

PE2 otázka 3: Analýza ziskovosti podniku – úloha analýzy ziskovosti v podnikaní, rozhodujúce faktory pôsobiace na vývoj ziskovosti, analýza tržieb a nákladov.

Ziskovosť podniku predstavuje jeho rentabilitu. Vyjadruje pomer zisku (hrubého alebo čistého) k niektorému ukazovateľu charakterizujúcemu činnosť hospodárskej jednotky – teda podniku. Rentabilitu však možno chápať aj v širšom kontexte (Michník, 1995). Môže ísť o rentabilitu devízovú (výnosnosť vývozu z devízového hľadiska), rentabilitu obchodných operácií (vyjadrenie hodnotovej stránky efektívnosti obchodných operácií – rentabilita vývozných alebo dovozných operácií, PC/NC), rentabilitu zahraničného obchodu (vyjadrenie hodnotovej stránky efektívnosti zahraničného obchodu). Z organizačného hľadiska môžeme sledovať rentabilitu na úrovni vnútropodnikových útvarov (oddelení), divízií, podnikov, podnikateľských skupín, odvetví, regiónov alebo štátov či kontinentov.

Rentabilita ako pojem patrí do manažérskej a finančno-ekonomickej analýzy podniku. Je teda súčasťou strategického manažmentu a finančného manažmentu. Rentabilita (a jej ukazovatele) vyjadruje výsledok podnikového úsilia. Je formou vyjadrenia miery efektívnosti vložených zdrojov, ktorá v trhovej ekonomike slúži ako hlavné kritérium na alokáciu kapitálu. Hovorí, koľko (halierov, korún) zisku vytvorila jedna koruna vložených prostriedkov. Rentabilita ukazuje kombinovaný vplyv aktivity, zadlženosti a likvidity na zisk podniku (Varcholová, 2001). Rentabilita sa meria sústavou rôznych ukazovateľov, ktoré možno rozkladať. Ukazovatele rentability patria spolu s ukazovateľmi aktivity, zadlženosti, výroby a prevádzky, platobnej schopnosti do systému hodnotenia efektívnosti podnikových činností. Najdôležitejšími ukazovateľmi rentability sú R celkových aktív, R vlastného imania, R čistých aktív, R základného imania, R tržieb, R nákladov, R investícií a ďalšie ukazovatele. Tieto ukazovatele sú medzivýkazovými pomeroými ukazovateľmi, pretože využívajú údaje z 2 účtovných výkazov – súvahy a výkazu ziskov a strát. Používajú sa na hodnotenie a komplexné posúdenie celkovej efektívnosti podniku. Všeobecne sa rentabilita vyjadruje ako Zisk/vložený kapitál. V súvislosti s globalizáciou ekonomiky je na zabezpečenie kompatibility ukazovateľov používaných v rôznych krajinách potrebné rozlišovať jednotlivé kategórie zisku a tým pádom aj jednotlivé druhy rentability: EBDIT (zisk pred odpočítaním odpisov, úrokov a daní), EBIT (zisk pred odpočítaním úrokov a daní), EBT (zisk pred zdanením), EAT (zisk po zdanení, čistý zisk). V súčasnosti sa na Slovensku najviac k ukazovateľu EBIT približuje Prevádzkový výsledok hospodárenia (vo výkaze ziskov a strát – výsledok hospodárenia z hospodárskej činnosti, r. 29) a ukazovateľ EAT možno stotožniť s Výsledkom hospodárenia za účtovné obdobie (r. 64).

Rozhodujúcimi faktormi pôsobiacimi na vývoj ziskovosti sú najmä čas, priestor (legislatíva štátu, trh, konkurencia apod.), metodológia výpočtu (spôsob výpočtu) a referenčná hodnota (podnikom stanovený cieľ v oblasti rentability). Ďalšími ekonomickými faktormi sú najmä celková podniková stratégia, podnikateľská stratégia, marketingová stratégia, manažment výroby, finančná politika podniku a v nej výška zisku, miera daňového zaťaženia, objem celkových aktív a kapitálu, spôsob odpisovania, výška vlastného imania, výška základného imania, výška N, V, dividendová politika spoločnosti, nominálne hodnoty akcií, miera zadlženosti, aktivity, likvidity, finančná, kapitálová a majetková štruktúra, veľkosť a podmienky emisií akcií, obligácií a iných cp, úrokové zaťaženie, objem tržieb a podobne. Ich vplyv je významný najmä preto, lebo tieto podnikové „parametre“ sa používajú ako vstupy pri vyčíslňovaní rentability.

Základné ukazovatele rentability

Rentabilita celkových aktív, resp. celkového kapitálu (ROA, resp. ROI, lebo aktíva a pasíva sa rovnajú) $ROA = Z/AKT$, Z/PAS (ide o celkové aktíva, resp. pasíva) Meraním ROA vyjadrujeme celkovú efektívnosť podniku. Odráža výnosnosť celkového kapitálu všetkých aktivít bez ohľadu na to, z akých zdrojov boli financované. Hodnotí kvalitu reprodukcie všetkého kapitálu v podniku. Medzinárodne porovnateľný tvar je: $ROA = EBIT/AKT$. Z pohľadu vývoja ROA v čase by tento ukazovateľ mal rásť.

Rentabilita vlastného imania (ROE) – pre tento ukazovateľ sa zaužívalo aj označenie rentabilita vlastného kapitálu. Vyjadruje výnosnosť vlastného imania podniku: $ROE = Z/VI$. ROE skúma, aký čistý zisk dosiahla firma v pomere k jej vlastnému imaniu, pričom sa používali aj cudzie zdroje. Umožňuje porovnanie prínosu pre rôzne typy výroby a podnikania. Tento ukazovateľ má zásadný význam pre vlastníkov spoločnosti, akcionárov a záujemcov o nákup akcií podniku. ROE by mala dosahovať minimálne výšku úrokovej miery bánk (ÚM) za vklady resp. ÚM z bezrizikových cp, pretože len v tomto prípade sa oplatí podnikateľ. Z pohľadu vývoja v čase by mala ROE vykazovať rastúcu tendenciu. Pri ROA, ROI aj ROE sa používa čistý zisk a vlastné imanie zahŕňa základné imanie, kapitálové fondy, fondy zo zisku, výsledok hospodárenia minulých rokov, výsledok hospodárenia bežného obdobia. Žiaduce vzťahy medzi ROE, ROA a ÚM možno vyjadriť takto: $ROE > ROA > ÚM$.

Rentabilita čistých aktív (RONA), resp. rentabilita investovaného kapitálu (ROIC) – hovoria o výnosnosti čistých aktív, resp. investovaného kapitálu:

$RONA (ROIC) = (EBIT * (1 - d)) / (VI + BUV + OBL)$ (d = daňová sadzba dane z príjmov zo zisku, VI = vlastné imanie, BUV = dlhodobé bankové úvery, OBL = obligácie, resp. dlhopisy) Práve ukazovateľ RONA by sa mal používať pri porovnávaní podnikov, pretože nie je závislý od štruktúry finančných zdrojov v podniku.

Rentabilita základného imania (RZI) vyjadruje výnosnosť ZI vlastníkov spoločnosti. Meria iba efekt pre vlastníkov, ktorých vklady tvoria ZI. Informuje ich o zhodnotení prostriedkov, ktoré vložili do podnikania. $RZI = HVUO/ZI$ (HVUO = výsledok hospodárenia za účtové obdobie). Požaduje sa, aby RZI prevyšovala ÚM plynúzu z držby bezrizikových cp, ako sú napríklad štátne dlhopisy.

Prevádzková rentabilita tržieb – uzatvára výnosnosť hlavnej činnosti podniku, teda koľko efektu dokáže podnik vyprodukovať na 1 SKK tržieb: $PRT = PHV/T$ (PHV = prevádzkový výsledok hospodárenia, teda hrubý zisk z realizácie tovaru a výrobkov). Vyjadruje schopnosť podniku dosahovať zisk pri danej úrovni tržieb. V čase by mal rásť.

Operačná rentabilita tržieb – vyjadruje efektívnosť podniku z hľadiska jeho hospodárnosti. Je to pomer hrubého zisku k tržbám: $ORT = (PHV + HVFO)/T$ (HVFO = výsledok hospodárenia z finančných operácií). V čitateli je výsledok hospodárenia z bežnej činnosti, v menovateli tržby za predaj tovaru a za predaj vlastných výrobkov. V čase by mal rásť.

Čistá rentabilita tržieb (tiež ziskovosť tržieb, zisková marža či rozpätie) – koľko efektu dokáže podnik vyprodukovať na 1 SKK tržieb: $ČRT = HVUO/T$ (HVUO = čistý zisk) Ak rentabilita tržieb niekoľko rokov klesá, mal by sa analytik zameriavať na analýzu vývoja cien výkonov a analýzu jednotlivých druhov nákladov, pretože RT je aj indikátorom schopnosti podniku ovplyvňovať úroveň nákladov. Rentabilita tržieb vo všeobecnosti ukazuje zhodnotenie spotrebovaných výrobných činiteľov. V čase by mala rásť. Líši sa v závislosti od odvetvia.

Rentabilita nákladov vyjadruje, koľko (korún, halierov) zisku vytvorila 1 SKK nákladov. Vypovedá o hospodárnosti výroby a zhodnotení tej časti viazaného majetku, ktorá sa spotrebovala. $RN = HVUO/N$ ($HVUO$ = čistý zisk, N = všetky vynaložené náklady). V čase by mal rásť. Je vhodné medzipodnikové porovnanie v odvetví.

Analýza ziskovosti podniku a analýza tržieb

Analýza ziskovosti podniku je analýzou páky ziskovosti (Z/T) pyramídového modelu efektívnosti podniku (páka ziskovosti – Z/T , aktivity – T/AKT , finančnej štruktúry AKT/VI). Táto analýza je dôležitá najmä pre kapitálovo náročné podniky, s vysokým podielom hmotného majetku a z toho vyplývajúceho vysokého podielu fixných nákladov. Páka ziskovosti umožňuje analýzu ziskovosti podľa štruktúry výsledku hospodárenia a vplyvu nákladov na zisk podľa ich druhového členenia a v členení na fixné a variabilné. Preto je analýza ziskovosti spojená s objemom tržieb a nákladov: $Z = T - N$.

Základným ukazovateľom analýzy tržieb je objem tržieb – teda predaný objem výroby. Vypovedá o tom, či výroba bola účelná a či našla svojho odberateľa. Na objem tržieb majú vplyv vnútorné výsledky firmy – množstvo a kvalita výrobkov, prác a služieb, ale aj externé podmienky – realizačné ceny, veľkosť trhu, konkurencia, legislatívne obmedzenia apod. Preto aj analýza tržieb môže byť zameraná tradičné – dovnútra firmy – alebo trhovo – zohľadňujúc externé faktory.

Tradičná analýza tržieb

Analýza tržieb skúma zmeny tržieb v bežnom (analýzovanom) období oproti základnému, resp. predchádzajúcemu obdobiu. Zmeny tržieb sú spôsobené faktormi: zmena objemu predaja, zmena predajnej ceny, zmena sortimentu, náhodná zložka (výpredaj zásob apod.). Matematický model: $\Delta T = \Delta T_q + \Delta T_{pc} + \Delta T_s + m$, $\Delta T = T_t - T_{t-1}$

Zmena objemu predaja: $\Delta T_q = \sum PC_{i,t-1} * (Q_{i,t} - Q_{i,t-1})$ (porovnáva objem predaja v bežnom a základnom období, pričom oba objemy sú ocenené rovnakými PC – cenami základného roka. Rozdiel medzi nimi určuje veľkosť vplyvu zmeny objemu predaja na objem tržieb.)

Zmena predajnej ceny: $\Delta T_{pc} = \sum Q_{i,t-1} * (PC_{i,t} - PC_{i,t-1})$ (objem predaja v naturálnom vyjadrení v základnom roku sa oceňuje cenami základného a bežného roka.)

Zmena sortimentu: $\Delta T_s = \Delta T - ((\Delta T_q + \Delta T_{pc}) - m)$ (vypočítané pomocou zostatkovej – saldovej – metódy)

Trhová analýza tržieb

Zmenu objemu realizácie konkrétneho výrobku posudzujeme nie vo vzťahu k výrobe, ale k veľkosti trhu a postaveniu podniku na trhu. Priemerné predajné ceny, ktoré firma v danom období dosiahla, porovnávame s odvetvovými cenami a tak dostaneme relatívne ceny. Odvetvová cena je priemerná cena, za ktorú výrobcovia daný alebo porovnateľný produkt realizujú. Relatívna cena potom môže mať hodnotu vyššiu alebo nižšiu ako 1. Pyramídový rozklad tržieb výrobku v trhovej analýze tržieb je tento:

$$T = R * PC, R = Q_t * R/Q_t, PC = OC * PC/OC$$

(T = tržby výrobku, R = objem realizácie v ks, PC = predajná cena za ks, Q_t = veľkosť trhu, R/Q_t = podiel na trhu, OC = odvetvová cena, PC/OC = relatívna cena)

Analýza ziskovosti podniku a analýza nákladov

Výška dosahovaného zisku je ovplyvnená aj zmenami nákladov. Analýzu vplyvu nákladov na tvorbu zisku umožňujú nákladové modely, ktoré skúmajú vývoj nákladov ako párový vzťah objemu výroby a nákladov pomocou jednoduchej regresnej a korelačnej analýzy. Typy nákladových funkcií: priamka, exponenciála, logaritmická krivka. Na podnikovej úrovni sa

však využíva najmä lineárny vzťah – priamka: $y = a + bx$, teda: $N = \text{FIX} + \text{VK} * Q$ (VK = jednotkové variabilné náklady). Táto rovnica je zároveň východiskom pre manažérsku analýzu tvorby zisku. Určenie vplyvov zmien činiteľov na tvorbu zisku pri zohľadnení členenia N na FIX a VAR ukazuje rovnica: $Z = T - (\text{VAR} + \text{FIX})$,
 $Z = \sum Q_i * (\text{PC}_i - \text{VK}_i) - \text{FIX} = \sum Q_i * \text{PNU}_i - \text{FIX}$ (PNU = príspevok na úhradu FIX a tvorbu Z) $\text{PNU} = \text{PC}_i - \text{VK}_i$

Najväčším problémom analýzy nákladov vo vzťahu k analýze ziskovosti podniku je nájst spôsob, ako vhodne rozdeliť celkové náklady na FIX a VAR. FIX vznikajú nezávisle od toho, či prebieha výroba alebo či sa výrobky predávajú. Úplne fixné N sú napríklad odpisy, nájomné, platy úradníkov a niektoré dane. VAR sú závislé od výkonov. So zvyšovaním výkonu spravidla rastú, s poklesom výkonu spravidla klesajú. Úplne variabilné N sú napríklad N na spotrebované suroviny, základný materiál, mzdy robotníkov vo výrobe. Problémy so zaradením N vznikajú najmä pri zmiešaných N, ako sú napríklad náklady na údržbu a opravy.

Analýza nákladov

Náklady sú tokové veličiny, ktoré súvisia s činnosťou podniku (teda so spotrebou výrobných faktorov), ktorá je uskutočňovaná v určitom čase. Náklady sú priradované k jednoznačne vymedzenému objektu – výkonu, výrobku, službe, zákazníkovi a podobne. Treba rozlišovať: N vo finančnom účtovníctve, N z hľadiska daňového, N vo vnútropodnikovom účtovníctve. Vlastníci (akcionári, zamestnanci apod.) chápu náklady ako odčerpanie, zníženie vlastného imania. Z daňového hľadiska je nákladom tá spotreba, ktorá je nevyhnutná na dosiahnutie, zabezpečenie a udržanie príjmov. Z hľadiska vnútropodnikového účtovníctva sú náklady účelným a účelovým vynaložením zdrojov ekonomického rastu v podniku. Účelnosť predstavuje pohľad hospodárnosti a účelovosť vyjadruje, že zmyslom vynaloženia ekonomického zdroja je jeho zhodnotenie. Základná klasifikácia nákladov: 1. druhová (materiál, mzdy, finančné N...), 2. účelová (priame, nepriame), 3. podľa vzťahu k objemu výkonov (variabilné, fixné), 4. z hľadiska rozhodovania (relevantné, irelevantné)

Postup analýzy nákladov

Základným informačným zdrojom analýzy N je účtovníctvo. Náklady sa analyzujú na troch úrovniach – na úrovni 1. finančného účtovníctva (analýza celkových nákladov: prevádzkové, finančné, mimoriadne N, analýza hospodárnosti: ukazovateľ nákladovosti $UN = N/V$), 2. vnútropodnikového účtovníctva (analýza nákladov hospodárskych stredísk, analýza nákladov výroby), 3. rozhodovacích úloh

Finančné účtovníctvo

Zobrazuje nielen vynaloženie ekonomických zdrojov, ale aj zaznamenáva návratnosť a reprodukciu peňazí. Vyjadruje N ako zložky majetku v súvahe alebo ako zložky VH vo výkaze ziskov a strát. Rozlišuje 2 skupiny N: N identifikovateľné s príslušným výkonom (N sú príčinou vzniku daného výkonu – vlastné náklady výroby), N neidentifikovateľné s príslušným výkonom (N vynakladané na všeobecné zabezpečenie procesov hospodárskej činnosti v podniku) Analýza celkových N: informačný zdroj – výkaz ziskov a strát, zistíme prevádzkové, finančné a mimoriadne N.

Analýza hospodárnosti (pyramídy): $N/V = \text{PN}/\text{PV} * \text{PV}/V + \text{FN}/\text{FV} * \text{FV}/V + \text{MN}/\text{MV} * \text{MV}/V$
 $\text{NPC}/\text{VPC} = \text{NPT}/\text{VPC} + \text{SMaE}/\text{VPC} + \text{SL}/\text{VPC} + \text{ON}/\text{VPC} + \text{ODP}/\text{VPC} + \text{IPN}/\text{VPC}$

Vnútropodnikové účtovníctvo

Náklady podniku transformuje z podnikovej úrovne (z finančného účtovníctva) cez vnútropodnikové organizačné jednotky (hospodárske strediská, nákladové miesta) na nositele

nákladov (kalkulačné jednotky). Druhy N: priame (priraditeľné a pripočítateľné k jednotlivým výkonom), režijné (spoločné pre všetky, resp. väčšinu výkonov = nepriame + časť priamych N). Analýza nákladov hospodárskych stredísk: je to analýza režijných nákladov. Členenie: režijný materiál, režijné mzdy, režijné variabilné N..., Ďalšie členenie: náklady súvisiace s existenciou strediska (nájomné, odpisy, poistenie), náklady vznikajúce so skutočným objemom a štruktúrou výkonov (režijné činnosti) Postup: rozdielové metódy, uplatnenie pevných a variantných rozpočtov, operovanie s kapacitnými a spotrebnými odchýlkami. Analýza nákladov výrobku: Táto analýza sa z hľadiska účelu zameriava na analýzu priamych (jednotkových) nákladov, tj. na kalkuláciu. Analýza sa robí za dlhšie časové obdobie a spočíva v sledovaní štruktúry kalkulácie – teda v skúmaní, ako sa mení podiel jednotlivých jednotkových a režijných nákladov na celkových nákladoch výrobku. Pracuje s plánovanými a výslednými kalkuláciami a porovnáva ich. Zaoberá sa normami, zmenami noriem a odchýlkami od noriem.

Rozhodovacie úlohy

Cieľom rozhodovania z hľadiska nákladov je vybrať taký variant uskutočnenia určitej podnikovej aktivity, ktorý najlepšie spĺňa kritérium hospodárnosti a efektívnosti. Potrebne informácie o nákladoch tu spracúva a poskytuje manažérske účtovníctvo. Členenie nákladov:

1. relevantné (ktoré ovplyvnia budúce peňažné toky, majú platnosť len vo vzťahu k danému konkrétnemu zamýšľanému rozhodovaciemu variantu) a irelevantné (ktoré sú relevantné vo vzťahu k inému zamýšľanému rozhodovaciemu variantu), 2. ovplyvniteľné (ktoré vzniknú prijatím rozhodnutia a nevzniknú neprijatím rozhodnutia) a neovplyvniteľné (tiež umŕtvené – vzniknú aj keď sa nerozhodneme pre žiadny variant a nemôžu ovplyvniť ďalšie nasledujúce rozhodnutia, napríklad náklady vynaložené v minulosti, o ktorých sa už rozhodlo a nemožno ich ovplyvniť budúcim rozhodovaním), 3. oportunitné (náklady obetovanej príležitosti – teda tej príležitosti, ktorú sme nemohli realizovať, lebo sme naše obmedzené ekonomické zdroje venovali inej príležitosti.)