

УДК 336.67

***ЗНАЧЕНИЕ АНАЛИЗА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ В  
ПРАКТИКЕ УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЕЙ***

***Подопригора И.В***

*к.э.н., доцент ,кафедра экономики,*

*Томский государственный университет  
систем управления и радиоэлектроники (ТУСУР)*

*Россия, Томск,*

***Кузминс К.Е***

*студент,*

*Томский государственный университет  
систем управления и радиоэлектроники (ТУСУР)*

*Россия, Томск,*

**Аннотация:** В статье рассмотрены сущность и содержание понятия финансовый результат, обосновывается роль их анализа в управлении финансовым состоянием предприятия. Основной целью статьи является выявить взаимозависимость данных показателей и факторы воздействия, определить основные показатели, необходимые для анализа финансовых результатов деятельности предприятия.

**Ключевые слова:** финансовые результаты, доходы, расходы, выручка, прибыль, рентабельность, анализ, управление.

***IMPORTANCE OF THE ANALYSIS OF FINANCIAL RESULTS IN  
THE PRACTICE OF MANAGEMENT OF THE COMPANY***

***Podoprigora I.V***

*Ph.D., Associate Professor, Department of Economics,  
Tomsk State University control systems and radio electronics (TUSUR)  
Russia, Tomsk,*

***Kuzmins K.E.***

*student,  
Tomsk State University control systems and radio electronics (TUSUR)  
Russia, Tomsk*

**Abstract:** The article examines the essence and content of the concept of financial result, substantiates the role of their analysis in managing the financial condition of an enterprise. The main purpose of the article is to identify the interdependence of these indicators and impact factors, to determine the main indicators needed to analyze the financial results of the company.

**Keywords:** financial results, income, expenses, revenue, profit, profitability, analysis, management.

Важнейшим показателем в условиях конкуренции в современной рыночной экономике, отражающий эффективность деятельности хозяйствующего субъекта в финансовой, снабженческой, инвестиционной и в производственной сферах является финансовый результат. Он показывает прибыльность предприятия, конкурентоспособность выпускаемой продукции и предоставляемых услуг, а также является итогом деловой активности и отражением правильности проводимой политики предприятия.

В результате исследования сущности финансовых результатов, были рассмотрены точки зрения ведущих экономистов в области финансового менеджмента и экономического анализа, которые определяют Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМЭЛ № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

экономическое содержание данного понятия с разной степенью детализации .  
Основные тезисы понятия финансовых результатов с точки зрения различных авторов представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Понятие «финансовый результат»

Автор	Показатель	Определение
А.Д. Шеремет [1]	прибыль (убыток) от реализации, нераспределенная прибыль (убыток)	Финансовый результат деятельности предприятия выражается в изменении величины его собственного капитала отчетного периода
Г.В. Савицкая [2]	Прибыль, рентабельность	величина финансового результата определяется не только суммой прибыли, но и уровнем рентабельности, которая показывает эффективность такой прибыли, а прибыль – является частью чистого дохода, получаемый предприятием непосредственно после реализации продукции
О.В. Ефимова [3]	Прибыль, прирост чистых активов	конечный результат предприятия тот, правом распоряжаться которым обладают собственники
Е.В. Кучерова [4]	Прибыль до налогообложения, чистая прибыль	финансовый результат – это общий результат от разных видов деятельности предприятия, выражающийся выручкой и конечный результат выражающийся в виде прибыли до налогообложения и чистой прибыли

Таким образом, финансовый результат – обобщающий показатель для оценки и анализа эффективности (неэффективности) деятельности хозяйствующего субъекта на определенных стадиях его формирования. Чистый конечный финансовый результат – это конечный финансовый результат, очищенный от различных изъятий в пользу как бюджета (налог на прибыль), так и собственников (дивиденды). Показателем, который непосредственно отражает финансовый результат деятельности предприятия, является прибыль. Поэтому важной задачей менеджмента любой организации является управление прибылью.

Основным направлением политики по формированию прибыли является максимизация финансового результата. Политика управления распределением прибыли включает управление своевременной уплатой

Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

налогов и других обязательных платежей из прибыли и оптимизации пропорций распределения прибыли на части, что капитализируются и потребляемых.

Информационной базой для установления политики по формированию и управлению прибылью предприятия являются данные анализа финансовых результатов, который проводится на основе данных бухгалтерской отчетности, а также налогового и финансового учета.

Этапами анализа финансовых результатов являются: оценка структуры и динамики выручки и прибыли за ряд лет, анализ структуры и динамики прочих доходов и расходов, факторный анализ прибыли, оценка динамики показателей рентабельности продаж и капитала, анализ затрат, произведенных предприятием на один рубль продукции. На основании проведенного анализа делаются выводы и выявляются резервы роста прибыли и рентабельности. [5]

В рамках статьи будет рассмотрена методика факторного анализа одного из самых главных показателей финансового результата - прибыли от продаж. В целом разными авторами выделяются множество групп факторов, влияющих на прибыль предприятия. Большинство авторов выделяет две группы факторов по отношению к предприятию: внешние и внутренние. Так, например, С.А. Мироседи, Т.Г. Мироседи к внешним факторам причисляют природные условия, уровень цен на производственные ресурсы, экономические условия и конъюнктуру рынка. Внутренние факторы подразделяют на основные (цена и конкурентоспособность продукции, себестоимость, объем продаж) и неосновные (снижение качества продукции, нарушение условий труда, ценовые нарушения). [6]

Г.Н. Чернышова предлагает классифицировать на: факторы первого уровня (ассортимент, цена, объем продукции и себестоимость) и факторы

второго уровня, влияющие на них (к примеру, на величину цены продукции влияют рентабельность продукции, упаковка товара, место продажи). [7]

К. Мингалиев выделяет взаимовлияющие факторы (фондоотдача, процентные ставки по кредитам, тарифы, производительность труда, налоги и налоговые санкции, себестоимость), факторы, образующие прибыль (безвозмездная финансовая помощь, выручка), факторы использования (дивиденды, капитальные затраты, материальная помощь) и факторы распределения (платежи на погашение кредитов и уплату процентов, платежи в бюджет и внебюджетные фонды). [8]

Представим обобщенную классификацию факторов, влияющих на прибыль предприятия, в таблице 2.

Таблица 2 – Классификация факторов, влияющих на прибыль предприятия

Признак классификации	Группы факторов	Характеристика факторов	Примеры факторов
1. По типу деятельности	Участвуют в финансовой деятельности	Связаны с изменением структуры капитала	Наличие резервов
	Участвуют в инвестиционной деятельности	Связаны с реализацией инвестиционных проектов	Государственная поддержка инвестиционной деятельности
	Участвуют в операционной деятельности	Связаны с процессом производства или реализации продукции	Цена и качества сырья закупаемых материалов, сумма затрат на производство и реализацию продукции
2. По среде генерирования	Эндогенные	Факторы, связанные с качеством управления на предприятии, то есть внутренние факторы	Маркетинговая политика предприятия, система контроля за формированием доходов и затрат по центрам ответственности
	Экзогенные	Факторы, не зависящие от деятельности предприятия, то есть внешние	Погодные условия, климат, регулирование рынка продукции государством
Продолжение таблицы 2			
3. По участию в формировании	Участвуют в формировании доходов	Участвуют в организации реализации продукции	Наличие фирменных магазинов

финансового результата	Участвуют в формировании затрат	Участвуют в производстве	длительность производственного цикла, удельный вес затрат на сырье и материалы в себестоимости,
4. По времени (периоду) воздействия	Постоянного воздействия	Действуют непрерывно	Конкуренция
	Сезонного воздействия	Действуют в сезон	Цена товара
	Разового воздействия	Действуют несистематически	Ошибочно принятые управленческие решения

Рассмотренные факторы оказывают не прямое воздействие на финансовые результаты, а через изменение объемов реализуемой продукции и ее себестоимости, поэтому с целью выяснения конечного финансового результата производится сопоставление стоимости объема реализуемой продукции и стоимости производственных затрат на ее изготовление.

Итак, рассматривая методику факторного анализа прибыли от продаж выделим важнейшие факторы, влияющие на ее величину:

- объемы продаж в натуральном и стоимостном выражении;
- структура и ассортимент выпускаемой продукции;
- затраты на 1 рубль реализованной продукции. [9]

Факторный анализ следует начинать с расчета общего изменения прибыли от продажи продукции (работ, услуг) ( $\Delta\Pi$ ), используя следующую формулу:

$$\Delta\Pi = \Pi_1 - \Pi_0, \quad (1)$$

где  $\Pi_1$  и  $\Pi_0$  - прибыль отчетного и базисного периодов.

Следующим этапом является расчет изменения прибыли за счет изменения объема реализованной продукции ( $\Delta\Pi_1$ ), используя следующую формулу:

$$\Delta\Pi_1 = \Pi_0 \cdot (k_1 - 1), \quad (2)$$

где  $\Pi_0$  – прибыль базового периода;

$k_1$  – коэффициент роста реализации продукции, исчисленный по полной себестоимости.

$$k_1 = \frac{C_1}{C_0}, \quad (3)$$

где  $C_0$  и  $C_1$  – полная себестоимость проданной продукции за базовый и отчетный периоды.

Далее определяется на сколько возросла или снизилась прибыль аж за счет изменения ассортимента и структуры реализованной продукции ( $\Delta\Pi_2$ ), по следующей формуле:

$$\Delta\Pi_2 = \Pi_0 \cdot (k_2 - k_1), \quad (4)$$

где  $k_2$  – коэффициент роста проданной продукции, исчисленный в оптовых ценах.

$$k_2 = \frac{B_1}{B_0}, \quad (5)$$

где  $B_0$  и  $B_1$  – выручка от продаж за базовый и отчетный периоды.

Следующим этапом является расчет изменения прибыли за счет изменения уровня затрат на 1 рубль реализованной продукции ( $\Delta\Pi_3$ ), используя следующую формулу:

$$\Delta\Pi_3 = B_1 \cdot \left( \frac{C_0}{B_0} - \frac{C_1}{B_1} \right), \quad (6)$$

Суммируя отклонения по каждому фактору можно определить общее изменение прибыли от реализации за отчетный период по следующей формуле:

$$\Delta\Pi = \Pi_1 - \Pi_0 = \Delta\Pi_1 + \Delta\Pi_2 + \Delta\Pi_3, \quad (7)$$

Целью факторного анализа прибыли является выявление резервов ее роста. К главным резервам увеличения прибыли можно отнести: стимулирование продаж, увеличения удельного веса в структуре продукции в пользу более рентабельной, общий рост объема производства и продаж, снижение затрат на производство и сбыт продукции, техническое обновление оборудования, установление адекватного уровня цен в зависимости от качества производимой продукции, ее конкурентоспособности, спроса и предложения аналогичной продукции другими производителями . [10]

Таким образом, финансовые результаты – это системное понятие, которое отражает совместный результат от производственной и коммерческой деятельности предприятия в виде выручки от реализации, а также конечный результат финансовой деятельности в виде прибыли и чистой прибыли и выражается в приросте собственного капитала, кроме того к финансовым результатам можно отнести показатели рентабельности предприятия. Результаты анализа финансовых результатов служат основой

для разработки управленческих решений относительно выбора альтернативных методов, инструментов управления прибылью в условиях неопределенности и риска.

### **Библиографический список**

1 Шеремет А.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учебник / А.Д. Шеремет. — 2-е изд., доп. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 374 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/960165> (дата обращения: 20.02.2019).

2 Савицкая Г.В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Г.В. Савицкая. – М.: Инфра-М, 2017. – 534 с.

3 Ефимова О.В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений: учебник для подготовки магистров / Ефимова О.В. - 5-е изд., испр. – М.: Изд-во Омега-Л, 2014. - 348 с.

4 Кучерова Е.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / Е.В. Кучерова. – Кемерово: КузГТУ, 2017. –182 с.

5 Шеина Е. Г. Политика формирования и распределения прибыли на предприятии // Вестник Прикамского социального института. 2017. - №3. – С. 89-98.

6 Мироседи С.А. Факторы и резервы увеличения прибыли предприятия / С.А. Мироседи, Т.Г. Мироседи, Ю.С. Веремеева // Символ науки. 2016. - №5. – С. 161- 165.

7 Чернышева Г.Н. Специфика управления прибылью предприятия в условиях нестабильной экономики – Режим доступа: [http://www.rusnauka.com/7\\_NITSB\\_2014/Economics/3\\_161483.doc.htm](http://www.rusnauka.com/7_NITSB_2014/Economics/3_161483.doc.htm) (дата обращения: 20.02.2019).

8 Мингалиев К.Н. Финансовый менеджмент: Практикум / К.Н. Мингалиев, И.В. Булава. – М.: Финансовая академия при Правительстве Российской Федерации, 2012. – 140 с

9 Ковалев В. В., Ковалев В. В. Корпоративные финансы и учет: понятия, алгоритмы, показатели / В. В. Ковалев, В. В. Ковалев. - М.: Проспект, 2014. - 880 с.

10 Фролова Т.А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия / Т.А. Фролова. – М.: ЭКСМО, 2009. – 208 с.

*Оригинальность 77%*