

# ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ ВЫРУЧКИ ОТ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ ЛИЗИНГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Перепаденко А.Ю.<sup>1</sup>, Абдузалимов И.Р.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Перепаденко Алексей Юрьевич - студент;  
<sup>2</sup>Абдузалимов Ильдар Рашидович - студент,  
направление: экономика,  
профиль: бухгалтерский учет, анализ и аудит,  
кафедра экономического анализа и аудита,  
Институт управления экономики и финансов  
Казанский федеральный университет,  
г. Казань

**Аннотация:** в статье предлагается один из вариантов проведения факторного анализа выручки от предоставления услуг лизинговой организации.

**Ключевые слова:** анализ, факторный анализ, выручка в лизинговой фирме.

Установление потенциала роста эффективности деятельности организации, а также разработка вариантов необходимых управленческих решений может определяться с помощью решения задачи факторного анализа. Поставленная задача предполагает проведение исследования, осуществляемое в рамках применения такого анализа, как факторное моделирование [1, 121].

Основным источником информации для проведения анализа выручки от продажи лизинговой фирмы является «Отчет о финансовых результатах».

Факторный анализ выручки от продаж, является одним из самых эффективных способов изучения данного показателя [2, 214]. Факторный анализ – один из методов, который позволяет определить влияние отдельных факторов на изменение результатов деятельности предприятия [3, 656]. В процессе факторного анализа показателей происходит построение факторной зависимости с последующим анализом и выявлением влияния отдельного фактора на конечный результат [4, 348].

Стандартная факторная модель анализа выручки от продаж,  $\text{Выручка} = \text{Цена} * \text{Объем продукции}$ , для анализа данных лизинговых фирм не подходит, так как в данных фирмах нет цены на продукцию и объема выпускаемой продукции. Для преодоления данной проблемы предлагаем вместо стандартных показателей использовать такие показатели, как средняя величина лизингового платежа вместо цены и число активных договоров вместо объема продукции.

В связи со спецификой исследуемой организации, предлагаем установить, какую долю в выручки от предоставления услуг составляют поступления лизинговых платежей различных бизнесов (малый, средний, крупный) деление на данные группы взято из расчета получаемой прибыли. Данный вариант деления выбран по причине доступности годовых финансовых отчетов фирм-клиентов. Величина малого бизнеса составляет сумму до 800 млн руб., среднего бизнеса до 2 млрд руб., крупный бизнес от 2 млрд руб. Исходные данные для анализа представлены в таблице 1.

По данным бухгалтерской отчетности сумма выручки от продажи за 2015 г. и 2016 г. составляет 690 924 тыс. руб. и 726 831 тыс. руб. соответственно. Для проведения анализа запрошено количество активных договоров, по которым поступают платежи, в 2015 году по данным предоставленным исследуемой организации насчитывается 105 договоров, в 2016 году число активных договоров составило 109.

Для того чтобы понять причины увеличения объема выручки данных сфер бизнеса, построим факторную модель [5, 29]. Учитывая специфику предприятия, предлагаем выделить два фактора: средняя величина лизинговых платежей и количество активных договоров по каждой сфере бизнеса, таблица 2.

Выполним расчеты необходимые для целей факторного анализа, в качестве способа факторного анализа выбран способ абсолютных разниц.

Модель факторного анализа:  $V = (П1-П0) * К$ , где

V – выручка от продаж;

П – средняя величина лизингового платежа;

К – количество активных договоров.

Для малого бизнеса:

$Vп = \Delta П * К = -36,76 * 15 = -551,4$  тыс. руб., где

Vп – изменение выручки за счет изменения средней величины лизингового платежа;

$\Delta П$  – изменение среднего лизингового платежа;

К – количество активных договоров.

$Vк = \Delta К * П = 3 * 6411,44 = 19 234,32$  тыс. руб.,

где Vк – изменение выручки от продаж за счет изменения количества активных договоров;

$\Delta К$  – изменение активных договоров;

П – средний лизинговый платеж.

Баланс факторов:  $\Delta B = B_p + B_k$

$18\ 683 = 19\ 234,32 - 551,4$

Для среднего бизнеса:

$B_p = \Delta P * K = 136,14 * 52 = 7\ 079,28$  тыс. руб.

$B_k = \Delta K * P = -1 * 6727,12 = -6727,12$  тыс. руб.

Баланс факторов:  $\Delta B = B_p + B_k$

$352 = 7\ 079,28 - 6\ 727,12$

Для крупного бизнеса:

$B_p = \Delta P * K = 90,92 * 38 = 3\ 454,96$  тыс. руб.

$B_k = \Delta K * P = 2 * 6\ 708,55 = 13\ 417,1$  тыс. руб.

Баланс факторов:  $\Delta B = B_p + B_k$

$16\ 872 = 3\ 454,96 + 13\ 417,1$

По результатам факторного анализа можно сделать следующие выводы. В сегменте малого бизнеса произошло снижение выручки от продаж на 1969,73 тыс. руб. за счет снижения размера среднего лизингового платежа на 93,80 тыс. руб., а также снижение количества активных договоров на 9 шт. повлекло снижение выручки от продаж на 72542,25 тыс. руб. Исходя из данных полученных в ходе анализа можно сказать, что данное снижение обусловлено низким уровнем спроса на услуги лизинга у малого бизнеса, для преодоления данной проблемы можно рекомендовать разработать систему льготных расчетов включающую, индивидуальный подход к составлению графиков платежей, более низких процентов, возможность принятия в качестве обеспечения аванса оборудования лизингополучателя.

Результаты анализа среднего бизнеса отразили уменьшение выручки на 31 881,92 тыс. руб. за счет снижения действующих договоров на 4 шт., что говорит об отсутствии новых клиентов, уменьшение среднего лизингового платежа привело к снижению выручку на 8 470,67 руб. Как видно из таблицы 1 средний бизнес в большей степени является пользователем лизинговых услуг, так и данные таблицы 2 показывают наибольшее количество действующих договоров, то есть наличие спроса, следовательно, лизинговой фирме следует уделить наибольшее внимание среднему бизнесу, а именно провести анализ тенденций рынка и в соответствии с ним расширить ассортимент предлагаемой номенклатуры предметов, предоставляемых в лизинг.

Анализ данных крупного бизнеса так же показывает снижение выручки от продаж по двум факторам среднему лизинговому платежу и количеству действующих договоров, эти факторы уменьшили сумму выручки на 15884,93 и 39292,19 тыс. руб. соответственно.

К плюсам применения данного метода факторного анализа можно отнести возможность структурного изучения источников выручки, а также определение направления работы отдела предоставления и сопровождения лизинговых услуг для поиска путей привлечения новых клиентов.

Минусом данного способа будет является сложность и трудоемкость подготовки исходной информации для проведения анализа, так как в основном ни одна фирма группирует данные подобным способом.

Таблица 1. Доля субъектов малого, среднего и крупного бизнеса в выручке от предоставления услуг лизинговой фирмой

Показатели	Средняя величина лизинговых платежей, тыс. руб.		Количество активных договоров, шт.	
	предыдущий	отчетный	предыдущий	отчетный
Малый бизнес	96723	115406	15	18
Средний бизнес	342731	343083	52	51
Крупный бизнес	251470	268342	38	40
Всего	690924	726831	105	109

Таблица 2. Данные необходимые для проведения факторного анализа

Показатели	Средняя величина лизинговых платежей, тыс. руб.		Количество активных договоров, шт.		Отклонение	
	предыдущий	отчетный	предыдущий	отчетный	цена, тыс. руб.	Кол-во, шт.
Малый	6448,2	6411,44	15	18	-36,76	3
Средний	6590,98	6727,12	52	51	136,14	-1
Крупный	6617,63	6708,55	38	40	90,92	2

#### Список литературы

1. *Васильева А.Г.* Комплексный экономический анализ: учебно-методическое пособие. Краснодар: КубГАУ, 2014. 121 с.
2. *Вакуленко Т.Г.* Анализ бухгалтерской (финансово) отчетности для принятия управленческих решений. СПб.: Герда, 2015. 214 с.
3. *Галицкая С.В.* Финансовый менеджмент. Финансовый анализ. Финансы предприятия: учебное пособие. СПб.: Эксмо, 2015. 656 с.
4. *Ефимова О.В.* Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений: учебник. М.: Омега-Л, 2014. 348 с.
5. *Сунгатуллина Л.Б., Набиуллина А.Р.* Анализ бухгалтерского баланса для обеспечения финансовой устойчивости // Экономические и гуманитарные науки, 2017. № 5. С. 36-45.