

## **BLOG PROFESOR GERTRUDY KRYSTYNY ŚWIDERSKIEJ**

### **Rachunkowość, sprawozdawczość finansowa, rachunek kosztów, controlling**

#### **Co ma wpływ na ocenę rentowności sprzedaży?**

Prezentowane w sprawozdaniu finansowym informacje o wynikach na sprzedaży są istotną informacją wykorzystywaną zarówno przez odbiorców zewnętrznych jak i zarządzających. Na wynik ze sprzedaży prezentowany w sprawozdaniu finansowym ma wpływa wiele różnych czynników. Które z nich mogą zniekształcić informacje i przyczynić się do podjęcia złych decyzji?

---

Działalność gospodarcza, niezależnie od jej rodzaju, związana jest z koniecznością posiadania odpowiednich zasobów. Umiejętność racjonalnego gospodarowania zasobami znajduje wyraz w wynikach przedsiębiorstwa, które bezpośrednio przekładają się na jego pozycję oraz sytuację ekonomiczną.

Najczęściej stosowanym w praktyce miernikiem efektywności gospodarowania jest rentowność. Termin „rentowność” pochodzi od pojęcia „renta”, które oznacza zysk, dochód, procent od kapitału. Rentowność jest stanem finansowym przedsiębiorstwa wyrażonym wynikiem finansowym osiągniętym z działalności gospodarczej. Ponieważ wynik finansowy może przyjąć postać zysku lub straty, wyróżnia się: zyskowność (dodatni wynik finansowy) i deficytowość (ujemny wynik finansowy).

Pomiar poziomu rentowności wyraża się za pomocą odpowiednio ustalonych relacji – wskaźników rentowności. Generalnie można wyróżnić trzy podstawowe grupy wskaźników rentowności.

- rentowność sprzedaży, nazywaną rentownością handlową,
- rentowność majątku (aktywów), nazywaną rentownością gospodarczo-ekonomiczną,

- rentowność zaangażowanych kapitałów własnych lub kapitałów stałych, określaną jako rentowność finansowa.

Celem analizy rentowności sprzedaży jest powiązanie osiągniętego wyniku ze sprzedaży (zysku lub straty) z przychodami ze sprzedaży.

**Rentowność sprzedaży** obliczana jest jako iloraz zysku (straty) ze sprzedaży wypracowanego przez przedsiębiorstwo i wartości osiągniętego przychodu ze sprzedaży. Otrzymany wynik informuje o tym, w jakim stopniu dana sprzedaż jest opłacalna, czyli innymi słowy - ile zyskaliśmy na jednym złotym osiągniętego przychodu ze sprzedaży (marża zysku /straty ze sprzedaży). Im rentowność sprzedaży danego przedsiębiorstwa jest wyższa, tym lepszą wykazuje efektywność.

Aby dokonać analizy rentowności sprzedaży, musimy dysponować odpowiednimi informacjami. Najczęściej pochodzą ze sprawozdania finansowego. Dla bardziej szczegółowych analiz konieczne są dodatkowe dane pochodzące między innymi z ewidencji księgowej.

**Rachunek zysków i strat** jest częścią sprawozdania finansowego, w której prezentowana jest informacja o wielkości i strukturze **wyniku finansowego** jednostki. Składnikami rachunku zysków i strat są przychody i zyski oraz koszty i straty. Miarą wyników jednostki jest zysk lub strata finansowa, czyli dodatnia lub ujemna różnica pomiędzy osiągniętymi przychodami a poniesionymi kosztami, po uwzględnieniu obciążeń podatkowych.

Przychody i koszty w rachunku zysków i strat są podzielone na:

- Przychody i koszty podstawowej (zasadniczej, statutowej) działalności operacyjnej,
- Pozostałe przychody i koszty operacyjne,
- Przychody i koszty finansowe,
- Obciążenia wyniku finansowego podatkiem dochodowym.

Ustawa o rachunkowości dopuszcza sporządzanie rachunku zysków i strat w dwóch wariantach: porównawczym i kalkulacyjnym. Oba warianty różni prezentacja kosztów podstawowej działalności operacyjnej.

Z rachunku zysków i strat sporządzonego w wariantcie kalkulacyjnym uzyskamy informację o zysku (stracie) ze sprzedaży oraz o zysku(stracie) ze sprzedaży

brutto. Natomiast z rachunku zysków i strat sporządzonego w wariancie porównawczym uzyskamy tylko informację o zysku (stracie) ze sprzedaży.

Informacje zawarte w sprawozdaniu finansowym są wykorzystywane do analizy rentowności przez: pożyczkodawców i wierzycieli handlowych, odbiorców wyrobów, towarów i usług, właścicieli (akcjonariuszy, udziałowców, którzy nie zarządzają przedsiębiorstwem osobiście). Ze sprawozdania finansowego korzystają przy analizie także zarządzający przedsiębiorstwem. Zarządzający (odbiorcy wewnętrzni) mogą mieć dostęp do informacji dostarczanych bezpośrednio przez rachunkowość, podczas gdy odbiorcy zewnętrzni uzyskują informacje o organizacji głównie ze sprawozdań finansowych.

Wszyscy, wykorzystujący informacje pochodzące ze sprawozdania finansowego, powinni przed przystąpieniem do analizy rentowności sprzedaży, uzyskać odpowiedź na pytanie czy dane finansowe uwzględniają istotne czynniki mające wpływ na:

- poziom przychodów ze sprzedaży wyrobów i usług,
- poziom kosztów własnych sprzedanych wyrobów i usług,
- poziom odpisów aktualizujących wartość należności (ryzyko kredytowe związane ze sprzedażą).

### **Czynniki kształtujące wynik ze sprzedaży wyrobów i usług.**

Na osiągnięty wynik ze sprzedaży wpływa wiele różnych czynników. Do podstawowych zalicza się przychody ze sprzedaży produktów i koszty własne sprzedanych produktów.

Przychody ze sprzedaży wyrobów i usług kształtują się pod wpływem czynników niezależnych od przedsiębiorstwa oraz tych na które przedsiębiorstwo ma istotny wpływ.

Koszty własne sprzedanych wyrobów i usług obejmują: koszty wytworzenia sprzedanych produktów, koszty sprzedaży i koszty ogólnego zarządu.

Korzystając ze sprawozdania finansowego, przygotowanego zgodnie z załącznikiem nr 1 do ustawy o rachunkowości w **wariancie kalkulacyjnym**, uzyskamy informację o:

- wartości netto przychodów ze sprzedaży wyrobów i usług od wszystkich odbiorców tych produktów – (bez podatku od towarów i usług i podatku akcyzowego oraz rabatów i opustów) - w pozycji AI RZiS, z podziałem według struktury rzeczowej (rodzajów działalności) i terytorialnej (rynków geograficznych) - w dodatkowych informacjach i wyjaśnieniach;
- wartości netto przychodów ze sprzedaży towarów i materiałów od wszystkich odbiorców tych produktów – (bez podatku od towarów i usług i podatku akcyzowego oraz rabatów i opustów) - w pozycji AII RZiS, z podziałem według struktury rzeczowej (rodzajów działalności) i terytorialnej (rynków geograficznych) - w dodatkowych informacjach i wyjaśnieniach;
- kosztach sprzedanych produktów, w tym: kosztach wytworzenia sprzedanych produktów – w pozycji BI RZiS, kosztach sprzedaży – w pozycji D RZiS, kosztach ogólnego zarządu – w pozycji E RZiS, kosztach wytworzenia na własne potrzeby oraz o kosztach rodzajowych - w dodatkowych informacjach i wyjaśnieniach;
- kosztach własnych sprzedanych towarów i materiałów w pozycji BII RZiS,
- zysku (straty) brutto ze sprzedaży (różnicy między przychodami ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów a kosztami wytworzenia sprzedanych produktów wartością sprzedanych towarów i materiałów) w pozycji C RZiS;
- zysku (stracie) ze sprzedaży w pozycji F RZiS

**Przychody ze sprzedaży produktów** zależą między innymi od: ilości sprzedanych wyrobów i usług, cen sprzedanych wyrobów i usług, struktury asortymentowej, jakości i nowoczesności produktów, odbiorców i warunków sprzedaży, terminów i warunków płatności.

Przykład 1.

Przedsiębiorstwo produkcyjne X wykazało w Rachunku zysków i strat w 2020 roku przychód ze sprzedaży wyrobów gotowych o wartości 800 000 zł. Koszt wytworzenia sprzedanych wyrobów wyniósł 400 000 zł., koszty sprzedaży

60 000 zł. a koszty ogólnego zarządu 40 000 zł. W dodatkowych informacjach i wyjaśnieniach wykazano należności od odbiorców sprzedanych wyrobów w wysokości 600 000 zł. pomniejszone o odpisy aktualizujące wartość wykazanych należności 200 000 zł. .

Dyrektor finansowy przedsiębiorstwa Y zlecił pracownikowi tej firmy dokonanie analizy rentowności sprzedaży przedsiębiorstwa X. Pracownik ustalił zysk ze sprzedaży 300 000 zł. co przekłada się na:

- rentowność sprzedaży równą  $(300\ 000 / 800\ 000) \times 100\% = 37,5\ %$ .

Dyrektor zakwestionował obliczenia pracownika i stwierdził, że rentowność sprzedaży jest znacznie gorsza. Przy ustalaniu wartości przychodów ze sprzedaży należy bowiem uwzględnić fakt, że część należności z tytułu sprzedanych wyrobów w wysokości 300 000 zł. nie wpłynie do przedsiębiorstwa X o czym świadczą odpisy aktualizujące wartość należności. Zysk ze sprzedaży wynosi więc 100 000 zł (300 000 minus 200 000 należności, które prawdopodobnie zostaną utracone), co przekłada się na:

- rentowność sprzedaży równą  $(100\ 000 / 800\ 000) \times 100\% = 12,5\ %$ .

Zysk ze sprzedaży pozwala w prosty sposób określić jak rentowna jest działalność operacyjna przedsiębiorstwa. Należy jednak dokładnie prześledzić co składa się na przychody ze sprzedaży i koszt własny sprzedaży, czy zostały one ustalone prawidłowo.

**Koszty własne sprzedanych wyrobów i usług** obejmują: koszty wytworzenia produktów, koszty sprzedaży i koszty ogólnego zarządu.

Analiza kosztów własnych sprzedanych produktów powinna dać odpowiedź, między innymi, na następujące pytania:

- w jakim stopniu struktura kosztów, wykorzystanie zdolności produkcyjnych i kierunki zmian kosztów odpowiadają zmianom w kosztach konkurentów,
- jaki jest udział kosztów sprzedaży i ogólnego zarządu w koszcie własnym sprzedaży,
- jak zmieniają się koszty na poziomie jednostki produktu, partii produktu, asortymentu produktu i na poziomie przedsiębiorstwa,
- Jak zmieniają się koszty na poziomie klienta, grupy klientów, kanałów dystrybucji i rynków,

Aby odpowiedzieć na te pytania potrzebna jest informacja, której użytkownik zewnętrzny nie uzyska ze sprawozdania finansowego .

Jeśli analiza jest dokonywana przez pracowników przedsiębiorstwa, mających dostęp do informacji pochodzących z działu rachunkowości czy kontrolingu, wówczas mogą przystąpić do analizy rentowności produktów, linii produktowych, klientów.

Właściwa informacja o rentowności brutto produktów ma największy wpływ na decyzje kierownictwa.

#### Przykład

W przedsiębiorstwie X produkowane są trzy wyroby.

Rentowność sprzedaży brutto wyrobu 1 wyniosła 10 % ( przychody ze sprzedaży 200 000 – koszt wytworzenia wyrobów 180 000)

$$20\ 000/200\ 000 \times 100\% = 10\ \%$$

Rentowność sprzedaży brutto wyrobu 2 wyniosła -30 % ( przychody ze sprzedaży 300 000 – koszt wytworzenia wyrobów 390 000).

$$- 90\ 000/300\ 000 \times 100\% = - 30\ \%$$

Rentowność sprzedaży brutto wyrobu 3 wyniosła 42,5 % ( przychody ze sprzedaży 400 000 – koszt wytworzenia wyrobów 250 000).

$$150\ 000/350\ 000 \times 100\% = 42,5\ \%$$

Decyzje kierownictwa były następujące: wyrób pierwszy- utrzymać, wyrób drugi- zrezygnować z rozwoju i sprzedaży, wyrób trzeci -zwiększyć produkcje i sprzedaż.

Gdyby się okazało ,że informacje o przychodach i kosztach zostały ustalone nieprawidłowo, decyzje kierownictwa mogłyby przyczynić się do znacznego pogorszenia sytuacji finansowej zamiast jej poprawy.