

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра економіки та фінансів підприємства

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**Аналіз та планування формування прибутку підприємства
за матеріалами товариства з обмеженою відповідальністю
«АБРА»**

Студентки 2 курсу, 1 м групи,
заочної форми навчання,
факультету економіки,
менеджменту та психології,
спеціальності 051 «Економіка»,
спеціалізації «Економіка підприємства»

Вівчар Вікторії
Вікторівни

Науковий керівник
канд. екон. наук, ст.викладач

Мельник Вікторія
Володимирівна

Гарант освітньої програми –
д-р екон. наук, проф.

Блакита Ганна
Владиславівна

Київ – 2018

АНОТАЦІЯ

Вівчар В.В. «Аналіз та планування формування прибутку підприємства» (за матеріалами ТОВ «АБРА», м. Київ). – Рукопис.

Випускна кваліфікаційна робота за спеціальністю 051 «Економіка», спеціалізація «Економіка підприємства» – Київський національний торговельно-економічний університет – Київ, 2018.

Випускну кваліфікаційну роботу присвячено дослідженню теоретичних засад та практичних аспектів аналізу та формування прибутку підприємства. Розкрито сутність та особливості поняття прибутку підприємства та його класифікації. Охарактеризовано методи планування прибутку підприємства на прогностичний період. Досліджено фактори що впливають на обсяг прибутку підприємства.

Визначено цільовий обсяг прибутку підприємства на плановий період за допомогою різних методів планування. Запропоновані резерви зростання обсягу прибутку підприємства та шляхи їх досягнення.

Ключові слова: прибуток підприємства, фактори прибутковості, методи планування прибутку підприємства, формування обсягу цільового прибутку підприємства.

ABSTRACT

Vivchar V. "Analysis and planning of enterprise profits formation " (based on the materials of LLC "Abra", Kyiv). – Manuscript.

Final qualifying paper on the specialty 051 "Economics", specialization "Economy of Enterprise". – Kyiv National University of Trade and Economics. – Kyiv, 2018.

The final qualification work is devoted to the study of theoretical foundations and practical aspects of analysis and formation of profits of the enterprise. The essence and features of the concept of enterprise profit and its classification are revealed. Methods of planning of company profit for the forecast period are described. The factors influencing the volume of enterprise profit are investigated.

The target profit of the enterprise for the planned period is determined by means of different planning methods. Proposed reserves of increase of profit of enterprise and ways of their achievement are offered.

Key words: profit of the enterprise, factors of profitability, methods of planning of profit of the enterprise, formation of the obligation of the target profit of the enterprise.

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ.....
ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТОСТІ	
ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	8
1.1. Економічний зміст прибутку, класифікація та сутність його видів	8
1.2. Фактори, що впливають на обсяг та динаміку прибутку підприємства ...	23
1.3. Методи аналізу та планування прибутку підприємства	29
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ	
ПРИБУТКУ ТОВ «АБРА».....	43
2.1. Аналіз обсягів та джерел формування прибутку ТОВ «АБРА»	43
2.2. Оцінка факторів, що впливають на обсяг формування прибутку ТОВ «АБРА».....	50
2.3. Аналіз динаміки та структури прибутку ТОВ «АБРА»	54
РОЗДІЛ 3. Економічне обґрунтування обсягу прибутку підприємства на	
перспективний період	68
3.1. Цільові параметри формування прибутку підприємства	68
3.2. Прогнозування можливого обсягу формування прибутку підприємства .	82
3.3. Обґрунтування політики формування прибутку підприємства	87
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ.....	99
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	103
ДОДАТКИ.....	107

ВСТУП

Актуальність теми. Серед всіх економічних показників на підприємстві головна роль належить прибутку. Це пов'язано з тим, що в ньому концентрується ефект всієї господарської діяльності підприємства. Крім того, прибуток являє собою основне власне внутрішнє фінансове джерело, яке забезпечує розвиток підприємства на принципах самофінансування. Прибуток, як економічний показник, дозволяє поєднувати економічні інтереси держави, підприємства, як господарюючого суб'єкта, робітників і власника підприємства. Об'єктом економічних інтересів держави є частина прибутку, яка виплачується у вигляді податків та обов'язкових платежів. Економічний інтерес підприємства як товаровиробника знаходить своє узагальнення в обсязі прибутку, який залишається в розпорядженні підприємства і використовується для вирішення виробничих та соціальних завдань його розвитку. Прибуток є якісним показником, в його розмірі відображається зміна обсягу чистого доходу від реалізації продукції, доходів підприємства, рівня використання ресурсів, величин витрат оборотного капіталу. Прибуток синтезує в собі всі сторони діяльності підприємства, характеризує ефективність його господарської діяльності в цілому.

Актуальність теми визначається тим, що сьогодні прибуток створює фінансову базу для самофінансування, розширеного відтворення, вирішення проблем соціальних та матеріальних потреб трудових колективів. За рахунок прибутку виконується також частина зобов'язань підприємства перед бюджетом, банками тощо.

Серед науковців, що досліджували цю проблему можна виділити таких вітчизняних вчених, як Бланк І.О., Гуткевич С.П., Голов С.Ф., Захарін С.П., Семенов В.М., Ушакова Н.М., Устенко О.Л. та багато інших та закордонних вчених Брігхем Є., Л.Фішер, Е.Дж.Долан, Роберт Н. Холт, К.Р.Макконелл, Дж.М.Кейнс, Р.А.Хоген та ін.

Метою даної роботи є узагальнення теоретико-методичних підходів до планування формування прибутку підприємства та розробка заходів

щодо його зростання.

У відповідності до визначеної мети у випускній кваліфікаційній роботі поставлено та вирішено такі *завдання*:

- визначити економічний зміст прибутку та охарактеризувати фактори, що впливають на обсяг та динаміку прибутку підприємства;
- дослідити методи аналізу та планування прибутку підприємства;
- проаналізувати обсяги та джерела формування прибутку ТОВ «Абра»;
- оцінити фактори, що впливають на обсяг формування прибутку ТОВ «Абра»;
- визначити цільові параметри формування прибутку підприємства;
- здійснити прогнозування можливого обсягу формування прибутку підприємства;

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні аспекти управління формуванням прибутку підприємства.

Об'єктом дослідження є процес оцінювання формування та планування прибутку ТОВ «Абра».

Емпіричною базою дослідження є товариство з обмеженою відповідальністю «Абра». Підприємство було створене в 1997 році. Юридична адреса: 03049, м. Київ, вул. Курська, 10. Основний напрямок роботи – це розробка та впровадження у виробництво складського обладнання (металу, ДСП, скла та інше). До складу товариства входять: відділ роздрібних продаж, відділ по роботі з дилерами, маркетинговий, планово-економічний, відділ постачання, бухгалтерія та конструкторсько-дизайнерський відділ.

В 2017 році обсяг операційного прибутку підприємства становив 2057 тис. грн., обсяг чистої виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) становив 399924 тис. грн.

Для досягнення поставленої у роботі мети використовувались наступні

методи дослідження: економіко-статистичні, для аналізу показників прибутку підприємства; економіко-математичні методи при плануванні прибутку підприємства, методи аналізу та синтезу при визначенні факторів, що впливають на прибуток підприємства, індукції та дедукції при визначенні понятійної бази категорії «прибуток», порівняльних характеристик.

Інформаційну базу дослідження законодавчі та інші нормативні документи, що регламентують діяльність підприємств в Україні, статистичні матеріали, звіти підприємства, зокрема бухгалтерська звітність: Форма №1 “Баланс” і Форма №2 “Звіт про фінансові результати”. Обробка інформаційного матеріалу здійснювалася з використанням сучасних інформаційних технологій.

Теоретико-методологічною основою випускної кваліфікаційної роботи стала навчальна література, наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених з теми дослідження, монографії, наукові статті, тези конференцій, періодичні видання.

Практичне значення результатів проведеного дослідження спрямоване на дослідження факторів впливу на обсяг прибутку підприємства та пошук резервів зростання його обсягу у плановому періоді на ТОВ «Абра» (довідка № 89 від 09.11.2018 року).

Апробація результатів дослідження. За результатами дослідження було опубліковано статтю на тему «Економічна сутність та класифікація прибутку підприємства» у збірнику наукових статей магістрів «Економіка і фінанси підприємства» (К: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018 – Ч.1 – С.251).

Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, 3 розділів, 9 підрозділів, висновків і пропозицій, списку використаних джерел, додатків.

Робота викладена на 106 сторінках комп'ютерного тексту, містить 14 ілюстрації, 45 таблиць, 3 додатки, список використаних джерел налічує 76 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Економічний зміст прибутку, класифікація та сутність його видів

Прибуток як економічна категорія синтезує в собі інтереси держави, підприємства, господарюючого суб'єкта, працівників і власників підприємства. Задоволення інтересів кожної зі сторін пов'язано, насамперед, із пропорціями в розподілі і використанні прибутку. Об'єктом економічних інтересів держави є частина прибутку, що виплачується у виді податків і обов'язкових платежів [3].

Суттєвий внесок у розробку проблеми прибутку внесли класики політекономії А. Сміт і Д. Рікардо [26]. Вони відокремили поняття прибутку в особливу економічну категорію, яку досліджували у тісному зв'язку з процесом накопичення капіталу, з факторами зростання суспільного багатства. В різні часи А. Сміт трактував прибуток як закономірний результат продуктивності капіталу; винагороду капіталістові за його діяльність і ризик; вирахування з частини неоплаченої праці найманого робітника [26].

Д. Рікардо сформулював закон, відповідно якому величина заробітної плати і прибутку знаходилися в зворотній залежності один від одного. Він писав: “Яка частина продукту сплачується у формі заробітної плати – питання вкрай важливе при вивченні прибутку останній буде високим або низьким у тій самій пропорції, в якій буде низькою чи високою заробітна плата” [26].

К. Маркс науково обґрунтував теорію трудової вартості [26]. Він визначав прибуток як перетворену форму доданої вартості, результат відношення між необхідним і доданим робочим часом. Згідно з марксистською теорією сукупний продукт, тобто товар, містить три складові:

необхідний продукт (вартість робочої сили); доданий продукт (додана вартість); вартість використаних засобів виробництва, що є результатом перенесеної уречевленої праці. Джерелом доданої вартості К. Маркс називав експлуатацію, несплачену працю найманих робітників. За Марксом, це зовнішня форма прояву сутності буржуазного економічного устрою, буржуазних виробничих відносин. Отже, марксистичні дотримувалися положення, що форма прибутку викривлює реальне походження доданого продукту в результаті використання живої праці. Теорія К. Маркса в останні часи втратила свою актуальність, оскільки, вона не в змозі запропонувати інструменти для аналізу прибутку в умовах трансформаційної економіки. Але, на нашу думку, ця теорія внесла значний вклад в дослідження питань прибутку [26].

М.Я. Коробов вважає, що прибуток підприємства – це “єдина форма його грошових нагромаджень” [17]. А.М. Поддєрьогін визначає “прибуток як частину заново створеної вартості, виробленої і реалізованої, готової до розподілу”, доповнюючи, що одержання прибутку підприємницькими структурами можливе лише після того, як “втілена у створеному продукті вартість пройде відповідну стадію обороту і набере грошової форми” [59]. Отже, більшість економістів при визначенні прибутку роблять акцент на різниці між загальною сумою доходів і загальною сумою витрат підприємства.

У своїх публікаціях І.А. Бланк одним із перших в Україні використовує поняття співвідношення ризику й доходу в своєму визначенні прибутку: прибуток – це представлений в грошовій формі чистий дохід підприємця на вкладений капітал, що характеризує його винагороду за ризик здійснення підприємницької діяльності і є різницею між загальним доходом та загальними витратами у процесі здійснення цієї діяльності [6].

Розглядаючи сутність прибутку підприємства, слід в першу чергу відмітити наступні її характеристики [20]:

- прибуток являє собою форму доходу підприємця, який здійснює

економічну діяльність;

- прибуток є формою доходу підприємця, який вклав свій капітал з метою досягнення певного комерційного успіху;

- прибуток не є гарантованим доходом підприємця, який вклав свій капітал у той чи інший вид бізнесу;

- прибуток характеризує не весь доход, отриманий в процесі підприємницької діяльності, а лише ту частину доходу, яка “очищена” від понесених витрат на здійснення цієї діяльності;

- прибуток є вартісним показником, вираженим у грошовій формі.

З врахуванням розглянутих основних характеристик прибутку, його поняття у найбільш узагальненому вигляді може бути сформульоване наступним чином: "прибуток" – це грошовий вираз вартості реалізованої продукції, основна форма грошових накопичень господарюючих суб'єктів, характеризує дохідність підприємства від проведення відповідних заходів, окупність вкладених витрат і використаного майна в результаті проведення заходів.

В торгівлі, з урахуванням специфіки виконуваних функцій і особливостей формування доходів та витрат, прибуток визначається як різниця між доходом підприємства і його поточними витратами. Прибуток підприємства в умовах ринкових відносин виконує цілий ряд функцій (рис. 1.1).

1. Прибуток підприємства є головною метою підприємницької діяльності. Основним спонукальним мотивом здійснення будь-якого виду бізнесу, його головною кінцевою метою є зростання добробуту власників підприємства. Характеристикою цього зростання є розмір поточного і відкладеного їхнього доходу на вкладений капітал, джерелом якого є отриманий прибуток.

Якщо для власників підприємства одержання високого рівня прибутку є цілком очевидним мотивом підприємницької діяльності, то може виникнути питання — чи є одержання високого прибутку настільки ж

спонукальним мотивом діяльності найманих менеджерів підприємства й іншого його персоналу.

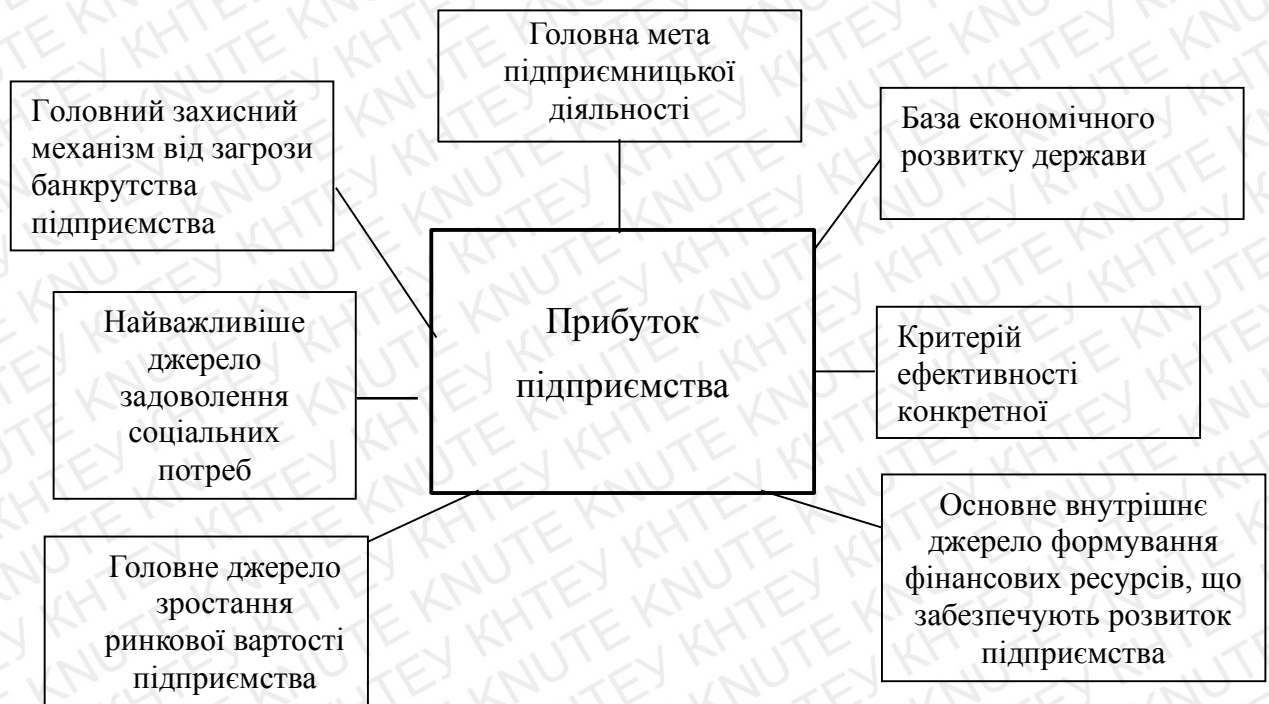


Рис. 1.1. Функції прибутку підприємства в умовах ринкової економіки [20]

Для менеджерів, що не є власниками підприємства, прибуток є основним мірилом успіху їхньої діяльності. Зростання рівня прибутку підприємства підвищує "ринкову ціну" цих менеджерів, що позначається на рівні їх особистої заробітної плати. І навпаки — систематичне зниження рівня прибутку керованого ними підприємства приводить до зворотних результатів у їхній особистій кар'єрі, рівні одержуваних доходів, можливостях наступного працевлаштування [22].

Для іншого персоналу рівень прибутку підприємства також є досить високим спонукальним мотивом їхньої діяльності, особливо при наявності на підприємстві програми участі найманих робітників у прибутку. Прибутковість підприємства є не тільки гарантом їхньої зайнятості (за інших рівних умов), але у визначеній мірі забезпечує додаткову матеріальну винагороду їхньої праці і задоволення ряду їхніх соціальних потреб.

2. Прибуток підприємства створює базу економічного розвитку держави в цілому. Механізм перерозподілу прибутку підприємства через податкову систему дозволяє "наповняти" дохідну частину державних бюджетів усіх рівнів (загальнодержавного і місцевих), що дає можливість державі успішно виконувати покладені на нього функції і здійснювати намічені програми розвитку економіки. Крім того, реалізація відомого принципу - "багатство держави характеризується рівнем багатства його громадян" - також пов'язана зі зростанням прибутку підприємства, що забезпечує зростання доходів його власників, менеджерів і персоналу.

3. Прибуток підприємства є критерієм ефективності конкретної виробничої (операційної) діяльності. Індивідуальний рівень прибутку підприємства в порівнянні з галузевим характеризує ступінь вміння (підготовленості, досвіду, ініціативності) менеджерів успішно здійснювати господарську діяльність в умовах ринкової економіки. Середньогалузевий рівень прибутку підприємств характеризує ринкові й інші зовнішні фактори, що визначають ефективність виробничої діяльності та є основним регулятором "переливу капіталу" у галузі з більш ефективним його використанням. При цьому капітал переміщається, як правило, у ті сегменти ринку, що характеризуються значним обсягом незадоволеного попиту, що сприяє більш повному задоволенню суспільних і особистих потреб.

4. Прибуток є основним внутрішнім джерелом формування фінансових ресурсів підприємства, що забезпечують його розвиток. У системі внутрішніх джерел формування цих ресурсів прибутку належить чільне місце. Чим вищий рівень генерування прибутку підприємства в процесі його господарської діяльності, тим менше його потреба в залученні фінансових засобів із зовнішніх джерел та при інших рівних умовах - тим вище рівень самофінансування його розвитку, забезпечення реалізації стратегічних цілей цього розвитку, підвищення конкурентної позиції підприємства на ринку. При цьому, на відміну від деяких інших внутрішніх джерел формування фінансових ресурсів підприємства, прибуток є постійно відтвореним

джерелом.

5. Прибуток є головним джерелом зростання ринкової вартості підприємства. Здатність самозростання вартості капіталу забезпечується шляхом капіталізації частини отриманої підприємством прибутку, тобто на приріст його активів. Чим вище сума і рівень капіталізації отриманої підприємством прибутку, тим у більшому ступені зростає вартість його чистих активів (активів, сформованих за рахунок власного капіталу), а відповідно і ринкова вартість підприємства в цілому, обумовлена при його продажу, об'єднання чи ліквідації та в інших випадках.

6. Прибуток підприємства є найважливішим джерелом задоволення соціальних потреб суспільства. Соціальна роль прибутку виявляється насамперед у тому, що грошові кошти, які перераховуються у бюджети різних рівнів у процесі їх оподаткування, служать джерелом реалізації різноманітних загальнодержавних і місцевих соціальних програм, що забезпечують "виживання" окремих соціально не захищених (чи недостатньо захищених) членів суспільства. Крім того, ця роль виявляється в задоволенні за рахунок отриманого прибутку підприємства частини соціальних потреб його персоналу (соціальні програми є невід'ємною складовою частиною колективних чи індивідуальних трудових угод). Нарешті, визначена соціальна роль прибутку виявляється у тому, що вона служить джерелом зовнішньої благодійної діяльності підприємства, спрямованої на фінансування окремих неприбуткових організацій, установ соціальної сфери, надання матеріальної допомоги окремим категоріям громадян.

7. Прибуток є основним захисним механізмом підприємства від банкрутства. Хоч така погроза може виникнути й в умовах прибуткової господарської діяльності підприємства (при використанні невиправдано високої частки позикового капіталу, особливо короткострокового; при недостатньо ефективному керуванні ліквідністю активів і т.п.), але за інших рівних умов, підприємство набагато успішніше виходить із кризового стану при високому потенціалі генерування прибутку. За рахунок капіталізації

отриманого прибутку може бути швидко збільшена частка високоліквідних активів (відновлена платоспроможність), підвищена частка власного капіталу при відповідному зниженні обсягу використаних позикових засобів (підвищена фінансова стійкість), сформовано відповідні резервні фінансові фонди [22].

Реальне забезпечення принципу самофінансування визначається одержаним прибутком. Доля чистого прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства після сплати всіх податків та обов'язкових платежів, повинна бути достатньою для фінансування розширення виробничої діяльності, науково-технічного та соціального розвитку підприємства, матеріального стимулювання працівників.

Крім того, прибуток є одним з джерел формування бюджетів різних рівнів. Він надходить до бюджетів у вигляді податків і разом з іншими надходженнями використовується для фінансування задоволення загальних суспільних потреб, забезпечення виконання державою своїх функцій, державних інвестиційних, виробничих, науково-технічних та соціальних програм [17, с.140]. В умовах ринкової економіки прибуток є показником раціонального використання ресурсів і основою економічного розвитку підприємства. Його наявність характеризує: економічну стійкість фінансового положення підприємства, створює могутні стимули підвищення ефективності господарювання і матеріальної зацікавленості працівників.

Показник прибутку став найважливішим при оцінці господарсько-фінансової діяльності підприємства, є основним критерієм ефективності роботи підприємства і джерелом його діяльності. Залежно від виду діяльності, завдяки якому отримано прибуток, виділяють: прибуток від реалізації товарів та платних послуг (прибуток від операційної діяльності); прибуток від реалізації продукції неопераційної діяльності (транспортної, посередницької та інше); прибуток від реалізації майна, що є власністю підприємства (основних засобів, нематеріальних активів); прибуток від проведення позареалізаційних операцій, у складі якого виділяють: прибуток

від інвестиційної діяльності; прибуток від орендних операцій; прибуток від інших позареалізаційних операцій.

Процес управління формуванням прибутку полягає в аналізі прибутку підприємства в передплановому періоді та плануванні обсягів та оптимального складу формування прибутку у плановому періоді. Основними типовими елементами аналізу прибутку підприємства в передплановий період виступають:

- 1) аналіз загальної суми прибутку та показників рентабельності в динаміці;
- 2) визначення складу загальної суми прибутку за основними його видами;
- 3) аналіз основних напрямів використання прибутку з метою оцінки достатності прибутку звітного періоду у фінансовому забезпеченні розвитку підприємства та ін.

Планування прибутку підприємства проводиться лише в рамках його звичайної діяльності в розрізі визначення сум прибутку від операційної діяльності, фінансових операцій та іншої звичайної діяльності. Особлива увага фінансовими менеджерами надається плануванню прибутку від основної діяльності, оскільки останній є найвагомим результуючим показником ефективності ведення обраного власниками підприємства бізнесу. В процесі планування формування прибутку підприємства використовуються різні методи. Серед них можна виділити такі: метод екстраполяції, метод прямого рахунку, нормативний метод, метод прогнозування грошового потоку, метод планування операційного прибутку з використанням системи «взаємозв'язок витрат, обсягів реалізації та прибутку», метод факторного моделювання прибутку [34].

У таблиці 1.1 подана класифікація прибутку підприємства з різних джерел його формування.

Обсяг прибутку за кожним видом діяльності формується як сальдо доходів та витрат на її проведення.

Таблиця 1.1

Класифікація прибутку підприємства

Ознаки класифікації прибутку підприємства	Види прибутку за відповідними ознаками класифікації
Характер відображення в обліку	1. Бухгалтерський прибуток. 2. Економічний прибуток.
Характер діяльності	1. Прибуток від економічної діяльності. 2. Прибуток від припинення діяльності після оподаткування.
Підгалузь	1. Прибуток від здійснення діяльності в певній сфері
Напрямок господарської діяльності	1. Прибуток з операційної діяльності. 2. Прибуток з інвестиційної діяльності. 3. Прибуток з фінансової діяльності.
Джерело формування	1. Прибуток від реалізації товарів 2. Прибуток від реалізації інших активів. 3. Прибуток від позареалізаційних операцій.
Характер оподаткування	1. Оподатковуваний прибуток. 2. Прибуток не підлягаючий оподаткуванню.
Склад формуючих елементів	1. Маржинальний прибуток. 2. Валовий прибуток. 3. Чистий прибуток.
Характер інфляційного очищення	1. Номінальний прибуток. 2. Реальний прибуток.
Період формування	1. Прибуток звітного періоду. 2. Прибуток планового періоду.
Значення підсумкового результату господарювання	1. Позитивний прибуток (прибуток у звичайному його розумінні). 2. Від'ємний прибуток (збиток)
Достатність рівня формування	1. Низький прибуток 2. Нормальний прибуток 3. Високий прибуток
Характер використання	1. Капіталізований прибуток 2. Використаний прибуток

Розглянемо більш детально окремі види прибутку підприємства відповідно з наведеною його класифікацією за основними ознаками.

1. За характером відображення в обліку виділяють бухгалтерський та економічний прибуток підприємства.

- бухгалтерський прибуток представляє собою різницю між доходами підприємства та зовнішніми його поточними витратами, що відображаються бухгалтерським обліком;

- економічний прибуток представляє собою різницю між сумою доходів підприємства, з одного боку, та сумою як зовнішніх, так і внутрішніх його поточних витрат (витрат обігу), з іншого. При цьому внутрішні поточні витрати підприємства, що не відображаються бухгалтерським обліком, оцінюються за альтернативною їх вартістю. Економічний прибуток підприємства завжди менший бухгалтерського на величину внутрішніх поточних витрат (витрат обігу).

2. За характером діяльності підприємства розділяють прибуток від економічної діяльності та непередбачений прибуток:

- прибуток від економічної діяльності характеризує фінансовий результат від всіх традиційних для даного підприємства видів діяльності та господарських операцій, що формується на регулярній основі;

- непередбачений прибуток характеризує незвичайне чи дуже рідке для даного підприємства джерело його формування.

3. За підгалузями діяльності прибуток підприємства розподіляється відповідно з Класифікатором видів економічної діяльності.

4. За напрямками господарської діяльності підприємства виділяють прибуток, отриманий від операційної, інвестиційної та фінансової його діяльності:

- прибуток від операційної діяльності представляє собою сукупний обсяг прибутку від реалізації продукції (надання послуг, виконання робіт) та прибутку від інших операцій, що не відносяться до інвестиційної чи фінансової діяльності;

- прибуток від інвестиційної діяльності характеризує підсумковий фінансовий результат від операцій по придбанню (побудові, виготовленню) та продажу майна, що амортизується – основних засобів, нематеріальних активів та інших необоротних активів, а також короткострокових фінансових інвестицій, які не являються еквівалентами грошових коштів;

- прибуток від фінансової діяльності характеризує фінансовий результат операцій, які приводять до зміни розміру та складу власного капіталу та позик підприємства (залучення додаткового акціонерного чи пайового капіталу, емісії облігацій та інших боргових цінних паперів, залучення кредиту в різних його формах, погашення зобов'язань за основним боргом тощо) [14, с. 229].

5. За джерелами формування прибуток підприємства підрозділяється на наступні види:

- прибуток від реалізації товарів;
- прибуток від реалізації інших видів активів;
- прибуток від позареалізаційних операцій.

Основним об'єктом фінансового менеджменту в процесі управління фінансовим результатом діяльності підприємства виступає прибуток від реалізації товарів.

6. За характером оподаткування прибутку виділяють оподатковувану та неоподатковувану його частини. Такий розподіл прибутку грає важливу роль у формуванні податкової політики підприємства, так як дозволяє оцінювати альтернативні господарські операції з позицій кінцевого їх ефекту. Склад прибутку, що не підлягає оподаткуванню, регулюється відповідним законодавством.

7. За складом елементів, що формують прибуток, розрізняють маржинальний, валовий та чистий прибуток підприємства. Під цими термінами розуміють звичайно різну ступінь „очищення” отриманих підприємством чистих прибутків від здійснених ним в процесі господарської діяльності витрат [14, с. 230]:

- маржинальний прибуток характеризує суму чистого доходу від реалізації товарів (валового комерційного доходу підприємства від цієї діяльності, зменшеного на суму податкових платежів за рахунок його) за вирахуванням суми постійних витрат;

- валовий прибуток характеризує суму чистого доходу від реалізації товарів за вирахуванням всіх пов'язаних з ним поточних витрат (витрат обігу), як постійних так и змінних;

- чистий прибуток характеризує суму валового прибутку від реалізації товарів, зменшену на суму податкових платежів за рахунок його.

До складу прибутків підприємства відносяться: прибутки від реалізації товарів; прибутки від страхової діяльності; інші операційні прибутки (прибутки від реалізації іноземної валюти; прибутки від реалізації інших оборотних активів, крім фінансових інвестицій); прибутки від операційної оренди активів; прибутки від операційної курсової різниці за операціями в іноземній валюті; суми одержаних штрафів, пені, неустойок та інших санкцій за порушення господарських договорів, які визнані боржником або щодо яких одержано рішення суду, господарського суду про їх стягнення; прибутки від списання кредиторської заборгованості, щодо якої минув строк позовної давності; відшкодування раніше списаних активів (надходження боргів, списаних як безнадійні); суми одержаних грантів та субсидій; інші прибутки підприємства [14, с. 231].

Прибуток від реалізації товарів безпосередньо залежить від двох основних показників: обсягу реалізації та собівартості товарів. На зміну обсягу реалізації товарів впливає зміна обсягу, залишків нереалізованих товарів, частки прибутку в ціні товарів (рентабельність реалізації).

Треба звернути увагу на те, що зміна обсягу реалізації, залишків нереалізованих товарів справляють вплив не тільки на обсяг реалізації, а й на її собівартість, оскільки змінюються умовно-постійні витрати (за зміни обсягу реалізації); витрати на зберігання товарів, інші витрати (за зміни

залишків нереалізованих товарів) [5, с. 160].

Істотний вплив на обсяг реалізації, а також і на прибуток від реалізації справляє розмір прибутку, що включається в ціну товарів. За умов формування ринкової економіки державного регулювання рентабельності продукції, як правило, уже нема. Отже, створюється можливість збільшення прибутку підприємства за рахунок збільшення частки прибутку в ціні окремих товарів. Цьому сприяє брак належної конкуренції, монопольне становище деяких підприємств у реалізації багатьох видів товарів.

Отже, можна зробити висновок, що можливості підприємств впливати на обсяг прибутку від реалізації, змінюючи обсяги реалізації, залишки нереалізованих товарів, їх рентабельність, є досить суттєвими.

8. За характером інфляційного „очищення” прибутку виділяють номінальний та реальний його види. Реальний прибуток характеризує розмір номінально отриманої його суми, скоригованої на темп інфляції і відповідному періоді.

9. За періодом формування виділяють:

- прибуток звітного періоду;
- прибуток планового періоду (плановий прибуток). Різновидністю планового прибутку, що характеризує цілеспрямований характер його формування з позицій достатності виду для ефективного розвитку підприємства, виступає цільова сума прибутку.

10. За значенням підсумкового результату господарювання розрізняють позитивний прибуток (чи власне прибуток) та негативний прибуток (збиток).

11. За достатністю рівня формування виділяють низький, нормальний та високий прибуток підприємства (критерієм такого розподілення виступає рівень нормального прибутку):

- нормальний прибуток характеризує такий рівень його формування, коли після покриття зовнішніх та внутрішніх поточних витрат (витрат обігу), залишається комерційний прибуток, що дорівнює мінімальній ставці

деPOSITного відсотку (по відношенню до суми власного капіталу, що використовується);

- низький та високий прибуток характеризує рівень його формування, який відповідно нижче чи вище рівня нормального прибутку [14, с. 235].

12. За характером використання у складі прибутку підприємства виділяють капіталізовану та споживану його частини. Капіталізований прибуток характеризує ту його суму, яка спрямована на фінансування приросту активів підприємства, а споживаний прибуток – та його частина, яка витрачена на виплати власникам (акціонерам), персоналу чи на соціальні програми підприємства.

На рис. 1.2 приведена структурно-логічна схема формування прибутку від реалізації продукції, а також основні показники, які впливають на прибуток від реалізації.

Прибуток від реалізації безпосередньо залежить від двох основних показників: обсягу реалізації продукції і її собівартості. На величину обсягу реалізації продукції впливає зміна об'єму виробництва, залишків нереалізованої продукції, частини прибутку в ціні продукції (рентабельність продукції) [42, С.102].

Прибуток є головним компонентом формування бази оподаткування фінансових результатів діяльності підприємства так як сума надходжень до бюджету у вигляді податку на прибуток підприємства безпосередньо залежить від його величини.

Доцільним є комплексне дослідження доходів та витрат підприємства, що є визначальними складовими визначення прибутку в розрізі видів економічної діяльності підприємства та удосконалення організаційно-методичних засад формування та розподілу прибутку.

Також для прийняття обґрунтованих управлінських рішень в процесі ведення економічної діяльності підприємства потрібно досліджувати склад та структуру доходів та витрат як передумов до формування фінансових результатів діяльності підприємства.

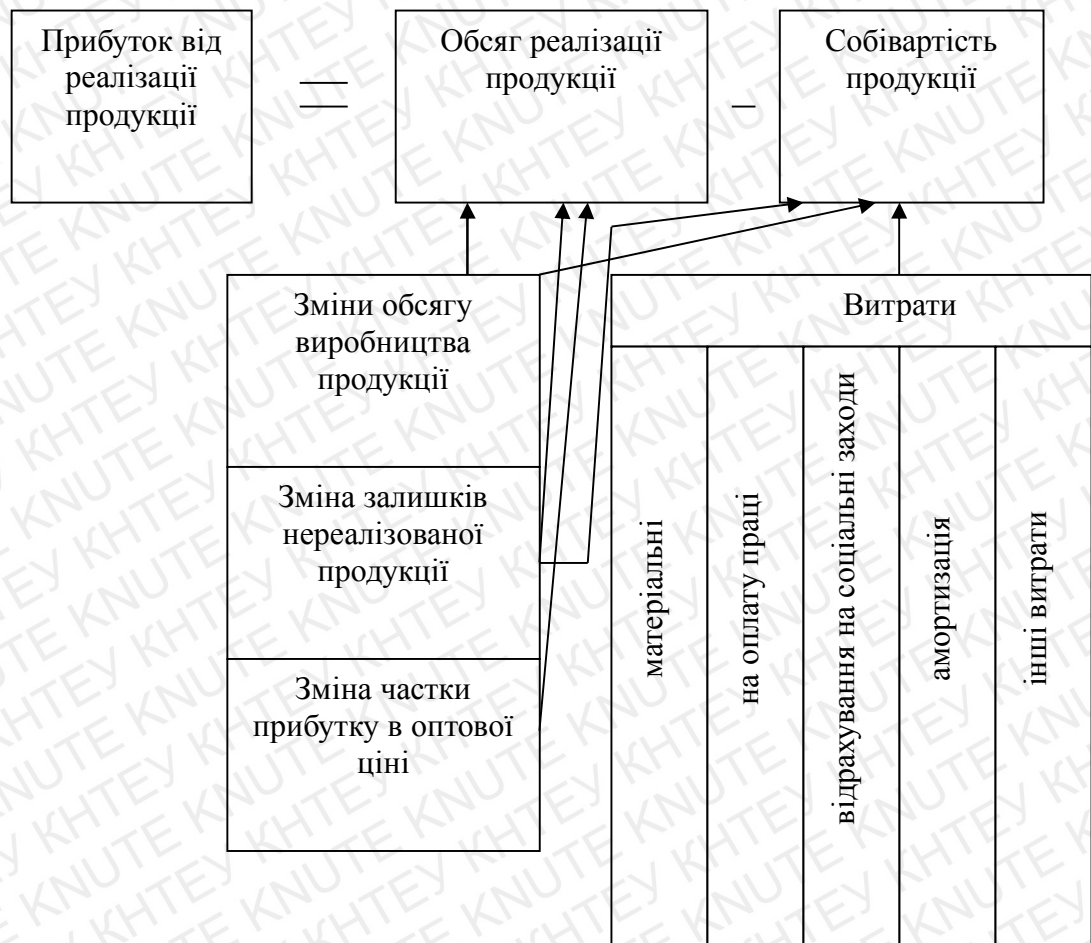


Рис. 1.2. Структурно логічна схема формування прибутку від реалізації [42]

Зміна об'єму виробництва, залишків нереалізованої продукції роблять вплив не тільки на об'єм реалізації продукції, а і на її собівартість, оскільки змінюються умовно-постійні витрати; на зберігання продукції, інші витрати.

Істотний вплив на об'єм реалізації продукції, а також і на прибуток від реалізації, надає розмір прибутку, який включається в ціну виробів. За умов формування ринкової економіки державного регулювання рентабельності продукції, як правило, вже немає. Тому створюється можливість збільшення прибутку підприємства за рахунок збільшення частини прибутку в ціні окремих виробів. Цьому сприяє недостатня конкуренція, монопольне

положення окремих підприємств у виробництві і реалізації багатьох видів продукції.

Отже, можна зробити висновок, що можливість підприємств впливати на об'єм прибутку від реалізації, змінюючи об'єми виробництва продукції, залишки нереалізованої продукції, її рентабельність, є досить істотною

Таким чином, можна зазначити, що в умовах ринкової економіки значення прибутку надзвичайно високе. Прагнення до одержання прибутку орієнтує підприємства на збільшення обсягу чистого доходу, зменшення витрат та економію матеріально-технічних та трудових ресурсів. Для підприємства прибуток є сигналом, що вказує на можливість досягти найбільшого приросту вартості, створює стимул для інвестування у цю сферу. Свою роль відіграють і збитки: вони висвітлюють помилки та прорахунки у спрямуванні коштів, організації виробництва та реалізації.

1.2. Фактори, що впливають на обсяг та динаміку прибутку підприємства

В умовах ринкової економіки прибуток відіграє важливу роль, будучи головною метою підприємницької діяльності, основним внутрішнім джерелом формування фінансових ресурсів підприємства, що забезпечують його розвиток, створюючи базу економічного розвитку держави в цілому.

Прибуток є головним джерелом зростання ринкової вартості підприємства, найважливішим джерелом задоволення соціальних потреб суспільства, а також основним захисним механізмом, що охороняє підприємство від загрози банкрутства. Оскільки прибуток – основний результативний показник діяльності підприємства, тому важливо виявити його залежність від різноманітних факторів та оцінити їх вплив на прибуток

Перш за все визначимо різні підходи до визначення факторів, що впливають на прибуток підприємства.

Так Лобунец В. І. та ін. [1] виділяють п'ять основних груп факторів, що впливають на прибуток підприємства:

- політичні;
- фінансово-економічні;
- виробничо-технологічні;
- соціальні;
- екологічні.

Ткаченко Є. Ю. визначає, що фактори, які визначають прибуток підприємства поділяються насамперед на внутрішні та зовнішні [2].

Поддєрьогін А. М. також поділяє фактори, що впливають на обсяг прибутку підприємства на зовнішні та внутрішні [59].

До комплексних факторів, які впливають на прибуток, належать:

- технічне вдосконалення обслуговування,
- підвищення ефективності діяльності,
- поліпшення якості обслуговування;
- використання реклами;
- рівень після продажного сервісу;
- якість обслуговування;
- використання нових каналів товароруку.

Враховуючи те, що вся діяльність будь-якого підприємства спрямована на забезпечення зростання величини прибутку або її стабілізації на певному рівні, необхідним є всебічний аналіз усіх факторів, що впливають на діяльність підприємства та забезпечують певний розмір його прибутку.

Всю сукупність факторів, які визначають прибуток підприємства, можна згрупувати на дві групи (рис. 1.2) :

- зовнішні
- внутрішні



Рис. 1.2. Фактори, що впливають на обсяг прибутку підприємства [44]

До зовнішніх факторів відносять фактори, які не піддаються з боку діяльності підприємства :

Державне регулювання цін . Держава регулює споживчий кошик , тому ціни на хлібобулочні , м'ясні та молочні вироби повинні бути мінімальними і не зростати .

Подорожчання послуг інших галузей господарства. Інфляційний тягар , пов'язаний зі зростанням цін на енергоносії впливає на зростання тарифів на паливо-мастильні матеріали , теплову , парову енергію , транспортні послуги , що негативно відбивається на формуванні прибутку і знижує його величину.

Система оподаткування. Існує обернена пропорція між прибутком та податками – чим менше податків підприємство сплачує, тим більше прибутку залишається в розпорядженні підприємства.

Політика держави по формуванню доходів. Відсутність індексації реальних доходів населення в залежності від темпів інфляції впливає на зниження купівельної спроможності населення , що призводить до зниження обсягів реалізації товарів та зниження прибутку [20].

Внутрішні фактори – це фактори пов'язані з функціонуванням підприємства і якими підприємство в силі керувати та змінювати :

Внутрішні фактори поділяються на виробничі і позавиробничі. Виробничі фактори характеризують наявність і використання засобів і

предметів праці, трудових і фінансових ресурсів і, в свою чергу, поділяються на екстенсивні та інтенсивні. Екстенсивні фактори впливають на процес одержання прибутку через кількісні зміни: обсягу засобів і предметів праці, фінансових ресурсів, часу роботи обладнання, чисельності персоналу, фонду робочого часу тощо. Інтенсивні фактори впливають на процес отримання прибутку через “якісні” зміни: підвищення продуктивності обладнання і його якості, застосування прогресивних видів матеріалів і удосконалення технології їх обробки, прискорення обертання оборотних засобів, підвищення кваліфікації і продуктивності праці персоналу, зниження матеріалоемності продукції, удосконалення організації праці і більш ефективного використання фінансових ресурсів тощо [10, с.140].

До позавиробничих факторів належать, наприклад, постачальницько-збутова і природоохоронна діяльність, соціальні умови праці і побуту тощо.

Слід зазначити, що прибуток є результатом дії як зовнішніх, так і внутрішніх факторів. В реальній підприємницькій практиці фактори можуть діяти одночасно і не завжди в одному напрямі [10, с.140].

До утворюючих факторів належать: виручка, в тому числі: від реалізації продукції, яка займає основну питому вагу, та виручка від реалізації інших активів і основних засобів.

Важливою складовою утворюючих факторів є доходи від пайової участі в інших підприємствах, у тому числі: дочірніх, доходи по цінних паперах, безкоштовна фінансова допомога, сальдо штрафів, отриманих і сплачених.

Взаємовпливаючі фактори розподіляються на зовнішні фактори розподілу, які визначаються фінансово-кредитною політикою держави, у тому числі: податки і податкові ставки, в деякій мірі ціни, тарифи і збори, а також внутрішні, які включають собівартість, продуктивність праці, фондвіддачу, фондоозброєність, оборотність оборотних активів. Позитивна взаємодія одних факторів буде зведена до нуля негативним впливом інших.

Схема системного підходу до дослідження прибутку наведена на рис. 1.3.



Рис. 1.3. Схема системного підходу до дослідження факторів впливу на прибуток підприємства [30, с.212]

Розглянемо більш детально окремі фактори відповідно до найбільш важливих класифікаційних ознак:

- залежно від діяльності суб'єкта господарювання всі фактори

поділяються на зовнішні та внутрішні;

- за структурою можливе виділення факторів, що впливають на формування прибутку або його розподіл і використання, а також одночасно на ці процеси;
- за значенням результату впливу – первинні та підпорядковані;
- за регулярністю дії – постійні й тимчасові.

Фактори розподілу складаються з платежів обов'язкового характеру до бюджету і позабюджетних фондів, банківських і страхових фондів, платежів добровільного характеру, включаючи добродійні фонди, направлення прибутку у фонди грошових коштів, які утворюються на підприємствах

Фактори використання відносяться тільки до тієї частини прибутку, який залишається в розпорядженні підприємства і комерційних організацій. Вони включають такі напрямки, як споживання, накопичення, збитки та інші витрати.

Внутрішні фактори безпосередньо залежать від організації функціонування підприємницьких структур, їх галузевої належності та форм власності. А інші фактори є зовнішніми, їх вплив майже або повністю не залежить від підприємства. Наприклад, суттєве значення мають економічні умови господарювання у суспільстві: бюджетно-податкова, кредитна та інвестиційна політика законодавчих та виконавчих органів влади України. Крім того, визначальним є рівень розвитку фінансового ринку, страхової справи, міжнародний поділ праці. На фінансові результати підприємницьких структур істотний вплив справляє фаза економічного циклу. У період підйому підприємства отримують більшу норму прибутку на капітал, і ефективність капіталізації прибутку в процесі його розподілу значно зростає. І навпаки, кризовий стан економіки, характеризується зменшенням доходів господарюючих суб'єктів, нестабільністю надходження виручки, незадовільним платоспроможним попитом.

При запланованому обсязі реалізації продукції (Ртчп) підприємство може одержати визначену суму чистого операційного прибутку (Чопп), на

розмір якого сума чистого операційного доходу (Чдо) буде перевищувати суму сукупних операційних витрат — як постійних, так і змінних, а також суму податкових платежів, здійснюваних за рахунок прибутку. Таким чином, механізм управління різними видами прибутку підприємства з використанням системи "взаємозв'язок витрат, обсягу реалізації і прибутку" заснований на її залежності ("чутливості") від наступних основних факторів:

- а) обсягу реалізації продукції у вартісному чи натуральному вираженні;
- б) суми і рівня чистого операційного доходу;
- в) суми і рівня змінних операційних витрат;
- г) суми постійних операційних витрат;
- д) співвідношення постійних і змінних операційних витрат;
- е) суми податкових платежів, здійснюваних за рахунок прибутку.

Ці показники можуть розглядатися як основні фактори формування суми різних видів прибутку, впливаючи на які можна одержати необхідні результати.

Прибуток підприємства як результативний показник його діяльності, залежить від співвідношення між розміром доходів підприємства і витратами на здійснення економічної діяльності. Залежність прибутку від величини доходів і витрат може бути подана [14, с.140].

Таким чином, розмір одержаного прибутку залежить від ціни реалізації і закупівлі товарів, кількості проданих товарів, різниці між доходами, витратами обігу і витратами від іншої (позареалізаційної) діяльності. Управління даними факторами та їх прогнозування дозволяє забезпечити отримання необхідного прибутку.

1.3. Методи аналізу та планування прибутку підприємства

У процесі управління формуванням операційного прибутку підприємство вирішує ряд завдань:

1. Визначення обсягу реалізації продукції, який забезпечує беззбиткову

операційну діяльність протягом короткого періоду. Для досягнення "точки беззбитковості" своєї операційної діяльності, підприємство повинно забезпечити такий обсяг реалізації продукції, при якому сума чистого операційного доходу (валового операційного доходу за мінусом суми податкових платежів з нього) порівнюється з сумою витрат - як постійних, так і змінних.

2. Визначення обсягу реалізації, продукції, який забезпечує беззбиткову операційну діяльність у довготерміновому періоді. У силу зміни умов операційної діяльності у довгостроковому періоді порівняно з короткостроковим точка беззбитковості постійно змінює своє значення, тому потрібно значно більше обсягу реалізації порівняно з попереднім періодом. Відповідно змінюється і сума валового операційного прибутку, який одержується підприємством в силу змінних умов операційної діяльності на кожному етапі. Іншими словами, довгостроковий період операційної діяльності підприємства може бути розбитий на ряд короткострокових її періодів (з незмінними умовами), що дозволяє використовувати при розрахунках алгоритми, характерні для короткострокового періоду. У зв'язку з цим, наступні завдання формування операційного прибутку будуть розглянуті в рамках короткотермінового періоду операційної діяльності підприємства.

3. Визначення необхідного обсягу реалізації продукції, який забезпечує досягнення запланованої (цільової) суми валового операційного прибутку або визначення планової суми валового операційного прибутку при заданому плановому обсязі реалізації продукції.

4. Визначення суми «запасу міцності» підприємства, розміру можливого зниження обсягу реалізації продукції у вартісному вираженні при негативній кон'юктурі товарного ринку, який дозволяє йому здійснювати прибуткову операційну діяльність. «Запас міцності» визначає можливі межі маневру підприємства як у ціновій політиці, так і в зниженні натурального обсягу виробництва і реалізації продукції в процесі здійснення операційної

діяльності в негативних ринкових умовах (зниження попиту, посилення конкуренції тощо). «Запас міцності» підприємства розраховується як вартісному, так і в натуральному вираженні, а також може бути виражений не лише абсолютною, а й відносною величиною [22].

Таким чином, механізм управління формуванням операційного прибутку підприємства з огляду на взаємозв'язок витрат, обсягу реалізації і прибутку залежить від таких основних факторів: а) обсягу реалізації продукції у вартісному чи натуральному вираженні; б) суми і рівня чистого операційного доходу; в) суми і рівня змінних операційних витрат; г) суми постійних операційних витрат; г) співвідношення постійних і змінних операційних витрат; д) суми податкових платежів за рахунок прибутку.

Ці показники можуть розглядатися як основні фактори формування суми операційного прибутку, впливаючи на який можна отримати необхідні результати для підприємства у цілому [16, с.140].

Одним із засобів формалізації аналізу суб'єктів господарювання є розробка організаційно-інформаційної моделі, яка поєднує обидві основні складові фінансового аналізу: організаційну та інформаційну. Організаційні питання, які вирішуються на рівні розробки моделі фінансового аналізу діяльності підприємства, стосуються характеристики його суб'єктів, об'єктів, мети і завдань та методичного забезпечення. Інформаційні питання охоплюють побудову інформаційної бази аналізу: визначення джерел інформації, характеристику інформаційного забезпечення та розробку системи показників, за допомогою яких передбачається досліджувати об'єкти аналізу. Важливим принципом створення інформаційної бази аналізу є забезпечення повноти інформації щодо досліджуваного об'єкта.

Організаційно-інформаційна модель аналізу прибутку підприємства є стислою характеристикою його суб'єктів та об'єктів, мети і завдань, системи показників, що визначають параметри об'єктів, інформаційної бази, методів і прийомів перетворення економічної інформації, узагальнення результатів аналізу.

Ефективне управління прибутком передбачає обґрунтування та планування прибутку на торговельному підприємстві. Обґрунтування та планування прибутку від реалізації товарів представляє найбільш відповідальний етап в загальній системі управління ним на підприємстві. Це визначається тим, що планова сума прибутку від реалізації товарів є основним цільовим орієнтиром всієї операційної діяльності і мірою її ефективності; вона складає основу формування сукупного прибутку торговельного підприємства, і є базою забезпечення його подальшого розвитку і задоволення матеріальних інтересів власників і персоналу. Обґрунтування та планування формування прибутку від реалізації товарів торговельного підприємства здійснюється за наступними етапами, наведеними на рис. 1.3. [46, с. 232].

Основні етапи процесу обґрунтування та планування формування прибутку від реалізації товарів підприємства
1. Аналіз формування прибутку від реалізації товарів підприємства в передплановому (звітному) періоді
2. Формування системи вихідних передумов планування прибутку від реалізації товарів підприємства
3. Вибір методів обґрунтування та планування формування прибутку від реалізації товарів підприємства та здійснення планових розрахунків
4. Доведення планових завдань з формування прибутку від реалізації товарів підприємства до центрів відповідальності

Рис. 1.3. Зміст та послідовність процесу обґрунтування та планування формування прибутку від реалізації товарів підприємства [17].

1. Аналіз формування прибутку від реалізації товарів підприємства в передплановому (звітному) періоді. Головною ціллю цього аналізу є виявлення основних тенденцій формування прибутку від реалізації товарів торговельного підприємства в передплановому (звітному) періоді, оцінка

досягнутого її рівня, а також виявлення ступеню впливу основних факторів на процес її формування на підприємстві.

2. Формування системи вихідних передумов планування прибутку від реалізації товарів підприємства. Рівень обґрунтування розроблених планів формування прибутку від реалізації товарів підприємства в значній мірі визначається якістю і широтою вихідної бази планування.

Чим ширше передумови планування, чим більш якісну інформацію вони містять, тим ширше можливий діапазон використовуваних методів планових розрахунків, тим більш надійними є розрахунки і є результати планування прибутку на підприємстві. Основними вихідними перевагами планування і формування прибутку від реалізації товарів підприємства є:

- розроблена загальна політика управління прибутком. В процесі підготовки вихідної бази планування та обґрунтування формування прибутку від реалізації продукції товарів повинні бути, в першу чергу, враховані: система стратегічних цілей формування прибутку підприємства, а також система розроблених окремих цільових показників (середньорічний темп росту прибутку, коефіцієнти рентабельності тощо), які конкретизовані за періодами їх реалізації (при необхідності в систему цих цільових показників на майбутній період вносяться коригування за результатами проведеного аналізу) [46, с. 233].

Прибуток - одне з основних джерел фінансових ресурсів підприємств, формування централізованих і децентралізованих фондів грошових коштів.

За рахунок прибутку відбувається формування в значному обсязі бюджетних ресурсів держави, здійснюється фінансування розширення підприємств, матеріальне стимулювання робітників, вирішення соціально-культурних заходів тощо. У зв'язку з цим в плануванні та формуванні прибутку повинні бути зацікавлені не лише трудові колективи підприємств, але й держава в цілому. Організаційно-інформаційна модель аналізу прибутку наведена в таб.1.2.

Таблиця 1.2

Організаційно-інформаційна модель аналізу прибутку [10, с.140].

I. Мета і завдання аналізу прибутку	
1.1. Мета	1.2. Завдання
Метою аналізу прибутку є пошук шляхів і кількісна оцінка резервів збільшення прибутку і підвищення рентабельності підприємства на основі ефективного управління його доходами та витратами	Аналіз формування прибутку Аналіз складу та динаміки прибутку Загальний і факторний аналіз прибутку від операційної діяльності Аналіз рентабельності підприємства Граничний аналіз та оптимізація прибутку
II. Об'єкти і суб'єкти аналізу прибутку	
2.1. Об'єкти	2.2. Суб'єкти
Доходи в цілому та за видами Витрати в цілому та за видами Прибуток Чинники, що вплинули на утворення доходів, витрат, прибутку.	Вищі посадові особи підприємства Економічні служби підприємства Керівники функціональних та структурних підрозділів підприємства Зовнішні користувачі інформації
III. Система економічних показників аналізу прибутку	
3.1. Абсолютні вартісні показники, джерелом яких є облік	3.2. Відносні показники, які є наслідком аналітичної обробки облікової інформації
Абсолютна величина доходу в цілому та за його видами Абсолютна величина прибутку; Залишки активів, капіталу Абсолютні показники прибутку	відносні показники структури доходів, витрат та прибутку відносні показники динаміки доходів, відносні показники інтенсивності процесів (показники рентабельності)
IV. Інформаційне забезпечення аналізу прибутку	
4.1. Зовнішня інформація	4.2. Внутрішня інформація
Правова Нормативна, Довідкова	Планова Фактографічна
V. Методичні прийоми обробки первинної (вхідної) інформації	
5.1. Економіко-логічні методи	5.2. Економіко-математичні методи
Групування, Порівняння Розрахунок відносних показників Розрахунок середніх показників Деталізація, Елімінування	Методи обробки динамічних рядів Методи регресійно-економічного аналізу Методи моделювання
VI. Узагальнення і реалізація результатів аналізу прибутку	
6.1. Узагальнення результатів	6.2. Реалізація результатів
Систематизація інформації Кількісна оцінка втрачених прибутків Кількісна оцінка потенційного збільшення прибутків Оцінка вірогідності прогнозованих фінансових результатів Розробка багатоваріантних заходів щодо підвищення фінансових результатів підприємства у майбутньому періоді Оформлення результатів аналізу і передача їх в управлінські структури для реалізації запропонованих заходів	Оцінка заходів щодо збільшення прибутку з точки зору найбільшої відповідності фінансовій стратегії підприємства Вибір оптимального варіанту заходів щодо підвищення ефективності управління прибутком підприємства Прийняття рішення щодо реалізації обраного варіанту заходів Забезпечення контролю за виконанням прийнятих рішень

Першим етапом аналізу є аналіз обсягів та динаміки формування фінансового результату діяльності до оподаткування (прибутку або збитку).

Абсолютне відхилення розраховується за формулою:

$$\text{Вабс} = \text{П1} - \text{П0}, \quad (1.10)$$

Де П0, П1 - значення показника у базисному і звітному періодах.

Відносне відхилення розраховується за формулою:

$$\text{Ввідн} = \text{Вабс} / \text{П0} * 100 \quad (1.11)$$

Наступним кроком є аналіз рівня та динаміки прибутковості обороту підприємства. Рівень рентабельності обороту розраховується за наступною формулою:

$$P_o = \frac{\text{Под}}{\text{ДО}} * 100 \quad (1.12)$$

Де Под - прибуток від операційної діяльності;

ДО - обсяг діяльності.

Третім етапом є аналіз факторів, що впливають на обсяг формування прибутку. Вплив на зміну фінансового результату зміни обсягу чистого доходу від реалізації продукції визначається наступним чином:

$$\Delta \text{Пто} = \frac{(\text{ДО}_1 - \text{ДО}_0) * P_{o0}}{100} \quad (1.13)$$

Вплив на зміну фінансового результату зміни рівня чистого доходу від реалізації продукції визначається наступним чином:

$$\Delta \text{Про} = \frac{\text{ДО}_1 (P_{o1} - P_{o0})}{100} \quad (1.14)$$

Де ДО0, ДО1 - обсяг чистого доходу від реалізації продукції у базисному та звітному періоді,

Ро0, Ро1 - рівень прибутковості чистого доходу від реалізації продукції у базисному і звітному періоді.

Наступним кроком аналізу є оцінка впливу на прибуток зміни обсягу та рівня валового доходу.

Рівень валового доходу розраховується за формулою:

$$P_{kd} = \frac{ВД}{ДО} \quad (1.15)$$

де ВД-обсяг валового доходу.

Вплив на зміну фінансового результату зміни обсягу валового доходу визначається наступним чином:

$$\Delta П_{kd} = ВД1 - ВД0, \quad (1.16)$$

Вплив на зміну фінансового результату зміни рівня валового доходу визначається наступним чином:

$$\Delta П_{рвд} = Дo1(Рвд1 - Рвд0), \quad (1.17)$$

Рвд1, Рвд0- рівень валового доходу у звітному та базисному періоді.

Рівень операційних витрат розраховується за формулою:

$$P_{ov} = \frac{OB}{Под} \quad (1.18)$$

Де Под - прибуток від операційної діяльності;

OB - обсяг операційних витрат.

Вплив на зміну фінансового результату зміни обсягу операційних витрат визначається наступним чином:

$$\Delta П_{ов} = -(OB1 - OB0) = BO0 - BO1, \quad (1.19)$$

Вплив на зміну фінансового результату зміни рівня операційних витрат визначається наступним чином:

$$\Delta П_{ров} = -ДO1(Рво1 - Рво0) = ДO1*(Рво0 - Рво1), \quad (1.20)$$

Рво1, Рво0- рівень операційних витрат у звітному та базисному періоді.

Останнім етапом аналізу прибутку підприємства є аналіз прибутковості використання прибутку ресурсів та капіталу підприємства. Головним завданням проведення цього аналізу є визначення ефективності управління ресурсами підприємства. Оцінка ефективності управління ресурсами підприємства проводиться з метою оцінки прибутковості підприємства. Рівень рентабельності може бути визначений як процентне відношення суми одержаного прибутку до будь-якого показника: обсягу виручки від реалізації продукції, величини поточних витрат, середнього розміру основних засобів і

оборотних активів, суми коштів фонду оплати праці тощо. В умовах ринкової економіки та різноманітних форм власності виникає потреба в оцінці рентабельності капіталу [20].

Рентабельність характеризується системою показників

Рентабельність реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) ($P_{0врп}$) визначається за формулою:

$$P_{0врп} = \frac{\Pi}{ДО} * 100 \quad (1.21)$$

де Π – чистий прибуток підприємства,

$ДО$ – Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг).

Цей показник використовується для оцінки результатів господарської діяльності підприємств. Він показує розмір прибутку на одиницю виручки або частку прибутку в ціні реалізованої продукції. Недолік цього показника полягає в тому, що він не характеризує економічної ефективності використання ресурсів підприємства, а також не відображає залежності між одержаним прибутком і величиною факторів виробництва, які використовуються. Показники абсолютної суми прибутку і його рівня до обороту можуть бути високими навіть при недостатньо ефективному використанні основних засобів та оборотних активів, наявності їх і понаднормативних залишків. Показник рівня рентабельності обороту орієнтує підприємство на виробництво та продаж продукції з високою надбавкою, що в умовах дефіцитного ринку стимулює звуження асортименту продукції, яка реалізується, погіршення ступеня задоволення попиту покупців.

Рентабельність поточних витрат ($P_{пв}$) обчислюється за формулою:

$$P_{пв} = \frac{\Pi}{ПВ} * 100 \quad (1.22)$$

де $ПВ$ - величина поточних витрат підприємства, тис. грн.

Цей показник використовується при оцінці ефективності поточних витрат підприємства, їх окупності та показує розмір прибутку на 100 одиниць витрат підприємства. Рівень рентабельності дозволяє визначити прибутковість реалізації окремих товарів, що необхідно для встановлення економічно обґрунтованих розмірів надбавки (знижки). Цей показник теж не вільний від недоліків. Він не стимулює найбільш ефективного використання виробничих засобів підприємств, оскільки не відображає всієї величини засобів і оборотних коштів, які використовуються. За рівнем рентабельності витрат неможливо визначити, при якому обсязі основних засобів і оборотних коштів підприємство спроможне одержати певний обсяг прибутку, наскільки ефективно використовуються ці кошти, як швидко вони окупаються.

Рентабельність основних засобів підприємства (P_{Oz}). Даний показник визначається як відношення прибутку (Π) до середньої вартості основних засобів (Oz):

$$P_{Oz} = \frac{\Pi}{Oz} * 100 \quad (1.23)$$

Де Oz - середньорічна вартість основних засобів.

Цей показник використовується для оцінки ефективності виробничих засобів підприємства та показує розмір прибутку в розрахунку на сто одиниць основних засобів.

Рентабельність оборотних активів підприємства (P_{Oa}). Даний показник визначається як відношення прибутку (Π) до середньої вартості оборотних активів (\bar{A})

$$P_{Oz} = \frac{\Pi}{A} * 100 \quad (1.24)$$

Де \bar{A} - середньорічна сума оборотних активів, грн

Даний показник використовується для оцінки ефективності використання оборотних активів підприємства та показує розмір прибутку в розрахунку на сто одиниць оборотних активів підприємства.

Рентабельність трудових ресурсів характеризується прибутком в розрахунку на одного працівника підприємства, обчисленим як відношення

суми прибутку до середньооблікової чисельності працівників підприємства.

$$P_{mp} = \frac{\Pi}{\bar{Ч}} \quad (1.25)$$

Де $\bar{Ч}$ – середньооблікова чисельність працівників підприємства, чол
Рентабельність вкладень у підприємство (активів) (РА).

Цей показник характеризує прибуток в розрахунку на одиницю майна, яке знаходиться в розпорядженні підприємства, визначається як відношення прибутку (Π) до вартості майна, яке знаходиться в розпорядженні підприємства (A):

$$PA = \frac{P}{A} * 100 \quad (1.26)$$

Де \bar{A} - середня сума активів підприємства.

Рентабельність власного капіталу.

Цей показник характеризує розмір прибутку, який одержав власник підприємства на одиницю коштів, що вкладені в підприємство.

$$P_{вк} = \frac{\Pi}{BK} * 100 \quad (1.27)$$

Де \overline{BK} - середня сума власного капіталу підприємства.

Порівняння рентабельності вкладень в підприємство (активів) з рентабельністю власного капіталу дозволяє визначити ефективність умов залучення позикових коштів. Якщо різниця в рівні рентабельності менша за розмір процентів за позикові фінансові кошти, що використовуються, то залучення позикових коштів недоцільне, оскільки це торкається інтересів власників підприємства.

Показники рентабельності реалізації продукції і рентабельності капіталу взаємопов'язані:

$$P_o = \frac{\Pi}{BP} \quad (1.28)$$

$$\text{Звідки } \Pi = \frac{BP \times P_{pn}}{100} \quad (1.29)$$

$$P_{pn} = \frac{BP \times P_{pn}}{100} = P_{pn} \times r \quad (1.30)$$

де r - кількість оборотів капіталу, яке визначається так BP/K .

Оцінка невикористаних можливостей з отримання доходів та прибутку.

Для виконання цього етапу аналітичної роботи потрібна інформація про ціни продажу окремих видів та різновидів товарів на підприємствах-аналогах та конкурентних або інформація про ціни придбання за альтернатив ними каналами товаропостачання. При наявності такої інформації розраховуються невикористані можливості зростання доходів підприємства за рахунок удосконалення політики товаропостачання (зменшення ціни закупівлі) або цінової політики використання можливостей збільшення цін реалізації. Оцінка невикористаних можливостей з отримання доходів проводиться вибірково, за товарними групами, що мають для підприємства найбільш вагоме значення.

Головною ціллю управління прибутком підприємства є максимізація його ринкової вартості. Ціль визначає послідовне виконання основних завдань планування прибутку (рис. 1.4) [43, с. 94].

Основні функції планування прибутку підприємства						
↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
Забезпечення максимізації розміру фіксованого прибутку, який відповідає ресурсному потенціалу підприємства ринковій кон'юктурі	Забезпечення оптимальної пропорційності між рівнем прибутку, що формується і граничним рівнем ризику	Забезпечення високої якості прибутку, що формується	Забезпечення досягнення необхідного рівня доходу від інвестування	Забезпечення формування достатнього обсягу фінансових ресурсів за рахунок прибутку	Забезпечення інтересів власників в процесі розподілу прибутку	Забезпечення ефективності програм участі персоналу в прибутку

Рис. 1.4. Система основних функцій планування прибутку підприємства

Розглянемо детальніше:

1) забезпечення максимізації розміру фіксованого прибутку, який відповідає ресурсному потенціалу підприємства і ринковій кон'юктурі. Ця функція реалізується шляхом оптимізації складу ресурсів підприємства і забезпечення їх ефективного використання. Основними природними обмежувачами розміру прибутку виступають максимально можливий рівень використання ресурсного потенціалу і кон'юнктура споживчого і фінансового ринків, яка склалася.

2) забезпечення оптимальної пропорційності між рівнем прибутку, що формується і граничним рівнем ризику. Між цими двома показниками існує прямо пропорційний зв'язок. З урахуванням відношення фінансових менеджерів до комерційних та фінансових ризиків формується допустимий їх рівень, який визначає агресивну, помірну (компромісну) або консервативну політику здійснення тих або інших видів діяльності або проведення окремих господарських операцій. Виходячи із заданого рівня ризику в процесі управління повинен бути максимізований відповідний йому рівень прибутку.

3) забезпечення високої якості прибутку, що формується. В процесі формування прибутку підприємства повинні бути, в першу чергу, реалізовані резерви його зростання за рахунок збільшення обсягу реалізації і збільшення якості обслуговування (надання послуг), що забезпечить основу перспективного розвитку підприємства.

4) забезпечення досягнення необхідного рівня доходу від інвестування. Цей рівень при успішній діяльності підприємства повинен бути не нижче середньої норми дохідності на ринку капіталу, при необхідності відшкодувати підвищений підприємницький ризик, пов'язаний зі специфікою діяльності підприємства, а також інфляційні втрати.

5) забезпечення формування достатнього обсягу фінансових ресурсів за рахунок прибутку у відповідності із завданнями розвитку підприємства в наступному періоді. Так як прибуток є основним внутрішнім джерелом

формування фінансових ресурсів підприємства, його розмір визначає потенційну можливість створення фондів виробничого розвитку, резервного та інших спеціальних фондів, які забезпечують майбутній його розвиток. При цьому в самофінансуванні розвитку підприємства прибутку повинна відводитись головна роль.

б) забезпечення інтересів власників в процесі розподілу прибутку. Це завдання покликане забезпечувати максимізацію добробуту власників в майбутньому періоді. Темп зростання ринкової вартості значній мірі визначається рівнем капіталізації прибутку, яка отримана підприємством протягом звітного періоду. Кожне підприємство, виходячи із умов і завдань діяльності, саме визначає систему критеріїв оптимізації розподілу прибутку на капіталізовані та використовувані його частини [43, с. 95].

7) забезпечення ефективності програм участі персоналу в прибутку. Програми участі в прибутку, покликані гармонізувати інтереси власників підприємства і його найманих працівників, повинні, з одного боку, ефективно стимулювати трудовий вклад цих працівників в формування прибутку, а з другого боку – забезпечити достатньо прийнятний рівень їх соціального захисту, який держава в сучасних умовах повністю забезпечити не в змозі.

Аналіз достатності формування доходів та прибутку. Достатність формування доходів оцінюється в цілому за підприємством на основі аналізу напрямів використання отриманих доходів (на оплату податків, покриття постійних та змінних витрат, формування чистого прибутку). Оцінка достатності формування доходів та прибутку дозволяє зробити висновок щодо виконання вимог самоокупності та самофінансування розвитку підприємства.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ПРИБУТКУ ТОВ «Абра»

2.1. Аналіз обсягів та джерел формування прибутку ТОВ «Абра»

Основною метою аналізу обсягів формування прибутку є визначення змін одержаного підприємством прибутку. За допомогою такого аналізу можна виявити тенденцію у результатах діяльності підприємства.

Аналіз формування прибутку підприємства проводиться в декілька етапів. На першому етапі аналізу обчислюються абсолютні та відносні зміни в обсязі одержаного прибутку, визначаються та аналізуються джерела його формування: прибуток від операційної діяльності, іншої реалізації, позареалізаційних операцій, – оцінюється вклад кожного джерела в формування загального обсягу прибутку.

Розглянемо динаміку прибутку від операційної діяльності (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Динаміка прибутку від операційної діяльності ТОВ «Абра» за 2015-2017 рр.

Показники	Значення за період		
	2015 рік	2016 рік	2017 рік
Прибуток від операційної діяльності, тис.грн.	1416,0	3158,0	2057,0
- абсолютний приріст, +/-		1742,0	-1101,0
- відносний приріст, %		123,02	-34,86

Дані табл. 2.1 свідчать про те, що на ТОВ «Абра» протягом 2015-2017 рр. відбувалося зростання обсягу прибутку від операційної діяльності. У 2015 р. його обсяг становив 1416 тис.грн., у 2016 р. його обсяг зріс на 1742 тис.грн. (123,02%), а у 2017 р. – зменшився на 1101 тис.грн. (-34,86%) і становив 2057 тис.грн.

Наочно динаміка обсягу прибутку від операційної діяльності

представлена на рис. 2.1.

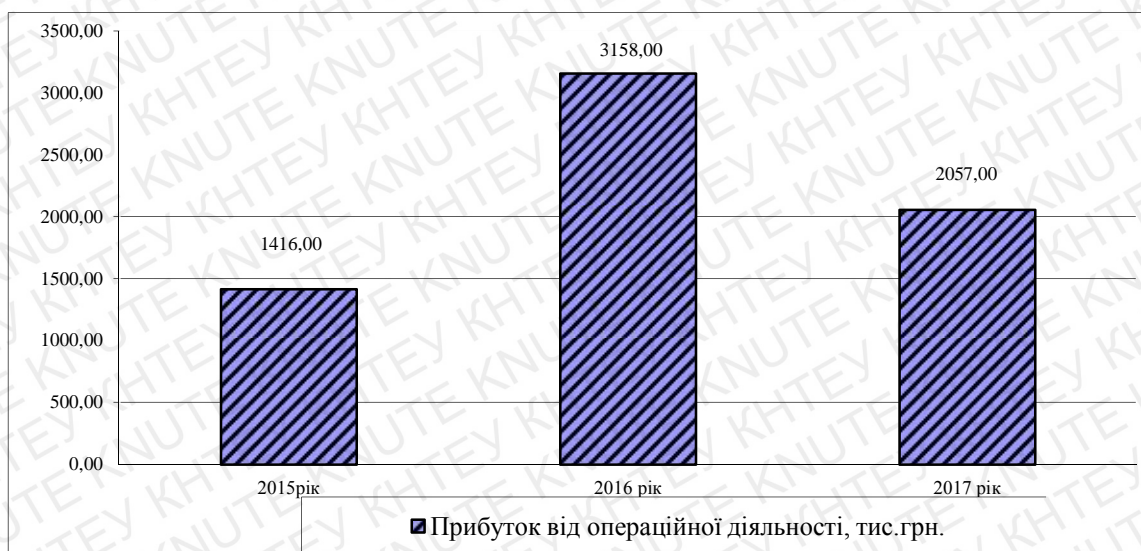


Рис. 2.1. Динаміка прибутку від операційної діяльності
ТОВ “Абра” за 2015-2017 рр.

Зростання обсягу операційного прибутку підприємства є позитивною тенденцією, але для того, щоб робити остаточні висновки необхідно порівняти темпи зростання операційного прибутку та чистого доходу від реалізації продукції підприємства (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Аналіз темпів зростання операційного прибутку та доходу від реалізації товарів підприємства ТОВ “Абра” за 2015-2017 рр.

Показники	Значення за період		
	2015 рік	2016 рік	2017 рік
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	230455	278752	399924
темп росту, %		121,0	143,5
Прибуток від операційної діяльності, тис.грн.	1416,0	3158,0	2057,0
темп росту, %		223,0	65,1

Порівнюючи темпи зростання чистого доходу від реалізації продукції та прибутку від операційної діяльності ТОВ “Абра” можна зробити висновки про те, що на підприємстві прибуток зростає повільніше, ніж чистий дохід,

що є негативною зміною та свідчить про зниження ефективності управління операційною діяльністю підприємства. Наочно динаміка операційного прибутку та чистого доходу від реалізації товарів підприємства представлена на рис. 2.2.

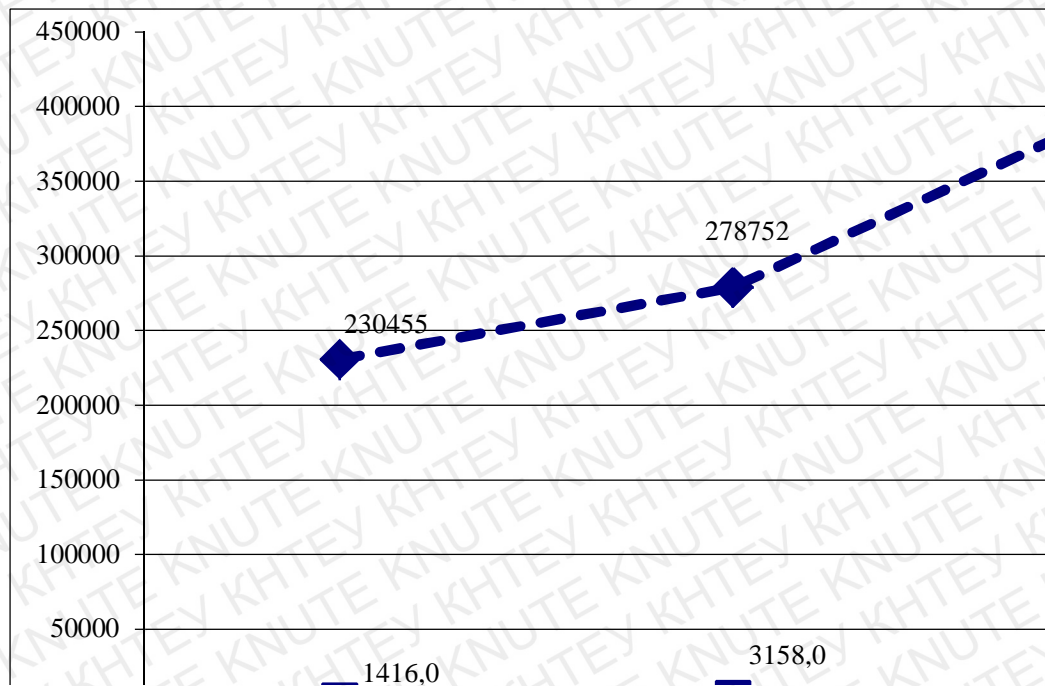


Рис. 2.2. Динаміка темпів зростання операційного прибутку та чистого доходу від реалізації продукції підприємства ТОВ “Абра” за 2015-2017 рр.

Вирішення будь-яких задач в економічних розрахунках передбачає наявність певної економічної інформації або інформаційного забезпечення, що являє собою сукупність засобів та методів побудови інформаційної бази.

Проведення необхідного аналізу базується на системі економічної інформації, що лежить в основі оптимальних управлінських рішень. Створення раціонального потоку інформації базується на принципах: виявлення інформаційних потреб та засобів їх задоволення; об’єктивність відображення процесів діяльності; єдність інформації, одержаної з різних джерел; правдивість та реальність інформації; - оперативність інформації.

Наступним кроком нашого дослідження є аналіз формування прибутку від операційної діяльності підприємства (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

**Динаміка формування прибутку від операційної діяльності ТОВ “Абра”
за 2015-2017 рр.**

Показники	Значення за період			Абсолютне відхилення, +/-		Відносне відхилення, %	
	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2016 рік	2017 рік	2016 рік	2017 рік
1	2	3	4	5	6	7	8
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	230455	278752	399924	48297	121172	20,96	43,47
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	183811	218384	304463	34573	86079	18,81	39,42
Валовий прибуток, тис. грн.	7995	11722	22134	3727	10412	46,62	88,82
Інші операційні доходи, тис. грн.	0	0	1079	0	1079	0	100,0
Адміністративні витрати, тис. грн.	6152	7630	2787	1478	-4843	24,02	-63,47
Витрати на збут, тис. грн.	384	738	16515	354	15777	92,19	2137,80
Інші операційні витрати, тис. грн.	43	196	1854	153	1658	355,81	845,92
Фінансові результати від операційної діяльності, тис. грн.	1416	3158	2057	1742	-1101	123,02	-34,86

Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) ТОВ “Абра” протягом 2015 - 2017рр. постійно зростає. У 2015 році його обсяг становив 230455 тис.грн., у 2016р. – спостерігається зростання на 20,96%, а у 2017р. – ще на 43,47% і у цьому періоді його обсяг склав 399924 тис.грн. реалізованого товару.

Обсяг собівартості реалізованої продукції зростав пропорційно збільшенню чистого доходу від реалізації продукції підприємства. Протягом 2015-2017 рр. він зріс з 183811 тис.грн. до 304463 тис.грн. Під впливом цих змін змінювався й валовий прибуток підприємства, який являє собою суму реалізованих торговельних надбавок підприємства. Його обсяг протягом періоду, що аналізується зріс з 7995 тис.грн. до 22134 тис.грн.

Окрім доходів від реалізації продукції ТОВ “Абра” отримує доходи від

іншої операційної діяльності. Обсяг інших операційних доходів підприємства зріс з 0 тис.грн. до 1079 тис.грн. До складу доходу від іншої операційної діяльності відноситься: дохід від здачі майна в оренду, дохід від реалізації МШП. В процесі здійснення своєї операційної діяльності підприємство несе й витрати. Адміністративні витрати підприємства зменшилися з 6152 тис.грн. до 2787 тис.грн., витрати на збут збільшилися з 384 тис.грн. до 16515 тис.грн. Інші операційні витрати підприємства зросли з 43 тис.грн. до 2057 тис.грн.

На рис. 2.3 представлено структуру операційних витрат підприємства.

Дані рис. 2.3 свідчать про те, що у складі операційних витрат ТОВ “Абра” переважну частку (87%) займають інші операційні витрати; 7,36% приходить на витрати на оплату праці; 2,74% приходить на відрахування на соціальні заходи; 1,09% - на амортизаційні відрахування; 1,81% - матеріальні затрати.

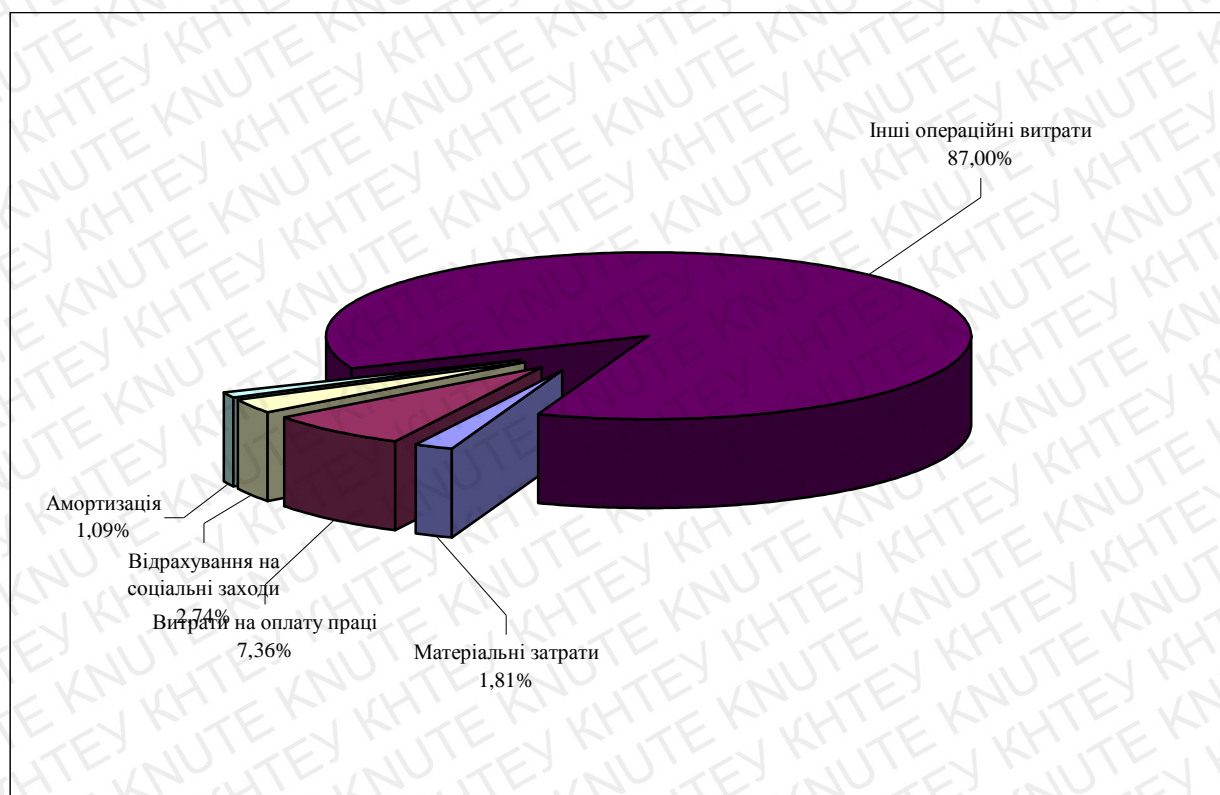


Рис. 2.3. Структура операційних витрат ТОВ “Абра” у 2017р.

Фінансовий результат діяльності підприємства від операційної

діяльності протягом усього періоду, що аналізується, був позитивним. У 2015 р. його обсяг становив 1416 тис.грн., а у 2017 р. – 2057 тис.грн.

Наступним кроком аналізу є оцінка прибутковості чистого доходу підприємства. Алгоритм розрахунку прибутковості чистого доходу підприємства на основі даних фінансової звітності предстало нижче:

$$P_0 = \frac{(BP_{\text{стр.050}\Phi_2} - AB_{\text{стр.070}\Phi_2} - BZ_{\text{стр.080}\Phi_2})}{\text{ЧДРП}_{\text{стр.010}\Phi_2}} * 100 \quad (2.1)$$

де, ВП - валовий прибуток (збиток) підприємства,

АВ - адміністративні витрати,

ВЗ - витрати на збут,

ЧДРП – Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг).

Прибутковість чистого доходу нам показує обсяг прибутку від операційної діяльності, який приходить на 100 одиниць чистого доходу підприємства. Результати розрахунків представлено в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Динаміка прибутковості чистого доходу від реалізації продукції ТОВ “Абра” за 2015-2017 рр.

Показники	Значення за період			Абсолютне відхилення, +/-		Відносне відхилення, %	
	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2016 рік	2017 рік	2016 рік	2017 рік
1	2	3	4	5	6	7	8
Валовий прибуток (збиток) підприємства, тис.грн.	7995	11722	22134	3727	10412	46,62	88,82
Адміністративні витрати, тис.грн.	6152	7630	2787	1478	-4843	24,02	-63,47
Витрати на збут, тис.грн.	384	738	16515	354	15777	92,19	2137,80
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів), тис.грн.	230455	278752	399924	48297	121172	20,96	43,47
Прибутковість чистого доходу підприємства, %	0,61	1,13	0,51	0,61	1,13	84,38	-54,60

Грунтуючись на даних таблиці 2.4 та рис. 2.4. можна зробити висновок про те, що у 2015 р. прибутковість чистого доходу складала 0,63%, у 2016 р. прибутковість зросла до 1,2%. У 2017 р. відбулося зменшення та її значення становило 0,71%.

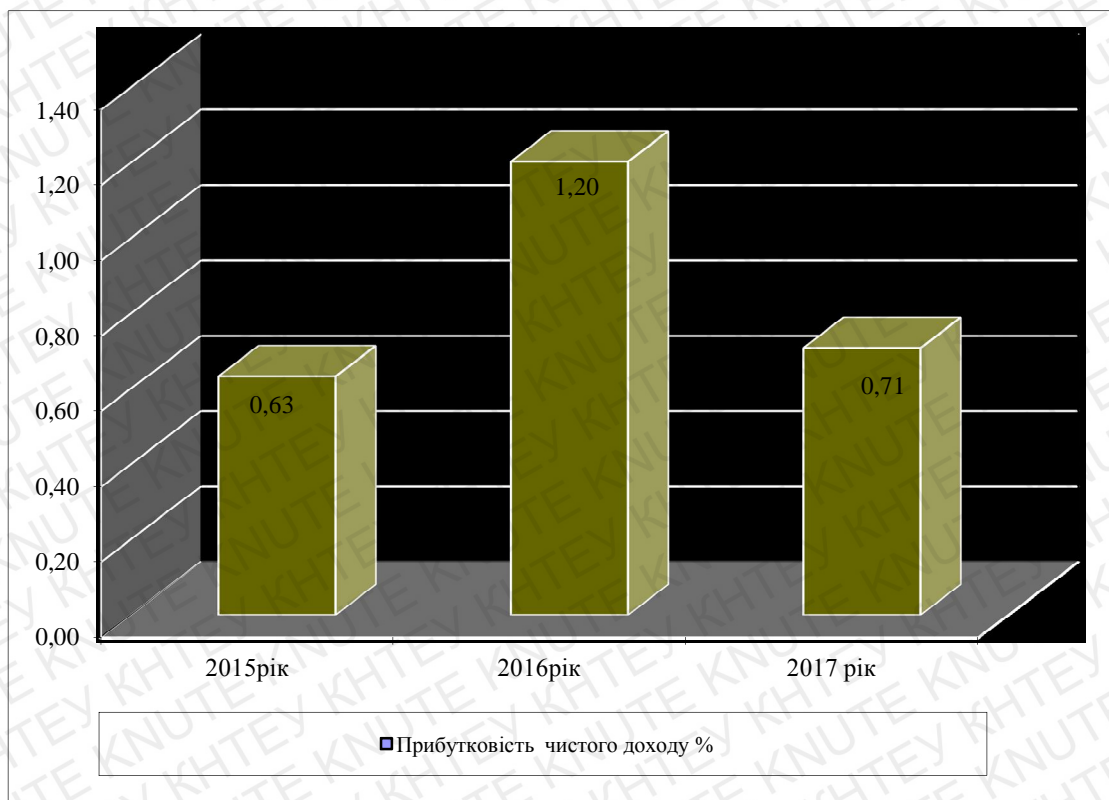


Рис. 2.4. Динаміка прибутковості чистого доходу від реалізації продукції ТОВ “Абра” за 2015-2017 рр.

Отже, узагальнюючи проведене дослідження можна визначити, що порівнюючи темпи зростання чистого доходу від реалізації продукції та прибутку від операційної діяльності ТОВ “Абра” можна зробити висновки про те, що на підприємстві прибуток зростає повільніше, ніж чистий дохід, що є негативною зміною та свідчить про зниження ефективності управління операційною діяльністю підприємства. Фінансовий результат діяльності підприємства від операційної діяльності протягом усього періоду, що аналізується, був позитивним. У 2015 р. його обсяг становив 1416 тис.грн., а у 2017 р. – 2057 тис.грн. у 2015 р. прибутковість обороту складала 0,63%, у 2016 р. прибутковість зросла до 1,2%. У 2017 р. відбулося зменшення та її значення становило 0,71%.

2.2. Оцінка факторів, що впливають на обсяг формування прибутку ТОВ «Абра»

Оцінка факторів, що впливають на обсяг формування прибутку є важливим кроком аналізу прибутку підприємства. Факторний аналіз прибутку – це методика комплексного системного вивчення та виміру впливу факторів на величину результативного показника, а саме прибутку підприємства. Це дає нам змогу визначити особливості формування прибутку підприємства.

Для оцінки впливу факторів на обсяг формування прибутку визначимо ефект операційного левериджу для ТОВ «Абра» (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Динаміка впливу факторів на обсяг формування прибутку ТОВ «Абра» за 2015-2017 роки

Показник	Значення за період			Абсолютне відхилення, +/-	
	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2016 рік	2017 рік
1	2	3	4	5	6
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) (Q), тис.грн.	230455	278752	399924	48297	121172
Собівартість реалізованої продукції т., р., п. (ТС), тис.грн.	183811	218384	304463	34573	86079
Маржинальний дохід (MP), тис.грн.	7995	11722	22134	3727	10412
Умовно-постійні витрати, тис. грн.	6536	8368	19302	1832	10934
Інші операційні доходи, тис. грн.	0	0	1079	0	1079
Інші операційні витрати, тис. грн.	43	196	1854	153	1658
ЕВІТ (прибуток до сплати процентів та податку на прибуток (earnings before interests and tax), тис. грн.	1416	3158	2057	1742	-1101
Коефіцієнт операційного левериджу (КОЛ)	0,13	0,13	0,2	0	0,07
Ефект операційного левериджу (DOL)	2,08	1,64	1,52	-0,44	-0,12

За даним табл. 2.5 можна побачити, що протягом аналізованого періоду коефіцієнт операційного левериджу збільшувався, отже обсяг операційного прибутку збільшив свою залежність від обсягів реалізації продукції. Збільшення показника оцінюється позитивно. Збільшення коефіцієнту операційного левериджу викликано зростанням витрат підприємства.

Ефект операційного левериджу має позитивне значення, що свідчить про те, що ТОВ «Абра» працює прибутково, але при збільшенні обсягу реалізації на 1% операційний прибуток збільшиться на 1,52% (на кінець аналізованого періоду). Зменшення цього показника свідчить про зменшення прибутковості підприємства на одиницю реалізації продукції. Зменшення цього показника викликано зростанням коефіцієнту операційного левериджу та збільшенням питомої ваги витрат.

Наступним кроком аналізу є оцінка впливу на прибуток від операційної діяльності зміни обсягу та рівня комерційного доходу.

Рівень комерційного доходу розраховується за формулою:

$$Р_{кд} = \frac{КД}{ДО} \quad (2.5)$$

де КД - обсяг комерційного доходу.

Вплив на зміну фінансового результату зміни обсягу комерційного доходу визначається наступним чином:

$$\Delta П_{кд} = КД_1 - КД_0, \quad (2.6)$$

Вплив на зміну фінансового результату зміни рівня комерційного доходу визначається наступним чином:

$$\Delta П_{р_{кд}} = ДО_1 (Р_{кд1} - Р_{кд0}), \quad (2.7)$$

$Р_{кд1}, Р_{кд0}$ - рівень комерційного доходу у звітному та базисному періоді.

Результати розрахунків представлено в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

Оцінка впливу на прибуток від операційної діяльності зміни обсягу та рівня комерційного доходу ТОВ “Абра” за 2015-2017 рр.

Показники	Значення за період			Абсолютне відхилення, +/-	
	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2016 рік	2017 рік
Комерційний дохід, тис.грн.	7995	11722	22134	3727	10412
Чистий дохід від реалізації продукції, тис.грн.	230455	278752	399924	48297	121172
Прибуток від операційної діяльності, тис.грн.	1416	3158	2057	1742	-1101
Рівень комерційного доходу	0,03	0,04	0,06	0,01	0,01
Вплив на зміну операційного прибутку зміни обсягу комерційного доходу				3727	10412
Вплив на зміну операційного прибутку зміни рівня комерційного доходу				-2051,47	11316,51
Загальна зміна				1742	-1101

За даними таблиці 2.6 можна оцінити вплив зміни обсягу і рівня комерційного доходу на обсяг прибутку від операційної діяльності. У 2016 р. по відношенню до 2015 р. в результаті зміни обсягу комерційного доходу на 3727 тис.грн., прибуток від операційної діяльності підприємства збільшився на 3727 тис.грн. В результаті зниження рівня комерційного доходу на 0,01 прибуток підприємства зменшився на 2051 тис.грн. Загальний обсяг операційного прибутку у цьому періоді зріс на 1742 тис.грн. У 2017 р. по відношенню до 2016 р. в результаті зміни обсягу комерційного доходу на 10412 тис.грн., прибуток від операційної діяльності підприємства збільшився на 10412 тис.грн. В результаті зниження рівня комерційного доходу на 0,01 прибуток підприємства зменшився на 11316 тис.грн. Загальний обсяг операційного прибутку у цьому періоді зменшився на 1101 тис.грн.

Наступним кроком аналізу є оцінка впливу на прибуток від операційної

діяльності зміни обсягу та рівня операційних витрат.

Рівень операційних витрат розраховується за формулою:

$$P_{OV} = \frac{OV}{Под} \quad (2.8)$$

де Под - прибуток від операційної діяльності;

ОВ - обсяг операційних витрат.

Вплив на зміну фінансового результату зміни обсягу операційних витрат визначається наступним чином:

$$\Delta P_{OV} = -(OV_1 - OV_0) = VO_0 - VO_1, \quad (2.9)$$

Вплив на зміну фінансового результату зміни рівня операційних витрат визначається наступним чином:

$$\Delta P_{P_{OV}} = -T_{O1}(P_{VO1} - P_{VO0}) = DO_1 * (P_{VO0} - P_{VO1}), \quad (2.10)$$

P_{VO1}, P_{VO0} - рівень операційних витрат у звітному та базисному періоді.

Результати розрахунків представлено в табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Оцінка впливу на прибуток від операційної діяльності зміни обсягу та рівня операційних витрат ТОВ "Абра" за 2015-2017 рр.

Показники	Значення за період			Абсолютне відхилення, +/-	
	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2016 рік	2017 рік
1	2	3	4	5	6
Операційні витрати, тис.грн.	46389,1	59922,9	94681,9	13533,8	34759
Чистий дохід від реалізації продукції, тис.грн.	230455	278752	399924	48297	121172
Прибуток від операційної діяльності, тис.грн.	254,9	445,1	779,1	190,2	334
Рівень операційних витрат	0,20	0,21	0,24	0,01	0,03
Вплив зміни обсягу операційних витрат, тис. грн..				-3919,46	-14483,12
Вплив зміни рівня операційних витрат, тис. грн..				5661,46	13382,12
Загальна зміна, тис. грн..				1742,00	-1101,00

За даними табл. 2.7 можна оцінити вплив зміни обсягу і рівня операційних витрат на обсяг прибутку від операційної діяльності. У 2016 р. в результаті зростання операційних витрат підприємства на 11982 тис.грн., прибуток підприємства зменшився на 3919 тис.грн., а в результаті зниження рівня операційних витрат на - 0,1, прибуток підприємства від операційної діяльності збільшився на 5661 тис.грн.

Загальний обсяг операційного прибутку у цьому періоді зріс на 1742 тис.грн. У 2017р. в порівнянні із 2016 р. в результаті зростання операційних витрат підприємства на 36194 тис.грн., прибуток підприємства зменшився на 14483 тис.грн., а в результаті зниження рівня операційних витрат на 0,1, прибуток підприємства від операційної діяльності зріс на 13382 тис.грн.

Загальний обсяг операційного прибутку у цьому періоді зменшився на 1101 тис.грн. Проведений в роботі факторний аналіз дає змогу зробити висновки про те, що найбільший вплив на обсяг отриманого підприємством прибутку від операційної діяльності справляє обсяг чистого доходу від реалізації продукції підприємства та обсяг операційних витрат підприємства.

2.3. Аналіз динаміки та структури прибутку ТОВ «Абра»

Велика кількість показників, що характеризують фінансові результати діяльності підприємства, створює методичні труднощі їх системного розгляду. Розходження у призначенні показників ускладнює вибір кожним учасником товарного обміну тих з них, які найбільшою мірою задовольняють його потреби в інформації про реальний стан підприємства. Наприклад, адміністрацію підприємства цікавить кількість отриманого прибутку і його структура, фактори, що впливають на його величину. Фіскальні служби зацікавлені в одержанні достовірної інформації про весь склад доходу діяльності підприємства. Аналіз кожного показника, з якого складається прибуток, має цілком конкретний характер, тому що дає змогу засновникам і акціонерам вибрати значимі напрямки активізації діяльності підприємства.

Іншим учасникам ринкових відносин аналіз прибутку допомагає виробити необхідну стратегію поведження, спрямовану на мінімізацію втрат і фінансового ризику.

Відтепер нам необхідно провести аналіз динаміки та структури прибутку ТОВ «Абра» для визначення основи для планових розрахунків.

Аналіз динаміку прибутку ТОВ «Абра» наведено в табл. 2.8.

Таблиця 2.8

Динаміка чистого прибутку ТОВ “Абра” за 2015-2017 рр.

Показники	Значення за період			Абсолютне відхилення, +/-	
	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2016 рік	2017 рік
Фінансовий результат від операційної діяльності, тис.грн.	1416	3158	2057	1742	-1101
Фінансовий результат до оподаткування, тис.грн.	645	834	1610	189	776
Витрати (дохід) з податку на прибуток, тис.грн.	397	470	602	73	132
Чистий прибуток, тис.грн.	248	364	1008	116	644

Дані табл. 2.8 та рис. 2.5. свідчать про те, що обсяг чистого прибутку ТОВ “Абра” у 2015-2017рр. зріс з 248 тис.грн. до 1008 тис.грн., що є позитивною тенденцією і свідчить про підвищення ефективності діяльності підприємства.

Зростання прибутку відбувається більш швидкими темпами, ніж зростання чистого доходу від реалізації продукції підприємства, що оцінюється позитивно. Зростання прибутку викликано зростанням обсягів діяльності підприємства.

Абсолютний, обсяг прибутку, показник що характеризує результат діяльності підприємства, виражає економічний ефект, – це основний критерій беззбиткової роботи підприємства. Однак за ізолювано узятому показнику не можна зробити обґрунтовані висновки про рівень ефективності. Прибуток у

100 тис. грошових одиниць може бути прибутком по-різному вагомим за масштабом діяльності і розміру вкладеного капіталу підприємств. Відповідно і ступінь відносної вагомості цієї групи буде неоднаковим. Тому наступним етапом дослідження буде оцінка відносних показників, що виражають економічну ефективність діяльності підприємства. Такими показниками виступають коефіцієнти рентабельності, що порівнюють отриманий ефект із витратами чи ресурсами, використаними для досягнення цього ефекту.

Рентабельність виступає оціночним показником ефективності використання ресурсів і дає узагальнюючу оцінку ефективності роботи підприємства; відбиває збільшення вартості всього капіталу; стимулює працівників до ефективної праці; регулює темпи розширеного відтворення і розвиток різних сфер і галузей економіки.

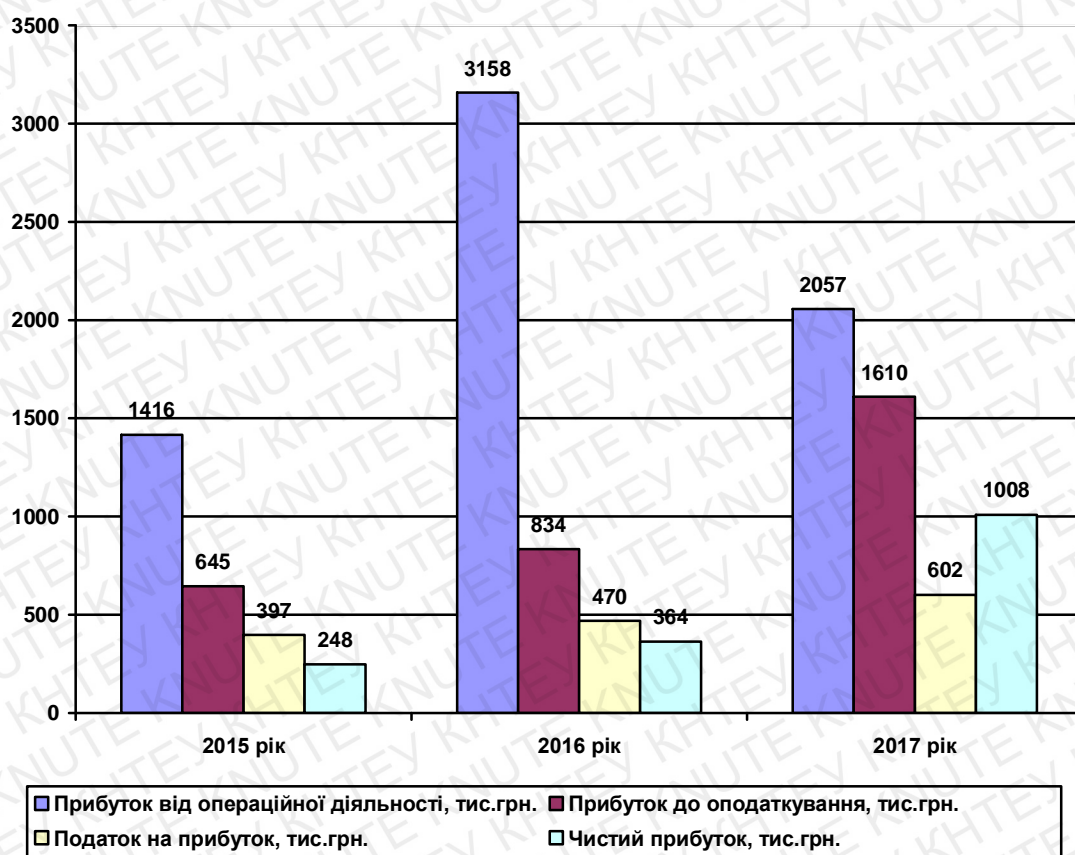


Рис. 2.5. Динаміка чистого прибутку ТОВ “Абра” за 2015-2017 рр.

Аналіз показників рентабельності чистого доходу від реалізації

продукції підприємства та використання ресурсів підприємства має за мету визначити їх існуючий стан, наявні та потенційні проблеми, пов'язані з ефективністю діяльності підприємства і використанням його ресурсів. Головним завданням проведення цього аналізу є визначення ефективності управління оборотом та ресурсами підприємства. Рівень рентабельності може бути визначений як процентне відношення суми одержаного прибутку до будь-якого показника: обсягу чистого доходу від реалізації продукції, величини поточних витрат, середнього розміру основних засобів і оборотних коштів, суми коштів фонду оплати праці тощо. В умовах ринкової економіки та різноманітних форм власності виникає потреба в оцінці рентабельності капіталу. У межах даної роботи проведено оцінку рентабельності обороту та ефективності використання прибутку підприємства по відношенню до прибутку підприємства від операційної діяльності підприємства (табл. 2.9 – 2.14).

Таблиця 2.9

Оцінка рентабельності реалізації продукції та прибутковості поточних витрат ТОВ “Абра” за 2015-2017 рр.

Показники	Значення за період			Абсолютне відхилення, +/-	
	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2016 рік	2017 рік
1. Чистий прибуток, тис.грн.	248	364	1008	116	644
2. Чистий дохід, тис.грн.	230455	278752	399924	48297	121172
3. Поточні витрати, тис.грн.	6579	8564	21156	1985	12592
4. Прибутковість діяльності, %	0,11	0,13	0,25	0,02	0,12
5. Прибутковість поточних витрат, %	3,77	4,25	4,76	0,48	0,51

Показник рівня рентабельності діяльності орієнтує підприємство на виробництво та продаж продукції з високою надбавкою, що в умовах дефіцитного ринку стимулює звуження асортименту продукції, яка реалізується, погіршення ступеня задоволення попиту покупців.

За рівнем рентабельності витрат неможливо визначити, при якому

обсязі основних засобів і оборотних коштів підприємство спроможне одержати певний обсяг прибутку, наскільки ефективно використовуються ці кошти, як швидко вони окупаються.

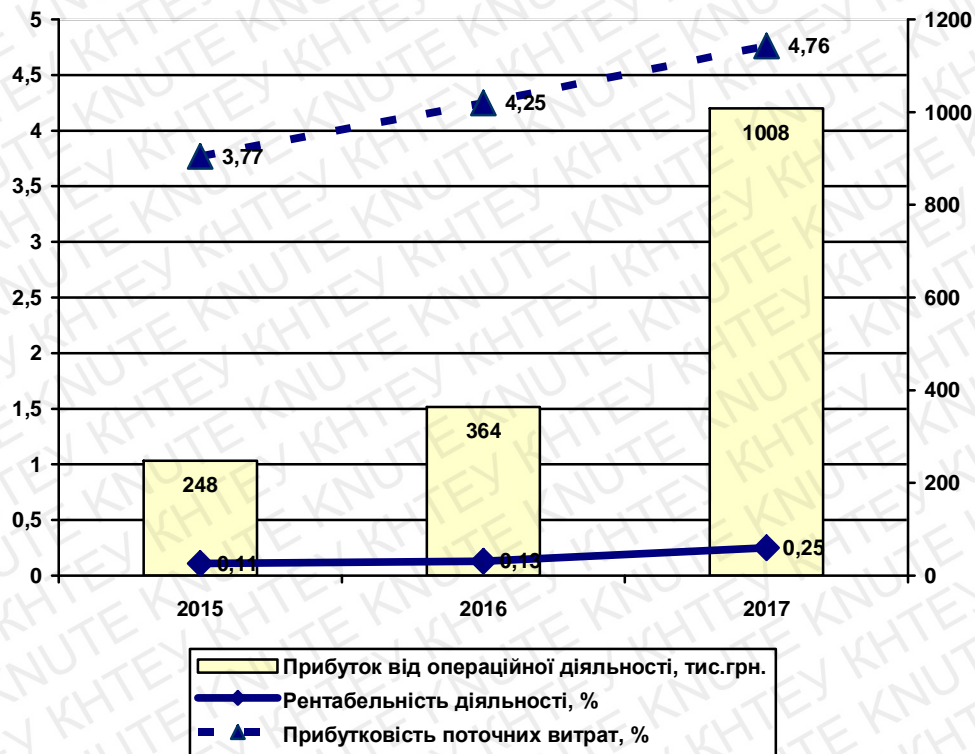


Рис. 2.6. Динаміка рентабельності реалізації продукції та прибутковості поточних витрат ТОВ “Абра” за 2015-2017 рр.

За даними табл. 2.9 та рис. 2.6 можна визначити, що рентабельність чистого доходу зросла з 0,11% до 0,25% причиною зростання рентабельності чистого доходу є зростання обсягів прибутків підприємства, які за темпом росту випереджають зростання обсягів чистого доходу підприємства; прибутковість поточних витрат за період, що досліджується вона зросла з 3,77% до 4,76%, що оцінюється позитивно і свідчить про зростання ефективності діяльності підприємства. Зростання прибутковості поточних витрат викликано зростанням обсягу прибутку підприємства.

За даними рис. 2.7 та табл. 2.10 можна визначити, що протягом аналізованого періоду рентабельність основних засобів підприємства також є високою, її значення зросло з 48,3% до 128,74%, що оцінюється позитивно.

Також слід зазначити, що зростання рентабельності основних засобів відбулося за рахунок зростання обсягу прибутку підприємства, а не за рахунок зменшення вартості основних засобів, що також заслуговує позитивної оцінки.

Таблиця 2.10

Оцінка прибутковості основних засобів ТОВ “Абра” за 2015-2017 рр.

Показники	Значення за період			Абсолютне відхилення, +/-	
	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2016 рік	2017 рік
1. Чистий прибуток, тис.грн.	248	364	1008	116	644
2. Середня сума основних засобів, тис.грн.	513,5	621,5	783	108	161,5
3. Рентабельність основних засобів, %	48,30	58,57	128,74	10,27	70,17

Зростання рентабельності основних засобів відбулося за рахунок зростання обсягу прибутку підприємства. Темп зростання прибутку підприємства випереджає темп зростання основних засобів, за рахунок цього і зростає рентабельність основних засобів.

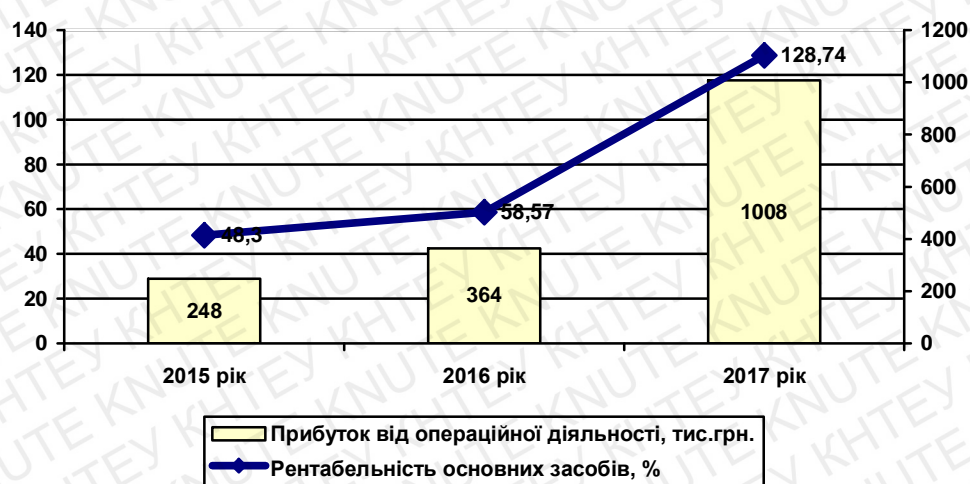


Рис. 2.7. Динаміка прибутковості основних засобів ТОВ “Абра” за 2015-2017рр.

Таблиця 2.11

Оцінка прибутковості оборотних активів ТОВ “Абра” за 2015-2017 рр.

Показники	Значення за період			Абсолютне відхилення, +/-	
	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2016 рік	2017 рік
1. Чистий прибуток, тис.грн.	248	364	1008	116	644
2. Середня вартість оборотних активів, тис.грн.	120905	183489,5	269870	62584,5	86380,5
3. Рентабельність оборотних активів, %	0,21	0,20	0,37	-0,01	0,18

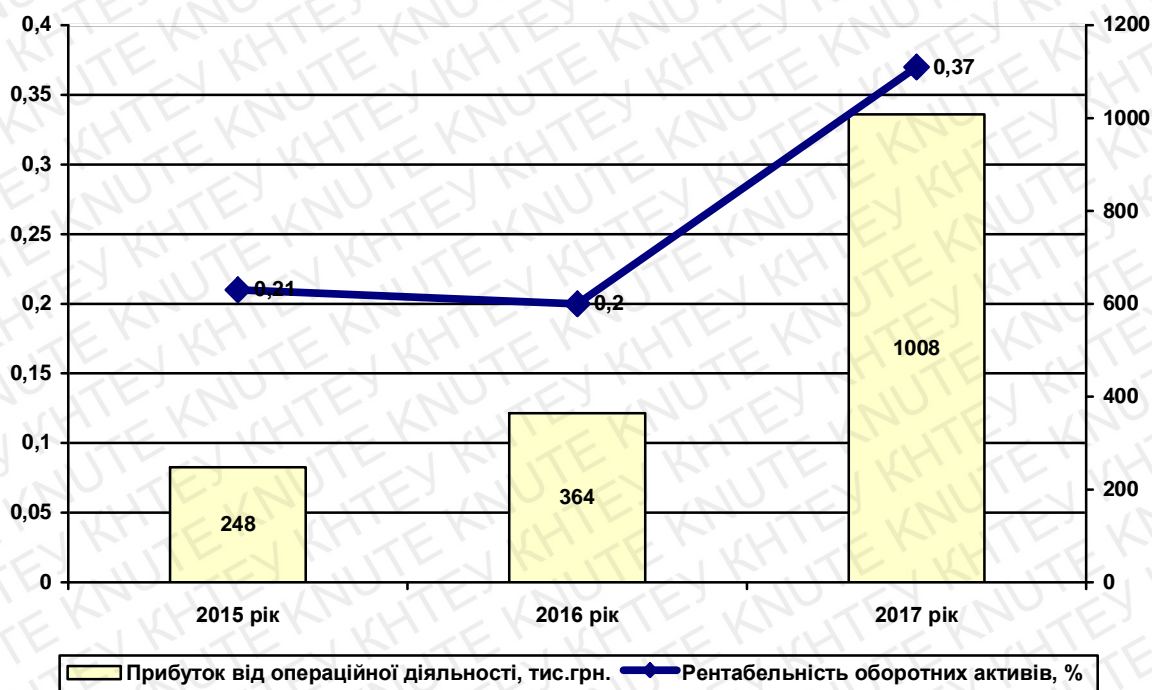


Рис. 2.8. Динаміка прибутковості оборотних активів ТОВ “Абра” за 2015-2017 рр.

За даними табл. 2.11 та рис. 2.8 можна визначити, що протягом аналізованого періоду рентабельність оборотних активів підприємства зростає з 0,21% до 0,37%. Зростання незначне, але заслуговує позитивної оцінки. В 2016 році темп зростання обсягу оборотних активів підприємства випереджає темп зростання прибутку, за рахунок цього відбувалося незначне зниження

рентабельності оборотних активів підприємства. В 2017 році збільшення рентабельності оборотних активів пояснюється зростанням обсягу прибутку.

Таблиця 2.12

Оцінка прибутковості трудових ресурсів ТОВ “Абра” за 2015-2017 рр.

Показники	Значення за період			Абсолютне відхилення, +/-	
	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2016 рік	2017 рік
1. Чистий прибуток, тис.грн.	248	364	1008	116	644
2. Фонд оплати праці, тис.грн.	989	1063	1557	74	494
3. Рентабельність трудових ресурсів, %	25,08	34,24	64,74	9,17	30,50

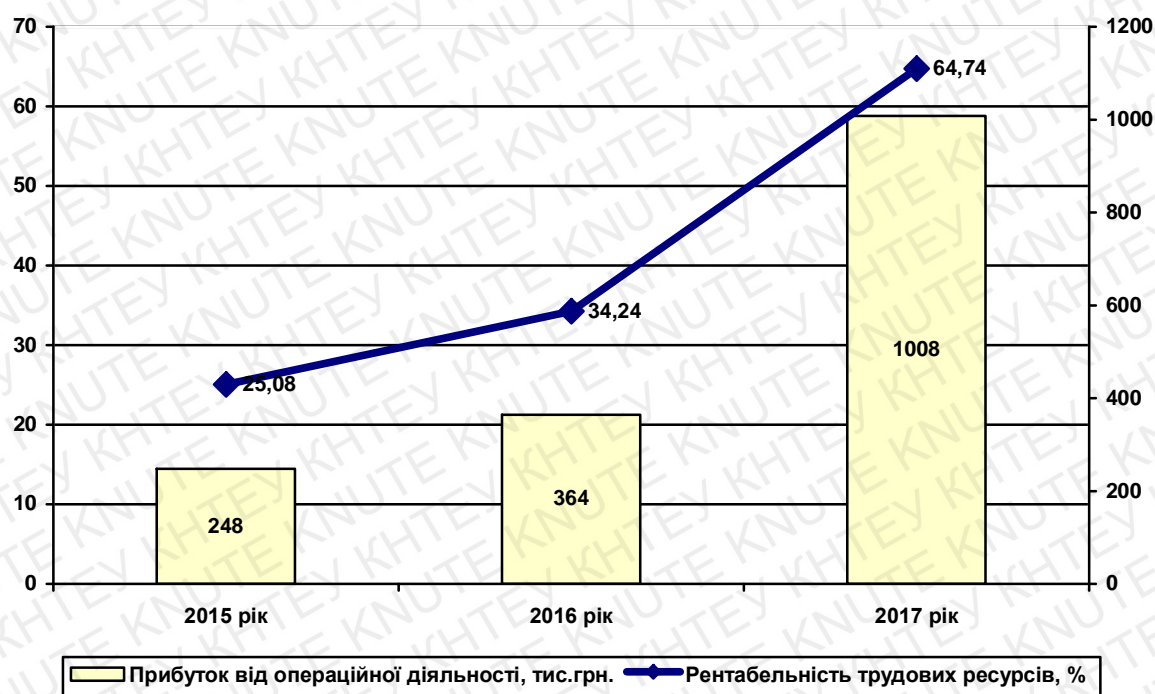


Рис. 2.9. Динаміка прибутковості трудових ресурсів ТОВ “Абра” за 2015-2017 рр.

За даними рис. 2.9 та табл. 2.12 можна визначити, що на підприємстві досить ефективно використовуються трудові ресурси. Прибуток на 100 грн. фонду оплати праці у грошовому виразі у 2015 р. становив 25,08 грн., у

2016 р. – 34,24 грн., у 2017 р. – 64,74 грн. Зростання показника є наслідком зростання обсягу прибутку підприємства.

Завданнями аналізу рентабельності (прибутковості) підприємства є: оцінка визначених параметрів рентабельності (прибутковості) (рентабельності власного капіталу, рентабельності активів, рентабельності реалізації); вивчення динаміки показників; визначення фактора зміни їх рівня; пошук резервів та розробка заходів для використання виявлених резервів. В табл. 2.13 наведено розрахунок показників рентабельності активів ТОВ «Абра».

Таблиця 2.13

Оцінка прибутковості активів ТОВ “Абра” за 2015-2017 рр.

Показники	Значення за період			Абсолютне відхилення, +/-	
	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2016 рік	2017 рік
1. Чистий прибуток, тис.грн.	248	364	1008	116	644
2. Середня сума активів підприємства, тис.грн.	179998,5	239194,5	329999	59196	90804,5
3. Рентабельність активів, %	0,14	0,15	0,31	0,01	0,15

Табл. 2.13 та рис. 2.10 свідчать, що рентабельність активів підприємства зростає з 0,14% до 0,31 %, що заслуговує позитивної оцінки. Протягом аналізованого періоду темп зростання обсягу активів підприємства не випереджає темп зростання прибутку, за рахунок цього відбувається зростання рентабельності активів підприємства.

Порівняння рентабельності вкладень в підприємство (активів) з рентабельністю власного капіталу дозволяє визначити ефективність умов залучення позикових коштів.

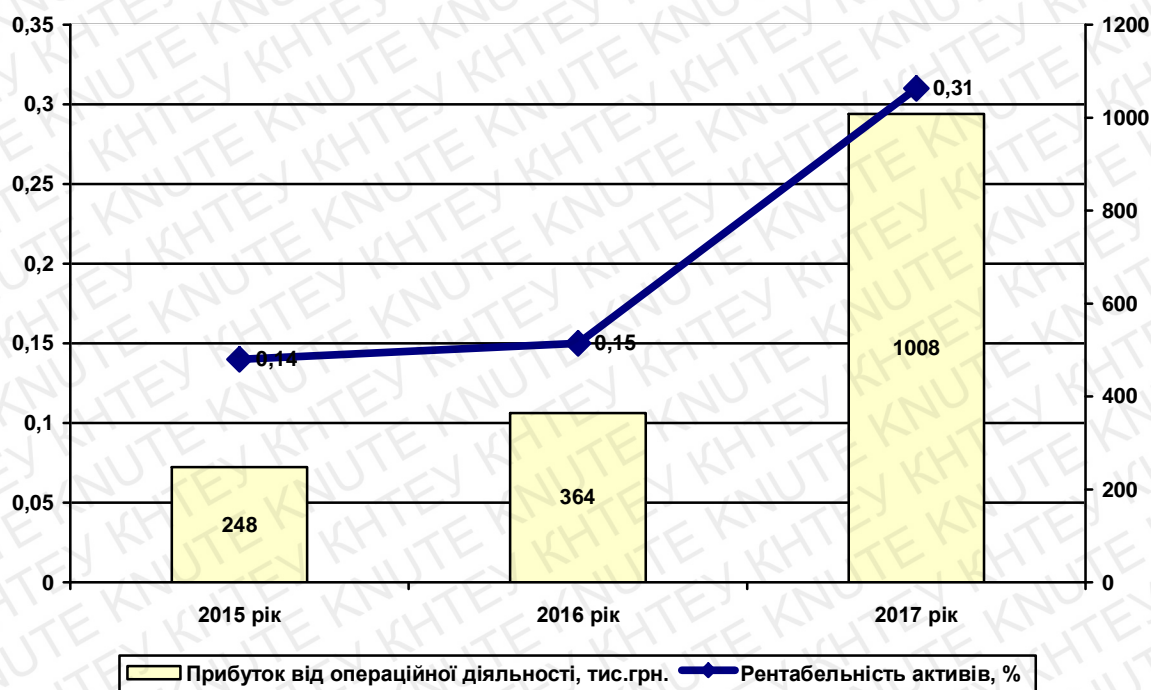


Рис. 2.10. Динаміка прибутковості вкладень у підприємство (активів)
ТОВ “Абра” за 2015-2017 рр.

Якщо різниця в рівні рентабельності менша за розмір процентів за позикові фінансові кошти, що використовуються, то залучення позикових коштів недоцільне, оскільки це торкається інтересів власників підприємства.

Таблиця 2.14

Оцінка прибутковості власного капіталу ТОВ “Абра” за 2015-2017 рр.

Показники	Значення за період			Абсолютне відхилення, +/-	
	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2016 рік	2017 рік
1. Чистий прибуток, тис.грн.	248	364	1008	116	644
2. Середньорічна вартість власного капіталу підприємства, тис.грн.	1017	1617	2538,5	600	921,5
3. Рентабельність власного капіталу, %	24,39	22,51	39,71	-1,87	17,20

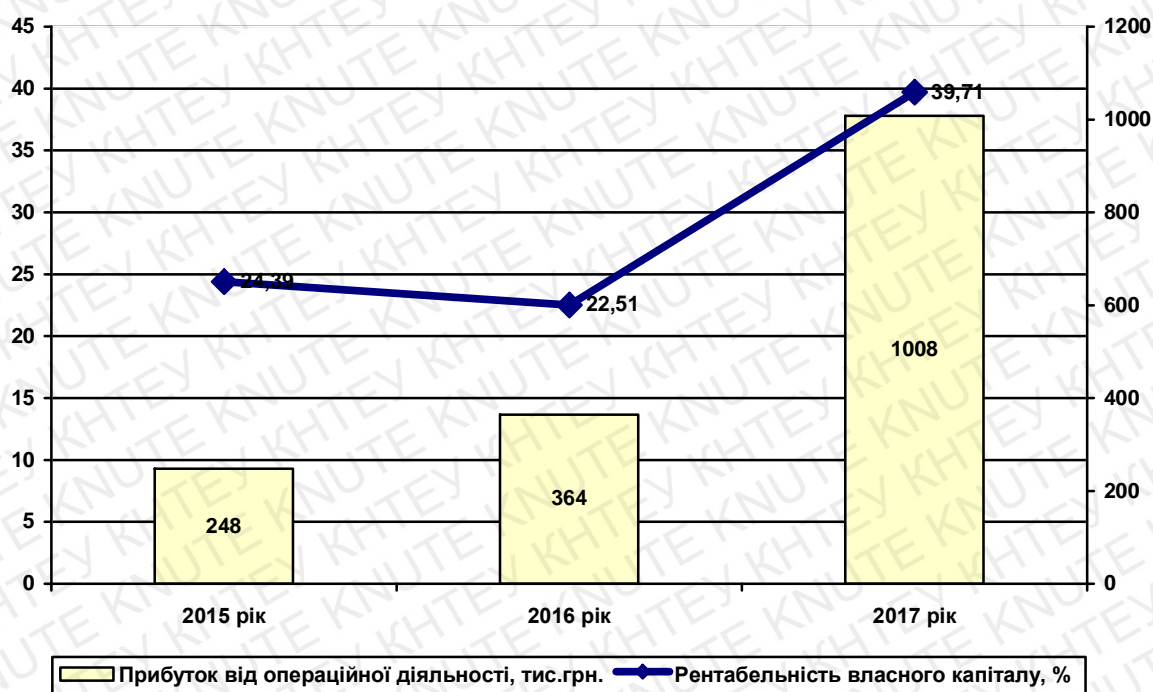


Рис. 2.11. Динаміка прибутковості власного капіталу
ТОВ «Абра» за 2015-2017 рр.

Дані табл. 2.14 свідчать про те, що на ТОВ «Абра» відбулися позитивні зміни у показниках рентабельності операційної діяльності підприємства, рентабельність власного капіталу зросла з 24,39 % до 39,71%.

Тобто, в цілому протягом періоду, що аналізується, підприємство досить ефективно використовувало свої ресурси. Позитивним є зростання усіх показників у 2017 р. Як свідчать дані проведеного аналізу рентабельності причиною зростання показників рентабельності є зростання обсягу прибутку підприємства.

Проведений аналіз доповнимо моделлю Дюпона. (Табл.2.15)

Модель Дюпона представляє собою схему факторного аналізу, в якій органічно ув'язані показники, що характеризують діяльність підприємства за кожним з напрямів: основна, інвестиційна, фінансова діяльність.

Розрахуємо рентабельність підприємства ТОВ «Абра» згідно факторної моделі Дюпона (табл. 2.15).

Таблиця 2.15

Розрахунок показників факторної моделі Дюпона

Показники	Значення за період			Абсолютне відхилення, +/-	
	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2016 рік	2017 рік
1	2	3	4	5	6
Чистий дохід від реалізації	230455	278752	399924	48297	121172
Чистий прибуток	248	364	1008	116	644
Активи	179998,5	239194,5	329999,0	59196	90804,5
Залучений капітал	178981,5	237577,5	327460,5	58596	89883
Власний капітал	1017	1617	2538,5	600	921,5
Рентабельність продаж	0,001	0,001	0,003	0,000	0,001
Оборотність активів	1,28	1,17	1,21	-0,11	0,05
Авансований капітал	179998,5	239195	329999	59196	90804,5
Рентабельність активів	0,001	0,002	0,003	0,000	0,002
Фінансова залежність	175,99	146,92	129,00	-29,06	-17,93
Рентабельність власного капіталу	0,24	0,22	0,39	-0,02	0,17

За даними табл. 2.15 можна побачити, що на діяльність підприємства ТОВ «Абра» суттєво вплинув залучений капітал. Зменшення залученого капіталу дозволить збільшити рентабельність власного капіталу, що дозволить збільшити рентабельність активів, що приведе до збільшення прибутковості підприємства.

Узагальнюючи проведений аналіз визначимо:

Порівнюючи темпи зростання чистого доходу від реалізації продукції та прибутку від операційної діяльності ТОВ «Абра» можна зробити висновки про те, що на підприємстві прибуток зростає повільніше, ніж чистий дохід, що є негативною зміною та свідчить про зниження ефективності управління операційною діяльністю підприємства. Фінансовий результат діяльності підприємства від операційної діяльності протягом усього періоду, що аналізується, був позитивним. У 2015 р. його обсяг становив 1416 тис.грн., а у 2017 р. – 2057 тис.грн. у 2015 р. прибутковість діяльності складала 0,63%, у

2016 р. прибутковість зросла до 1,2%. У 2017 р. відбулося зменшення та її значення становило 0,71%.

Протягом аналізованого періоду коефіцієнт операційного левериджу зменшувався, отже обсяг операційного прибутку зменшив свою залежність від обсягів реалізації продукції. Зменшення показника оцінюється негативно і свідчить про проблеми у прибутковості підприємства.

Ефект операційного левериджу має позитивне значення, що свідчить про те, що ТОВ «Абра» працює прибутково, але при збільшенні обсягу реалізації на 1% операційний прибуток збільшиться на 0,2% (на кінець аналізованого періоду). Зменшення цього показника свідчить про зменшення прибутковості підприємства на одиницю реалізації.

У 2016 р. в результаті зростання операційних витрат підприємства на 11982 тис.грн., прибуток підприємства зменшився на 3919 тис.грн., а в результаті зниження рівня операційних витрат на - 0,1, прибуток підприємства від операційної діяльності збільшився на 5661 тис.грн.

Загальний обсяг операційного прибутку у цьому періоді зріс на 1742 тис.грн. У 2017р. в порівнянні із 2016 р. в результаті зростання операційних витрат підприємства на 36194 тис.грн., прибуток підприємства зменшився на 14483 тис.грн., а в результаті зниження рівня операційних витрат на 0,1, прибуток підприємства від операційної діяльності зріс на 13382 тис.грн. Загальний обсяг операційного прибутку у цьому періоді зменшився на 1101 тис.грн.

Проведений в роботі факторний аналіз свідчить про те, що найбільший вплив на обсяг отриманого підприємством прибутку від операційної діяльності справляє обсяг чистого доходу та обсяг операційних витрат підприємства.

На ТОВ «Абра» відбулися позитивні зміни у показниках рентабельності операційної діяльності підприємства, а саме: рентабельність діяльності зросла з 0,11% до 0,25%; прибутковість поточних витрат за період, що досліджується вона зросла з 3,77% до 4,76%; рентабельність основних

засобів підприємства також є високою, її значення зросло з 48,3% до 128,74%; рентабельність оборотних активів підприємства зросла з 0,21% до 0,37%. Досить ефективно на підприємстві використовуються трудові ресурси. Прибуток на 100 грн. фонду оплати праці у грошовому виразі у 2015 р. становив 25,08 грн., у 2016 р. – 34,24 грн., у 2017 р. – 64,74 грн. Рентабельність активів підприємства зросла з 0,14% до 0,31 %, а рентабельність власного капіталу зросла з 24,39 % до 39,71%.

Тобто, в цілому протягом періоду, що аналізується, підприємство досить ефективно використовувало свої ресурси. Позитивним є зростання усіх показників у 2017 р.

На діяльність підприємства ТОВ «Абра» суттєво вплинув залучений капітал. Зменшення залученого капіталу дозволить збільшити рентабельність власного капіталу, що дозволить збільшити рентабельність активів, що приведе до збільшення прибутковості підприємства.

У зарубіжних корпораціях часто встановлюються обмеження, які накладаються на суму нерозподіленого прибутку. Такі обмеження тимчасово виділяють певну суму нерозподіленого прибутку, яка б могла бути виплачена у вигляді дивідендів. Коли обмеження знімаються, ця сума може бути сплачена у вигляді дивідендів та використана на інші потреби. Обмеження нерозподіленого прибутку можуть бути добровільними або вимушеними. Одним з найбільш поширених добровільних обмежень є обмеження на нерозподілений прибуток з метою розширення матеріально-технічної бази підприємства.

РОЗДІЛ 3

ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ОБСЯГУ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА НА ПЕРСПЕКТИВНИЙ ПЕРІОД

3.1. Цільові параметри формування прибутку підприємства

Процес управління формуванням прибутку полягає в аналізі прибутку підприємства в передплановому періоді та плануванні обсягів та оптимального складу формування прибутку у плановому періоді.

Планування прибутку підприємства проводиться лише в рамках його економічної діяльності в розрізі визначення сум прибутку від операційної діяльності, фінансових операцій та іншої звичайної діяльності.

Особлива увага фінансовими менеджерами надається плануванню прибутку від основної діяльності, оскільки останній є найвагомим результатом ефективності ведення обраного власниками підприємства.

В процесі планування формування прибутку підприємства використовуються різні методи.

Планування прибутку являє собою процес розробки системи заходів щодо забезпечення його формування в необхідному обсязі й ефективному використанні відповідно до задач розвитку підприємства в майбутньому періоді.

Планування прибутку на підприємстві базується на використанні трьох основних його систем:

- прогнозування формування і розподілу прибутку підприємства;
- поточне планування формування, розподілу і використання прибутку підприємства;
- оперативне планування формування і використання прибутку підприємства.

Кожній з цих систем планування прибутку властиві свої форми

реалізації результатів. Усі системи планування прибутку підприємства знаходяться у взаємозв'язку і реалізуються у визначеній послідовності. Система планових розрахунків охоплює наступні напрямки роботи (рис. 3.1).

Обґрунтування обсягу формування прибутку підприємства на плановий період передбачає з одного боку, визначення цільової величини прибутку, що забезпечує умови самофінансування підприємства і вирішення стратегічних і тактичних задач, що стоять перед ним, з другого - розрахунок можливості отримання прибутку при прогнозованому обсязі чистого доходу підприємства і витрат.

Розглянемо основні методи планування прибутку підприємства :

1. Обґрунтування планового обсягу прибутку методом екстраполяції. Метод екстраполяції є найбільш простим методом планування операційного прибутку підприємства. Він заснований на результатах горизонтального (трендового) аналізу динаміки маржинального, валового і чистого операційного прибутку за ряд попередніх періодів і виявленні "лінії тренда", що переноситься і на плановий період.



Рис. 3.1. Процес планування формування прибутку

Разом з тим, цей метод планування операційного прибутку є найменш точним, тому що він не враховує зміни, що впливають на прибуток не тільки з боку факторів зовнішнього середовища, але і факторів внутрішнього розвитку підприємства в майбутньому періоді. З огляду на найбільшу похибку результатів використання цього методу при планових розрахунках розміру операційного прибутку, він може бути використаний лише на попередній стадії планування (коли плани операційної діяльності підприємства ще не сформовані) і тільки на відносно короткий прогностичний період (місяць, квартал).

2. Планування прибутку методом прямого рахунку. Метод прямого рахунку є відносно простим і досить надійним методом планування формування операційного прибутку, але може бути використаний тільки в тому випадку, якщо на попередній стадії вже сформовані плани операційного доходу, операційних витрат і податкових платежів. При використанні цього методу розрахунки планової суми операційного прибутку здійснюються за наступними формулами:

$$\text{Мопп} = \text{Водп} - \text{Пизмін} - \text{Ндсп}; \quad (3.1)$$

$$\text{Вопп} = \text{Водп} - \text{Пио} - \text{Ндсп}; \quad (3.2)$$

$$\text{Чопп} = \text{Водп} - \text{Пио} - \text{Ндсп} - \text{НПп}, \quad (3.3)$$

де : Мопп- планова сума маржинального операційного прибутку;

Вопп - планова сума валового операційного прибутку;

Чопп - планова сума чистого операційного прибутку;

Водп - планова сума валового операційного доходу;

Пио - планова сума сукупних операційних витрат (витрат);

Пизмін - планова сума змінних операційних витрат (витрат);

Ндсп - планова сума податкових платежів, що сплачуються за рахунок доходу (що входять у ціну продукції);

НПп - планова сума податкових платежів, що сплачуються за рахунок прибутку (податок на прибуток і інші обов'язкові платежі).

Дозволяючи одержати досить точні результати планової суми

операційного прибутку, метод прямого розрахунку має певні недоліки.

Насамперед, він недостатньо орієнтований на досягнення цільових (нормативних) показників рівня операційного прибутку. Крім того, цей метод дозволяє здійснювати тільки одноваріантний розрахунок планованих показників.

3. Нормативний метод планування прибутку. Нормативний метод також відноситься до числа простих методів планування формування операційного прибутку, але умовою його застосування є наявність на підприємстві відповідної нормативної бази. Як такі нормативи звичайно використовуються:

а) норма прибутку на власний капітал (якщо такий норматив на підприємстві не розроблений, його мінімальним аналогом може виступати середня норма депозитного відсотка на грошовому ринку). Розрахунок валового операційного прибутку в цьому випадку може бути здійснений по наступній формулі:

$$\text{Вопп} = \text{Ско} * \text{Нвп} \quad (3.4)$$

де Вопп - планова сума валового операційного прибутку;

Ско - середня сума власного капіталу підприємства, задіяна в його операційній діяльності в плановому періоді;

Нвп - норма валового прибутку на власний капітал, у %.

Скоректована на розмір суми податків, що сплачуються за рахунок прибутку, отримана величина буде характеризувати планову суму чистого операційного прибутку;

б) норма прибутку на операційні активи. Ця норма може бути виражена як валовим, так і чистим операційним прибутком. Розрахунок планового операційного прибутку здійснюється в цьому випадку по наступним формулах:

$$\text{Вопп} = \text{ОПп} * \text{Нвп} / 100; \quad (3.5)$$

$$\text{Чопп} = \text{ОПп} * \text{Нчп} / 100, \quad (3.6)$$

де ВОПп - планова сума валового операційного прибутку;
 ЧОПп - планова сума чистого операційного прибутку;
 Нвп - норма валового прибутку на одиницю операційних активів, у %;
 Нчп - норма чистого прибутку на одиницю операційних активів, у %;
 ОПАп - середня вартість операційних активів підприємства в плановому періоді;

в) норма прибутку на одиницю реалізованої продукції (якщо такий норматив на підприємстві не розроблений, його аналогом може виступати середньогалузева норма прибутку на одиницю реалізованої продукції в останньому предплановому періоді). Ця норма також може бути виражена як валовим, так і чистим прибутком. Розрахунок планової суми операційного прибутку в цьому випадку здійснюється за наступною формулою:

$$\text{ВОПп} = \text{ОРп} * \text{Нвп} / 100; \quad (3.7)$$

$$\text{ЧОПп} = \text{ОРп} * \text{Нчп} / 100, \quad (3.8)$$

де ВОПп - планова сума валового операційного прибутку;

ЧОПп - планова сума чистого операційного прибутку;

Нвп - норма валового прибутку на одиницю реалізованої продукції, у %;

Нчп - норма чистого прибутку на одиницю реалізованої продукції, у %;

ОРп - планований обсяг реалізації продукції.

Нормативний метод планового розрахунку суми операційного прибутку одержав визначене поширення в процесі його визначення для знову створених підприємств (центрів прибутку). Його недоліком є те, що він не пов'язаний з іншими показниками операційної діяльності (виробничою програмою, операційними витратами, податковими платежами), внаслідок чого також не може бути використаний у різноманітних розрахунках суми прибутку.

4. Розрахування планового обсягу прибутку методом взаємозв'язку витрат, обсягу реалізації та прибутку .

Метод "CVP" чи метод планування операційного прибутку з

використанням системи "взаємозв'язок витрат, обсягу реалізації і прибутку" дозволяє визначати усі види цього прибутку при наявності тієї ж інформації, що використовується при застосуванні "методу прямого рахунка". Планові розрахунки ведуться в такій послідовності:

На першому етапі визначається точка беззбитковості реалізації продукції в плановому періоді. У цих цілях використовується формула:

$$ОР_{тб} = ОВ_{пост} * 100 / (ПР_{чд} - ПР_{змін}), \quad (3.9)$$

де $ОР_{тб}$ - обсяг реалізації продукції, що забезпечує досягнення крапки беззбитковості в плановому періоді;

$ОВ_{пост}$ - планована сума постійних операційних витрат (витрат);

$ПР_{чд}$ - планований рівень чистого операційного доходу до обсягу реалізації продукції, %;

$ПР_{змін}$ - планований рівень змінних операційних витрат (витрат) до обсягу реалізації продукції, %;

На другому етапі визначається планова сума валового операційного прибутку. Її розрахунок ведеться за наступною формулою:

$$ВО_{Пп} = (ОР_{п} - ОР_{тб}) * (ПР_{чд} - ПР_{змін}) / 100, \quad (3.10)$$

де $ВО_{Пп}$ - планова сума валового операційного прибутку;

$ОР_{п}$ - плановий обсяг реалізації продукції;

$ОР_{тб}$ - обсяг реалізації продукції, що забезпечує досягнення точки беззбитковості в плановому періоді;

$ПР_{чд}$ - планує рівень чистого операційного доходу до обсягу реалізації продукції, %;

$ПР_{змін}$ - планований рівень змінних операційних витрат (витрат) до обсягу реалізації продукції, %;

На третьому етапі визначається планова сума маржинального операційного прибутку. Для її розрахунку використовуються наступні формули:

$$\text{МОПп} = \text{ОРп} * (\text{ПУчд} - \text{ПРзмін}) / 100; \quad (3.11)$$

$$\text{МОПп} = \text{ВОПп} + \text{ПИпост}, \quad (3.12)$$

де МОПп - планова сума маржинального операційного прибутку;

ОРп - плановий обсяг реалізації продукції;

ПУчд - планований рівень чистого операційного доходу до обсягу реалізації продукції, %;

ПРзмін - планований рівень змінних операційних витрат до обсягу реалізації продукції, %;

ВОПп - планова сума валового операційного прибутку;

ПИпост - планована сума постійних операційних витрат.

На четвертому етапі визначається планова сума чистого операційного прибутку. Його розрахунок здійснюється за наступною формулою:

$$\text{ЧОПп} = \text{ВОПп} * (100 - \text{Снп}) / 100; \quad (3.13)$$

де ЧОПп - планова сума чистого операційного прибутку;

ВОПп - планова сума валового операційного прибутку;

Снп - середня ставка податкових платежів за рахунок прибутку, %.

Побудований на основі планових значень, графік "СVP" дозволяє використовувати цей метод як імітаційну модель різноманітних розрахунків з розкладанням і варіюванням окремих показників (обсягу реалізації продукції в натуральному вираженні, планованого середнього рівня цін і т.п.). У процесі імітаційного моделювання операційного прибутку можуть бути розглянуті всі прогностні варіанти операційної діяльності підприємства - від вкрай песимістичного до вкрай оптимістичного. Крім того, така модель може використовуватися для оперативного корегування планових показників

операційного прибутку при зміні окремих поточних показників операційної діяльності.

5.Метод цільового формування прибутку.

Метод цільового формування прибутку дозволяє забезпечити найбільше ув'язування планових його показників зі стратегічними цілями управління прибутком в майбутньому періоді. Основою цього методу розрахунку є попереднє визначення потреби у власних фінансових ресурсах, формованих за рахунок чистого операційного прибутку підприємства. Розрахунок ведеться по кожному елементу цієї потреби й охоплює як капіталізуючу, так і споживану його частину. Сумарна потреба в коштах, формованих за рахунок чистого операційного прибутку, являє собою цільову її суму .

На основі цільової суми чистого операційного прибутку визначаються цільові суми відповідно валового і маржинального операційного прибутку. Їх розрахунок проводиться за наступними формулами:

$$\text{ВОПц} = \text{ЧОПц} * 100 / (100 - \text{Снп}); \quad (3.14)$$

$$\text{МОПц} = \text{ВОПц} + \text{ПВпост}, \quad (3.15)$$

де ВОПц - цільова сума валового операційного прибутку в майбутньому періоді;

МОПц - цільова сума маржинального операційного прибутку в майбутньому періоді;

ЧОПц - цільова сума чистого операційного прибутку в майбутньому періоді;

ПВпост -планована сума постійних операційних витрат (витрат);

Снп - середня ставка податкових платежів за рахунок прибутку, у відсотках.

Особлива роль цього методу розрахунку полягає в тому, що отримані на його основі показники операційного прибутку розглядаються як найважливіші цільові орієнтири розвитку всієї операційної діяльності підприємства і служать базовими елементами планування інших

найважливіших економічних показників цієї діяльності - суми чистого операційного доходу, обсягу реалізації продукції й інших. Іншими словами, задачі планування стратегічного розвитку операційної діяльності підприємства в майбутньому періоді через цільову суму чистого операційного прибутку одержують своє відображення у всій системі основних планових показників.

6.Прогнозування планового прибутку методом оцінки грошових потоків.

Метод прогнозування грошового потоку широко використовується на підприємствах країн з розвинутою ринковою економікою. Його основу складає розроблений на підприємстві поточний план надходження і витрачання коштів по операційній діяльності підприємства.

Принципова модель розрахунку чистого операційного прибутку підприємства на майбутній період при використанні цього методу має наступний вид:

$$\text{ЧОПп} = \text{НОДп} - \text{ВОДп} - \text{АВп} - \text{ВКп}, \quad (3.16)$$

де ЧОПп - планова сума чистого операційного прибутку;

НОДп- планова сума надходження коштів по операційній діяльності підприємства;

ВОДп- планова сума витрати коштів по операційній діяльності підприємства;

АВп -планова сума амортизаційних відрахувань;

ВКп - планова сума сплати відсотків за кредит (вона відбивається в грошовому потоці по фінансовій діяльності, але входить в облікову номенклатуру статей операційних витрат).

На основі розрахованої планової суми чистого операційного прибутку по раніше розглянутих моделях визначаються планові значення відповідно валового і маржинального операційного прибутку.

Використання цього методу дозволяє тісно ув'язати планований операційний прибуток з чистим грошовим потоком по операційній діяльності, а також конкретизувати його формування по окремих періодах (поточний план надходження і витрати коштів складається звичайно в помісячній розбивці).

7. Метод факторного моделювання планів по прибутку.

Метод факторного моделювання прибутку є найбільш складним, тому що вимагає здійснення великих аналітичних і прогнозних розрахунків.

На першому етапі використання цього методу визначається система основних факторів, що мають прямий логічний взаємозв'язок з формуванням показника чистого операційного прибутку підприємства. Звичайно в складі цих факторів розглядаються: обсяг реалізації продукції в умовних натуральних показниках; структура реалізації продукції по окремих її видах; середній рівень цін на реалізовану продукцію; середній рівень операційних витрат у відсотках до обсягу реалізованої продукції; коефіцієнт операційного левериджу; коефіцієнт рентабельності операційних активів; коефіцієнт податкоємності реалізації продукції (у розрізі трьох основних груп податків по джерелах їх сплати) і інші.

На другому етапі аналізується ступінь впливу окремих факторів на формування чистого операційного прибутку даного підприємства і проводиться їх ранжування по цьому показнику.

На третьому етапі відбираються фактори, що роблять найбільший вплив на суму формованого чистого операційного прибутку, і з урахуванням ступеня їх впливу будується багатфакторна модель регресії (що включає звичайно 3-4 найбільш вагомих факторів).

На четвертому етапі прогнозується зміна факторів, включених у модель регресії, у майбутньому періоді. Прогнозована зміна кожного фактора відображається відповідними кількісними показниками.

На п'ятому етапі шляхом підстановки прогнозованих значень факторів у модель регресії одержують прогнозований (планований) показник чистого

операційного прибутку.

На шостому етапі на основі розрахованого чистого операційного прибутку по раніше розглянутих моделях визначаються планові значення відповідно валового і маржинального операційного прибутку.

Використання цього методу дозволяє здійснювати різноманітні планові розрахунки суми операційного прибутку шляхом послідовної зміни заданих значень окремих факторів.

Таким чином, у залежності від обраного методу розрахунків, планування, формування операційного прибутку може розглядатися як завершальний чи як початковий етап планування всієї операційної діяльності підприємства.

Використання розглянутих систем і методів планування прибутку дозволяє підвищити ефективність управління ним на підприємстві.

Для вдосконалення формування прибутку підприємства та економічного обґрунтування його потреби пропонуємо здійснювати планування розподілу прибутку в такому порядку:

1. Визначення потреби у прибутку за напрямками його використання.
2. Формування цільової структури розподілу прибутку.
3. Визначення пріоритетності у використанні прибутку за окремими напрямками використання.
4. Балансування потреби у прибутку за напрямками його використання з можливостями отримання прибутку при здійсненні господарсько-фінансової діяльності підприємства.

Розрахунок потреби у прибутку підприємства за напрямками його використання необхідно здійснювати за окремими елементами його складових:

- фінансування розвитку матеріально-технічної бази підприємства (авансування основного капіталу);
- фінансування приросту власних обігових коштів (авансування власного обігового капіталу);

- фінансовий резерв (фонд ризику чи фонд регулювання цін);
- погашення довгострокових і середньострокових кредитів банку;
- погашення інших видів кредитних зобов'язань підприємства і виплата процентів з них;
- здійснення соціального розвитку і заохочення трудового колективу;
- виплата дивідендів власникам підприємства;
- придбання кредитних зобов'язань, акцій інших підприємств;
- фінансування діяльності об'єднань, асоціацій, концернів та інших горизонтальних структур, членом яких є підприємство;
- сплата податків та інших обов'язкових платежів і внесків передбачених законодавством.

Важливим напрямком стратегічного планування діяльності є врахування усіх чинників та аспектів подальшого розвитку підприємства для повного і обґрунтованого визначення величини прибутку та забезпечення певного рівня прибутковості.

Під час розподілу прибутку необхідно встановити обґрунтовані пріоритети розподілу з врахуванням обмеженості ресурсів та визначити конкретні цілі для досягнення яких будуть мобілізуватися ресурси підприємства.

Стратегічними завданнями управління підприємства з врахуванням яких необхідно проводити розподіл прибутку, є:

- забезпечення ефективності діяльності ключових напрямків діяльності;
- забезпечення додаткового розвитку і отримання максимальної вартості підприємства;
- забезпечення стабільної прибутковості діяльності;
- створення нових і розвиток існуючих напрямків діяльності для забезпечення подальшого розвитку;
- виконання реальних можливостей і концентрації потужностей, з метою створення потенціалу розвитку;

- розвиток підприємства шляхом ефективного використання капіталу;
- створення реальних гарантій для подальшого розвитку;
- створення стійкого потенціалу розвитку за різних сценаріїв змін.

В умовах функціонування ринкової економіки України механізм розподілу прибутку має велике значення, адже у ньому відображається ефективність господарської діяльності, від нього залежить дієвість господарської самостійності й самофінансування підприємств. Від удосконалення форм і методів розподілу прибутку залежить зацікавленість підприємств та окремих працівників у постійному підвищенні ефективності діяльності та покращенні кінцевих фінансових результатів.

Таким чином, основними шляхами покращення цільової структури використання прибутку підприємства є:

- визначення пріоритетного напрямку використання прибутку – капіталізації коштів, що спричинить до подальшого розвитку підприємства та покращення фінансових результатів від діяльності підприємства;
- оптимізація розміру коштів, спрямованих на фонд споживання, зокрема грошових коштів, спрямованих на матеріальне заохочення працівників, що сприятиме підвищенню продуктивності праці і, як наслідок, – розміру прибутку у майбутні періоди, а також соціального розвитку підприємства;
- розрахунок оптимального розміру резервного фонду та скерування коштів на забезпечення його збільшення;
- оптимізація коштів, що спрямовуються в інші цільові фонди та на інші цілі;
- забезпечення умов діяльності підприємства за яких прибуток, який підлягає розподілу підприємства, не буде використовуватися для сплати підприємством штрафних санкцій;
- складання детального плану використання та розподілу прибутку підприємства з визначеними датами та конкретним кошторисом;

- проведення чіткого контролю за виконанням поставлених завдань у плані використання та розподілу прибутку;
- проведення економічної роботи щодо аналізу динаміки та чинників отриманих прибутків у базовому періоді, виявлення резервів, що сприятимуть максимізації прибутку, а також планування формування, розподілу та використання прибутку на наступні періоди.

Отже, з метою підвищення результативності діяльності підприємства та його стратегічного розвитку у перспективі, виникає потреба у розробці стратегії управління підприємством спрямованої на вдосконалення механізму формування та використання прибутку. Для максимізації прибутку підприємства необхідно, насамперед, виконати комплекс завдань щодо забезпечення зростання обсягів діяльності, ефективного управління витратами, підвищення ефективності використання матеріально-технічної бази, оптимізації складу та структури обігових коштів, підвищення продуктивності праці та системи управління підприємства. Розподіл прибутку підприємства необхідно здійснювати відповідно до спеціально розробленої політики, формування якої є складною економічною задачею. Ця політика повинна відображати основні вимоги загальної стратегії розвитку підприємства, забезпечувати підвищення його ринкової ціни, формувати необхідні обсяги інвестиційних ресурсів, забезпечувати матеріальні інтереси власників та працівників. При цьому у процесі формування політики розподілу прибутку необхідно враховувати дві протилежні мотивації власників підприємства – отримання високих поточних доходів або значне збільшення їх розмірів у перспективному періоді.

3.2. Прогнозування можливого обсягу формування прибутку підприємства

З метою прогнозування прибутку ТОВ “Абра” в роботі використано 5 методів. Планування проведено на 2018 рік.

I. Першим методом планування прибутку від операційної діяльності підприємства є метод екстраполяції. Даний метод є найбільш простим методом планування формування операційного прибутку підприємства. Він заснований на результатах горизонтального аналізу динаміки операційного прибутку за ряд попередніх періодів і виявленні тенденції розвитку, що поширюється і на плановий період. Разом з тим, цей метод планування операційного прибутку є найменш точним, тому що він не враховує зміну, що впливають на неї не тільки факторів зовнішнього середовища, але і факторів внутрішнього розвитку підприємства в майбутньому періоді.

Результати розрахунків представлено в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Планування прибутку від операційної діяльності ТОВ “Абра” на 2018 рік методом екстраполяції

Показники	Фактично			Планові розрахунки
	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2018 рік
Фінансовий результат від операційної діяльності, тис.грн.	1416,0	3158,0	2057,0	2963,7
Темпи зростання, %		2,23	0,65	
Середньорічний темп зростання, %				1,44

За даними таблиці 3.1 видно, що визначений таким чином плановий обсяг прибутку у 2018 році буде становити 2963,7 тис.грн.

Наступним методом планування прибутку є метод прямого рахунку. Цей метод є відносно простим і досить надійним методом планування формування операційного прибутку, але може бути використаний тільки в

тому випадку, якщо на попередній стадії вже сформовані плани операційного доходу, операційних витрат і податкових платежів. Результати розрахунків представлено в табл. 3.2.

Таблиця 3.2

**Планування прибутку від операційної діяльності ТОВ “Абра”
методом прямого рахунку**

№	Показники	Алгоритм розрахунку	План на 2018 рік
1	Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	Базове значення * темп зростання	528752,92
2	Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	Соб баз / ТОбаз * ТО пл	402540,73
3	Валовий прибуток	П.5=п.3-п.4.	38086,70
4	Інші операційні доходи	Базове значення * темп зростання	1426,58
5	Адміністративні витрати	Базове значення * темп зростання	2237,29
6	Витрати на збут	Базове значення * темп зростання	21835,03
7	Інші операційні витрати	Базове значення * темп зростання	2451,24
8	Фінансовий результат від операційної діяльності	П.10=п.5-п.6+п.7-п.8-п.9	12989,73
9	Податок на прибуток	18%	2338,15
10	Чистий прибуток	12=п.10-п.11	10651,58

Грунтуючись на даних таблиці 3.2 можна зробити висновки про те, що прибуток від операційної діяльності підприємства у 2018 році буде становити 10651,58 тис.грн.

Наступним є нормативний метод, який також відноситься до числа відносно простих методів планування формування операційного прибутку.

В роботі проведено планування прибутку виходячи з норми прибутку на власний капітал. У зв'язку з тим, що такий норматив на підприємстві не

розроблений, його мінімальним аналогом може виступати середня норма депозитного відсотка на грошовому ринку. Розрахунок валового операційного прибутку в цьому випадку може бути здійснений за наступною формулою:

$$\text{Вопп} = (\text{Ско} \times \text{Нвп}) / 100, \quad (3.17)$$

де Вопд - планова сума валового операційного прибутку;

Ско - середня сума власного капіталу підприємства, задіяна в його операційній діяльності в плановому періоді;

Нп - норма валового прибутку на власний капітал, у %.

На сьогоднішній день середня норма депозитного відсотка на грошовому ринку становить 18,9%. Результат розрахунків представлено в табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Планування прибутку від операційної діяльності ТОВ “Абра” на 2018 рік виходячи з норми прибутку на власний капітал

Показники	Значення
1.Власний капітал, тис.грн.	3042
2.Середня норма депозитного відсотка на грошовому ринку, %	18,9
3.Планова, мінімально необхідна сума операційного прибутку	574,9

Визначений таким чином прибуток буде становити 574,9 тис.грн.

Метод цільового формування прибутку дозволяє забезпечити найбільше ув'язування планових її показників зі стратегічними цілями управління прибутком в майбутньому періоді. Основою цього методу розрахунку є попереднє визначення потреби у власних фінансових ресурсах, формованих за рахунок чистого операційного прибутку підприємства.

Розрахунок ведеться за кожним елементом цієї потреби й охоплює як капіталізуєму, так і споживану її частини. Сумарна потреба в коштах, формованих за рахунок чистого операційного прибутку, являє собою цільову

її суму. Результат розрахунків представлено в табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Визначення потреби ТОВ “Абра” в коштах, що формуються за рахунок чистого операційного прибутку у 2018 році

Напрямки використання прибутку	Прогноз на 2018 рік, тис.грн
на виробничий розвиток	332
на соціальний розвиток	124,5
на матеріальне заохочення	230
на інші цілі	50
Усього:	736,5

Згідно законодавства України, наше підприємство сплачує з прибутку лише податок на прибуток, ставка якого становить 18% від суми отриманого прибутку.

Отже, величина необхідного прибутку ($P_{\text{необх}}$), виходячи із потреби прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства, та частки обов'язкових платежів в загальній сумі прибутку буде складати (табл. 3.5).

Таблиця 3.5

Планування прибутку від операційної діяльності ТОВ “Абра” на 2018 рік методом цільового формування прибутку

Показники	Прогноз на 2018 рік
Чистий прибуток необхідний, тис.грн.	736,5
Ставка податку на прибуток, %	18
Необхідний обсяг прибутку до оподаткування, тис.грн.	869,07

Отже, обсяг необхідного прибутку у 2018 році становить 869,07 тис.грн.

Наступним методом планування є економіко-математичний метод за допомогою функції ТРЕНД. За цим методом планування проводиться за загальним обсягом прибутку від операційної діяльності підприємства. Для цього зіставляються обсяги чистого доходу від реалізації продукції та прибутку від операційної діяльності у звітних періодах і виходячи з

тенденцій, що склалися визначається прогнозний обсяг прибутку від операційної діяльності 2018 рік. Результати розрахунків представлено в табл. 3.6

Таблиця 3.6

Розробка плану-прогнозу операційних витрат підприємства економіко-математичним методом

Період	Чистий дохід, тис.грн.	Прибуток від операційної діяльності, тис.грн.
2015 рік	230455,0	645,0
2016 рік	278752,0	834,0
2017 рік	399924,0	1610,0
2018 рік	528752,92	2345,8

Обсяг прибутку визначений за допомогою функції ТРЕНД у 2018 році буде становити 2345,8 тис.грн.

У вигляді табл.3.7 подамо планові показники суми прибутку на 2018 рік, визначені різними методами.

Таблиця 3.7

Планові показники суми прибутку, визначені різними методами на 2018 рік ТОВ «Абра»

Показники	Планова сума прибутку, тис.грн.
Методом екстраполяції	2963,7
Метод прямих техніко-економічних розрахунків	10651,58
Метод визначення норми прибутку на власний капітал	574,9
Метод цільового формування прибутку	869,07
Економічно-статистичний метод	2345,8

Отримані результати свідчать про те, що найбільшим є обсяг прибутку, визначений методом прямих техніко-економічних розрахунків (10651,58

тис.грн.), а найменшим – виходячи з норми прибутку на власний капітал (574,9 тис.грн.). На нашу думку найбільш прийнятним є метод екстраполяції або економіко-статистичний метод (2345,8 тис.грн.).

З метою забезпечення умов зростання обсягу прибутку підприємства у прогнозному періоді необхідно розглянути можливі резерви його зростання.

3.3. Обґрунтування політики формування прибутку підприємства

Політика формування прибутку підприємства починається з пошуку резервів його зростання.

Резерви підвищення прибутковості діяльності ТОВ “Абра” можуть бути класифіковані на:

1. Резерви підвищення обсягів господарської діяльності (чистого доходу від реалізації продукції).

2. Резерви зростання рівня торговельної надбавки (маржі), в тому числі за рахунок:

- зниження цін закупівлі товарних ресурсів;
- зростання цін реалізації товарів.

3. Резерви удосконалення управління поточними витратами, в тому числі за рахунок:

- скорочення обсягу постійних витрат;
- скорочення рівня умовно-змінних витрат;
- удосконалення структури поточних витрат (зростання питомої ваги умовно - змінних витрат).

4. Резерви удосконалення використання прибутку підприємства.

Якісний та кількісний взаємозв'язки між переліченими групами резервів можуть бути досліджені за допомогою моделі беззбитковості діяльності з урахуванням особливостей її побудови та застосування в торгівлі (таб. 3.8).

Таблиця 3.8

Система резервів зростання ефективності операційної діяльності підприємства ТОВ «Абра»

Група резервів 1	Перелік резервів 2
1. Резерви зростання обсягу чистого доходу	здійснення ефективної маркетингової політики у сфері збуту товарів; удосконалення вивчення та прогнозування споживчого попиту; використання ліберальної цінової політики; диверсифікація асортименту шляхом внесення до переліку взаємодоповнюючих та взаємозамінних товарів; удосконалення складу сукупного; регіональна диверсифікація діяльності; наближення місць продажу товарів до потоків споживачів; оптимізація графіка роботи підприємства; надання споживчого кредиту при реалізації товарів тривалого зберігання; розширення системи додаткових послуг, пов'язаних з реалізацією товарів; вжиття ефективних рекламних заходів; постійне оновлення та доповнення асортименту товарів; тощо;
2. Резерви за рахунок зниження ціни закупівлі товарів	скорочення кількості посередників при закупівлі товарів; використання системи цінкових знижок у процесі закупівлі товарів; здійснення зовнішньоекономічної діяльності із закупівлі товарів (при сприятливому співвідношенні курсів національної та іноземної валюти); здійснення товарообмінних операцій (при відповідному попиті та сприятливому співвідношенні цін);
2.2. За рахунок збільшення цін реалізації товарів	здійснення ефективної цінової політики; використання сприятливої кон'юнктури в окремі періоди роки, дні, тижні, часи роботи підприємства; збільшення частки в чистому доході нових, особливо модних та престижних товарів; розширення продажу сезонних товарів на початку сезону; використання нетрадиційних форм та каналів збуту товарів (біржі, аукціони, продаж за каталогом, електронна торгівля); організація виїзної торгівлі в іноземних представництвах, місцях дозвілля та відпочинку; тощо.
3. Резерви удосконалення управління поточними витратами	скорочення чисельності працівників з погодинною формою оплати праці, перш за все управлінської ланки; зменшення розміру посадових окладів та фіксованих надбавок; скорочення розміру орендованої торговельної та складської площі; пошук альтернативних варіантів оренди необхідних основних засобів з мінімальною ставкою орендної плати; мінімізація вартості залучених зовнішніх фінансових ресурсів; зниження обсягу витрачання матеріальних ресурсів для забезпечення торговельно - оперативного процесу;

3.1. За рахунок скорочення обсягу постійних витрат	<p>скорочення бюджету рекламних заходів; скорочення витрат на обслуговування автотранспортних засобів, обмеження та раціоналізація використання автотранспорту; впровадження режиму економії використання електроенергії, топливно-паливних та інших видів ресурсів, введення нормування їх споживання;</p>
	<p>зростання термінів використання спецодягу; раціоналізація графіка проведення поточного та профілактичного ремонту обладнання; введення матеріальної відповідальності за збитки від браку, псування та розкрадання матеріальних цінностей, стягнення збитків з винних осіб; тощо.</p>
3.2. За рахунок зниження рівня умовно-змінних поточних витрат	<p>скорочення розміру відрядних розцінок, рівня преміальних виплат, інших видів виплат персоналу, що залежать від обсягу діяльності; зниження рівня втрат товарів у процесі зберігання, передпродажної підготовки, реалізації; вибір оптимальних умов залучення зовнішніх автотранспортних засобів для перевезення товарів за критерієм мінімізації відрядних ставок оплати, раціоналізація внутрішніх перевезень, скорочення часу розвантажувально-навантажувальних робіт; раціоналізація використання фасувального обладнання, пакувальних матеріалів; удосконалення управління товарними запасами для скорочення часу їх зберігання, підтримка обсягів товарних запасів на нормативному рівні;</p>
3.3. За рахунок удосконалення структури поточних витрат	<p>забезпечення зростання питомої ваги в загальному складі витрат їхньої умовно-змінної частини за рахунок посилення взаємозв'язків "обсяг реалізації => доходи => витрати"; узгодження в часі отримання доходів та здійснення поточних витрат; скорочення обсягу авансових витрат та витрат майбутніх періодів;</p>
4. Резерви удосконалення використання прибутку	<p>здійснення ефективної податкової політики, в тому числі - перехід на спрощену систему оподаткування, повне використання можливостей отримання податкових пільг; дотримання податкової дисципліни з метою усунення економічних санкцій за порушення податкового законодавства; вживання заходів щодо отримання бюджетного відшкодування в разі переоплати окремих видів податків; обмеження використання коштів на соціальний розвиток та "інші" цілі, що зменшують обсяги прибутку, що капіталізується; сприяння обмеженню дивідендних виплат, використання залишкового методу виплати дивідендів; тощо.</p>

Процес бюджетування є основою планування витрат отриманого прибутку в майбутньому періоді і одночасно є планом по досягненню

цільових орієнтирів по прибутку на планований період, тобто процесу визначення майбутніх дій по формуванню і використанню фінансових ресурсів і в тому числі прибутку. Фінансові плани забезпечують взаємозв'язок доходів і витрат на підставі взаємозв'язків показників розвитку підприємства з його фінансовими ресурсами.

Мета фінансового планування — забезпечення відтворювального процесу відповідними як по обсягу, так і за структурою фінансовими ресурсами. У ході досягнення цієї мети виділяються наступні основні задачі фінансового планування:

Процес бюджетування на підприємстві поєднує роботу зі складання оперативного, фінансового і загального бюджетів, управління і контролю за виконанням бюджетних показників. На основі оперативних бюджетів складається бюджетний звіт про прибутки і збитки. Інформація про доходи береться з бюджету продажів.

Безпосередньо для збільшення чистого доходу від реалізації продукції ТОВ “Абра” на нашу думку доцільне проведення рекламної кампанії. Цей захід відноситься до пункту 1 табл. 3.8 у системі резервів зростання ефективності операційної діяльності підприємства.

Відзначимо, що організація рекламних кампаній ТОВ “Абра” є складним багатоступінчастим процесом, що включає аналіз і складання портретів покупців товарів, вибір рекламоносіїв, визначення характеру рекламних кампаній, складання графіків виходу реклами, планування рекламного бюджету а також проведення оцінки ефективності рекламних кампаній. Першим етапом в організації рекламних кампаній є визначення портрету споживача, на якого буде спрямований рекламний вплив. Визначення портрету споживача дозволяє визначитися з оптимальними каналами поширення реклами, що дозволить найбільш ефективно використовувати рекламний бюджет і виключити неефективну витрату коштів. У випадку, коли визначений портрет споживачів і погоджені цілі рекламної кампанії, складається графік виходу реклами (графік у більшій

мірі визначається цілями рекламної кампанії) і визначає канали поширення реклами (вони головним чином визначаються портретом споживачів).

Ціль рекламної кампанії - сформувати стійку позицію підприємства на ринку Києва і київської області, привернути увагу потенційних покупців до продукції підприємства та закріпити свій позитивний імідж фірми в очах покупців.

Задача кампанії - залучення покупців до продукції підприємства.

Метою проектування рекламної кампанії є:

- формування стійкого іміджу переваги продукції ТОВ “Абра” у порівнянні з конкурентами.
- формування кола постійних покупців
- підвищення поінформованості потенційних покупців про підприємство.

Задачі проектування рекламної кампанії:

- Визначення рекламних носіїв
- Визначення способів реклами
- Визначення сюжетного ряду реклами
- Розробка медіа - плану рекламної кампанії

Під час проведення рекламної кампанії ТОВ “Абра” на ринку Києва активно використовуватиметься реклама в спеціалізованих друкованих ЗМІ галузевої тематики, зовнішня-реклама, реклама на телебаченні а також буде розповсюджуватись друкована рекламна продукція.

Стратегія і тактика рекламної кампанії для ТОВ “Абра” базується на результатах попередніх досліджень переваг покупців і результатах останніх медіа-досліджень. Запропоновані для впровадження типи і жанри рекламної продукції, по більшій частині, відповідають тим вимогам, що пред'являються до реклами подібного продукту. А саме: функціональність, динамічність, мультиплікаційність.

Застосовані ідеї в рекламній кампанії у достатній мірі відповідають вимогам, що пред'являють споживачі до продукції: помірні ціни, якість

товарів.

Особливу увагу ми пропонуємо приділити саме участі у виставках та ярмарках. Виставки і ярмарки мають дуалістичний зв'язок з каналами збуту товарів (магазини, дилери, торговельні представництва, прямий продаж, багаторівневий маркетинг, дистриб'ютори). Багато українських компаній відвідують виставки і ярмарки, з одного боку, для укладання контрактів, а з другого - сама сутність виставок і ярмарків полягає в одночасному ефективному поєднанні усіх цих каналів збуту. Підкреслимо, що результативність участі в виставках та ярмарках не завжди проявляється миттєво, а тому сприймати це як марнування часу і витрачання коштів.

Зазначимо, що оскільки важливе місце в стратегії просування продукції ТОВ "Абра" на ринки належить участі у виставках та ярмарках, то ми вважаємо, що підприємству слід приділити серйозну увагу рекламуванню себе та своєї продукції під час цих заходів. Для цього йому потрібні презентаційні рекламні матеріали. Відзначимо, що поліграфічні рекламні матеріали просто необхідні фірмі, коли вона бере участь у виставках або проводить презентації. Не рідко у фірми виникає потреба в проведенні презентацій - для того щоб мати можливість представити товар кінцевому споживачу, найбільш повно інформувати його про властивості, переваги, особливості, дати потенційному покупцю можливість оцінити переваги товару і т.д. При проведенні презентацій товарів в залежності від виду продукції можливе проведення демонстрації товару, семплінгу, розіграшу призів і т.д. У ході підготовки презентації необхідно заздалегідь підготувати рекламну продукцію, яка допоможе провести намічені заходи з найбільшою ефективністю. До них можна віднести рекламні буклети і листівки, які відбивають всю інформацію про товар. Крім того, на основі буклету можна зробити різні варіанти спонукання покупця до здійснення покупки, починаючи від купонів на одержання знижки і закінчуючи лотереєю. Ефективність проведення презентації прямо залежить від кількості присутніх на ній людей, тому бажано ще в процесі підготовки до проведення

презентації виготовити наочні рекламні матеріали. Це можуть бути плакати, штендери, спеціальне устаткування. Їх корисно використовувати як до початку презентації, розміщаючи в місцях де будуть проходити презентації листівки з анонсами майбутніх заходів, так і під час їхнього проведення, установлюючи штендери з рекламною інформацією. Так само гарну допомогу роблять розміщені в місці проведення презентації всілякі стенди, стійки, парасольки, прапори і т.д.

Використання поліграфічної рекламної продукції є одним із способів просування продукції сучасної компанії на ринок. Звичайно в сучасних умовах використовуються такі види друкованої рекламної продукції як плакати, листівки, листівки-закладки, каталоги, буклети і кишенькові табель-календарі. Друкована реклама є одним з основних засобів реклами, розрахованих винятково на сприйняття за допомогою зору. Взагалі існують наступні види рекламно-інформаційних матеріалів: інформаційний лист, комерційна пропозиція, інформаційний листок, рекламний листок, буклет, проспект, каталог, прес-реліз. Далі ми представимо основні показники, які кількісно характеризуватимуть рекламну кампанію ТОВ “Абра” по просуванню своєї продукції на ринок та здійснимо оцінку економічної ефективності рекламних заходів. В табл. 3.9 приведений прогнозний календарний план витрат на проведення рекламної кампанії ТОВ “Абра”.

Таблиця 3.9

Календарний план витрачання ресурсів на рекламну кампанію ТОВ “Абра” в 2018 році

Витрати на рекламу, грн.	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	Разом за рік
Друковані ЗМІ	29450	34751	37107	33924,9	135233
Телебачення	6243,1	7366,8	7866,3	7191,7	28667,8
Поліграфічна продукція	2411,1	2845,1	3038,0	2777,5	11071,7
Зовнішня та радіо-реклама	4951,4	5842,6	6238,8	5703,7	22736,5
Усього	43055,6	50805,6	54250,0	49597,8	197709,0

Загальний бюджет рекламної кампанії становить 197709,0 грн., при цьому на рекламу в друкованих ЗМІ планується витратити 135233,0 грн., на рекламу на телебаченні - 28667,8 грн., витрати на виготовлення поліграфічної рекламної продукції становитимуть 11071,7 грн., а витрати на зовнішню та радіо - рекламу - 22736,5 грн. Передбачувана структура рекламного бюджету ТОВ “Абра” в розрізі каналів поширення реклами представлена на рис. 3.2.

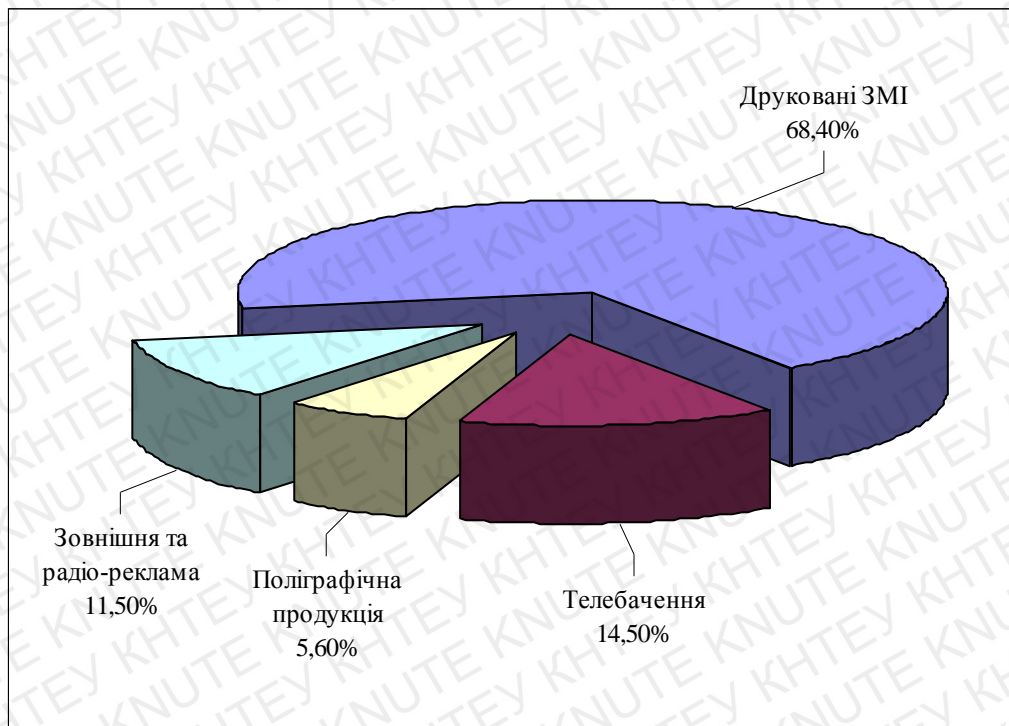


Рис. 3.2. Передбачувана структура рекламного бюджету ТОВ “Абра”

В структурі витрат на проведення рекламної кампанії ТОВ “Абра” 68,4% витрат – витрати на рекламу в спеціалізованих друкованих ЗМІ, 14,5% витрат – витрати на ТВ рекламу, 11,5% - витрати на зовнішню і радіо-рекламу та 5,6% - витрати на виготовлення поліграфічної рекламної продукції.

Тепер для оцінки економічної ефективності рекламних заходів нам необхідно спрогнозувати очікуваний позитивний ефект від їх впровадження. Останнім етапом у проведенні рекламної кампанії є оцінка її економічної ефективності. Показники економічної ефективності рекламної кампанії для ТОВ “Абра” представлені в табл. 3.10.

Таблиця 3.10

Оцінка ефективності рекламної кампанії ТОВ “Абра” у 2018 році

Показники	План на 2018 рік
1.Очікуваний приріст доходів від продажу, тис.грн. (близько 30% до прогнозного значення)	26437,65
2.ПДВ, тис.грн.	20177,04
3.Витрати на закупівлю, зберігання та збут продукції, тис.грн. (52%)	6310,61
4.Додатковий прибуток від реалізації товарів отриманих за рахунок проведення рекламної кампанії, тис.грн	197,7
5.Витрати на рекламу, тис.грн.	23,9
6.Рентбельність діяльності, %	3192,0
7.Рентабельність витрат на рекламу, %	31,0
8.Рентабельність сукупних витрат, %	26437,65

Як ми можемо бачити з даних табл. 3.10, зростання додаткового чистого доходу від реалізації товарів ТОВ “Абра” випереджає ріст асигнувань на проведення рекламної кампанії.

Підводячи підсумок ефективності запропонованої рекламної кампанії наведемо наступні дані:

- загальні витрати на проведення рекламної кампанії – 197,7 тис.грн.;
- загальний приріст прибутку від реалізації товарів отриманих за рахунок проведення рекламної кампанії – 6310,61 тис.грн.
- рентабельність витрат на рекламу знаходиться на високому рівні;
- рентабельність усіх затрат, пов’язаних з реалізацією заходу становить 31%.

Виходячи з цього ми можемо сказати, що проведення рекламної кампанії є ефективним засобом поліпшення показників діяльності ТОВ “Абра” та підвищенні ринкових позицій підприємства на ринку. Впровадження цієї кампанії дасть змогу забезпечити ТОВ “Абра” привабливий імідж в очах покупців на ринку, збільшити їх прихильність до

продукції підприємства та збільшити обсяги продаж і розміри отримуваних прибутків.

Здійснення контролю за формуванням прибутку на вітчизняних підприємствах є однією з найактуальніших проблем, що стоїть перед його керівництвом як в площині підвищення ефективності діяльності, так і в площині підвищення їх конкурентоспроможності. Виходячи з цього пропонуємо на ТОВ “Абра” створити єдину службу контролінгу, яка буде здійснювати контроль за усією діяльністю підприємства. При такому підході істотними перевагами є: системність і зосередженість в роботі, оскільки відсутня розпорошеність професійної діяльності працівників через сумісництво функцій; підвищення відповідальності за виконану роботу через її чітку індивідуалізацію; висока мотивація працівників; підвищення оперативності у зборі необхідної інформації; зменшення часу на проведення контролінгових операцій; впорядкованість і прозорість звітних матеріалів; функціональна незалежність від інших підрозділів підприємства; мінімальний внутрішній опір досягненню цілей впровадження контролінгу; підвищення ефективності відносин координації з керівниками інших підрозділів. Вагомою вадою цього варіанту організації контролінгової діяльності є можливі конфлікти інтересів економічного відділу, бухгалтерії і відділу контролінгу. При позитивному впливі корпоративної культури, яка розвинута в ТОВ “Абра”, такі конфлікти не відіграватимуть значної ролі в роботі відповідних служб і тому впровадження системи контролінгу у вигляді відокремленого відділу є досить ефективним.

При створенні служби контролінгу на ТОВ “Абра” враховано такі вимоги: можливість безперешкодно одержувати необхідну інформацію з бухгалтерії, фінансового відділу, інвестиційного відділу, планово-економічного відділу, відділів збуту і постачання; наявність повноважень організувати за допомогою інших служб збір необхідної їй інформації, що не містяться в звітних документах; наявність повноважень впроваджувати нові процедури збору інформації на постійній основі; зобов'язаність швидко

доводити інформацію до керівництва підприємства; незалежність положення служби контролінгу від інших служб підприємства; достатня оснащеність техніко-технологічними і програмними засобами.

Служба контролінгу ТОВ “Абра” повинна має привілейоване місце не тільки через покладені на неї функції і повноваження, але і в ієрархії організаційної структури підприємства. Оскільки рекомендації, які готує служба контролінгу, призначені безпосередньо керівнику підприємства, то це передбачає її підпорядкованість теж безпосередньо одному з вищих керівників (фінансовий директор).

Функціональна схема служби контролінгу ТОВ “Абра” саме в управлінні фінансовими результатами може бути побудована наступним чином:

- начальник служби контролінгу;
- контролер-спеціаліст з операційної, фінансової та інвестиційної діяльності підприємства;
- контролер-спеціаліст з управлінського обліку;
- контролер-спеціаліст з інформаційних систем.

Впровадження контролінгу формування фінансових результатів на ТОВ “Абра” та його автоматизація є потребою сьогодення. Серед підсистем контролінгу на ТОВ “Абра” можна виділити: стратегічний контроль, контроль якості обслуговування, контроль фінансових результатів.

Прагнення працювати з максимальною економічною віддачею змушує сьогодні досліджуване підприємство реформувати як свою внутрішню організаційну структуру, так і методи управління бізнесом. Контроль фінансових результатів не повинен зводитися до фіксації витрат, як це здійснюється на досліджуваному підприємстві. Для того щоб бути ефективним, контроль повинний відповідати потребам і можливостям людей, взаємодіючих із системою контролю і реалізуючих її. Найбільш вагомий недолік контролю на підприємстві – його неекономічність, громіздкість.

До контролю необхідно залучати весь персонал ТОВ “Абра”, тому що

кращий контроль - це самоконтроль. Для того щоб підвищити надійність контролю, необхідно розширювати границі повноважень персоналу.

Створення комплексної системи контролінгу ТОВ “Абра” є важливою задачею, що дозволяє підвищити й оптимізувати результати роботи підприємства, його окремих підрозділів і в остаточному підсумку вирішити проблему стабілізації і розвитку в ринкових умовах. Досягнення поставленої цілі можливо шляхом логічного аналізу проблем, що можуть виникнути в процесі створення комплексної системи управління формуванням прибутку підприємства, причин появи надмірних витрат, що дозволить нейтралізувати їх негативний вплив.

Прибуток являє собою кінцевий фінансовий результат, що характеризує виробничо- господарську діяльність усього підприємства, тобто становить основу економічного розвитку підприємства. Зростання прибутку створює фінансову основу для самофінансування діяльності підприємства, здійснюючи розширене відтворення. У такий спосіб прибуток стає найважливішим показником оцінки виробничої та фінансової діяльності підприємства. Прибуток характеризує кошториси його ділової активності й фінансове благополуччя. Тому на підприємстві повинна проводитися робота щодо аналізу факторів впливу на прибуток підприємства та пошук резервів

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

Проведення дослідження дозволяє зробити наступні висновки та пропозиції.

Прибуток не є гарантованим доходом підприємця, що вклав свій капітал у той чи інший бізнес. Він є результатом лише вмілого й успішного здійснення цього бізнесу. Велика роль прибутку в розвитку підприємства і забезпеченні інтересів його власників і персоналу визначають необхідність ефективного аналізу та планування прибутку підприємства.

Порівнюючи темпи зростання чистого доходу від реалізації продукції та прибутку від операційної діяльності ТОВ «Абра» можна зробити висновки про те, що на підприємстві прибуток зростає повільніше, ніж чистий дохід, що є негативною зміною та свідчить про зниження ефективності управління операційною діяльністю підприємства. Фінансовий результат діяльності підприємства від операційної діяльності протягом усього періоду, що аналізується, був позитивним. У 2015 р. його обсяг становив 1416 тис.грн., а у 2017 р. – 2057 тис.грн. у 2015 р. прибутковість обороту складала 0,63%, у 2016 р. прибутковість зросла до 1,2%. У 2017 р. відбулося зменшення та її значення становило 0,71%.

Протягом аналізованого періоду коефіцієнт операційного левериджу зменшувався, отже обсяг операційного прибутку зменшив свою залежність від обсягів реалізації продукції. Зменшення показника оцінюється негативно і свідчить про проблеми у прибутковості підприємства. Ефект операційного левериджу має позитивне значення, що свідчить про те, що ТОВ «Абра» працює прибутково, але при збільшенні обсягу реалізації на 1% операційний прибуток збільшиться на 0,2% (на кінець аналізованого періоду). Зменшення цього показника свідчить про зменшення прибутковості підприємства на одиницю реалізації.

У 2016 р. в результаті зростання операційних витрат підприємства на 11982 тис.грн., прибуток підприємства зменшився на 3919 тис.грн., а в

результаті зниження рівня операційних витрат на - 0,1, прибуток підприємства від операційної діяльності збільшився на 5661 тис.грн.

Загальний обсяг операційного прибутку у цьому періоді зріс на 1742 тис.грн. У 2017р. в порівнянні із 2016 р. в результаті зростання операційних витрат підприємства на 36194 тис.грн., прибуток підприємства зменшився на 14483 тис.грн., а в результаті зниження рівня операційних витрат на 0,1, прибуток підприємства від операційної діяльності зріс на 13382 тис.грн. Загальний обсяг операційного прибутку у цьому періоді зменшився на 1101 тис.грн.

Проведений в роботі факторний аналіз дає змогу судити про те, що найбільший вплив на обсяг отриманого підприємством прибутку від операційної діяльності справляє обсяг чистого доходу від реалізації продукції та обсяг операційних витрат підприємства.

На ТОВ “Абра” відбулися позитивні зміни у показниках рентабельності операційної діяльності підприємства, а саме: рентабельність чистого доходу від реалізації продукції зросла з 0,11% до 0,25%; прибутковість поточних витрат за період, що досліджується вона зросла з 3,77% до 4,76%; рентабельність основних засобів підприємства також є високою, її значення зросло з 48,3% до 128,74%; рентабельність оборотних активів підприємства зросла з 0,21% до 0,37%. Досить ефективно на підприємстві використовуються трудові ресурси. Прибуток на 100 грн. фонду оплати праці у грошовому виразі у 2015 р. становив 25,08 грн., у 2016 р. – 34,24 грн., у 2017 р. – 64,74 грн. Рентабельність активів підприємства зросла з 0,14% до 0,31 %, а рентабельність власного капіталу зросла з 24,39 % до 39,71%. Тобто, в цілому протягом періоду, що аналізується, підприємство досить ефективно використовувало свої ресурси. Позитивним є зростання усіх показників у 2017 р.

На діяльність підприємства ТОВ «Абра» суттєво вплинув залучений капітал. Зменшення залученого капіталу дозволить збільшити рентабельність власного капіталу, що дозволить збільшити рентабельність

активів, що приведе до збільшення прибутковості підприємства.

З метою прогнозування прибутку ТОВ “Абра” в роботі використано 5 методів. Планування проведено на 2018 рік.

Отримані результати свідчать про те, що найбільшим є обсяг прибутку, визначений методом прямих техніко-економічних розрахунків (9742,29 тис.грн.), а найменшим – виходячи з норми прибутку на власний капітал (574,9 тис.грн.). На нашу думку найбільш прийнятним є метод екстраполяції або економіко-статистичний метод (2345,8 тис.грн.).

Резерви підвищення прибутковості діяльності ТОВ “Абра” можуть бути класифіковані на:

1. Резерви підвищення обсягів господарської діяльності (чистого доходу від реалізації продукції).

2. Резерви зростання рівня надбавки (маржі), в тому числі за рахунок:

- зниження цін закупівлі товарних ресурсів;
- зростання цін реалізації товарів.

3. Резерви удосконалення управління поточними витратами, в тому числі за рахунок:

- скорочення обсягу постійних витрат;
- скорочення рівня умовно-змінних витрат;
- удосконалення структури поточних витрат (зростання питомої ваги умовно - змінних витрат).

4. Резерви удосконалення використання прибутку підприємства.

Якісний та кількісний взаємозв'язки між переліченими групами резервів можуть бути досліджені за допомогою моделі беззбитковості діяльності з урахуванням особливостей її побудови та застосування в торгівлі.

Безпосередньо для збільшення чистого доходу від реалізації продукції ТОВ “Абра” на нашу думку доцільне проведення рекламної кампанії.

Метою проектування рекламної кампанії є: формування стійкого іміджу переваги продукції ТОВ “Абра” у порівнянні з конкурентами, формування кола постійних покупців, підвищення поінформованості

потенційних покупців про підприємство.

Під час проведення рекламної кампанії ТОВ “Абра” на ринку Києва активно використовуватиметься реклама в спеціалізованих друкованих ЗМІ галузевої тематики, зовнішня-реклама, реклама на телебаченні а також буде розповсюджуватись друкована рекламна продукція.

Загальний бюджет рекламної кампанії становить 197709,0 грн., при цьому на рекламу в друкованих ЗМІ планується витратити 135233,0 грн., на рекламу на телебаченні - 28667,8 грн., витрати на виготовлення поліграфічної рекламної продукції становитимуть 11071,7 грн., а витрати на зовнішню та радіо - рекламу - 22736,5 грн. В структурі витрат на проведення рекламної кампанії ТОВ “Абра” 68,4% витрат – витрати на рекламу в спеціалізованих друкованих ЗМІ, 14,5% витрат – витрати на ТВ рекламу, 11,5% - витрати на зовнішню і радіо-рекламу та 5,6% - витрати на виготовлення поліграфічної рекламної продукції.

Підводячи підсумок ефективності запропонованої рекламної кампанії наведемо наступні дані:

- загальні витрати на проведення рекламної кампанії – 197,7 тис.грн.;
- загальний приріст прибутку від реалізації товарів отриманих за рахунок проведення рекламної кампанії –6310,61 тис.грн.
- рентабельність витрат на рекламу знаходиться на високому рівні;
- рентабельність усіх затрат, пов’язаних з реалізацією заходу становить 31%.

Виходячи з цього ми можемо сказати, що проведення рекламної кампанії є ефективним засобом поліпшення показників діяльності ТОВ “Абра” та підвищенні ринкових позицій підприємства на ринку. Впровадження цієї кампанії дасть змогу забезпечити ТОВ “Абра” привабливий імідж в очах покупців на ринку, збільшити їх прихильність до продукції підприємства та збільшити обсяги продаж і розміри отримуваних прибутків.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агеєва І.М., Мілева М.Д. Дослідження процесів стратегічного планування на харчових підприємствах [текст] / І.М. Агеєва, М.Д. Мілева // Економіка харчової промисловості. – 2010. - №1. – С.20-21.
2. Афанасьєв М. В. Економіка підприємства: підручник / М. В. Афанасьєв, О. Б. Плоха. – К.: Ліра-К, 2013. – 664 с.
3. Безверхий К. В. Непрямі витрати в системі управління промислових підприємств: обліково-контрольний аспект: монографія / К. В. Безверхий. – К: ЦУЛ, 2013. – 276 с.
4. Березівський П. С. Організація виробництва, прогнозування та планування в агропромисловому комплексі України: навч. посіб. / П. С. Березівський, Н. І. Михалюк. – К.: Ліра-К, 2015. – 440 с.
5. Блажівська О. Є. Спільна діяльність учасників простого товариства: монографія / О. Є. Блажівська. – К.: Ліра-К, 2013. – 224 с.
6. Бланк І.А. Управление прибылью. [підручник] / І.А. Бланк; [3-е изд., расшир. и дополн.] – К.: Ника-Центр, 2010. – 768 с
7. Бурик А.Ф. Планування діяльності підприємства: навч. посіб. / А. Ф. Бурик. – К : Ліра-К, 2013. – 260 с.
8. Бланк І.О. Управління фінансами підприємств: підручник. –І.О. Бланк , Г.В. Ситник - К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. –780 с.
9. Бондар М. І. Звітність підприємства: навч. посіб. / М. І. Бондар. – К. : ЦУЛ, 2015. – 570 с.
10. Бочко О. Ю. Основи планування діяльності підприємств невиробничої сфери: навч. посіб. / О. Ю. Бочко, В. Ф. Проскура. – К.: Ліра-К, 2014. – 218 с.
11. Боярко І.М. Оптимізація дебіторської заборгованості підприємства // Економіка, фінанси, право./ І.М. Боярко. -К.:2010 №9.-с.19-25.
12. Бурик А. Ф. Планування діяльності підприємства: навч. посіб. / А. Ф. Бурик. – К. : ЦУЛ, 2013. – 260 с.
13. Васильців Т. Г. Економіка малого підприємства: навч. посіб. / Т. Г.

- Васильців. – К.: Ліра-К, 2013. – 446 с.
- 14.Верига Ю. А. Облік і звітність суб'єктів малого підприємництва: навч. посіб. / Ю. А. Верига. – К.: ЦУЛ, 2014. – 264 с.
- 15.Верига Ю. А. Облікова політика підприємства: навч. посіб. / Ю. А. Верига. – К.: ЦУЛ, 2015. – 312 с.
- 16.Власова Н.О., Чорна М.В., Михайлова О.В. Фактори формування оборотних активів підприємств роздрібної торгівлі// Актуальні проблеми економіки.- 2014, №8 (134).
- 17.Волошенко А. В. Сучасна цінова політика: монографія / А. В. Волошенко. – К.: Ліра-К, 2014. – 239 с.
- 18.Гадзевич О.І. Економічний аналіз господарської діяльності підприємств: Навч. посібник / Ін-т змісту і методів навчання. Волин. держ. ун-т ім. Л.Українки. – Луцьк, 2007. – 162 с.
- 19.Герасименко А. Г. Аналіз і контроль концентрації суб'єктів господарювання : підручник / А. Г. Герасименко. – К.: Патерик, 2014. – 484 с.
- 20.Гиль О. О. Економіка та організація діяльності об'єднань підприємств : навч. посіб. / О. О. Гиль. – К.: Ліра-К, 2015. – 248 с.
- 21.Говорушко Т. А. Управління фінансовою санацією підприємства: підручник / Т. А. Говорушко. – К.: ЦУЛ, 2013. – 400 с.
- 22.Грещак М.Г., Колот В.М., Наливайко А.П., Покропивний С.Ф. Економіка підприємства: підручник /За ред. С.Ф.Покропивного .-2-ге вид., перероб.та доп.-К.:КНЕУ, 2005 .-526с.
- 23.Грибик І. І. Економіка та управління підприємством: теорія і практика : навч. посіб. / І. І. Грибик. – К.: Ліра-К, 2014. – 428 с.
- 24.Гуткевич С. Прибуток як основне джерело інвестування підприємницьких структур // Актуальні проблеми економіки. - 2012. - № 8. - С.26 - 28.
- 25.Данилюк М. О. Планування і контроль на підприємстві: навч. посіб. / М. О. Данилюк. – К.: Ліра-К, 2015. – 328 с.
- 26.Державне фінансове регулювання економічних перетворень: монографія / За ред. А. А. Мазаракі. – К.: Патерик, 2015. – 376 с.

27. Диба М.І. Організаційний підхід до визначення й погашення дебіторської заборгованості в Україні. / М.І. Диба, Ю.В. Іващенко. Фінанси України.-2016, №11.-с.83-91.
28. Доберчак Н. І. Економіка виробництва: навч. посіб. / Н. І. Доберчак. – К.: Ліра-К, 2015. – 258 с.
29. Економіка підприємства, збірник засобів діагностики: навч. посіб. / За заг ред. М. В. Афанасьєва. – К.: Ліра-К, 2013. – 112 с.
30. Економіка підприємства: компетентність і ефективність розвитку : навч. посіб. / За заг ред В. С. Пономаренка. – К.: Ліра-К, 2013. – 152 с.
31. Економіка підприємства: теорія і практикум: навч. посіб. / [Дорошенко Г. О., Семенець А. О., Пасенко Н. С. та ін.]– К.: Ліра-К, 2013. – 328 с.
32. Єгорова І. Г. Економіка та організація діяльності об'єднань підприємств: навч. посіб. / І. Г. Єгорова. – К.: Ліра-К, 2014. – 336 с.
33. Жукевич С.М. Аналітичні основи управління оборотним капіталом підприємства / С.М. Жукевич // Стан і перспективи розвитку обліково-інформаційної системи в Україні: матер. II міжнар. наук.-практ. конф., 29-30 лист. 2012 р.– Тернопіль: ТНЕУ, 2012. – С. 202-204.
34. Загуцький У. Р. Планування і діагностика діяльності підприємств : навч. посіб. / У. Р. Загуцький, В. М. Цимбалюк, С. Г. Шевченко. – К. : Ліра-К, 2013. – 320 с.
35. Захарін С.П. Прибуток як джерело інвестицій й інновацій / С.П. Захарін // Проблеми науки. - 2017. - № 7. - С.10-19
36. Захарченко В. І. Економіка підприємства : навч. посіб. / В. І. Захарченко. – К.: Ліра-К, 2014. – 300 с.
37. Іванілов О.С., Смачило В.В., Дубровська Є.В. Механізм управління дебіторською заборгованістю підприємства / О.С. Іванілов // Актуальні проблеми економіки.-2017, №1 (67).-с.156-163.
38. Касьянова Н. В. Потенціал підприємства: формування та використання: підручник / Н. В. Касьянова. – К.: ЦУЛ, 2013. – 204 с.
39. Ковтун О. І. Стратегія підприємства: практикум / О. І. Ковтун. – К.: Ліра-К,

2014. – 308.
40. Костюченко В.М. Облік доходу від реалізації продукції, товарів та інших активів [текст] / В.М. Костюченко // Бухгалтерський облік і аудит. - 2011. - № 4. - с. 28.
41. Крикавський Є. В. Економіка і фінанси підприємств: навч. посіб. / Є. В. Крикавський, З. С. Люльчак. – К. : Ліра-К, 2013. – 696 с.
42. Кулішов В. В. Економіка підприємства: теорія і практикум: навч. посіб. / В. В. Кулішов. – К.: Ліра-К, 2014. – 208 с.
43. Кулішов В. В. Економічний довідник підприємця: навч. посіб. / В. В. Кулішов. – К.: Ліра-К, 2013. – 162 с.
44. Левченко Ю. Г. Економіка та організація інноваційної діяльності: навч. посіб. / Ю. Г. Левченко. – К. : Ліра-К, 2015. – 448 с.
45. Лищенко О.Г. Управління дебіторською заборгованістю як фактором фінансової стійкості підприємства / О.Г.Лищенко //Серія «Економіка та підприємництво».- 2010, №3.- с.84-88.
46. Логунова Н. А. Экономика и организация инновационной деятельности: учебн. пособ. / Н. А. Логунова, Л. В. Алексахина, Н. А. Красовская. – К. : Кондор, 2014. – 278 с.
47. Мазаракі А.А. Економіка торговельного підприємства / А.А. Мазаракі, Л.О. Лігоненко, Н.М. Ушакова. – К. : Вид-во КНТЕУ, 2001. – 800 с.
48. Манів З.О., Луцький І.М. Економіка підприємства: навч. посібник / З.О. Манів, І.М. Луцький.- К.:Знання,2004 .-580с.
49. Марюта О.М., Єлисеєва О.К. Адаптивне управління прибутком підприємства / О.М. Марюта // Фінанси України, 2004.-№3 .-С.83-89.
50. Матицина Н. Основні засади регулювання розрахункових відносин через управління дебіторською заборгованістю / Н. Матицина // Бухгалтерський облік і аудит:науково-практичний журнал.-2016, №12.-с.38-42.
51. Мельник Л. Г. Економіка підприємства: навч. посіб. / Л. Г. Мельник. – К.: Ліра-К, 2015. – 876 с.
52. Михалюк Н. І. Планування діяльності підприємств: навч. посіб. / Н. І.

- Михалюк. – К.: Ліра-К, 2015. – 620 с.
53. Міценко Н. Г. Економіка підприємства: теорія і практикум : навч. посіб. / Н. Г. Міценко. – К.: Ліра-К, 2014. – 688 с.
54. Мороз В. С. Організація виробництва: навч. посіб. / В. С. Мороз, А. С. Тельнов. – К.: Ліра-К, 2015. – 256 с.
55. Непочатенко О. О. Фінанси підприємств: підручник / О. О. Непочатенко. – К.: ЦУЛ, 2013. – 504 с.
56. Пазинич В.І. Фінансовий менеджмент: навч. посіб. / В.І. Пазинич, А.В. Шулешко. -К.: Центр учбової літератури, 2011.-408 с.
57. Петрович Й. М. Створення і функціонування суб'єктів підприємництва : навч. посіб. / Й. М. Петрович. – К.: Ліра-К, 2015. – 256 с.
58. Податковий кодекс України: від 07 лютого 2013 р. № 73 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
59. Поддєрьогін А.М. Фінанси підприємств : [підручник] / А.М. Поддєрьогін – 8-вид. – К.: КНЕУ, 2013. – 385 с.
60. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку “Звіт про рух грошових коштів”/ [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://kodeksy.com.ua/buh/psbo.htm>.
61. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 2 "Баланс" / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kodeksy.com.ua/buh/psbo.htm> .
62. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 3 “Звіт про фінансові результати”/ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kodeksy.com.ua/buh/psbo.htm> .
63. Портна О. В. Аналіз господарської діяльності: навч. посіб. / О. В. Портна. – К.: Ліра-К, 2015. – 312 с.
64. Раєвцева О. В. Моделі управління розвитком промислового підприємства в умовах трансформації національної економіки / О. В. Раєвцева, І. В. Чанкіна. – К.: Ліра-К, 2013. – 264 с.
65. Салун М. М. Методологія, методика та оцінка процесів модернізації ресурсного потенціалу підприємства: монографія / М. М. Салун. – К.: Ліра-

- К, 2013. – 416 с.
- 66.Сафонов Ю. М. Економіко-правові основи капітального будівництва: навч. посіб. / Ю. М. Сафонов. – К.: ЦУЛ, 2014. – 244 с.
- 67.Сіменко І. В. Аналіз господарської діяльності: навч. посіб. / І. В. Сіменко. – К.: Ліра-К, 2013. – 384 с.
- 68.Тучак О. Управління дебіторською заборгованістю / О.Тучак // Баланс.- Київ, 2014.- №92.- с.19-24.
- 69.Філімоненков О.С. Фінанси підприємств: навч. посібник для студентів вищих навч.закладів .-2-е вид., перероб. та доп.-К.:Кондор, 2005 .-397с.
- 70.Чаюн І.О., Богославець Г.М., Довгаль Н.С., Стасюк Л.Л. Економіка підприємства: Підручник для студентів економічних спеціальностей вищих навч.закладів / За ред. Н.М.Ушакової .-К.:КНТЕУ,2005 .-568с.
- 71.Шарко М. В. Економіка підприємства : навч. посіб. / М. В. Шарко. – К.: Ліра-К, 2014. – 436 с.
- 72.Швайка Л. А. Планування діяльності підприємства / Л. А. Швайка. –К.: Ліра-К, 2014. – 268 с.
- 73.Шевченко Л. С. Економіка підприємства: навч. посіб. / Л. С. Шевченко. – К. : Ліра-К, 2014. – 208 с.
- 74.Юрко І. В. Торговельне підприємництво: навч. посіб. / І. В. Юрко. – К.: ЦУЛ, 2014. – 308 с.
- 75.Яркіна Н. М. Економіка підприємства: навч. посіб. / Н. М. Яркіна. – К.: Ліра-К, 2015. – 498 с.
- 76.Ярошевич Н. Б. Підприємництво і менеджмент навч. посіб. / Н. Б. Ярошевич. – К. : Ліра-К, 2014. – 408 с.