

УДК 336.671

С.В. Дзежелий

ФГБОУ ВО «Астраханский государственный технический университет», г. Астрахань,
email: dsv2025@mail.ru

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ И ПРАКТИЧЕСКАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ ОСНОВНЫХ ЭТАПОВ АНАЛИЗА ОБЪЕМА ВЫПОЛНЕННЫХ РАБОТ

Ключевые слова: экономический анализ, объем выполненных работ, строительно-монтажные работы (СМР), себестоимость, выручка, прибыль, объем продаж.

Изучение основных показателей, характеризующих объем выполненных работ коммерческой организации имеет большое значение для оценки ее финансово-хозяйственной деятельности как на этапе планирования, так и на этапе выполнения планов. Для эффективного управления и получения прибыли каждая коммерческая организация, основным видом деятельности которой является производство санитарно-технических работ, монтаж отопительных систем и систем кондиционирования воздуха нуждается в действенном контроле со стороны ее руководства в части отслеживания заключаемых контрактов, сроков их выполнения и качественных результатов по окончании таких работ. Для этого на практике целесообразно применять действенные методы контроля, в том числе разработанные самими организациями, которые должны быть основаны не только на большом опыте специалистов, но и на решении задач, способствующих достижению поставленных целей. Одним из инструментов эффективного управления и своевременного принятия решений является экономический анализ, позволяющий отслеживать ряд важнейших показателей, влияющих на объем выполненных работ.

S.V. Dzhezheliy

FGBOU VO "Astrakhan State Technical University", Astrakhan, email: dsv2025@mail.ru

THEORETICAL ASPECTS AND PRACTICAL IMPLEMENTATION OF THE MAIN STAGES OF THE ANALYSIS OF THE SCOPE OF PERFORMED WORK

Keywords: economic analysis, volume of work performed, construction and installation works (CWR), cost price, revenue, profit, sales volume.

The study of the main indicators characterizing the volume of work performed by a commercial organization is of great importance for assessing its financial and economic activities both at the planning stage and at the stage of implementing plans. For effective management and profit, each commercial organization whose main activity is the production of sanitary works, installation of heating systems and air conditioning systems needs effective control by its management in terms of tracking the contracts concluded, the timing of their implementation and the quality results upon completion of such works. To do this, it is expedient to apply in practice effective methods of control, including those developed by the organizations themselves, which should be based not only on the extensive experience of specialists, but also on solving problems that contribute to the achievement of the goals set. One of the tools for effective management and timely decision-making is economic analysis, which allows you to track a number of important indicators that affect the amount of work performed.

Для экономики в целом важное значение имеют не только крупные производственные предприятия, но и коммерческие предприятия малого и среднего бизнеса. Во-первых, это связано с обеспечением трудоспособного населения страны занятостью, во-вторых создаются материальные блага по единичным и эксклюзивным заказам, все это в целом оказывает влияние на уровень развития экономики и темпы экономического роста.

Современный рынок также подвержен изменению в связи с тем, что появляются новые бренды, которые вытесняют с него старые продукты; покупатели продукции, товаров, работ и услуг становятся наиболее требовательными, что напрямую оказывает влияние на частоту проведения анализа объема выполненных работ, т.е. для того, чтобы понимать в какую сторону двигаться предприятию необходимо в первую очередь определить основные этапы по данному направлению.

Одним из важнейших показателей эффективности работы для предприятий является объем продаж продукции, товаров, (выполненных работ, оказанных услуг). Если данный показатель меняется или в сторону увеличения, или в сторону уменьшения – это может свидетельствовать как о положительных, так и отрицательных моментах, например, уменьшение данного показателя говорит о недостатках в организации работы предприятия, его неконкурентоспособности, об изменениях тенденций развития рынка и т.д. Руководству предприятия во избежание рисков в финансовой сфере необходимо проводить мониторинг продаж, для своевременного реагирования на негативные изменения с целью принятия управленческих решений.

Цель исследования

Целью исследования является рассмотрение теоретических аспектов анализа объема продаж продукции, товаров (работ, услуг) для устранения противоречий и разногласий по категории «объем продаж» и «объем выполненных работ» и их практическая реализация на примере конкретного субъекта хозяйствования, основным видом деятельности которого является производство санитарно-технических работ, монтажа отопительных систем и систем кондиционирования воздуха, выявление проблемных участков и разработка предложений, способствующих эффективности управления на данном участке работы.

Материал и методы исследования

Материалом исследования послужили результаты литературного обзора научно-исследовательских работ современных российских авторов в области экономического анализа и теории управления, а также данные предприятия, осуществляющего строительно-монтажные работы.

Основными методами исследования послужили обобщение, анализ, синтез, абстрагирование, аналогия, индукция, дедукция, идеализация, сравнение, а также методы табличного и графического представления экономико-статистической информации.

Результаты исследования и их обсуждение

Рассмотрение теоретических аспектов анализа объема выполненных работ позволило выделить множество передовых методик в части объема продаж продукции, товаров (работ, услуг) и этапов их анализа, но в тоже время есть ряд противоречий при определении категории «объем продаж». Теоретический анализ показал, что недостаточно уделено должного внимания учеными-экономистами такой категории как «объем выполненных работ» как в целом по данному направлению, так и с учетом особенностей видов деятельности предприятий, осуществляющих выполнение работ санитарно-технического характера, монтажа отопительных систем и систем кондиционирования воздуха.

В общепринятом значении «объем продаж» показывает какое количество товаров, работ и услуг произвела (выполнила) и реализовала организация. Однако в научной экономической литературе существуют и другие трактовки термина «объем продаж». Так, Кузьмина Е.Е. и другие считают, что объем продаж – это объем реализованной продукции за отчетный период, в который включается «...стоимость готовой продукции, полуфабрикатов собственного производства и работ промышленного характера, реализованных на сторону, в оплату которых денежные средства поступили на расчетный счет, а также услуги промышленного характера своего капитального строительства и собственным непромышленным хозяйствам [1, с. 162]. По мнению Румянцевой Е.Е. объем продаж оценивается как объем производства и характеризуется валовой и чистой продукцией, объемом выпуска – готовой и товарной продукцией, объемом реализации – отгруженной и реализованной продукцией». Румянцева Е.Е. делает также акцент на объем продаж в строительстве «... Важнейшими показателями объема продукции (работ, услуг) являются: в строительстве – товарная строительная продукция, объем строительно-монтажных работ» [2, с. 138]. Бариленко В.И. считает, что объем продаж – это «... аналитическая модель общего по предприятию объема продаж в стоимостном выражении

(выручка от реализации товаров...)» [3, с. 90]. С позиции Толпегинной О.А. объемом продаж – это объем реализованной продукции, который «...определяется конечными результатами деятельности: прибылью, рентабельностью...» [5, с.335]. Щадрина Г.В. и Егорова Л.И. дают следующее понятие объему продаж «... объем реализации определяется в отпускных ценах, включая НДС, и может выражаться в сопоставимых, плановых и действующих ценах...» [4, с. 242-243].

Таким образом, анализ категории «объем продаж» вышеперечисленных авторов не выделил такого направления как «объем выполненных работ» и только Румянцев Е.Е. рассматривает это понятие более широко, т.е. наряду с понятием продукция выделены не менее важные показатели как объем продаж в строительстве и объем продаж в выполнении строительно-монтажных работ, другие же авторы делают упор в основном на объем продаж продукции.

По нашему мнению, рассмотренные определения в рамках термина «объем продаж» в большей степени оказывают

влияние и на методику анализа объема продаж продукции, товаров (работ, услуг). Поэтому для более четкого понимания и интерпретации информации рассмотрим основные виды предпринимательской деятельности и дадим им характеристику. Отметим, что согласно Гражданскому кодексу РФ в отличие от некоммерческих коммерческие организации создаются в основном для извлечения прибыли [6]. Коммерческие организации могут осуществлять различные виды деятельности – это изготовление продукции, оказание услуг, выполнение работ, продажа товаров, т. е. в соответствии со своей отраслевой принадлежностью (промышленные, торговые и транспортные предприятия, а также предприятия сферы услуг) (рис. 1).

Подытоживая вышесказанное отметим, что в настоящее время разработано значительное количество методик, позволяющих аналитикам качественно проводить анализ продаж продукции и товаров, но в части анализа выполненных работ и оказанных услуг таких методик на наш взгляд разработано недостаточно (табл. 1).



Рис. 1. Виды деятельности коммерческих организаций

Таблица 1

Характеристика основных подходов к анализу объема продаж продукции, товаров (работ, услуг)

Автор	Характеристика предлагаемой методики анализа объема продаж продукции, товаров (работ, услуг)
Кузьмина Е.Е., Кузьмина Л.П. [1]	Преимущественно предлагает использовать горизонтальный метод анализа и факторный анализ, проводить оценку и обоснование запланированного объема производства и продаж в разрезе ассортиментных групп с реальными показателями, при этом акцентируя внимание на качество и спрос продукции, выполнение договорных обязательств.
Румянцева Е.Е. [2]	Преимущественно предлагает использовать комплексный маркетинговый подход для анализа при производстве и сбыте продукции для обоснования эффективности управления объемами производства и продаж
Бариленко В.И. [3]	Преимущественно методика построена на анализе динамики выручки от продаж и факторов ее определяющих в натуральном и стоимостном выражении с последующей оценкой выполнения плана, темпов роста с предшествующими периодами; анализе ассортимента и оценке динамики структуры продаж.
Толпегина О.А. [4]	Преимущественно предлагает использовать комплексный подход в анализе и управлении объемом производства и реализации продукции акцентируя внимание на анализе и оценке резервов направленных на реализацию продукции, выполнении планов продаж в общем и по ассортименту, степени обязательств по поставкам.
Щадрина Г.В., Егорова Л.И. [5]	Преимущественно предлагает использовать горизонтальный и вертикальный анализ для исследования динамики и структуры объема производства продукции и ее реализации и анализа выполнения договорных обязательств и реализации продукции, а также делает акцент на применение оперативного анализа при производстве и отгрузке продукции на основе расчета плановых и фактических сведений по объему, ассортименту, качеству с учетом их отклонений.

Различные авторские подходы к анализу объема продаж продукции, товаров (работ, услуг) свидетельствуют о существующем многообразии подходов к понятию «объем продаж» и одновременно прослеживается некая закономерная повторяемость при рассмотрении основных ее этапов при проведении анализа, а также отсутствие методики, отражающей особенности при проведении анализа объема выполненных работ, в том числе строительно-монтажного характера. Следует отметить, что строительно-монтажные работы – это общее название всех работ в строительстве. Строительные работы делятся на общестроительные, специальные, транспортные, погрузочно-разгрузочные. Общестроительные работы, связанные с возведением строительных зданий и сооружений, а монтажные работы выполняются уже с использованием готовых деталей.

Как и было отмечено ранее, современный рынок постоянно подвержен влиянию различных факторов, таких

как появление новых продуктов, товаров, работ и услуг под воздействием которых покупатели становятся все более требовательными, в том числе и к организациям, которые выполняют заказы на строительно-монтажные работы разного уровня. Таким образом, деятельность предприятия, связанная с выполнением строительно-монтажных работ, предусматривает особенности в части анализа состава, структуры, динамики и выполнении плана указанных работ. По нашему мнению, для проведения анализа продаж СМР необходим комплексный подход по ряду специфических показателей, связанных с отраслевой принадлежностью организации. Для более детального и качественного научного исследования целесообразно объединять методики, исходя из целей, которые должна достичь организация.

Систематизируя теоретические аспекты исследуемой темы перейдем к практической их реализации. Итак, для организаций, осуществляющих работы

санитарно-технические и монтажные в части отопительных систем и систем кондиционирования воздуха в первую очередь следует проанализировать количество заключаемых контрактов с детализацией по стоимости заказов на примере организации (табл. 2).

Анализ динамики выполненных контрактов СМР в количественном выражении показал, что в целом за 3 года общее количество выполненных контрактов снизилось на 16 шт. или 20,0%. В 2020 г. по сравнению с 2019 г. по всем группам заключаемых контрактов на выполнение строительно-монтажных работ наблюдается снижение на 50 шт. или 63,3%, что в первую очередь связано с ограничительными мерами в период пандемии, т.е. не работали многие организации. В 2021 г. по отношению к 2020 г. несмотря на после «пандемийный» период в организации наблюдается все-таки рост заключаемых контрактов на выполнение строительно-монтажных работ, а именно на 34 шт. или в 2,2 раза. В основном больше всего контрактов заключила организация по группе 3 (А) стоимостью

от 350 тыс. руб. до 650 тыс. руб. на 11 шт. или 2,8 раза; по группе 2 (А) стоимостью от 150 тыс. руб. до 350 тыс. руб. больше на 10 шт. или в 2,1 раза; по группе 1 (А) стоимостью менее 150 тыс. руб. больше на 7 шт. или в 53,9%; по группе 4 (В) стоимостью от 650 тыс. руб. до 850 тыс. руб. больше на 3 шт., а также заключили 3 крупных контракта более чем на 1 млн. руб. по группе 5 (В).

Далее целесообразно провести анализ выполненных контрактов (заказов) в стоимостном выражении с предварительным их делением также на группы по стоимости заказа (табл. 3).

Анализ динамики объема выполненных заказов в денежном выражении за три года показывает их уменьшение на 13 тыс. руб. или 0,1%, т.е. незначительно. Детальный анализ показал, что объем выполненных СМР в 2021 г. по сравнению с 2020 г. в целом увеличился в 2,4 раза, значительное увеличение произошло по группе 4 «В», т.е. стоимостью от 650 тыс. руб. до 850 тыс. руб. в 4,1 раза; по группе 3 «А», т.е. стоимостью от 350 тыс. руб. до 650 тыс. руб. в 2,8 раза.

Таблица 2

Анализ динамики объема выполненных контрактов (заказов) по СМР в количественном выражении на примере ООО «И-Сети» за 2019-2021 гг.

Стоимость заказа (контракта) ¹	Кол-во контрактов (шт.)			Абс. откл. (+,-)			Темп роста, %		
	2019 год	2020 год	2021 год	2020 г. от 2019 г.	2021 г. от 2020 г.	2021 г. от 2019 г.	2020 г. к 2019 г.	2021 г. к 2020 г.	2021 г. к 2019 г.
Группа 1 (А): стоимость менее 150 тыс. руб.	31	13	20	-18	7	-11	41,9	153,8	64,5
Группа 2 (А): стоимость от 150 тыс. руб. до 350 тыс. руб.	25	9	19	-16	10	-6	36,0	↑ в 2,1 раза	76,0
Группа 3 (А): Стоимость от 350 тыс. руб. до 650 тыс. руб.	18	6	17	-12	11	-1	33,3	↑ в 2,8 раза	94,4
Группа 4 (В): стоимость от 650 тыс. руб. до 850 тыс. руб.	3	1	4	-2	3	1	33,3	↑ в 4 раза	133,0
Группа 5 (В): стоимость от 850 тыс. руб. и выше	2	-	3	-2	3	1	-	-	150,0
ИТОГО	79	29	63	-50	34	-16	36,7	↑ в 2,2 раза	80,0

Примечание: разработано автором.

Таблица 3

Анализ динамики объема выполненных контрактов (заказов) по СМР в денежном выражении на примере ООО «И-Сети» за 2019-2021 гг.

Стоимость заказа (контракта)	тыс. руб.			Абс. откл. (+,-), тыс. руб.			Темп роста, %		
	2019 год	2020 год	2021 год	2020 г. от 2019 г.	2021 г. от 2020 г.	2021 г. от 2019 г.	2020 г. к 2019 г.	2021 г. к 2020 г.	2021 г. к 2019 г.
Группа 1 (А): стоимость менее 150 тыс. руб.	3891	1122	1900	-2769	778	-1991	28,8	169,3	48,8
Группа 2 (А): стоимость от 150 тыс. руб. до 350 тыс. руб.	6657	4338	5651	-2769	1313	-1006	65,2	130,3	84,9
Группа 3 (А): стоимость от 350 тыс. руб. до 650 тыс. руб.	6525	2726	7725	-3799	4999	1200	41,8	↑в 2,8 раза	118,4
Группа 4 (В): стоимость от 650 тыс. руб. до 850 тыс. руб.	2183	680	2804	-1503	2124	621	31,2	↑в 4,1 раза	128,4
Группа 5 (В): стоимость от 850 тыс. руб. и выше	2150	-	3313	-2150	3313	1163	-	-	154,1
ВСЕГО	21406	8866	21393	-12540	12527	-13	41,4	↑в 2,4 раза	99,9

Объем выполненных работ, тыс. руб.

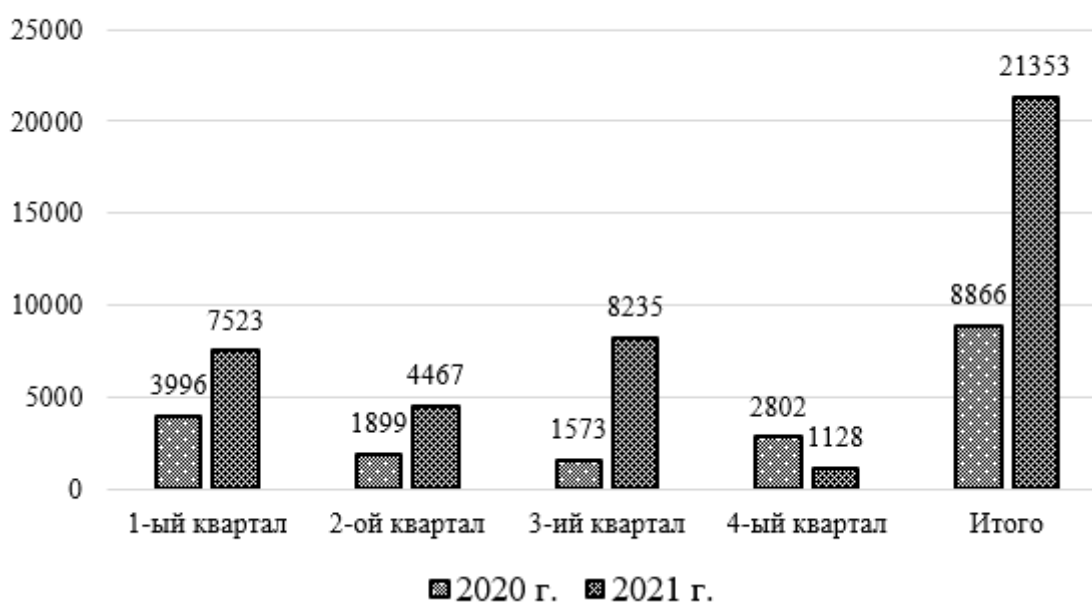


Рис. 2. Объем выполненных работ с разбивкой по кварталам за 2020-2021 гг.

Таблица 4

Анализ динамики полной себестоимости выполненных работ с детализацией по стоимости контрактов на примере ООО «И-Сети» за 2019-2021 гг.

Стоимость заказа (контракта)	Полная себестоимость, тыс. руб.			Абс. откл. (+,-)			Темп роста, %		
	2019 год	2020 год	2021 год	2020 г. от 2019 г.	2021 г. от 2020 г.	2021 г. от 2019 г.	2020 г. к 2019 г.	2021 г. к 2020 г.	2021 г. к 2019 г.
Группа 1 (А): стоимость менее 150 тыс. руб.	3526	852	1786	-2674	934	-1740	24,2	↑ в 2,1 раза	50,7
Группа 2 (А): стоимость от 150 тыс. руб. до 350 тыс. руб.	5898	3663	5298	-2235	1635	-600	62,1	144,6	89,8
Группа 3 (А): стоимость от 350 тыс. руб. до 650 тыс. руб.	5977	2228	7287	-3749	5059	1310	37,3	↑ в 3,3 раза	122,0
Группа 4 (В): стоимость от 650 тыс. руб. до 850 тыс. руб.	1793	515	2558	-1278	2043	765	28,7	↑ в 4,9 раза	142,7
Группа 5 (В): стоимость от 850 тыс. руб. и выше	1792	-	2956	-1792	2956	1164	-	-	165,0
ВСЕГО	18986	7258	19885	-11728	12627	899	38,2	↑ в 2,7 раза	104,7

Таблица 5

Анализ структуры полной себестоимости к объему выполненных работ с детализацией по стоимости заказов на примере ООО «И-Сети» за 2019-2021 гг.

Стоимость заказа (контракта)	тыс. руб.		%	тыс. руб.		%	тыс. руб.		%
	объем работ ¹	себе-стоимость ²	уд. вес. ³	объем работ ¹	себе-стоимость ²	уд. вес. ³	объем работ ¹	себе-стоимость ²	уд. вес. ³
	2019 г.	2019 г.	2019 г.	2020 г.	2020 г.	2020 г.	2021 г.	2021 г.	2021 г.
Группа 1 (А): стоимость менее 150 тыс. руб.	3891	3526	90,6	1122	852	76,0	1900	1786	94,0
Группа 2 (А): стоимость от 150 тыс. руб. до 350 тыс. руб.	6657	5898	88,6	4338	3663	84,4	5651	5298	93,8
Группа 3 (А): стоимость от 350 тыс. руб. до 650 тыс. руб.	6525	5977	91,6	2726	2228	81,7	7725	7287	94,3
Группа 4 (В): стоимость от 650 тыс. руб. до 850 тыс. руб.	2183	1793	82,1	680	515	75,7	2804	2558	91,2
Группа 5 (В): стоимость от 850 тыс. руб. и выше	2150	1792	83,3	-	-	-	3313	2956	89,2
Итого по группам	21406	18986	88,7	8866	7258	81,9	21393	19885	93,0

Примечание: ¹ объем выполненных работ, тыс. руб.

² полная себестоимость выполненных работ, тыс. руб.

³ удельный вес полной себестоимости к объему выполненных работ, %

Далее проанализируем объем выполненных работ за 2020-2021 гг. с разбивкой по кварталам – это позволит определить сезонные колебания, которые оказывают влияние на выполнение заказов в ООО «И-Сети» (рис. 2).

Из графика видно, что в исследуемой организации объем выполненных строительно-монтажных работ по сравнению с первым кварталом 2020 г. начал снижаться во втором квартале, что составило по договорам с заказчиками всего 1899 тыс. руб., далее в третьем квартале объем выполненных СМР опять снизился, но незначительно на 326 тыс. руб., и только в четвертом квартале объем выполненных СМР увеличился на 1229 тыс. руб., что составило 2802 тыс. руб. это по отношению к 3 кварталу на 1229 тыс. руб. больше или 78,13%.

В 2021 году рост объема строительно-монтажных работ наблюдается в первом и третьем квартале. В первом квартале объем заказов составил 7523 тыс. руб., во втором квартале заказы уменьшились, что составило всего 4465 тыс. руб., а это по отношению к первому кварталу меньше на 59,38%, в третьем квартале уже наблюдается увеличение заказов, что составило 8235 тыс. руб., а это на 91,1% больше по отношению ко второму кварталу. Значительное снижение объема выполненных СМР наблюдается в четвертом квартале по отношению к третьему кварталу на 86,3%.

В продолжение нашего исследования проанализируем себестоимость выполненных СМР с детализацией по стоимости контрактов (заказов): анализ динамики полной себестоимости выполненных работ; анализ структуры полной себестоимости к объему выполненных работ; сравнительный анализ динамики структуры полной себестоимости к объему выполненных работ.

Под анализом себестоимости строительно-монтажных работ понимают затраты строительных организаций в денежной форме на выполненный объем работ. Таким образом показатель себестоимости строительно-монтажных работ является важнейшим показателем, отражающим деятельность строительной организации и позволяющий осуществлять постоянный мониторинг за структурой себестоимости строитель-

ной продукции, для того чтобы своевременно реагировать на изменения с целью принятия грамотных управленческих решений, направленных на ее снижение (табл. 4).

Анализ динамики полной себестоимости выполненных работ с детализацией по стоимости контрактов (заказов) на примере ООО «И-Сети» за 2019 – 2021 гг. в целом показал увеличение полной себестоимости на 4,7%. В 2021 г. по сравнению с 2020 г. полная себестоимость увеличилась в 2,7 раза, в большей степени за счет увеличения полной себестоимости по группе 4 (В) (стоимость контракта от 650 тыс. руб. до 850 тыс. руб.) в 4,9 раза; по группе 3 (А) (стоимость контракта от 650 тыс. руб. до 850 тыс. руб.) в 3,3 раза; по группе 1 (А) (стоимость контракта менее 100 тыс. руб.) полная себестоимость увеличилась в 2,1 раза. Если сравнивать предыдущие периоды, а именно 2020 г. с 2019 г., то мы видим снижение себестоимости по всем группам выполненных контрактов (заказов).

На основании таблицы 4 в таблице 5 проведем анализ структуры полной себестоимости по отношению к объему выполненных заказов, которые мы берем за 100%. Тем самым мы сможем определить какой удельный вес занимают затраты на выполнение строительно-монтажных работ в объеме заказа, которые в таблице ранжируются по стоимости контракта и как ранее было отмечено разделены на группу А (мелкие и средние заказы) и группу В (крупные заказы).

Анализ структуры полной себестоимости к объему выполненных работ с детализацией по стоимости заказов на примере ООО «И-Сети» позволил сделать следующие выводы:

– в 2019 г. наибольший удельный вес себестоимости к объему выполненных работ (общей стоимости заказа) наблюдается в структуре группы А (подгруппы 1, 2, 3), в которой первое место занимает подгруппа 3 – 91,6%, второе место подгруппа 1 – 90,6%, и третье место подгруппа 2 – 88,6%; анализ структуры группы В (подгруппа 4, 5) демонстрирует наибольший удельный вес в подгруппе 5 – 83,3%, в подгруппе 4 – 82,1%.

В 2020 г. наибольший удельный вес себестоимости к объему выполненных

работ (общей стоимости заказа) наблюдается в структуре группы А (подгруппы 1, 2, 3), в которой первое место занимает подгруппа 2 – 84,4%, второе место подгруппа 3 – 81,7%, и третье место подгруппа 1 – 76,0%; анализ структуры группы В (подгруппа 4, 5) демонстрирует наибольший удельный вес в подгруппе 4 – 75,7%, в подгруппе 5 – 0% из-за отсутствия заказов.

В 2021 г. наибольший удельный вес себестоимости к объему выполненных работ (общей стоимости заказа) наблюдается в структуре группы А (подгруппы 1, 2, 3), которой первое место занимает подгруппа 3 – 94,3%, второе место подгруппа 1 – 94,0%, и третье место подгруппа 2 – 93,8%; анализ структуры группы В (подгруппа 4, 5) демонстрирует наибольший удельный вес в подгруппе 4 – 91,2%, в подгруппе 5 – 89,2%.

В целом же если рассматривать итоговую себестоимость к объему всех выполненных работ без детализации, то ее удельный вес составлял: в 2019 г. – 88,7%, в 2020 году – 81,9%, в 2021 г. – 93,1%.

На базе аналитической таблицы 5 в таблице 6 проведем сравнительный анализ динамики структуры полной себестоимости выполненных работ для определения абсолютного изменения.

Сравнительный анализ динамики структуры полной себестоимости к объему выполненных работ показывает, что средняя полная себестоимость (по всем группам) строительно-монтажных работ за три года увеличилась на 4,3 п.п., в 2020 г. по отношению 2019 г. средняя полная себестоимость СМР уменьшилась на 6,8 п.п. – это связано с уменьшением заказов из-за ограничительных мер в период пандемии, в 2021 году по сравнению с 2020 г. мы наблюдаем увеличение средней полной себестоимости СМР на 11,1 п.п. – это связано с увеличением заказов. В целом структура себестоимости в рассматриваемые периоды варьируется то в сторону увеличения, то в сторону уменьшения.

Обобщим рассчитанные итоговые показатели без детализации на группы (без стоимости контракта заказа) (табл. 7).

Таблица 6

Сравнительный анализ динамики структуры полной себестоимости к объему выполненных работ в ООО «И-Сети» за 2019 – 2021 гг.

Стоимость заказа (контракта)	Структура себестоимости СМР, %			Абс. изм., (+, -)		
	2019 год	2020 год	2021 год	2020 г. от 2019 г.	2021 г. от 2020 г.	2021 г. от 2019 г.
Группа 1 (А): стоимость менее 150 тыс. руб.	90,6	76,0	94,0	-14,6	18	3,4
Группа 2 (А): стоимость от 150 тыс. руб. до 350 тыс. руб.	88,6	84,4	93,8	-4,2	9,4	5,2
Группа 3 (А): стоимость от 350 тыс. руб. до 650 тыс. руб.	91,6	81,7	94,3	-9,9	12,6	2,7
Группа 4 (В): стоимость от 650 тыс. руб. до 850 тыс. руб.	82,1	75,7	91,2	-6,4	15,5	9,1
Группа 5 (В): стоимость от 850 тыс. руб. и выше	83,3	-	89,2	-	-	5,9
Итого (средняя пол- ная себестоимость по группам)	88,7	81,9	93,0	-6,8	11,1	4,3

Таблица 7

Сводная характеристика показателей, оказывающих влияние на объем продаж СМР по заключаемым контрактам на примере ООО «И-Сети» за 2019 – 2021 гг.

Показатели (всего)	тыс. руб.			Абсолютное отклонение (+,-)			Темп роста, %		
	2019 год	2020 год	2021 год	2020 г. от 2019 г.	2021 г. от 2020 г.	2021 г. от 2019 г.	2020 г. к 2019 г.	2021 г. к 2020 г.	2021 г. к 2019 г.
1. Выручка от продажи СМР	21406	8866	21393	-12540	12527	-13	41,4	↑ в 2,4 раза	99,9
2. Себестоимость СМР с учетом коммерческих и управленческих расходов	18986	7258	19885	-11728	12627	899	38,2	↑ в 2,7 раза	104,7
3. Прибыль от продаж СМР	2420	1608	1508	-812	-100	-912	66,4	93,8	62,3
4. Затраты на 1 руб. выполненных СМР	0,89	0,82	0,93	-0,07	0,11	0,04	92,1	113,4	104,5

Таблица 8

Аналитический регистр «Контроль и анализ потерь по заказу»

Показатель	Ед. изм.	Значение
1. Планируемые показатели по заказу № 5		
1.1. Стоимость заказа № 5 по договору	руб.	255 000
1.2. Себестоимость заказа (справка расчет)	руб.	180 000
1.3. Прибыль от реализации заказа № 5	руб.	75 000
Рентабельность реализованного заказа № 5 по плановым показателям	%	29,4
2. Фактические показатели выполненного заказа № 5.		
2.1. Стоимость заказа № 5 по договору	руб.	255 000
2.2. Себестоимость заказа (справка расчет)	руб.	180 000
2.3. Изменение стоимости материалов при выполнении заказа № 5	руб.	+13 500
3. Брак материалов при выполнении заказа:		
3.1. Себестоимость забракованных материалов	руб.	7 000
3.2. Расходы по исправлению брака	руб.	3 000
3.3. Стоимость брака по цене возможного использования	руб.	2 500
3.4. Сумма удержаний с виновных лиц	руб.	1 500
3.5. Итого потери от брака	руб.	6 000
3. Прибыль от реализации заказа № 5 по факту	руб.	55 500
4. Отклонение ПЛАН от ФАКТ прибыли от реализации заказа № 5	руб.	– 19 500
Рентабельность выполненного заказа № 5 по фактическим показателям	%	21,8

Источник: разработано автором на основании исследования.

На основании обобщенной характеристики показателей, оказывающих влияние на объем продаж СМР можно сделать вывод, что выручка от реализации СМР в целом за три года снизилась

на 13 тыс. руб., то есть незначительно. В 2020 г. по сравнению с 2019 г. наблюдается снижение всех показателей: выручки от продажи СМР на 58,6%, себестоимости СМР на 61,8% и прибыли

ли от продаж СМР на 33,6%. Положительным фактор – это снижение затрат на 1 руб. выполненных СМР на 7 коп.

В 2021 г. по сравнению с 2020 г. выручка от продажи СМР увеличилась на 12527 тыс. руб. или в 2,4 раза, затраты на 1 руб. выполненных СМР составили 0,93 руб., т. е. произошел рост затрат на 11 коп., себестоимость СМР при этом увеличилась на 12627 тыс. руб. или в 2,7 раза, что оказало влияние на прибыль от продаж, которая уменьшилась на 100 тыс. руб. или 6,2% несмотря на то, что выручка увеличилась. Темп роста себестоимости опережает темп роста выручки на 32,7 п.п. – это негативная тенденция.

Подводя итоги нашего исследования по практической реализации основных этапов анализа объема выполненных работ на примере конкретного хозяйствующего субъекта можно сделать вывод, что рассмотренные подходы в предлагаемой методике могут дополняться в зависимости от тех целей, которые ставит перед собой предприятие. Итак, с позиции эффективного управления и контроля за выполнением СМР целесообразно в качестве дополнений к рассмотренным выше этапам анализа рекомендовать использовать несколько управленческих отчетов. При выполнении

СМР в рамках заказа могут возникать незапланированные расходы, которые в большей степени связаны с изменением цен на материалы или браком в работе, то в этом случае необходим действенный контроль, чтобы фактические потери не превышали установленных норм (табл. 8).

Предлагаемый к использованию аналитический регистр «Контроль и анализ потерь по заказу» направлен на минимизацию потерь при выполнении заказа СМР. В нем отражаются как планируемые затраты, так и фактические, и брак, который может возникнуть в результате работ, как зависящих от работника, так и не зависящих от него.

На себестоимость объема выполненных работ, как и было уже отмечено значительное влияние оказывают материальные затраты. И, для их снижения предлагается перед заключением контракта (договора) с заказчиком на выполнение СМР проводить анализ по поставщикам материалов с целью определения наименьших затрат при приобретении комплектующих необходимых для выполнения заказа. В данном случае при выборе поставщика предлагается ориентироваться на показатель «Средняя цена планируемого ЗАКАЗА» (табл. 9).

Таблица 9

Управленческий отчет «Выбор поставщика для выполнения заказа»

Наименование поставщика	Средняя цена планируемого «ЗАКАЗА», руб.	Цена за ед., рублей (комплектующие заказа)					Итого сумма затрат на основные материалы, тыс. руб.
		Комплектующие № 1 (шт.).	Комплектующие № 2 (шт.).	Комплектующие № 3 (шт.).	Комплектующие № 4 (шт.).	Комплектующие № 5 (шт.).	
ООО «Поставщик № 1»	1460,0	2550	1800	550	1150,00	1250	7300
ООО «Поставщик № 2»	1524,4	3152	1676	780	1221,00	820	7622
ООО «Поставщик № 3»	1463,8	3252	1052	680	1325,00	1010	7319
ООО «Поставщик № 4»	2103,4	4858	1977	883	1625,00	1224	10517

Источник: разработано автором на основании исследования

Предлагаемые основные этапы анализа объема выполненных работ носят рекомендательный характер для предприятий, выполняющих строительно-монтажные работы. Проведение анализа в такой последовательности позволит руководству предприятия выявлять проблемные участки, а также осуществлять контроль таких показателей как выручка от продажи СМР, себестоимость СМР, объем продаж СМР, затраты на 1 руб. СМР, что очень важно в современных условиях хозяйствования и нестабильной экономической ситуации сегодня.

Выводы

Задача эффективного управления и контроля за объемом выполненных работ актуальна для отечественных организаций, осуществляющих деятельность в области СМР, в том числе производства санитарно-технических работ, монтажа отопительных систем и систем кондиционирования воздуха. Использование различных подходов для анализа основных этапов объема выполненных работ позволяют увидеть объективную картину по проблеме, которая возникла в тот или иной момент в организации: ситуацию в динамике; причины сложившейся ситуации, ценность данного вида бизнеса (рентабельность, которая

показывает, насколько уместно продолжать двигаться в этом же направлении).

Для осуществления контроля и анализа за объемом выполненных работ необходима объективная и точная информация, которая как правило формируется в рамках бухгалтерского учета, и которую аналитики могут найти форме Отчета о финансовых результатах, а для более детального анализа возникает потребность в информации, которая формируется в рамках управленческого учета, т.е. во внутренних отчетах предприятия. Такая информация формируется только в соответствии с запросами внутренних пользователей организации и является конфиденциальной.

Анализ объема выполненных работ может проводиться с использованием различных инструментов. Одним из таких инструментов на наш взгляд является приложение MS Office – это программа Microsoft Excel с помощью, которой можно не только составить актуальный отчет, но и на основании формул получить достаточно точные и быстрые результаты, которые позволят аналитику сделать своевременные выводы, в том числе по объему продаж СМР. От правильности выбранного инструментария для анализа объема продаж СМР зависит конечный финансовый результат организации.

Библиографический список

1. Бариленко В.И. и др. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: учебник и практикум для вузов / под редакцией В.И. Бариленко. М.: Издательство Юрайт, 2022. 455 с.
2. Кузьмина Е.Е., Кузьмина Л.П. Комплексный анализ хозяйственной деятельности. В 2 ч. Часть 2: учебник и практикум для вузов / под общей редакцией Е.Е. Кузьминой. М.: Издательство Юрайт, 2022. 250 с.
3. Румянцева Е.Е. Экономический анализ: учебник и практикум для вузов. М.: Издательство Юрайт, 2022. 381 с.
4. Толпегина О.А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник и практикум для вузов. – 4-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2022. 610 с.
5. Шадрин Г.В., Егорова Л.И. Бухгалтерский учет и анализ: учебник и практикум для вузов. М.: Издательство Юрайт, 2022. 429 с.
6. Гражданский кодекс РФ, Часть I. ФЗ РФ от 30.11.1994 г. №51-ФЗ. Часть 2. ФЗ РФ от 26.01.1996 г. №14-ФЗ (с изм., внесенными Федеральными законами от 30.12.2015 N 457-ФЗ).