній. – К. : КНЕУ, 2004. – 412 с.

Summary

The features of rational organization of the economic analysis are determined and the necessity of generalization of results of the carried out analysis is proved.

Definitely, that the realization of the economic analysis requires rational organization of analytical job, that is adjustment of coordination and coordination of its realization, with the purpose of the prevention of duplication, entering of unity, in job of the separate official persons or analytical bodies.

Отримано 19.02.2009