



ĮMONIŲ PELNINGUMO VERTINIMO SISTEMOS TEORINIAI ASPEKTAI

Tadas Gudaitis, Ugnė Žagūnytė

Vilniaus universitetas

Anotacija

Įmonės pelningumas ir pelnas yra vieni iš svarbiausių įmonės veiklos vertinimo kriterijų. Pagal pasiektus pelno ir pelningumo rezultatus yra sprendžiama, kokią naudą gali gauti skirtingos įmonės interesų grupės – savininkai, darbuotojai, kreditoriai ir pan. Pelningumo didinimu yra suinteresuotos visos verslo įmonės, nepriklausomai nuo jų veiklos srities ar dydžio. Moksliniame straipsnyje analizuojama pelningumo vertinimo teoriniai ir praktiniai aspektai, sudaroma pelningumo vertinimo modelis bei numatomi metodai, kuriuos taikant galima prognozuoti įmonių veiklos pelningumą ateityje. Norint objektyviai įvertinti įmonės veiklos efektyvumą įvairiais aspektais, jos konkurencingumą ir tęstinumo galimybes, nepakanka analizuoti absoliutinius pelno rodiklius ir jais remiantis priimti tam tikrus sprendimus, kadangi absoliutus pelno rodiklis neatspindi realios įmonės finansinės būklės. Daug išsamesnė informacija gaunama apskaičiavus pelningumo rodiklius ir juos lyginant su pelningumu, kuris galėjo būti gautas pasirinkus alternatyvius investavimo būdus. Išanalizavus užsienio ir Lietuvos autorių mokslinę literatūrą galima teigti, jog įmonės finansinė analizė padeda nustatyti įmonės veiklos finansinius aspektus, įvertinti esamą padėtį ir ateities perspektyvas. Jos informacija padeda patikrinti, ar praeityje priimti sprendimai tikslūs, taip pat pagrįsti esamus ir būsimus valdymo sprendimus. Be to, finansinė analizė yra susijusi su apskaita, kontrole, planavimu ir prognozavimu. Ji leidžia objektyviai įvertinti įmonės ekonominę būklę ir finansinius rezultatus, kad galima būtų pagerinti ir priimti tinkamus valdymo sprendimus. Detalesnei finansinei analizei atlikti rekomenduojama pasitelkti sudėtingesnius išplėstinius analizės metodus. Bendrovių veiklos prognozavimas atliekamas įvairiais metodais. Išanalizavus mokslinę literatūrą, galima teigti, jog plačiausiai paplitęs prognozavimo metodų klasifikavimas į kokybinius (intuityvinius) ir kiekybinius (sisteminus) prognozavimo metodus. Sudarytas pelningumo vertinimo ir prognozavimo modelis gali būti sėkmingai taikomas bendrovių valdymo sprendimams priimti.

RAKTINIAI ŽODŽIAI: Pelnas, pelningumas, įmonių veikla, prognozavimas, finansinė analizė.

Įvadas

Pelningumo didinimu suinteresuotos visos verslo įmonės, nepriklausomai nuo jų veiklos srities ar dydžio. Pelningumas pripažįstamas vienu iš svarbiausių įmonės veiklos vertinimo kriterijų, kadangi jis geriausiai parodo galutinį įmonės veiklos rezultatą bei pagal jį sprendžiama, kokią naudą gali gauti skirtingos įmonės interesų grupės – savininkai, darbuotojai, kreditoriai ir pan. Pakankamas pelningumas laikomas pagrindu tolimesniam verslo plėtimuisi. Nuolatinė ir pagrįsta pelningumo analizė, jo didinimo priemonių taikymas bei aiški jo perspektyvų vizija verslo įmonėms padeda nukreipti finansinių rodiklių raidą pelninga kryptimi.

Straipsnio tikslas – išanalizavus pelningumo vertinimo teorinius ir praktinius aspektus, sudaryti pelningumo vertinimo modelį bei numatyti metodus dėl įmonių veiklos pelningumo prognozavimo.

Straipsnyje aptariami mokslinės literatūros analizės ir sintezės metodai – sisteminimas, loginė, lyginamoji analizė; pelningumo analizės metodai – horizontalioji, vertikalioji, santykinė finansinė analizė, grandinių pakeitimų metodas, koreliacinė analizė, Du Ponto piramidinės analizės modeliai; statistinių duomenų analizė; kiekybiniai ir kokybiniai pelningumo prognozavimo metodai; pelningumo didinimo galimybių modeliavimo metodai; gautų duomenų interpretavimo, vertinimo metodai.

Įmonių pelningumo vertinimo samprata ir problematika

Siekiant identifikuoti galimybes didinti bendrovės pelningumo rodiklius yra būtina išanalizuoti jos finansinę veiklą bei nustatyti vidinius ir išorinius veiksnius, kurie turi įtakos bendrovės pelningumui.

Pelnas dažnai pripažįstamas vienu iš svarbiausių įmonės veiklos vertinimo kriterijų. Klasikinėje ekonomikos teorijoje teigiama, jog pagrindinis verslo tikslas yra pelno siekimas (Qingbin 2005). Pelnas laikomas pagrindu tolimesniam verslo plėtimuisi (Donoghue 2002). Mokslinėje literatūroje apibrėžiami įvairūs pelno kaip ekonominės sąvokos ir įmonės veiklos rodiklio aspektai: akcentuojama, kad pelnas yra ne tik įmonės finansinė nauda, bet ir ilgalaikio finansavimo šaltinis (Hermann 2006), pagrindinis dalykas, dėl ko konkuruojama perkant ir parduodant prekes rinkoje (Lang 2006), ir pan. Įmonių veiklos analizės specialistai dažnai teigia, kad pelnas geriausiai apibendrina visą įmonės veiklą – jis susijęs su visais įmonės veiklos rodikliais, tokiais kaip turtas, kapitalas, įsipareigojimai, pajamos, sąnaudos ir kt. Pelnas parodo viso įmonės kolektyvo veiklą, ūkinių reiškinių tarpusavio vidaus ryšius: naujos technikos ir technologijos taikymo efektyvumą, darbo našumo kilimą, produkcijos savikainos mažinimą ir kt. Todėl pelną galima vadinti įmonės darbo efektyvumo ir jos veiklos vertinimo matu (Fridson, Alvarez 2002). Įvairūs užsienio ir Lietuvos autoriai pateikia skirtingą pelno sąvokos apibrėžimą (žr. 1 lentelę).

Lentelė 1. Pelno sąvokos apibrėžimai

Autorius, metai	Pelno apibūdinimas
Daniels ir Bracker 1989	Skirtumas tarp firmos gautų pajamų ir jas uždirbti patirtų kaštų
Černius, Paškevičius, Starkevičiūtė 1995	Teigiamas įmonės tam tikro laikotarpio (dažniausiai finansinių metų) ūkinės veiklos rezultatas
Kvedaraitė 1997	Finansinė nauda, gaunamų pajamų ir joms užsidirbti padarytų sąnaudų skirtumas, pajamų perviršis
Pass, Lowes, Davies 1997	Skirtumas, atsirandantis, kai firmos bendrosios pajamos yra didesnės už jos bendrąsias sąnaudas
Mackevičius ir Poškaitė 1998	Pelnas - svarbiausias veiklos rezultatų įvertinimo rodiklis.
Fouad ir Najjar 1999	Firmos bendrųjų pajamų ir bendrųjų kaštų skirtumas
Žvinys ir Vabalas 2001	Finansinė nauda, gaunama pajamų ir joms užsidirbti padarytų sąnaudų skirtumas, pajamų perviršis
Martinkus, Žičkienė, Žilinskas 2002	Įvairių tipų įmonių bendroji pajamų dalis, liekanti atskaičius gamybos išlaidas
Fridson ir Alvarez 2002	Bendrųjų pajamų ir bendrųjų kaštų skirtumas
Zinkevičienė 2004	Pajamų dalis, kuri išreiškia verslininko atlyginimą už verslumą, ir apskaičiuojamas lyginant pardavimų bei kitas pajamas su sąnaudomis
Jakutis, Petraškevičius, Stepanovas, Šečkutė, Zaicev 2005	Pajamos, gautos atskaičius išlaidas
Bagdžiūnienė 2006	Pridėtosios vertės dalis, kurią uždirba įmonė, pardavusi savo produkciją, t. y. skirtumas tarp pajamų ir sunaudotų išteklių
Juozaitytė 2007	Įmonės veiklos rezultatas arba svarbiausias įmonės plėtros veiksnys

Šaltinis: sudaryta autorių.

Įmonės veiklos sėkmė dažnai apibūdinama ne įmonės pelno dydžiu, o jos pelningumu. Praktikoje daug dėmesio skiriama pelningumo vertinimui, jį veikiančių veiksnių apskaičiavimui bei finansinių rodiklių analizei. Įmonės pelningumas – vienas įmonės turto, kapitalo, finansavimo šaltinių panaudojimo efektyvumo rodiklių. Pelningumas dažnai apibūdinamas kaip pelno santykis su tam tikru įmonės veiklos rodikliu, kuris turi aiškų ryšį su pelnu. Kitaip tariant, pelningumas yra pelno dalis, tenkanti tam tikram aktyvų ar kapitalo vertės vienetui: pardavimų litui, turto litui, nuosavo kapitalo litui ir pan. (Bernstein, 1993; Dziukevičius 2002).

Mokslinėje literatūroje pelnas ir pelningumas apibūdinamas kaip dvi skirtingos pagal savo turinį sąvokos. Pelnas yra uždirbtų pajamų ir patirtų sąnaudų rezultatas, o pelningumas yra potencialas, kuris projektuoja, kas vyks rytoj (Zinkevičienė 2004; Andrijauskienė 2004). Pelnas yra statiškas, istorinis, retrospektyvinis terminas ir turi daugiau ataskaitinę nei sprendimų priėmimo funkciją. Tuo tarpu pelningumas kaip koncepcija siejamas su ateities pelno kaupimais ir jis apibūdina verslo pajėgumą pelno generavimo lygiuose (Hermann 2006). Pelningumas, pasak Bagdžiūnienės (2006), yra įmonės gebėjimas uždirbti pelną, gauti kuo daugiau pelno iš kiekvieno investuoto į įmonę lito, o pelningumo rodikliai – pagrindiniai rodikliai, kuriais remiamasi atliekant finansinio rezultato analizę, jie

geriausiai parodo galutinį veiklos rezultatą ir pagal juos sprendžiama, kokią naudą galima gauti, rizikuojant investuoti savo kapitalą.

Norint objektyviai įvertinti įmonės veiklos efektyvumą įvairiais aspektais, jos konkurencingumą ir tęstinumo galimybes, nepakanka analizuoti absoliutinius pelno rodiklius ir jais remiantis priimti tam tikrus sprendimus, kadangi absoliutus pelno rodiklis neatspindi realios įmonės finansinės būklės. Daug išsamesnė informacija gaunama apskaičiavus pelningumo rodiklius ir juos lyginant su pelningumu, kuris galėjo būti gautas pasirinkus alternatyvaus investavimo būdus (Bull 2007).

Nors pelnas bei pelningumas skirtingos savo turiniu sąvokos, jos turi glaudų tarpusavio ryšį. Pelningumas yra tiesiogiai priklausomas nuo įmonės generuojamo pelno dydžio, tai yra vienas esminių veiksnių, kurio augimas kitiems veiksniams nekintant didina ir įmonės pelningumą. Dėl šios priežasties įmonės pelningumo analizėje neišvengiama pelno, jo dydį lemiančių veiksnių analizės ir interpretacijos.

Pelningumas parodo veiklos rezultatus, bet neapibūdina priemonių, kuriomis rezultatai buvo pasiekti. Veiksnių, turinčių įtakos įmonės pelningumui, analizė yra neatsiejama įmonės veiklos vertinimo dalis nustatant priežastis, kurios viena ar kita linkme veikia įmonės pelningumą, bei ieškant būdų jį didinti. Nuo to, kaip įmonės vadovybė geba vertinti veiksnių įmonės pelnui poveikį bei planuoti įmonės veiklą atsižvelgus į padarytas išvadas, priklauso įmonės pelningumas bei jo dinamika. Mokslinėje literatūroje veiksniai, veikiantys įmonės pelningumą, dažnai skirstomi į vidinius (mikroaplinkos) bei išorinius (makroaplinkos) veiksnius (Mackevičius, Poškaitė 1998; Lang 2006; Hermann 2006).

Kaip teigia Černius, Paškevičius ir Starkevičiūtė (1995), vidiniai veiksniai tiesiogiai priklauso nuo pačios įmonės veiksmų, yra susiję su jos turimais materialiniais ištekliais. Šiuos veiksnius įmonė pajėgia valdyti, galėdama veikti juos pageidautina linkme: įmonės tikslai, darbuotojai ir jų potencialas, verslo partneriai, reklamos veikla, išteklių naudojimas, produkcijos kaštai, įmonės konkurencinė strategija, veiklos organizavimo principai, produkto paklausa, specialistų kvalifikacija ir t.t. Dažniausiai mokslinėje literatūroje aptariami vidiniai veiksniai, kurie veikia įmonės pelną bei pelningumą, pateikti 2 lentelėje.

Apibendrinant vidinius veiksnius, kurie turi įtakos įmonės pelnui bei pelningumui, galima teigti, jog pagrindiniai yra šie: pardavimų apimtis, pardavimo kaina ir savikaina. Pastarieji turi aiškų ir praktikoje pasitvirtinusį ryšį su įmonės pelnu, o dauguma kitų veiksnių su pelnu turi netiesioginę priklausomybę.

Išorinių veiksnių, turinčių įtakos įmonės pelnui bei pelningumui, įmonė nepajėgia valdyti ar tiesiogiai paveikti. Tačiau įmonė privalo įdėmiai juos sekti, fiksuoti, analizuoti ir tinkamai į juos sureaguoti, t. y. koreguoti savo elgseną ir priimanus sprendimus (Lang 2006).

Išoriniams veiksniams priskiriami ekonominiai, kultūriniai, gamtiniai, moksliniai-technologiniai, politiniai veiksniai, su konkurentų, vartotojų, tiekėjų veikla susiję veiksniai ir kt. Pažymėtina, kad vidinių veiksnių poveikis tiesiogiai susijęs su išorinės aplinkos įtaka įmonei (Černius ir kt. 1995).

Analizuojant įmonės pelningumą bei jį lemiančius veiksnius svarbu išnagrinėti įmonės disponuojamų išteklių valdymo racionalumą (Fridson, Alvarez 2002).

Lentelė 2. Vidiniai veiksniai, veikiantys įmonės pelną bei pelningumą

Veiksniai	Ryšys su pelningumu
Produktų kokybė	Netiesioginis ryšys. Teigiama, jog pelnas yra geros produktų ar paslaugų kokybės pasekmė.
Kliento dydis	Netiesioginis ryšys. Kliento generuojamas pelnas įmonei auga kartu su kliento dydžiu.
Pardavimų apimtis	Tiesioginė priklausomybė. Didėjant pardavimų (jei jie pelningi) apimčiai bei nesikeičiant kitiems veiksniams pelnas auga, ir atvirkščiai.
Pardavimo kaina	Tiesioginė priklausomybė. Produktai, parduoti didesne kaina, esant nepakitusioms kitoms sąlygoms generuoja didesnį pelną, ir atvirkščiai.
Pardavimo savikaina	Atvirkštinė priklausomybė. Didėjant įmonės išlaidoms, pelnas „tirpsta“, ir atvirkščiai.
Produkcijos asortimentas, struktūra	Netiesioginis ryšys. Padidėjus pelningesnės produkcijos lyginamajam svoriui, pelnas auga, ir atvirkščiai.
Produktų kokybė	Netiesioginis ryšys. Teigiama, jog pelnas yra geros produktų ar paslaugų kokybės pasekmė.
Kliento dydis	Netiesioginis ryšys. Kliento generuojamas pelnas įmonei auga kartu su kliento dydžiu.

Šaltinis: sudaryta autorių.

Šiame kontekste labai svarbi finansinė analizė. Atliekant finansinių rodiklių analizę, galima apskaičiuoti įvairių įmonės rodiklių įtaką pelningumui, taip pat įvertinti jų veikimo kryptį bei priklausomybę nuo įmonės veiklos ir išorinių priežasčių. Svarbu surasti tam tikrų rodiklių tarpusavio ryšius, kurie padėtų nustatyti vykstančių procesų priežastingumą ir rezultatus, taip įmonė galės kontroliuoti bei prognozuoti pelningumą. Analizuojant įmonės finansus atskleidžiami vidiniai rezervai ir galimybės geriau dirbti, racionaliau naudoti materialinius, darbo ir finansinius išteklius.

Dažniausiai užsienio mokslinėje literatūroje minimi trys finansinės analizės metodai – horizontalioji, vertikalioji ir santykinė rodiklių analizė (Bernstein 1993; Brigham, Ehrhardt 2002; Friedlob, Schleifer, 2002). Šie metodai naudojami, siekiant nustatyti apskaitos duomenų pasikeitimą: horizontalioji analizė – dinamiškai skaičiuoti, vertikali analizė – struktūrinių pokyčių analizei ir santykinė analizė – koeficientams, santykiams vertinti.

Detalesnei įmonės finansinių rodiklių analizei galima priskirti santykinę finansinių rodiklių analizę. Santykinis rodiklis sudaromas dalijant du pasirinktus dydžius, siekiant įvertinti nagrinėjamą ekonominį reiškinį. Santykinė analizė kitaip dar vadinama koeficientų analize (Mulford 2005). Šie koeficientai išreiškia finansinių ataskaitų bei kitos informacijos duomenų tarpusavio ryšius, taip praplešdami absoliučių dydžių analizės galimybes. Naudojant santykinius rodiklius, galima gana objektyviai ir tiksliai įvertinti įvairias įmonės veiklos puses, atskleisti rezervus, prognozuoti ir priimti

optimalius valdymo sprendimus. Galima teigti, kad santykinė analizė yra viena iš svarbiausių priemonių nustatant ir įvertinant bendrą įmonės finansinę ekonominę būklę (Fridson, Alvarez 2002). Pagrindinis santykinio rodiklių pasirinkimo principas – įmonės arba jos padalinių tikslai, suderinti su bendru visos įmonės tikslu (Bagdžiūnienė 2006).

Priklausomai nuo informacijos vartotojų poreikių ir įmonės veiklos ypatybių ilgainiui susiformavo specifiniai santykiniai pelningumo rodikliai ir jų analizės metodai. Santykiniai pelningumo rodikliai gali būti skaičiuojami remiantis įvairiu pelnu – bendruoju, įprastinės veiklos, grynuoju ir t.t., priklausomai nuo analizės tikslų. Daugelio mokslinės literatūros autorių siūlomas pelningumo rodiklių grupavimas į turto, kapitalo ir pardavimų pelningumo rodiklius (Fouad, Najjar 1999; Williams 2008). Šios trys pelningumo apskaičiavimo metodikos nevienodai domina analitinės informacijos vartotojus. Pardavimų pelningumas aktualus įmonių vadovams, taip pat verslo partneriams, kreditoriams. Turto pelningumas svarbus įmonių vadovybei, nes ji sprendžia apie turto panaudojimo efektyvumą įmonėje, apie jos padalinių veiklos efektyvumą. Kapitalo pelningumas aktualus esamiems ir potencialiems akcininkams, nes kiekvieną domina, kiek pelno yra gaunama iš kiekvieno jų investuoto į įmonę lito.

Dažniausiai skaičiuojami pardavimų pelningumo rodikliai pateikiami 3 lentelėje. Pardavimų pelningumo rodiklių grupė atspindi pardavimų efektyvumą įvairiuose įmonės veiklos etapuose. Bendrojo pardavimų pelningumo rodiklio dėka galima spręsti, ar yra pakankamas skirtumas tarp produktų kainų ir jų gamybos išlaidų.

Lentelė 3. Santykiniai pardavimų pelningumo rodikliai

Rodiklio pavadinimas	Skaičiavimo formulė
Bendrasis pardavimų pelningumas	Bendrasis pelnas / Pardavimų pajamos
Grynasis pelningumas	Grynasis pelnas / Pardavimų pajamos
Veiklos pelningumas	Bendrasis pelnas / Pardavimų savikaina
EBITDA* pelningumas	EBITDA / Pardavimų pajamos

Šaltinis: sudaryta autorių.

Tikslesniam įmonės finansinės situacijos apibūdinimui skaičiuojamas grynasis pardavimų pelningumas, parodantis, ar pardavimų procesas buvo pelningas, ar ne. Grynojo pelno rodikliai matuoja įmonės veiklos rezultatą po finansinių išlaidų ir mokesčių. Veiklos pelningumo rodiklis rodo įmonės vadovų gebėjimą įvertinti ir kontroliuoti veiklos sąnaudų formavimąsi ir veiklos pelningumą. EBITDA (pelno prieš palūkanas, mokesčius, nusidėvėjimą ir amortizaciją) pelningumas suteikia informacijos apie bendrovės veiklos pelningumą, kuris nepriklauso nuo bendrovės finansavimo, mokesčių pozicijos ir su nusidėvėjimu susijusiais apskaičiavimais, todėl šis rodiklis dažnai laikomas pagrindiniu pardavimų pelningumo rodikliu (Williams 2008).

Dažniausiai skaičiuojami turto pelningumo rodikliai pateikiami 4 lentelėje. Turto pelningumo rodikliai parodo įmonės turto naudojimo efektyvumą. Turto pelningumas vertina, kokią grąžą duoda 1 litas, investuotas į įmonę. Turto pelningumo rodiklis dažniausiai skaičiuojamas kaip grynojo pelno ir viso įmonės turto santykis, taip pat patartina imti pelną iki palūkanų ir mokesčių į valstybės biudžetą, kad turto pelningumui neturėtų įtakos įmonės finansinė veikla bei verslo finansavimo aspektai (Williams 2008).

Lentelė 4. Santykiniai turto pelningumo rodikliai

Rodiklio pavadinimas	Skaičiavimo formulė
Viso turto pelningumas	Grynasis pelnas / Turtas
Ilgalaikio turto pelningumas	Grynasis pelnas / Ilgalaikis turtas
Trumpalaikio turto pelningumas	Grynasis pelnas / Trumpalaikis turtas

Šaltinis: sudaryta autorių.

Dažniausiai skaičiuojami kapitalo pelningumo rodikliai pateikiami 5 lentelėje. Kapitalo pelningumas apibūdina įmonės pelningumą atsižvelgiant į jos veiklos finansavimo šaltinius. Kapitalo pelningumas vertina, kokią grąžą duoda 1 litas, investuotas į įmonės kapitalą. Nuosavo kapitalo pelningumas – vienas svarbiausių įmonės veiklos rodiklių, kadangi jis atspindi pagrindinių įmonės veiklos dalyvių – savininkų – investuoto kapitalo grąžą ir tam tikru mastu parodo įmonės vadovybės darbo efektyvumą naudojant investuotą kapitalą. Akcinio kapitalo pelningumas parodo akcinio kapitalo panaudojimo efektyvumą. Manoma, kad padėtis turėtų būti vertinama nepalankiai, jeigu akcinio kapitalo pelningumo rodiklis mažesnis už ilgalaikių kreditų palūkanų normą (Bull 2007). Pastovaus kapitalo pelningumas parodo įmonės funkcionavimo ir potencialios plėtros lygį, be to, kaip vadovai sugeba panaudoti nuosavą kapitalą ir ilgalaikius įsipareigojimus. Manoma, kad šis rodiklis yra objektyviausias įmonės finansinės būklės matas, todėl jį visuomet nagrinėja ne tik įmonės vadovybė, bet ir akcininkai, kreditoriai, įvairios finansinės institucijos (Mulford 2005).

Lentelė 5. Santykiniai kapitalo pelningumo rodikliai

Rodiklio pavadinimas	Skaičiavimo formulė
Nuosavo kapitalo pelningumas	Grynasis pelnas / Nuosavas kapitalas
Akcinio kapitalo pelningumas	Grynasis pelnas / Akcinis kapitalas
Pastovaus kapitalo pelningumas	Grynasis pelnas / (Nuosavas kapitalas + ilgalaikiai įsipareigojimai)
Pelnas, tenkantis vienai akcijai	Grynasis pelnas / Akcijų skaičius

Šaltinis: sudaryta autorių.

Dažnai prie kapitalo pelningumo rodiklių priskiriamas dar vienas rodiklis – pelnas, tenkantis akcijai.

Kad būtų akivaizdesnis įvairių veiksnių poveikis tam tikriems nagrinėjamiems finansiniams rezultatams daugelis autorių pasitelkia išplėstinį įmonės pelningumo analizės modelį - Du Ponto piramidinės analizės metodą.

Tai - modelis, iliustruojantis, kaip kiti rodikliai susiję su pelningumo koeficientu. Šią analizę autoriai taiko įvairiai, tačiau jos principas yra tas pats, t. y. pelningumo rodiklių išskaidymas į daugiklius - veiksnius, kurie parodo pagrindines pelningumo kitimo priežastis (Grigas, Sarocka, Barokas, Aliniūtė, Matulaitis 2005; Gronskas 2006). Atsižvelgiant į tai, kad analizuojant įmonės pelningumą dažniausiai apsiribojama tik pagrindinių santykinų pelningumo rodiklių analize, siūloma naudoti įvairius Du Ponto piramidinės analizės variantus bei taip apskaičiuoti veiksnius, darančius įtaką pelningumui.

Įmonės pelną veikiančių veiksnių poveikiui įvertinti rekomenduotina atlikti jų analizę ir grandinių pakeitimų būdu. Grandinių pakeitimų būdo esmę sudaro tai, kad kiekvienas projektinis arba bazinis rodiklis iš eilės keičiamas faktiniu, kitus rodiklius imant nepakeistus. Rezultatas, gautas po kiekvieno pakeitimo lyginamas su rezultatu, gautu iki to rodiklio pakeitimo. Apskaičiuotas nukrypimas rodo atitinkamo veiksnio kiekybinę įtaką rodiklio pasikeitimui. Grandininiai pakeitimai padeda apskaičiuoti įvairių veiksnių įtaką rezultatiniam rodikliui tik tada, kai tie veiksniai tarpusavyje susieti multiplikaciniu būdu (Gronskas 2006; Mackevičius, Poškaitė 1998).

Grandininis pakeitimų būdas naudojamas įvairių veiksnių poveikiui pelnui tirti – pardavimų kiekio, kainos, savikainos, produkcijos asortimento, struktūros ir pan. Grandinių pakeitimų būdas padeda išskirti svarbiausias finansinį rodiklį veikiančias grandis, eliminuojant kitus, mažesnę svarbą turinčius veiksnius.

Veiksnių, turinčių įtakos įmonės pelningumui, ryšio su pačiu pelningumu stiprumui įvertinti galima išskirti matematinės analizės metodą – koreliacinę analizę. Koreliacinės analizės pagalba galima įvertinti pasirinktų atsitiktinių įmonės vidinių veiksnių, pavyzdžiui, tam tikrų įmonės pajamų elementų, taip pat išorinių veiksnių, pavyzdžiui, šalies makroekonomikos rodiklių, įtaką nagrinėjamam rodikliui (šio darbo atveju – pelnui ir pelningumui). Koreliacinė analizė – kiekybinio tyrimo metodas, leidžiantis nustatyti, ar tarp nagrinėjamų kintamųjų egzistuoja priklausomybė – stochastinis ryšys, pasireiškiantis kaip priklausomybė tarp atsitiktinių dydžių taip, jog vieno dydžio pokytis veikia kito dydžio pasiskirstymą (Cohen 2003). Koreliacinė analizė – tai statistinis metodas, kuriuo tiriami atsitiktinių dydžių tarpusavio ryšiai. Pats koreliacinės analizės metodas neatskleidžia ryšių atsiradimo priežasčių, o tik kiekybiškai išmatuoja tų ryšių stiprumą. Taigi, koreliacija atsako į klausimą, ar yra ryšys tarp požymių, kokia jo kryptis ir stiprumas (Pabedinskaitė 2005).

Apibendrinant, įmonės finansinė analizė padeda nustatyti įmonės veiklos finansinius aspektus, įvertinti esamą padėtį ir ateities perspektyvas. Jos informacija padeda patikrinti, ar praeityje priimti sprendimai tikslūs, taip pat pagrįsti esamus ir būsimus valdymo sprendimus.

Įmonių pelningumo prognozavimo metodai

Įmonės funkcionuoja nuolat kintančioje aplinkoje, todėl įmonės valdymui svarbią rolę turi veiklos planavimas ateičiai. Ilgalaike įmonės sėkmė priklauso nuo to, ar vadovai sugeba numatyti perspektyvą ir plėtoti atitinkamą strategiją. Prognozė – aiškaus tikimybinio

pobūdžio sprendimas apie ateitį, tam tikrais duomenimis pagrįstas numatymas, kokia bus reiškinio eiga (Bomhoff 1995). Išskirtinis prognozavimo trūkumas yra tas, kad prognozuojamiems rodikliams bei jų kaitai dažnai būdingas aukštas neapibrėžtumo laipsnis. Tačiau įmonei yra vertingesni sprendimai, pagrįsti prognozėmis, nei priimti intuitiesniai. Taigi, prognozavimas yra neatsiejama valdymo sprendimų dalis, kadangi gali padėti numatyti daugelį būsimų aspektų verslo operacijoms.

Prognozavimas atliekamas įvairiais metodais. Pasak Martišiaus (2002), Šeikutės ir Pabedinskaitės (2002), labiausiai paplitęs prognozavimo metodų klasifikavimas į kokybinius (intuityvinius) ir kiekybinius (sisteminius) prognozavimo metodus. Tokiam klasifikavimui taikymui pritaria ir užsienio autoriai Berenson ir Levine (1999).

Kokybiniuose metoduose didžiausią reikšmę turi žmonių (vartotojų, ekspertų, vadovų ir kt.) nuomonė. Šie metodai taikomi situacijose, kai nėra galimybių arba sudėtinga taikyti kiekybinius metodus arba kai norima sudaryti prognozę, papildančią kiekybinę prognozę. Dažniausiai išskiriami šie kokybinio prognozavimo metodai:

- prognozės, sudarytos remiantis vartotojų apklausa. Pirkėjų apklausa dažniausiai leidžia priimti tinkamiausius prognozuojamus rodiklius, tačiau siekiant sumažinti šio metodo išlaidas įmonės neretai pasirenka potencialių vartotojų atsitiktinės atrankos metodą;
- pardavimo tarnybų darbuotojų atliekamas įvertinimas. Šio metodo pranašumas – rinkos artumas ir to sąlygotas realus rinkos vystymosi įvertinimas, kadangi atsižvelgiama į labiau trumpalaikius pasikeitimus;
- vadovų įvertinimai. Įmonės vadovai remiasi jau turima informacija. Jie gali nusibrėžti tik vystymosi pagrindines kryptis, kadangi esama pavojaus gauti netikslią, nutolusią nuo tikrosios padėties prognozę. Šio metodo pranašumas, kad prognozes galima gauti santykinai per trumpą laiką ir įvertinami skirtingi požiūriai į būsimą vystymąsi;
- ekspertinių įvertinimų metodas (Delphi metodas). Nustatant paklausą ar kitus įmonę dominančius reiškinius, dažnai naudojamas ekspertinių vertinimų metodas, turintis daug modifikacijų bei artimas Delphi atmainai;
- išorinių ekspertų nuomonė. Norimų rodiklių prognozėms sudaryti gali būti naudojami konsultantų ar kitų ekspertų iš išorės įvertinimai.

Kiekybinė analizė pranašesnė už kokybinę, todėl, kad atliekant kiekybinę analizę gali būti nagrinėjami analogiškų įmonių pagrindiniai rodikliai iš statistinių leidinių ir lyginami su galimais įmonės rodikliais (Čekanavičius, Murauskas 2002). Kiekybiniai prognozavimo metodai padeda vadovams lavinti intuityją, kelti žinių lygį apie valdomą objektą, kadangi modeliai supaprastinti, atspindintys svarbiausias objekto ypatybes (Šeikutė, Pabedinskaitė 2002). Dažniausiai išskiriami šie kiekybiniai prognozavimo metodai:

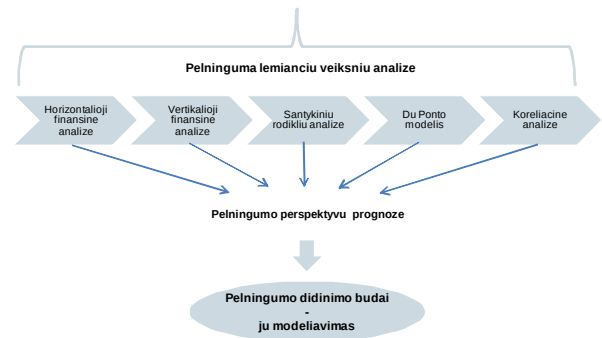
- slenkančio vidurkio metodas taikomas duomenims, neturintiems nei ryškaus trendo, nei ciklinės ar sezoninės komponentės. Taikant šį

metodą, kiekvienas stebėjimas, jo reikšmė turi tą patį svorį, yra vienodai patikimi;

- eksponentinio išlyginimo metodas, tai – prognozavimo metodas, kai prognozei naudojamas svertinis analizuojamų reikšmių vidurkis. Eksponentinio išlyginimo metodo pranašumai yra paprasta procedūra ir nedidelis praeities duomenų skaičius, būtinas skaičiavimams;
- eilutės trendo prognozavimas. Šio metodo pagrindinis tikslas – analizuojant kelių ar keliolikos periodų duomenis, nustatyti ilgesnio laikotarpio rodiklių kitimo pagrindines tendencijas, dėsningumus ir atlikti prognozes ateinantiems metams. Trendas atspindi pagrindinę reikšmių kitimo tendenciją.

Įmonės finansų prognozavimą supa didelis neapibrėžtumas, todėl įmonėms rekomenduotina nepasikliauti vienu pasirinktu prognozavimo metodu. Patartina tą patį įmonės rodiklį prognozuoti keliais prognozavimo metodais, taip sumažinant netikslios prognozės išvados riziką. Pažymėtina, kad gautos prognozės neturės vertės, jei jų nebus įmanoma pagrįsti logiškai.

Išanalizavus teorinius finansinės analizės metodus, svarbu nusistatyti sistemingą šių metodų atlikimo seką (žr. 1 pav.), kuri būtų pritaikoma įmonių pelningumo vertinimui bei prognozavimui.



1 pav. Pelningumo didinimo galimybių teorinis modelis
(Šaltinis: sudaryta autorių.)

Apibendrinant, finansinė analizė yra susijusi su apskaita, kontrole, planavimu ir prognozavimu. Ji leidžia objektyviai įvertinti įmonės ekonominę būklę ir finansinius rezultatus, kad galima būtų pagerinti ir priimti tinkamus valdymo sprendimus. Detalesnei finansinei analizei atlikti rekomenduojama pasitelkti sudėtingesnius išplėstinius analizės metodus.

Išvados

Analizuojant pelno bei pelningumo teorinius aspektus, išskiriama, jog pelnas yra vienas iš svarbiausių įmonės veiklos vertinimo indikatorių. Pelnas siekimas yra pagrindinis verslo tikslas. Pelninga veikla laikoma pagrindu tolimesniam verslo plėtimuisi. Vertinant mokslinėje literatūroje pateikiamus pelningumo tyrimo metodus išryškėja auganti finansinės analizės reikšmė. Skirtingi pelno sąvokos apibrėžimai leidžia suprasti, kad pelno rodiklis pasižymi jį lemiančių veiksnių gausa bei

išraiškos sudėtingumu. Išanalizavus įvairioje užsienio ir Lietuvos autorių mokslinėje literatūroje pateiktus pelno sąvokos apibrėžimus galima teigti, jog dažniausiai pelnas apibrėžiamas kaip bendrųjų pajamų ir bendrųjų kaštų skirtumas. Bendrovių pelningumo vertinime tikslinga ir pagrįsta naudoti finansinės analizės būdus – horizontaliąją, vertikaliąją bei santykinę pelningumo finansinę analizę. Be to, detalesnės finansinės analizės atlikimui tikslinga pasirinkti įvairių autorių rekomenduotinus sudėtingesnius finansinės analizės metodus, tokius kaip Du Ponto piramidinis modelis, grandinių pakeitimų metodas ar koreliacinė analizė. Be to, straipsnyje yra atskleista įmonės finansinės analizės pagrindu laikytinų neigiamą ar teigiamą poveikį įmonės

Literatūra

- Andrijauskienė, E. (2004). *Įmonių ekonomika*. Vilnius.
- Bagdžiūnienė, V. (2006). *Įmonių veiklos planavimas ir analizė: esmė ir verslo situacijos*. Vilnius: Conto litera.
- Berenson, M. L., Levine, D. M. (1999). *Basic Business Statistics: Concepts and Applications*. 7th edition. Prentice Hall.
- Bernstein, L. (1993). *Financial Statement Analysis*. Boston: IRWIN.
- Bomhoff, E. J. (1995). *Financial Forecasting for Business and Economics*. Academic Press.
- Brigham, F., Ehrhardt, C. (2002). *Financial management. Theory and Practice*. 10th Edition.
- Bull, R. (2007). *Financial Ratios: How to use financial ratios to maximise value and success for your business*. 1 edition. CIMA Publishing.
- Cohen, J., West, S. G., Aiken, L. S. (2003). *Applied multiple regression/correlation analysis for the behavioral sciences*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Čekanašius, V., Murauskas, G. (2002). *Statistika ir jos taikymai II*. Vilnius: TEV.
- Černius, G., Paškevičius, A., Starkevičiūtė, M. (1995). *Įmonių finansinė analizė. Rodiklių apskaičiavimo metodika*. Vilnius.
- Daniels, J. D., Bracker, J. (1989). *Profit performance. Do foreign operations make a difference?* Management international review (1).
- Donoghue, K. (2002). *Built for Use: Driving Profitability Through the User Experience*. McGraw-Hill.
- Dzikevičius, A. (2005). *Finansiniai koeficientai ir jų analizė*. Žiūrėta: 2011 04 10. Prieiga internete: <http://finansai.tripot.com>
- Fouad, K., Najjar, Al. (1999). *Multinationality, Profitability and Firm Value*. Florida: A&M university.
- Fridson, M., Alvarez, F. (2002). *Financial Statement Analysis. A practitioner's Guide*. Third edition.
- Friedlob, G. T., Schleifer, L. L. F. (2002). *Essentials of financial analysis*. 1 edition. Wiley.
- Grigas, T., Saročka, A., Barokas, A., Aliniūtė, A., Matulaitis, M. (2005). *Finansų valdymas*. Vilnius: UAB „Verslo žinios“.
- Gronskas, V. (2006). *Ekonominė analizė: mokomoji knyga*. Kaunas: Technologija.
- Hermann, S., Frank, B., Frank, L. (2006). *Didinkite pelną, ne rinkos dalį: kaip uždirbti daugiau pelno didelės konkurencijos rinkose*. Vilnius: UAB „Verslo žinios“.
- Jakutis, A., Petraškevičius, V., Stepanovas, A., Šečkutė, L., Zaicev, S. (2005). *Ekonomikos teorija*. Vilnius.
- Juozaitytė, L. (2007). *Įmonės finansai*. Šiauliai: Šiaulių universiteto leidykla.
- Kvedaraitė, V. (1997). *Įmonės finansų valdymas*. Vilnius.
- Lang, L. (2006). *Maximizing Profitability: The Theory of Constraints Approach to Maximizing Profits*. Throughput Publishing, Inc. 1st edition.
- rezultatams turinčių veiksnių identifikavimo svarba. Nustatyta, kad įmonėms parenkami pelningumo didinimo būdai tiesiogiai priklauso nuo jų pelningumą lemiančių konkrečių veiksnių detalios analizės.
- Bendrovių veiklos prognozavimas atliekamas įvairiais metodais. Išanalizavus mokslinę literatūrą, galima teigti, jog plačiausiai paplitęs prognozavimo metodų klasifikavimas į kokybinius (intuityvinius) ir kiekybinius (sisteminius) prognozavimo metodus.
- Išanalizavus teorinius finansinės analizės metodus, sudarytas pelningumo vertinimo modelis gali būti sėkmingai taikomas bendrovių valdymo sprendimams priimti.
- Mackevičius, J., Poškaitė, D. (1998). *Finansinė analizė*. Vilnius: Katalikų pasaulis.
- Martinkus, A., Žičkienė, S., Žilinskas, V. (2002). *Įmonės ekonomika*. Šiauliai: Šiaulių universiteto leidykla.
- Martišius, S. A. (2002). *Koreliacinės – regresinės analizės pradmenys*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
- Mulford, Ch. W., Comiskey, E. (2005). *The financial numbers game: detecting creative accounting practices*. Wiley.
- Pabedinskaitė, A. (2005). *Kiekybiniai sprendimų metodai. I dalis. Koreliacinė regresinė analizė. Prognozavimas*. Vilnius: Technika.
- Pass, C., Lowes, B., Davies, L. (1997). *Ekonomikos terminų žodynas. 2-asis, papildytas ir pataisytas leidinys*. Vilnius: Technika.
- Šečkutė, L., Pabedinskaitė, A. (2002). *Prognozavimo metodų taikymas versle informacinės visuomenės raidos sąlygomis*. Inžinerinė ekonomika, Nr. 1 (27).
- Qingbin, C. (2005). *A dynamic model for profitability analysis of construction firms: towards complexity, learning and uncertainty*. A dissertation submitted to the faculty of Purdue university.
- Williams, Jan R. (2008). *Financial and managerial accounting*. 14 edition. McGraw-Hill/Irwin.
- Zinkevičienė, D. (2004). *Pajamų samprata ekonomikoje ir apskaitoje*. Klaipėda: Tiltai.
- Žvinys, J., Vabalas, E. (2001). *Įmonės ekonomika*. Vilnius.
- Brown, F., Harris, M.G., and Other, A.N. (1998). Name of paper. In Name (s) of editor(s) (ed.), *Name of book in italics*, page numbers. Publisher, Place of publication.
- Smith, S.E. (2004). *Name of book in italics*, page or chapter numbers if relevant. Publisher, Place of publication.
- Smith, S.E. and Jones, L.Q. (2008). Name of paper. *Name of journal in italics*, volume (number), page numbers.
- Smith, S.E. and Jones, L.Q. (2008). Name of paper. *Name of journal in italics*, volume (number), page numbers. [revised 2008 04 29], <http://xxxx>. [9 pt, Hanging: 0,5 cm]

THEORETICAL ASPECTS OF COMPANIES' PROFITABILITY EVALUATION SYSTEM

Summary

Company's profit and profitability are among the most important criteria of evaluating company's business activity. According to the achieved profit and profitability performance results, different interest groups (e.g. owners, employees, creditors) is deciding what type benefits they can expect from the company can get. Increase of profitability is interest in all type of businesses, regardless of their field of activity or size.

Theoretical and practical aspects of profit and profitability are analysed in the article. Moreover the model for analysis is creates in the article and the methods of analyzing and prognose profit and profitability are evaluated in the article. It shall be

noted, that the growing importance of financial analysis observed in the scientist researches. Different definitions of the profit indicator concept imply that the profit indicator is influenced by abundance of factors and complexity. The analysis of foreign and Lithuanian scientific researchers showed, that profit concept usually is defined as difference of gross revenues and gross cost.

In assessment of profitability the use of financial analysis techniques as horizontal and vertical analysis, comparative indicators calculations are appropriate and justified methods used for financial analysis of profitability. In addition, for more detailed and deeper financial analysis of profitability of the performance should be chosen by various authors are recommending more sophisticated financial analysis techniques, such as DuPont analysis, the chain changes model or correlation analysis.

In addition, the importance of the factors, which would be considered according to their level of their negative or positive impact, are evaluated in the article, looking from financial analysis perspective. It comes to the conclusion that selection of actions by the company for profitability increase is much more appropriated in these cases, when the actions are selected after detailed financial analyzes. In order to objectively assess the company's performance in various aspects, its competitiveness

and sustainability possibilities, it is not sufficient to analyze the absolute profit values and based on it to take certain decisions, because the absolute profit ratio does not reflect the actual financial situation of the company. Much more detailed information is obtained by calculating the profitability indicators and comparing them with the values, which would be obtained by selecting different investment alternatives.

After analysis of foreign and Lithuanian scientific, it can be concluded, that the financial analysis allows determine the company's performance aspects of the current situation and future perspectives. The analysis results allows to verify the effectiveness of the decisions in the past and settle background for making current and future management decisions. In addition, for more detailed financial analysis is recommended to use more complex advanced analytical techniques. The prognosis of future corporate performance result might be performed by various methods. The results of the scientific literature analysis show, that the most abundant classification of prognosis methods are classified into qualitative (intuitive) and quantitative (systematic). Finally, profitability and forecasting model might be successfully applied for making corporate governance decisions.

KEYWORDS: Profit, Profitability, Companies' activity, prognosis methods, financial analysis.

Tadas Gudaitis. Vilniaus universiteto Ekonomikos fakulteto lektorius, ekonomikos mokslų daktaras, el. paštas: tadas.gudaitis@ef.vu.lt. Virš 10 mokslinių ir mokslo populiarinimo straipsnių Lietuvos ir užsienio šalių mokslo darbuose ir žurnaluose autorius. Mokslinių interesų sritys: socialinė ekonomika, senatvės pensijų sistemos, pensijų fondai, asmeninių finansų valdymas, finansinis raštingumas.

Ugnė Žagūnytė. Vilniaus universiteto Ekonomikos fakulteto magistrė, el. paštas: ugne.zagunyte@gmail.com.

