

# **ТЕМА : АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ**

# *Формирование финансовых результатов и задачи анализа прибыли*

Финансовые результаты характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности. Чем больше величина этих показателей, тем эффективнее функционирует предприятие, тем устойчивее его финансовое состояние.





Объем реализации и величина прибыли, уровень рентабельности зависят от производственной, снабженческой, маркетинговой и финансовой деятельности предприятия, иначе говоря, эти показатели характеризуют все стороны хозяйствования.

*Основными задачами* изучения финансовых результатов являются:

- систематический контроль над выполнением планов реализации продукции и получением прибыли;
- определение влияния как объективных, так субъективных факторов на финансовые результаты;
- оценка работы предприятия по использованию возможностей увеличения прибыли и рентабельности;
- выявление резервов увеличения суммы прибыли и рентабельности;
- разработка мероприятий по использованию выявленных резервов.

## В процессе исследования используются следующие показатели прибыли:

*Маржинальная (валовая) прибыль* включает в себя финансовые результаты от реализации продукции, работ и услуг, от прочей реализации, доходы и расходы от внереализационных операций.

*Прибыль от реализации продукции, работ, услуг* – это разность между суммой маржинальной прибыли и постоянными расходами отчётного периода.



*Брутто-прибыль или балансовая прибыль* (общий финансовый результат до выплаты процентов и налогов) – финансовые результаты от реализации продукции, работ и услуг, доходы и расходы от финансовой, инвестиционной деятельности, внереализационные и чрезвычайные доходы и расходы.

*Чистая прибыль* – это та прибыль, которая остается в распоряжении предприятия после уплаты всех налогов, экономических санкций и отчислений в благотворительные фонды.

*Капитализированная (нераспределённая) прибыль* – это часть чистой прибыли, которая отправляется на финансирование прироста активов.

*Потребляемая прибыль* – это та её часть, которая расходуется на выплату дивидендов, персоналу предприятия или на социальные программы.

Необходимо проанализировать состав прибыли, ее структуру, динамику и выполнение плана за отчетный год. При изучении динамики прибыли следует учитывать инфляционные факторы изменения ее суммы. Следует основательно изучить факторы изменения каждой составляющей общей суммы брутто-прибыли.



# *Факторный анализ прибыли от реализации*

В процессе *анализа прибыли от реализации* изучаются динамика, выполнение плана прибыли от реализации продукции и определяются факторы изменения ее суммы. Прибыль от реализации продукции в целом по предприятию зависит от четырех факторов первого уровня соподчиненности: объема реализации продукции; её структуры; себестоимости продукции и уровня средне реализационных цен.

Основную часть прибыли предприятия получают от реализации продукции и услуг. Объем реализации продукции может оказывать положительное и отрицательное влияние на сумму валовой прибыли. Увеличение объема продаж рентабельной продукции приводит к пропорциональному увеличению валовой прибыли на предприятии. Если же продукция является убыточной, то при увеличении объема реализации продукции происходит уменьшение суммы валовой прибыли.





Следует проанализировать *выполнение плана и динамику прибыли от реализации отдельных видов продукции*, величина которой зависит от *трех факторов первого уровня*: объема продажи продукции, себестоимости и средне реализационных цен. После этого необходимо детально изучить *причины изменения объема продаж, цены и себестоимости по каждому виду продукции*.

*Анализ уровня среднереализационных цен. Цены обеспечивают предприятию запланированную прибыль, конкурентоспособность продукции, спрос на нее. Через цены реализуются конечные коммерческие цели, определяется эффективность деятельности всех звеньев производственно-сбытовой структуры предприятия.*



Ценовая политика состоит в том, что предприятие устанавливает цены на таком уровне и так изменяет их в зависимости от ситуации на рынке, чтобы обеспечить достижение краткосрочных и долгосрочных целей (овладение определенной долей рынка, завоевание лидерства на рынке, получение запланированной суммы прибыли, максимизация прибыли, выживание фирмы и т.д.): При этом ценовая политика должна корректироваться с учетом стадии жизненного цикла товаров.

Большое значение имеет факторный анализ уровня средне реализационных цен. Средне реализационная цена единицы продукции рассчитывается делением выручки от реализации продукции на объём её продаж за отчётный период времени. На изменение её уровня оказывают влияние следующие показатели: качество реализуемой продукции, рынки её сбыта, конъюнктура рынка, сроки реализации, инфляционные процессы.

**Спасибо за внимание!**

