

УДК 658.155

І. Склярук, асп.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФАКТОРНОГО АНАЛІЗУ ПРИБУТКУ

Висвітлено особливості факторного аналізу прибутку підприємств. Розкрито теоретичні основи методів визначення впливу факторів на формування прибутку підприємств та пошуку невикористаних резервів.

Ключові слова: прибуток, джерела інформації, фактори, методи факторного аналізу, резерви.

Рассмотрено особенности факторного анализа прибыли предприятий. Раскрыто теоретические основы методов для определения влияния факторов прибыли предприятий и поиска неиспользованных резервов.

Ключевые слова: прибыль, источники информации, факторы, методы факторного анализа, резервы.

The features of the factor analysis of company profits are outlined. The theoretical basis of methods identifying an impact of factors on company profits and search of untapped reserves are covered.

Key Words: profit, sources of information, factors, methods of factor analysis, reserves.

З розвитком ринкових відносин підвищується відповідальність керівництва та самостійність у розробці і прийнятті управлінських рішень по забезпеченню ефективності операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства. Виражається це досягнутими фінансовими результатами, зокрема, прибутком – як основним критерієм ефективності операційної діяльності, вибору інвестиційних проектів, програм оптимізації витрат та фінансових вкладень. У загальному вигляді прибуток – це різниця між отриманими доходами від певної діяльності та понесеними витратами на її здійснення. Показник інформує про необхідність заходів щодо зменшення собівартості продукції, нарощування обсягів виробництва й реалізації, розширення асортименту продукції (товарів, робіт, послуг), доцільність змін у ціновій політиці. З метою об'єктивної оцінки та виявлення невикористаних резервів для подальшого підвищення ефективності управління цим показником проводиться фінансовий аналіз.

Проблемам аналізу прибутку присвячені праці багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема, Н.М. Гайдис, М.С. Білик, А.Г. Загороднього, Г.І. Кіндрацької, Н.В. Ковтун, Г.І. Купалової, Г.В. Савицької [1-4]. Разом з тим залишається актуальним питання дослідження інформаційного забезпечення аналізу та удосконалення методів його проведення.

Відповідно до П(С)БО 3 "Звіт про фінансові результати" прибуток визначається як сума, на яку доходи суб'єкта господарювання перевищують пов'язані з ними витрати. На формування величини прибутку впливають фактори, аналіз яких проводиться щоб визначити позитивний чи негативний їх вплив, пошук невикористаних резервів.

Проведення аналізу прибутку підприємства перш за все потребує класифікації факторів впливу та їх параметрів, що дозволять в кількісному та відносному вимірі оцінити вплив цих факторів на процес формування зростання прибутку та його ефективного використання. За отриманими результатами аналізу прибутку керівництво підприємства має можливість оцінити показники діяльності, ефективність прийнятих управлінських рішень щодо інвестиційної та фінансової політики. Перелік завдань, що потребують вирішення в процесі аналізу та джерела інформації, які використовуються при цьому, залежать від мети та інтересів користувачів (керівництва, фінансових аналітиків, менеджерів, податкових органів, потенційних інвесторів, банків тощо).

Основними завданнями аналізу прибутку є: оцінка динаміки показників прибутку; ґрунтовності утворення та розподілення його фактичної величини; виявлення та вимірювання дії різних факторів на прибуток; оцінка мо-

жливих резервів подальшого росту прибутку на основі оптимізації обсягів виробництва та накладних витрат.

Інформаційним забезпеченням аналізу прибутку підприємства є сукупність зовнішніх та внутрішніх джерел інформації. Формування системи аналітичних показників залежить від ряду особливостей, а саме: галузевих характеристик, організаційно – правової форми господарювання, обсягу та рівня диверсифікації господарської діяльності. До основних джерел інформації належать:

- фінансові та бізнес – плани підприємств;
- дані бухгалтерського обліку (за рахунками 79 "Фінансові результати" та його субрахунками, 44 "Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)", рахунками класів 7 "Доходи і результати діяльності" та 9 "Витрати діяльності");
- форми фінансової звітності (форма 1 "Баланс", форма 2 "Звіт про фінансові результати", форма 3 "Звіт про рух грошових коштів", форма 4 "Звіт про власний капітал", форма 5 "Примітки до річної фінансової звітності");
- податкова звітність (Декларація про прибуток підприємства);
- статистична звітність (Форма № 1 – підприємство "Звіт про основні показники діяльності підприємства");
- облікові реєстри та первинні документи;
- матеріали ревізій та аудиторських перевірок тощо.

Методика аналізу прибутку підприємства полягає у порівнянні фактичних даних за звітний період з плановими значеннями або з даними за попередні періоди, виявленні тенденції зміни, встановленні причин відхилення від плану за кожним з видів прибутку. Як важлива складова аналізу визначається рентабельність – відносна характеристика прибутку, що відображає ступінь дохідності, вигідності та прибутковості діяльності. Показники рентабельності ширше та повніше, в порівнянні з абсолютним значенням прибутку, відображають результати ведення господарської діяльності. Ця величина відображає співвідношення ефекту із вкладеним капіталом або спожитими ресурсами.

На обсяг прибутку впливають як зовнішні, так і внутрішні фактори. Тому з метою визначення впливу кожного з цих факторів проводять факторний аналіз, що являє собою комплексне вивчення та вимір впливу факторів на величину результативних показників. Кожен з факторів по-різному позначається на зміні показників. Величина прибутку формується під впливом таких факторів: обсяг реалізації; структура продукції; відпускні ціни на сировину, матеріали, паливо тарифи на електроенергію та транспортування; рівень матеріальних та трудових ресурсів тощо.

Найважливішим складником загальної величини прибутку є прибуток від реалізації продукції. Аналіз ви-

конання плану від реалізації продукції варто починати з проведення перевірки обґрунтованості планових показників собівартості та прибутку, обсягу виробництва та реалізації продукції. Завдяки чому можна буде встано-

вити причини відхилення фактичних показників прибутку від реалізації продукції від запланованих. На рис.1 наведено сукупність факторів впливу на формування прибутку від реалізації продукції.

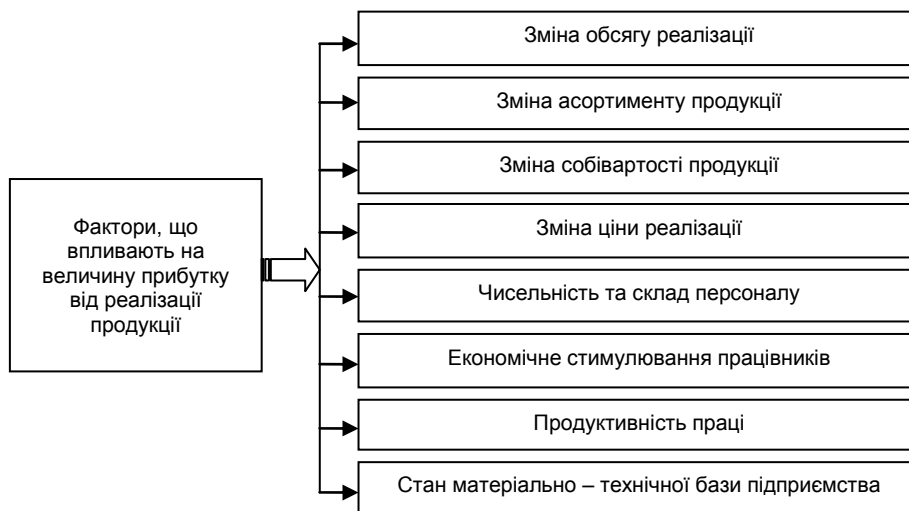


Рис. 1. Фактори впливу на величину прибутку від реалізації продукції

* Джерело: Розроблено автором на основі [5, с. 35]

Важливими умовами зростання прибутку від реалізації продукції є: збільшення обсягу забезпечення ритмічності виробництва та відвантаження; зниження собівартості; підвищення якості продукції та її конкурентноздатності на ринку.

Поширеним способом узагальнення та систематизації факторів впливу є створення так званих систем

факторів. Вони розкривають явище, що вивчається, у вигляді суми чи добутку декількох факторів, які визначають його величину та функціонально залежать від нього. Найбільш поширені методи визначення впливу факторів на прибуток підприємства наведено в таблиці.

Таблиця. Методи визначення впливу факторів на прибуток підприємства

№ з/п	Метод	Характеристика методу
1.	Ланцюгових підстановок	Полягає в поступовій заміні базисної величини чи планового показника кожного факторного показника в обсязі результативного показника на фактичну в звітному періоді. Порівняння результату розрахунку з попереднім надає можливість визначити величину впливу окремих факторів на результативний показник. При цьому кількість підстановок повинна дорівнювати кількості факторів впливу на результативний показник. Важливим є дотримання поступової черговості зміни факторів. Порушення порядку зміни призведе до іншого факторного розкладання.
2.	Абсолютних різниць	Величину впливу факторів розраховують множенням абсолютного приросту аналізованого фактора на базову величину факторів, які розташовані праворуч від нього в моделі, і на фактичну величину факторів, що розташовані ліворуч від нього.
3.	Відносних різниць	Модифікація методу ланцюгових підстановок. Використовують відносні відхилення фактичних показників звітного періоду від базового періоду чи планових показників. Метод доцільно використовувати, коли обчислені відносні відхилення окремих факторів. Зміну факторних показників розраховують у відсотках відносно бази порівняння.
4.	Індексний	Ґрунтується на відносних показниках динаміки порівнянь, виконання плану, що відображають співвідношення факторного рівня показника у звітному періоді до його рівня в базисному періоді
5.	Інтегрування	Використання методу дасть змогу отримати точніші результати розрахунку впливу факторів порівняно з іншими методами, оскільки додатковий приріст результативного показника від взаємодії акторів приєднується не до останнього фактора, а ділиться порівну між ними
6.	Логарифмування	Результат не залежить від послідовності обчислень і забезпечує їх високу точність. За допомогою логарифмування результат сумісної дії факторів розподіляють пропорційно до частки ізолюваного впливу кожного фактора на рівень результативного показника

Джерело: Розроблено автором на основі [2, с. 49-61;4, с.40 – 45]

Наведені методи відрізняються способами розрахунків, але результати в числовому вираженні розрахунків за ними є однаковими, оскільки ґрунтуються на єдиному принципі. Вибираючи метод аналізу потрібно враховувати завдання та мету, якої потрібно досягти фінансовому аналітику. Із застосуванням факторного аналізу прибутку підприємства з'являється можливість отримання достовірних даних про вплив окремих факторів на аналізовану величину, невикористаних резервів. Визначається походження джерел формування прибутку (зміна обсягів реалізації, структури продукції, відпускних цін та цін на сировину, тарифів на електроенергію та перевезення).

Постійне забезпечення зростання прибутку полягає у визначенні впливу факторів його формування та пошуку невикористаних резервів. Резерв – це кількісна

величина, що виявляється на стадіях планування, стадії виробництва продукції та її реалізації. Резерви збільшення прибутку є можливими за рахунок:

- зростання обсягу виробництва продукції (виконання робіт, надання послуг);
- зниження витрат на виробництво та реалізацію продукції;
- економії і раціонального використання грошових коштів на оплату праці, оплату сировини та матеріалів тощо;
- модернізації обладнання та устаткування;
- запровадження досягнень науково-технічного прогресу, що призведе до зростання продуктивності праці.

Загалом резерви збільшення прибутку варто виявляти на стадії планування та безпосереднього виробництва продукції та її реалізації. Процес виявлення резервів проходить у три етапи (рис. 2).

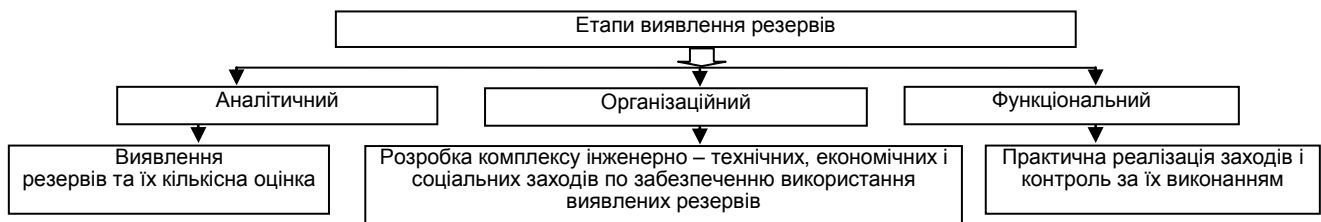


Рис. 2 Етапи процесу виявлення резервів прибутку

Джерело: Розроблено автором на основі [1, с.266]

По завершенню аналізу пошуку резервів збільшення прибутку результати узагальнюються. Протягом звітного періоду під час пошуку резервів прибутку можуть раптово виявлятися резерви короткострокової дії. Тому використання цих резервів можливе з допомогою розробки системи оперативних заходів.

Таким чином, формування достовірної інформаційної бази є необхідною умовою проведення поглибленого аналізу прибутку підприємства з метою визначення фінансового стану підприємства, зокрема, дослідження змін, що відбулися за звітний період, ефективності використання отриманого прибутку. Факторний аналіз прибутку надає керівництву підприємства можливість коригувати обсяги виробництва в залежності від величини впливу тих чи інших факторів. Такий аналіз дає можливість реально оцінити стан справ на підприємстві, досліджувати структуру собівартості усієї випущеної та реалізованої

продукції. Використання результатів аналізу прибутку підприємства дозволить вирішити такі завдання управління прибутком, як вивчення ефективності використання прибутку підприємства, оцінку умов кредитування і визначення ступеню ризику, своєчасного погашення зобов'язань підприємства перед бюджетом, банками та іншими контрагентами.

1. Гайдис Н.М. Фінансовий аналіз [Текст]: [навч.-метод. посіб.] / Н.М. Гайдис. – Львів: ЛБІ НБУ, 2006. – 414 с. 2. Економічний аналіз: теорія і практика [Текст]: [підручник] / [Г.І. Кіндрацька, М.С. Білик, А.Г. Загородній]; за ред. А.Г.Загороднього. – Львів: "Магнолія Плюс", 2006. – 248 с. 3. Купалова Г.І. Теорія економічного аналізу [Текст]: навч. посіб.] / Г.І. Купалова – К.: Знання, 2008. – 639 с. 4. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства [Текст]: [навч. посіб.] / Г.В. Савицька. – К.: Знання, 2007. – 668 с. 5. Тютюнник В. Факторний аналіз прибутку [Текст]: / В. Тютюнник // Справочник економіста. – 2010. – № 10. – С.35-42.

Надійшла до редколегії 14.02.11