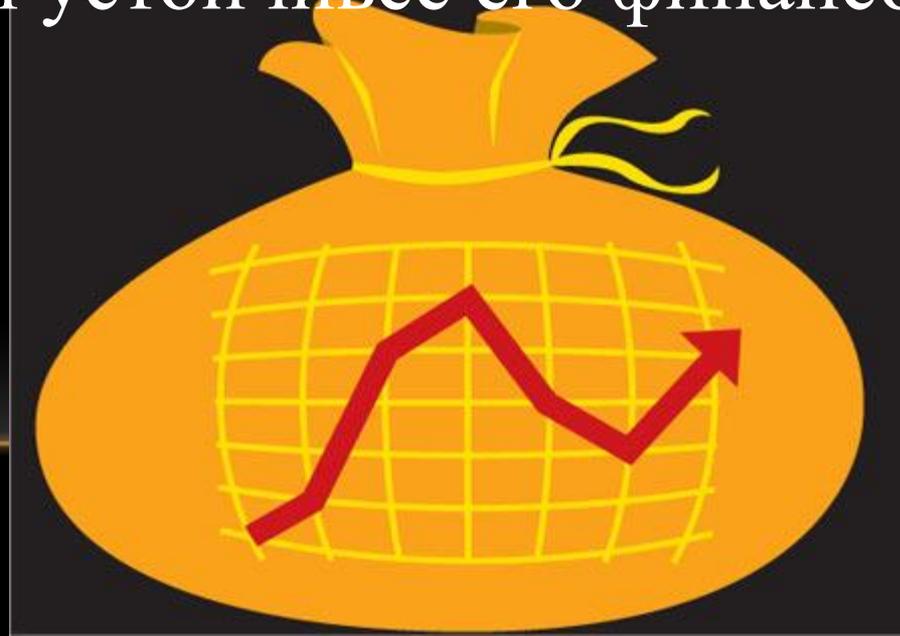


ТЕМА 12: АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1. Формирование финансовых результатов и задачи анализа прибыли
2. Анализ валовой (маржинальной) прибыли
3. Факторный анализ прибыли от реализации

1. Формирование финансовых результатов и задачи анализа прибыли

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



Прибыль – это часть чистого дохода, который непосредственно получают субъекты хозяйствования после реализации продукции. Только после продажи продукции чистый доход принимает форму прибыли. Количественно она представляет собой разность между чистой выручкой (после уплаты налога на добавленную стоимость, акцизного налога и других отчислений из выручки в бюджетные и внебюджетные фонды) и полной себестоимостью реализованной продукции.



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 деятельности предприятий 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.



2. Анализ валовой (маржинальной) прибыли

Маржинальная прибыль (валовая маржа, маржа покрытия) – это выручка минус переменные издержки. Она включает в себя постоянные затраты и прибыль. Чем больше ее величина, тем больше вероятность покрытия постоянных затрат и получения прибыли от производственной деятельности.

Анализ валовой прибыли начинается с исследования ее динамики, как по общей сумме, так и в разрезе составляющих ее элементов – так называемый горизонтальный анализ. Затем проводится вертикальный анализ, который выявляет структурные изменения в составе валовой прибыли.

Более глубокий анализ предполагает исследование состава каждого элемента валовой прибыли и факторов, повлиявших на нее. Все многообразие факторов можно разделить на две группы: внешние и внутренние.

К внешним факторам относятся: природные условия; транспортные условия; социально-экономические условия; уровень развития внешнеэкономических связей; цены на производственные ресурсы.

Внутренние факторы по степени их соподчиненности делятся на факторы первого и второго порядка.



К факторам первого порядка относятся изменения: прибыли от реализации; процентов к получению (уплате); прочих операционных доходов (расходов); прочих внереализационных доходов (расходов).

Факторами второго порядка являются изменения: объема реализованной продукции; структуры реализованной продукции; себестоимости продукции; цены продукции.

Кроме того, к внутренним относятся факторы, связанные с нарушением хозяйственной дисциплины: неправильное установление цен, нарушение условий труда и качества продукции – ведущие к штрафам и экономическим санкциями.

Взаимосвязь факторов первого и второго порядка с валовой прибылью прямая, за исключением изменений себестоимости, снижение которой приводит к увеличению прибыли. Факторы первого порядка являются составляющими элементами валовой прибыли. Факторы второго порядка оказывают непосредственное влияние на прибыль от реализации и соответственно на общую сумму прибыли.



При разработке мероприятий по дальнейшему увеличению прибыли принимают во внимание не только результаты анализа, но и такие элементы учетной политики, как:

- своевременное списание безнадежных долгов;
- использование метода ЛИФО в оценке запасов;
- формирование нормативов износа нематериальных активов самим предприятием;
- снижение налогов за счет использования льготного налогообложения;
- оптимизация издержек производства;
- направление дивидендов акционеров на развитие предприятия;
- эффективная ценовая политика.



Эффективное управление использованием полученной прибыли основывается на соответствующем анализе. В процессе такого анализа исследуют структуру использования прибыли в динамике и влияние каждого направления на общую величину прибыли.

3. 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 среднереализационных 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 среднереализационных 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 среднереализационных цен.

Среднереализационная 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.