**Как по отчетности туроператора оценить его надежность? Мастер-класс от Марии Булатовой.**

Мария Булатова, директор ООО «ИРМА-АУДИТ», член СРО «Центральное агентство антикризисных менеджеров», которая более 10 лет работает с турфирмами, делится секретами о том, как имея только официальную, доступную всем информацию, оценить надежность компании-туроператора, на что обратить внимание.

Данный материал будет полезен не только тем, кто в нынешнее неспокойное время пытается решить, с каким партнером работать надежно, но и самим туроператорам позволит сделать экспресс-оценку своего баланса, даже не обладая специальными знаниями.

**Как и для кого написана эта статья.**

Данный материал является частью моей книги об антикризисном управлении в туризме, написать которую я пытаюсь уже несколько лет. Если писать книгу академическим языком, она была бы готова за 2-3 месяца. Но как сделать так, чтобы она была понятна и полезна не профессионалам. Я сознательно отказалась от специальной терминологии и теоретических выкладок. И если и употребляю «умные слова», то стараюсь наиболее простым способом объяснить их смысл. Предлагаемая мною методика не имеет практически ничего общего с академическими методами анализа и рассчитана на широкий круг пользователей, не обладающих специальными знаниями. В классическом финансовом анализе считается, что только «квалифицированный пользователь» может оценить данные отчетности. Еще бы было по другому! На чем тогда кормиться финансовым аналитикам, как ни на трактовке тех данных, которые пользователь не может понять и оценить самостоятельно!

Мы же с вами будем анализировать и оценивать бухгалтерскую отчетность контрагентов по очень простым и доступным «неквалифицированному пользователю» критериям.

Кстати, по этим же критериям «любознательный» директор может оценить и ту отчетность, которую главбух приносит ему на подпись. Потому что главбух-главбухом, а отвечает за организацию бухгалтерского учета и достоверность бухгалтерской отчетности все равно директор.

**Прежде всего о том, где эту отчетность взять.**

Начнем с того, что бухгалтерская отчетность является открытой информацией, предназначенной для заинтересованных внешних пользователей. Так что если даже она попала вам в руки некими «неведомыми путями», в промышленном шпионаже вас не обвинят. Но есть и вполне законные ли легальные способы и источники. Проще всего с открытыми акционерными обществами. Они и вовсе обязаны публиковать свою отчетность. Но таких в туризме – единицы. Если вы пользуетесь любой системой электронной сдачи отчетности (Такском, Контур-Экстерн и другие), то с помощью этой системы можно не только сдать свою отчетность, но и запросить выписку из ЕГРЮЛ на любое юридическое лицо, сведения о котором содержатся в ЕГРЮЛ, а также – получить его бухгалтерскую отчетность. К сожалению, данные об отчетности есть не на всех. Как правило, нет проблем с получением информации по тем компаниям, которые сдают электронную отчетность, а вот балансы сторонников ручной сдачи или почтовой отправки могут в систему и не попасть. Не сдают бухгалтерскую отчетность и компании, применяющие упрощенную систему налогообложения. Но есть и другие источники получения сведений: сам партнер или ИФНС. Правда как первый, так и вторая могут и не захотеть предоставить вам копию отчетности. Существует также ряд интернет-сервисов, помогающих получить необходимую информацию, например система «Налоговая справка», через которую можно за 250 рублей получить бухгалтерскую отчетность контрагента и выписку из ЕГРЮЛ, аналогичная система «База данных Контрагент» берет за данную услугу 280 рублей. Через системы электронной сдачи отчетности также можно запросить информацию об аффилированных лицах компании или же выяснить, учредителем или директором какого количества юридических лиц является интересующее вас лицо. Эта информация также является открытой. Если у вас нет доступа к такой системе, то выписку из ЕГРЮЛ на контрагента можно получить и в любой ИФНС, заплатив 400 рублей госпошлины.

И наконец, еще один источник – Ростуризм, который раз в год собирает со всех туроператоров, включенных в реестр, копии бухгалтерской отчетности и аудиторского заключения. Правда в обязанности этого органа не входит предоставление информации «третьим лицам». Да, похоже, и сами они не занимаются анализом полученных сокровищ. А жаль. Год назад мы направляли в Ростуризм предложение о разработке системы коэффициентов для финансового анализа отчетности туроператоров, поскольку все имеющиеся коэффициенты и их пороговые значения разработаны для производственных предприятий и оценить с их помощью баланс предприятия другой отрасли невозможно. К сожалению, Ростуризм наше предложение не заинтересовало, хотя мы и предлагали сделать все на безвозмездной основе. Не так давно в туристической прессе звучали также предложения от участников рынка к Ростуризму – публиковать бухгалтерскую отчетность туроператоров. Но опять же, раз нет обязанности по закону, вряд ли этого стоит ожидать.

Но, допустим, теми или иными способами нам удалось раздобыть отчетность интересующего нас юрлица. Тогда приступаем к ее анализу.

**Шаг 1. Наличие аудиторского заключения.**

Обязательный годовой аудит должны проходить те компании, выручка которых за предшествующий аудируемому периоду год превысила 400 млн. рублей и/или «валюта баланса» (т.е. строка баланса, в которой написано «итого») опять же за предшествующий год превышает 60 млн. руб., а также в обязательном порядке, независимо от показателей деятельности, - ОАО. Они же, кстати, обязаны публиковать аудиторское заключение или выдержку из него вместе с бухгалтерской отчетностью.

Аудиторское заключение, как и сама отчетность, является публичной информацией, предназначенной для внешних заинтересованных пользователей.

Итак, если вам в руки попал этот документ, обратить внимание надо на следующие моменты:

Во-первых, тип аудиторского заключения. Оно может быть безусловно-положительным, модифицированным (положительным с оговорками) или отрицательным. А также – в ряде случаев аудитор может отказаться от выражения мнения о достоверности отчетности.

Обращаю ваше внимание на то, что положительное заключение о бухгалтерской отчетности не означает того, что аудитор подтверждает надежность и непогрешимость туроператора, или его финансовую устойчивость. Если аудитор выдал положительное заключение, это означает, что он, со значительной (хотя и не 100%) вероятностью подтверждает, что данные, содержащиеся в отчетности, достоверны, т.е. соответствуют бухгалтерскому учету и первичным документам. Например, если из отчетности следует, что у туроператора огромный долг по кредитам, или большие убытки, но аудитор по документам определил, что это соответствует истине, то заключение будет положительным.

Другое дело, что добросовестный аудитор, видя столь неприглядную картину, может включить в аудиторское заключение так называемую «часть, привлекающую внимание». Данная часть размещается после выражения мнения аудитора о достоверности отчетности и звучит примерно так: «не меняя высказанного нами мнения о достоверности прилагаемой бухгалтерской отчетности, обращаем внимание на….». Например, мы обязательно проверяем так называемое «допущение непрерывности деятельности», которое означает, что бухгалтерская отчетность составлена исходя из предположения, что данное юридическое лицо не имеет намерения или предпосылок для прекращения деятельности в течении ближайших 12 месяцев. В частности, мы всегда включаем в заключение «часть привлекающую внимание», если компания на конец года имеет отрицательные чистые активы. О том, что это означает, я расскажу несколько ниже.

Если в аудиторском заключении написано, что «отчетность достоверна за исключением….», то вы имеете дело с модифицированным аудиторским заключением. Раньше оно называлось условно-положительным. Как правило, такое мнение аудитор выражает, если обнаружил существенное отклонение какого-то показателя отчетности от учета и документов. У аудиторов существует методика оценки уровня существенности. Как правило, существенным признается отклонение свыше 3-5%. Возможна и другая причина выдачи модифицированного заключения, например, если аудитору не удалось собрать достаточно доказательств достоверности некого показателя отчетности и, следовательно, риск ошибки в этом показателе аудитор признает значительным. Хотя на самом деле ошибки может и не быть. Очень часто аудитор признает невозможность достаточно надежно подтвердить величину дебиторской или кредиторской задолженности из-за отсутствия актов сверок с контрагентами.

Поэтому обращайте внимание на причину модификации аудиторского заключения – она указана в заключении. И делайте выводы – является ли для вас эта причина существенной.

Отрицательное заключение или отказ от выражения мнения вам, скорее всего, никто не покажет. Отсутствие же аудиторского заключения в случаях, когда для компании прохождение аудита является обязательным, уже само по себе ставит крест на достоверности этой отчетности, поскольку в законе №129-ФЗ «О бухгалтерском учете» прямо сказано, что в этом случае отчетность не может считаться достоверной.

Что дает вам наличие аудиторского заключения у контрагента? Это означает, что некое третье, независимое лицо, обладающее специальными знаниями и полномочиями и видевшее не только отчетность, но и конфиденциальную информацию (данные первичных документов и бухгалтерских регистров), поручилось перед вами, как внешним пользователем, что цифры, которые вы видите в отчетности – достоверны со значительной, хотя и не 100%-й вероятностью. А значит на основе этих цифр можно делать какие-то выводы.

Если аудиторского заключения нет или компания не подлежит обязательному аудиту, то выводы, сделанные на основании недостоверной отчетности (если она таковой окажется), могут также оказаться не соответствующими действительности.

**Шаг 2. Рассмотрим отчетность в целом или «из чего состоит баланс».**

Наиболее ценную и полезную информацию можно получить, анализируя годовую бухгалтерскую отчетность. Дело в том, что квартальная отчетность во-первых, составляется в более упрощенном виде (не все показатели раскрываются развернуто), а во-вторых, имеет сокращенное, по сравнению с годовой отчетностью, количество форм, а значит – информации для анализа.

В комплект годовой отчетности входят: Бухгалтерский баланс, Отчет о прибылях и убытках, Отчет о движении капитала, Отчет о движении денежных средств, Приложения к балансу, а также – пояснительная записка к отчетности.

В «цивилизованном» мире основная информация раскрывается как правило именно в пояснительной записке, которая в объеме может достигать весьма значительного размера. У нас же традиционно сложилось, что бухгалтер расценивает пояснительную записку как досадную и не ненужную лишнюю работу и, как правило, старается написать формальную отписку. Хотя каждое Положение о бухгалтерском учете (которых на сегодняшний день 22) требует, чтобы в пояснительной записке была раскрыта соответствующая информация и перечень этой информации. В общем, пояснительная записка в 2-3 странички – это несерьезно и свидетельствует о низком уровне бухгалтерской службы вашего контрагента!

Хотя и из самой «куцей» пояснительной записки можно почерпнуть много информации. Тем более, что написана она «человеческим языком», а не пронумерованными строками баланса. Например, обязательному раскрытию в пояснительной записке подлежит информация об аффилированных лицах, а также о размерах и содержании сделок с такими лицами.

Как мы уже говорили выше, проверку на аффилированность можно провести и самостоятельно. И если эта информация не раскрыта в пояснительной записке – есть повод насторожиться. Именно из таких вот «недосказанностей» и вырастают потом огромные взаимные обязательства между аффлированными структурами, влияющие на права других кредиторов, или же наличие собственного «свечного заводика» где-нибудь на Кипре, куда утекают средства компании.

Сдавать годовую отчетность, состоящую только из Баланса и Отчета о прибылях и убытках имеют право только малые предприятия, не подлежащие обязательному аудиту. Так что если вы обнаружили «некомплект», это тоже повод насторожиться. Как правило, такие «внешние признаки» не свидетельствуют на 100% о неблагонадежности партнера, но являются указанием на уровень квалификации его бухгалтерской службы и организации системы бухгалтерского учета на предприятии, а значит – о потенциальных опасностях нарушений и злоупотреблений. А также, в ряде случаев, о неумении или нежелании руководства компании организовать нормальный учет и отчетность.

Начиная с 2011г все показатели в отчетности раскрываются на три даты. Например, в балансе за 2011г вы увидите данные на 31 декабря 2011г, на 31 декабря 2010г и на 31 декабря 2009г. Таким образом, сейчас стало легче увидеть и проанализировать динамику. Раньше в отчетности раскрывались показатели только на начало и конец текущего года и было невозможно сравнить эти данные с прошлым периодом, не обратившись к ранее сданной отчетности.

Итак, мы убедились, что держим в руках «правильный» (или напротив, «не правильный») комплект бухгалтерской отчетности, с которым будем в дальнейшем работать.

**Шаг 3. О самом важном – о прибыли.**

В законодательстве закреплено, что целью деятельности коммерческой организации является получение прибыли. И не надо этого стесняться. Если же вы видите по отчетности, что из года в год организация имеет убытки, то впору усомниться в истинных целях ее создания или квалификации ее менеджмента. Сомневаются в этом и налоговые органы. Так, в соответствии с законодательством, если организация является убыточной после двух лет существования, сам этот факт может являться основанием для ее ликвидации. Также, в настоящее время, налоговики очень не рекомендуют показывать в отчетности убыток, и если по итогам года компания имеет таковой, то в обязательном порядке получит от налоговых органов «письмо счастья» с требованием объяснить причину возникновения убытков.

Чтобы определить, сколько чистой прибыли (т.е. прибыли после налогообложения) заработала компания в этом году, надо из показателя строки 2400 на 31.12.2011 вычесть значение показателя на 31.12.2010, для определения размера прибыли за прошлый год – из показателя на 31.12.2010г вычесть значение показателя на 31.12.2009.

Конечно, не секрет, что многие компании прячут или минимизируют прибыль. Только вот делать это становится с каждым годом все труднее и опаснее. Топорные методы вроде «фирм-однодневок» больше не работают, а лазеек в законодательстве становится все меньше.

Бывает и обратная ситуация, когда компания необоснованно «раздувает» прибыль, поскольку под убыточный баланс банк не дает кредит.

Как понять, насколько прибыль, отраженная в балансе, близка к истине?

Существует несколько косвенных признаков, на которые стоит обратить внимание.

Если ежегодный прирост прибыли есть, но он весьма незначителен по отношению к выручке компании, а также этот прирост «невелик но стабилен» (т.е. примерно на одну и туже сумму ежегодно независимо от изменения объема выручки) скорее всего прибыль «нарисована». Причем прибыль может быть нарисована как в одну сторону (занижена с помощью «дополнительных» расходов), так и в другую сторону (завышена с помощью сокрытия части расходов).

Куда прячут расходы? В дебиторскую задолженность. Обратите внимание на строку «Расчеты с поставщиками» в активе баланса. Возможно, часть расходов, оплаченных поставщику, не была проведена по бухгалтерскому учету и в этой строке будет довольно значительная сумма авансов выданных. Хотя эта сумма может быть и вполне реальной. Если есть аудиторское заключение и аудитор не сделал замечание по этому виду дебиторки – сумме можно верить.

Кстати, если ваш контрагент использует агентские схемы работы с поставщиками услуг, то перечисленные поставщикам авансы должны отражаться по строке «Расчеты с прочими контрагентами». Хотя, строго говоря, авансовых перечислений в адрес комитентов вообще быть не должно. Подробнее об этом – читайте в разделе «Маскировка туроператоров под агентов».

Куда прячут убытки? Возможно, ваш контрагент применил другой способ не показать убыток в балансе, а именно, спрятал не часть расходов, а часть объективно сложившихся убытков от деятельности. Например – хитро списал в учете убытки от сгоревших блоков мест не на внереализационные расходы, а, якобы, продал эти блоки третьему лицу. Тогда в балансе будет фигурировать несоизмеримо большая сумма дебиторской задолженности покупателей и заказчиков перед нашим туроператором. Вы поверите, что туроператор «отпускает» билеты и туры в долг или без оплаты? Нет, конечно и это возможно, но только если вы твердо знаете, что данный туроператор реализует туры с отсрочкой платежа. Но, такие акции во-первых, широко рекламируются, а во-вторых, как правило в схеме участвует банк, который и кредитует туриста, а туроператор получает все денежки сполна и сразу.

А вот здесь пришло время поговорить о чистых активах.

**Что такое «чистые активы» и зачем надо их оценивать.**

Если говорить упрощенно, чистые активы компании обычно равны 3-му разделу баланса, в котором содержится информация о собственном капитале организации, который складывается из уставного капитала, добавочного капитала и прибыли. Если компания на конец года имеет убыток, превышающие размер уставного капитала, то ее чистые активы будут отрицательными. А размер чистых активов ниже величины уставного капитала, по закону означает возможность ликвидации компании по решению налоговых органов, а также – обязанность компании в течении года или уменьшить свой уставный капитал до величины чистых активов (а если компания и так имеет минимальный по закону размер УК в 10000 руб., то это – технически невозможно) , или увеличить чистые активы, или же ликвидироваться. Вот вам и опасность нарушения «принципа непрерывности деятельности», т.е. того, что компания прекратит свое существование в течении года. Правда, многие живут с убыточным балансом годами. Налоговые органы, как правило, мало обращают внимание на бухгалтерский убыток и редко ликвидируют компании по этому основанию. А вот если компания имеет убыток по налоговой декларации по налогу на прибыль, с нее в 100% случаев потребуют как минимум объяснений. О том, почему может различаться бухгалтерская и налоговая прибыль, я расскажу дальше.

**Почему бухгалтерская прибыль не равна налоговой.**

Бухгалтерская прибыль (или убыток), это та прибыль (или убыток), которую вы видите в балансе и отчете о прибылях и убытках. А вот в налоговой декларации по налогу на прибыль может стоять совсем другая цифра. Дело в том, что бухгалтерский и налоговый учет в России – это «две большие разницы». Основные отличия состоят в том, что ряд расходов и доходов, учитываемых в бухгалтерском учете, не учитываются для целей налогообложения прибыли, а также в наличии так называемых «нормируемых» расходов, т.е. расходов, которые в бухучете принимаются полностью, а а налоговом – только в пределах определенного норматива. Поэтому, как правило, налогооблагаемая прибыль всегда больше бухгалтерской прибыли. Декларацию по налогу на прибыль вам вряд ли покажут, но если вы видите в «Отчете о прибылях и убытках» достаточно значительную сумму по строке «Текущий налог на прибыль», при том что в целом по балансу организация имеет убыток, - не удивляйтесь. Это – нормально.

«Не малые» предприятия также обязаны применять ПБУ 18/02, с помощью которого происходит «выравнивание» бухгалтерской и налоговой прибыли в учете. Так что в отчетности контрагента вы можете увидеть такие показатели, как «Отложенные налоговые активы» (ОНА), «Отложенные налоговые обязательства» (ОНО), и «Постоянные налоговые активы/обязательства» (ПНО, ПНА).

В принципе, это уже почти «высшая математика», поэтому охарактеризую эти показатели очень кратко.

Итак, ОНА равняются 20% (ставка налога на прибыль) от величины убытка, который в будущем может быть использован для уменьшения прибыли будущего периода. Т.е. если компания в этом году имела убыток для целей налогообложения (т.е. по декларации по налогу на прибыль) в размере 100 рублей, то ОНА будет 20 рублей. А если в следующем году компания получит 200 рублей прибыли, то заплатит не 40 рублей налога на прибыль, а только 20 рублей, т.к. уменьшит будущую прибыль на сегодняшние убытки.

Наличие в балансе ОНО – наоборот, означает, что в будущем компании предстоит уплатить дополнительный налог в размере этого самого ОНО. Т.е. по наличию ОНО можно понять, насколько возрастет налоговая нагрузка на компанию в будущем.

ПНА и ПНО – это показатель степени отличия бухгалтерской и налоговой прибыли в текущем периоде, не влияющий на будущее. Эти показатели составляют 20% от разницы между бухгалтерской и налоговой прибылью. Например, если ПНА равно 20 рублей, это означает, что в бухгалтерском учете признано на 100 рублей больше расходов, чем учтено для налогообложения. Наоборот – бывает редко.

ОНА можно увидеть в балансе по строке 1160 раздела 1, ОНО – по строке 1420 раздела 4, а ПНО и ПНА отражаются справочно в «Отчете о прибылях и убытках».

**Анализируем размер собственного и заемного капитала.**

Раз уж мы теперь все знаем о прибыли компании, то пора сравнить размер собственного и привлеченного капитала компании, точнее – их соотношение. Не выделяю пока это в отдельный шаг, поскольку раздел обязательств компании (в том числе по заемным средствам) мы будем анализировать несколько дальше.

Пока же скажу следующее. Любая компания может развиваться, привлекая два вида источников для роста: собственные и заемные средства. Говорить о собственных средствах, при величине уставного капитала в 10000 рублей – смешно. Значит, ровно столько учредители компании вложили в дело собственных средств. А ведь минимальный размер уставного капитала, если верить формулировке, данной в законодательстве – это гарантия прав кредиторов.

Однако, не будем спешить осуждать учредителей-минимальщиков. Посмотрим на раздел 3 баланса целиком. Как мы уже говорили, в этом разделе отражается не только уставный капитал, но и прибыль. Итог раздела 3 как раз и показывает нам «накопленную» величину собственных средств компании. А теперь сравним эту величину со строками 1410 «Заемные средства» (это – долгосрочные кредиты и займы) и строки 1510 «Заемные средства» (по данной строке отражаются краткосрочные кредиты и займы). Вот вам и ответ: за счет каких средств развивается компания. Кстати, по классическому финансовому анализу отношение заемного капитала к собственному, составляющее >1, говорит (наряду с другими признаками) о риске потери финансовой устойчивости компании.

**Оцениваем качество прибыли.**

В финансовом анализе существует такое понятие, как «качество прибыли». Качество прибыли отражает источники возникновения прибыли и их надежность. Чтобы оценить качество прибыли, обратимся к «Отчету о прибылях и убытках».

По строке 2200 «Прибыль (убыток) от продаж» отчета о прибылях и убытках отражается прибыль от основной деятельности компании, в последующих строках к ней добавляются прочие доходы (т.е. доходы, не связанные с реализацией) и вычитаются прочие расходы, т.е. расходы, которые прямо не относятся к реализации. Для туроператора-международника в составе прочих доходов и расходов как правило наибольший вес имеют курсовые разницы, возникшие из-за изменений курсов валют, а также проценты за пользование заемными средствами.

В результате по строке2300 «Отчета о прибылях и убытках» мы имеем показатель «Прибыль (убыток) до налогообложения».

«Качественной» считается прибыль, большую часть которой составляет прибыль от основной производственно-хозяйственной деятельности. Эта часть прибыли наиболее устойчива. А вот если от основной деятельности получен убыток, а итоговая прибыль образовалась в результате положительной разницы между прочими доходами и расходами, то такая прибыль считается менее качественной, т.к. может иметь случайный характер и возникнуть например, в результате изменения курсов валют или же как результат разовых операций: продажа имущества, списание кредиторской задолженности, взыскания штрафных санкций и т.п.

Оценив размер прибыли от основной деятельности, мы можем сказать является ли деятельность туроператора устойчиво прибыльной.

Если же основная деятельность принесла компании прибыль, а затем эта прибыль была «съедена» прочими расходами, то надо оценить характер этих расходов. В частности, по строке 2330 отражаются «проценты к уплате». Если их величина составляет значительную часть прочих расходов, и приводит к убытку по строке 2300 «Прибыль (убыток) до налогообложения», то значит взятое туроператором кредитное бремя является непосильным и на покрытие процентов за кредит туроператор тратит средства, заработанные основной деятельностью, т.е. «проедает» свои оборотные активы и залезает для покрытия процентов в средства, предназначенные для расчетов с кредиторами.

**Шаг 4. Хватит ли финансовой гарантии на всех. А также – о чудесах маскировки.**

Вопрос, который волнует нас больше всего – хватит ли «если что» финансовой гарантии туроператора на покрытие его обязательств перед туристами. Сам размер финансовой гарантии конкретного туроператора можно узнать на сайте Ростуризма, заглянув в реестр туроператоров. Теперь определяем: много это или мало.

А вот здесь следует поговорить о чудесах маскировки. Дело в том, что далеко не каждая компания, объявляющая себя туроператором, является таковой с точки зрения ведения бухгалтерского учета. И это не их вина. В силу несовершенства нашего законодательства туроператоры, чтобы хоть как-то сократить налоговую нагрузку, вынуждены маскироваться под агентов, т.е. заключать с поставщиками услуг, входящих в тур, агентские договоры.

Чтобы определить, имеем ли мы дело с «замаскированным», надо сравнить показатели строки…. «Отчета о движении денежных средств» и строки 2110 «Отчета о прибылях и убытках». В строке…. отражается объем денежных средств, полученных от туристов, т.е. оборот, а в строке 2110 – размер выручки. Если эти два показателя отличаются в разы, скажем выручка составляет 10% от оборота, значит мы имеем дело с туроператором, работающим в основном по агентским договорам с поставщиками услуг. Кстати, показатель строки…. должен быть расшифрован по видам поступлений (за туры, за авиабилеты и т.п.), если доля поступлений от конкретного вида деятельности превышает 5%. К сожалению не все это делают.

При подаче в Ростуризм подтверждения соответствия размера фингарантии, туроператор указывает в справке именно показатель оборота, т.к. именно оборот отражает реальную величину обязательств туроператора перед туристами в случае нарушения обязательств.

Теперь определяем, хватит ли фингарантии на всех. Для этого нам понадобится еще один показатель – глубина продаж. Ее мы определим приблизительно, исходя из специфики деятельности конкретного туроператора. Если туроператор занимается в основном массовыми направлениями и пляжным отдыхом, глубина продаж у него не превышает 2-3 месяца. Если мы имеем дело с турператором, реализующим дорогостоящие туры, туры в экзотические страны или круизы, то глубина продаж у него может быть больше – до 5-6 месяцев. Конечно, не все туристы выкупают туры так заранее. Поэтому условно возьмем для первого случая в качестве глубины продаж 2 месяца, для второго – 4 месяца. В зависимости от сезона можно эту цифру еще скорректировать в ту или иную сторону. Теперь делим оборот, указанный в строке…. на 12 (получаем среднемесячный оборот) и умножаем на глубину продаж. Полученную сумму сравниваем с размером финансовой гарантии. Если она больше, то фингарантии может не хватить, если меньше – то со значительной степенью вероятности финансовая гарантия в состоянии покрыть обязательства туроператора.

**Шаг 5. Сколько должен туроператор и в состоянии ли он выдержать долговое бремя.**

Однако, долги перед туристами – это только часть обязательств туроператора перед кредиторами, причем наиболее ликвидная, в силу наличия финансовой гарантии. Попытаемся теперь оценить общий объем долговой нагрузки туроператора. Для этого смотрим на разделы 4 и 5 баланса. В разделе 4 отражаются долгосрочные обязательства, в разделе 5 – краткосрочные. При этом обязательства разделяются по видам: задолженность по кредитам и займам, задолженность перед поставщиками и подрядчиками, задолженность перед бюджетом, задолженность перед внебюджетными фондами, задолженность перед персоналом и прочие кредиторы.

Долгосрочные обязательства – это те обязательства, срок погашения которых наступит более чем через 12 месяцев, краткосрочными считаются обязательства со сроком погашения менее 12 месяцев.

Здесь на настоящий момент существует некая неопределенность. Дело в том, что раньше по закону организация могла переводить долгосрочные обязательства по кредитам и займам в краткосрочные, если до конца срока их погашения оставалось менее 365 дней. Сейчас же обязательства признаются долгосрочными и краткосрочными на дату их возникновения и в дальнейшем не переквалифицируются. Поэтому возможно, до часа Х, т.е. момента, когда компания должна рассчитаться по кредиту, осталось 2 дня, а задолженность все равно числиться как долгосрочная, поскольку кредит изначально давали компании на срок более 12 месяцев.

Кстати, сам по себе тот факт, что компании дают долгосрочные кредиты, можно считать положительным. Значит банкиры, прежде чем выдавать кредит, оценили долгосрочную перспективу работы компании.

Теперь, когда мы изучили разделы 4 и 5 по составу кредиторской задолженности и суммам, начинаем их анализировать.

Сначала оценим так называемую «ликвидность баланса». Ликвидность баланса означает, что активы и обязательства компании примерно соответствуют друг другу по срокам погашения. Для этого из итога раздела 1 «Внеоборотные активы» вычтем итог раздела 3 «Капиталы и резервы» и получившуюся величину сравним с итогом раздела 4 «Долгосрочные обязательства». Если полученная нами цифра больше, значит собственные активы компании покрывают ее долгосрочные обязательства.

Затем сравниваем итог раздела 2 «Оборотные активы» с итогом раздела 5 «Краткосрочные обязательства». Если величина оборотных активов больше величины краткосрочных обязательств, то можно говорить о том, что компания в состоянии обслуживать свой оборот и у нее не возникает «кассовых разрывов», т.е. нехватки средств для расчетов по текущим долгам.

Возможна ситуация, когда в активе мы имеем в большей степени долгосрочные активы (например, долгосрочная дебиторская задолженность или финансовые вложения), а в пассиве – в основном краткосрочные обязательства. Такая картина означает, что деньги от должников мы получим позже, чем нам необходимо рассчитаться с кредиторами, т.е. на лицо «кассовый разрыв», который может привести к потере финансовой устойчивости. Аналогичная картина в балансе возникает, например, и если компания направляет средства краткосрочных кредитов и займов или оборотные средства, полученные от покупателей и заказчиков, на финансирование долгосрочных проектов, например строительство собственного отеля. Золотое правило гласит: «долгосрочные активы должны финансироваться за счет долгосрочных кредитов», и никак наоборот.

Таким образом, важно не только оценить абсолютный размер кредиторской задолженности, но и сравнить ее по срокам погашения с активом баланса.

Также необходимо оценить долю процентов за пользование кредитами и займами в общей сумме задолженности. Начиная с отчетности за 2011г по строкам 15101-15112 баланса подробно расшифровываются суммы суммы задолженности по краткосрочным кредитам и займам и величина задолженности по соответствующим процентам. А по строкам 14101-14104 – аналогичные показатели по долгосрочным кредитам и займам.

Следующим этапом оцениваем долю задолженности разных видов в общей сумме краткосрочной кредиторской задолженности. Если значительную часть задолженности составляет долг перед бюджетом и внебюджетными фондами (строки 15203 и 15204), то, возможно, у компании не хватает средств на расчеты с бюджетом или руководство компании «душит жаба» отдавать средства в бюджет. Это может привести к налоговой проверке, а также – к большим пеням и штрафным санкциям, а возможно – и к банкротству компании по инициативе налоговых органов. Также неуплата или сокрытие налогов в крупном и особо крупном размере является уголовным преступлением. Если в балансе имеется большая задолженность перед персоналом по оплате труда (строка 15205), то значит компания грешит задержками заработной платы, что также негативно характеризует ее финансовую устойчивость. Большой можно считать задолженность, превышающую среднемесячный фонд оплаты труда. К сожалению, определить его из баланса нельзя. Большая задолженность перед поставщиками и подрядчиками (15201) или прочими кредиторами (строка 15208) говорит о том, что компания задерживает расчеты с поставщиками, это так называемое «скрытое» кредитование. А вот большая кредиторка по расчетам с покупателями и заказчиками (строка 15202) может быть как положительным, так и отрицательным фактором. Кредиторская задолженность перед покупателями возникает, если покупатели перечислили компании авансы за будущие услуги, но еще не получили эти услуги. Что здесь хорошего? Это свидетельствует о том, что компания имеет на будущее гарантированный пакет уже оплаченных заказов. Однако, в случае краха компании, все эти деньги придется возвращать, а, как правило, денежные средства уже давно потрачены. Также в сумме кредиторской задолженности перед покупателями может сидеть и сумма задолженности по аннулированным турам, за которые покупатели требуют возврата средств, а компания эти средства задерживает.

**Шаг 6. А что у туроператора в активе?**

Информацией из актива баланса мы уже пользовались на предыдущих шагах. Теперь пришло время рассмотреть актив баланса подробнее.

Актив баланса состоит из двух разделов: «Внеоборотные активы» и «Оборотные активы». В разделе «Внеоборотные активы» отражаются активы, которые не участвуют в текущем обороте: основные средства, нематериальные активы, прочие внеоборотные активы (они расшифровываются по видам) и отложенные налоговые активы (ОНА), про которые мы уже говорили.

Начиная с отчетности за 2011г основные средства в балансе расшифровываются по видам (раньше отражались одной строкой). Проанализировав показатели строк 11301-11306 вы узнаете, есть ли на балансе туроператора земельные участки, здания, машины и оборудование и прочие основные средства. По строке 1110 отражаются нематериальные активы. Для турфирмы это могут быть торговые марки и товарные знаки.

Проанализировав строку 1140, вы поймете, есть ли у туроператора какие-то активы, которые сдаются в аренду и приносят доход. А по строке 1150 поймете, предоставляет ли туроператор долгосрочные займы другим компаниям или же имеет долю в уставном капитале других юридических лиц. Согласитесь, странно, если компания имеет большую кредиторку, которую явно не в состоянии покрыть, и при этом финансирует других. Скорее всего речь в этом случае может идти о передаче средств аффилированным структурам.

В разделе 2 «Оборотные активы» отражаются активы, которые участвуют в текущем обороте: производственные запасы, продукция, краткосрочная дебиторская задолженность (она расшифровывается по видам), краткосрочные финансовые вложения, денежные средства.

Поскольку туроператор оказывает услуги, а не ведет производственную деятельность как таковую, то в составе запасов у него могут быть разве что залежавшиеся на складе каталоги.

Финансовые вложения по строке 1240 и ее подстрокам рассматриваем более внимательно. В их составе можно увидеть покупку ценных бумаг, выдачу краткосрочных займов другим компаниям, вклады по договору простого товарищества (т.е. ведение совместной деятельности с другим юрлицом), а также – вложение денежных средств в депозиты.

Если компания приобретает ценные бумаги или вкладывает средства в депозиты, это может свидетельствовать о том, что у нее «продвинутый» финансовый директор, который умеет зарабатывать дополнительные средства для компании. Однако, здесь важна мера. Возможно, компания имеет избыточные оборотные средства и исправно рассчитывается с кредиторами. Тогда факт получения дополнительного дохода в результате осуществления финансовых вложений временно свободных средств – это хорошо. Если компания задерживает расчеты с кредиторами, имеет огромные долги и явный дефицит оборотных средств, но при этом «играет» в финансовые вложения, значит делает она это за счет своих контрагентов в тщетной попытке свести концы с концами, или же испытывает явные трудности в расширении основной деятельности.

Большой остаток по строке 1250 «Денежные средства» с одной стороны свидетельствует о высокой степени ликвидности (у компании есть средства для текущих расчетов с кредиторами), а с другой стороны может говорить о неэффективности управления денежными потоками, когда деньги не работают, а лежат на счету мертвым грузом.

Остановимся подробнее на анализе самой важной и наименее прозрачной части оборотных активов – дебиторской задолженности.

Дебиторская задолженность расшифровывается по видам: расчеты с поставщиками и подрядчиками, с покупателями и заказчиками, по налогам и сборам, по социальному страхованию и обеспечению, с подотчетными лицами, с разными дебиторами и кредиторами.

Величину депозитов и предоплат, перечисленных туроператором в адрес своих контрагентов, можно увидеть в строке 12301 и 12308. Долг покупателей и заказчиков перед туроператором – по строке 12302. Если показатель данной строки велик, то это может свидетельствовать о списании на расчеты с «псевдопокупателями» нераспроданных блоков мест, чтобы не отражать их как убыток. Или же о наличии дебиторской задолженности, сомнительной ко взысканию. В этом случае при сравнении краткосрочных активов и краткосрочных обязательств следует сделать поправку на величину «сомнительных» долгов, чтобы адекватно оценить способность компании отвечать по своим обязательствам. По строкам 12303 и 12304 отражаются переплаты в бюджет и внебюджентые фонды, как правило они незначительны.

Следует обратить внимание и на строку 12305 «Расчеты с подотчетными лицами». Большой остаток по этой строке может свидетельствовать о том, что значительная часть наличных денежных средств временно изымается из оборота. Т.е. в подотчет списывается наличка, которая должна была бы быть сдана на счет. Может это говорить и о скрытом кредитовании сотрудников или третьих лиц.

По строке 12306 отражаются расчеты с персоналом по прочим операциям. Здесь, скорее всего, фигурирует сумма займов, выданных сотрудникам. Поддержка сотрудников – это конечно похвально, но ровно до тех пор, пока эти займы не выдаются за счет оборотных средств, а значит – за счет кредиторов, включая туристов. Заработал прибыль – можешь часть и на социальное развитие направить. Поэтому когда вы видите в балансе займы выданные (строка 1150, 12403 или 12306), то обязательно сравните их размер с величиной собственной прибыли (строка 1370). Если величина выданных займов превышает величину собственных средств, значит туроператор залез в карман к своим кредиторам. Возможна также ситуация, когда туроператор привлекает заемные средства (строка 1410 и 1510) баланса, а затем из этих средств выдает займы другим. Оправданным это будет только в том случае, если заемные средства привлекаются под меньший процент, чем выдаются, т.е. туроператор зарабатывает на разнице в ставках по полученным и выданным займам. Но поскольку турфирма все-таки не кредитная организация, то такой способ заработка не должен занимать слишком большой объем в деятельности компании. Размер заработанных туроператором процентов по выданным займам можно оценить по строке 2320 «Проценты к получению» отчета о прибылях и убытках. Сравнение их со строкой 2330 «Проценты к уплате» позволяет оценить соотношение доходов и расходов от данного вида операций. В отличии от «основной деятельности», подобные операции называются «финансовой деятельностью». И в Отчете о движении денежных средств компания должна отражать свои доходы и расходы в разрезе основной, финансовой и инвестиционной деятельности.

**Шаг 7. Коэффициенты и индексы.**

А вот применяемые в финансовом анализе коэффициенты (ликвидности, оборачиваемости, рентабельности и т.п.) мы рассчитывать не будем. Как и соответствующие индексы. По той простой причине, что все нормативные значения этих коэффициентов, характеризующие финансовое состояние предприятия, для нас бесполезны, поскольку рассчитаны для производственных предприятий. Если же мы попытаемся с их помощью оценить финансовое состояние торгового предприятия или предприятия сферы услуг, то, скорее всего, получим «кризисные» значения показателей. А это означает, что для туроператорской компании данные показатели не работают и необходимо провести серьезную работу по выработке отраслевых значений коэффициентов. Сделать это должно было бы отраслевое министерство или орган исполнительной власти. Однако, насколько мне известно, такая работа даже не планируется.

Мы в частном порядке на протяжении ряда лет проводили расчет и анализ соответствующих значений коэффициентов для предприятий туротрасли. Накоплена достаточно большая статистика. Однако, рекомендовать эти коэффициенты в качестве оценочных значений я, к сожалению, не имею права, поскольку они не имеют официального статуса и не утверждены нормативными документами.

**Шаг 8. Банкрот или не банкрот.**

Для арбитражных управляющих Правительством утверждена отдельная методика финансового анализа, на основании которой арбитражный управляющий должен оценивать финансовое состояние предприятия-должника и возможность восстановления его платежеспособности. Она имеет довольно существенные отличия от классического финансового анализа, как по порядку расчета коэффициентов, так и по перечню анализируемых показателей.

В частности, арбитражный управляющий помимо показателей деятельности самого предприятия, определяемых по его отчетности, должен также учитывать состояние отрасли в целом, а также – внешние риски, связанные с экономическими, политическими и иными причинами.

Думаю, большинство читателей со мной согласятся, что общее состояние отрасли можно охарактеризовать как кризисное, а риски – непомерно высоки. Поэтому в зоне риска находятся все без исключения туроператоры.

По моим оценкам, более-менее держаться на плаву только «нишевые» туроператоры среднего и небольшого сегмента, которые в состоянии просчитать рентабельность своей деятельности, не сидят на «кредитной игле» и не допускают излишнего риска в своей деятельности. Также более-менее уверенно чувствуют себя туроператоры, учредителями которых являются иностранные компании. Во-первых, такие туроператоры могут рассчитывать на поддержку (в том числе и финансовую) со стороны материнской компании, а во-вторых, как правило, учредитель-иностранец жестко ставит на предприятии учет и отчетность (как для внешних пользователей, так и внутреннюю), что также повышает финансовую устойчивость компании. А вот в наихудшем положении оказались «крупные и многопрофильные» компании, которые зачастую не в состоянии просчитать свою рентабельность, а также имеют значительную кредитную нагрузку. А в случае падения такого крупного туроператора шансов на то, что его финансовой гарантии не хватит на покрытие всех обязательств – гораздо больше.