Институт экономики, управления и права (г. Казань)

Нижнекамский филиал

Экономический факультет

Кафедра "Бухгалтерский учет и аудит"

Курсовая работа

тема: Анализ финансовых результатов деятельности предприятия

по дисциплине: Комплексный экономический анализ

Единая Ольга Николаевна

2 курса

481 у гр.

Гаврилова Т.Х.

Нижнекамск - 2010

Содержание

Введение

[1. Теоретические основы анализа финансовых результатов деятельности предприятия](#_Toc295219083)

1.1 Экономическая сущность финансовых результатов

[1.2 Методика анализа финансовых результатов](#_Toc295219085)

2. Анализ и оценка финансовых результатов деятельности предприятия

[2.1 Анализ прибыли до налогообложения](#_Toc295219087)

2.2 Анализ прибыли от продаж

[2.3 Анализ рентабельности](#_Toc295219089)

3. Пути улучшения финансовых результатов деятельности предприятия

[Заключение](#_Toc295219091)

Список использованной литературы

# Введение

В рыночной экономике самым главным показателем эффективности работы организации является результативность. Понятие "результативность" складывается из нескольких важных составляющих финансово-хозяйственной деятельности организации. Наиболее общей характеристикой результативности финансово-хозяйственной деятельности организации было принято считать оборот, то есть общий объем продаж продукции (услуг) за определенный период. Для работающих в условиях рыночной экономики организаций основным показателем, отражающим результативность их деятельности, становится прибыль.

Обобщающая оценка деятельности организации дается на основе таких результирующих финансовых показателей, как прибыль (убыток) - абсолютный показатель и рентабельность - относительный показатель. Прибыль и рентабельность отражают эффективность процесса производства.

**В** целом в понятие "финансовый результат" вкладывается определенный экономический смысл: превышение (снижение) стоимости произведенной продукции над затратами на ее производство; превышение стоимости реализованной продукции над полными затратами, понесенными в связи с ее производством и реализацией; превышение чистой (нераспределенной) прибыли над понесенными убытками, что в конечном итоге является финансово-экономической базой приращения собственного капитала организации. **В условиях рыночной экономики управление финансовыми результатами занимает центральное место в деловой жизни хозяйствующего субъекта.** Кроме того, положительный финансовый результат свидетельствует также об эффективном и целесообразном использовании активов организации, ее основного и оборотного капитала.

Финансовые результаты - это заслуга организации. Прибыль при этом является результатом хорошей работы или внешних объективных и субъективных факторов, а убыток - результатом плохой работы или внешних отрицательных факторов. Прибыль - это, с одной стороны, основной источник финансирования деятельности организаций, а с другой - источник доходов бюджетов различных уровней. В ст.50 ГК РФ указано, что извлечение прибыли является основной целью деятельности коммерческих организаций [17. С.35].

Получение прибыли обеспечит дальнейшее развитие коммерческой организации. При этом образующуюся прибыльность следует рассматривать не только основной целью, но и главным условием деловой активности организации, как результат ее деятельности, эффективного осуществления своих функций по обеспечению потребителей необходимыми товарами в соответствии с имеющимся спросом на них.

В условиях рыночной экономики исследование финансовых результатов с целью альтернативного использования ресурсов, а также поиска факторов, которые влияют на их размер, имеет приоритетное значение, поскольку от глубины познания и правильности использования полученного результата зависти эффективность функционирования бизнеса. Анализ финансовых результатов является одним из важнейших аспектов исследования хозяйственной деятельности предприятия. Изучение состава и структуры прибыли, проведение факторного анализа результата от продажи необходимы для оценки финансовых показателей и экономического прогнозирования. Цель анализа финансовых результатов - дать количественную оценку причин, вызвавших изменение прибыли или убытка, налоговых платежей из прибыли в бюджет, выявить влияние издержек на изменение финансовых результатов или влияние изменения цен, вызванного рыночной конъюнктурой.

Особое внимание в процессе анализа и оценки динамики финансовых результатов деятельности организации следует обратить на наиболее значимую статью их формирования - прибыль (убыток) от продажи товаров, продукции, выполненных работ, оказанных услуг как важнейшую составляющую экономической (чистой) прибыли.

Анализ финансового результата на основе отчета о прибылях и убытках в качестве обязательных элементов включает в себя исследование изменения каждого показателя за анализируемый период, изучение структурных сдвигов. **И**сследование финансового результата традиционно предполагает изучение динамики показателей за ряд отчетных периодов.

Анализ финансовых результатов предполагает решение следующих задач:

анализ состава и динамики прибыли;

анализ финансовых результатов от обычных и прочих видов деятельности;

анализ распределения и использования прибыли.

В курсовой работе изложены теоретические основы анализа финансовых результатов деятельности предприятия, проводится анализ прибыли до налогообложения, анализ прибыли от продаж, анализ рентабельности, а также рассматриваются пути улучшения финансовых результатов деятельности предприятия.

# 1. Теоретические основы анализа финансовых результатов деятельности предприятия

# 1.1 Экономическая сущность финансовых результатов

В современной экономической науке термин "прибыль" и его содержание вызывают множество споров и разночтений. Существующая в настоящее время возможность неоднозначной интерпретации определений видов прибыли порождает проблемные ситуации, связанные с оценкой и исследованием этой сложной экономической категории. По мере развития экономической теории комплекс понятий и терминов, определяющих прибыль, претерпел значительные изменения от самого простого в качестве дохода от производства и реализации до понятия, характеризующего конечные финансовые результаты во всем многообразии коммерческой деятельности.

Понятие прибыли по мере развития экономической теории постоянно усложнялось. Причем трактовки прибыли были и остаются до сих пор довольно спорными. Без сомнения, общим для всех исследователей-экономистов в области прибыли является мнение о том, что прибыль представляет собой разницу, отклонение, остаток. Исследователи единодушно рассматривают прибыль как "нечто", содержащееся в выручке от продажи. Разногласия, причем весьма существенные, возникают при попытке установить, из каких же компонентов состоит это "нечто". Так, по Дж. Ст. Миллю, например, прибыль подсчитывается путем вычитания из доходов компании затрат на закупку необходимых товаров и услуг (сырье, транспорт), а также выплачиваемой персоналу заработной платы. Подобная трактовка прибыли как составного дохода была оспорена Мак-Киллохом, а затем после некоторых колебаний и А. Маршаллом [10. С.61]. По их мнению, вычитать из доходов компании следует, помимо выше названных затрат также и вознаграждение используемых в данном производстве капиталов. Следует сразу же отметить, о каких капиталах идет речь: привлеченных, собственных или о капитале в целом - неясно. Далее, основываясь на идеях X. фон Тюнена и Л. Вальраса, Наит и Уэстон ввели понятие чистой прибыли, своего рода остатка из остатка, из которого помимо уже названных элементов изъяты вознаграждения руководству компании и премии за риск.

К. Маркс, исследуя природу прибавочной стоимости, указывает, что "прибавочную стоимость или ту часть всей стоимости товара, в которой воплощен прибавочный - или неоплаченный - труд рабочего, я называю прибылью". Иными словами, нормальная и средняя прибыль, по Марксу, образуется в виде доли неоплаченного труда рабочих при продаже товаров по их действительной стоимости [10. С.61].

В современной экономике прибыль рассматривают с двух позиций - микроэкономического и макроэкономического уровней. На микроэкономическом уровне ее связывают с процессом образования в действующих организациях, а на макроэкономическом - определяется место прибыли в доходе государства [16. С.10].

Например, из теоретических исследований В.П. Петрова следует, что прибыль формируется в процессе кругооборота и оборота средств в макроэкономике и характеризует прирост (увеличение) реального богатства государства в денежном выражении. Она на практике проявляется в форме увеличенного богатства отдельных предпринимателей. Поэтому прибыль всех предприятий в совокупности должна равняться сумме прироста богатства государства. Аналогично прибыль можно рассматривать в мировом пространстве.

Рассматривать прибыль только с позиций определения экономической категории и ее функций недостаточно. Для более полной характеристики прибыли следует представить ее и как результативный, и как количественный показатели: результативный - она отражает эффективность использования имеющихся ресурсов, результаты деятельности организации; количественный - это разница между ценой и стоимостью товаров, между объемом продаж и себестоимостью.

Американский экономист Самуэльсон считал, что прибыль - это безусловный доход от факторов производства, это вознаграждение за предпринимательскую деятельность, технические нововведения и усовершенствования, за умение рисковать в условиях неопределенности, это монопольный доход и этическая категория [10. С.61].

С развитием рыночных отношений все чаще стали называть и другие источники ее формирования: инициатива предпринимателей; благоприятные обстоятельства; прибыль, признанная налоговыми органами, и так далее. **По**

Налоговому кодексу Российской Федерации прибыль - это полученные доходы, уменьшенные на величину произведенных расходов, которые определяются в соответствии с гл.25 Н К РФ.

Существует несколько трактовок прибыли в зависимости от методов исчисления: бухгалтерская, экономическая и налоговая.

Бухгалтерская прибыль - прибыль от предпринимательской деятельности, рассчитанная по бухгалтерским документам без учета документально не зафиксированных издержек самого предпринимателя, в том числе упущенной выгоды [8. С.306].

Экономическая прибыль - разница между доходами и экономическими издержками, включающими наряду с общими издержками альтернативные (вмененные) издержки; исчисляется как разность между бухгалтерской и нормальной прибылью предпринимателя.

В Положениях по бухгалтерскому учету (ПБУ 9/99 "Доходы организации и ПБУ 10/99 "Расходы организации"), утвержденных приказом Минфина РФ № 32н и № ЗЗн соответственно, дается систематизированное представление о составе доходов и расходов организации, их видах.

Доходами организации признается увеличение экономических выгод в результате поступления активов или погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, за исключением вкладов участников (собственников имущества). Доходы в зависимости от характера, условий получения и направлений деятельности организации подразделяются на доходы от обычных видов деятельности, операционные доходы и прочие доходы.

В доходы от обычных видов деятельности включаются:

выручка от продажи продукции и товаров, а также поступления, связанные с выполнением работ и оказанных услуг;

плата за временное пользование и владение активами организации, правами, возникающими из патентов на изобретения, промышленные образцы и другие виды интеллектуальной собственности; за участие в уставных капиталах других организаций, когда это является предметом деятельности организации;

суммовые разницы и другие доходы.

Расходами организации признается уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов или возникновения обязательств, приводящих к уменьшению капитала организации, за исключением уменьшения вкладов по решению участников (собственников имущества).

Расходы организации подразделяются на: расходы по обычным видам деятельности, операционные расходы и прочие расходы.

Расходы по обычным видам деятельности включают:

расходы, связанные с приобретением сырья, материалов, товаров и других материально-производственных запасов;

расходы материально-производственных запасов непосредственно для целей производства продукции, выполнения работ, оказания услуг;

расходы на оплату труда;

коммерческие расходы;

управленческие расходы и др.

При формировании расходов по обычным видам деятельности должна быть обеспечена их группировка по следующим элементам: материальные затраты, затраты на оплату труда, отчисления на социальные нужды, амортизация, прочие затраты.

Для целей формирования организацией финансового результата от обычных видов деятельности определяется себестоимость продукции, работ, услуг на базе расходов от обычной деятельности, которые группируются по следующим элементам: материальные затраты, затраты на оплату труда, отчисления на социальные нужды, амортизация, прочие затраты.

Основными факторами изменения доходов являются: приращение выручки от продаж продукции, работ, услуг; изменение структуры продаж в целях повышения спроса на них; положительные курсовые и суммовые разницы и др. Основными факторами изменения расходов являются: увеличение объема продаж продукции, работ, услуг; увеличение материальных и трудовых затрат на производство продукции; необоснованный рост коммерческих и управленческих расходов и др. [13. С.248].

Финансовый результат - обобщающий показатель анализа и оценки эффективности (неэффективности) деятельности хозяйствующего субъекта на определенных стадиях (этапах) его формирования. Финансовый результат (чистая прибыль) от деятельности формируется как разность между доходами и расходами от производственной, финансовой и инвестиционной деятельности [14. С.13].

Финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности. Показатели рентабельности показывают эффективность работы предприятия в целом, доходность различных направлений деятельности (производственной, предпринимательской, инвестиционной), окупаемость затрат. Их экономический смысл - сколько получено прибыли на каждый рубль вложенных средств. И, поскольку это относительные показатели, они практически не подвержены влиянию инфляции. Предприятие считается рентабельным (прибыльным, доходным), если результаты от реализации продукции (работ, услуг) покрывают издержки производства (обращения) и, кроме того, образуют сумму прибыли, достаточную для нормального функционирования предприятия.

Прибыль предприятия получают главным образом от реализации продукции, а также от других видов деятельности (сдача в аренду основных фондов, коммерческая деятельность финансовых и валютных биржах и так далее).

Необходимо отметить, что для российских организаций, бухгалтерская отчетность которых предназначена в основном для налоговых органов, характерно занижение прибыли и активов. Прежде чем анализировать прибыль по данным бухгалтерской отчетности необходимо убедиться в том, что сформированные в организации финансовые результаты не перемещены в аффилированные структуры. Информация отчета о финансовых результатах организации искажается не только "переливом" финансовых результатов, но и наличием нерегистрируемого оборота, что занижает показатели прибыли и выручки организации.

# 1.2 Методика анализа финансовых результатов

Анализ финансовых результатов хозяйственной деятельности и рентабельности - это один из способов оценки инвестиционной привлекательности организации и определения того, насколько перспективен бизнес.

Основными задачами анализа финансовых результатов деятельности являются:

систематический контроль за выполнением планов реализации продукции и получением прибыли;

определение влияния как объективных, так и субъективных факторов на финансовые результаты;

выявление резервов увеличения суммы прибыли и рентабельности;

оценка работы предприятия по использованию возможности увеличения прибыли и рентабельности;

разработка мероприятий по использованию выявленных резервов.

Основными источниками информации при анализе финансовых результатов прибыли служат накладные на отгрузку продукции, данные аналитического бухгалтерского учета по счетам финансовых результатов, финансовой отчетности форма № 2 "Отчет о прибылях и убытках", а также соответствующие таблицы бизнес-плана предприятия.

В форме № 2 "Отчет о прибылях и убытках" имеется информация обо всех видах доходов и расходов за отчетный и предыдущий периоды в поквартальном, полугодовом, девятимесячном и годовом разрезах. Такой анализ позволяет каждому экономическому субъекту анализировать в динамике состав и структуру доходов и расходов, их изменение, а также рассчитывать ряд коэффициентов, свидетельствующих об эффективности использования доходов и целесообразности произведенных расходов в сравнении с полученными доходами [9. С.151].

Прибыль в форме № 2 "Отчет о прибылях и убытках" представлена в различных видах. Алгоритм формирования показателей прибыли организации по данным формы № 2 "Отчет о прибылях и убытках" представлен на рис.1.

анализ финансовый результат рентабельность

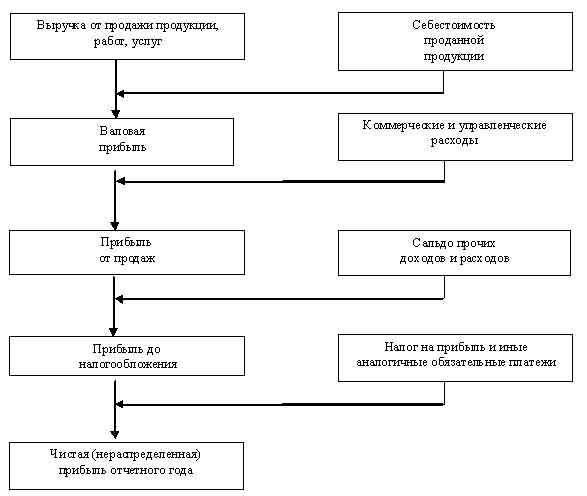


Рис.1. Схема формирования прибыли организации

Прибыль от продаж (PN) рассчитывается как разность между выручкой от продаж (N) и полной себестоимостью продукции, товаров, работ и услуг, включая коммерческие и управленческие расходы (S):

PN= N - S (1)

Чистая (нераспределенная) прибыль характеризует реальный прирост (наращение) собственного капитала организации. Чистая прибыль от деятельности организации рассчитывается по формуле:

Рч = ∑ Доходы - ∑ Расходы - Налоги (2)

Значимость финансовых результатов деятельности может быть оценена также по показателям рентабельности.

Показатели рентабельности можно объединить в несколько групп:

1) показатели, базирующиеся на затратном подходе (рентабельности продукции, операционной деятельности, инвестиционной деятельности, рентабельности обычной деятельности);

показатели, характеризующие прибыльность продаж (валовая рентабельность продаж и чистая рентабельность продаж);

показатели, в основе которых лежит ресурсный подход (рентабельность совокупных активов или общая рентабельность, рентабельности операционного капитала, основного капитала, оборотного капитала, собственного капитала).

**Рентабельность производственной деятельности** (окупаемость затрат) исчисляется путем отношения прибыли от реализации продукции к сумме затрат по производству и сбыту продукции. **Рентабельность продаж** рассчитывается путем деления прибыли от реализации продукции на сумму полученной выручки от реализации ***без*** НДС, акцизов и других аналогичных платежей. Рентабельность активов (имущества) исчисляется отношением прибыли до налогообложения предприятия к среднегодовой стоимости имущества (валюте баланса). Рентабельность внеоборотных активов определяется отношением прибыли до налогообложения предприятия к средней стоимости внеоборотных активов. Рентабельность собственного капитала рассчитывается отношением чистой прибыли предприятия к средней величине собственного капитала. Рентабельность инвестиций отражает эффективность использования средств, инвестированных в предприятие.

Приведенные показатели рентабельности зависят от множества факторов. Так, уровень рентабельности производственной деятельности, исчисленный в целом по предприятию, зависит от таких факторов, как структура реализованной продукции, ее себестоимость, средние цены реализации. На изменение рентабельности активов (имущества) предприятия влияют изменения уровней фондоотдачи и оборачиваемости материальных оборотных средств. Чем быстрее оборачивается капитал на предприятии, тем меньше его требуется для обеспечения запланированного объема продаж. И, наоборот, замедление оборачиваемости капитала требует дополнительного привлечения средств для обеспечения того же объема производства и реализации продукции. Таким образом, объем продаж сам по себе не оказывает влияния на уровень рентабельности, ибо при его изменении пропорционально увеличиваются или уменьшаются сумма прибыли и сумма основного и оборотного капитала при условии неизменности остальных факторов. На уровень рентабельности собственного капитала оказывают влияние доходность реализованной продукции, ресурсоотдача и структура авансированного капитала.

Уровень рентабельности продаж, исчисленный в целом по предприятию, зависит от трех основных факторов первого порядка: изменения структуры реализованной продукции, ее себестоимости и средних цен реализации. Факторная модель этого показателя имеет вид:

**, (3)

где

Прп - прибыль от реализации продукции;

VРПобщ - общий объем реализованной продукции;

УДобщ - удельный вес i-го вида продукции в общем объеме;

Цi - цена реализации i-го вида продукции;

Сi - себестоимость i-го вида продукции;

ВP - выручка от реализации продукции без НДС, акцизов и других аналогичных платежей.

Наследующем этапе анализа определим, какой вид продукции на предприятии является более доходным. Для этого проведем факторный анализ рентабельности производственной деятельности (окупаемости затрат) по каждому виду продукции. Факторная модель этого показателя имеет вид:

** (4)

В данном случае уровень рентабельности зависит от двух факторов: себестоимости единицы продукции и среднереализационных цен. Так как эти два фактора входят в состав прибыли от реализации продукции, необходимо модифицировать данную формулу:

** (5)

Комплексное влияние цен, производственных затрат, физического объема продукции, структуры ее ассортимента оценивается с помощью коэффициента валовой прибыли. В торговой организации упрощенный расчет коэффициента (КВП) может быть выполнен следующим образом:

КВП= Объем продаж в отпускных ценах - Объем продаж в закупочных ценах

Объем продаж в отпускных ценах (6)

Его снижение означает снижение способности покрывать издержки обращения, соответственно уменьшается прибыль от продажи. Коэффициенты, рассчитанные по отдельным видам товаров, характеризуют уровень доходности в разрезе ассортиментных групп товаров.

Используя методы экономико-математического моделирования и факторного анализа, можно оценить влияние факторов коэффициента валовой прибыли и объема продаж (В) на прирост (уменьшение) валовой прибыли (ΔВП) по следующей модели: за счет изменения коэффициента ВП

 (7)

за счет изменения объема продаж

 (**8)**

# 2. Анализ и оценка финансовых результатов деятельности предприятия

# 2.1 Анализ прибыли до налогообложения

В курсовой работе проведен анализ прибыли до налогообложения, прибыли от продаж и рентабельности на примере ОАО "Молоко". На основе данных формы № 2 "Отчета о прибылях и убытках" проанализируем состав и динамику финансовых результатов деятельности коммерческой организации. В приложении 2 представлена форма № 2 "Отчет о прибылях и убытках" ОАО "Молоко" за 2009 год.

В таблице 1 проведем анализ финансовых результатов ОАО "Молоко" за 2009 год. В аналитическом отчете о прибылях и убытках отражается обобщенная информация о формировании чистой прибыли.

### Таблица 1.

**Аналитический отчет о прибылях и убытках** **ОАО "Молоко"**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | В тыс. руб. | | | Темп при-рос-та, % | Структура, % | | |
| 2008г. | 2009г. | Откло-нение | 2008г. | 2009г. | Откло-нение |
| А | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Прибыль от продаж | 447369 | 648959 | 201590 | 45,1 | 113,9 | 88,8 | -25,1 |
| Прибыль до налогообло-жения | 392607 | 730503 | 337896 | 86,1 | 100,0 | 100,0 | - |
| Налог на прибыль и иные аналогичные обязательные платежи | 48959 | 120701 | 71742 | 146,5 | 12,5 | 16,5 | 4,1 |
| Чистая прибыль | 343648 | 609802 | 266154 | 77,4 | 97,5 | 83,5 | -4,1 |

В отчетном году прибыль до налогообложения увеличилась на 86,1 %, чистая прибыль - на 77,4 % по сравнению с предыдущим годом. Прибыль от продажи продукции составляет преобладающую долю в прибыли до налогообложения. В прошлом году доля прибыли от продаж в общей сумме прибыли до налогообложения составляла 113,9 %, что указывает на превышение прочих расходов над прочими доходами и означает потери прибыли от продажи продукции (товаров, работ, услуг).

### В этом случае, а также и при снижающейся доле прибыли от продаж, необходим детальный анализ структуры доходов и расходов организации. Необходимо проследить динамику соотношения доходов и расходов за три смежных года и более.

В таблице 2 проведем горизонтальный анализ доходов и расходов ОАО "Молоко" за 2008г. и 2009г.

### Таблица 2.

**Горизонтальный анализ доходов и расходов** **ОАО "Молоко"**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | В тыс. руб. | | | Темп при-рос-та, % | Структура, % | | |
| 2008г. | 2009г. | Откло-нение | 2008г. | 2009г. | Отклонение |
| А | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Доходы по обычным видам деятельности | 4597656 | 7106689 | 2509033 | 54,6 | 93,3 | 90,5 | -2,7 |
| Прочие доходы | 327423 | 665031 | 337608 | 103,1 | 6,6 | 8,5 | 1,8 |
| Всего доходов | 4930274 | 785617 | 2921343 | 59,3 | 100,0 | 100,0 | - |
| Расходы по обычным видам деятельности | 4150287 | 6457730 | 2307443 | 55,6 | 91,5 | 90,7 | -0,8 |
| Прочие расходы | 301163 | 576301 | 275138 | 91,4 | 6,6 | 8,1 | 1,5 |
| Всего расходов | 4537667 | 7121114 | 2583447 | 56,9 | 100,0 | 100,0 | - |

В таблицах 2 и 3, составленным по данным отчета о прибылях и убытках, приведена информация о доходах и расходах ОАО "Молоко" за два года. В структуре доходов ОАО "Молоко" 93,3 % составляют доходы по обычным видам деятельности, расходы по обычным видам деятельности ***- 91,5*** %, которые в основном формируют чистую прибыль. Из приведенных в таблице 2 данных видно, что полные затраты на производство и продажу продукции, товаров, работ и услуг увеличивались более высокими темпами - 55,6 %, чем объем продаж - 54,6 %.

В таблице 3 проведем вертикальный анализ доходов и расходов ОАО "Молоко" за 2008г. и 2009г.

### Таблица 3.

**Вертикальный анализ доходов и расходов** **ОАО "Молоко"**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2008г. | 2009г. | Отклонение |
| Превышение доходов по обычным видам деятельности над расходами по обычным видам деятельности, тыс. руб. | 447369 | 648959 | 201590 |
| То же в % к расходам по обычным видам деятельности | 10,8 | 10,0 | -0,8 |
| Превышение прочих доходов над прочими расходами, тыс. руб. | 26260 | 88730 | 62470 |
| То же в % к прочим расходам | 8,7 | 15,4 | 6,7 |

Рентабельность текущей деятельности (относительное превышение обычных доходов над расходами) снизилась с 10,8 % до 10,0 %. Прочие доходы превышали расходы в течение двух лет: в предыдущем году на 8,7 %, в отчетном году - на 15,4 %. В целом темпы прироста доходов выше темпов прироста расходов. Неблагоприятными тенденциями являются более высокие темпы прироста расходов по обычным видам деятельности по сравнению с темпами прироста соответствующих доходов, а также потери прибыли за счет прочих убытков.

В 2008г. соотношение доли прочих доходов и прочих расходов составляло (в процентах) 0,1: 1,9; в отчетном 2009 году - 1: 1,2. Эти доходы и расходы имеют незначительный удельный вес, но в абсолютном выражении превышение расходов над доходами является ощутимым. В предыдущем и отчетном годах оно составляло соответственно 81022 и 4186 тысяч рублей, то есть доходами не перекрыто 94 % и 8,3 % прочих расходов, что снизило прибыль до налогообложения. Если принять процент налогового бремени в предыдущем и отчетном годах соответственно на уровне 12,5 и 16,5 %, то потери чистой прибыли равны:

в предыдущем году: 81022 х (1 - 0,125) = 70894,25 тыс. руб.;

в отчетном году: 4186 х (1 - 0,165) = 3495,3 тыс. руб.

Эти потери снижают возможности организации в финансировании расширенного воспроизводства и выплате дивидендов.

В таблице 4 проведем анализ динамики показателей отчета и прибылях и убытках ОАО "Молоко" за три года.

За три смежных года ОАО "Молоко" увеличило объем продаж более чем в 3,6 раза, что говорит о стремлении повысить свою долю на рынке молочных продуктов. Но это не сопровождалось соответствующими темпами роста чистой прибыли, так как рентабельность продаж по прибыли от продаж снизилась с 21 % до 9,1 %, рентабельности по чистой прибыли - с 16,3 % до 8,6 %. Более высокими темпами, чем выручка, росла себестоимость продукции. Несущественными являются доходы от участия в других организациях - менее 1% к объему продаж.

### Таблица 4.

Динамика показателей отчета о прибылях и убытках ОАО "Молоко"

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | 2007г.  (тыс. руб.) | 2008г.  (в % к  2007) | 2009г.  (в % к 2008) |
| Доходы и расходы по обычным видам деятельности  Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей) | 1959390 | 234,6 | 362,7 |
| в том числе от продажи: |  |  |  |
| собственной продукции | 1626294 | 249,1 | 376,0 |
| работ, услуг | 1371 | 315,4 | 1018,2 |
| Товарооборот в продажных ценах | 331725 | 163,4 | 294,7 |
| Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг | 1402442 | 265,0 | 383,2 |
| в том числе проданных |  |  |  |
| собственной продукции | 1164026 | 273,9 | 379,7 |
| работ, услуг | 981 | 261,5 | 872,6 |
| товарооборот в покупных ценах | 237435 | 221,6 | 398,4 |
| Валовая прибыль | 556948 | 158,2 | 311,1 |
| Коммерческие расходы | 18272 | 496,5 | 1551,0 |
| Управленческие расходы | 127360 | 269,3 | 628,6 |
| Прибыль (убыток) от продаж | 411316 | 108,8 | 157,8 |
| ПРОЧИЕ ДОХОДЫ И РАСХОДЫ  Проценты к получению | 8989 | 41,9 | 7,4 |
| Проценты к уплате | 1080 | 520,1 | 625,1 |
| Доходы от участия в других организациях | 43 | 223,3 | 325,6 |
| Прочие доходы | 275576 | 117,4 | 241,0 |
| Прочие расходы | 353731 | 83,6 | 161,0 |
| Прибыль (убыток) до налогообложения | 335829 | 116,9 | 217,5 |
| Налог на прибыль и иные аналогичные обязательные платежи | 16953 | 288,8 | 712,0 |
| Чистая прибыль (нераспределенная прибыль (убыток) отчетного периода | 318876 | 107,8 | 191,2 |

# 2.2 Анализ прибыли от продаж

Наиболее существенной частью прибыли до налогообложения является прибыль от продаж, поэтому особое внимание уделяется анализу ее формирования. Для этого используются методы горизонтального и вертикального анализа, рассчитываются финансовые коэффициенты - рентабельность продаж (по прибыли от продаж), коэффициент валовой прибыли, изучаются факторы, повлиявшие на изменение прибыли от продаж.

В таблице 5 проведем анализ прибыли от продаж ОАО "Молоко" за 2008г. и 2009г.

### Таблица 5.

**Анализ прибыли от продаж** **ОАО "Молоко"**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | В тыс. руб. | | | Темп прироста, % | Структура, % | | |
| 2008г. | 2009г. | Отклонение | 2008г. | 2009г. | Отклонение |
| А | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Себестоимость продукции (товаров, работ, услуг) | 3716532 | 5373764 | 1657232 | 44,6 | 80,8 | 75,6 | -5,2 |
| Коммерческие расходы | 90715 | 283401 | 192686 | 212,4 | 2,0 | 4,0 | 2,0 |
| Управленчес-кие расходы | 343040 | 800565 | 457525 | 133,4 | 7,5 | 11,3 | 3,8 |
| Прибыль от продажи продукции (товаров, работ, услуг) | 447369 | 648959 | 201590 | 45,1 | 9,7 | 9,1 | -0,6 |
| Выручка от продажи продукции (товаров, работ, услуг) | 4597656 | 7106689 | 2509033 | 54,6 | 100,0 | 100,0 | 0,0 |
| Валовая прибыль | 881124 | 1732925 | 851801 | 96,7 | 19,2 | 24,4 | 5,2 |

Удельный вес полных затрат в выручке, выраженный в процентах, - это затраты на рубль продаж, выраженные в копейках (90,3 копеек в предыдущем году и 90,9 копеек в отчетном году). Доля прибыли от продаж в выручке, выраженная в процентах, характеризует рентабельность продукции, рассчитанную по прибыли от продаж.

Увеличение затрат на рубль продаж (0,6 копеек) одновременно указывает на снижение прибыли - на 0,6 копеек в расчете на один рубль продаж и рентабельности на 0,6 процентного пункта, что в данном случае объясняется существенным изменением величины коммерческих и управленческих расходов.

Показатель валовой прибыли введен в отчет о прибылях и убытках (стр.020) для повышения аналитичности бухгалтерской информации. Он является расчетным показателем и определяется как разность между выручкой от продажи товаров, продукции, работ, услуг и себестоимостью проданных товаров, продукции, работ, услуг (стр.010 - стр.020). Коэффициент (норма) валовой прибыли характеризует доходность хозяйственной деятельности при сопоставлении объема продаж и производственной себестоимости продукции. Он отражает динамику объема продаж и динамику себестоимости. Как коэффициент покрытия он характеризует возможности организации в покрытии обычных и прочих расходов и существенно влияет на величину чистой прибыли.

В структуре расходов по обычным видам деятельности произошли изменения, обусловленные значительным приростом коммерческих (212,4%) и управленческих (133,4%) расходов. Когда увеличение этих расходов оправдано стратегией развития организации и связано с активным продвижением товаров на рынке, то в перспективе это будетспособствовать увеличению прибыли от продаж.

Но главный аспект анализа при изучении этих статей - целесообразность увеличения коммерческих и управленческих расходов, соответствие темпов роста этих расходов темпам роста объема продаж.

В увеличение коммерческих и управленческих расходов снизило прибыль от продаж и прибыль до налогообложения. Если считать допустимыми темпы роста коммерческих и управленческих расходов на уровне темпов роста выручки от продаж, то неоправданное увеличение составило: по коммерческим расходам:

283401 - 90715 х 1,546= 143155,6 тыс. руб.

по управленческим расходам:

800565 - 343040 х 1,546= 270225,2 тыс. руб.

Следовательно, уменьшение чистой прибыли в отчетном году произошло за счет:

увеличения коммерческих расходов:

143155,6 х (1 - 0,165) = 119534,9 тыс. руб.;

увеличения управленческих расходов:

270225,2 х (1 - 0,165) = 225638 тыс. руб.

Прирост производственной себестоимости продукции (товаров, работ, услуг) составляет 44,6%, что снизило долю производственной себестоимости в объеме продаж с 80,8 % до 75,6 %. В результате повысился коэффициент валовой прибыли (доля валовой прибыли в выручке от продажи) с 19,2 % до 24,4 %.

К производственным факторам, влияющим на прибыль от продаж, относятся физический объем продаж, цены на реализуемую продукцию, уровень переменных и постоянных затрат, структура ассортимента продукции, удельный вес непрофильных низко доходных или убыточных видов деятельности. Анализ этих факторов помогает понять, насколько стабильным является прирост или снижение прибыли от продаж.

Влияние выручки как стоимостного объема продаж на прибыль происходит через изменение цен и физического объема продаж. Достаточно быстрый рост цен и тарифов на продукцию и услуги может обеспечить существенную часть прироста прибыли. Необоснованное повышение цен, стремление компенсировать удорожание затрат ценой снижает качество прибыли, усиливает инфляционный характер ее формирования. Оценка количественного влияния ценового фактора может быть выполнена с помощью индекса цен на выпускаемую продукцию. Приблизительная оценка выполняется с использованием данных об индексах цен, публикуемых Госкомстатом РФ. Допустим, индекс цен на основную продукцию ОАО "Молоко" в 2009г. составил 1,15, объем продаж в 2008г. - 4051317 тысяч рублей, в отчетном году - 6115156 тысяч рублей в фактически действовавших ценах, тогда объем продаж в отчетном году в сопоставимых ценах равен 5317527 тысяч рублей (6115156: 1,15). Прирост объема продаж за счет изменения цен равен 797629 тысяч рублей, за счет изменения физического объема проданной продукции - 1266210 тысяч рублей.

В таблице 6 проведем анализ в**лияния изменения цен на изменение объема продаж** ОАО "Молоко" за 2008г. и 2009г.

Таблица 6.

Влияние изменения цен на изменение объема продаж

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2008г. | 2009г. | Откло-нение | Доля фактора в приросте объема продаж, % |
| Объем продаж в фактически действовавших ценах, тыс. руб. | 4051317 | 6115156 | 2063839 | 100,0 |
| Объем продаж в сопоставимых ценах, тыс. руб. | 4051317 | 5317527 | 1266210 | 61,4 |
| Прирост стоимостного объема продаж за счет повышения цен,  тыс. руб. |  |  | 797629 | 38,6 |

Уровень себестоимости оценивается по доле себестоимости продукции в объеме продаж. Этот показатель свидетельствует о положительной динамике - доля себестоимости продукции снизилась с 80,8 % до 75,6%, что обусловило рост валовой прибыли на 5,2 копеек на каждый рубль объема продаж.

Распределив управленческие и коммерческие расходы по видам деятельности пропорционально объему продаж, можно проанализировать прибыль от продаж по видам деятельности. В таблице 7 проведем анализ п**рибыль от продаж по видам основной деятельности** ОАО "Молоко".

Таблица 7.

Прибыль от продаж по видам основной деятельности (в тыс. руб.)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Предыдущий год | | | Отчетный год | | |
| Собственная продукция | Работы, услуги | Товарооборот | Собственная продукция | Работы, услуги | Товарооборот |
| Валовая прибыль | 836494 | 1759 | 15871 | 1695831 | 5400 | 31694 |
| Коммерческие расходы | 79936 | 85 | 10694 | 243861 | 557 | 38984 |
| Управленческие расходы | 302277 | 323 | 40441 | 688869 | 1573 | 110123 |
| Прибыль от продажи | 481282 | 1351 | -35264 | 763101 | 3271 | -117413 |
| Итого прибыль от продажи | 447369 | | | 648959 | | |

Условность такого расчета очевидна. Но так можно показать, что определенные виды деятельности, отнесенные к обычным, не приносят или почти не приносят прибыли. Убыточность или низкая доходность этих видов деятельности компенсируется доходами от основной продукции, что служит обоснованием управленческих решений о повышении цен и тарифов на основную продукцию. Такая ситуация пока характерна для многих предприятий, включающих в состав доходов и расходов по обычным видам деятельности непрофильные доходы и расходы.

# 2.3 Анализ рентабельности

Анализ формирования финансовых результатов дополняется оценкой показателей рентабельности, рассчитываемых по данным отчета о прибылях и убытках. Кроме рентабельности текущей деятельности и рентабельности продукции (по прибыли от продаж) определяется показатель рентабельности продаж, рассчитываемый по чистой прибыли (чистая прибыль/выручка от продажи).

Расчетные значения коэффициентов доходности и рентабельности представлены в таблице 8.

### Таблица 8.

**Коэффициенты доходности и рентабельности** **ОАО "Молоко"**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Алгоритм расчета | 2008г. | 2009г. |
| Коэффициент валовой прибыли | валовая прибыль/выручка от продажи | 19,2 | 24,4 |
| Рентабельность основной деятельности | прибыль от продажи/полная себестоимость проданной продукции | 10,8 | 10,0 |
| Рентабельность продаж по прибыли от продажи | прибыль от продажи/выручка от продажи | 9,7 | 9,1 |
| Общая рентабельность | прибыль до налогообложения/выручка от продажи | 8,5 | 10,3 |
| Рентабельность продаж по чистой прибыли | чистая прибыль/выручка от продажи | 7,5 | 8,6 |

Величина коэффициента валовой прибыли зависит от метода определения себестоимости реализованной продукции (товаров, работ, услуг), структуры ассортимента, ценовой политики. Поэтому его оценка зависит от доступности информации об учетной, маркетинговой и ценовой политики организации. Для внешнего пользователя бухгалтерской информации возможности проведения детального анализа абсолютной и относительной величины валовой прибыли ограниченны.

Коэффициент валовой прибыли можно использовать для оценки доходности тех видов деятельности (см. табл.6), которые отнесены к обычным:

производство и продажа собственной продукции;

выполнение работ и услуг;

продажа товаров.

В таблице 9 проведем анализ динамики коэффициентов валовой прибыли ОАО "Молоко" за два года.

Таблица 9.

Динамика коэффициентов валовой прибыли ОАО "Молоко"

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | В тыс. руб. | | При-рост, % | Коэффициент валовой прибыли, % | | | Структура валовой прибыли, % | |
| 2008г. | 2009г. | 2008г. | 2009г. | Откл. | 2008г. | 2009г. |
| Валовая прибыль, всего | 881124 | 1732925 | 96,7 | 19,2 | 24,4 | 5,2 | 100,0 | 100,0 |
| в том числе: |  |  |  |  |  |  |  |  |
| продажа собственной продукции | 863494 | 1695831 | 96,4 | 18,8 | 23,9 | 5,1 | 98,0 | 97,9 |
| выполнение работ (услуг) | 1759 | 5400 | 207,0 | 0,038 | 0,076 | 0,038 | 0,2 | 0,3 |
| товарооборот | 15871 | 31694 | 99,7 | 0,345 | 0,446 | 0,101 | 1,8 | 1,8 |

Прирост валовой прибыли составил 96,7 %, или 851801 тысяч рублей. Используя формулы 7 и 8 можно оценить влияние факторов коэффициента валовой прибыли и объема продаж на прирост (уменьшение) валовой прибыли (ΔВП):

за счет изменения коэффициента валовой прибыли:

ΔВП= (0,244 - 0, 192) х7106689 = 369547 тыс. руб.;

за счет изменения объема продаж:

ΔВП= (7106689 - 4594656) х 0, 192 = 481734 тыс. руб.

Преобладающий вклад в формирование валовой прибыли вносит производство и продажа основной продукции - доля валовой прибыли составляет здесь 98 %. Коэффициент валовой прибыли по этому виду деятельности увеличился с 19,2 % до 24,4 %. Валовая прибыль по остальным видам деятельности незначительна, хотя темпы ее роста являются существенными. В то же время обращают на себя внимание очень низкие коэффициенты валовой прибыли по реализации работ (услуг), товарообороту (менее 1 %).

Уровень рентабельности продаж, исчисленный в целом по предприятию, зависит от трех основных факторов первого порядка: изменения структуры реализованной продукции, ее себестоимости и средних цен реализации.

В таблице 10 представлены исходные данные для факторного анализа рентабельности продаж.

Расчет влияния факторов первого порядка на изменение уровня рентабельности продажи в целом по предприятию выполним способом цепных подстановок.

1. **;

2. **;

3. **;

4. **.

Таблица 10.

Исходные данные для факторного анализа рентабельности продаж, в тыс. руб.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2008 г. | Условный показатель, рассчитанный в ценах 2008 г. на объем 2009 г. | 2009 г. |
| Выручка от реализации продукции за вычетом НДС, акцизов и других  отчислений от выручки, (ВР) | 4051317 | 5317527 | 6115156 |
| Полная себестоимость реализованной продукции, (С) | 3603948 | 4769363 | 5466197 |
| Прибыль от реализации продукции, (П) | 447369 | 548164 | 648959 |

Полученные результаты показывают, что увеличение уровня рентабельности продаж в анализируемом периоде произошло вследствие положительного влияния всех факторов. Наследующем этапе анализа определим, какой вид продукции на предприятии является более доходным. Для этого проведем факторный анализ рентабельности производственной деятельности (окупаемости затрат) по каждому виду продукции.

В таблице 11 проведем факторный анализ рентабельности отдельных видов продукции.

Расчет влияния факторов на изменение уровня рентабельности (творог):

1. **;

2. **;

3. **.

Таблица 11.

Факторный анализ рентабельности отдельных видов продукции ОАО "Молоко" в 2008 и 2009гг.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Продукция | Средняя цена реализации, руб. | | Себестоимость единицы продукции, руб. | | Рентабельность, % | | | Отклонение, % (+,-) | | |
| 2008 | 2009 | 2008 | 2009 | 2008 | усл. | 2009 | общее | за счет | |
| Ц | С |
| Творог | 32 | 34 | 28 | 29 | 14,3 | 21,4 | 17,3 | +3 | 7,1 | -4,1 |
| Сметана | 33 | 35 | 30 | 31 | 10,0 | 16,7 | 13,0 | + 3 | 6,4 | -3,4 |

На основании этих данных определим, как изменился уровень рентабельности (творог) за счет:

1) цены реализации:

ΔRц=Rусл - R0= 21,4 - 14,3 = 7,1%;

2) себестоимости реализованной продукции:

ΔRс= R1 - Rусл = 17,3 - 21,4 = - 4,1 %;

Повышение себестоимости единицы продукции отрицательно влияет на конечный финансовый результат.

# 3. Пути улучшения финансовых результатов деятельности предприятия

В условиях рыночной экономики управление финансовыми результатами занимает центральное место в деловой жизни хозяйствующих субъектов. Финансовое состояние характеризуется обеспеченностью финансовыми ресурсами, необходимыми для нормального функционирования, целесообразным их размещением и эффективным использованием. Назначение управления финансовыми результатами - своевременно выявлять и устранять недостатки в развитии организации, находить резервы для улучшения финансового состояния организации и обеспечения финансовой устойчивости ее деятельности.

В частности, следует уделить внимание поиску резервов увеличения суммы прибыли на предприятии. Резервы роста прибыли - это количественно измеримые возможности ее увеличения за счет роста объема реализации продукции, уменьшения затрат на ее производство и реализацию, недопущения внереализационных убытков, совершенствования структуры производимой продукции. Резервы выявляются на стадии планирования и в процессе выполнения планов. Определение резервов роста прибыли базируется на научно обоснованной методике их расчета, мобилизации и реализации. Выделяют три этапа этой работы: аналитический, организационный и функциональный.

На первом этапе выделяют и количественно оценивают резервы; на втором - разрабатывают комплекс инженерно-технических, организационных, экономических и социальных мероприятий, обеспечивающих использование выявленных резервов; на третьем этапе практически реализуют мероприятия и ведут контроль за их выполнением. При подсчете резервов роста прибыли за счет возможного увеличения объема реализации используются результаты анализа выпуска и реализации продукции.

Важное направление поиска резервов роста прибыли - снижение затрат на производство и реализацию продукции. Для выявления и подсчета резервов роста прибыли за счет снижения себестоимости может быть использован метод сравнения. В этом случае для количественной оценки резервов очень важно правильно выбрать базу сравнения. В качестве такой базы могут выступать уровни использования отдельных видов производственных ресурсов: плановый и нормативный, достигнутый на передовых предприятиях; базовый фактически достигнутый средний уровень в целом по отрасли; фактически достигнутый на передовых предприятиях зарубежных стран.

Методической базой экономической оценки резервов снижения затрат овеществленного труда является система прогрессивных технико-экономических норм и нормативов по видам затрат сырья, материалов, топливно-энергетических ресурсов, нормативов использования производственных мощностей, удельных капитальных вложений, норм и нормативов в оборудовании и др. Основными источниками резервов повышения уровня рентабельности продукции является увеличение суммы прибыли от реализации продукции и снижение себестоимости товарной продукции.

На основе проведенного анализа предлагаются следующие мероприятия по улучшению финансовых результатов деятельности ОАО "Молоко", которые возможно применить как в краткосрочном и среднесрочном, так и в долгосрочном периодах:

выделить в составе структурных подразделений и структурных единиц предприятия центры затрат и центры ответственности;

внедрить системы управленческого учета затрат в разрезе центров ответственности, центров затрат и отдельных групп товарной продукции;

разработать эффективную и гибкую ценовую политику, дифференцированную по отношению к отдельным категориям покупателей;

усовершенствовать рекламную деятельность, повысить эффективность отдельных рекламных мероприятий;

осуществлять систематический контроль за работой оборудования и производить своевременную его наладку с целью недопущения снижения качества и выпуска бракованной продукции;

при вводе в эксплуатацию нового оборудования уделять достаточно внимания обучению и подготовке кадров, повышению их квалификации для эффективного использования оборудования и недопущения его поломки из-за низкой квалификации обслуживающего персонала;

осуществлять повышение квалификации работников, сопровождающееся ростом производительности труда;

разработать и ввести эффективную систему материального стимулирования персонала, тесно увязанную с основными результатами хозяйственной деятельности предприятия и экономией ресурсов;

использовать системы депремирования работников при нарушении или трудовой или технологической дисциплины;

осуществлять постоянный контроль за условиями хранения и транспортировки сырья и готовой продукции.

Кроме того, следует иметь в виду, что размер прибыли во многом зависит и от учетной политики, применяемой на анализируемом предприятии. Закон о бухгалтерском учете и нормативные документы предоставляют право субъекта хозяйствования самостоятельно выбирать некоторые методы учета, способные существенно повлиять на формирование финансовых результатов. Поэтому в процессе анализа необходимо установить соответствие принятой учетной политики организации действующим нормативным положениям по ведению бухгалтерского учета и определить влияние изменении в учетной политике на сумму прибыли до налогообложения и чистой прибыли, а также на размер налогов и сумму выплаченных дивидендов акционерам.

Действующие нормативные акты допускают следующие методы регулирования прибыли субъектом хозяйствования.

1. Изменение стоимостных границ отнесения имущества к основным средствам или к оборотным активам, что влечет за собой изменение суммы текущих затрат и прибыли в связи с различными способами отнесения их на затраты.
2. Изменение метода переоценки основных средств: индексации первоначальной стоимости с использованием среднестатистических коэффициентов пересчета или прямым **пере**счетом первоначальной стоимости в цены, сложившиеся на дату переоценки на соответствующие виды основных средств. От выбранного метода переоценки основных средств зависят фонд переоценки имущества, сумма амортизационных отчислений и как результат - величина прибыли и собственного капитала предприятия.
3. Использование метода ускоренной амортизации по активной части основных средств также приводит к увеличению себестоимости продукции и уменьшению суммы прибыли, а следовательно, и налогов на прибыль.
4. Применение различных методов оценки нематериальных активов и способов начисления амортизации по ним.
5. Выбор метода оценки потребленных производственных запасов (FIFO, LIFO).
6. Изменение порядка списания затрат по ремонту основных средств на себестоимость продукции (по фактическим или равномерными частями за счет созданного ремонтного фонда).
7. Изменение сроков погашения расходов будущих периодов, сокращение которых ведет к росту себестоимости продукции отчетного периода.
8. Изменение метода определения прибыли от реализации продукции (по моменту отгрузки продукции или моменту ее оплаты).

Необходимо отразить уровень финансовых показателей до и после изменения каждого метода учетной политики субъекта хозяйствования. В таблице 12 проведем анализ финансовых показателей при различных вариантах учетной политики организации.

Таким образом, учетная политика, формируемая администрацией, открывает большой простор для выбора методологических приемов, способных радикально менять всю картину финансовых результатов и финансового состояния предприятия.

В действительности анализ учетной политики сделать достаточно сложно. Практически всегда необходимая информация в отчетах отсутствует, несмотря на сформулированное правило "***раскрытия (придания гласности) учетной политики организаций".*** Кроме того, этот документ распространяется в части раскрытия учетной политики только на организации, публикующие бухгалтерскую отчетность (полностью или частично) согласно законодательству РФ, учредительным документам либо по собственной инициативе.

Таблица 12.

Показатели финансовых результатов и рентабельности при изменении учетной политики ОАО "Молоко"

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 1 вариант учетной политики | 2 вариант учетной политики | Абсолютное отклонение | Отклонение, % |
| 1. Выручка от продажи, тыс. руб. | 7106689 | 7106689 | X | X |
| 2. Себестоимость проданной продукции, тыс. руб. | 5373764 | 6102692 | X | X |
| 3. Валовая прибыль, тыс. руб. | 1732925 | X | X | X |
| 4. Коммерческие расходы, тыс. руб. | 283401 | 279424 | X | X |
| 5. Управленческие расходы, тыс. руб. | 800565 | - | X | X |
| 6. Прибыль от продаж, тыс. руб. | 648959 | 724573 | 75614 | 11,7 |
| 7. Полные затраты, тыс. руб. (п.2+п.4+п.5) | 6457730 | 6382116 | -75614 | -1,2 |

Известно, что при формировании учетной политики организация самостоятельно выбирает один из нескольких способов, допускаемых законодательством и нормативными актами по бухгалтерскому учету. Если же по конкретному вопросу не установлены способы ведения бухгалтерского учета, то главным бухгалтером организации при создании учетной политики разрабатывается способ ведения учета в соответствии с бухгалтерскими стандартами.

Последнее обстоятельство, с одной стороны, делает учетную политику инструментом управления и создает основу для многовариантности величины финансовых результатов. С другой стороны, повышается роль субъективных факторов в формировании будущих финансовых результатов, таких как уровень профессиональных суждений главного бухгалтера, его опыт и квалификация, понимание взаимосвязи между учетной политикой и величиной многих финансовых показателей.

При изучении динамики прибыли также следует учитывать инфляционные факторы изменения ее суммы.

Инфляция есть обесценение денег, которое приводит к росту цен на реализуемую продукцию, закупаемое сырье, топливо и материалы; увеличивается заработная плата и размер амортизационных отчислений и, как следствие этих ресурсов, повышается себестоимость продукции, а следовательно, снижается прибыль.

# Заключение

Анализ хозяйственной деятельности любой коммерческой организации проводится прежде всего с целью оценки динамики и структуры выпуска продукции, оказания услуг, выполнения различных работ для получения прибыли, являющейся финансовым ресурсом дальнейшего развития любого экономического субъекта, действующего (работающего) в рыночной системе хозяйствования.

Анализ финансовых результатов является одним из важнейших аспектов исследования хозяйственной деятельности предприятия. Изучение состава и структуры прибыли (убытка), проведение факторного анализа результата от продажи необходимы для оценки финансовых показателей и экономического прогнозирования.

Анализ финансовых результатов деятельности предприятия основан на анализе прибыли (убытка), так как она характеризует абсолютную эффективность его работы. В ходе анализа прибыли (убытка) выявляются факторы, вызывающие уменьшение или увеличение финансовых результатов, то есть снижение или повышение прибыли. Рост прибыли определяет рост потенциальных возможностей предприятия, повышает степень его деловой активности.

Анализ финансовых результатов деятельности является одним из самых эффективно действующих инструментов в осуществлении управленческой деятельности организации, направленных на:

анализ и оценку эффективности управления производством;

разработку бизнес-плана;

всеобъемлющий контроль за выполнением плана;

выявление комплексной величины резервов;

разработку обоснованных управленческих решений, направленных на повышение результативности и эффективности хозяйственной деятельности как организации в целом, так и каждого структурного подразделения в отдельности.

По результатам анализа финансовых результатов деятельности организации можно оценить качество прибыли. Качество прибыли от основной деятельности признается высоким, если ее увеличение обусловлено ростом объема продаж, снижением себестоимости продукции. Низкое качество прибыли характеризуется ростом цен на продукцию без увеличения физического объема продаж и снижения затрат на рубль продукции.

Для повышения уровня финансовых результатов необходимо пересмотреть взгляды на многие важные проблемы. Например, на взаимоотношения сельского хозяйства с перерабатывающей промышленностью и торговлей с помощью дальнейшего регулирующего государственного воздействия. Важной задачей является также выравнивание условий функционирования на российском рынке зарубежных и российских товаропроизводителей.

Таким образом, анализ рентабельности и финансовых результатов в целом имеет существенное значение для определения стратегии развития организации, критериев повышения эффективности деятельности и окупаемости вложений в активы. Эффективная система управления финансовыми результатами - это один из факторов, определяющих перспективы развития организации, ее будущую инвестиционную привлекательность, кредитоспособность и в конечном счете рыночную стоимость.

Качественная система управления финансовыми результатами является фундаментальной основой для обеспечения устойчивого роста хозяйствующего субъекта. В условиях современного развития России для эффективного управления хозяйственной деятельностью предприятия возрастает роль информационной базы, имеющейся у руководителя, важную часть которой занимают сведения, полученные в ходе анализа финансовых результатов деятельности организации.

Анализ финансовых результатов помогает руководителям различного звена в принятии управленческих решений как стратегического, так и тактического характера.

# Список использованной литературы

**Нормативно-правовые материалы:**

1. Налоговый кодекс Российской Федерации, часть первая от 31 июля 1998 г. № 146-ФЗ; часть вторая от 5 августа 2000 г. № 117-ФЗ.

2. План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организации и Инструкция по его применению, утвержден приказом Министерства финансов Российской Федерации от 31.10.2000 № 94н.

4. Приказ Министерства финансов Российской Федерации "О внесении дополнений и изменений в План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкцию по его применению" № 38н от 07.05.2003.

5. Федеральный закон "О бухгалтерском учете" от 21.11.1996 № 129-ФЗ.

6. Положение по бухгалтерскому учету "Доходы организации" (ПБУ 9/99).

7. Положение по бухгалтерскому учету "Расходы организации" (ПБУ 10/99).

**Специальная литература:**

8. Бабаев Ю.А. [и др.] Бухгалтерский учет: Учебник. - 2-е издание, переработанное и дополненное. - М.: Издательство Проспект, 2009. - 384 с.

9. Ефимова О.В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений: учебник. - 2-е изд., стер. - М.: Издательство "Омега", 2010. - 350 с.

10. Жминько А.Е. Сущность и экономическое содержание прибыли. // Финансовый анализ. - 2008. - №7. - С.60-64.

11. Когденко В.Г. Экономический анализ: Учеб. пособие для студентов вузов - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. - 390 с.

12. Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет: Учебник - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 720 с.

13. Курс экономической теории: Учебник/Под ред. проф. М.Н. Чепурина, проф. Е.А. Киселевой. - 6-е изд., перераб. и доп. - Киров: "АСА", 2009. - 848 с.

14. Липчиу Н.В., Ю.С. Шевченко. Проблемы формирования конечных финансовых результатов деятельности организации. // Финансовый анализ. - 2007. - №7. - С.13-15.

15. Лысенко Д.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебник для вузов - М.: ИНФРА-М, 2009. - 320 с.

16. Толпегина О.А. Показатели прибыли: экономическая сущность и содержание. // Финансовый анализ. - 2008. - №20. - С.10-14.

17. Хайруллин А.Г. Управление финансовыми результатами деятельности организации. // Финансовый анализ. - 2006. - №10. - С.35-41.