

Фурсова А.А.

студентка

Научный руководитель: Измалкова И.В.,

Ст. пр. кафедры «Бух. учет, аудит, статистика»

*Финансовый Университет при Правительстве РФ Липецкий
филиал*

Fursova A.A.

Student

Scientific adviser: Izmalkova I.V.

*Senior Lecturer, Department of Accounting, audit,
statistics"*

*Financial University under the Government of the Russian
Federation Lipetsk Branch*

ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ ПРИБЫЛИ ОТ ПРОДАЖ

Аннотация: Устойчивое формирование рыночной экономики не может осуществляться без обеспечения эффективного функционирования фирм. Факторный анализ доходов от продаж важен в этой оценке, так как он отражает эффективность бизнес-подразделения, что указывает на актуальность выбранной темы. В данной статье рассматривается важность анализа фактора прибыли от продаж при оценке эффективности компании.

Ключевые слова: Факторный анализ, оценка результатов деятельности, выручка, эффективность, оптимизация, прибыль от продаж.

FACTOR ANALYSIS OF SALES PROFIT

Abstract: Sustainable formation of a market economy cannot be carried out without ensuring the effective functioning of firms. Factor analysis of sales revenue is important in this assessment as it reflects the performance of the business unit, which indicates the relevance of the chosen topic. This article discusses the importance of analyzing the sales profit factor in evaluating the effectiveness of a company.

Key words: Factor analysis, performance evaluation, revenue, efficiency, optimization, sales profit.

Эффективность работы любой организации определяется основным показателем – прибылью. Важной составляющей этого показателя является прибыль от реализации (продукции или услуг), которая связана с факторами производства и реализации продукции.

Каждый год все компании стремятся улучшить свои финансовые показатели. Для быстрой мобилизации на международном и российском рынках компаниям необходимо распределять свои финансовые ресурсы таким образом, чтобы компания получала прибыль в различных рыночных условиях¹. Для понимания и раскрытия исследуемой темы следует объяснить наглядно, как можно рассчитать такой экономический показатель как прибыль.

Формулу расчета данного показателя – прибыли – можно описать следующим образом:

Прибыль от продаж = Выручка от основной деятельности организации – Себестоимость реализованных товаров (продукции, работ, услуг) – Коммерческие расходы – Управленческие расходы.

Есть еще вариант расчета, через валовую прибыль. В этом случае расчет прибыли укладывается в следующую формулу:

¹ Говорова К.А., Ширяева Н.В. Факторный анализ прибыли от продаж // Экономика и социум. 2014. № 4-2 (13).

Прибыль от продаж = Валовая прибыль – Коммерческие расходы –
Управленческие расходы.

На основе вышеизложенных формул и определений, стоит сказать что любые организации представляют собой многокомпонентные экономические системы, где все взаимосвязано. Компоненты могут быть представлены как подсистемы компании: основные средства, оборотные средства, капитал, краткосрочные и долгосрочные обязательства, сотрудники, ликвидность (финансы) и так далее².

Важным аспектом также стоит отметить и смысл необходимости проведения факторного анализа и некоторых его способов.

Факторный анализ доходов от продаж необходим для оценки резервов повышения эффективности производства, т.е. основная цель этого анализа состоит в том, чтобы найти способы максимизации прибыли компании. Кроме того, факторный анализ выручки от продаж является мотивацией для принятия управленческих решений³.

Существует несколько способов проведения факторного анализа. Вот несколько примеров, наиболее распространенных:

- Детерминированный или функциональный. Этот метод позволяет определить влияние каждого фактора на прибыль от продаж. Его используют чаще всего.
- Метод корреляции. С помощью этого метода можно определить влияние вероятностных факторов. Этот метод позволяет прогнозировать вероятность развития.

Кроме того, отметим, что прибыль от реализации продукции, работ, услуг предприятия является показателем хозяйственной деятельности

² Кудрявцева, М. П. Методика факторного анализа прибыли от продаж как инструмент управления и формирования финансовых ресурсов / М. П. Кудрявцева. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 52 (394). — С. 230-232.

³ Абдульбакиева, С. И. Факторный анализ прибыли от реализации продукции, работ, услуг на примере АО «Таврия-авто» / С. И. Абдульбакиева // Национальные экономические системы в контексте формирования глобального экономического пространства : сборник научных трудов, Симферополь, 10 апреля 2020 года.

предприятия и рассчитывается как разница между выручкой от реализации товаров, работ, услуг (без НДС, акцизов и других основных платежей), коммерческих и административных расходов.

Объем продаж может оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на размер прибыли. Увеличение продаж доступной по цене продукции приводит к увеличению прибыли. А если товар убыточен, то с увеличением объема продаж сумма прибыли будет уменьшаться⁴.

Причинами образования недопроданной продукции (неликвидной деятельности) может быть снижение спроса из-за усиления конкуренции, например, появление на рынке конкурента с аналогичным товаром. Кроме того, причинами являются падение спроса из-за потери клиентов, неудачные закупки избыточного количества товаров, неудачные закупки морально устаревших товаров.

Если прибыль от продаж увеличивается за счет увеличения объема продаж и снижения ресурсоемкости, то можно говорить о положительных финансовых результатах деятельности организации. В эффективно управляемой организации со стабильными финансовыми результатами существуют и тенденции развития, увеличение объема продаж, положительные характеристики качества продукции и высокая степень выполнения договорных обязательств.

Подводя итоги всему вышесказанному, стоит сказать, что степень важности факторного анализа высока и существует несколько методов для его расчета. Факторный анализ, прежде всего, необходим для того, чтобы отыскать способы для получения максимальной прибыли, а также для мотивации принятия верных управленческих решений.

Список литературы

⁴ Самсонова А. Г. Значение факторного анализа прибыли от продаж в оценке эффективности деятельности предприятия // Colloquium-journal. 2019. №17-1 (41).

1. Абдулбакиева, С. И. Факторный анализ прибыли от реализации продукции, работ, услуг на примере АО «Таврия-авто» / С. И. Абдулбакиева // Национальные экономические системы в контексте формирования глобального экономического пространства : сборник научных трудов, Симферополь, 10 апреля 2020 года. – Симферополь: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Типография «Ариал», 2020. – С. 27-30. – EDN JMNDND, (Дата обращения: 08.11.2022).

2. Кудрявцева, М. П. Методика факторного анализа прибыли от продаж как инструмент управления и формирования финансовых ресурсов / М. П. Кудрявцева. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 52 (394). — С. 230-232. — URL: <https://moluch.ru/archive/394/87291/> (дата обращения: 10.11.2022).

3. Самсонова А. Г. Значение факторного анализа прибыли от продаж в оценке эффективности деятельности предприятия // Colloquium-journal. 2019. №17-1 (41). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/znachenie-faktornogo-analiza-pribyli-ot-prodazh-v-otsenke-effektivnosti-deyatelnosti-predpriyatiya> (Дата обращения: 08.11.2022).

4. Говорова К.А., Ширяева Н.В. Факторный анализ прибыли от продаж // Экономика и социум. 2014. № 4-2 (13). URL: <https://readera.org/140109336> (Дата обращения: 08.11.2022).