

УДК 336.33

***МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПРИМЕНЕНИЮ ФАКТОРНОГО  
АНАЛИЗА ДЛЯ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ  
ПРЕДПРИЯТИЕМ***

***Тарасова Е.А.***

*студент,*

*Белгородский государственный национальный исследовательский  
университет*

*г. Белгород, Россия<sup>1</sup>*

**Аннотация**

В данной статье рассматривается понятие факторного анализа и его применение при оценке эффективности управления предприятием. Также исследуются методические подходы к применению данного факторного анализа. Выявлено, что не вся информация, содержащаяся в финансовой отчетности предприятия, является достоверной и объективной, следовательно, факторный анализ позволяет оценить величину изменения объема продаж под воздействием определенных факторов.

**Ключевые слова:** финансовый результат, оценка эффективности управления предприятием, факторный анализ, методические подходы.

***METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE APPLICATION OF  
FACTOR ANALYSIS FOR EVALUATION OF ENTERPRISE MANAGEMENT  
EFFICIENCY***

***Tarasova E.A.***

*student,*

*Belgorod State National Research University*

---

<sup>1</sup> Научный руководитель Мельникова Н. С. к.э.н., доцент, Белгородский государственный национальный исследовательский университет г. Белгород, Россия

*Belgorod, Russia*

### **Abstract**

This article deals with the concept of factor analysis and its application in assessing the effectiveness of enterprise management. Also, methodical approaches to the application of this factor analysis are investigated. It is revealed that not all the information contained in the financial statements of the enterprise is reliable and objective, therefore, factor analysis allows to estimate the value of changes in sales volume under the influence of certain factors.

**Key words:** financial result, evaluation of enterprise management efficiency, factor analysis, methodological approaches.

Основной целью деятельности любой коммерческой организации, независимо от ее размера и сферы деятельности, является получение прибыли.

Финансовый результат — один из ключевых показателей деятельности организации, который представляет интерес для всех пользователей бухгалтерской информации.

Оценка финансовых результатов компании — это целенаправленный процесс, направленный на определение наиболее эффективных способов использования ресурсов компании и структуры ее активов.

В настоящее время существует объективная необходимость в анализе финансовых результатов, чтобы улучшить финансовое состояние компании. Одним из значимых инструментов для оценки показателей финансов является сложный и систематический способ изучения и измерения влияния факторов на значение эффективного показателя, то есть факторный анализ.

Факторный анализ — это статистический метод, который сужает набор переменных, сводя все их общие черты к меньшему количеству факторов. Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

Также, это можно назвать сокращением данных.

Эффективное использование факторного анализа требует нескольких методологических подходов. Для начала необходимо выявить то, какие цели имеет исследование при оценке эффективности управления предприятием, затем подбираются факторы для анализирования управленческих проблем организации. Допустим, оценивая эффективность управления финансами в организации (т.е. цель исследования), факторами оценки будут являться рентабельность, ликвидность и т.п. [3].

Одним из источников данных факторного анализа является «Отчет о финансовых результатах», в которых содержится информация о прибыли, расходах и т.д.

Факторный анализ предполагает сбор данных о доходности предприятия и различных факторах, которые на нее влияют. Какие факторы влияют или не влияют на прибыль, можно узнать благодаря методам статистики факторного анализа [4]. Рассмотрим факторный анализ прибыли от продаж (рис. 1).

$$\Pi_{\text{от прод}} = V_p - \text{CC} - \text{КР} - \text{УР}$$

$V_p$ — выручка от продажи
$\text{CC}$ — себестоимость продаж
$\text{КР}$ — коммерческие расходы
$\text{УР}$ — управленческие расходы

Рис. 1. Методика оценки факторного анализа прибыли от продаж

Источник: [1]

Далее, рассмотрим несколько этапов, при которых проводится факторный анализ. Первый шаг: расчет влияния объема продаж на прибыль. Существует два способа, данный показатель которых может быть рассчитан (рис. 2).

$$\Delta\Pi(V_p) = (V_{p1} - V_{p0}) * \Pi_0/V_{p0}$$

$\Pi_0 / V_{p0}$  — рентабельность продаж предыдущего периода

$V_{p1}$  и  $V_{p0}$  — выручка от продажи предыдущего и отчетного периода

$\Pi_0$  — прибыль от продаж предыдущего периода

$$\Delta\Pi(V_p) = \Pi_0 * V_{p1} / V_{p0} - \Pi_0$$

$\Pi_0 / V_{p0}$  — рентабельность продаж предыдущего периода

$V_{p1}$  и  $V_{p0}$  — выручка от продажи предыдущего и отчетного периода

$\Pi_0$  — прибыль от продаж предыдущего периода

Рис. 2. Методика оценки факторного анализа влияния объема продаж на прибыль

Источник: [1]

Для анализа влияния полной себестоимости на прибыль от продаж используем следующий шаг. Для этого полезно рассчитать коэффициент относительной себестоимости (себестоимость продаж на рубль), который показывает взаимосвязь между затратами и продажами [3]. Следует отметить, что себестоимость продаж обратно пропорциональна прибыли. Если себестоимость продаж снижается, то прибыль увеличивается, и наоборот, если себестоимость продаж снижается, то прибыль уменьшается (рис. 3).

$$\Delta\Pi(CC) = V_{p1} * (CC / V_{p1} - CC / V_{p0})$$

$CC_1 / V_{p1}$  и  $CC_0 / V_{p0}$  — затраты на один рубль продаж продукции, соответственно, в отчетном и предыдущем периодах

$V_{p1}$  — выручка от продажи текущего периода.

Рис. 3. Методика оценки факторного анализа влияния себестоимости на прибыль от продаж

Источник: [1]

На примере предприятия ПАО «Аэрофлот» проведем факторный анализ прибыли от продаж. Данные для его расчета представлены в таблице 1.

Таблица 1

Данные для расчета факторного анализа прибыли от продаж  
ПАО «Аэрофлот» за 2020–2022 годы, тыс. руб.

Показатель	Годы			Изменение, +/-	
	2020	2021	2022	2021/2020	2022/2021
Выручка от реализации	551767420	229766365	378657216	-322001055	148890851
Себестоимость продаж	-542976396	-331733965	-414313277	211242431	-82579312
Коммерческие расходы	-32512519	-15794465	-20901191	16718054	-5106726
Управленческие расходы	-13074276	-12839436	-12921502	234840	-82066
Прибыль (убыток) от продаж	-36795771	-130601501	-69478754	-93805730	61122747

Оценка результатов факторного анализа прибыли от продаж представлена в таблице 2.

Таблица 2

Оценка результатов факторного анализа прибыли от продаж  
ПАО «Аэрофлот» за 2020–2022 годы, тыс. руб.

Наименование факторы	Сумма	
	2021/2020	2022/2021
За счет изменения товарооборота	-322001055	148890851
За счет изменения издержек обращения	211242431	-82579312
За счет изменения коммерческих расходов	16718054	-5106726
За счет изменения управленческих расходов	234840	-82066
Совокупное влияние факторов	-93805730	61122747

По результатам факторного анализа прибыли от продаж ПАО «Аэрофлот» можно сказать, что за счет увеличения товарооборота прибыль от продаж снизилась в 2021 году по отношению к 2020 году на 322 001 055 тыс. руб., а в 2022 году относительно 2021 года она увеличилась на 14 889 0851 тыс. руб. За счет увеличения издержек обращения прибыль от продаж ПАО «Аэрофлот» увеличилась в 2021 году относительно 2020 года на 211 242 431 тыс. руб., а в 2022 году относительно 2021 года снизилась на

82 579 312 тыс. руб. За счет увеличения коммерческих расходов прибыль от продаж увеличилась в 2021 году относительно 2020 года на 16 718 054 тыс. руб., а в 2022 году относительно 2021 года данный показатель снизился на 5 106 726 тыс. руб.

В целом, прибыль от реализации сократилась в 2021 году относительно 2020 года на 93 805 730 тыс. руб., а в 2022 году относительно 2020 года, наоборот, возросла на 61 122 747 тыс. руб.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что не вся информация, содержащаяся в финансовой отчетности, является достоверной и объективной. Поскольку многие влияющие факторы не отражаются в финансовой отчетности, аналитикам приходится рассматривать ряд вторичных причин изменений, таких как изменение фактического уровня фактических отпускных цен, фактическое изменение коммерческих расходов, изменение объема проданных товаров и услуг, изменение состава проданных товаров и услуг.

Что касается методологического подхода к факторному анализу, то следует отметить, что факторный анализ позволяет оценить величину изменения объема продаж под воздействием определенных факторов. Наиболее часто для факторного анализа оборота используются данные отчета о финансовых результатах. Факторный анализ – один из методов, используемых для оценки эффективности корпоративного управления.

### **Библиографический список:**

1. Азизова Л.Р., Шахбанов Р.Б. Методы анализа финансовых результатов коммерческого предприятия // Вестник научной мысли. – 2020. – № 2. – С. 18-21.

2. Гранина М.Ю. Методологические подходы к определению и анализу финансовых результатов коммерческого предприятия // Студенческий Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

форум. – 2020. – № 31-1 (124). – С. 38-42.

3. Идиятуллина Э. Н. Факторный анализ финансовой среды предприятия // Итоги научных исследований : Сборник статей Международной научно-практической конференции, Москва, 05 марта 2019 года. – Москва: ООО "Европейский фонд инновационного развития", 2019. – С. 43-47.

4. Мельникова Н. С., Деденева Д. Б. Пути увеличения финансовых результатов деятельности предприятия // Вектор экономики. – 2021. – № 4(58).

5. Родина Е. С. Факторный анализ финансовых результатов // Мировые и российские тренды развития экономических систем : Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции, Самара, 30 ноября 2019 года / Под. общ. ред. Н.М. Тюкавкина. – Самара: АНО «Издательство СНЦ», 2019. – С. 354-359.

*Оригинальность 92%*