ISSN 2311-8725 (Online)
ISSN 2073-039X (Print)

Теория экономического анализа

АНАЛИТИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ УСПЕШНОГО УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ (КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ АСПЕКТ)

Владимир Петрович ФОМИН[a,*], Павел Владимирович ФОМИН[b]

[a] доктор экономических наук, профессор кафедры бухгалтерского учета и экономического анализа, Самарский государственный экономический университет, Самара, Российская Федерация
fominvp@mail.ru

[b] студент факультета магистратуры, Самарский государственный экономический университет, Самара, Российская Федерация
fomin-p-v@mail.ru

[*] Ответственный автор

История статьи:
Принята 11.06.2015
Одобрена 22.06.2015

УДК 658.15

Ключевые слова: ноосферный финансовый результат, кругооборот, финансы, фактор, прибыль

Аннотация

Предмет и тема. Сценарий мирного разрешения глобальных конкурентных вызовов отечественной экономике во многом зависит от реализации явных и скрытых возможностей, обеспечивающих интенсификацию прироста антропогенных материальных благ опережающего качества. Положительные финансовые результаты (прибыль) деятельности коммерческих организаций являются финансовым отражением и индикатором этого прироста.

Цели и задачи. Целью исследования является нахождение органического соответствия особенностей аналитического инструментария, применяемого в управлении финансовыми результатами коммерческой организации, конкретике вариантов задач этого управления.

Методология. Теоретические и методологические основы исследования сформированы на основе интеграции различных областей научного знания, относящихся к теме. Например, применена аналоговая интерпретация всеобщих констант для финансового оборота. Обоснована необходимость использования институционального критерия для признания получаемой коммерческой организацией прибыли в виде соответствующего вклада в прирост экономической субстанции человеческой цивилизации.

Результаты. Показаны подходы к укрупненному порядку расчета прибыли, основанные на разнице между вырученной из оборота и вложенной в него величиной финансовых ресурсов с учетом обязательных инфраструктурных платежей. Выявлены аналоговые связи процесса формирования прибыли с всеобщими константами. Рассмотрены основные моменты детального факторного анализа прибыли в производственном аспекте на основе мультипликативных моделей с использованием показателей полной себестоимости и маржинально дохода. На основе критического обобщения методического материала, имеющегося в современном научном и практическом обороте, представлены алгоритмы факторного анализа прибыли от продаж, адаптированные для решения различных управленческих задач.

Обсуждение и применение. Предполагается использование найденных особенностей конкретных алгоритмов, выявляющих влияние факторов прибыли в практической и научной сферах деятельности.

Выводы и значимость. Конкретика задач факторного анализа прибыли требует соответствующей интерпретации экономического содержания этих факторов, что влечет за собой применение соответствующих и принципиально разных алгоритмов их расчета.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2015

Конкретика бизнеса в каждом виде хозяйственной деятельности уникальна, но основные факторы, обеспечивающие целевой прирост финансовых ресурсов или прибыль, носят универсальный характер. Способы определения значений этих факторов зависят от интерпретации их сущностного содержания. Этим объясняется важность тщательного методологического обоснования возможных подходов к выявлению влияния отдельных факторов на изменение финансовых результатов для оценки успешности предыдущих и аналитического обеспечения будущих управленческих решений.

Представляется целесообразным логическое обоснование сущности прибыли исходя из ее

имманентности общим законам мироздания, а убытка – как исключения из правил, когда они каким-либо образом нарушаются. Натурально-вещественное содержание прибыли в институциональном контексте отражает дополнительно полученные материальные блага сверх затраченных ресурсов и восстановленной возобновляемой их величины, что обеспечивает мотивацию и возможности расширения деловой активности.

Стабильные положительные финансовые результаты хозяйствующего субъекта говорят об успешности его экономической деятельности и обеспечивают прирост контролируемых им финансовых ресурсов. Условия и возможности такого прироста реализуются посредством деловой активности, которая трансформирует различные ресурсы, обеспечивая локальный прирост обновляемых материальных благ и экономической массы всей цивилизации в большем объеме, чем суммарно потребленные ресурсы. Исходный «строительный материал» этой массы в виде материи и энергии окружающего мира посредством деловой активности преобразуется в антропогенные ценности. Накапливаемая экономическая масса человеческой цивилизации (как специфический «ноосферный результат» ее активности) является продуктом действия законов природы, воплощенных в умственных и физических усилиях. Количественная характеристика этой ноосферной массы в абсолютном выражении основывается на оценке общей суммы различных видов материальных благ. Также аналитический интерес представляют относительные оценки этой массы. Одной из них является отношение фактического объема материальных благ планеты по разным позициям к потребностям с учетом численности населения, обоснованности притязаний на эти блага, а также доступности по доходам.

Современная человеческая цивилизация, в том числе ее экономика, как сформировавшиеся части наблюдаемого мира находятся в определенной расширяющейся стадии развития. Имеется множество аналогий подобного рода расширения природных явлений, например, увеличение массы нашей планеты за счет космической пыли, преобразования солнечного излучения, в том числе в биологической массе пшеницы, когда из одного зернышка вырастают почти пятьдесят в колосе и т.д. Это говорит в пользу целесообразности применения природного объективного критерия для признания факта получения коммерческой организацией прибыли на основе оценки принципиальной связи результатов ее деятельности с изменением экономической массы человеческой цивилизации в целом.

Обозримая с позиций современной науки история цивилизации за сотни тысяч лет показывает неуклонную тенденцию увеличения данной массы одновременно с экспоненциальным (особенно в последнее время) ростом населения планеты. Динамика этих величин (население и объем антропогенных благ) характеризуется цикличностью различных масштабов от локальных цивилизаций (шумеры, инки, ацтеки) до отдельных видов бизнес-деятельности (изготовление свинцовой посуды в Римской империи, граммофоны, аналоговая фотография). Представляется, что имманентная окружающему миру динамическая симметрия и сменяемость существующего и несуществующего являются движущей силой любых изменений, порождают цикличность на макро- и микроуровнях экономики [1, с. 33]. Суммарно все цивилизационные изменения складываются в общую тенденцию роста[1], видимо, из-за соответствия общемировым закономерностям формирования логического и виртуального отражений действительности в виде познания и понимания окружающего мира. Человечество продуцирует это «отражение» и использует его утилитарные возможности для обеспечения выживаемости и цикличного по форме процветания. Последнее выражается в тенденции прироста экономической массы, проявляющегося в широком диапазоне разнообразных и часто противоречивых событий. Закономерный конечный «ноосферный результат» (как алгебраическая сумма его положительных и отрицательных изменений) достигается чаще всего косвенным путем. Например, в рамках этологической демократии (разрешено все, что законодательно не запрещено) собственники конкретного бизнеса формируют свою прибыль любыми доступными средствами от производительного использования ресурсов до их банального присвоения, т.е. за счет других людей, не задумываясь о проблемах человечества в целом.

Такая же неоднозначность формирования «ноосферного результата» в виде изменения экономической массы человеческой цивилизации наблюдается при капиталистической организации общества и в условиях административно-командной системы. Здесь возможности развития цивилизации

[1] *Кузнецов Ю.А.* Математическое моделирование экономических циклов: факты, концепции, результаты // Экономический анализ: теория и практика. 2011. № 17. С. 50–61; № 18. С. 51.

на первый взгляд реализуются как сопутствующие эффекты процесса удовлетворения амбиций олигархов или властной вертикали. Однако более вероятно, что modus vivendi преобладающих типов социальных рефлексов обусловливается глубинными закономерностями развития окружающего мира, проявляющимися во множестве проб, ошибок и случайных явлений. С позиций формальной логики последние характеризуются избыточностью, являющейся платой за возможность эволюции. Думается, что одно из направлений этой эволюции заключается в формировании осознанной рациональности организации человеческого общества, когда действие законов природы постепенно придает этой рациональности необходимую количественную определенность и товарную форму с понятной для платежеспособного спроса потребительной стоимостью и рыночной оценкой.

Проблема определения общественно признаваемой (справедливой оценки) прибыли отдельного хозяйствующего субъекта (в бухгалтерском и экономическом аспектах [2, с. 249]) складывается из разнообразия подходов к количественному определению разницы между использованными ресурсами и полученными в результате материальными благами [3, с. 39]. Как правило, не вызывает сомнений объективность отражения ресурсозатрат, непосредственно входящих в состав готового продукта, так называемых прямых или переменных (зависящих от объема продукции, работ, услуг). Для обеспечения объективности учета и оправданности с ноосферных позиций остальных ресурсозатрат представляется целесообразным их разделение на накладные профильные (управленческие, коммерческие) и инфраструктурные (обеспечение всех видов защищенности, социально значимые вложения и подобное). При всем разнообразии и различии в экономическом содержании они зависят не только от производственной и общественной необходимости (объективной востребованности), связанной с масштабами, особенностями и изменяющимися условиями осуществления конкретного бизнеса. Косвенные, особенно управленческие и инфраструктурные, затраты имеют тенденцию к росту за счет субъективных факторов, так как фактически «назначаются» заинтересованными лицами. Институциональный контроль соблюдения общественно необходимого (на принципах здравого смысла) уровня этих затрат осуществляется многочисленными способами в основном за счет инфраструктурной составляющей этих же затрат в реальном секторе экономики. Последние являются основой формирования средств бюджетов различных уровней, которые по определению призваны обслуживать интересы прогрессивного развития конкретного государства как части цивилизации в целом. С точки зрения природной предназначенности этих средств эффективность их использования во многом зависит от позиции верхних эшелонов власти и достигнутого уровня культурного развития общества во всех его проявлениях.

Каждый собственник ожидает положительного финансового результата от своего уникально организованного вложения в бизнес финансовых ресурсов, т.е. их прироста или прибыли при соответствующей рентабельности. Прежде всего интерес представляют конечные результаты в виде чистой прибыли, которая непосредственно мотивирует деловую активность[2], из-за возможности превращаться в любые доступные на рынке блага исходя из предпочтений, амбиций, определенных планов и т.п. Однако современный бизнес значительно утратил целевую непосредственность значения прибыли, так как институционально принужден соблюдать социально значимые условия ее получения и одновременно обеспечивать свои стратегические перспективы, в том числе путем увеличения стоимости организации. Поэтому все большее внимание уделяется формированию интегрированной отчетности, органически объединяющей релевантные экономические, социальные и экологические данные для учета императива современных институциональных требований. Все это вызывает дополнительные затраты и актуализирует задачи, связанные с определением влияния отдельных факторов на формирование прибыли. В аналитическом раскрытии «тайны» формирования конечного результата чистой прибыли просматриваются по крайней мере два подхода. Первый – аддитивный [4, с. 325] с выявлением долевых составляющих в увеличенной после бизнес-оборота массе первоначально вложенных финансовых ресурсов. Принцип непрерывности бизнес-деятельности предполагает последовательно вычитать из этой увеличенной массы финансовых ресурсов прямые, накладные, инфраструктурные затраты, получая разные виды финансовых результатов (чистая выручка, маржа,

[2] *Толпегина* О.А. Анализ прибыли: теория и практика исследования // Экономический анализ: теория и практика. 2009. № 2. С. 35–44.

операционная, до налогообложения, чистая прибыль и т.д.). Каждое из вычитаемых является фактором-дестимулятором величины чистой прибыли, и чем он меньше, тем больше ее значение. Если в данном подходе условно ограничиться только основной деятельностью коммерческой организации, то примером расчета чистой прибыли от продаж является следующее выражение:

$$P_{ч} = Q - V - УЗ - КЗ - ИП,$$

где $P_{ч}$ – чистая прибыль (убыток) от продаж;

Q – выручка от продаж;

V, УЗ, КЗ, ИП – соответственно прямые (производственные) затраты в себестоимости проданной продукции, управленческие, коммерческие затраты, инфраструктурные платежи (налоговые и подобного рода).

Вариантом аддитивного подхода в факторном анализе величины прибыли является использование следующей формулы [5, с. 321; 6, с. 647]:

$$Q = V + C + P$$

или

$$P = Q - V - C.$$

Другой – мультипликативный – подход к анализу процесса формирования финансовых результатов за анализируемый период позволяет оценить влияние на них отдельных взаимосвязанных сил. Здесь прежде всего просматриваются два уровня. На первом фигурируют общие для финансового оборота факторы. Принципиальная схема выражается следующей формулой:

$$P = ФР \times O \times R_{о} = \sum_{i}^{n} f_i \, r_i \,, \qquad (1)$$

где P – прибыль (убыток) от продаж продукции;

ФР – финансовые ресурсы, участвующие в обороте по основной деятельности;

O – число оборотов за анализируемый период;

$R_{о}$ – рентабельность каждого оборота или темп прироста после его завершения;

n – число оборотов в течение анализируемого периода;

f_i – величина финансовых ресурсов, участвующих в i-м их обороте;

r_i – рентабельность i-го оборота.

На втором уровне фигурируют факторы, связанные с конкретикой каждого бизнеса [7, с. 76]:

$$P = Q - S = \sum Q_i - \sum S_i = \sum_{i}^{n} q_i \, z_i - \sum_{i}^{n} q_i \, s_i =$$
$$= \sum_{i}^{n} q_i (z_i - s_i) = \sum_{i}^{n} q_i \, p_i \qquad (2)$$

или

$$P = M - C = Q - V - C = \sum_{i}^{n} q_i \, z_i - \sum_{i}^{n} q_i \, v_i - C =$$
$$= \sum q_i (z_i - v_i) - C = \sum q_i \, m_i - C = \sum_{i}^{n} (q_i \, z_i) \, d_m - C =$$
$$= \sum_{i}^{n} Q_i \, d_m - C = Q \, d_m - C, \qquad (3)$$

где P – прибыль (убыток) от продаж всего объема всех n видов продукции;

Q, $\sum_{i}^{n} q_i \, z_i$ – выручка от всего объема продаж (Q_i – от i-го вида продукции);

S, $\sum_{i}^{n} q_i \, s_i$ – полная себестоимость всей проданной продукции (S_i – только i-го вида продукции);

q_i, z_i, s_i, p_i – соответственно для каждого i-го вида продукции количество в натурально-вещественных измерителях, цена единицы, полная себестоимость единицы, прибыль на единицу продукции, когда $p_i = z_i - s_i$;

M, C, V – соответственно общие величины маржинального дохода, условно-постоянных затрат и сокращенной себестоимости (по прямым затратам) всего объема продаж. Условность постоянных затрат заключается в том, что в долгосрочной перспективе они неизбежно становятся переменными [8, с. 116];

$V = \sum_{i}^{n} q_i \, v_i$ – сокращенная (только по прямым затратам) себестоимость объема продаж в целом, а v_i – прямые затраты на единицу i-го вида продукции;

$m_i = (z_i - v_i)$ – маржинальный доход в цене единицы i-го вида продукции;

d_m – удельный вес маржинального дохода в общем объеме продаж.

В свою очередь d_m рассчитывается следующим образом:

$$d_m = \frac{M}{Q} = \sum (d_{mi} \, d_i) = \sum_{i=1}^{n} \left(\frac{z_i - v_i}{z_i} \frac{q_i z_i}{\sum q_i z_i} \right),$$

где $d_{mi} = (z_i - v_i) / z_i = m_i / z_i$ – удельный вес маржинального дохода в цене единицы i-го вида продукции;

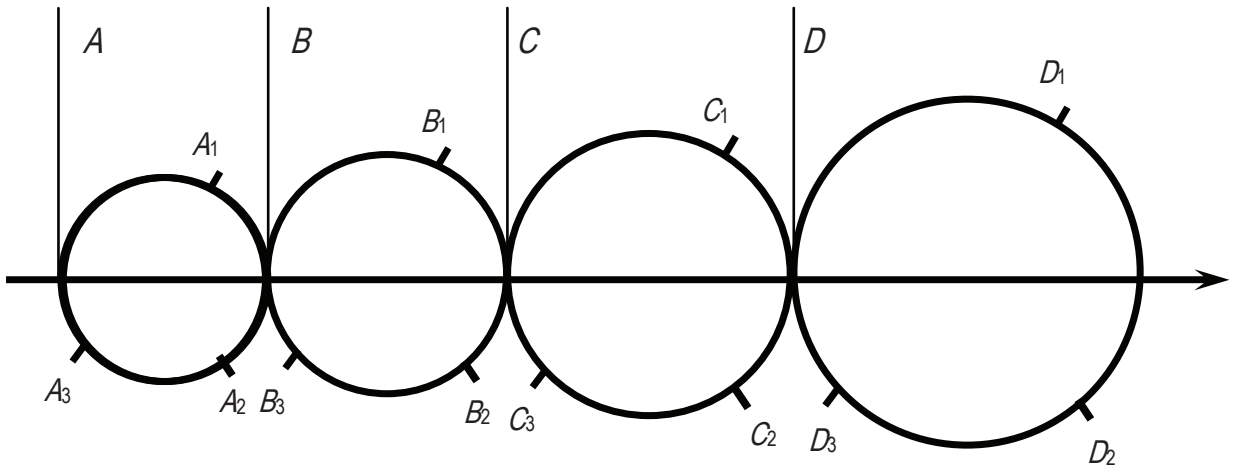
$d_i = Q_i / Q = q_i z_i / \sum_i^n q_i z_i$ – удельный вес i-го вида продукции в общем стоимостном объеме продаж всей продукции.

В формуле (1) первый фактор является экстенсивным и определяет величину финансовых результатов в зависимости от массы (масштаба) вовлеченных в бизнес финансовых ресурсов. Два других фактора первого уровня мультипликативного подхода к анализу финансовых результатов носят интенсивный характер и не обладают явной исчерпаемостью. Вторым фактором этого уровня является скорость оборота финансовых ресурсов, т.е. количество оборотов, совершаемых ими за анализируемый период, либо длительность одного оборота или цикла возвращения в исходную денежную форму с приобретенным приращением. Третий фактор – рентабельность использования финансовых ресурсов, т.е. степень их прироста в каждом обороте.

Современное холистическое миропонимание на принципах единства окружающего мира во всех его многообразных составляющих позволяет предположить геометрическую аналогию, иллюстрирующую факторы первого уровня мультипликативного подхода к анализу финансовых результатов в виде непрерывной последовательности оборотов финансовых ресурсов на векторе времени (экономического развития) хозяйствующего субъекта. Например, на этом векторе величины финансовых ресурсов, участвующие в каждом конкретном обороте, выражаются соответствующими отрезками, разделенными последовательными пограничными точками отдельных оборотов: A, B, C и т.д. Каждая точка означает одновременно начало последующего и конец предыдущего финансового периода. Завершение очередного кругооборота сопровождается определенным приростом финансовых ресурсов, который рассматривается как полностью капитализируемый, т.е. увеличивающий соответственно каждый последующий отрезок. В двухмерном пространстве схема взаимосвязи таких кругооборотов представляется последовательно увеличивающимися окружностями, нанизанными на линию вектора развития бизнеса, который складывается из их диаметров (см. рисунок).

Длина каждой окружности, начиная с очередной пограничной точки, формируется из четырех последовательных частей, соответствующих содержанию всех итераций, которые проходят участвующие в кругообороте финансовые ресурсы, получая в конечном итоге исходную денежную форму увеличенного размера. Упрощенно эти итерации включают в себя вложенные деньги, товар, возвращенные деньги, приращенные деньги. Направление кругооборотов на рисунке по часовой стрелке, а данные итерации, например, для цикла A, имеют последовательность: A, A_1, A_2, A_3, A и т.д. Данная виртуальная модель характеризуется равенством первых трех частей длин окружностей и их диаметров, составляющих (как последовательная череда финансовых циклов) общий вектор развития бизнеса. Такое утверждение основывается на том, что все эти величины отражают одни и те же финансовые ресурсы в различных итерационных состояниях (начинающие очередной оборот финансовые средства, их воплощение в функционирующих производственных ресурсах, товарной и денежной формах эквивалентно первоначальным затратам).

Кругообороты финансовых ресурсов на векторе развития бизнеса



Другими словами: $AB = AA_1 = A_1A_2 = A_2A_3$ и аналогично для остальных циклов.

Ортодоксальное продолжение рассмотренной аналоговой модели кругооборота финансовых ресурсов в виде окружностей предполагает вполне определенные количественные характеристики. Другими словами, длина четвертой составной части окружности каждого виртуального финансового цикла, означающая приращенные деньги (для цикла A это отрезок A_3A, для B – B_3B и т.д.) должна соответствовать известному числу «пи» и равняться приблизительно 14,159% от величины участвовавших в обороте финансовых ресурсов. Этот процент вписывается в мировую гармонию чисел «золотого сечения» (…9; 14; 24; 38; 62; 100; 162; …), когда уменьшающееся или увеличивающееся динамическое равновесие может быть продолжено бесконечно для разницы любых величин, делящейся с помощью всеобщей константы (1, 61803398…) на две неравные части. Также имеет значение иррациональность числа «пи», т.е. несопоставимость анализируемого явления (окружности) в целых единицах любого масштаба с исходной величиной (диаметром), что по аналогии означает качественно иное содержание прибыли, заключенной в новых антропогенных ценностях, имеющих сущностное отличие от затраченных ресурсов. Наглядное представление оборота финансовых ресурсов не только в стоимостном, но и временном аспекте также позволяет сформулировать аналоговые ориентиры всеобщих закономерностей и констант на микроуровне экономики. В частности, не исключено, что «золотое сечение» олицетворяет, в том числе динамическое равновесие периодов формирования ресурсов (причина = 1) и их преобразования в иную качественную субстанцию (следствие = 1,618), которые занимают секторы окружности соответственно 114,59° (360° / 3,14159…) и 185,41° (114,59 × 1,618). В сумме эти периоды составляют 300°, пять шестых всей окружности, или 83%. Остальные 17% продолжительности финансового цикла, по-видимому, являются ориентировочными для оценки периода оборачиваемости дебиторской задолженности.

Думается, что 14,159% является «миропорядковым» ориентиром при разработке объективных критериев для оценки уровня рентабельности оборота финансовых ресурсов по разным видам экономической деятельности с учетом соответствующих корректировок. На первом мультипликативном уровне анализа абсолютной величины финансовых результатов в формуле (1) данный процент относится к третьему интенсивному фактору, который зависит прежде всего от удельного расхода производственных ресурсов на единицу продукции, а также ее цены.

Сила влияния второго, также интенсивного, фактора этого уровня анализа – скорости оборота финансовых ресурсов – зависит в первую очередь от особенностей вида деятельности, определяющего продолжительность производственного цикла. Последний в значительной мере находится под влиянием достигнутого уровня знаний об окружающем мире и степени их утилитарной освоенности. Пример – применение 3-D принтеров, которые фактически сразу собирают готовую продукцию из исходных материалов, исключая традиционные технологии их обработки. Фактор объема финансовых ресурсов в названном ранее первом уровне мультипликативного подхода к анализу абсолютных финансовых результатов также имеет сложную структуру и включает в себя емкость рынка в объеме платежеспособного спроса, конкурентные барьеры, репутационные возможности привлечения капиталов и подобное.

На первом уровне мультипликативного подхода к анализу финансовых результатов продаж рассматриваются наиболее общие факторы, относящиеся к финансовым ресурсам. Второй уровень предполагает выявление силы влияния более близких к материально-вещественным потокам факторов, связанных с эффективностью использования производственных ресурсов. Среди данных факторов в первую очередь выделяются такие их группы, как объем продаж, структура этого объема, себестоимость проданной продукции и ее цена [9, с. 7]. Каждая из этих групп факторов не только включает более детальные подфакторы, но и может иметь разную интерпретацию экономического содержания. Например, объем продаж для рентабельной продукции [10, с. 39] является стимулятором (увеличение выгод с увеличением численного значения) и дестимулятором (в противном случае). Требует внимания и определение исходной позиции в расчете влияния данного фактора. Как правило, в алгоритмах методик такого расчета определяется влияние изменения всего базисного стоимостного объема продаж (СОП), приближенного по возможности к так называемому гипотетическому физическому объему (ФОП). Последний означает использование каких-либо виртуальных и универсальных стоимостных

измерителей в оценке динамики натурально-вещественного объема (НОП) разнообразных видов продукции для исключения влияния изменений непосредственно цен и их структуры (отражаемой средневзвешенной величиной).

Изменение финансовых результатов за счет фактора физического объема продукции в стоимостном выражении (ФОПС) определяется пропорционально темпам роста объема продаж в вариантах сопоставимых цен [11, с. 164; 12, с. 299], а также сопоставимой себестоимости [13, с. 16]. Применение термина «физический» к объему продукции подразумевает оценку его изменения только за счет усилий самой коммерческой организации, а не ценовых, структурных и других факторов. Вариант сопоставимой себестоимости детализирует вариант сопоставимых цен, так как позволяет внутри фактора ФОПС дополнительно рассчитать влияние изменения структуры цен (по сравнению со структурой себестоимости). Влияние ценового фактора на стоимостный объем продаж проявляется через изменение средней цены $Z_{\text{ср}}$, которая зависит от структуры этого объема продаж и уровня цен:

$$Z_{\text{ср}} = \sum (d_i\, z_i).$$

Другими словами, влияние фактора ФОПС на изменение абсолютного финансового результата от продаж продукции в варианте сопоставимых (базисных) цен ΔP_{Qz} определяется пропорционально величине изменения объема продаж в этих ценах:

$$\Delta P_{Qz} = P^0 \left[\left(\sum_i^n q_i^1 z_i^0 \Big/ \sum_i^n q_i^0 z_i^0 \right) - 1 \right] = P^0 \,(K_2 - 1),$$

где Δ – изменение величины показателя, например, общее изменение прибыли от продаж $\Delta P = P^1 - P^0$;

$\left(\sum_i^n q_i^1 z_i^0 \Big/ \sum_i^n q_i^0 z_i^0 \right) = Q^{(1)} / Q^0 = K_2$ – коэффициент (темп) изменения объема продаж в сопоставимых базисных ценах.

Нижние индексы указывают на фактор, к которому относится изменение данного показателя. Верхние индексы «0», «1» и «(1)» указывают соответственно на базисную, фактическую и условно-расчетную (при фактическом количественном и базисном качественном уровнях факторов) величины. Например, условно-расчетная величина прибыли фактического объема продаж в натуральном выражении при базисных условиях себестоимости и цен $P^{(1)} = Q^{(1)} - S^{(1)}$.

Объективность результатов расчета влияния объемного фактора на изменение прибыли от продаж несомненна, если используются натурально-вещественные измерители. В данном случае рабочая формула для факторного анализа в укрупненном виде включает два основных элемента: натуральный объем всех видов продукции или количество ее условных натуральных единиц, а также среднюю прибыль на эту единицу [14, с. 184–192]. Последняя рассчитывается как разница между ценой и полной себестоимостью, которая субъективна в части распределенных условно-постоянных затрат. При этом имеется большая вероятность получения неоднозначных результатов по факторам структурных сдвигов и себестоимости.

Влияние фактора ФОПС на изменение абсолютного финансового результата от продаж продукции ΔP_{Qz} в варианте сопоставимой (базисной) себестоимости продаж ΔP_{Qs} определяется пропорционально величине изменения объема продаж по этой себестоимости с одновременным выявлением влияния изменений в условиях использования стоимостных измерителей [13, с. 17], т.е. фактора структуры цен $\Delta P_{Qz\text{c}}$:

$$\Delta P_{Qz} = \Delta P_{Qs} + \Delta P_{Qz\text{c}};$$

$$\Delta P_{Qs} = P^0 \left[\left(\sum_i^n q_i^1 s_i^0 \Big/ \sum_i^n q_i^0 s_i^0 \right) - 1 \right] = P^0 \,(K_1 - 1);$$

$$\Delta P_{Qz\text{c}} =$$

$$= P^0 \left[\left(\sum_i^n q_i^1 z_i^0 \Big/ \sum_i^n q_i^0 z_i^0 \right) - \left(\sum_i^n q_i^1 s_i^0 \Big/ \sum_i^n q_i^0 s_i^0 \right) \right],$$

где $\left(\sum_i^n q_i^1 s_i^0 \Big/ \sum_i^n q_i^0 s_i^0 \right) = S^{(1)} / S^0 = K_1$ – коэффициент (темп) изменения объема продаж в сопоставимой базисной себестоимости, т.е. $\Delta P_{Qz\text{c}} = P^0 \,(K_2 - K_1)$.

Однако логика «от достигнутого в базисном периоде общего стоимостного объема продаж» при определении влияния одноименного фактора не вполне отражает все нюансы объемных показателей и в большей мере представляет интерес для решения актуальных задач внутреннего хозяйственного расчета. Управленческая ценность результатов анализа данного фактора обеспечивается сопоставимостью фактических и базисных величин не только общего, но и критического объемов, как в стоимостном, так и натурально-вещественном измерителях. Экономическое содержание объемного фактора в этом случае заключается в прямо пропорциональном изменении абсолютного финансового результата в соответствии не с общим объемом продаж (в

идеале физическим), а только с доходообразующим объемом. Последний определяется в натуральном выражении, что исключает проблемы поиска объективной величины ФОПС. Абсолютный финансовый результат (прибыль или убыток) при этом определяется на основе модификации расчетов, логика которых отражена в формуле (3), т.е. как сумма произведений доходообразующего объема (положительного или отрицательного, превышающего или не достигающего критического значения соответственно) на маржинальный доход по каждому виду продукции:

$$P = \sum (q_i - q_{im})\,(z_i - v_i) = \sum q_{i\text{д}}\, m_i,$$

где $q_{i\text{д}} = q_i - q_{im}$ – доходообразующий объем продаж i-го вида продукции в натуральном выражении (базисный $q^0_{i\text{д}}$ или фактический $q^1_{i\text{д}}$), определяемый как разница между общим объемом продаж (базисным q^0_i или фактическим q^1_i) и его критическим объемом на пороге рентабельности (базисным q^0_{im} или фактическим q^1_{im}) по каждому виду продукции. Отношение $q_{i\text{д}} / q_i$ показывает запас финансовой прочности i-го вида продукции как долю доходообразующего объема продаж в его общей величине $K_{\text{ф.п}}$.

Критический объем продаж [15, с. 173] по каждому i-му виду продукции q_{im}, как правило, определяется на основе усредненного распределения запаса финансовой прочности между всеми видами продукции, т.е. произведением общего объема продаж i-го вида продукции в натуральном выражении на отношение всех условно-постоянных затрат к общему маржинальному доходу по всем видам продукции:

$$q_{im} = \frac{C}{\frac{q_1}{q_i}(z_1 - v_1) + \ldots + \frac{q_i}{q_i}(z_i - v_i) + \ldots + \frac{q_n}{q_i}(z_n - v_n)} =$$

$$= q_i\, C \Big/ \sum_i^n q_i\, m_i = q_i\, C / M. \qquad (4)$$

На основе маржинального анализа для каждого вида продукции выявляется возможность потенциальной рентабельности и степень ее реализации по отклонению от критического объема продаж. При этом учитывается, что основным условием потенциально возможного достижения безубыточности является превышение цены над сокращенной (только по прямым затратам) себестоимостью, т.е. по принципу наличия положительной величины маржинального дохода на единицу продукции. В формуле (4) данный принцип учитывается только для суммарных значений всех видов продукции, каждый из которых получает усредненный доходообразующий объем даже при невыполнении требований принципа потенциальной рентабельности. В случае веских причин, например, для поддержания некоторых объемов потенциально нерентабельной продукции в соответствии с принципами, отраженными в формуле (4), осуществляется компенсирующее перераспределение общего маржинального дохода от видов продукции, обладающих потенциальной рентабельностью и имеющих маржинальный доход, к продукции, не обладающей такими свойствами. При этом показатель доли покрытия затрат в объеме продаж $K_{\text{п.з}}$ увеличивается, а доля запаса финансовой прочности $K_{\text{ф.п}}$ снижается. Расчет этих показателей при их линейной зависимости [16, с. 226] осуществляется с помощью следующих формул:

$K_{\text{п.з}} = C / M$;

$K_{\text{ф.п}} = 1 - C / M = 1 - K_{\text{п.з}}$.

Критический объем продаж в натуральном выражении суммарный по всей продукции q_m и отдельно по каждому i-му виду q_{im} определяется следующим образом:

$q_m = q\, K_{\text{п.з}}$;

$q_{im} = q_i\, K_{\text{п.з}}$.

Доходообразующий объем продаж в натуральном выражении суммарный по всей продукции $q_{\text{д}}$ и отдельно по каждому i-му виду $q_{i\text{д}}$ определяется следующим образом:

$q_{\text{д}} = q\, K_{\text{ф.п}}$;

$q_{i\text{д}} = q_i\, K_{\text{ф.п}}$.

Представляется удобным следующий вид рабочей формулы определения абсолютного финансового результата от продаж для его факторного анализа в условиях использования показателя маржинального дохода (исходя из логики применения этого показателя) в целом по предприятию:

$$P = q_{\text{д}}\, m_{\text{с}} = q_{\text{д}} \sum_i^n (d_{i\text{н}}\, m_i) = q_{\text{д}} \sum_i^n d_{i\text{н}} (z_i - v_i) \qquad (5)$$

и для отдельных видов продукции:

$p_i = q_{i\text{д}}\, m_i = q_{i\text{д}}\, (z_i - v_i)$,

где $q_{\text{д}}$, $m_{\text{с}}$ – соответственно суммарный по всем видам продукции доходообразующий объем в натуральном выражении и средняя величина маржинального дохода на каждую натуральную единицу продукции вне зависимости от ее вида. В данном случае расчетная сопоставимость единиц натурального

измерения заключается не в их конкретике (штуки, декалитры, метры и т.д.), а в том, что именно берется за единицу для установления связи, например, с ценой, сокращенной себестоимостью, маржинальным доходом, удельными условно-постоянными затратами и т.д. Другими словами, допускается суммировать объемы продукции в разных натуральных измерителях как особые условные единицы натурального объема:

$$m_c = M / q = \sum_i^n (d_{i\text{н}} m_i) = \sum_i^n d_{i\text{н}} (z_i - v_i);$$

$d_{i\text{н}}$ – удельный вес i-го вида продукции в суммарном натурально-вещественном объеме продаж независимо от применяемых измерителей: $d_{i\text{н}} = q_i \big/ \sum q_i = q_i / q$, где q_i – количество i-го вида продукции в натуральном выражении, q – общее количество всех видов продукции в натуральном выражении.

Влияние изменения доходообразующего объема продаж на их абсолютный финансовый результат, исчисляемый на основе маржинального дохода, целесообразно определять произведением базисной величины последнего на изменение этого объема продаж [17, с. 320]. Расчет этого фактора осуществляется в целом по предприятию:

$$\Delta P_{q_\text{д}} = \Delta q_\text{д} m_\text{с}^0 = \Delta q_\text{д} \sum_i^n d_{i\text{н}}^0 m_i^0 = \Delta q_\text{д} \sum_i^n d_{i\text{н}}^0 (z_i^0 - v_i^0)$$

и по отдельным видам продукции:

$$\Delta p_{iq_\text{д}} = (q_i^1 K_{\text{ф.п}}^1 - q_i^0 K_{\text{ф.п}}^0) m_i^0 =$$
$$= (q_{\text{д}i}^1 - q_{\text{д}i}^0) m_i^0 = \Delta q_{\text{д}i} m_i^0 = \Delta q_{\text{д}i} (z_i^0 - v_i^0).$$

Суммированная по всем видам продукции величина влияния фактора доходообразующего объема не будет совпадать с его величиной в целом по предприятию из-за влияния структурных сдвигов. Например, если увеличится доля видов продукции с относительно более высоким удельным весом маржинального дохода в цене, то при неизменном общем натуральном объеме прибыль возрастет. Структурный фактор по определению не наблюдается в пределах только одного вида продукции, а проявляется при учете всего ее разнообразия. В факторном анализе прибыли от продаж определение влияния того или иного вида структурных сдвигов обусловливается поставленными задачами. Например, при превалировании значения структурного признака по натурально-вещественному содержанию выявляется влияние изменений в соотношении долей разных видов продукции на прибыль от продаж [18, с. 188–189]. Как правило, натуральные различия видов продукции сопровождаются разницей в уровнях рентабельности или удельного маржинального дохода, поэтому изменения в соотношении долей продукции в ее общем натуральном объеме одновременно сказываются на величине прибыли. Представляется целесообразным структурировать продукцию непосредственно по признакам удельной рентабельности (прибыли или марже), выделяя так называемые условно-натуральные единицы продукции, объединяющие штуки, литры, метры на базе привязки к цене, калькуляционной единице и т.д. В этом случае маржинальный подход обеспечивает явную связь натуральных и стоимостных показателей в анализе прибыли от продаж.

Влияние фактора структурных сдвигов в объеме продукции на изменение прибыли от продаж в условиях расчета маржинального дохода с использованием формулы (5) определяется следующим образом:

$$\Delta P_{\text{стм}} = q_\text{д}^1 \sum_i^n \Delta d_{i\text{н}} m_i^0.$$

Экономическое содержание данного фактора заключается в том, что изменение соотношения удельных весов разных видов продукции (по их натурально-вещественному составу) с разной величиной удельного маржинального дохода изменяет общую величину абсолютного финансового результата. Если увеличивается доля более маржинальноемкой продукции, то растет прибыль или уменьшается убыток [19, с. 163].

Иное количественное выражение и экономическое содержание этот фактор получает в методике анализа абсолютного финансового результата от продаж с использованием показателя полной себестоимости единицы каждого вида продукции (формула (2). Здесь играет роль изменение соотношения удельных весов разных видов продукции, различающихся по долям прибыли (полной себестоимости) в цене. Увеличение доли более рентабельной продукции при прочих равных условиях приводит к росту прибыли или уменьшению убытка. Расчет этого фактора в таком случае основан на том, что при наличии разнорентабельной продукции возникает разница в темпах изменения ее объема, учитываемого в ценах K_2 и по себестоимости K_1 в сопоставимых условиях. Эта разница обусловливает относительную экономию или перерасход по себестоимости, что и является экономическим содержанием влияния фактора структурных сдвигов на изменение финансового результата от продаж при использовании в анализе показателя полной

себестоимости. Расчет влияния этого фактора осуществляется по следующему алгоритму [11, с. 165; 12, с. 301; 20, с. 245]:

$$\Delta P_{\text{ст}S} = S^0 K_2 - S^{(1)} = S^0 (K_2 - K_1) = P^{(1)} - P^0 K_2.$$

Оценка влияния затратного фактора на изменение абсолютного финансового результата от продаж также зависит от особенностей подхода к его определению. Возможны варианты с использованием показателей полной себестоимости единицы продукции и удельной прибыли ΔP_s, либо сокращенной себестоимости только по прямым затратам и удельного маржинального дохода на единицу каждого вида продукции ΔP_v. В первом случае предполагается субъективно выбранная база распределения условно-постоянных затрат по видам продукции и учет их влияния на финансовые результаты в совокупности с остальными затратами. Это определяет экономическое содержания затратного фактора в виде обратно пропорциональной связи абсолютного финансового результата от продаж и их полной себестоимости [20, с. 244]:

$$\Delta P_s = \sum_i^n q_i^0 s_i^0 - \sum_i^n q_i^1 s_i^1 = S^{(1)} - S^1 = -(S^1 - S^{(1)}).$$

При использовании показателя маржинального дохода затратный фактор изменения финансового результата продаж выражается в обратно пропорциональной зависимости от изменения удельной сокращенной себестоимости каждой единицы продукции ΔP_v, а также общей величины условно-постоянныхх затрат ΔP_c, если такое имеет место. Обратная зависимость учитывается либо изменением знака на противоположный при прямом расчете (разница между «стало» и «было», что по определению соответствует знаку Δ), либо обратной последовательностью расчетов («было» минус «стало»):

$$\Delta P_v = q_{\text{д}}^1 \sum_i^n \Delta d_{i\text{н}}^1 (z_i^0 - v_i^0) - q_{\text{д}}^1 \sum_i^n d_{i\text{н}}^1 (z_i^0 - v_i^1);$$

$$\Delta P_c = -(C^1 - C^0).$$

Влияние фактора реализационных цен на изменение абсолютного финансового результата от продаж ΔP_z не зависит от особенностей подхода к его определению, так как экономическое содержание остается неизменным – прямо пропорциональная зависимость одного от другого. Разница в алгоритмах (рабочих формулах), используемых этими подходами накладывает отпечаток на конкретику расчета данного фактора при использовании показателя полной себестоимости $\Delta P_{z_{\text{п.с}}} = \sum_i^n q_i^1 z_i^1 - \sum_i^n q_i^1 z_i^0 = Q^1 - Q^{(1)}$, а также частичной себестоимости и маржинального дохода $\Delta P_{z_{\text{м.д}}} = q_{\text{д}}^1 \sum_i^n d_{i\text{н}}^1 (z_i^1 - v_i^1) - q_{\text{д}}^1 \sum_i^n d_{i\text{н}}^1 (z_i^0 - v_i^1)$.

Список литературы

1. *Поздеев В.Л., Винокурова Е.А.* Анализ циклических колебаний: от макро- к микроэкономике. М.: КноРус, 2012. 120 с.
2. *Хелферт Э.* Техника финансового анализа. М.: Аудит; ЮНИТИ, 1996. 663 с.
3. *Lewis R., Pendrill D.* Advanced financial accounting. London: Pitman publishing, 1994. 634 p.
4. *Пласкова Н.С.* Экономический анализ. М.: Эксмо, 2007. 704 с.
5. *Ковалев В.В.* Введение в финансовый менеджмент. М.: Финансы и статистика, 1999. 768 с.
6. *Needles B.E., Anderson H.R., Caldwell J.C.* Financial and managerial accounting. Boston: Houghton Mifflin Company, 1994. 1322 p.
7. *Игошина Н.А., Фомин В.П.* Учет особенностей продуктовой сегментации бизнеса в анализе финансовых результатов продаж // Вестник Оренбургского государственного университета. 2014. № 9. С. 74–79.
8. *Shim J.K., Siegel J.G.* Modern cost management and analysis. New York: Barron's, 1992. 282 p.
9. *Егорова И.С.* Факторный анализ прибыли от реализации продукции как сопутствующая услуга в аудите // Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет. 2010. № 1. С. 7–16.
10. *Климова Н.В.* Анализ факторов прибыли от продаж и оценка показателей рентабельности организации // Бухучет в строительных организациях. 2012. № 7. С. 37–41.
11. Анализ хозяйственной деятельности / под ред. В.И. Бариленко. М.: Омега-Л, 2009. 414 с.
12. Экономический анализ: учебник / под ред. Л.Т. Гиляровской. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 615 с.

13. *Шеремет А.Д., Негашев Е.В.* Методика финансового анализа. М.: ИНФРА-М, 1995. 176 с.
14. *Любушин Н.П., Бабичева Н.Э.* Финансовый анализ. М.: Эксмо, 2010. 336 с.
15. *Вахрушина М.А.* Управленческий анализ. М.: Омега-Л, 2006. 432 с.
16. Анализ финансовой отчетности / под ред. О.В. Ефимовой, М.В. Мельник. М.: Омега-Л, 2004. 408 с.
17. *Мельник М.В., Когденко В.Г.* Экономический анализ в аудите. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. 543 с.
18. *Ефимова О.В.* Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия управленческих решений. М.: Омега-Л, 2010. 350 с.
19. *Зудилин А.П.* Анализ хозяйственной деятельности предприятий развитых капиталистических стран. Екатеринбург: Каменный пояс, 1992. 224 с.
20. Экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности / под ред. М.В. Мельник. М.: Экономистъ, 2004. 320 с.

ISSN 2311-8725 (Online)
ISSN 2073-039X (Print)

Theory of Economic Analysis

THE ANALYTICAL COMPONENT OF SUCCESSFUL FINANCIAL PERFORMANCE MANAGEMENT: A CONCEPTUAL ASPECT

Vladimir P. FOMIN[a,*], Pavel V. FOMIN[b]

[a] Samara State University of Economics, Samara, Russian Federation
fominvp@mail.ru

[b] Samara State University of Economics, Samara, Russian Federation
fomin-p-v@mail.ru

[*] Corresponding author

Article history:
Received 11 June 2015
Accepted 22 June 2015

Keywords: noospheric financial result, general constants, finance, turnover, profit

Abstract

Importance Smooth resolution of global challenges to the domestic economy in many respects depends on the realization of obvious and hidden opportunities providing an increase in manmade material benefits of advanced quality. Positive financial results (profit) of commercial firms are the financial reflection and the indicator of this increase.

Objectives The objective of the study is to find a parity of analytical tools applied in financial performance management of a commercial organization and the specific content of management problems.

Methods The theoretical and methodological framework of the research rests on the integration of various areas of scientific knowledge relating to the subject. For instance, we apply an analogue interpretation of general constants to financial turnover.

Results We demonstrate approaches to extended procedure for profit calculation; reveal analogue links of the profit generation process with general constants; present the algorithms of the factor analysis of sales profit that are adapted for solving various managerial problems on the basis of critical generalization of theoretical and practical materials.

Conclusions and Relevance The specifics of problems of the factor analysis of profit require an adequate interpretation of economic substance of these factors, which entails the use of proper and radically different algorithms of their calculation.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2015

References

1. Pozdeev V.L., Vinokurova E.A. *Analiz tsiklicheskikh kolebanii: ot makro- k mikroekonomike* [An analysis of cyclic fluctuations: from the macro- to microeconomics]. Moscow, KnoRus Publ., 2012, 120 p.
2. Helfert E. *Tekhnika finansovogo analiza* [Financial Analysis Tools and Techniques: A Guide for Managers]. Moscow, Audit, YUNITI Publ., 1996, 663 p.
3. Lewis R., Pendrill D. Advanced Financial Accounting. London, Pitman Publishing, 1994, 634 p.
4. Plaskova N.S. *Ekonomicheskii analiz* [Economic analysis]. Moscow, Eksmo Publ., 2007, 704 p.
5. Kovalev V.V. *Vvedenie v finansovyi menedzhment* [Introduction to financial management]. Moscow, Finansy i statistika Publ., 1999, 768 p.
6. Needles B.E., Anderson H.R., Caldwell J.C. Financial and Managerial Accounting. Boston, Houghton Mifflin Company, 1994, 1322 p.
7. Igoshina N.A., Fomin V.P. Uchet osobennostei produktovoi segmentatsii biznesa v analize finansovykh rezul'tatov prodazh [Considering the specifics of product segmentation of business in the analysis of financial results of sales]. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta = Vestnik of Orenburg State University*, 2014, no. 9, pp. 74–79.
8. Shim J.K., Siegel J.G. Modern Cost Management and Analysis. New York, Barron's, 1992, 282 p.
9. Egorova I.S. Faktornyi analiz pribyli ot realizatsii produktsii kak soputstvuyushchaya usluga v audite [Factor analysis of profit from sales of products as a related service in auditing]. *Finansovyi vestnik: finansy, nalogi,*

strakhovanie, bukhgalterskii uchet = Financial Bulletin: Finance, Taxes, Insurance, Accounting, 2010, no. 1, pp. 7–16.

10. Klimova N.V. Analiz faktorov pribyli ot prodazh i otsenka pokazatelei rentabel'nosti organizatsii [Analyzing the factors of sales profit and measuring the profitability indices of organizations]. *Bukhuchet v stroitel'nykh organizatsiyakh = Accounting in Construction Organizations*, 2012, no. 7, pp. 37–41.
11. *Analiz khozyaistvennoi deyatel'nosti* [Business analysis]. Moscow, Omega-L Publ., 2009, 414 p.
12. *Ekonomicheskii analiz* [Economic analysis]. Moscow, YUNITI-DANA Publ., 2003, 615 p.
13. Sheremet A.D., Negashev E.V. *Metodika finansovogo analiza* [Financial analysis methodology]. Moscow, INFRA-M Publ., 1995, 176 p.
14. Lyubushin N.P., Babicheva N.E. *Finansovyi analiz* [Financial analysis]. Moscow, Eksmo Publ., 2010, 336 p.
15. Vakhrushina M.A. *Upravlencheskii analiz* [Managerial analysis]. Moscow, Omega-L Publ., 2006, 432 p.
16. *Analiz finansovoi otchetnosti* [Analysis of financial statements]. Moscow, Omega-L Publ., 2004, 408 p.
17. Mel'nik M.V., Kogdenko V.G. *Ekonomicheskii analiz v audite* [Economic analysis in audit]. Moscow, YUNITI-DANA Publ., 2007, 543 p.
18. Efimova O.V. *Finansovyi analiz: sovremennyi instrumentarii dlya prinyatiya upravlencheskikh reshenii* [Financial analysis: tools for business decision making]. Moscow, Omega-L Publ., 2010, 350 p.
19. Zudilin A.P. *Analiz khozyaistvennoi deyatel'nosti predpriyatii razvitykh kapitalisticheskikh stran* [An analysis of the economic activities of enterprises in developed capitalist countries]. Yekaterinburg, Kamennyi poyas Publ., 1992, 224 p.
20. *Ekonomicheskii analiz finansovo-khozyaistvennoi deyatel'nosti* [Economic analysis of financial-economic activities]. Moscow, Ekonomist" Publ., 2004, 320 p.