

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

*Допущено Министерством образования Республики Беларусь
в качестве учебного пособия для студентов учреждений
высшего образования по специальности «Финансы и кредит»*

Минск
РИВШ
2024

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	3
РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ ТЕОРИИ И МЕТОДОЛОГИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА	4
Глава 1. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ	4
1.1. Анализ как метод познания, его сущность, содержание, место и роль в системе управления.....	4
1.2. Предмет, объект, цель, функции и задачи экономического анализа, его взаимосвязь с другими науками.....	7
1.3. Экономический анализ как особая функция системы управления.....	11
1.4. Источники и виды информации для экономического анализа, его методическое обеспечение и документальное оформление.....	13
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	17
Глава 2. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА	18
2.1. Методология, метод и методика экономического анализа	18
2.2. Принципы экономического анализа	20
2.3. Система показателей экономического анализа.....	23
2.4. Виды экономического анализа и область их применения	28
2.5. Управленческий и финансовый анализ как важнейшие составляющие экономического анализа	34
2.6. Фактор и факторные системы в экономических исследованиях	40
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	44
Глава 3. МЕТОДИКА ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА, СПОСОБЫ ОБРАБОТКИ ИНФОРМАЦИИ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ АНАЛИЗЕ	45
3.1. Основные приемы экономического анализа деятельности организации.....	45
3.2. Способы обработки информации в экономическом анализе	49
3.3. Систематизация факторов и детерминированное моделирование факторных систем	53

3.4. Методика факторного анализа детерминированных причинно-следственных связей	55
3.5. Методика факторного анализа стохастических причинно-следственных связей	61
3.6. Экономическая сущность и классификация резервов, принципы их поиска	68
3.7. Способы измерения, обобщения и обоснования величины резервов	73
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	77
РАЗДЕЛ 2. АНАЛИЗ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ И ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	79
Глава 4. АНАЛИЗ ВЫПУСКА И РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ	79
4.1. Значение, задачи, информационное обеспечение анализа маркетинговой стратегии организации	79
4.2. Система показателей, характеризующих спрос на продукцию (товары, работы, услуги)	85
4.3. Анализ производства и реализации продукции (работ, услуг)	90
4.4. Анализ положения на рынках сбыта и конкурентоспособности организации	108
4.5. Анализ факторов и резервов увеличения выпуска и реализации продукции (товаров, работ, услуг)	122
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	127
Глава 5. АНАЛИЗ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ И ФОНДА ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ	128
5.1. Анализ обеспеченности организации трудовыми ресурсами	128
5.2. Анализ использования фонда рабочего времени	133
5.3. Анализ производительности труда	139
5.4. Анализ эффективности использования персонала организации	142
5.5. Анализ использования фонда заработной платы	144
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	150
Глава 6. АНАЛИЗ НАЛИЧИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ ОРГАНИЗАЦИИ	151
6.1. Анализ обеспеченности организации основными средствами производства	151
6.2. Анализ интенсивности и эффективности использования основных производственных средств	156
6.3. Анализ использования производственной мощности организации	159
6.4. Анализ использования технологического оборудования	161

6.5. Методика определения резервов увеличения выпуска продукции, фондоотдачи и фондорентабельности	164
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	165
Глава 7. АНАЛИЗ НАЛИЧИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАТЕРИАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ ОРГАНИЗАЦИИ	167
7.1. Анализ обеспеченности организации материальными ресурсами.....	167
7.2. Анализ эффективности использования материальных ресурсов	174
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	179
Глава 8. АНАЛИЗ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ (ТОВАРОВ, РАБОТ, УСЛУГ)	181
8.1. Система показателей, содержание и задачи их анализа, источники информации	181
8.2. Анализ структуры затрат на производство по экономическим элементам.....	183
8.3. Анализ себестоимости готовой продукции по статьям калькуляции.....	185
8.4. Анализ прямых затрат: материальных, трудовых	189
8.5. Особенности анализа комплексных статей себестоимости	198
8.6. Анализ затрат на 1 рубль выпущенной продукции.....	203
8.7. Пути и резервы снижения себестоимости продукции.....	205
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	207
Глава 9. АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	208
9.1. Значение, задачи, информационное обеспечение анализа финансовых результатов.....	208
9.2. Показатели прибыли, используемые в экономическом анализе	210
9.3. Анализ формирования общей суммы прибыли (прибыли до налогообложения) организации	225
9.4. Анализ прибыли от реализации продукции (товаров, работ, услуг) и резервы ее увеличения	230
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	238
Глава 10. ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ	239
10.1. Сущность, цели и задачи финансового анализа, его роль в современных условиях хозяйствования	239
10.2. Значение, содержание, задачи и направления анализа финансового состояния организации.....	243
10.3. Анализ активов, собственного капитала и обязательств.....	248

10.4. Анализ ликвидности и платежеспособности	253
10.5. Анализ финансовой устойчивости	256
10.6. Анализ деловой активности (показателей оборачиваемости) организации.....	261
10.7. Анализ показателей рентабельности.....	268
10.8. Анализ денежных потоков организации.....	270
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	285
Глава 11. МАРЖИНАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ. ОПЕРАЦИОННЫЙ И ФИНАНСОВЫЙ ЛЕВЕРИДЖ	286
11.1. Анализ безубыточности (маржинальный анализ).....	286
11.2. Эффект операционного рычага (левериджа)	295
11.3. Финансовый рычаг (леверидж). Эффект финансового левериджа	299
11.4. Оценка производственно-финансового левериджа.....	303
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	305
Глава 12. ИНВЕСТИЦИОННЫЙ АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА	306
12.1. Инвестиции и инвестиционный анализ	306
12.2. Инвестиционное бизнес-планирование	311
12.3 Финансовое планирование в системе инвестиционного анализа	315
12.4. Оценка эффективности инвестиционного проекта.....	324
12.5. Анализ эффективности инвестиций и финансовых вложений.....	344
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	348
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ	350