

Извлечение за доходите

Често попадаме на извлечение за доходите на (чуждестранни) публични акционерни фирми, които за зъдължени да публикуват резултатите си според закона и негови актове, както е в случая с фирмата Н&М в дадения по-долу пример.

Какво е всъщност извлечението за доходите. Това е извадка от счетоводните книги на публичното акционерно дружество за определен период на търговска дейност и изглежда ето така:

Н&М извлечение за доходите Декември '09-май '10	Шест месеца 2010	Шест месеца 2009	2 трим. 2010	2 трим 2009
Шведски крони (милиони) (SEK m)				
Чисти продажби	51,879	49,837	27,033	26,538
Бруто печалба (Gross profit)	33,198	29,379	17,808	16,201
Брутен марж (gross margin, %)	64.0	59.0	65.9	61.0
Оперативна печалба (Operating profit)	11,943	9,035	6,965	5,671
Оперативен марж (operating margin, %)	23.0	18.1	25.8	21.4
Чисти финансови приходи/разходи (Net financial items)	152	303	75	113
Печалба след финансови корекции (Profit after financial items)	12,095	9,338	7,040	5,784
Такса (Tax)	-3,145	-2,568	-1,831	-1,591
Печалба за периода (Profit for the period)	8,950	6,770	5,209	4,193
Печалба за всеки дял (Earnings per share) SEK	5.41	4.09	3.15	2.53

Какво означават тези термини?

Чисти продажби (Net sales) – приходите, получени от компанията, след като са приспаднати върнатите стоки и намаленията.

Бруто печалба (Gross profit) – това е разликата между приходите или приходите от продажби и стойността на стоките, които са продадени.

Брутен марж (на печалбата) или gross margin % това е съотношение, което изследва връзката между печалбата, направена преди включването на общите разходи (Gross profit) и нивото на приходите. То се получава от формулата

Брутен марж = $\frac{\text{брутната печалба}}{\text{приходите}} \times 100$

Т.е. ако Н&М купуват продукта си например за 33.198 и го продават за 51.879 т.е. правят брутна печалба от 18.68 и за шестте месеца те са продали 1000 продукта,

тогава в примера по-горе брутния марж е $= \frac{33,198}{51,879} \times 100 = 64\%$

Такъв резултат може да звучи доста добре, но ние все още не сме приспаднали общите разходи.

Стигаме до **оперативната печалба (Operating profit)** – калкулираме, като от брутната печалба намаляваме основните общи разходи, като такива за администрацията и маркетинг в т.ч. дистрибуцията и т.н.

Оперативен марж (operating margin %) – това е съотношение на чистите продажби към продажбите и изчисляваме в случая $= \frac{11,943}{51,879} \times 100 = 23\%$

Чисти финансови приходи/разходи (Net financial items) – приходи или разходи от финансови операции, които добавяме или вадим към/от оперативната печалба, за да получим:

Печалба след финансови приходи/разходи (Profit after financial items) – в случая $11,943 + 159 = 12,095$

След това имаме **корпоративна такса**, която трябва да приспадне от последната цифра – в случая става дума за $26\% = \frac{12,095 \times 26}{100} = 3,145$, за да

получим:

Печалбата за периода от $12,095 - 3,145 = 8,895$

Печалба за всеки дял (Earnings per share) – това е съотношение, което измерва печалбите на компанията (печалбата след облагане с такси), разделено на обикновените дялове, които са издадени. Те се използват, за да измерят представянето на печалбата на компанията във времето и показва потенциала за изплащане на дивиденди на дялопритежателите. Очевидно колкото по-висока цифра, спрямо предходната година – по-добре. Растящи печалби за всеки дял ще радва притежателите на дялове, както в случая с Н&М.

Извлечението за приходите е важен документ, който носи информация на всеки, който има интерес към компанията – притежатели на дялове, доставчици, банкери и други институции. Както се вижда, извлечението за приходите отразява печалбата, която е една от важните цели на бизнес организациите.

Интерпретацията на документа измерва успеха на компанията, сравнено с предходни години на бизнеса (виж примера), калкулирането на печалбата ни дава яснота за реалното представяне на бизнеса, спрямо очакванията, помага на бизнеса да получи кредити от банки или други институции.

Ще обърнем допълнително внимание на някои от елементите на извлечението за приходите.

Защо е необходимо да калкулираме **брутната печалба**? Това е полезна мярка, ако компанията например прави по-ниска ниво на брутна печалба от даден конкурент, става очевидно, че трябва да осмисли търговската си позиция. Това може да бъде опит да се намери по-евтин доставчик или да се завиши пазарната цена.

Как калкулираме самата брутна печалба? Както бе посочено използваме следната формула:

Брутната печалба = приходите – стойността на продадените стоки

За да калкулираме стойността на продадените стоки използваме следната формула:

Стойността на продадените стоки = щока в началото + покупките – щока в края

Тази стойност ни показва разносните, направени за покупка на продуктите, които са продадени през въпросния отчетен период. Предполага се, че бизнеса започва и завършва периода с наличности, които се отразяват в горната формула. Ако стойността на продадените стоки надхвърля приходите, имаме резултат - загуба.

Когато изследваме извлечението за приходите, е важно да правим разлика между производители и търговци на едро или ритейлъри. За производителите стойността на продадените стоки включва стойността на произведените продукти (материали, аксесоари, труд и общи разходи). За търговците на едро и ритейлърите, стойността на продадените стоки включва стоките купени за пре-продажба (покупна цена плюс транспортни и евентуални други разходи по доставката).

Оперативната печалба е това, което повечето фирми смятат като ключов тест за тяхното представяне. Те биха искали оперативната печалба да бъде по-висок процент от вложения капитал, отколкото стойността на този капитал (процента на лихвите), поне толкова висок процент, колкото този на конкурентните фирми вложили капитал в техния бизнес, достатъчно голям, за да бъдат задоволени инвеститорите и да се отделят средства за развитието на компанията.

Както вече бе споменато, резултатите на публичните компании (акционерните дружества) се обявяват задължително и така стават достъпни не само за техните собственици (дялопритежатели) и банкери, но и за тяхната конкуренция. Когато една компания изважда на показ данни, те ще покажат, колкото се може

по-малко информация.

Понякога счетоводителите използват така нареченото креативно подреждане на фасадата (window dressing) за да поизлъскат сметките. Много са причините, поради които това се прави, например за да се представи бизнеса, че изглежда по-добре, отколкото е всъщност, за да се осигури кредит или подкрепи продажбата на нови акции.

За да анализираме извлеченията за приходите на една компания трябва да проследим няколко години.

В следващи материали ще се спрем на баланса на фирмата, както и някои основни съотношения, използвани за анализа на резултатите. Надявам се, че тези материали ще дадат повод за размишления на бизнеса, какви са ползите от по-голяма прозрачност на операциите.

Преобладаващите фирми в модния сектор у нас са различни форми на партньорства или еднолични дружества, които вероятно срещат трудности за реализиране на пълен маркетинг микс, поради недостиг на средства. Чрез поддържане на затворен бизнес, с неудовлетворителни показатели, банките едва ли ще подкрепят финансово такава фирма. Една от възможностите за получаване допълнителни източници са финансирането на фирмата е откриването и като публично акционерно дружество, за което ще говорим в последващ материал.

Референции: Marketing, Evans/Berman, Business Studies, 2009