

УДК 630*672(476.1)

Студ. И.В. Ребковец

Науч. рук. ст. преп. А.Н. Кривоблоцкий

(кафедра экономики и управления на предприятиях, БГТУ)

АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРИБЫЛИ**ГЛХУ «ПИНСКИЙ ЛЕСХОЗ»**

Прибыль от реализации продукции организации рассчитывается как разница между выручкой от продаж товаров, работ, услуг (за исключением НДС, акцизов и других обязательных платежей), себестоимостью, коммерческих расходов и управленческих расходов.

Прибыль отчетного периода отражает общий финансовый результат производственно-хозяйственной деятельности предприятия с учетом всех ее сторон. Важнейшая составляющая этого показателя – прибыль от реализации продукции – связана с факторами производства и реализации продукции. Поэтому основное внимание аналитика должно быть сконцентрировано на исследовании причин и факторов изменений данного показателя.

Факторный анализ прибыли от реализации продукции необходим для оценки резервов повышения эффективности производства, т.е. основной задачей факторного анализа является поиск путей максимизации прибыли компании. Кроме того, факторный анализ прибыли от продаж является обоснованием для принятия управленческих решений. Для проведения анализа составим аналитическую таблицу (см. табл. 1), источником информации служат данные бухгалтерского баланса и отчет о прибылях и убытках лесхоза.

Таблица 1 – Аналитическая таблица

Показатель	Базисный период (2017)	Отчетный период (2018)	Абсолютное изменение, тыс. руб.	Относительное изменение, %
Выручка от продажи продукции, работ или услуг, тыс. руб.	6 475,00	7 180,00	705,00	110,89
Себестоимость, тыс. руб.	3 910,00	4 928,00	1018,00	126,04
Расходы на реализацию, тыс. руб.	473,00	471,00	-2,00	99,58
Управленческие расходы, тыс. руб.	712,00	754,00	42,00	105,90
Прибыль от продаж, тыс. руб.	1 380,00	1 027,00	-353,00	74,42
Индекс изменения цен	1,00	1,15	0,15	115,00
Объем реализации в сопоставимых ценах, тыс. руб.	6 475,00	6 243,48	-231,52	96,42

Оценить результаты деятельности организации можно с помощью разных методик, в том числе используя факторный анализ [1].

Изменение прибыли от реализации продукции формируется под воздействием следующих факторов: изменения объема реализации; изменения структуры реализации; изменения отпускных цен на реализованную продукцию; изменения цен на сырье, материалы, топливо, тарифов на энергию и перевозки; изменения уровня затрат материальных и трудовых ресурсов.

Результаты факторного анализа прибыли от реализации продукции представлены в таблице 2. Значительный рост себестоимости продукции произошел в основном за счет повышения цен на сырье и материалы. Кроме этого, на сумму прибыли оказало отрицательное влияние уменьшение объема продаж и негативные сдвиги в ассортименте продукции. Отрицательное воздействие перечисленных факторов было не в полной мере компенсировано, но оказало положительное влияние на сумму прибыли. К этим факторам относятся повышение реализационных цен, а также снижение коммерческих расходов.

Таблица 2 – Расчет факторных влияний на прибыль от реализации продукции

Фактор	Величина показателя, тыс. руб.	Удельный вес, %
Влияние объема продаж на прибыль, тыс. руб.	-49,34	13,98
Влияние структуры ассортимента реализованной продукции, тыс. руб.	-42,37	12,00
Влияние изменения себестоимости, тыс. руб.	-1 157,81	327,99
Влияние изменения коммерческих расходов, тыс. руб.	+2,00	-0,57
Влияние изменения управленческих расходов, тыс. руб.	-42,00	11,90
Влияние цен реализации, тыс. руб.	+936,52	-265,30
Совокупное влияние факторов, тыс. руб.	-353,00	100,00

Следовательно, резервами роста прибыли предприятия являются рост объема продаж, увеличение доли более рентабельных видов продукции в общем объеме реализации и снижение себестоимости товаров, работ и услуг.

ЛИТЕРАТУРА

1. Новопашина, Е. А. Экономический анализ. Учебное пособие / Е. А. Новопашина. – СПб. Изд-во СПбГПУ, 2011. – 192 с.