

УДК 339.13.017

Н. М. Исмаилов,

доктор философии по экономике, доцент кафедры "Экономический анализ и аудит",
Азербайджанский государственный экономический университет

КЛАССИФИКАЦИЯ ФАКТОРОВ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ, СИСТЕМЫ И МЕТОДЫ ИХ АНАЛИЗА В УСЛОВИЯХ РЫНКА

N. Ismailov,

Ph.D. of economics, Associate professor of "Economic analysis and audit" Azerbaijan State Economic University

CLASSIFICATION OF FORMING FACTORS OF FINANCIAL RESULTS, SYSTEMS AND METHODS FOR THEIR ANALYSIS IN THE MARKET

В статье рассматриваются сущность и функции прибыли, проводится классификация факторов ее формирования. Сформулированы подходы к системам и методам анализа финансовых результатов в рыночных условиях.

The article deals essence and functions of profit, a classification of the factors of its forming. The approaches to systems and methods for the analysis of financial results in market conditions.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, финансовая отчетность, прибыль, конечный результат, результат хозяйственной деятельности, рентабельность, бухгалтерская прибыль, экономическая прибыль.

Key words: accounting, financial statements, profit, final result, result of economic activity, profitability, accounting profit, economic profit.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

В условиях рынка прибыль является важнейшим источником экономического и социального развития государства и общества в целом. Именно в этом ракурсе получение максимальной суммы прибыли рассматривается в качестве основной цели предпринимательской деятельности. Поэтому правильное понимание сущности, функции и факторов формирования прибыли позволяет построить действенный механизм учета и анализа ее использования в современных условиях.

ИЗЛОЖЕНИЕ ОСНОВНОГО МАТЕРИАЛА ИССЛЕДОВАНИЯ

Прибыль как важнейшая категория рыночных ценностей выступает в современных условиях в роли одного из основных показателей оценки финансовых результатов деятельности хозяйствующих субъектов. Будучи целью и мотивом предпринимательской деятельности, она образует ее материальную основу, за счет которой компании модернизируют производственный процесс, осуществляют инвестиционные вложения и финансирование социальных потребностей.

Прибыль как конечный результат деятельности является элементом взаимоотношений всех участников рынка. В экономической литературе и научных исследованиях встречаются различные толкования термина "конечный результат". Так, В.П. Грузинов, В.Д. Грибов, К.А. Раицкий считают, что "значение прибыли состоит в том, что она отражает конечный финансовый результат" [7; 12]. По мнению В.Г. Артеменко и М.В. Беллендира, "эффективность производственной, инвестиционной и финансовой деятельности предприятия выражается в достигнутых конечных финансовых результатах, итогом которых является бухгалтерская прибыль" [4].

Позиция автора по поводу данного понятия отражена в таблице 1 [10].

Помимо этого, ученые-экономисты приводят много убедительных доказательств о важной роли прибыли как показателя, который выражает краткосрочные и долгосрочные цели развития, достигнутый эффект, выступает стимулом к повышению результативности. Так, Ю.В. Богатин, В.А. Швандар считают необходимым и целесообразным ввести один сквозной итоговый показатель для измерения эффекта на всех уровнях экономики, в роли которого предлагают "общую или бухгалтерскую прибыль" [6]. И.Т. Балабанов, выдвигая в роли такого показателя чистую прибыль, утверждает, что она является "единственным показателем, который связывает результаты деятельности отдельных хозяйствующих субъектов с принципом самофинансирования" [5]. На его взгляд, доля чистой прибыли, оставшейся в распоряжении предприятия после уплаты налогов и других обязательных платежей, должна быть достаточной для финансирования производственной деятельности, научно-технического и социального развития предприятия, материального поощрения работников и акционеров. Предлагая в качестве меры эффективности прибыль и рентабельность, И.Т. Балабанов в то же время отмечает, что экономические показатели на разных уровнях управления экономикой не должны быть одинаковыми. Как считают В.П. Грузинов и В.Д. Грибов, "прибыль не может быть не только единственным, но даже главным показателем оценки деятельности" [7]. Развивая изложенную идею, они полагают, что "все аспекты деятельности предприятия с помощью прибыли оценить невозможно. Такого универсального показателя и не может быть" [7]. В целом, одна группа экономистов отрицает целесообразность использования прибыли

Таблица 1. Авторская интерпретация понятия "конечный результат"

Под конечным результатом производства и реализации понимается количественный и качественный итог деятельности, удовлетворяющий потребности и запросы потребителей.	Получение готовых к окончательному потреблению видов продукции и удовлетворение ими потребностей есть достижение конечных производственных результатов.
Конечный результат производства связан с удовлетворением потребности, но не сводится к нему. Один и тот же результат может быть достигнут различными затратами труда.	Под конечными результатами понимается не только выпуск и поставка продукции, но и повышение эффективности использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Степень удовлетворения потребностей является исходным пунктом в анализе конечных результатов деятельности.

быль, отражается на величине данного показателя, который используется для оценки эффективности и определения уровня рентабельности. Однако в экономической литературе встречается противоположная точка зрения, указывающая, что показатель рентабельности предъявляет слишком большие требования к эффективности и результатам деятельности коммерческих организаций.

ли в качестве индикатора эффективности, а другая, наоборот, признает ее главенствующую роль в системе показателей оценки деятельности.

Действительно, прибыль как важнейшая категория рыночных ценностей обладает значительными преимуществами перед другими показателями эффективности. Она, во-первых, представляет собой абсолютную сумму экономического эффекта, полученного в результате производственной и коммерческой деятельности, а во-вторых, тесно связана с количественными и качественными показателями работы, увеличением объема производства и реализации, ростом производительности труда, снижением затрат и улучшением качества продукции. Именно поэтому, при анализе результатов деятельности речь не должна идти о замене одного индикатора другим, так как использование прибыли в качестве показателя эффективности показало и отрицательные моменты. В этих условиях возникает необходимость в разработке системы показателей, дополняющих друг друга, характеризующих изучаемое явление с разных сторон и находящихся между собой в определенной функциональной связи.

Известен и тот факт, что разработка единой системы параметров и факторов формирования прибыли имеет важное значение для построения модели и организации анализа на уровне предприятий. Классификация факторов формирования прибыли и применение научно обоснованной системы показателей при построении модели анализа должно, по нашему мнению, сочетаться с оптимизацией по какому-либо одному критерию. Н.Г. Чумаченко и А.П. Зудилин в роли такого критерия предлагают "рентабельность или бухгалтерскую прибыль" [14; 8]. Мы придерживаемся той точки зрения, что при признании необходимости товарно-денежных отношений нельзя не признавать рентабельность в качестве обобщающего показателя. Существует дилемма: либо отрицание товарно-денежных отношений, либо признание категорий прибыли и рентабельности. Наличие единого критерия эффективности вовсе не означает, что обобщающий показатель эффективности экономики как целое, представляет собой механическую сумму показателей эффекта низовых звеньев. Речь должна идти о том, что все звенья экономики — от коммерческого предприятия до отдельного работника — должны настраивать свою хозяйственную деятельность по обобщающему критерию. Такой подход в методологическом и методическом плане, на наш взгляд, вполне обоснован, так как влияние всех наиболее существенных факторов, непосредственно формирующих при-

В условиях рынка одним из важнейших и актуальных проблем анализа является типология факторов формирования прибыли по различным классификационным признакам. Известно, что на величину прибыли, ее динамику воздействуют факторы, как зависящие, так и независящие от деятельности предприятия. Практически вне сферы воздействия находятся конъюнктура рынка, уровень цен на потребляемые материально-сырьевые и топливно-энергетические ресурсы, нормы амортизационных отчислений. В известной степени от деятельности предприятия зависят такие факторы, как уровень цен на реализуемую продукцию, заработная плата, уровень хозяйствования, конкурентоспособность продукции, организация производства и труда, финансовая и трудовая производительность, компетентность руководства и менеджеров. Практически доказано, что в условиях рынка компании в целях максимизации прибыли обладают четырьмя степенями свободы: 1) установлением цен; 2) формированием затрат; 3) формированием объемов продукции; 4) выбором номенклатуры и ассортимента продукции. Но этими же степенями свободы, на наш взгляд, обладают и все другие участники рынка. Поэтому каждое предприятие в процессе анализа должно учитывать не только свое поведение на рынке, но и поведение конкурентов. При этом особое внимание уделяется анализу слабых и сильных сторон деятельности предприятий и сравнению их финансово-экономических показателей с аналогичными показателями конкурентов, активно внедряющих инновации и работающих в более выгодных условиях.

Как видно, на изменение величины показателей прибыли и рентабельности влияет много факторов внутреннего и внешнего характера, изучение и измерение которых позволяет определить резервы их роста в современных условиях. Думается, что перечень факторов и методика их анализа predeterminedляются методикой формирования соответствующих показателей и информационной базой, имеющей вполне конкретный и разнонаправленный характер.

В экономической литературе приводятся различные варианты классификации факторов анализа формирования прибыли, характеризующиеся своей широтой, а также отсутствием по некоторым из них информации в финансовой отчетности. Научно обоснованная типология факторов формирования прибыли на основе классификационных признаков является одной из актуальных проблем совершенствования методологии и организации экономического анализа, особенно в условиях применения информационных технологий. Представ-

ляется, что разработка теоретических и практических основ методики экономического анализа прибыли в предлагаемом направлении переносит центр тяжести на анализ производственных факторов, от которых зависит конечный финансовый результат деятельности. По мнению В.И. Петрова, "факторы образования прибыли необходимо классифицировать по ряду признаков: прежде всего, в их составе должны быть выделены факторы комплексные и специфические" [11]. Действительно, в условиях рынка результаты деятельности зависят не только от эффективности использования факторов производства, но и от качества менеджмента, организации труда и производства, совершенствования технологических процессов и использования более экономичных материалов. Вместе с тем определить влияние последних на основе действующих методов анализа и форм бухгалтерской (финансовой) отчетности весьма сложно. С точки зрения формирования прибыли, они представляются как комплексные явления, и их влияние можно обнаружить только с помощью специфических факторов, которыми являются объем реализации, его структура, производственные затраты, цена и качество продукции. На уровень прибыли влияют не только вышеперечисленные факторы внутреннего порядка, но и внешние (например, колебание и волатильность рыночных цен, величина процентной ставки, налоговая и дивидендная политика). Думается, что определение влияния комплексных факторов через измерение специфических является одним из актуальных практических и методических проблем анализа прибыли в современных условиях.

Ученые-экономисты постсоветского пространства В.Г. Артеменко, М.В. Беллендир, В.И. Петрова, Н.А. Русак, Н.Г. Чумаченко, а также автор данной статьи считают целесообразным классифицировать факторы роста прибыли по организационно-экономическому признаку и предлагают выделить в их составе внешние и внутренние, определяющие и неопределяющие, зависящие и независящие от деятельности предприятий. При этом природные, транспортные и социально-экономические условия, уровень развития внешнеэкономических отношений, цены на ресурсы и тарифы на электроэнергию относятся к внешним факторам. Внутренние факторы по степени их детализации делятся на факторы первого (изменение прибыли от реализации; изменение величины процентов; изменение суммы прочих операционных доходов; изменение размера прочих внереализационных доходов) и второго (изменение объема реализации; изменение затрат; изменение продажных цен; изменение структуры реализации) порядка. В практике к внутренним факторам также относятся параметры, связанные с неправильным установлением цен, тарифов и норм амортизационных отчислений. Следует отметить, что, за исключением изменений производственных затрат, между факторами первого и второго порядков и бухгалтерской прибылью существует линейная взаимосвязь, и они находятся в прямой пропорциональной зависимости. Вышеназванные факторы являются составляющими элементами бухгалтерской прибыли, и некоторые из них (например, изменение структуры реализации) выступают как параметры смешанного характера.

Системное и комплексное решение задач финансового менеджмента в современных условиях требует определенной классификации резервов и источников увеличения прибыли коммерческих организаций. Это, прежде всего, касается резервов текущего и перспективного характера, которые входят в состав поэлементных и комплексных источников повышения роста прибыли и рентабельности. На практике к поэлементным резервам относятся увеличение объема реализации, изменение продажной цены объектов реализации, сокращение затрат и изменение структуры реализованной продукции. Каждый комплексный резерв включает в себя два и более элементов (увеличение разницы между ценой товара и затратами на его производство; увеличение объема производства товаров и прибыли от реализации единицы продукции), изменение которых имеет разнонаправленный характер. Все эти резервы в той или иной степени могут быть реализованы посредством использования соответствующего фактора (материально-технические; организационно-управленческие; экономические; социальные; экологические; рыночно-конъюнктурные; хозяйственно-правовые; административно-командные). Нетрудно заметить из этой классификации, что первые 5 факторов относятся к внутрифирменным, а остальные 3 фактора являются внешними по отношению к фирме, действие которых связано с рыночной конъюнктурой, законодательными и властными структурами (герменевтический подход).

Как справедливо отмечает В.И. Петрова, "в процессе анализа необходимо все факторы формирования прибыли подразделить на существенные, второстепенные и случайные" [11]. Такое деление, на наш взгляд, связано с отбором существенных факторов, определяющих уровень прибыли и рентабельности, зеркальным отображением которых является изменение информации на параметрическом уровне. Думается, что изучение действия существенных факторов можно считать основной задачей и ключевым моментом организации экономически грамотного анализа формирования прибыли.

В целом, рассмотренная эволюция теоретических подходов к выяснению сущности и типологии факторов формирования бухгалтерской прибыли на основе классификационных признаков показывает ее сложность и многомерность, вся совокупность которых полностью вбирает в себя неопределенность рынка. Данный параметр может отражать, как индивидуальные, так и коллективные результаты труда, который в системе показателей прежде всего играет роль связующего звена между отдельными факторами формирования прибыли, таких как: 1) прибылеобразующие факторы; 2) взаимовлияющие факторы; 3) факторы распределения прибыли; 4) факторы использования прибыли. Действие всех факторов и причин легко формализуется, что, в свою очередь, позволяет объединить их в двух группах, связанных с увеличением объема реализации и использованием производственных ресурсов. Факторы роста прибыли за счет снижения затрат и увеличения объема реализации действуют одновременно, но не всегда в одном направлении.

Известно, что прибыль от реализации занимает наибольший удельный вес в структуре бухгалтерской

прибыли, величина которой формируется под воздействием трех основных факторов субъективного и объективного характера: изменение объема реализации; изменение затрат; изменение цен. Участие объемного фактора в формировании прибыли значительно выше и воздействие последних двух факторов в определенной мере также зависит от масштаба реализации. Влияние объема и масштаба реализации проявляется через экономию производственных ресурсов, условно-постоянных и переменных расходов. В современных условиях большое значение имеют факторы роста прибыли (снижение материалоемкости, трудоемкости и фондоемкости), отражающие комплексную интенсификацию и эффективности производства. В практике возрастающие объемы производства и реализации могут сопровождаться увеличением выпуска высокорентабельных изделий в ущерб менее рентабельным: если эта продукция отвечает интересам потребителя и экономики государства, то увеличение ее производства и реализации закономерно. Как считает А.Д. Шеремет, поэтому в условиях рыночных отношений объем производства и реализации должен быть изучен по составу, структуре и качеству продукции. Согласно его мнения, необходимость такого анализа вызывается тем, что в общем показателе не находит отражения выполнение плана снижения затрат по отдельным изделиям с различным уровнем экономичности их производства [15]. Для осуществления такого анализа он предлагает определенную типологию выпускаемой продукции (нерентабельная, низкорентабельная; среднерентабельная; высокорентабельная), использование которой позволяет оценить на практике ассортиментную и ценовую политику предприятия. Названные факторы влияют на прибыль косвенно, и на практике математическое измерение их значения осуществляются с помощью показателей затрат и объема реализации. В целом факторы и методика их расчета, рекомендуемые в научной литературе для системного анализа прибыли, вытекают из информации, содержащейся в финансовой (бухгалтерской) отчетности.

Как видно, переход к Международным и Национальным Стандартам Бухгалтерского Учета и Отчетности требует формирования нового, более высокого уровня анализа прибыли и рентабельности. Несмотря на интенсивность научных исследований, связанных с разработкой различных аспектов анализа, сложившиеся методика и практика не в состоянии охватить большое число взаимосвязей экономических показателей-факторов. В этих условиях приоритетными направлениями дальнейшего развития экономического анализа прибыли и рентабельности являются совершенствование методики его организации на основе информационно-коммуникационных технологий.

С данной точки зрения, интересно обратиться к проблеме классификации форм и методов анализа прибыли, позволяющих получить количественную оценку отдельных аспектов ее формирования, распределения и использования в зависимости от:

1) объекта исследования (анализ формирования прибыли, анализ распределения и использования прибыли);

2) масштабов деятельности (анализ прибыли по предприятию в целом; анализ прибыли по центрам ответственности);

3) периода проведения (прогнозный анализ прибыли; оперативный анализ прибыли; ретроспективный анализ прибыли);

4) организации проведения (внешний анализ прибыли; внутренний анализ прибыли);

5) объема исследования (полный анализ прибыли; тематический анализ прибыли);

6) метода исследования (горизонтальный анализ прибыли; вертикальный анализ прибыли; факторный анализ прибыли; сравнительный анализ прибыли; анализ рисков; анализ коэффициентов; интегральный анализ прибыли).

Представляется, что ведущие зарубежные ученые-экономисты (в том числе из стран постсоветского пространства) достаточно полно аргументировали различные методы и формы анализа прибыли и дали развернутую сравнительную характеристику каждому из них. К сказанному следует добавить, что в экономической литературе встречаются расхождения только при определении влияния фактора "изменение объема реализации" в части оценки объема реализованной продукции. На практике различная оценка объема реализованной продукции, в свою очередь, приводит к существенным отклонениям в определении влияния на прибыль факторов смешанного характера, таких как "изменение объема реализованной продукции", "изменение структуры реализованной продукции". Думается, что наиболее точные результаты расчета факторов формирования прибыли дает оценка объема реализации по плановой себестоимости. В отдельных случаях несовершенство эмпирических методов экономического анализа результатов деятельности не позволяет в полной мере использовать имеющуюся бухгалтерскую (финансовую) информацию, оценить ее полезность и полноту. В этих условиях использование математических и эвристических методов экономического анализа дает возможность исследовать зависимость величины прибыли от всех действующих факторов ее формирования.

Применение математических и эвристических методов для решения одной задачи экономического анализа часто ведет к постановке новой задачи, в процессе решения которой становится неизбежным обращение к вопросу о последовательности проведения анализа. На наш взгляд, новая задача должна согласовываться с множеством других задач комплексного экономического анализа, среди которых особое место занимает разработка научно обоснованной системы показателей анализа результатов деятельности предприятий. Данная система показателей должна формироваться на основе их научной классификации. "Каждый экономический показатель в отдельности характеризует только определенную сторону — категорию производственных отношений, в совокупности составляющих понятие об экономике предприятия" [15]. "Только система показателей позволит нам получить приближенную модель экономической системы предприятия или его структурных подразделений" [11].

При анализе прибыли возникает необходимость классифицировать систему показателей по ряду признаков. Прежде всего, в их составе должны быть выделены обобщающие и частные показатели. Каждый из обобщающих параметров подразделяется на частные показатели, использование которых позволяет более полно выявить неиспользованные резервы текущего и перспективного характера. В этих условиях установление характера связи между прибылеобразующими факторами и результативными показателями приобретает первостепенное научно-практическое значение. На практике изучение взаимосвязей между этими параметрами проводится с использованием методов регрессионного анализа. По мнению В.И. Петровой, "регрессионный анализ позволяет измерить влияние таких факторов, которые с помощью только функционального анализа определить невозможно, выявить в математической форме долевое участие различных факторов в формировании прибыли и включить в расчет большое число переменных, то есть факторов формирования прибыли" [11].

С математической точки зрения задача факторного анализа прибыли есть исследование функции нескольких переменных. Так, прибыль можно представить как функцию семи переменных (факторов): изменения цен на продукцию; изменения цен на материалы и тарифы на электроэнергию; нарушения хозяйственной дисциплины; изменения объема продукции; изменения структуры продукции; изменения уровня затрат; изменения структуры затрат. Однако ряд авторов в целях совершенствования методики включают в модель анализа на начальном этапе логически отобранные семь и более существенных факторов, влияющих на величину прибыли. Теория и практика свидетельствуют, что введение в схему на начальном этапе большого числа факторов изменения прибыли осложняет проведение экспресс-анализа и носит чисто имитационный характер. Считается целесообразным уже на первом этапе анализа обратиться к минимальному количеству основных факторов, а при последующей детализации и углублении — вводить в схему дополнительные параметры, подразделяющиеся по способу образования на первичные и производные.

ВЫВОДЫ

Таким образом, рыночная экономика выдвигает немало важных, сложных задач в сфере управления результатами деятельности предприятий, в системе которых особое место занимают итоговые финансовые показатели. В этих условиях прибыль, наряду с другими стоимостными индикаторами, в значительной мере призвана способствовать укреплению рыночных отношений, обеспечивать удовлетворение экономических и социальных интересов различных групп пользователей информации финансовой отчетности. При этом объективную и точную оценку может дать целостная система экономического анализа, так как она органически увязывает все стороны и этапы формирования результатов деятельности. Использование всех представляющих интерес показателей, формируемых из

внешних и внутренних источников, позволяет создать на каждом предприятии целенаправленную систему информационного обеспечения, ориентированную на принятие стратегических и тактических решений финансового и инвестиционного характера. В связи с этим с особой остротой стоят задачи по совершенствованию действующих методик анализа результатов деятельности, отвечающих требованиям международных и национальных стандартов бухгалтерского учета и отчетности.

Литература:

1. Гражданский Кодекс Азербайджанской Республики. — Баку: Юридическая литература, 2007. — 776 с.
2. Налоговый Кодекс Азербайджанской Республики. — Баку: Юридическая литература, 2011. — 414 с.
3. Закон Азербайджанской Республики "О бухгалтерском учете", 29 июня 2004 г.
4. Артеменко В.Г., Беллендир М.В. Финансовый анализ: учебное пособие. — Москва: Изд-во "Дело и сервис", 1999. — 160 с.
5. Балабанов И.Т. Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъекта. — Москва: Финансы и статистика, 2000. — 208 с.
6. Богатин Ю.В., Швандар В.А. Производство прибыли: учеб. пособие для вузов. — Москва: Финансы, ЮНИТИ, 1998. — 256 с.
7. Грузинов В.П., Грибов В.Д. Экономика предприятия: учебное пособие. — Москва: Финансы и статистика, 1998. — 208 с.
8. Зудилин А.П. Анализ хозяйственной деятельности предприятий развитых капиталистических стран. — Екатеринбург: Каменный пояс, 1992. — 224 с.
9. Исмаилов Н.М. Формирование финансовых результатов: учетно-аналитические аспекты. — Баку: Элм, 2012. — 560 с.
10. Исмаилов Н.М. Факторный анализ прибыли и совершенствование механизма ее распределения в новых условиях хозяйствования: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. — Москва, 1992. — 204 с.
11. Петрова В.И. Системный анализ прибыли. — Москва: Финансы, 1978. — 144 с.
12. Раицкий К.А. Экономика организации (предприятия): учебник. — Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и Ко", 2003. — 1012 с.
13. Русак Н.А., Русак В.А. Финансовый анализ субъекта хозяйствования: справочное пособие. — Минск: Вышэйшая школа, 1997. — 309 с.
14. Чумаченко Н.Г. Учет и анализ в промышленном производстве США. — Москва: Финансы, 1971. — 237 с.
15. Шеремет А.Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: учебник для вузов. — Москва: ИНФРА-М, 2008. — 416 с.
16. Шеремет А.Д. Теория экономического анализа: учебник. — Москва: ИНФРА-М, 2005. — 365 с.
17. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С. Методика финансового анализа. — Москва: ИНФРА-М, 1995. — 176 с.
18. Шеремет А.Д., Негашев Е.В. Методика финансового анализа. — Москва: ИНФРА-М, 1999. — 208 с.

Стаття надійшла до редакції 26.07.2013 р.