Анализ отчета о финансовых результатах организации

План:

1. Значение и направления анализа отчета о финансовых результатах.
2. Анализ доходов и расходов. Анализ затрат на производство и реализацию продукции.
3. Оценка качества прибыли.
4. Факторный анализ прибыли.
5. Маржинальный анализ финансовых результатов.
6. Порядок расчета и оценка показателей рентабельности.

1 ВОПРОС.

Отчет о финансовых результатах является одним из важнейших форм финансовой отчетно­сти, которая позволяет оценить общую эффективность функционирования предприятия. Поэтому он считается основным источником информации для финансового анализа.

Отчет о финансовых результатах служит как бы связующим звеном между балансами раз­ных периодов и показывает, за счет чего произошли изменения в текущем балансе по сравнению с предыдущим. Вместе с тем данный отчет наглядно демонстрирует эффективность работы компа­нии с точки зрения ее собственников и акционеров, поскольку раскрывает суть изменений капита­ла компании в истекшем/текущем периоде за счет определенных доходов и расходов.

Отчет о финансовых результатах - форма бухгалтерской отчетности, характеризующая финансовые результаты деятельности организации за отчетный период.

Разница между совокупными доходами (без учета НДС, акцизов и др.) и совокупными рас­ходами отчетного периода представляет собой финансовый результат деятельности организации. Этот показатель является обобщающим и одновременно характеризует все стороны деятельности предприятия, поэтому анализ финансовых результатов имеет важнейшее значение с точки зрения комплексного подхода.

Главная задача анализа данного отчета заключается в объяснении причин изменения фи­нансового результата.

Таблица 1 - Организация анализа отчета о финансовых результатах.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Элементы | Характеристика |
| 1 | Задачианализа | 1. Оценка динамики, структуры и качества финансовых результатов;
2. Контроль за процессом формирования финансовых результатов и изучение возможностей получения прибыли в соответствии с имеющимся ресурсным
 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | потенциалом;1. Определение влияния внешних и внутренних факторов на финансовые ре­зультаты;
2. Выявление резервов увеличения прибыли и повышение уровня доходности бизнеса;
3. Выработка рекомендаций по улучшению системы управления прибылью.
 |
| 2 | Основные направле­ния ана­лиза | 1. Анализ состава, структуры и динамики доходов и расходов;
2. Маржинальный анализ (анализ безубыточности) - анализ зависимости между объемом производства, затратами на производство и маржинальной прибы­лью;
3. Анализ качества прибыли (оценка влияния учетной и налоговой политики на прибыль, стабильности прибыли от продаж, состава и структуры прочих до­ходов);
4. Анализ использования прибыли (состав направлений использования прибы­ли, динамика нераспределенной прибыли);
5. Анализ рентабельности (оценка экономической эффективности деятельности на основе соотношения прибыли с затратами);
6. Факторный анализ (анализ влияния объема реализации, структуры продук­ции, себестоимости и цены на прибыль).
 |

Основными методами анализа отчета о финансовых результатах являются горизонтальный, вертикальный, коэффициентный и факторный анализ. Причем вертикальный анализ отчета имеет особенности, так как предметом оценки является неоднородная совокупность — доходы и расхо­ды, прибыли и убытки. Возможны следующие методические подходы к анализу структуры отчета: за 100% принимается выручка от продаж; за 100% одновременно принимается общая сумма и до­ходов, и расходов организации. Отдельные статьи отчета оцениваются в доле к этим общим сум­марным показателям: отдельные виды доходов и прибылей в процентах к суммарным доходам, отдельные виды расходов (и убытков) — соответственно к общей сумме расходов организации.

2 ВОПРОС.

Анализ расходов и доходов раскрывает общую картину результатов функционирования и позволяет определить наиболее важные направления активизации деятельности предприятия.

Различных пользователей бухгалтерской отчетности интересуют только определенные по­казатели доходов и расходов предприятия. Например, администрацию предприятия интересуют объем полученных доходов и произведенных расходов, их структура и факторы, воздействующие на их величину. Налоговые органы заинтересованы в получении достоверной информации обо всех доходах и расходах как слагаемых налогооблагаемой базы прибыли. Потенциальных инв е- сторов интересуют вопросы качества доходов и их соотношение с расходами, т.е. рентабельности предприятия, устойчивости и надежности получения прибыли в ближайшей и обозримой перспек­тиве, для выбора и обоснования стратегии инвестиций, направленной на минимизацию потерь и финансовых рисков от вложений в активы данной организации.

Целью анализа доходов и расходов предприятия является оценка фактического уровня э ф- фективности деятельности организации, а также перспектив развития хозяйствующего субъекта. Для достижения данной цели решаются следующие задачи:

* анализ динамики, структуры доходов и расходов от основной деятельности, прочих доходов и расходов;
* анализ влияния доходов и расходов на величину прибыли;
* анализ влияния изменения доходов и расходов на изменение показателей эффективности дея­тельности предприятия;

В ходе анализа доходы и расходы делятся на две группы: от основной деятельности и про­чие. Преобладающими, как правило, являются доходы (расходы) от основной деятельности, кото­рые должны носить стабильный характер. Прочие доходы и расходы являются случайными. Ано­мально высокая доля прочих доходов может свидетельствовать, в частности, о том, что предприя­тие является производственным лишь формально. Уменьшение производственных фондов ставит под угрозу нормальное функционирование хозяйствующего субъекта. Высокий уровень и положи-

34

тельная динамика процентов к получению в составе прочих доходов может свидетельствовать об относительном избытке денежных средств на предприятии, что позволяет отвлекать их в предо­ставленные займы, банковские депозиты, ценные бумаги других организаций. Напротив, высокий уровень и положительная динамика процентов к уплате в составе прочих расходов могут быть связаны со значительной ролью заемных средств в финансировании деятельности предприятия.

Особую роль играет анализ расходов на производство и реализацию продукции, поскольку они являются ключевым фактором изменения прибыли предприятия. Он проводится по направле­ниям:

* анализ динамики обобщающих показателей себестоимости и факторов ее изменения;
* анализ структуры и динамики затрат по элементам;
* анализ затрат на 1 рубль продукции;
* выявление резервов снижения себестоимости.

Обобщающим показателем себестоимости продукции, отражающим ее связь с прибылью, являются затраты на рубль продукции (работ, услуг), определяемые отношением полной себесто­имости к стоимости производимой или реализуемой продукции. При его уровне ниже единицы производство продукции является рентабельным, при уровне выше единицы — убыточным. Ос­новными факторами, влияющими на изменение уровня затрат на рубль продукции являются: из­менение объема и структуры производства; изменение уровня затрат на отдельные изделия; изме­нение цен на продукцию.

1. ВОПРОС.

Существует множество подходов к определению качества прибыли.

1. Качество прибыли - обобщенная характеристика структуры источников формирования при­были организации. Именно этот подход является основой предлагаемого варианта системы ко­личественных показателей качества прибыли.
2. Качество прибыли отражает, насколько для данной организации характерен (стабилен) до­стигнутый уровень прибыли, а также степень использования хозяйственных резервов для его достижения. Высокое качество означает рост объема продаж и снижение затрат, а низкое каче­ство - рост цен без увеличения продаж в натуральных показателях.

Объектом анализа качества прибыли могут быть все финансовые результаты и все стадии их формирования. Однако, так как разные группы пользователей финансовой информацией пре­следуют различные цели, то и объект анализа определяется конкретно в каждом случае. В частн о­сти, если речь идет о качестве прибыли от продаж, то можно с уверенность говорить о том, что ее высокое качество характеризуется ростом объемов производства, снижением себестоимости про­дукции, позитивной динамикой величины этой прибыли, а также совершенствованием структуры источников ее формирования. Показателями же низкого качества прибыли является рост себесто­имости продукции, рост цен на продукцию без увеличения объема ее выпуска и реализации в натуральных показателях, волатильность суммы и структуры источников формирования этой при­были.

Главный фактор качества прибыли - снижение себестоимости продукции. На качество при­были влияют и другие факторы:

* процентная ставка по кредитам (чем она ниже, тем выше качество прибыли);
* состояние расчетов с кредиторами (чем меньше отношение просроченной кредиторской за­долженности к общей величине этой задолженности, тем выше качество прибыли);
* уровень рентабельности продаж (отношения чистой прибыли к объему реализации) - повыше­ние рентабельности продаж свидетельствует о высоком качестве прибыли;
* коэффициент достаточности прибыли - если организация имеет рентабельность выше отрас­левой, то качество прибыли высокое;
* структура рентабельности по видам продукции - повышение доли высокорентабельных изде­лий свидетельствует о высоком качестве прибыли.

В зависимости от целей анализа используются различные показатели качества прибыли — количественные и неколичественные. Особую аналитическую ценность имеют количественные показатели, при анализе которых качество прибыли характеризуется стабильностью (устойчиво-

стью) темпов прироста суммы различных видов прибыли и направленностью изменений структу­ры источников формирования финансовых результатов.

 Таблица 2 - Количественные показатели качества прибыли.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Показатель | Расчет | Характеристика |
| Качество валовой прибыли(оцениваются три показателя в совокупности) |
| 1 | Коэффициент (норма) валовой прибыли | К Пв \_ Пв/В | Устойчивое повышение коэффициента, что означает стабильный рост выручки, снижение себестоимости и, соответственно, устойчивый прирост доли валовой прибыли в выручке от продаж, что отражает положительные измене­ния в характере формирования валовой прибы­ли. Все это будет свидетельствовать о высоком качестве валовой прибыли. |
| 2 | Устойчивость темпов прироста валовой прибыли предприятия | Т Пв2 > Т Пв1 > 0 | Соблюдение неравенства свидетельствует о том, что темп прироста валовой прибыли устойчив (стабилен) и, соответственно, демонстрирует высокое качество валовой прибыли. |
| 3 | Индикатор каче­ства валовой прибыли | Т Пв > Т В > Т Спро-даж | Соблюдение неравенства означает повышение качества валовой прибыли. |
| Качество прибыли от продаж |
| 1 | Соотношение прибыли от про­даж и валовой прибыли | К Ппв = Пп / Пв | Устойчивость показателя характеризуется его ростом, который возможен лишь при сокраще­нии коммерческих и управленческих расходов, что свидетельствует о повышении качества при­были от продаж предприятия. Снижение показа­теля демонстрирует ухудшение структуры эле­ментов, формирующих прибыль от продаж. |
| 2 | Устойчивость темпов прироста прибыли от про­даж | Т Пп2 > Т Пп1 > 0 | Соблюдение неравенства свидетельствует о том, что темп прироста прибыли устойчив (стабилен) и, соответственно, демонстрирует высокое каче­ство прибыли от продаж. |
| 3 | Индикатор каче­ства прибыли от продаж | ТПп1 > Т В > ТСполн. | Соблюдение неравенства означает повышение качества прибыли от продаж. |
| Качество прибыли до налогообложения |
| 1 | Соотношение прибыли от про­даж и прибыли до налогообло­жения | К Ппн = Пп / Пн[0,5; 1] | Если показатель попадает в границы от 0,5 до 1, можно утверждать, что качество прибыли до налогообложения предприятия высокое. При этом она в основном формируется за счет при­были от основной деятельности. Иначе пред­приятие сворачивает свою основную деятель­ность, отдавая предпочтение получению дохо­дов за счет временных, случайных источников. |
| 2 | Устойчивость темпов прироста прибыли до налогообложения | Т Пн2 > Т Пн1 > 0 | Соблюдение неравенства свидетельствует о том, что темп прироста прибыли устойчив (стабилен) и, соответственно, демонстрирует высокое каче­ство прибыли. |
| Качество чистой прибыли предприятия |
| 1 | Коэффициент чистой прибыли | К Пч = Пч / В | Демонстрирует долю чистой прибыли в выручке от реализации продукции (товаров, услуг). Рост коэффициента может быть характеристикой по­ложительных изменений в структуре элементов, |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  | формирующих чистую прибыль. |
| 2 | Соотношение чистой прибыли и прибыли до налогообложения | К Пчн = Пч / Пн | Демонстрирует долю чистой прибыли в общей величине прибыли. Рост показателя свидетель­ствует о снижении расходов по налогу на при­быль. |
| 3 | Устойчивость темпов прироста чистой прибыли | Т Пч2 > Т Пч1 > 0 | Соблюдение неравенства свидетельствует о том, что темп прироста чистой прибыли устойчив и, соответственно, говорит о высоком качестве чи­стой прибыли. |

Стабильными (устойчивыми) темпы прироста суммы различных видов прибыли можно признать лишь в том случае, если значения соблюдаются не менее, чем в трех последних анализи­руемых периодах.

1. ВОПРОС.

Величина балансовой, налогооблагаемой и чистой прибыли зависит от многочисленных факторов. Результаты факторного анализа прибыли от продажи позволяют оценить резервы по­вышения эффективности производства и принять обоснованные управленческие решения.

Величина прибыли от реализации продукции зависит от объема реализации продукции, ее структуры, себестоимости, уровня цен реализации продукции. Величина балансовой прибыли за­висит от уровня прибыли от реализации продукции, уровня прибыли от прочей реализации, внере­ализационных доходов и расходов.

Основную часть прибыли предприятия получают от реализации продукции и услуг.

Таблица 3 - Факторы изменения прибыли от продаж.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Фактор | Характер влияния |
| 1 | Изменение объема продажи продукции | Увеличение объема продаж рентабельной продукции приводит к увеличению прибыли и улучшению финансового состояния пред­приятия. Рост объема реализации убыточной продукции влияет на уменьшение суммы прибыли |
| 2 | Изменение структу­ры ассортимента ре­ализованной продук­ции | Увеличение доли более рентабельных видов продукции в общем объеме реализации приводит к увеличению суммы прибыли. Уве­личение удельного веса низкорентабельной или убыточной про­дукции влияет на уменьшение прибыли |
| 3 | Изменение себестои­мости продукции | Снижение себестоимости приводит к росту прибыли, и наоборот, ее рост влияет на снижение прибыли. Такая зависимость существует в отношении коммерческих и управленческих расходов |
| 4 | Изменение цены реа­лизации продукции | При увеличении уровня цен сумма прибыли возрастает, и наоборот |

При факторном анализе можно использовать следующие факторные модели прибыли:

1. Аддитивная модель на основе отчета о финансовых результатах:

Ппр = Впр — Спр — УР — КР.

1. Смешанная модель на основе натурального объема продаж, удельной цены и затрат:

П = Q \* (Ц- С)

1. Смешанная модель с учетом влияния структурного фактора. Используется в случаях, ко­гда производится однородная продукция, что позволяет определить общий объем продаж в натуральном выражении (чаще всего это сделать невозможно):

П= ZlQ„r,lt, \* УД/ \* (Ц, - С}]

Недостатком этих моделей является то, что все факторы рассматриваются независимо друг от друга, без взаимосвязи между объемом продаж и себестоимостью. Предполагается, что объем продаж изменяется сам по себе, себестоимость и цены меняются не зависимо от объема продаж. На самом деле при увеличении объема продаж себестоимость единицы про­дукции снижается, так как на единицу приходится меньше постоянных расходов. Поэтому для обеспечения системного подхода при изучении факторов желательно использовать модели, построенные по правилам маржинального анализа.

1. Смешанная модель на основе маржинального анализа, в основе которой лежит деление за­трат на постоянные и переменные. При этом постоянные затраты берутся в расчете на весь объем реализованной продукции, а переменные в расчете на единицу продукции. Этот подход позволяет более точно определить влияние факторов, но осложняется тем, что на предприяти­ях не всегда организуется должный учет затрат с целью их деления на постоянные и перемен­ные:

П= Q \* (Ц-Рпер.) — Рпост П = Z***[йобщ.*** \* УД,. \* (Ц, ~ Pnepi) - Рпост ,]

1. ВОПРОС.

Большую роль в обосновании управленческих решений в бизнесе играет маржинальный анализ. Данный метод управленческих расчетов называют еще анализом безубыточности или со­действия доходу, или CVP-анализом. Он был разработан в 1930 г. американским инженером Уол­тером Раутенштрахом как метод планирования, известный под названием графика критического объема производства. Впервые подробно был описан в отечественной литературе в 1971 г. Н.Г. Чумаченко, а позднее — А.П. Зудилиным.

Сущность маржинального анализа заключается в изучении соотношения между тремя группами важнейших экономических показателей: «издержки — объем производства (реализации) продукции - прибыль» и прогнозировании величины каждого из этих показателей при заданном значении других.

В основу методики положено деление производственных и сбытовых затрат в зависимости от изменения объема деятельности предприятия на переменные (пропорциональные) и постоян­ные (непропорциональные). В теории маржинального анализа постоянные затраты рассматриваются как одно из направлений распределения прибыли, а не как составляющая себестоимости.

Достаточно сложно дать однозначный ответ, какой вариант соотношения постоянных и пе­ременных затрат лучше. Зачастую технологический процесс требует, чтобы постоянные затраты были высокими, а переменные затраты низкими, в этом случае при достижении больших объемов производства и стабильности продаж становится возможным получение высокой прибыли. При одинаковой сумме затрат уменьшение в ней доли постоянных расходов благоприятно воздейству­ет на финансовую стабильность предприятия: снижается значение точки безубыточности и сила воздействия операционного рычага, возрастает запас финансовой прочности. Производственные риски при этом снижаются, однако деятельность предприятия становится менее эффективной.

Маржа покрытия (маржинальный доход) - это выручка минус переменные издержки. Она включает в себя постоянные затраты и прибыль.

Цель маржинального анализа - что произойдет с финансовыми результатами, если объем производства изменится.

Маржинальный анализ (анализ безубыточности) позволяет решить задачи:

1. более точно исчислить влияние факторов на изменение суммы прибыли и на этой основе более эффективно управлять процессом формирования и прогнозирования ее величи­ны;
2. определить критический уровень объема продаж (порога рентабельности), постоян­ных затрат, цены при заданной величине соответствующих факторов, при котором финансо­вый результат будет равен нулю;
3. установить зону безопасности (зону безубыточности) предприятия;
4. исчислить необходимый объем продаж для получения заданной величины прибыли;
5. обосновать наиболее оптимальный вариант управленческих решений, касающихся изменения производственной мощности, ассортимента продукции, ценовой политики, вариан­тов оборудования, технологии производства, приобретения комплектующих деталей и др. с целью минимизации затрат и увеличения прибыли.

Проведение маржинального анализа требует соблюдения ряда условий, таких, как:

* необходимость деления издержек на две части - переменные и постоянные;
* переменные издержки изменяются пропорционально объему производства (реализа­ции) продукции;
* постоянные издержки не изменяются в пределах релевантного (значимого) объема производства (реализации) продукции, т.е. в диапазоне деловой активности предприятия, ко­торый установлен исходя из производственной мощности предприятия и спроса на продук­цию;
* тождество производства и реализации продукции в рамках рассматриваемого перио­да времени, т.е. запасы готовой продукции существенно не изменяются.

Важнейший недостаток применения маржинального анализа - условный характер разде­ления затрат на постоянные и переменные составляющие, что влечет за собой неточность полу­ченных результатов. Кроме того, при многономенклатурном производстве возникает проблема разделения переменных затрат общего характера между отдельными видами продукции. Существенно затрудняет проведение маржинального анализа отсутствие разбиения затрат в соста­ве накладных расходов по форме 2 «Отчет о финансовых результатах» на постоянную и перемен­ную составляющие.

Таблица 4 - Основные показатели маржинального анализа.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Показатель | Формула | Экономический смысл |
| 1 | Точкабезубыточно­сти | Тб = F / (p-v)F — совокупные по­стоянные затраты р — цена единицы продукции; v — переменные за­траты на единицу продукции. | Критический объем продукции, при реализации ко­торого прибыль равна нулю. Если фактическая вы­ручка предприятия больше критического значения, оно получает прибыль, в противном случае — убы­ток |
| 2 | Точказакрытияпредприятия | Тз = F / p | Объем выпуска, при котором оно становится эконо­мически неэффективным, т.е. при котором выручка равна постоянным затратам. Если фактический объ­ем производства и реализации продукции меньше предприятие не оправдывает своего существования и его следует закрыть. Если же фактический объем производства и реализации продукции больше, ему следует продолжать свою деятельность, даже если оно получает убыток |
| 3 | Зонабезопасности (зона прибы­ли) | ЗБ=ф-Тб | Разность между фактическим и безубыточным объ­емом продаж, и чем больше она, тем прочнее финан­совое состояние предприятия. Зона безопасности характеризует риск предприятия: чем она меньше, тем больше риск того, что фактический объем про­изводства и реализации продукции не достигнет критического уровня и предприятие окажется в зоне убытков. |
| 4 | Коэффици­ент зоны безопасности | Кзб = ЗБ / Qф \* 100 | Отношение зоны безопасности к фактическому объ­ему производства и реализации. Эта величина пока­жет, на сколько процентов может снизиться объем выпуска и реализации, чтобы избежать убытка. |

Если ставится задача определить объем реализации продукции для получения определенной суммы прибыли, формула будет иметь вид:

* = (F + П) / (p - v)

Зависимость между прибылью, объемом реализации продукции и ее себестоимостью мож­но описать графиком:

По горизонтали показывается объем реализации продукции в в натуральных единицах (ес­ли выпускается один вид продукции), или в денежной оценке (если график строится для несколь­ких видов продукции), по вертикали - себестоимость проданной продукции и прибыль, которые вместе составляют выручку от реализации. По графику можно установить, при каком объеме реа­лизации продукции предприятие получит прибыль, а при каком ее не будет.