

Mirosław Krajewski

Kierunki analizy kosztów działalności operacyjnej przedsiębiorstw

Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania 6, 61-68

2008

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Mirosław Krajewski

KIERUNKI ANALIZY KOSZTÓW DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ PRZEDSIĘBIORSTW

Wprowadzenie

Zarządzanie kosztami stanowi jeden z głównych elementów systemu zarządzania finansami w przedsiębiorstwie. Możemy określić różne kierunki analizy ponoszonych kosztów oraz badanie ich efektywności z punktu widzenia produktywności i rentowności w kierunku wzrostu wartości firmy. Prezentowany artykuł obejmuje dwa zagadnienia, a mianowicie:

- ocena kosztochłonności sprzedaży,
- ocena produktywności kosztów.

Ocena przedsiębiorstwa powinna być dokonywana w oparciu o system logicznego i syntetycznego myślenia w celu określenia podstawowych relacji ekonomicznych w nim zachodzących. Powinno to służyć podejmowaniu decyzji gospodarczych w oparciu o analizę *ex post* i *ex ante*. Tak rozumiana analiza staje się pomocnym narzędziem zarówno dla menedżerów, jak i właścicieli przedsiębiorstwa.

1. Ocena kosztochłonności sprzedaży

Działalność gospodarcza w przedsiębiorstwie powinna cechować się dążeniem do wzrostu, rozwoju. Są to cele, które zapewniają realizację celu głównego, a mianowicie wzrostu wartości przedsiębiorstwa. Cele w przedsiębiorstwie przyczyniają się do powstawania określonych korzyści.

Poprzez wzrost gospodarczy przedsiębiorstwa rozumiemy zwiększenie ilości lub wartości sprzedaży oraz dodatkowy udział na rynku. Przez rozwój zaś należy postrzegać poszukiwania nowych rozwiązań z zakresu technologii, nowych rynków zbytu, nowych form sprzedaży itp. Rozwój służy wzrostowi i generowaniu zysku w przedsiębiorstwie, a ten w konsekwencji przyczynia się między innymi do rozwoju i wzrostu. Tworzy się więc układ zamknięty wzajemnych powiązań.

Teoretycznie wolumen sprzedaży ma w przedsiębiorstwie dwa podstawowe ograniczenia związane z¹:

- oferowaną wielkością produkcji wyrobów gotowych lub usług przy istniejącym potencjale majątkowym przedsiębiorstwa;
- rynkiem (rynkami) popytu na produkty finalne przedsiębiorstwa (wiąże się to ze zdolnością płatniczą klientów, konkurencją, postępem technicznym, modą, jakością i oferowanym asortymentem).

W związku z tymi ograniczeniami możliwości wzrostu sprzedaży (ilościowego i wartościowego) tkwią więc w dodatkowym udziale przedsiębiorstwa na rynku. Ponadto udział ten może prowadzić do obniżki wskaźnika kosztowności sprzedaży (wskaźnik wynikowego poziomu kosztów)², którego formuła jest następująca:

$$Wpk = \frac{K}{Sn}$$

gdzie:

- Wpk – wskaźnik poziomu kosztów,
- K – koszty,
- Sn – przychody ze sprzedaży.

Każdy wzrost wskaźnika poziomu kosztów prowadzi do pogorszenia efektywności działań gospodarczych³. Także im bardziej wskaźnik ten jest mniejszy od jedności, tym bardziej oceniamy go pozytywnie.

¹ M. Krajewski, *Efektywność gospodarowania majątkiem przedsiębiorstw transportowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2001, s. 22.

² Koszty nie są pojęciem jednoznacznym. Mogą być rozumiane jako wycenione zużycie dóbr i usług (wraz z publicznymi obciążeniami), które jest niezbędne dla produkcji i zbytu wyrobów przemysłowych oraz utrzymywania w gotowości produkcyjnej przedsiębiorstwa. H.W. Wittholf, *Rachunek kosztów i wyników jako element controllingu*, Die Akademie, Hamburg 1992, s. 52.

³ W. Gabrusewicz, *Podstawy analizy finansowej*, PWE, Warszawa 2002, s. 110.

Analizę wynikowego poziomu kosztów można przeprowadzić w oparciu o metodę kolejnych podstawień, wykorzystując różne zależności wskaźników ekonomicznych. W związku z tym można zaprezentować między innymi następującą zależność zjawisk ekonomicznych:

$$\frac{K}{Sn} = \frac{K}{Aog} \cdot \frac{Zn}{Sn} \cdot \frac{Aog}{Zn}$$

gdzie:

$\frac{K}{Aog}$ – kosztocłonność aktywów ogółem,

$\frac{Aog}{Zn}$ – wielkość aktywów przypadających na jednostkę zysku netto,

$\frac{Zn}{Sn}$ – rentowność sprzedaży.

Dwa pierwsze czynniki mają charakter ilościowy, zaś trzeci jakościowy. Analizując poziom kosztów, należy zwrócić uwagę, które to czynniki wywierają większy wpływ na ich wielkość. W przypadku oddziaływania w większym stopniu czynnika jakościowego (rentowności sprzedaży) mamy do czynienia z gospodarowaniem o cechach intensywnych, zaś w przypadku oddziaływania w większym stopniu czynników ilościowych (kosztocłonności aktywów ogółem oraz wielkości aktywów przypadających na jednostkę zysku netto) świadczy to o gospodarowaniu o cechach ekstensywnych. Oczekiwania zarządzających powinny iść w kierunku prowadzenia działalności gospodarczej o cechach intensywnych.

Powyższe stwierdzenia sygnalizują istotne problemy związane ze wzrostem wartości przedsiębiorstwa. Prowadzi to do przedstawienia podstawowego układu nierówności wielkości ekonomicznych określającego ich relacje zmierzające do wzrostu.

Wzór określający dążenie do wzrostu wartości przedsiębiorstwa jest następujący:

$$I K < I Aog \text{ } \text{ } < I Sn < I Zn < I \text{ Wartość przedsiębiorstwa}$$

gdzie:

I – indeks dynamiki,

Zn – zysk netto.

K – koszty,

Aog – majątek ogółem,

Sn – przychody ze sprzedaży,

Nierówność $IK < IAogół$ wskazuje na prawidłowe procesy związane z wykorzystaniem posiadanego majątku w przedsiębiorstwie, zaś nierówność $IAogół < ISn$ wskazuje, że przyrost produktywności aktywów ogółem spowodował wzrost płynności finansowej przedsiębiorstwa, czego wyrazem jest wyższa dynamika przychodów ze sprzedaży. Świadczy to, iż inwestowanie w aktywa nie powoduje zamrożenia środków finansowych.

Relacja $ISn < IZn$ wskazuje, iż uzyskiwane przychody ze sprzedaży charakteryzują się wyższą dynamiką wskaźnika produktywności kosztu $\left(\frac{Sn}{K}\right)$, co w efekcie prowadzi do przyrostu zysku netto.

Nierówność $IZn < \text{Wartość przedsiębiorstwa}$ wskazuje, iż efektywny przyrost aktywów ogółem, przychodów ze sprzedaży oraz zysku netto wpływa na wzrost wartości przedsiębiorstwa. Przedstawiana sytuacja może również świadczyć o wystąpieniu efektu dźwigni finansowej, kiedy inwestycje w przedsiębiorstwie są finansowane kapitałem obcym. Ponadto wiązać się to może ze wzrostem zainteresowania inwestorów z rynku kapitałowego w zakupie akcji lub udziałów przedsiębiorstwa.

Następny etap badania wskaźnika poziomu kosztów przedstawia poniższy schemat 1 dotyczący modelu oceny kosztochłonności sprzedaży. Zastosowanie układu piramidalnego wskaźników ekonomicznych stwarza w toku analizy wiele udogodnień, a w szczególności⁴:

- wyjaśnia kierunki i możliwości dochodzenia do celu określonego w układzie przez odpowiedni wskaźnik syntetyczny,
- wskazuje miejsce poszczególnych wskaźników w układzie, a więc pośrednio także w rzeczywistości gospodarczej,
- kwantyfikuje wzajemne więzi wskaźników cząstkowych oraz zależności tych wskaźników i wskaźnika syntetycznego.

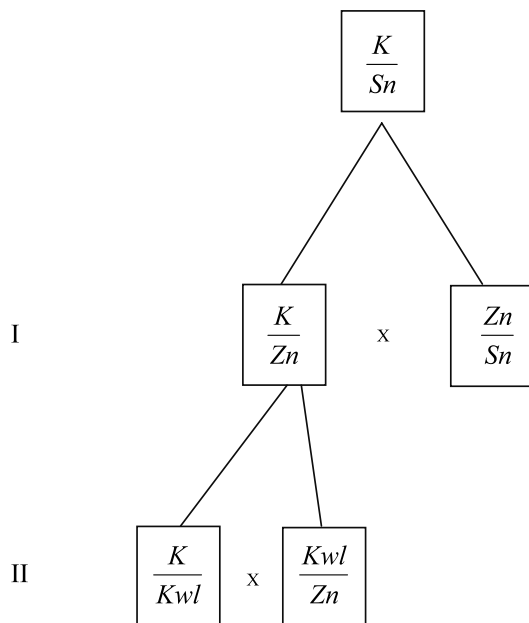
Rozpatrując schemat 1 dochodzimy do wniosku, iż na poziomie pierwszym modelu występują dwie przyczyny kształtujące prezentowany wskaźnik, tzn. kosztochłonność zysku netto $\frac{K}{Zn}$ oraz rentowność sprzedaży $\frac{Zn}{Sn}$. Wskaźnik kosztochłonności zysku określa, jaką wielkość kosztów należy ponieść (analiza przyszłościowa), lub kosztów, które poniesiono (analiza przeszłościowa) dla wygenerowania jednej jednostki zysku netto. Rentowność sprzedaży $\frac{Zn}{Sn}$ wskazuje, jaką wielkość zysku osiągnięto lub należy osiągnąć z jednostki uzyskanego przychodu

⁴ L. Bednarski, *Analiza finansowa w przedsiębiorstwie*, PWN, Warszawa 2002, s. 114.

ze sprzedaży w przedsiębiorstwie. Poziom drugi bardziej szczegółowo określa przyczyny mające wpływ na poziom kosztów. Są to wskaźniki kosztochłonności kapitału własnego $\frac{K}{Kwl}$ oraz wielkości kapitału własnego przypadającego na jednostkę zysku netto $\frac{Kwl}{Zn}$. Poziom ten staje się dla menedżera w przedsiębiorstwie narzędziem do zarządzania kosztami z punktu widzenia kosztów użycia kapitałów w finansowaniu aktywów przedsiębiorstwa. Narzędzie to określa, jakie koszty charakteryzują się największą efektywnością. Prawidłowe zarządzanie kapitałami przyczynia się do wzrostu wskaźnika wielkości kapitału własnego przypadającego na jednostkę zysku netto $\frac{Kwl}{Zn}$.

Określając koszt kapitału ogółem jako koszt posiadania przez przedsiębiorstwo określonej struktury pasywów, można stwierdzić, iż stanowi on minimalną stopę rentowności z kapitału, który musi osiągnąć przedsiębiorstwo. Jest to minimalna cena za wykorzystanie określonej struktury kapitału własnego i obcego.

Schemat 1. Model oceny kosztochłonności sprzedaży



2. Ocena produktywności kosztów

Układ piramidalny produktywności kosztów uwidoczniony jest na schemacie 2. W prezentowanym schemacie poszczególne symbole oznaczają:

$\frac{Sn}{K}$ – produktywność kosztów,

$\frac{Sn}{Zn}$ – produktywność zysku netto,

$\frac{Zn}{K}$ – rentowność kosztów,

$\frac{Zn}{Km}$ – rentowność kosztów materialnych,

$\frac{Zn}{Knm}$ – rentowność kosztów niematerialnych,

$\frac{Zn}{Kopf}$ – rentowność kosztów operacji finansowych.

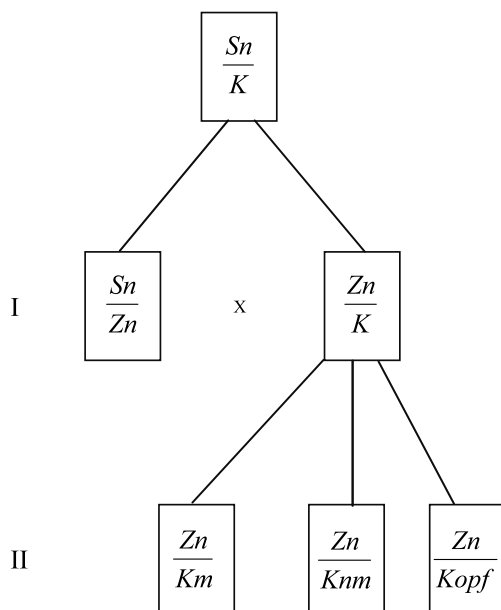
Rozpatrując schemat 2 dochodzimy do wniosku, iż na poziomie pierwszym modelu występują dwie przyczyny jakościowe kształtujące prezentowaną rentowność, tzn. produktywność zysku netto $\frac{Sn}{Zn}$ oraz rentowność kosztów $\frac{Zn}{K}$. Wskaźnik produktywności zysku określa, jaką wielkość sprzedaży należy osiągnąć (analiza przyszłościowa) lub sprzedaży, jaką osiągnięto (analiza przeszłościowa) dla wygenerowania jednej jednostki zysku, zaś rentowność kosztów $\frac{Zn}{K}$ wskazuje, jaką wielkość zysku osiągnięto lub należy osiągnąć z jednostki ponoszonego kosztu ogółem w przedsiębiorstwie. Poziom drugi bardziej szczegółowo określa przyczyny mające wpływ na rentowność kosztów. Są nimi: rentowność kosztów materialnych $\frac{Zn}{Km}$, rentowność kosztów niematerialnych $\frac{Zn}{Knm}$ oraz rentowność kosztów operacji finansowych $\frac{Zn}{Kopf}$. Poziom ten staje się dla menedżera w firmie narzędziem do zarządzania kosztami. Narzędzie to określa, jakie koszty charakteryzują się największą rentownością. Bardziej szczegółowe badania rentowności kosztów mogą prowadzić do rozpatrywania poszczególnych elementów kosztów materialnych, jak również kosztów niematerialnych oraz kosztów operacji finansowych.

Współczesne zarządzanie kosztami w przedsiębiorstwie wymaga ciągłych poszukiwań metod pozwalających na prawidłowe podejmowanie decyzji gospodarczych⁵. Decyzje te, służące przyszłym stanom finansowym, muszą być oparte na ocenie stanów, które już zaistniały. Zarządzający muszą więc wykorzystywać narzędzia analityczno-finansowe w celu prowadzenia działalności opartej na zasadach gospodarki intensywnej. Gospodarka ta prowadzi do jakościowego spojrzenia na koszty ponoszone w przedsiębiorstwie.

Poszerzeniem badań rentowności kosztów w przedsiębiorstwie, wykorzystując piramidy wskaźnikowe, powinny być oceny idące w kierunku:

- analizy kosztów zewnętrznych i wewnętrznych,
- analizy kosztów stałych i zmiennych,
- analizy kosztów bezpośrednich i pośrednich,
- analizy kosztów według miejsc powstawania.

Schemat 2. Model oceny produktywności kosztów



Źródło: opracowanie własne na podstawie M. Krajewski, *Efektywność gospodarowania majątkiem przedsiębiorstw transportowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2001, s. 167.

⁵ M. Krajewski, *Kierunki zarządzania kosztami w przedsiębiorstwie*, „Controlling i Rachunkowość Zarządcza” nr 5/2000, s. 26-30.

Jednakże, analizując poszczególne układy kosztów, należy pamiętać, że ich ocena musi być oparta o efekty finansowe i niefinansowe.

Efekty finansowe wiążą się z uzyskiwaniem przychodów ze sprzedaży, dających w konsekwencji różne poziomy tworzącego się dochodu w przedsiębiorstwie.

Efekty niefinansowe powinny wiązać się z rosnącą pozycją przedsiębiorstwa na rynku, czego wyrazem jest wzrost wartości firmy. Zarówno efekty finansowe, jak i niefinansowe wynikają z ciągłego poszukiwania w przedsiębiorstwie kierunków jakościowego gospodarowania. Jest to wynik efektywnego działania kapitału ludzkiego, zarówno związanego z kadrą zarządzającą, jak też związanego z pracowniczymi grupami wykonawczymi.

THE WAYS OF ACTIVITY COST ANALYSIS OF ENTERPRISES' PRODUCTION OPERATION

Summary

Profits from selling are the basis for the estimation of the efficiency of a company activity and its financial condition. They should be a permanent object for the observation of financial analysis. Searching for the effective directions of the analysis of profits from selling we contribute to taking optimum economic decisions concerning the management and development of the company towards the growth of its value.

Translated by Mirosław Krajewski