

УДК 338

АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «КРАСНЫЙ ПИЩЕВИК»)

А.Е. ПАНФИЛОВ

Научный руководитель З.А. МИХАЙЛОВСКАЯ

Бобруйский филиал

УО «БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»

г. Бобруйск

Развитие рыночных отношений повышает ответственность руководства организаций за управление капиталом и финансовым состоянием путем принятия обоснованных управленческих решений по обеспечению финансовой устойчивости, маневренности капитала и эффективности его использования. Эффективность управления хозяйственной деятельностью измеряется системой показателей, находящихся во взаимосвязи и взаимозависимости. Измерение показателей, факторов их изменения и выявление резервов повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности организации, обеспечивает ее экономическую безопасность и способствует привлечению инвесторов. Для принятия правильного управленческого решения руководитель должен ориентироваться на объективную оценку результатов деятельности организации.

Мировая хозяйственная практика выработала определенную систему контроля и диагностики, способы и инструментарий анализа финансово-хозяйственного положения организации. Методики проведения анализа финансового состояния различны, использованы, в основном, методики С.П. Панкевича.

Объектом исследования явилось ОАО «Красный пищевик». Это старейшее предприятие кондитерской отрасли промышленности Республики Беларусь. ОАО «Красный пищевик» уже более 130 лет специализируется на производстве кондитерских изделий. Выпускаются пастиломармеладные изделия, халва, ирис, драже, конфеты с желевыми корпусами, белорусские сладости (арахис с пряностями). В ассортиментную линейку входят более 127 разновидностей, обладающих уникальными вкусовыми качествами, пищевой и биологической ценностью. Производственные мощности позволяют выпускать более 19 тысяч тонн кондитерских изделий в год. Реализует свою продукцию как в Республике Беларусь, так и за ее пределы, в том числе в дальнее зарубежье: Израиль, Канаду, страны ЕС.

Комплексный анализ финансового состояния и финансовых результатов деятельности организации предполагает следующие этапы:

- 1) экспресс-оценка финансового положения организации;
- 2) оценка имущественного положения:

- вертикальный анализ баланса;
- горизонтальный анализ баланса;
- анализ качественных изменений в имущественном положении.

3) оценка финансового положения, т.е. ликвидности, финансовой устойчивости;

4) оценка финансовых результатов.

Результаты экспресс-оценки финансового состояния приведены в табл. 1.

Табл. 1. Показатели экспресс-оценки финансового состояния ОАО «Красный пищевик»

Показатели	2005г.	2006г.	2007г.	2008г.	Норматив
Коэффициент текущей ликвидности	1,917	1,918	1,941	1,882	1,7
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,479	0,462	0,470	0,439	0,3
Коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами	0,273	0,299	0,283	0,292	не более 0,85
Коэффициент обеспеченности просроченных финансовых обязательств активами	0,101	0,060	0,064	0,039	не более 0,5

Таким образом, значение коэффициентов ликвидности баланса в ОАО «Красный пищевик» выше нормативных, что свидетельствует об обеспеченности предприятия собственными оборотными средствами, необходимыми для ведения хозяйственной деятельности и своевременного погашения срочных обязательств. Баланс организации считается ликвидным, поскольку наиболее ликвидных и быстрореализуемых активов достаточно, чтобы рассчитаться по срочным и краткосрочным обязательствам.

Финансовая устойчивость организации во многом зависит от оптимальности структуры активов и пассивов (соотношения собственных и заемных средств) хозяйствующего субъекта. Проведенный анализ структуры бухгалтерского баланса свидетельствует об устойчивости финансового состояния ОАО «Красный пищевик». Одним из основных индикаторов финансовой устойчивости организации считается коэффициент финансового левериджа. Данный коэффициент за 2008 год увеличился на 1,94 процентных пункта и на 01.01.2009 составил 41,32 %. Увеличение данного коэффициента обусловлено как изменением структуры активов, так и проведением более агрессивной финансовой политики их формирования.

В ОАО «Красный пищевик» проводится целенаправленная работа по техническому переоснащению производственных процессов, что позволяет

увеличить ассортимент выпускаемой продукции, завоевать новые рынки сбыта, а в результате улучшить показатели финансового состояния.

Финансовые результаты деятельности организации характеризуются показателями полученной прибыли и уровнем рентабельности.

Прибыль от реализации продукции в целом по организации зависит от четырех факторов первого уровня соподчиненности: объема реализации продукции (VPI); ее структуры (УД<sub>i</sub>); себестоимости (С<sub>i</sub>) и уровня сред-нереализационных цен (Ц<sub>i</sub>):

$$\Pi = \Sigma [ VPI_i \times УД_i \times ( Ц_i - C_i ) ]$$

Расчет влияния этих факторов на сумму прибыли можно определить способом цепной подстановки, используя данные табл. 2.

Табл. 2. Данные для анализа прибыли от реализации продукции за 2008 год

Показатели	План, млн р.	План, пересчитанный на фактический объ- ем продаж	Факт, млн р.
Выручка от реализации продукции (В)	55808,77	64051,59	72680,03
Полная себестоимость ре- ализованной продукции, (С)	51064,12	58646,53	66818,97
Прибыль от реализации продукции, (Π = В-С)	4744,65	5405,07	5861,06

Для определения влияния объема реализации продукции на сумму прибыли рассчитывается индекс объема реализации

$$I_{VPI} = 15312 / 13418 = 1,141154$$

Затем корректируем базовую сумму прибыли на полученный индекс  
 $4744,65 \times 1,141154 = 5414,38$  млн р.

На следующем этапе определяем сумму прибыли при фактическом объеме и структуре реализованной продукции, но при базовом уровне себестоимости и базисном уровне цен

$$\Sigma (VPI_{i1} \times Ц_{i0}) - \Sigma (VPI_{i1} - C_{i0}) = 5405,07 \text{ млн р.}$$

Далее определяем, сколько прибыли предприятие могло бы получить при фактическом объеме реализации, структуре и ценах, но при базовом уровне себестоимости продукции

$$\Sigma (VPI_{i1} \times Ц_{i1}) - \Sigma (VPI_{i1} - C_{i0}) = 14033,51 \text{ млн р.}$$

Из приведенных расчетов видно, что общая сумма прибыли выше плановой на 1116,41 млн р. или на 23,53 %. В том числе увеличение прибыли произошло за счет роста среднереализационных цен (+8628,44 млн р.) и роста объема реализации (+669,73 млн р.), а уменьшение произошло за счет роста повышения себестоимости продукции (-8172,45 млн р.) и изменения структуры выпуска (-9,31 млн р.).

Величина прибыли от реализации отдельных видов продукции зависит от трех факторов первого порядка: объема продажи продукции, себестоимости и среднереализационных цен.

Расчет влияния факторов на изменение суммы прибыли по отдельным видам продукции произведем способом абсолютных разниц (табл. 3).

За анализируемый период в ОАО «Красный пищевик» отмечается перевыполнение плана суммы прибыли по четырём видам продукции: зефиру, драже, мармеладу и халве. Однако наибольшее перевыполнение плана прибыли наблюдается по мармеладу (525,74 млн р.), что составляет 47,09 % от общего перевыполнения плана по прибыли.

Табл. 3. Результаты анализа прибыли от реализации отдельных видов продукции

Вид продукции	Прибыль, млн р.		Изменение, млн р.			
	План	Факт	Общее	В том числе за счет		
				ВРП <sub>i</sub>	Ц <sub>i</sub>	С <sub>i</sub>
Зефир	2253	2643,41	390,16	365,84	7872,54	-7848,21
Драже	166	387,28	221,15	66,60	67,24	87,31
Ирис	186	152,6	-33,46	6,45	-7,01	-32,90
Мармелад	1277	1802	525,74	360,63	472,49	-307,38
Халва	863	875,78	12,82	-139,10	223,18	-71,26
Итого	4745	5861,06	1116,41	660,41	8628,44	-8172,45

Комплексным, интегральным показателем экономической эффективности производственно-хозяйственной деятельности организации выступает рентабельность. Показатели рентабельности более полно, чем прибыль, характеризуют окончательные результаты хозяйствования, т.к. их величина отражает соотношение эффекта с вложенным капиталом или потребленными ресурсами.

Уровень рентабельности производственной деятельности (окупаемость затрат), рассчитанный в целом по организации, зависит от трех основных факторов первого порядка: изменения структуры реализованной продукции, ее себестоимости и средних цен реализации.

Расчет влияния факторов первого порядка на изменение уровня рентабельности в целом по ОАО «Красный пищевик» выполнены способом цепной подстановки. Полученные результаты свидетельствуют о том, что фактическая рентабельность производственной деятельности в 2008 г. оказалась ниже плановой на 0,52 %, в том числе: за счет изменения структуры реализованных услуг снизилась на 0,07 %; за счет изменения цены единицы продукции увеличилась на 14,71 %, за счет изменения себестоимости единицы продукции уменьшилась на 15,16 %. Таким образом, снижение уровня рентабельности производственной деятельности на ОАО «Красный пищевик» связано с повышением себестоимости единицы продукции.

Уровень рентабельности отдельных видов продукции зависит от изменения среднереализационных цен и себестоимости продукции. Итоги факторного анализа рентабельности отдельных видов продукции (табл. 4).

Табл. 4. Факторный анализ рентабельности отдельных видов продукции

Вид изделия	Ці, тыс. р.		Сі, тыс. р.		Рентабельность, %			Отклонение, %		
	план	факт	план	факт	план	услов- лов- ная	факт	об- щее	за счет	
									Ці	Сі
Зефир	4410,85	5585,68	4020	5191,2	9,72	38,95	7,60	-2,13	29,23	-31,35
Драже	3945	3998,45	3760	3690,6	4,92	6,34	8,34	3,42	1,42	2,00
Ирис	4222	4208,18	3842,3	3907,2	9,88	9,52	7,70	-2,18	-0,36	-1,82
Мармелад	4158	4260,76	3802	3868,85	9,36	12,07	10,13	0,77	2,71	-1,94
Халва	3680	3779,28	3358	3389,7	9,59	12,55	11,49	1,90	2,96	-1,06

На основании данных табл.4 можно сделать вывод, что наиболее рентабельными видами продукции в 2008 году были халва и мармелад. По видам продукции «зефир» и «ирис» фактический уровень рентабельности в 2008 году по сравнению с планом снизился. И это связано с повышением себестоимости единицы продукции. Уровень рентабельности продаж, рассчитанный в целом по организации, зависит от трех основных факторов первого порядка: изменения структуры реализованной продукции, ее себестоимости и средних цен реализации.

Результаты, проведенного расчета, показывают, что фактическая рентабельность продаж в ОАО «Красный пищевик» оказалась ниже плановой на 0,44 %, в том числе: из-за изменения структуры реализованной продукции рентабельность снизилась на 0,06 %; за счет изменения цены единицы продукции увеличилась на 10,87 %; из-за изменения себестоимости единицы изделия снизилась на 11,24 %. Следовательно, снижение уровня рентабельности продаж в Обществе связано с повышением себестоимости единицы продукции.

Итоги факторного анализа рентабельности продаж отдельных видов продукции приведены в табл. 5.

На основании данных таблицы 5 можно сделать вывод, что фактический уровень рентабельности продаж в 2008 г. оказался ниже планового: по виду изделия зефир (на 1,80 %) и ирис (на 1,84 %) данное снижение произошло из-за повышения себестоимости единицы изделия данных видов. По другим группам изделий наблюдается прирост уровня рентабельности продаж, что положительно характеризует ОАО «Красный пищевик».

Табл. 5. Факторный анализ рентабельности продаж отдельных видов продукции

Вид изделия	Ці, тыс. р.		Сі, тыс. р.		Рентабельность, %			Отклонение, %		
	план	факт	план	факт	план	услов- лов- ная	факт	общее	за счет	
									Ці	Сі
Зефир	4410,85	5585,68	4020	5191,2	8,86	28,03	7,06	-1,80	19,17	-20,97
Драже	3945	3998,45	3760	3690,6	4,69	5,96	7,70	3,01	1,27	1,74
Ирис	4222	4208,18	3842,3	3907,2	8,99	8,69	7,15	-1,84	-0,30	-1,54
Мар- мелад	4158	4260,76	3802	3868,85	8,56	10,77	9,20	0,64	2,21	-1,57
Халва	3680	3779,28	3358	3389,7	8,75	11,15	10,31	1,56	2,40	-0,84

ОАО «Красный пищевик» развивается динамично, фактические показатели прибыли и рентабельности в целом по организации превышают плановые. Имеются виды продукции, которые более или менее рентабельны. Это, в первую очередь, связано с колебанием реализационных цен на рынке и увеличением себестоимости производства продукции, обусловленное, прежде всего, ростом цен на сырье.

Предлагаемая методика анализа позволяет получить полную информацию о финансовых результатах хозяйственной деятельности, что будет способствовать выработке управленческих решений по дальнейшему развитию организации.