

УДК 336.61 (075.8)

*Шарудина З.А.,
к.э.н., доцент
кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита
Краснодарского филиала РГТЭУ*

**ОСОБЕННОСТИ ФАКТОРНОГО АНАЛИЗА ФИНАНСОВЫХ
РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ И ТОРГОВЫХ
РОЗНИЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ**

**THE PECULIARITIES OF THE FACTOR ANALYSIS OF FINANCIAL
RESULTS OF PRODUCING AND TRADING RETAIL ORGANIZATIONS**

Аннотация: рассмотрены особенности формирования финансовых результатов деятельности производственных и торговых розничных организаций. Показана методика факторного анализа финансовых результатов деятельности производственных и торговых розничных организаций.

Abstract: depicts the peculiarities of financial results forming of producing and trading retail organizations activities. The methodology of the factor analysis of financial results of producing and trading retail organizations is shown.

Ключевые слова: маржинальная прибыль; валовая прибыль; прибыль от продаж; прибыль до налогообложения; чистая прибыль; рентабельность; факторный анализ.

Key words: marginal profit, gross profit, profit on sales, profit before tax, net profit, profitability, factor analysis.

Прибыль - важнейший показатель, характеризующий финансовый результат деятельности коммерческой организации, который выступает важнейшим фактором стимулирования производственной деятельности, создает финансовую основу для ее расширения и удовлетворения социальных потребностей трудового коллектива.

Рост прибыли определяет потенциальные возможности организации и повышает степень ее деловой активности. Сумма прибыли обусловлена объемом продаж продукции, ее качеством, ассортиментом, уровнем затрат и инфляционными процессами, в той или иной степени присущими экономике любой страны. Способность хозяйствующего субъекта обеспечить неуклонный рост прибыли и, следовательно, собственного капи-

тала может быть оценена системой показателей финансовых результатов. В общем виде показатели, характеризующие финансовые результаты деятельности организации, подразделяются на две основные группы: абсолютные (показатели прибыли или убытка) и относительные (показатели рентабельности).

Чтобы управлять прибылью, необходимо раскрыть механизм ее формирования, определить долю каждого фактора ее роста или снижения [7].

Методологической основой анализа финансовых результатов в условиях рыночных отношений является принятая модель их формирования и использования.

При проведении анализа могут быть использованы различные группировки показателей прибыли. В основе этих группировок всегда лежат те цели и задачи, которые решаются в процессе аналитических процедур пользователями конечных результатов этого анализа.

В процессе анализа используются следующие показатели прибыли:

- маржинальная прибыль (разность между выручкой от продажи товаров, продукции, работ, услуг и переменными затратами);
- валовая прибыль (разность между выручкой от продажи товаров, продукции, работ, услуг и себестоимостью проданных товаров, продукции, работ, услуг);
- прибыль от продаж (разность между валовой прибылью и коммерческими и управленческими расходами);
- налогооблагаемая прибыль (сумма прибыли от продаж и сальдо процентов к получению и процентов к уплате; доходов от участия в других организациях; сальдо прочих доходов и расходов);
- чистая прибыль (разность между прибылью до налогообложения с учетом изменений отложенных налоговых активов и отложенных налоговых обязательств и налогом на прибыль) [3].

Конечная цель анализа состоит в том, чтобы объяснить причины изменения и качество чистой прибыли - источника прироста капитала и выплаты дивидендов. Результаты анализа используются также и в прогнозировании финансовых результатов, что может быть использовано как во внутреннем, так и во внешнем анализе.

Одной из основных задач анализа финансовых результатов деятельности организации является выявление и измерение влияния внешних и внутренних факторов.

Особое внимание в процессе проведения факторного анализа должно быть уделено «качеству» чистой прибыли, которое в большей степени определяется ростом чис-

той прибыли за счет повышения отдачи ресурсного потенциала организации, т.е. за счет интенсификации использования основных факторов производства. Вместе с тем на «качество» чистой прибыли могут оказывать и ряд внешних (ситуация в соответствующем секторе рынка; общие финансово-экономические, политические, социальные, природно-климатические и др. условия бизнеса) и внутренних факторов (принятая учетная и налоговая политика, дивидендная политика и т.д.).

Оценка качества чистой прибыли может быть выполнена с учетом группировки факторов, влияющих на ее формирование по следующим направлениям:

- анализ учетной политики организации для целей бухгалтерского учета и оценка роли бухгалтерских методов в формировании чистой прибыли;
- анализ и оценка роли производственных факторов формирования прибыли от продаж как основного элемента чистой прибыли;
- анализ состава и структуры прочих доходов, оценка характера их формирования;
- анализ учетной политики организации для целей налогового учета и оценка влияния налоговых платежей на чистую прибыль [5].

Основными факторами, влияющими на чистую прибыль, являются показатели, участвующие в ее формировании. Аддитивная факторная модель чистой прибыли имеет следующий вид:

$$\text{ЧП} = \text{В} - \text{С} - \text{КР} - \text{УР} + \text{ДД} + \% \text{ П} - \% \text{ У} + \text{ПД} - \text{ПР} - \text{ТНП} \pm \text{ИОНО} \pm \text{ИОНА}, \quad (1)$$

где ЧП – чистая прибыль;

В - выручка;

С - себестоимость продаж;

КР - коммерческие расходы;

УР - управленческие расходы;

ДД - доходы от участия в других организациях;

% П - проценты к получению;

% У - проценты к уплате;

ПД - прочие доходы;

ПР - прочие расходы;

ТНП - текущий налог на прибыль;

ИОНО - изменение отложенных налоговых обязательств;

ИОНА - изменение отложенных налоговых активов.

Прибыль от продаж является главным источником формирования чистой прибыли организации, поэтому при проведении факторного анализа необходимо акцентировать внимание на данном показателе.

Проведение факторного анализа прибыли от продаж позволяет:

во-первых, оценить резервы повышения эффективности производства;

во-вторых, сформировать управленческие решения по использованию производственных факторов [2].

Одним из общепринятых подходов при проведении факторного анализа прибыли является систематизация и ранжирование факторов. Необходимость в систематизации факторов возникает в связи с многообразием воздействия внешних и внутренних факторов, а их ранжирование связано со степенью воздействия факторов (факторы первого, второго и т.д. порядка).

К факторам первого порядка, оказывающих влияние на изменение прибыли от продаж, являются выручка и расходы по обычным видам деятельности, сгруппированные по функциям: себестоимость продаж, коммерческие расходы и управленческие расходы [4].

Чтобы определить влияние на изменение суммы прибыли изменения выручки ($\Delta\Pi_{(в)}$) необходимо отклонение выручки отчетного периода от выручки предшествующего периода ($\Delta В$) умножить на уровень рентабельности продаж предшествующего периода ($Ур_0$), и полученный результат разделить на 100:

$$\Delta\Pi_{(в)} = (\Delta В \times Ур_0) : 100. \quad (2)$$

Чтобы определить влияние на изменение суммы прибыли изменения себестоимости продаж ($\Delta\Pi_{(с)}$) необходимо отклонение уровня себестоимости отчетного периода от уровня себестоимости предшествующего периода ($\Delta Ус$) умножить на сумму выручки отчетного периода ($В_1$), и полученный результат разделить на 100:

$$\Delta\Pi_{(с)} = (\Delta Ус \times В_1) : 100. \quad (3)$$

Влияние изменения коммерческих ($\Delta\Pi_{(кр)}$) и управленческих расходов ($\Delta\Pi_{(ур)}$) на изменение прибыли определяется аналогично предыдущему расчёту:

$$\Delta\Pi_{(кр)} = (\Delta Укр \times В_1) : 100; \quad (4)$$

$$\Delta\Pi_{(ур)} = (\Delta Уур \times В_1) : 100. \quad (5)$$

Следует иметь в виду, что изменение таких факторов, как себестоимость продаж, коммерческие и управленческие расходы оказывают обратное влияние на прибыль.

Таким образом, расчётным путём определяется влияние факторов на изменение прибыли от продаж, остальные факторы, формирующие прибыль до налогообложения и чистую прибыль, оказывают прямое влияние на их изменение.

При проведении внешнего факторного анализа финансовых результатов деятельности организации, когда основным источником информации используется форма «Отчет о прибылях и убытках», возможности аналитика ограничиваются определением влияния на прибыль только указанных выше факторов.

В качестве факторов первого порядка, оказывающих влияние на прибыль, можно отнести расходы по обычным видам деятельности, сгруппированные по элементам затрат и представленные в соответствующем разделе формы «Пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о прибылях и убытках» [1]. В данном случае факторная модель прибыли от продаж (Пп) является следующей моделью аддитивного вида:

$$\text{Пп} = \text{В} - \text{МЗ} - \text{ЗОТ} - \text{ОСН} - \text{А} - \text{ПЗ}, \quad (6)$$

где МЗ - материальные затраты;

ЗОТ - затраты на оплату труда;

ОСН - отчисления на социальные нужды;

А - амортизация;

ПЗ - прочие затраты.

Влияние указанных факторов можно рассчитать, используя метод цепных подстановок или метод абсолютных разниц.

К факторам второго порядка относятся те, которые оказывают влияние на прибыль от продаж опосредованно, влияя непосредственно на факторы первого порядка. К числу таких наиболее значимых факторов можно отнести: количество и структура реализованной продукции и уровень цен на нее; уровень цен и тарифов на потребляемые в процессе производства и продажи продукции сырье, материалы, услуги, трудозатраты и т.п. Для определения влияния указанных факторов необходимо использовать внутреннюю управленческую информацию, которая является конфиденциальной и представляет коммерческую тайну хозяйствующего субъекта.

Так, например, чтобы определить влияние изменения цены на изменение суммы прибыли от продажи продукции ($\Delta\Pi_{(ц)}$) необходимо отклонение по выручке за счет изменения цены ($\Delta\text{В}_{(ц)}$) умножить на уровень рентабельности продаж базисного периода, и полученный результат разделить на 100:

$$\Delta\Pi_{(ц)} = (\Delta\text{В}_{(ц)} \times \text{Ур}_0) : 100. \quad (7)$$

Влияние на изменение суммы прибыли изменения количества проданной продукции ($\Delta\Pi_{(к)}$) определяется умножением отклонения по выручке за счет изменения количества проданной продукции ($\Delta B_{(к)}$) на уровень рентабельности продаж предшествующего периода и делением полученного результата на 100:

$$\Delta\Pi_{(к)} = (\Delta B_{(к)} \times Ур_0) : 100. \quad (8)$$

При проведении внутреннего анализа процедура факторного анализа финансовых результатов деятельности организации сводится к следующему:

- определяется влияние общего объема продаж продукции и прибыли от единицы продукции на прибыль;
- оценивается влияние структурных сдвигов и удельной прибыли по каждому наименованию продукции на усредненную величину прибыли на единицу продукции;
- рассчитывается влияние цены продаж и себестоимости на прибыль от единицы продукции по каждому наименованию.

Так как организация процессов производства и бухгалтерский учёт фактов хозяйственно-финансовой деятельности существенно отличаются от организации и учёта коммерческой деятельности организаций торговли, считаем целесообразным акцентировать внимание на отдельных аспектах этих различий, которые играют важную роль в формировании финансовых результатов деятельности данных хозяйствующих субъектов.

1. Различия в технологии и организации процессов производства продукции и реализации товаров конечным потребителям.

Производство продукции отличается сложностью технологических процессов, многоступенчатостью этапов перехода от сырья до стадии готовой продукции.

Процесс розничной реализации товаров значительно упрощен. Его сущность заключается не в смене натурально-вещественной формы товаров, а в смене форм их стоимости.

2. Отраслевая специфика в порядке определения цены на изготовленную продукцию и реализуемые товары.

Процесс ценообразования продукции промышленных организаций содержит в своей основе сложные калькуляционные расчёты по определению производственной и полной себестоимости, а продажная цена реализуемых в розничной сети товаров определяется путём установления торговой наценки, размер которой должен покрывать расходы организаций, связанные с их реализацией. Однако отсутствие информации о

потоварно-групповой издержкоёмкости отдельных товаров и товарных групп не позволяет установить тот необходимый уровень торговой наценки, который бы обеспечивал рентабельность продаж.

3. Различные методологические подходы к определению и формированию затрат, приходящихся на единицу произведённой продукции и определённый товар или группу реализованных товаров.

Во всех производственных отраслях осуществляются калькуляционные расчёты с использованием различных методов, соответствующих конкретным хозяйственным условиям. В отечественной практике бухгалтерского учёта метод учёта затрат и калькулирования себестоимости продукции выбирается организацией самостоятельно в зависимости от ряда факторов: отраслевой принадлежности, применяемой технологии, ассортимента выпускаемой продукции и ряда других факторов, которые характеризуют ее индивидуальную особенность.

В действующей системе учёта, прогнозирования и анализа издержек обращения их оценка производится в абсолютном выражении и относительном выражении (в процентах к объёму продаж) в целом по всей организации и в разрезе отдельных статей расходов. Таким образом, не ведётся учёт издержек обращения по отдельным товарам и товарным группам и, следовательно, отсутствует информация о потоварно-групповых уровнях торговых расходов. Это не даёт увидеть, во что обходится продажа конкретных товаров, не позволяет выявить размеры валовых доходов, необходимых для определения прибыли и рентабельности по каждой товарной группе. Издержки обращения отражаются в бухгалтерских регистрах без увязки со структурой товарооборота, что затрудняет точный анализ и прогнозирование торговых расходов.

4. Порядок формирования финансового результата от реализации произведённой продукции и товаров, приобретённых для перепродажи.

Основным показателем, изначально формирующим финансовый результат деятельности производственных организаций, является выручка от продажи продукции.

Для организаций розничной торговли определена такая экономическая категория, как валовой доход, представляющий собой размер реализованных торговых наценок, и собственно с него начинается формирование финансового результата от продажи товаров.

5. Возможность выявления финансового результата отдельных структурных подразделений.

Специфика организации производства структурных единиц и подразделений организации позволяет фиксировать первоначальное потребление производственных ресурсов, а путём сопоставления их со стоимостью реализованной продукции, выявлять экономический эффект в виде прибыли.

Затраты розничных торговых организаций в разрезе отдельных структурных подразделений (отделов, секций) не находят своего отражения в регистрах бухгалтерского, оперативного и статистического учёта, что естественно, не позволяет выявлять их окончательный финансовый результат деятельности.

Розничной торговле как обособленной подотрасли, входящей в состав отрасли «торговля и общественное питание», также присущи и следующие отличительные особенности:

- высокая скорость оборота капитала;
- ежедневное использование денежной наличности;
- быстрое реагирование на изменения в экономической конъюнктуре и политической обстановке уровнем цен;
- непосредственный контакт с потребителями товаров способствует регулированию ценами спроса и предложения, что в свою очередь оказывает влияние на производство и потребление;
- изучая спрос на товары, розничная торговля реально воздействует на развитие общества в целом.

В торговых организациях основным прибылеобразующим показателем является валовой доход (реализованные торговые наценки), за счет которого покрываются издержки обращения. Прибыль от продаж в торговле рассчитывается по следующей формуле:

$$Пп = ВД - ИО, \quad (9)$$

где ВД - валовой доход;

ИО - издержки обращения.

С увеличением объема товарооборота при условии рентабельности продаж сумма прибыли увеличивается, а с уменьшением товарооборота – прибыль сокращается.

Чтобы определить влияние на изменение суммы прибыли изменения товарооборота ($\Delta П_{(T)}$) необходимо отклонение товарооборота отчетного периода от товарооборота предшествующего периода (ΔT) умножить на уровень рентабельности продаж предшествующего периода, и полученный результат разделить на 100:

$$\Delta\Pi_{(T)} = (\Delta T \times U_{p0}) : 100. \quad (10)$$

Так как торговые наценки дифференцированы по товарным группам, то влияние структурных сдвигов в реализации товаров сказывается на прибыли через изменение среднего уровня валового дохода. Чтобы определить влияние на изменение суммы прибыли изменения структуры товарооборота ($\Delta\Pi_{(вд)}$) необходимо отклонение уровня валового дохода отчетного периода от уровня валового дохода предшествующего периода ($\Delta U_{вд}$) умножить на объем товарооборота отчетного периода (T_1), и полученный результат разделить на 100:

$$\Delta\Pi_{(вд)} = (\Delta U_{вд} \times T_1) : 100. \quad (11)$$

Ход экономических реформ в России сопровождается значительным изменением ставок, тарифов на все виды услуг, а также колебаниями расходов по отдельным статьям издержек обращения по ряду причин. Поэтому очень важно определить тот необходимый размер торговой наценки на товары народного потребления, устанавливаемый в зависимости от покупательского спроса и других факторов, который бы позволил покрыть все расходы розничных организаций и получить оптимальную прибыль.

Изменение издержек обращения (расходов на продажу) оказывает обратное влияние на сумму прибыли. Чтобы определить влияние на изменение суммы прибыли изменения издержек обращения ($\Delta\Pi_{(ио)}$) необходимо отклонение уровня издержек обращения отчетного периода от уровня издержек обращения предшествующего периода ($\Delta U_{ио}$) умножить на объем товарооборота отчетного периода, и полученный результат разделить на 100:

$$\Delta\Pi_{(ио)} = (\Delta U_{ио} \times T_1) : 100. \quad (12)$$

Факторы, участвующие в формировании прибыли до налогообложения и чистой прибыли, - это факторы «прямого или обратного действия». Чтобы оценить их влияние необходимо определить отклонение по соответствующим показателям. На какую величину изменится фактор «прямого или обратного действия» на такую же сумму увеличится или уменьшится прибыль.

Комплексное исследование показателей прибыли во взаимосвязи с показателями выручки от продаж, затрат, активов, собственного и привлеченного капитала позволяет оценить эффективность деятельности организации и использования различного вида активов, капитала, расходов и т.п.

Показатели рентабельности оценивают величину прибыли, полученной с каждого рубля средств, вложенных в активы организации. Они используются при анализе

тенденций в соотношении прибыли и других показателей за ряд лет либо при сопоставлении аналогичных показателей внутри отрасли или по группе конкурирующих организаций [6].

Рентабельность организации характеризуется системой показателей, между которыми существует взаимосвязь и взаимозависимость. В свою очередь каждый из показателей рентабельности складывается под воздействием тех или иных процессов, происходящих в деятельности организации. Анализ рентабельности имеет существенное значение для определения стратегии развития организации, критериев повышения эффективности деятельности и окупаемости вложений в активы.

В международной практике разработаны и используются следующие группы показателей рентабельности:

- показатели рентабельности продукции,
- показатели рентабельности капитала (активов),
- показатели, рассчитанные на основе потоков наличных денежных средств.

Перечисленные показатели рентабельности по существу взаимодополняют друг друга в объяснении отдельных сторон формирования доходов компании.

Так как показатели рентабельности организации - это относительные коэффициенты, выражающие экономическую зависимость ряда показателей ее финансово-хозяйственной деятельности, анализ предусматривает построение различных факторных моделей соответствующих коэффициентов.

Методология факторного анализа показателей рентабельности предусматривает разложение исходных формул по всем качественным и количественным характеристикам повышения эффективности хозяйственной деятельности. В экономической литературе рекомендуются различные факторные модели анализа тех или иных показателей рентабельности, начиная с простых двухфакторных и заканчивая многофакторными моделями. С их помощью раскрывают причинно-следственные связи между финансовыми результатами и показателями финансового состояния организации.

Однако следует обратить внимание на то, что традиционный финансовый анализ дает группировки коэффициентов в соответствии с показателями финансовой устойчивости, платежеспособности, оборачиваемости и рентабельности. Этот подход, несмотря на простоту, не позволяет установить взаимозависимость между различными группами показателей. Кроме того, его недостатком является смешение показателей операционной и стратегической эффективности.

Список литературы

1. Приказ Минфина РФ «О формах бухгалтерской отчетности организаций» от 02.07.2010 № 66н // Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти. – 2010. - 30 августа. - № 35.
2. Белова М.В. Перспективы развития организации информационного обеспечения для управленческого учета / М.В. Белова. В сбор. материалов научно-практической конференции «Современные проблемы развития экономики и социальной сферы России». – Ставрополь: СтГАУ, 2004.
3. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. – 5-е изд., перераб и доп. / Г.В. Савицкая. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 536 с.
4. Скамай Л.Г. Экономический анализ деятельности предприятия: Учебник / Л.Г. Скамай, М.И. Трубочкина. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 296 с.
5. Лысенко Д.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебник для вузов/ Д.В. Лысенко. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 320 с.
6. Сосненко Л.С. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / Л.С. Сосненко, И.Н. Кивелиус, Е.Н. Свиридова. – М.: КноРус, 2012. – 256 с.
7. Шеремет А.Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: Учебник для вузов / А.Д. Шеремет. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 416 с.