

ПРОБЛЕМЫ СРАВНИТЕЛЬНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА И ПУТИ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ

Е. И. Гераськина, студентка III курса специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» Саранского кооперативного института АНО ВПО Центросоюза РФ «Российский университет кооперации»

В статье рассматриваются проблемы экономического анализа, вызванные несопоставимостью сравниваемых показателей. Описываются наиболее распространенные приемы приведения исходных данных в сопоставимый вид.

Ключевые слова: анализ, сравнение, несопоставимость показателей, факторы, приемы.

Сравнение – один из способов, с помощью которого человек начал познавать окружающую среду, и который используется нами повсюду, временами автоматически, неосознанно. Его важность подчеркивает поговорка: «Все познается в сравнении». Широкое распространение этот способ получил и в исследовании экономических явлений: каждый показатель, каждая цифра, используемая для оценки, контроля и прогноза, имеют значение только в сопоставлении с другими.

Сущность сравнения – сопоставление однородных объектов с целью выявления сходства либо различий между ними. С помощью сравнения выявляется общее и особенное в экономических явлениях, устанавливаются изменения в уровне исследуемых объектов, тенденции и закономерности их развития, причинно-следственные связи между ними.

Обязательное условие, которое необходимо соблюдать при проведении сравнительного экономического анализа – сопоставимость данных, поскольку сравнивать можно только качественно однородные величины.

Несопоставимость показателей может быть вызвана различными причинами: разным уровнем цен, объемов деятельности, структурными изменениями,

неоднородностью качества продукции, различиями в методике расчета показателей, неодинаковыми календарными периодами и т.д.

Сравнение несопоставимых показателей приводит к неправильным выводам по результатам анализа. Поэтому прежде чем проводить сравнение, нужно привести показатели в сопоставимый вид. Сопоставимость достигается тем, что сравниваемые показатели приводятся к единой базе по уровню перечисленных выше факторов.

Наиболее распространенными приемами приведения характеристик в сопоставимый вид являются:

–нейтрализация ценностного фактора методом отражения разных видов больших характеристик в единых ценах;

–нейтрализация количественного фактора при анализе эффективности использования какого-либо вида ресурса посредством расчета ряда условных характеристик, где постоянным остается большой показатель и последовательно изменяется величина расходуемого ресурса;

–нейтрализация влияния на уровень количественных и качественных характеристик методик их расчета. Совокупность однородных плановых, отчетных и учетных характеристик обязана иметь единую методику определения;

–исчисление средних величин при исследовании ряда однородных характеристик;

–замена абсолютных величин относительными, когда это более целесообразно, для большей наглядности, доступности и восприимчивости.

Рассмотрим примеры решения проблем несопоставимости показателей при проведении сравнительного экономического анализа.

1) Если несопоставимость показателей вызвана разным уровнем стоимостной оценки, то для нейтрализации данного фактора их уровень выражают в одних и тех же ценах. К примеру, для обеспечения сопоставимости валовой продукции её физический объем в отчетном и базисном периодах выражают в ценах базисного периода:

в действующих ценах:

$$ВП_{баз} = \sum K_0 Ц_0, \quad (1)$$

$$ВП_{отч} = \sum K_1 Ц_1, \quad (2)$$

в сопоставимых ценах:

$$ВП_{баз} = \sum K_0 Ц_0, \quad (3)$$

$$ВП_{отч (соп)} = K_1 Ц_0. \quad (4)$$

где $ВП_{баз}$ и $ВП_{отч}$ – объем валовой продукции в базисном и отчетном периодах;
 K_1 и K_0 – физический объем производства i -го вида продукции соответственно в отчетном и базисном периодах;

$Ц_1$ и $Ц_0$ – цена i -го вида продукции соответственно в отчетном и базисном периодах.

2) Многие показатели могут быть несопоставимы из-за объемного фактора. Если сравнить сумму затрат отчетного года с затратами базисного года, то разность этих показателей будет обусловлена не только изменением переменных затрат на единицу продукции и общей суммы постоянных расходов, но и изменениями в объеме производства продукции. Чтобы показатели имели сопоставимый вид, необходима нейтрализация влияния объемного фактора, для чего сумму переменных затрат базисного периода надо пересчитать на объем производства продукции отчетного периода и после этого сравнить с суммой затрат отчетного периода:

при разном объеме производства:

$$З_{баз} = \sum (K_0 b_0) + A_0, \quad (5)$$

$$З_{отч} = \sum (K_1 b_1) + A_1 \quad (6)$$

при объеме производства отчетного периода:

$$З_{баз} = \sum (K_1 b_0) + A_0, \quad (7)$$

$$З_{отч (соп)} = \sum (K_1 b_1) + A_1 \quad (8)$$

где $З_{баз}$ и $З_{отч}$ – сумма затрат в базисном и отчетном периодах;

K_1 и K_0 – физический объем производства i -го вида продукции соответственно в отчетном и базисном периодах;

b_1 и b_0 – переменные затраты на единицу i -го вида продукции соответственно в отчетном и базисном периодах;

A_1 и A_0 – общая сумма постоянных расходов соответственно в отчетном и базисном периодах

3) Чтобы привести сравниваемые показатели к одинаковой структуре, необходимо фактический объем производства продукции пересчитать на структуру базисного периода:

$$ВП_{\text{баз}} = \sum (К_{\text{общ}0} \times Уд_{i0} \times Ц_{i0}); \quad (9)$$

$$ВП_{\text{отч (соп)}} = \sum (К_{\text{общ}1} \times Уд_{i0} \times Ц_{i0}), \quad (10)$$

где $K_{\text{общ}0}$ и $K_{\text{общ}1}$ – общий объем производства продукции соответственно в отчетном и базисном периодах;

$Уд_{i0}$ – удельный вес i -го вида продукции в общем выпуске продукции базисного периода;

$Ц_i$ – цена i -го вида продукции базисного периода.

4) Сопоставимость показателей в ряде случаев может быть достигнута, если вместо абсолютных величин применить средние или относительные величины. Многие показатели могут быть несопоставимы из-за различий в производственной базе (масштабов деятельности). Нельзя сравнивать без учета производственной базы предприятий такие абсолютные показатели, как объем производства продукции; объем продаж; себестоимость продукции, сумму прибыли и др. В этом случае вместо абсолютных показателей для сравнения можно взять относительные, например производство продукции на одного работника, объем продаж с 1 м² торговой площади и т.п.

5) Если показатели, взятые для сравнения, охватывают разные промежутки времени, то это несоответствие легко преодолеть путем корректировки. Например, нельзя сравнивать объем продаж отчетного года (за n месяцев) с объемом продаж предыдущего (за m месяцев). В этом случае объем продаж предыдущего года нужно взять за аналогичный промежуток времени (за n месяцев), если такой возможности нет, то пересчитать объем продаж следующим образом:

$$P_0(\text{con}) = \frac{P_0}{m} \times n \quad (11)$$

где P_0 – объем продаж в базисном периоде;

m и n – количество месяцев в базисном и отчетном периодах.

б) Если показатели взяты на разные моменты времени, то сопоставимость может быть достигнута только путем замены одного из показателей.

Таким образом, в большинстве случаев проблема несопоставимости сравниваемых показателей преодолима.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Барнгольц С. Б. Методология экономического анализа деятельности хозяйствующего субъекта: Учеб. Пособие / С.Б.Барнгольц, М. В. Мельник – М.: Финансы и статистика, 2003. – 240 с.
2. Ковалев В. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. Учебник/ В. В. Ковалев, О. Н. Волкова – М.: ООО «ТК Велби», 2002. – 424 с.
3. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебник для вузов / Лысенко Д. В. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 320 с.
4. Савицкая Г. В. Теория анализа хозяйственной деятельности: Учеб. пособие/ Г. В. Савицкая – М.: ИНФРА-М, 2007. – 288 с.
5. Экономический анализ: Учебник для вузов / Под ред. Л. Т. Гиляровской. – 2-е изд., доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 615 с.