

УДК 339

UDC 339

08.00.00 Экономические науки

Economic sciences

**АНАЛИЗ КАК ФУНКЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ  
ФИНАНСОВЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ В  
АГРАРНОЙ СФЕРЕ**

**THE ANALYSIS AS FUNCTION OF  
MANAGEMENT OF FINANCIAL RESULTS OF  
ACTIVITY OF THE ORGANIZATIONS IN THE  
AGRARIAN SPHERE**

Прудников Анатолий Григорьевич  
д.э.н., профессор кафедры экономического анализа

Prudnikov Anatoly Grigoryevich  
Dr.Sci.Econ., professor, the Chair of economic  
analysis

Редина Виктория Эрнстовна  
магистрант  
*Кубанский государственный аграрный университет,  
Краснодар, Россия*

Redina Victoria Ernstovna  
undergraduate  
*Kuban State Agrarian University, Krasnodar, Russia*

В статье рассматриваются методические основы факторного анализа финансовых результатов деятельности и финансовых результатов реализации продукции, факторного анализа рентабельности продаж. Представлены материалы факторного анализа финансовых результатов деятельности и прибыли от реализации основных видов товарной продукции растениеводства ОАО «Агрообъединение «Кубань» Усть-Лабинского района. Выявлены факторы уменьшения и резервы увеличения прибыли, повышения рентабельности хозяйственной деятельности организации за счет реализации зерна, маслосемян подсолнечника, сои и свеклокорней. Предложены методические приемы определения количественной меры влияния прибыли, сформированной исследуемым фактором, на динамику продаж

In the article, we consider methodical basics of the factorial analysis of financial results of activity and financial results of product sales, the factorial analysis of profitability of sales. Materials of the factorial analysis of financial results of activity and profit on realization of main types of products of plant growing of JSC Agroobjedineniye Kuban of the Ust-Labinsky area are presented. We have revealed factors of reduction and reserves of profit increasing, increases of profitability of economic activity of the organization due to grain realization, sunflower seeds, soy and beetroot. Methodical methods of definition of quantitative measure of influence of the profit created by the studied factor on dynamics of sales are offered

Ключевые слова: ПРИЕМЫ ФАКТОРНОГО АНАЛИЗА, ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ РЕАЛИЗАЦИИ, ПРОДУКЦИЯ РАСТЕНИЕВОДСТВА, РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ПРОДАЖ, ФАКТОРЫ, РЕЗЕРВЫ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРИБЫЛИ

Keywords: RECEPTIONS OF FACTORIAL ANALYSIS, FINANCIAL RESULTS OF ACTIVITY, FINANCIAL RESULTS OF REALIZATION, PRODUCTION OF PLANT GROWING, PROFITABILITY OF SALES, FACTORS, RESERVES OF PROFIT INCREASE

Анализ финансовых результатов деятельности является одной из актуальных тем исследования деловой активности хозяйствующих субъектов. Актуальность анализа финансовых результатов определяется их большой практической значимостью как источника эффективной производственно-финансовой деятельности организации. Прибыль позволяет: организовать производство на расширенной основе и стимулировать его развитие; создавать фонды внутреннего накопления и

потребления; обеспечивать своевременное погашение текущей задолженности коммерческим банкам, кредиторам (персоналу по оплате труда, поставщикам и подрядчикам, бюджетным и внебюджетным государственным фондам, прочим кредиторам). Поэтому приоритетной задачей менеджмента хозяйствующего субъекта является обеспечение прибыльной деятельности, тенденции роста прибыли и повышения эффективности производства.

Одним из сдерживающих факторов увеличения прибыли, рентабельной деятельности товаропроизводителей является себестоимость, опережающие темпы ее повышения по сравнению с темпами роста выручки и прибыли. Это вызывает необходимость рационального использования всех ресурсов хозяйствующего субъекта, повышения материалоотдачи и в целом ресурсоотдачи, снижения материалоемкости, фондоемкости на основе оперативного управления ресурсами, анализа и контроля за их использованием и расходованием.

Информационной базой анализа финансовых результатов деятельности являются отчеты о финансовых результатах, о продаже продукции, данные бухгалтерского учета продажи продукции (работ, услуг), финансовых результатов, прочих доходов и расходов.

Для анализа финансовых результатов деятельности хозяйствующего субъекта используют следующие методы и приемы исследования: сравнения, уравнения тренда, факторный анализ, маржинальный анализ, балансовый метод, экономико-статистический, расчетно-конструктивный, моделирование, корреляционный, корреляционно-регрессионный и другие.

В данной статье использованы сравнения, балансовый метод и факторный анализ. Покажем методические основы факторного анализа прибыли от продаж всего ассортимента продукции сельскохозяйственной организации согласно отчету о финансовых результатах. Методика факторного анализа прибыли от продаж включает ряд этапов. На первом

этапе определяют величину изменения прибыли от продаж в отчетном году по сравнению с базисным:

$$\pm\Delta\text{Ппр.} = \text{Потч.} - \text{Пбаз.}, \quad (1)$$

где  $\pm\Delta\text{Ппр.}$  – величина изменения прибыли от продаж;

Потч. – прибыль от продаж в отчетном году;

Пбаз. – прибыль от продаж в базисном году.

На втором этапе определяют влияние выручки на изменение прибыли от продаж:

$$\pm\Delta\text{Ппр. за счет выручки} = (\text{Вотч.} - \text{Вбаз.}) \cdot \frac{\text{Пбаз.}}{\text{Вбаз.}}, \quad (2)$$

где  $\pm\Delta\text{Ппр. за счет выручки}$  – изменение прибыли от продаж за счет выручки;

Вотч. – выручка отчетного года;

Вбаз. – выручка базисного года.

На третьем этапе определяют влияние производственной себестоимости проданной продукции на изменение прибыли от продаж:

$$\pm\Delta\text{Ппр. за счет себестоимости} = \text{Вотч.} \cdot (\text{Сбаз.}/\text{Вбаз.} - \text{Сотч.}/\text{Вотч.}), \quad (3)$$

где  $\pm\Delta\text{Ппр. за счет себестоимости}$  – изменение прибыли от продаж за счет производственной себестоимости проданной продукции;

Сбаз. – себестоимость производственная проданной продукции в базисном году;

Сотч. – себестоимость производственная проданной продукции в отчетном году;

Сбаз./Вбаз. – коэффициент соотношения производственной себестоимости базисной и выручки от продаж в базисном году;

Сотч./Вотч. – коэффициент соотношения производственной себестоимости отчетной и выручки от продаж в отчетном году.

В учебной литературе рекомендуется определять разницу между величиной коэффициента соотношения производственной себестоимости проданной продукции и выручкой от продаж в отчетном году и величиной

коэффициента соотношения производственной себестоимости проданной продукции и выручки от продаж в базисном году, то есть предложено вычитать из отчетной величины базисную величину указанного коэффициента.

Оба алгоритма определения разности между коэффициентами соотношения производственной себестоимости и выручки от продаж являются корректными, но их отличие состоит в том, что при вычитании отчетной величины указанного коэффициента из базисного его значения, полученный вектор этого фактора соответствует вектору изменения прибыли от продаж за счет производственной себестоимости проданной продукции. Если же из отчетной величины коэффициента вычитается базисная величина, то вектор изменения прибыли за счет себестоимости не совпадает с вектором изменения себестоимости, учитывая обратную связь между прибылью и себестоимостью. То есть увеличение этого коэффициента в отчетном году по сравнению с базисной величиной уменьшает прибыль от продаж, следовательно, влияние себестоимости в этом случае является отрицательным, и наоборот: уменьшение отчетного значения коэффициента по сравнению с базисным значением увеличивает прибыль от продаж.

На четвертом этапе определяется влияние коммерческих расходов на изменение прибыли от продаж:

$$\pm \Delta \Pi_{\text{ком.расх.}} = \text{Вотч.} * (\text{КРотч.} / \text{Вотч.} - \text{КРбаз.} / \text{Вбаз.}), \quad (4)$$

где  $\pm \Delta \Pi_{\text{ком.расх.}}$  – изменение прибыли от продаж за счет изменения коммерческих расходов;

$\text{КРотч.} / \text{Вотч.}$  – коэффициент соотношения коммерческих расходов и выручки от продаж в отчетном году;

$\text{КРбаз.} / \text{Вбаз.}$  – коэффициент соотношения коммерческих расходов и выручки от продаж в базисном году.

На пятом этапе определяется влияние управленческих расходов на

изменение прибыли от продаж:

$$\pm \Delta \text{Пупр.расх.} = \text{Вотч.} * (\text{УРотч./Вотч.} - \text{УРбаз./Вбаз.}), \quad (5)$$

где  $\pm \Delta \text{Пупр.расх.}$  – изменение прибыли от продаж за счет изменения управленческих расходов;

УРотч./Вотч. – коэффициент соотношения управленческих расходов и выручки от продаж в отчетном году;

УРбаз./Вбаз. – коэффициент соотношения управленческих расходов и выручки от продаж в базисном году.

Механизм определения количественной меры влияния вектора коэффициента соотношения коммерческих расходов и выручки от продаж на изменение прибыли от продаж, а также влияния вектора коэффициента соотношения управленческих расходов и выручки от продаж на изменение прибыли от продаж аналогичен механизму анализа влияния себестоимости проданной продукции на изменение прибыли от продаж.

При факторном анализе прибыли до налогообложения определяется количественная мера влияния выручки от продаж, полной себестоимости продаж, проценты к получению, проценты к уплате, прочие доходы и прочие расходы, финансовые результаты от участия в других организациях.

При использовании факторного анализа чистой прибыли (убытка) определяют влияние налоговых изъятий из прибыли до налогообложения.

Методические положения факторного анализа прибыли до налогообложения и чистой прибыли остаются такими же, как и в анализе прибыли от продаж.

Практически значимым в исследовании финансовых результатов деятельности является анализ рентабельности продаж и влияния факторов на ее динамику, позволяющих выявить резервы повышения прибыльности реализации. Рентабельность продаж как соотношение прибыли от продаж и выручки характеризует эффективность управления деятельностью хозяйствующего субъекта.

Факторный анализ рентабельности продаж выполняется с участием различного количества факторов. Наиболее простая методика базируется на определении количественной меры влияния на рентабельность продаж выручки и прибыли (убытка). На первом этапе определяется рентабельность продаж в базисном и отчетном периодах, и ее изменение в отчетном году по сравнению с базисным. На втором этапе определяют расчетную величину рентабельности продаж с помощью приема цепной подстановки:

$$R_{\text{расч.}} = P_{\text{баз.}}/V_{\text{отч.}}*100\% , \quad (6)$$

где  $R_{\text{расч.}}$  – рентабельность продаж расчетная, %.

Далее определяют влияние выручки на изменение рентабельности продаж:

$$\pm \Delta R_{\text{за счет выручки}} = R_{\text{расч.}} - R_{\text{баз.}}, \quad (7)$$

где  $\pm \Delta R_{\text{за счет выручки}}$  – изменение рентабельности продаж за счет выручки;

$R_{\text{баз.}}$  – рентабельность продаж в базисном году как соотношение прибыли от продаж и выручки, %.

Затем определяют влияние прибыли на изменение рентабельности продаж:

$$\pm \Delta R_{\text{за счет прибыли}} = R_{\text{отч.}} - R_{\text{расч.}}, \quad (8)$$

где  $\pm \Delta R_{\text{за счет прибыли}}$  – изменение рентабельности, пунктопроценты;

$R_{\text{отч.}}$  – рентабельность продаж в отчетном периоде как соотношение прибыли от продаж и выручки, %.

Алгебраическая сумма факторов должна равняться общей величине отклонения рентабельности продаж в отчетном году по сравнению с рентабельностью продаж в базисном году.

Если поставлена задача определить меру влияния на изменение рентабельности продаж таких факторов, как: объем продажи продукции

(работ, услуг), средних цен реализации единицы продукции (работ, услуг), себестоимости продаж и структуры реализации, то методика анализа влияния на рентабельность продаж указанных факторов состоит в определении меры влияния на основе факторного анализа прибыли от реализации разнородных видов продукции или ассортимента одного вида продукции [4].

Из теории экономического анализа известно, что влияние объема продажи продукции (работ, услуг) определяют по формуле:

$$\pm \Delta \text{Пза счет объема продаж} = (\text{Врасч.} - \text{Вбаз.}) \cdot \frac{\text{Пбаз.}}{\text{Вбаз.}}, \quad (9)$$

где  $\pm \Delta \text{Пза счет объема продаж}$  – мера влияния объема продажи продукции на изменение прибыли от продаж;

Врасч. – выручка расчетная как произведение объема продукции за отчетный год и средней цены продажи единицы продукции за базисный период;

Пбаз./Вбаз. – коэффициент соотношения прибыли от продаж и выручки за базисный период.

Влияние средних цен продажи продукции на изменение прибыли от продаж определяют по формуле:

$$\pm \Delta \text{Пза счет средних цен} = \text{Вотч.} - \text{Врасч.}, \quad (10)$$

где  $\pm \Delta \text{Пза счет средних цен}$  – изменение прибыли от продаж за счет средних цен реализации продукции.

Влияние себестоимости продаж на изменение прибыли от продаж определяют по формуле:

$$\pm \Delta \text{Пза счет себестоимости} = \text{Срасч.} - \text{Сотч.}, \quad (11)$$

$\pm \Delta \text{Пза счет себестоимости}$  – изменение прибыли от продаж за счет себестоимости;

Срасч. – себестоимость продаж как произведение объема продажи продукции (работ, услуг) за отчетный период и себестоимости единицы продукции (работ, услуг) за базисный период;

Сотч. – себестоимость продаж за отчетный период.

Влияние структуры реализации на изменение прибыли от продаж определяют по формуле:

$$\pm \Delta \text{Пза счет структуры продаж} = \left( \frac{\text{Прасч.}}{\text{Врасч.}} - \frac{\text{Пбаз.}}{\text{Вбаз.}} \right) * \text{Врасч.}, \quad (12)$$

где  $\pm \Delta \text{Пза счет структуры продаж}$  – мера влияния на прибыль от продаж структуры реализации;

$\frac{\text{Прасч.}}{\text{Врасч.}}$  – коэффициент соотношения прибыли от продаж расчетной и выручки расчетной.

После подсчета количественной меры влияния факторов на изменение прибыли от продаж в отчетном году по сравнению с базисным годом определяют рентабельность продаж и величину изменения рентабельности за исследуемый период, а также коэффициент соотношения абсолютного значения прироста (уменьшения) прибыли и величины изменения рентабельности продаж. То есть определяют величину изменения прибыли от продаж, приходящуюся на один процент изменения рентабельности. Затем определяют значение рентабельности, соответствующее величине изменения прибыли от влияния анализируемых факторов.

Аналогичная методика приемлема для анализа влияния на изменение рентабельности продаж таких факторов, как выручка, себестоимость производственная, коммерческие расходы, управленческие расходы.

Апробируем методику факторного анализа прибыли от продаж по материалам финансовой отчетности ОАО «Агрообъединение «Кубань» Усть-Лабинского района, одного из ведущих на сельскохозяйственном рынке Краснодарского края. Основные результаты деятельности организации представлены в таблице 1.

Анализ показал, что в 2014 г. по сравнению с 2012 г. и 2013 г. произошло значительное увеличение выручки, валовой прибыли, прибыли



от продаж, прибыли до налогообложения и чистой прибыли.

Таблица 1 – Основные результаты деятельности ОАО «Агрообъединение «Кубань»

Показатель	2012 г.	2013 г.	2014 г.	Отклонение (+/-) в 2014 г.	
				от 2012 г.	от 2013 г.
Выручка от продажи продукции, работ, услуг, тыс. руб.	3222415	3364535	5166478	1944063	1801943
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ и услуг, тыс. руб.	2225877	2410120	3382287	1156410	972167
Валовая прибыль, тыс. руб.	996538	954415	1784191	787653	829776
Коммерческие расходы тыс. руб.	18685	31560	160781	142096	129221
Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.	977853	922855	1623410	645557	700555
Прочие доходы, тыс. руб.	526788	607579	915455	388667	307876
Прочие расходы, тыс. руб.	957319	933500	1428202	470883	494702
Прибыль (убыток) до налогообложения, тыс. руб.	547322	596934	1110664	563342	513730
Прочее, тыс. руб.	103	854	535	432	-319
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода, тыс. руб.	535531	590785	1091808	556277	501023
Рентабельность реализованной продукции, %	43,6	37,8	45,8	2,2	8,0
Рентабельность продаж, %	30,4	27,4	31,4	1,0	4,0
Рентабельность активов, %	9,1	8,0	12,1	3,0	4,1

Выручка возросла на 1944063-1801943 тыс. руб. или на 60,3-53,6% соответственно, валовая прибыль увеличилась на 79,0-86,9 %, прибыль от продаж на 66,0-75,9%, прибыль до налогообложения на 102,9-86,1%, а чистая прибыль на 103,9-84,8% за счет опережающих темпов роста финансовых результатов по сравнению с темпами повышения полной себестоимости продаж - в исследуемом периоде она повысилась на 57,9-45,1% соответственно.

Вследствие опережающих темпов роста прибыли от продаж по сравнению с темпами изменения выручки рентабельность продаж в 2014 г. повысилась до 31,4% или на 1,0-4,0 пунктопроцента в сравнении с 2012-2013 гг. соответственно, произошло повышение рентабельности активов на 3-4,1 пунктопроцента.

Рентабельность продаж в 2014 г. по сравнению с рентабельностью в 2012 г. повысилась на 1,0 пунктопроцент (см. таблицу 1); ему соответствует прирост прибыли от продаж 645557 тыс. руб. Определим меру влияния анализируемых факторов на изменение рентабельности продаж. Согласно положениям методики анализа влияния факторов на рентабельность продаж, изложенным выше, подсчитаем влияние прироста прибыли за счет выручки: 589933 тыс. руб. разделим на 645557 тыс. руб., получим 0,914 пунктопроцента.

Прирост прибыли от продаж за счет производственной себестоимости продаж, равной 186440 тыс. руб. повысил рентабельность продаж на 0,289 пунктопроцента ( $186440 \text{ тыс. руб.} / 645557 \text{ тыс. руб.}$ ), а уменьшение прибыли от продаж за счет роста коммерческих расходов снизили рентабельность продаж на 0,203 пунктопроцента ( $-130816 \text{ тыс. руб.} / 645557 \text{ тыс. руб.}$ ). Общее влияние анализируемых факторов на изменение рентабельности продаж равно 1,0 пунктопроцента ( $0,914 + 0,289 - 0,203$ ), то есть алгебраическая сумма факторов рентабельности равна общей величине прироста рентабельности продаж в 2014 г. по сравнению с 2012 г.

Результаты факторного анализа прибыли от продаж и рентабельности продаж показали, что уменьшение прибыли и снижение рентабельности произошло за счет увеличения коммерческих расходов на 130816 тыс. руб., за счет увеличения выручки в 2014 г. по сравнению с 2012 г. на 1994063 тыс. руб. прибыль от продаж возросла на 589933 тыс. руб. ( $1994063 * 0,3034535$ ) согласно формуле (2); за счет производственной

себестоимости прибыль от продаж увеличилась на 186440 тыс. руб.  $[(0,69075-0,65466)*5166478]$  согласно формуле (3); за счет коммерческих расходов прибыль от продаж уменьшилась на 130816 тыс. руб.  $[(0,00580-0,03112)*5166478]$ .

Проверка расчета количественной меры влияния факторов показала: алгебраическая сумма факторов (выручки, производственной себестоимости продаж и коммерческих расходов) равна общей величине прироста прибыли от продаж в 2014 г. по сравнению с 2012 г.; то есть  $645557$  тыс. руб. =  $589933$  тыс. руб. +  $186440$  тыс. руб. -  $130816$  тыс. руб.;  $645557 = 645557$ .

Поэтому поиск резервов увеличения прибыли и повышения рентабельности продаж следует сосредоточить на коммерческих расходах.

Кроме того, обоснованию резервов увеличения выручки и прибыли, повышения рентабельности продаж способствует факторный анализ выручки и финансовых результатов реализации видов продукции, формирующих значительную массу дохода организации в общей его величине. В ОАО «Агрообъединение «Кубань» выручку и финансовые результаты продажи формируют зерно, маслосемена подсолнечника, сахарная свекла (фабричная), соя, животноводческая продукция (в основном молоко, а живая масса скота формирует выручку и убытки).

Использование приемов факторного анализа финансовых результатов реализации основных товарных видов продукции растениеводства ОАО «Агрообъединение «Кубань» выявило количественную меру влияния факторов на прибыль (таблица 2).

Так, от реализации сои в 2014 г. по сравнению с 2012 г. прибыль увеличилась на 73509 тыс. руб., в том числе за счет объема продажи она возросла на 875 тыс. руб., а повышение средней цены реализации 1 ц увеличило прибыль на 110555 тыс. руб.; рост себестоимости уменьшил прибыль на 37921 тыс. руб.

Таблица 2 – Факторный анализ финансовых результатов продажи основных товарных видов продукции растениеводства ОАО «Агрообъединение «Кубань»

Показатель, вид продукции	2012 г.	2013 г.	2014 г.	Изменение (+/-) в 2014 г. по сравнению с 2012 г.			
				всего	в том числе за счет		
					Объема	средних цен	себестоимости
Зерно:							
Продано, ц	1410400	1990160	2177350	766950	X	X	X
Средняя цена реализации 1 ц, руб.	719,38	671,46	716,77	-2,61	X	X	X
Себестоимость 1 ц., руб.	373,19	371,31	407,69	34,50	X	X	X
Финансовый результат, тыс. руб.	488256	597347	672977	184721	265504	-5677	-75106
Подсолнечник:							
Продано, ц	251360	57630	215110	-36250	X	X	X
Средняя цена реализации 1 ц, руб.	1581,26	2394,15	1903,81	322,55	X	X	X
Себестоимость 1 ц, руб.	541,55	671,29	650,50	108,95	X	X	X
Финансовый результат, тыс. руб.	261343	99288	269601	8258	-37689	69383	-23436
Соя:							
Продано, ц	176170	79100	177270	1100	X	X	X
Средняя цена реализации 1 ц, руб.	1496,03	1752,49	2119,69	623,66	X	X	X
Себестоимость 1 ц, руб.	700,05	800,76	913,97	213,92	X	X	X
Финансовый результат, тыс. руб.	140229	75282	213738	73509	875	110555	-37921
Сахарная свекла:							
Продано, ц	3316780	3977767	3741456	424676	X	X	X
Средняя цена реализации 1 ц, руб.	132,76	133,54	186,93	54,17	X	X	X
Себестоимость 1 ц, руб.	108,67	86,16	104,23	-4,43	X	X	X
Финансовый результат, тыс. руб.	79906	188436	309397	229491	10231	202674	16586

Продажа свеклокорней в 2014 г. по сравнению с 2012 г. увеличила прибыль на 229491 тыс. руб., в том числе за счет объема реализации прибыль возросла на 10231 тыс. руб.; повышение средней цены увеличило прибыль на 202674 тыс. руб., а за счет снижения себестоимости 1 ц свеклокорней прибыль возросла на 16586 тыс. руб.

Влияние средней цены продажи 1 т продукции на выручку определим по формуле:

$$\pm \Delta B_{\text{ц}} = (\text{Ц}_{\text{отч.}} - \text{Ц}_{\text{баз.}}) * V_{\text{отч.}}, \quad (13)$$

где  $\text{Ц}_{\text{отч.}}$  - средняя цена продажи 1 т продукции в отчетном году.

Влияние объема продажи продукции на изменение финансового результата в отчетном году по сравнению с базисным определим по формуле:

$$\pm \Delta \Pi = (V_{\text{отч.}} - V_{\text{баз.}}) * (\text{Ц}_{\text{баз.}} - \bar{\text{С}}_{\text{баз.}}), \quad (14)$$

где  $\bar{\text{С}}_{\text{баз.}}$  - средняя себестоимость 1 т продукции базисного года.

Влияние себестоимости 1 т продукции на изменение финансового результата:

$$\pm \Delta \bar{\text{С}} = (\bar{\text{С}}_{\text{отч.}} - \bar{\text{С}}_{\text{баз.}}) * V_{\text{отч.}}, \quad (15)$$

где  $\bar{\text{С}}_{\text{отч.}}$  - себестоимость 1 т продукции в отчетном году;

$\bar{\text{С}}_{\text{баз.}}$  - себестоимость 1 т продукции в базисном году.

Подводя итог факторного анализа финансовых результатов реализации продукции растениеводства, отметим отрицательное влияние на прибыль от продаж следующих факторов: за счет сокращения объема продаж маслосемян подсолнечника прибыль уменьшилась на 37689 тыс. руб.; за счет снижения средней цены реализации 1 ц зерна произошло уменьшение прибыли на 5677 тыс. руб.; повышение себестоимости зерна, маслосемян подсолнечника, сои привело к уменьшению прибыли от продаж на 136463 тыс. руб.

Таким образом, в качестве резерва увеличения прибыли от продаж можно принять сумму уменьшения прибыли за счет объема продажи

маслосемян подсолнечника (37689 тыс. руб.) и недополучение 5677 тыс. руб. прибыли от снижения средней цены реализации 1 ц зерна; общая сумма резерва равна 43366 тыс. руб. Уменьшение прибыли от продаж за счет повышения себестоимости продукции на 136463 тыс. руб. считать резервом, по нашему мнению, нельзя вследствие неясности причин удорожания произведенной продукции. Определение объективной величины резерва роста прибыли за счет снижения себестоимости продукции возможно только на основе разграничения потерь от влияния инфляции, нарушения технологии производства, трудовой дисциплины и других факторов. В этом должны разобраться отраслевые специалисты и руководители, чтобы объективные результаты анализа легли в основу мероприятий по их практической высокоэффективной реализации.

### Литература

1. Балабанов И. Т. Анализ и планирование финансов хозяйствующего субъекта. М. : Финансы и статистика, 2009.- 243 с.
2. Прудников, А. Г. Методологические проблемы анализа и оценки финансового состояния аграрных формирований/ А. Г. Прудников, А. И. Трубилин, А. А. Черник. – Краснодар, КубГАУ, 2010. – 251 с.
3. Прудников А. Г., Горпинченко К. Н. Концептуальный подход к управлению инновационными процессами в зерновом производстве региона// Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. -2012. -№83. – 18 с.
4. Комплексный экономический анализ: учеб. методическое пособие /Н. К. Васильева, А. Г. Прудников, А. И. Трубилин и др./; под общ. ред. Н. К. Васильевой, А. Г. Прудникова. – Краснодар: КубГАУ, 2011. – 121с.
5. Шеремет А. Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: учебн. пособие / А. Д. Шеремет. – М.: Инфра – М, 2015. – 255 с.

### References

1. Balabanov I. T. Analiz i planirovanie finansov hozjjajstvujushhego sub#-ekta. M. : Finansy i statistika, 2009.- 243 s.
2. Prudnikov, A. G. Metodologicheskie problemy analiza i ocenki finansovogo sostojanija agrarnyh formirovanij/ A. G. Prudnikov, A. I. Trubilin, A. A. Chernik. – Krasnodar, KubGAU, 2010. – 251 s.
3. Prudnikov A. G., Gorpincenko K. N. Konceptual'nyj podhod k upravleniju

innovacionnymi processami v zernovom proizvodstve regiona// Politematicheskij setevoj jelektronnyj nauchnyj zhurnal Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta. -2012. - №83. – 18 s.

4. Kompleksnyj jekonomicheskij analiz: ucheb. metodicheskoe posobie /N. K. Vasil'eva, A. G. Prudnikov, A. I. Trubilin i dr./; pod obshh. red. N. K. Vasil'evoj, A. G. Prudnikova. – Krasnodar: KubGAU, 2011. – 121s.

5. Sheremet A. D. Kompleksnyj analiz hozjajstvennoj dejatel'nosti: uchebn. posobie / A. D. Sheremet. – M.: Infra – M, 2015. – 255 s.