1. Понятие и значение финансовых результатов

Современные ведущие экономисты в области бухгалтерского учета и экономического анализа рассматривают и трактуют определение финансовых результатов с разных аспектов.

О.В. Ефимова под финансовым результатом понимает прибыль, но отмечает, что «действительно конечный результат тот, правом распоряжаться которым обладают собственники организации».

Г.В. Савицкая считает, что «финансовые результаты деятельности организации характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности»: «прибыль- часть чистого дохода, который получают субъекты хозяйствования после реализации продукции».

И.А. Бланк характеризует балансовую прибыль как «один из важнейших результатов финансовой деятельности организации».

В.В. Бочаров рассматривает порядок формирования финансовых результатов, систематизируя статьи, которые входят в отчет о финансовых результатах и показывает формирование прибыли от валовой до нераспределенной прибыли (убытка) отчетного периода.

Обобщая вышеприведенные понятия, можно дать следующее определение финансовым результатам. Финансовый результат коммерческой организации - это конечный итог хозяйственной деятельности организации, который может представлен прибылью, либо убытком от реализации товаров, работ, услуг; от прочих доходов и расходов организации.

Прибыль – положительный результат экономической деятельности организации, который характеризует ее эффективность. Прибыль рассчитывается как разница между доходами и расходами, полученными за отчетный период. В случае превышения расходом над доходами в организации возникает убыток.

Прибыль можно классифицировать по различным признакам.

Валовая прибыль определяется как выручка от реализации товаров, работ, услуг за вычетом налогов на добавленную стоимость и акцизов минус себестоимость реализованных товаров. Иначе, валовая прибыль представляет собой сумму реализованных торговых надбавок и является основным элементом розничной цены.

Валовая прибыль является основным источником формирования прибыли коммерческого предприятия. Она рассчитывается как разница между выручкой от реализации товаров, работ, услуг за вычетом налога на добавочную стоимость и их себестоимостью.

Следующий показатель, характеризующий прибыль (убыток) от продаж рассчитывается как разница между валовой прибылью и суммами коммерческих и управленческих расходов.

После определения прибыли от продаж рассчитывается сумма прибыли до налогообложения, которая рассчитывается как прибыль (убыток) от продаж+ прочие доходы+ % к получение- прочие расходы- % к уплате.

Конечным финансовым результатом является чистая прибыль, которая определяется как прибыль до налогообложения минус налог на прибыль коммерческих организаций.

Прибыль имеет три основные функции:

1. экономического показателя, который представляет собой результаты хозяйственной деятельности предприятия;
2. стимулирующую, которая проявляется в процессе распределения и использования прибыли;
3. одного из основных источников формирования финансовых ресурсов предприятия.

Менеджеров организации интересует, прежде всего, прибыль от продаж, которая характеризует эффективность управления текущей производственной деятельностью без учета результатов от операций по инвестиционной (реализации имущества), финансовой деятельности и внереализационных результатов, которые часто носят разовый, случайный характер.

Рентабельность – это относительный показатель, определяющий уровень доходности бизнеса. В условиях рыночных отношений велика роль показателей рентабельности продукции, характеризующих уровень прибыльности (убыточности) ее производства. Показатели рентабельности являются относительными характеристиками финансовых результатов и эффективности деятельности предприятия. Они характеризуют относительную доходность предприятия, измеряемую в процентах к затратам средств или капитала с различных позиций.

Показатели рентабельности – это важнейшие характеристики фактической среды формирования прибыли и дохода предприятия. По этой причине они являются обязательными элементами сравнительного анализа. При анализе производства показатели рентабельности используются как инструмент инвестиционной политики и ценообразования.

Показатели рентабельности можно условно разделить на следующие группы:

1. показатели, которые характеризуют рентабельность издержек производства и инвестиционной деятельности;
2. показатели, которые показывают рентабельность продаж;
3. показатели, характеризующие доходность капитала и его отдельных частей.

Перечисленные выше показатели могут рассчитываться на основе балансовой прибыли, прибыли от реализации и чистой прибыли.

1. Цели, задачи и информационное обеспечение анализа финансовых результатов в торговых организациях

Основными целями проведения анализа финансовых результатов являются:

1. оперативное обеспечение руководства предприятия и его финансово- экономических служб данными, необходимыми для того, чтобы сформировать объективное суждение о результатах деятельности предприятия;
2. выявление факторов, действие которых привело или может привести к значимому изменению показателей финансовых результатов и резервов роста прибыли;
3. разработка мероприятий по максимизации прибыли.

Изучив научные работы таких авторов как Г.В. Савицкая, А.Д. Шеремета, В.А. Чернова можно выделить следующие основные задачи для достижения целей анализа финансовых результатов:

1. разработка информационного механизма анализа финансовых результатов, который позволит получать достоверную и полную информацию для его руководства;
2. анализ и оценка достигнутого уровня прибыли в абсолютных и относительных показателях;
3. анализ влияния на финансовые результаты инфляции и изменений в законодательстве в области формирования затрат и финансовых результатов предприятия;
4. анализ взаимосвязи затрат, объема производства и прибыли в целях ее максимизации;
5. анализ использования прибыли;
6. анализ прочих доходов и расходов;
7. оценка динамики показателей рентабельности продаж и капитала;
8. факторный анализ рентабельности продаж и капитала;
9. выявление резервов и их эффективное использование для повышения прибыли и рентабельности.

Далее выделим цели и задачи оптовой торговли для того, чтобы, учитывая специфику данных организаций определить цели и задачи анализа отдельного для торговых организаций.

Основные цели оптовой торговли:

1. Создание развитой структуры каналов товародвижения;
2. Поддержание необходимого уровня товарооборота;
3. Организация резервных источников финансового обеспечения процессов товародвижения.

Задачи оптовой торговли:

1. Закупка широкого ассортимента товаров у производителей по выгодным ценам;
2. Обеспечение сохранности товара;
3. Формирование мелких партий товара для розничной торговли;
4. Быстрая и бесперебойная доставка товара;
5. Расширение рынков сбыта.

Теперь выделим цели и задачи анализа финансовых результатов торговых организаций. Главными целями анализа является оценка величины чистой прибыли, ее элементов и их динамики, и оценка факторов, оказывающих влияние на формирование чистой прибыли.

Для достижения целей следует провести общий анализ финансовых результатов, факторный анализ финансовых результатов и провести оценку качества прибыли.

Информационное обеспечение анализа и принятие решений по финансовым результатам формируется за счет внешних и внутренних источников информации. К внешним источникам относятся показатели :

1. общеэкономическое развитие страны. Система показателей данной группы служит основой анализа и прогнозирования условий внешней среды функционирования предприятия. Это необходимо при разработке политики управления прибылью, осуществления инвестиционной деятельности, выявления резервов роста прибыли;
2. деятельность конкурентов и контрагентов. Показатели данной группы используются для осуществления оперативного анализа и регулирования формирования и использования прибыли;
3. конъюктуру рынка. Система показателей данной группы необходима для оценки, анализа и принятия решений в области ценовой политики, привлечения капитала, определения затрат по обслуживанию дополнительно привлеченного капитала, формирования портфеля долгосрочных финансовых вложений.

К внутренним источникам относятся:

1. показатели финансового учета предприятия. Эти показатели служат основой для осуществления анализа, прогнозирования и текущего планирования прибыли. Показатели финансовой отчетности унифицированы, это позволяет использовать типовые методики анализа и алгоритмы расчетов по отдельным вопросам формирования и использования прибыли [17];
2. показатели управленческого учета, которые формируют информационную базу для оперативных управленческих решений. В процессе построения системы информационного обеспечения анализа и управления прибылью в управленческом учете формируются показатели, отражающие объем деятельности, сумму и состав затрат, сумму и состав получаемых доходов;
3. нормативно- справочные показатели. Основу этой системы составляют разнообразные нормы и нормативы, которые были разработаны в рамках конкретного предприятия ­ нормативы удельных расходов сырья и материалов, нормативы затрат времени и т.п. Также данная система может дополняться различными справочно- нормативными показателями, который действуют в целом по стране, либо в отрасли, например, нормы амортизационных начислений, ставки налогов
4. Методики анализа финансовых результатов

В настоящее время существует множество методик проведения анализа финансовых результатов от различных эконмических авторов.

Рассмотрим несколько наиболее известных методик и на их основе сформулируем обобщенную методику для торговых организаций.

Чеглакова С. Г. предлагает проводить анализ финансовых результатов деятельности предприятия в следующем порядке:

1. Для анализа и оценки уровня и динамики показателей прибыли строится таблица, в которой используются данные бухгалтерской отчетности организации из формы «Отчет о финансовых результатах». На основе данных таблицы формируются выводы.
2. Затем одним из двух способов (графическим или математическим) анализируется величина прибыли от изменения объемов производства. Применение графического метода позволяет наглядно представить зависимости показателей объема производства, цен продажи, затрат и прибыли, однако, использование математического аппарата обеспечивает максимально достоверный результат.

 3) Далее проводится факторный анализ прибыли от реализации продукции (работ, услуг), который дает возможность оценить влияние различных факторов на изменение прибыли, что позволяет рационально использовать производственные мощности и оценить резервы повышения эффективности производства. Анализ проводится с помощью традиционного метода либо по системе «директ-костинг»
4) Заключительным этапом является анализ рентабельности продаж, позволяющий оценить эффективность ведения финансово-хозяйственной деятельности предприятия, спрос и конкурентоспособность выпускаемой продукции. Исходной информацией для аналитического исследования данного направления служат формы: «Бухгалтерский баланс», «Отчет о финансовых результатах» и бухгалтерские учетные регистры.
 Г. В. Савицкая предлагает осуществлять анализ финансовой деятельности по следующим этапам:

 1) Анализ состава и динамики прибыли предприятия.
 2) Анализ финансовых результатов от реализации продукции, товаров и услуг. Проводится факторный анализ прибыли от реализации продукции в общем и от реализации отдельных видов продукции, т. е. рассчитывается влияние себестоимости, объема реализации, структуры товарной продукции, среднереализационных цен на сумму прибыли.
 3) Анализируется влияние продаж однородной и неоднородной продукции на получение прибыли и зависимость среднереализационной цены единицы продукции от таких факторов как: качество реализуемой продукции, рынки ее сбыта, сроки реализации, конъюнктура рынка, уровень инфляции.

4) Анализ прочих финансовых доходов и расходов. Определяется состав, динамика и влияние факторов на изменение величины полученных доходов и убытков.

5) Анализ показателей рентабельности предприятия. Рассчитываются следующие показатели: рентабельность продукции, рентабельность операционной деятельности, рентабельность продаж (оборота), рентабельность (доходность) операционного капитала, рентабельность совокупных активов. Затем осуществляется факторный анализ показателей рентабельности в целом по предприятию и по каждому виду продукции.

С. М. Пястолов считает, что проводить анализ финансовых результатов необходимо в следующем порядке:

1) Выделяется ряд показателей, характеризующих финансовые результаты предприятия. При этом выделяют такие показатели, как выручка от реализации, валовая прибыль от реализации, балансовая прибыль, чистая прибыль.

2) Проводится вертикальный и горизонтальный анализ прибыли.

3) Затем осуществляется факторный анализ прибыли от реализации.

4) Формируются такие показатели рентабельности как: общая рентабельность активов, чистая рентабельность оборотных активов, рентабельность собственного капитала, рентабельность продукции. Определяются и рассчитываются значения эффектов операционного и финансового рычагов, необходимых для определения влияния заемного капитала и структуры затрат на прибыль.

5) На последнем этапе выявляются внешние и внутренние факторы, влияющие на оборачиваемость текущих активов.

Для торговых предприятий можно применить следующим алгоритм анализа финансовых результатов:

- анализ формирования финансовых результатов и их динамика;

- факторный анализ чистой прибыли;

- анализ качества прибыли:

- анализ валовой прибыли от продажи товаров;

- анализ расходов на продажу товаров;

- анализ прочих доходов и расходов;

- анализ рентабельности;

-систематизация резервов оптимизации финансовых результатов деятельности;

- оценка структуры формирования резервов и выявление приоритетных направлений максимизации прибыли.

Проведя анализ необходимо выявить негативные и положительные моменты в формировании конечного финансового результата, также выявить резервы для оптимизации расходов торгового предприятия и максимизации прибыли.

Исходя из итогов анализа финансовых результатов могут быть предложены такие мероприятия как:

* + - 1. Увеличение объема реализации продукции.
			2. Повышение цен на товары.
			3. Снижение себестоимости товаров.
			4. Повышение качества и конкурентоспособности продукции.
			5. Расширение рынков сбыта.
			6. Расширение ассортимента товара.
			7. Проведение рекламных мероприятий.

Таким образом, проведение анализа финансовых результатов поспособствует разработке мероприятий по улучшению финансового состояния организации.

Мероприятия, в свою очередь, позволят достичь более высокого показателя прибыли, увеличить основные показатели рентабельности и повысить спрос на товары.

Заключение

В ходе выполнения работы было рассмотрено понятие и значение финансового результата. Конечным финансовым результатов является прибыль или убыток. Целью любой торговой организации является извлечение максимально возможной прибыли.

Далее были рассмотрены цели и задачи анализа финансовых результатов, а также методики различных авторов. Анализ финансовых результатов также играет важную в повышении эффективности деятельности организаций. С его помощью появляется возможность оперативно отслеживать и оценивать динамику и структуру результатов экономической деятельности организации. Затем руководитель на основе проведенного анализа финансовых результатов сможет принимать управленческие решения, которые будут способствовать повышению финансовых результатов.

В заключении была разработана методика для проведения анализа финансовых результатов в торговых организациях.

Также были приведены примеры мероприятий, которые могут улучшить все основные показатели финансовых результатов.

Таким образом, анализ финансовых результатов является одним из важнейших инструментов, воздействующих на повышение экономической эффективности деятельности коммерческих организаций.

Проведения оперативного и качественного анализа финансовых результатов позволит руководству верно принять управленческие решения для оптимизации доходов и расходов торговых организаций.

Список использованных источников

1. Баканов, М.И. Теория экономического анализа [Текст]: учебник / М.И. Баканов, А.Д. Шеремет. - Москва: Финансы и статистика, 2016. - 416 c.;
2. Кукушкина В.В. Некоторые аспекты анализа финансовых результатов предприятий оптовой торговли/ В.В. Кукушкина, Е.А. Бессонова// Институты и механизмы инновационного развития: мировой опыт и Российская практика.-2018.-№1.- С.189-194;
3. Лелькова Т. Э. Методики анализа финансовых результатов // Молодой ученый. — 2017. — №11. — С. 231-234. — URL https://moluch.ru/archive/145/40727/ (дата обращения: 08.07.2019);
4. Орлова О.Е. Анализ отчета о финансовых результатах// «Актуальные вопросы бухгалтерского учета и налогообложения». - 2018.-№ 4.- С.30-40;
5. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия [Текст]. учеб. / Г.В. Савицкая. -Минск: Новое знание,2016. -367с.;
6. Шеремет А.Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности [Текст]: учебное пособие /А.Д. Шеремет.- Инфра-Москва ,2016.- С.-293