**Содержание**

1. Значение и целевая направленность отчета о прибылях и убытках в рыночной экономике

2.Формирование показателей доходов и расходов организации

3. Анализ и оценка состава и структуры прибыли

4 Факторный анализ прибыли от продаж

5. Анализ показателей рентабельности. Взаимосвязь бухгалтерской и экономической рентабельности

Библиографический список

**1. Значение и целевая направленность отчета о прибылях и убытках в рыночной экономике**

Конечная цель развития бизнеса заключается в получении прибыли. Показатели финансовых результатов характеризуют абсолютную эффективность хозяйствования организации по всем направлениям деятельности: производственной, сбытовой, снабженческой, финансовой, инвестиционной. Необходимый уровень прибыли — это:

• основной внутренний источник текущего и долгосрочного развития организации, способствующий возможности возрастания капитала и бизнеса;

• главный источник возрастания рыночной стоимости организации;

• индикатор кредитоспособности организации;

• индикатор конкурентоспособности организации при наличии стабильного и устойчивого уровня прибыли;

• гарант выполнения организацией обязательств перед государством, источник удовлетворения социальных потребностей общества.

Прибыль — важнейший показатель, характеризующий финансовый результат деятельности предприятия. Прибыль представляет собой итог деятельности хозяйствующего субъекта, который зависит от уровня его себестоимости, производительности труда, степени использования производственных фондов, организации управления, материально-технического снабжения, а главное — от того, насколько эта продукция удовлетворяет потребности потребителя, т.е. имеется ли на нее спрос.

Прибыль выступает одним из основных источников ресурсов расширенного воспроизводства и формирования бюджетов всех уровней. В росте прибыли заинтересованы все участники производства, потому что наличие прибыли определяет рост потенциальных возможностей организации, повышает степень ее деловой активности. В зависимости от величины прибыли определяется доля доходов учредителей, размеры дивидендов и других доходов, рентабельность собственных и заемных средств, основных фондов, всего авансированного капитала. Прибыль — важнейший показатель, характеризующий финансовый результат деятельности организации. От прибыли зависит финансовое положение организации, уровень удовлетворения личных и общественных потребностей работников. В получении прибыли заключается главный интерес собственника, поскольку обеспечивает возможность роста капитала и бизнеса. В литературе описано несколько подходов к определению прибыли . Два из них — с условными названиями экономический и бухгалтерский — можно рассматривать как базовые.

Первое определение в рамках экономического подхода таково: прибыль (убыток) — это прирост (уменьшение) капитала собственников, имеющий место в отчетном периоде. Прибыль, исчисленную по данному алгоритму, можно назвать экономической.

В рамках бухгалтерского подхода можно сформулировать следующее определение прибыли. Прибыль — это положительная разница между доходами коммерческой организации, понимаемыми как приращение совокупной стоимостной оценки ее активов, сопровождающееся увеличением капитала собственников, и ее расходами, понимаемыми как снижение совокупной стоимостной оценки активов, сопровождающееся уменьшением капитала собственников, за исключением результатов операций, связанных с преднамеренным изменением этого капитала.

Под операциями по преднамеренному изменению собственного капитала понимаются: дополнительные вклады собственников; дополнительная эмиссия; пожертвования; безвозмездное финансирование; выплата дивидендов; изъятие капитала собственниками; переоценка активов, имеющая целью противодействие снижению экономического потенциала организации из-за инфляции.

Отчет о прибылях и убытках (форма № 2) содержит показатели доходов и расходов по обычным видам деятельности, прочих доходов и расходов, прибыли (убытка) до налогообложения, чистой прибыли (убытка) отчетного периода нарастающим итогом с начала года до отчетной даты. Отчет включает показатели за отчетный период, а также за аналогичный период прошлого года, что позволяет проводить сравнительный анализ.

**2.Формирование показателей доходов и расходов организации**

В положениях по бухгалтерскому учету «Доходы организации» (ПБУ 9/99) и «Расходы организации» (ПБУ 10/99) устанавливаются состав и содержание финансовых результатов организации.

**Доходами организации** признается увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств, иного имущества) и (или) погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, за исключением вкладов участников (собственников имущества).

Доходы организации в зависимости от их характера, условий получения и направлений деятельности организации подразделяются:

• на доходы от обычных видов деятельности;

• на операционные доходы;

• на внереализационные доходы;

•на прочие поступления — чрезвычайные доходы.

*Доходами от обычных видов деятельности* являются:

 выручка от продажи продукции и товаров;

 поступления, связанные с выполнением работ, оказанием услуг

К *операционным доходам* относятся:

*•/* поступления, связанные с предоставлением за плату во временное пользование (временное владение и пользование) активов организации;

*•/* поступления, связанные с предоставлением за плату прав, возникающих из патентов на изобретения, промышленные образцы и других видов интеллектуальной собственности;

*^* поступления, связанные с участием в уставных капиталах других организаций (включая проценты и иные доходы по ценным бумагам);

*•/* прибыль, полученная организацией в результате совместной деятельности (по договору простого товарищества);

*•/* поступления от продажи основных средств и иных активов. Отличных от денежных средств (кроме иностранной валюты), продукции, товаров, работ, услуг;

*•/* проценты, полученные за предоставление в пользование денежных средств организации, а также проценты за пользование банком денежных средств, находящихся на счете организации в этом банке.

*Внереализационные доходы* включают:

^ штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров;

*^* активы, полученные безвозмездно, в том числе по договору дарения;

*•/* поступления в возмещение причиненных организации убытков;

*^* прибыль прошлых лет, выявленная в отчетном году; *^* суммы кредиторской и депонентской задолженности, по которым истек срок исковой давности; *^* курсовые разницы; *^* сумму дооценки активов;

*•/* прочие внереализационные доходы.

К *чрезвычайным доходам* относятся поступления, возникающие как последствия чрезвычайных обстоятельств хозяйственной деятельности (стихийного бедствия, пожара, аварии, национализации и т.п.): страховое возмещение, стоимость материальных ценностей, остающихся от списания непригодных к восстановлению и использованию активов.

**Расходами организации** признается уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества) и (или) возникновения обязательств, приводящее к уменьшению капитала этой организации, за исключением уменьшения вкладов по решению участников (собственников имущества).

Расходы организации в зависимости от их характера, условий осуществления и направлений деятельности организации подразделяются:

• на расходы по обычным видам деятельности;

•на операционные расходы;

• на внереализационные расходы;

• на чрезвычайные расходы.

*Расходы по обычным видам деятельности* включают расходы, связанные с изготовлением и продажей продукции, приобретением и продажей товаров. К *операционным расходам* относятся:

 *^* расходы, связанные с предоставлением за плату во временное пользование (временное владение и пользование) активов организации;

*^* расходы, связанные с предоставлением за плату прав, возникающих из патентов на изобретения, промышленные образцы и других видов интеллектуальной собственности;

*^* расходы, связанные с участием в уставных капиталах других организаций;

*^* расходы, связанные с продажей, выбытием и прочим списанием основных средств и иных активов, отличных от денежных средств, товаров, продукции, работ, услуг; ^проценты, уплачиваемые организацией за предоставление ей в пользование денежных средств (кредитов, займов);

*^* расходы, связанные с оплатой услуг, оказываемых кредитными организациями;

*^* прочие операционные расходы.

 *Внереализационные расходы* включают:

 *^* штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров;

*^* возмещение причиненных организацией убытков;

 *^* убытки прошлых лет, признанные в отчетном году; *^* сумма дебиторской задолженности, по которой истек срок исковой давности, других долгов, не реальных для взыскания;

 *^* курсовые разницы;

 *^* суммы уценки активов (за исключением внеоборотных активов);

*^* прочие внереализационные расходы.

В составе *чрезвычайных расходов* отражаются расходы, возникающие как последствия чрезвычайных обстоятельств хозяйственной деятельности (стихийного бедствия, пожара, аварии, национализации имущества и т.п.).

Расходы признаются в бухгалтерском учете при наличии трех условий:

1) расход производится в соответствии с конкретным договором, требованием законодательных и нормативных актов, обычаями делового оборота;

2) сумма расходов может быть определена;

3) имеется уверенность в том, что в результате конкретной операции произойдет уменьшение экономических выгод организации. Эта уверенность появляется в том случае, когда организация передала актив либо когда отсутствует неопределенность в отношении его передачи.

В процессе анализа должны быть изучены все доходообразующие факторы, определен размер их влияния на сумму прибыли до налогообложения, установлены причины снижения и определены резервы ее роста. Положительной оценки заслуживает увеличение доходов по обычным видам деятельности как в динамике, так и по структуре. Положительно оценивается ситуация, при которой 75-80 % прибыли от обычной деятельности составляет прибыль от продажи, а операционные и внереализационные результаты характеризуются положительными величинами, т.е. прибылью, а не убытками.

**3. Анализ и оценка состава и структуры прибыли**

Способность организации обеспечить неуклонный рост собственного капитала может быть оценена системой показателей финансовых результатов. Показатели прибыли являются важнейшими в системе оценки результативностии деловых качеств предприятия, степени его надежности и финансового благополучия как партнера.

Анализ финансовых результатов по данным отчета о прибылях и убытках предполагает последовательное изучение всех статей отчета.

Конечная» цель анализа состоит в том, чащобы объяснить причины изменения и качество чистой прибыли — источника прироста капитала и выплаты дивидендов. Результаты анализа используются также и в прогнозировании финансовых результатов, что может быть использовано как во внутреннем, так и во внешнем анализе.

Анализ финансовых результатов деятельности организации включает:

1) исследование изменений каждого показателя за текущий анализируемый период (горизонтальный анализ);

2) исследование структуры соответствующих показателей и их изменений (вертикальный анализ);

3) изучение динамики изменения показателей за ряд отчетных периодов (трендовый анализ). Трендовый анализ возможен при наличии сопоставимых данных за несколько лет, что предполагает длительный период функционирования организации, стабильность методов бухгалтерского учета и устоявшиеся формы бухгалтерской отчетности, возможность учитывать влияние инфляции на бухгалтерские показатели. Тренды изучаются для выявления тенденций изменения финансовых результатов;

4) исследование влияния факторов на прибыль (факторный анализ).

Анализ формы № 2 начинается с изучения выручки как дохода по обычным, видам деятельности и соответствующего расхода — себестоимости проданной продукции; особое внимание уделяется тенденциям изменения этих показателей.

При расчете уровней показателей себестоимости проданных товаров, продукции, работ, услуг и валовой прибыли можно определить доли этих элементов в общей сумме выручки от продажи, характеризующие эффективность основной деятельности организации, что позволяет наглядно представить складывающуюся финансовую ситуацию в организации и выявить возможные резервы роста финансовых показателей.

При этом проводят анализ прибыли от продажи продукции в отчетном периоде по сравнению с предыдущим, учитывая ее изменение под воздействием факторов, оказавших либо положительное, либо отрицательное влияние. Так, например, на прибыль от продаж могут оказывать влияние следующие факторы: объем выручки (нетто) от реализации товаров, продукции, работ, услуг; структура реализации; себестоимость проданных товаров, продукции; коммерческие и управленческие расходы; цены на реализуемые товары, продукцию, работы, услуги.

Кроме факторного анализа прибыли от продаж по данным формы № 2 можно проанализировать и другие виды прибыли: прибыль до налогообложения; чистую прибыль и т.д.

**4. Факторный анализ прибыли от продаж**

Важная составляющая прибыли до налогообложения — прибыль от продаж. Факторный анализ прибыли от продаж позволяет оценить резервы повышения эффективности производства, сформировать управленческие решения по использованию производственных факторов.

Прибыль от продаж формируется за счет таких показателей, как выручка нетто, себестоимость проданных товаров (продукции, работ, услуг), коммерческие и управленческие расходы.

*Выручка нетто —* выручка от продажи товаров, поступления, выполнения работ, оказания услуг за вычетом налога на добавленную стоимость, акцизов и других аналогичных обязательных платежей.

*Себестоимость проданных товаров (продукции, работ, услуг)* включает учтенные затраты на производство продукции,

работ, услуг в доле, относящейся к проданным товарам в отчетном периоде.

*Коммерческие расходы —* расходы, понесенные организацией при продаже продукции. На промышленных предприятиях к ним относят затраты, связанные со сбытом продукции. Это расходы на рекламу, представительские расходы, на затаривание и упаковку готовой продукции и доставку ее на станцию отправления, на погрузку в транспортные средства, комиссионные сборы и другие аналогичные по назначению расходы. Учетной политикой может быть предусмотрено включение коммерческих расходов полностью в себестоимость проданных в отчетном периоде товаров.

*Управленческие расходы —* это общехозяйственные расходы, которые в соответствии с учетной политикой не включены в состав себестоимости проданных товаров. Этот показатель состоит из административно-управленческих расходов, расходов на содержание общехозяйственного персонала, не связанного с производственным процессом. К управленческим расходам относятся также амортизационные отчисления, расходы на ремонт основных средств и арендная плата за помещения управленческого и общехозяйственного назначения; расходы по оплате информационных, аудиторских и консультационных услуг и другие аналогичные по назначению расходы. Прибыль от продаж определяется по формуле

Пр = V-C-КР-УР

где Пр — прибыль от продаж;

*V—* выручка (нетто) от продажи товаров (продукции, работ, услуг), тыс. руб.;

С — себестоимость проданных товаров (продукции, работ, услуг), тыс. руб.; . -КР — коммерческие расходы, тыс. руб.; УР — управленческие расходы, тыс. руб.

Увеличение выручки (нетто) от продажи товаров (продукции, работ, услуг) положительно влияет на сумму прибыли от продаж, а уменьшение сокращает размер прибыли.

Снижение себестоимости проданных товаров, коммерческих и управленческих расходов положительно влияет на сумму прибыли от продаж. Увеличение же себестоимости сказывается на величине прибыли отрицательно.

Для обеспечения сопоставимости данных абсолютные показатели пересчитывают в относительные показатели (процент к выручке от продажи)

Следующий этап анализа прибыли от продаж состоит в расчете факторов, влияющих на ее величину.

Прежде всего следует определить влияние инфляции. Для этого надо выручку от продажи товаров отчетного периода (V1) привести в сопоставимый вид по формуле

Vсоп. =

где *Vсоп. —* выручка от продажи товаров в сопоставимых ценах (прошлого периода) за отчетный период, тыс. руб.; *Jр —* индекс цен.

Изменение выручки от продажи продукции под влиянием цены *(У(р))* определяется как разность между выручкой от продажи продукции отчетного периода и выручкой от продажи продукции в сопоставимых ценах, т.е.:

*V(Р) = V1 –* Vсоп.

Влияние на сумму прибыли от продаж (Пр()) изменения выручки от продаж (исключая влияние цены) можно рассчитать по формуле

Пр() =

где Rпро — уровень рентабельности продаж прошлого периода, %;

*V1,V0 —* выручка от продажи товаров отчетного и прошлого периодов соответственно.

Влияние ценового фактора определяется по формуле

Пр(p) =

где Пр(p) — прирост (снижение) прибыли от продаж за счет изменения цен на продукцию.

На прибыль от продаж влияет себестоимость проданных товаров. Себестоимость проданной продукции может увеличиваться, и это неизбежно, так как цены на материальные ресурсы, затраты на оплату труда и другие составляющие возрастают. Для успешной деятельности необходимо, чтобы темпы роста выручки от продажи продукции опережали темпы роста себестоимости, т.е. уровень себестоимости снижался.

Более правильным будет расчет изменения прибыли от продаж за счет фактора «себестоимость проданной продукции» с применением относительного показателя себестоимости. Для расчета используется формула

Пр(c)= -

где Пр(c)— прирост (снижение) прибыли от продаж за счет изменения уровня себестоимости продукции, тыс. руб.;

УС1, УС0 — уровни себестоимости в отчетном и прошлом периодах соответственно, т.е. отношение себестоимости проданной продукции к выручке от продажи продукции, %.

Одним из факторов роста прибыли от продаж является снижение уровней коммерческих и управленческих расходов, так как прибыль находится в обратной зависимости от величины расходов. Мероприятия любого рода по снижению затрат организации увеличивают сумму прибыли. Для расчета влияния уровня коммерческих расходов используют формулу

Пр(кр)= -

гдеПр(кр) — увеличение (снижение) суммы прибыли от продаж за счет снижения (роста) уровня коммерческих расходов, тыс. руб.;

УКР1, УКР0 — уровни коммерческих расходов в отчетном и прошлом периодах соответственно, т.е. отношение коммерческих расходов к выручке от продажи продукции, %.

Снижение уровня коммерческих расходов на 1,32 процентных пункта привело к увеличению прибыли от продаж на 2095,09 тыс. руб.:

Пр(кр)= - = +2095,09 тыс. руб.

Влияние уровня управленческих расходов на прибыль от продаж рассчитывают по формуле

Пр(ур)= -

где Пр(ур) — увеличение (уменьшение) суммы прибыли от продаж за счет снижения (роста) уровня управленческих расходов, тыс. руб.;

УУР1, УУР0 — уровни управленческих расходов отчетного и про-шло1р периодов соответственно, т.е. отношение управленческих расходов к выручке от продаж продукции, %.

**5. Анализ показателей рентабельности. Взаимосвязь бухгалтерской и экономической рентабельности**

В международной практике разработаны и используются следующие группы показателей рентабельности: показатели рентабельности продукции, показатели рентабельности капитала (активов), показатели, рассчитанные на основе потоков наличных денежных средств. Перечисленные показатели рентабельности по существу взаимодополняют друг друга в объяснении отдельных сторон формирования доходов компании.

В широком смысле понятие «рентабельность» означает прибыльность, доходность деятельности организации и показывает величину прибыли с 1 руб. вложенного капитала. Под **рентабельностью** понимают способность организации получить достаточно прибыли, чтобы сохранить вложенный капитал и привлечь новый. Эти показатели практически не подвержены влиянию инфляции, их можно сравнивать со среднеотраслевыми коэффициентами, в динамике, с показателями конкурентов. Если у организации нет прибыли, а только убытки, то можно рассчитать убыточность, т.е. установить, какая величина убытков приходится на Груб. вложенного капитала.

Рентабельность вложений в предприятие в общем виде определяется по стоимости всего имущества, имеющегося в распоряжении предприятия. Данный показатель называют рентабельностью всех активов (экономической рентабельностью) и определяют отношением чистой прибыли к средней стоимости активов за период

*Экономическая рентабельность =*

Рентабельность активов характеризует экономическую эффективность использования имущества организации.

Бухгалтерская рентабельность характеризует уровень прибыльности основной деятельности после уплаты налогов и определяется отношением чистой прибыли к сумме выручки от продаж

*Бухгалтерская рентабельность =*

Показатели рентабельности рассчитываются на одной и той же информационной базе, что служит основанием их взаимной увязки. Достаточно широко известна следующая схема взаимосвязи показателей рентабельности

=

Из данной взаимосвязи видно, что рентабельность всех активов является показателем, зависящим от уровня рентабельности реализации и оборачиваемости всех средств. Знание этой зависимости позволяет принимать управленческие решения, направленные на повышение отдачи активов. Так, низкий предельный уровень чистой прибыли может обеспечить достаточный уровень отдачи активов за счет большего числа оборотов производственных активов.

Показатель рентабельности собственного капитала особенно важен для акционеров, так как характеризует уровень эффективности использования вложенных ими средств и позволяет сравнить с возможным получением дохода от вложения этих средств в другие компании или ценные бумаги. Высокий показатель рентабельности является серьезным стимулом для привлечения подписчиков на акции при расширении капитала фирмы — при условии, что руководители проводят активную политику распределения дивидендов, а акционеры позитивно оценивают усилия предприятия в этой области.

По данным отчета о прибылях и убытках можно провести анализ рентабельности продаж и рентабельности основной деятельности (затрат).

*Рентабельность продаж (Рпр.*) — это процентное отношение суммы прибыли от продаж к выручке от продажи продукции (товаров). Этот показатель характеризует долю прибыли в рыночной цене. Чем он выше, тем лучше результат от основной деятельности организации. На рентабельность продаж влияют объем продажи продукции и себестоимость продукции.

Методом цепных подстановок определяется влияние изменения:

• объемов продажи продукции:

Рпр (v) =

где Рпр (v) — изменение объемов продажи продукции;

V1, *V0 —* выручка (нетто) от продажи товаров (продукции, работ, услуг) в отчетном и прошлом периодах соответственно;

S0 — полная себестоимость в прошлом периоде, тыс. руб.;

• себестоимости продукции:

Рпр (s)=

где Рпр (s) — изменение себестоимости продукции;

S1 — полная себестоимость в отчетном периоде, тыс. руб.

Сумма двух факторов показывает общее изменение уровня рентабельности продаж по сравнению с прошлым периодом.

Рпр (s)=

*Рентабельность затрат (Рз) —* это процентное отношение суммы прибыли от продаж к величине затрат, т.е. характеризует величину прибыли на 1 руб. затрат. В анализируемой организации рентабельность затрат также имеет тенденцию к росту — 48,63 % в 2005 г. (42 866 : 88 154-100) и 50,07 % в 2006 (52 956 : 105 763-100), или на 1,44 процентных пункта. Для расчета влияния основных факторов на изменение рентабельности затрат используют формулу

Рс=

где Пр — прибыль от продаж, тыс. руб.;

S—полная себестоимость, тыс. руб.;

*V—* выручка (нетто) от продажи товаров (продукции, работ, услуг), тыс. руб.

Методом цепных подстановок также определяется влияние изменения:

• объема продажи продукции:

Рc(v)=

где Рc(v)— изменение объема продажи продукции;

V1,V0— выручка (нетто) от продажи товаров (продукции, работ, услуг) в отчетном и прошлом периодах соответственно, тыс. руб.;

S0 —полная себестоимость в прошлом периоде, тыс. руб.

**•** затрат:

Рc(s)=

Сумма двух факторов показывает общее изменение уровня рентабельности затрат по сравнению с прошлым периодом.

Рентабельность продаж можно повысить за счет роста объема продаж и снижения затрат. Необходимо, чтобы темпы роста объема продаж опережали темпы роста затрат, т.е. затраты на 1 руб. реализованной продукции снижались. Увеличения объема продаж можно достигнуть за счет повышения цен и увеличения объема продаж товаров, продукции в натуральном выражении. Организации следует разработать политику ценообразования, а также товарную политику. Следует уделять внимание качеству реализуемой продукции, а также выпуску новой продукции, заниматься инновациями.

Используя данные бухгалтерского баланса (форма № 1), можно рассчитать следующие показатели рентабельности: активов, текущих активов, собственного капитала.

В показателе *рентабельности активов (Ра)* результат текущей деятельности сопоставляется с величиной активов организации, представляющих собой основной и оборотный капитал, использование которого в будущем может приносить экономические выгоды. Рентабельность активов показывает, насколько эффективно используется имущество, и определяется как отношение прибыли к средней величине активов.

Этот коэффициент показывает, какую прибыль получает предприятие с каждого 1 руб., вложенного в совокупные активы. Прибыль, как правило, указывают до налогообложения. Данный показатель называют нормой прибыли, или экономической рентабельностью. Уровень рентабельности активов должен быть достаточен, чтобы обеспечить ожидаемую рентабельность собственного капитала, оплату процентов за кредит и налоги.

*Рентабельность текущих активов* (Рта) показывает величину прибыли, приходящуюся на 1 руб. оборотного капитала.

Акционеров организации интересует, насколько эффективно используется собственный капитал. *Рентабельность собственного капитала (Рск)* рассчитывается как отношение прибыли до налогообложения к средней величине собственного капитала. Этот показатель позволяет установить зависимость между величиной инвестируемых собственных ресурсов и размером прибыли, полученной от ее использования. Эффективность вложений собственного капитала можно также оценить с помощью показателя финансовой рентабельности, если сопоставить чистую прибыль со средней величиной собственного капитала.

Рентабельность собственного капитала показывает эффективность использования собственного капитала, т.е. какую величину прибыли предприятие получило на 1 руб. собственного капитала.

**Библиографический список**

1. Шредер Н.Г. Анализ финансовой отчетности.-М.: Альфа-Пресс.- 2008.-176 с.
2. Бочаров В.В. Финансовый анализ.-СПб: Питер, 2007.-240 с.
3. Донцова Л.В., Никифорова Н.А. Комплексный анализ бухгалтерской отчетности.-М: Дело и сервис, 2009.-304 с.
4. Донцова Л.В., Никифорова Н.А. Анализ финансовой отчетности, 2008.
5. Маркарьян Э.А., Герасименко Г.П. Финансовый анализ.-М: КНОРУС, 2009.-224 с.
6. Анализ финансовой отчетности / Под ред. Ефимовой О.В., Мельника М.В.-М:Омега-Л, 2007.-408 с.
7. Артеменко В.Г. Анализ финансовой отчетности.-М.: Омега-Л, 2008.-270 с.
8. Жарылгасова Б.Т., Суглобов А.Е. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности.-М:Экономист, 2008.-297 с.
9. Донцова Л.В., Никифорова Н.А. Анализ финансовой отчетности: Практикум.-М: Дело и сервис, 2007.-144 с.
10. Вакуленко Т.Г., Фомина Л.Ф. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности для принятия управленческих решений.-СПб: Издательский дом Герда, 2008.-228 с.
11. Соснаускене О.И. Шпаргалка по АФО.-М: ТК Велби, 2005.-56 с.
12. Лукин Е.Е. Шпаргалка по АФО.-М: Экзамен, 2009.-48 с.
13. Бернстайн Л.А. АФО: теория, практика и интерпритация.-М: Финансы и статистика, 2009.
14. Пожидаева Т.А. Анализ финансовой отчетности.-М.: КНОРУС, 2009.
15. Ефимова О.В., Мельник М.В. АФО.-М.: ОМЕГА-Л, 2009.