ЕКОНОМІКА

УДК.338.58

БОЧАРНІКОВ А.П.,
к.е.н., доцент

БОЧАРНІКОВА Я.А.,
здобувач

ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ ВИТРАТ І УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

На сучасному етапі поглиблення ринкової економіки підприємство самостійно планує свою діяльність і визначає пріоритети свого розвитку, виходячи з попиту на свою продукцію (роботи, послуги), рівня конкурентоспроможності тощо. Підприємство самостійно визначає чисельність і структуру робітників, форми і системи оплати праці, фонди оплати праці і фонди споживання, самостійно встановлює ціни і здійснює реалізацію своєї продукції (робіт, послуг), як на основі безпосередніх зв'язків, так і за допомогою товарних бірж, інших посередницьких організацій. Значно розширилась сфера зовнішньоекономічної діяльності підприємств з використанням цінних паперів тощо.

Підприємство на ринку виступає водночас як суб'єкт і як об'єкт ринкових відносин.

Економічна система ринкового господарства базується на автономії господарюючих суб'єктів, механізмі ринку і конкуренції. На ринку засобів виробництва підприємство закуповує обладнання, інвентар, інші матеріальні цінності; на ринку цінних паперів закуповує і продає акції, облігації, векселі. Ринок праці забезпечує підприємство кваліфікованою робочою силою.

Таким чином, організаційно-економічними умовами функціонування підприємства є: економічна самостійність, забезпечення самоокупності, рентабельності і самофінансування; економічна зацікавленість; матеріальна відповідальність за результативність господарської діяльності.

Водночас економічна самостійність підприємства зумовлює і більш високу його відповідальність в реалізації наявного економічно-

го потенціалу. Проте сама наявність речових і особистих факторів виробництва ще не дає відповіді на питання, як вони використовуються на конкретному підприємстві. Певний техніко-економічний потенціал кожне підприємство використовує по-різному в діапазоні екстремальних значень від мінімуму до максимуму. Фактичні і потенційні можливості цього використання пропонується визначити за допомогою моделювання якісних і кількісних показників, які істотно впливають на динаміку витрат виробництва і як наслідок, змінюють прибуток – кінцевий фінансовий результат діяльності підприємства.

Аналіз витрат дозволяє визначити відповідність техніко-економічного потенціалу підприємства рівню фактичних витрат на виробництво і реалізацію товарів (робіт, послуг), а також межі граничних витрат.

Підприємство спроможне одержати прибуток тільки при відповідному обсязі товарообігу, що в свою чергу, вимагає збалансованості обсягу і структури товарів, що реалізуються, потребам ринку, тобто цільова функція підприємства – одержання прибутку – збігається з метою суспільства в напрямку оптимального використання наявних ресурсів і зменшення на цій основі витрат виробництва.

Саме тому, підприємство, розробляючи свою стратегію на перспективу, бажає одержувати якомога більший прибуток, оскільки це є необхідною умовою вирішення виробничих і соціальних завдань. Проте, максимізація прибутку на довгостроковий період (на перспективу) базується на поетапному досягненні відповідних обсягів прибутку за певні короткострокові періоди. При цьому в короткостроковому періоді розмір прибутку повинен бути достатнім для вирішення, перш за все, першочергових виробничих та соціальних завдань, фінансування яких здійснюється за рахунок нерозподіленого прибутку, після проведення розрахунків за податковими та іншими обов'язковими платежами.

Максимізація прибутку, як і одержання його мінімально достатнього обсягу обумовлена необхідністю:

– виробничого розвитку (капітальні вкладення, приріст оборотних засобів);

– задоволення економічної зацікавленості власників майна і фінансових коштів;

– забезпечення соціальних потреб і соціального розвитку колективу тощо.

Забезпечення прибутку і стабільного стану підприємства в умовах ринку досягається розрахунками економічно обґрунтованих обсягів його діяльності з виробництва продукції (робіт, послуг).

У світовій практиці для визначення таких обсягів виробництва використовуються методи визначення «беззбитковості» (мертва точка) і мінімальної рентабельності.

Під збитковістю розуміють такий обсяг товарообігу підприємства, за якого сума одержаного валового доходу дорівнює сумі поточних витрат.

Мінімальна рентабельність передбачає такий обсяг товарообігу підприємства, за якого сума валових доходів не тільки компенсує поточні витрати діяльності, але й забезпечує такий рівень прибутку, який після сплати податків задовольняє уявлення власників підприємства про мінімальний рівень рентабельності на вкладений капітал. Кількісний мінімальний рівень рентабельності визначається відповідним рівнем процентної ставки банків, тому що власник підприємства не зацікавлений в капіталізації прибутку (поповнення основних і оборотних засобів підприємства), якщо одержаний за результатами діяльності підприємства прибуток нижче суми процентів, які він зміг би одержати за збереження своїх грошових коштів в банку або за рахунок придбання на ці кошти цінних паперів інших підприємств.

Оскільки розмір капіталу, вкладеного власником в підприємство (Q), а також мінімальний рівень рентабельності (Pmin) можуть бути визначені кількісно і не залежать від обсягу товарообігу підприємства, то сума мінімального прибутку може бути розрахована таким чином:

$$П_{\min} = \frac{Q \cdot P_{\min}}{100 - C_н},$$

де Сн – частка прибутку, яка відраховується до бюджету (ставка податку на прибуток).

Таким чином, підприємство, як суб'єкт ринкових відносин, повинно постійно оцінювати результати своєї діяльності, визначати, наскільки досягнуті результати відхиляються від контрольних завдань. І в цьому зв'язку важливу роль відіграють економічний аналіз господарської діяльності, прогнозна оцінка витрат і результатів, науково обґрунтовані методи калькулювання, формування і розподілу витрат виробництва. Аналіз собівартості продукції доцільно проводити в двох напрямках:

– динаміка загального рівня собівартості і факторів, що визначають розмір цих або більшості елементів витрат;

– аналіз окремих видів витрат з метою виявлення резервів економії за окремими складовими елементами витрат.

В цілому на собівартість (витрати обігу і виробництва) впливають різні фактори, які складають дві групи.

Перша група – зовнішні фактори, які впливають на загальний рівень розвитку економіки України і не залежать від діяльності господарюючого суб'єкта. Вплив факторів цієї групи виявляється з урахуванням цін на сировину, матеріал, обладнання, енергоносії. До цієї групи слід відносити також діючі тарифи на транспортні послуги, воду та інші комунальні послуги, орендну плату, норми амортизаційних відрахувань, відрахування на соціальне страхування та інше.

Друга група – це внутрішні фактори, безпосередньо пов'язані з результатами діяльності господарюючого суб'єкта, зі ступенем його підприємницької активності. До них, зокрема, відносяться: обсяг виручки від реалізації продукції (робіт, послуг), рівень продуктивності праці робітників, форми і системи оплати праці, ступенів використання основних і оборотних засобів виробництва тощо.

Найважливішим етапом ефективного управління витратами є аналіз їх структури: необхідно визначити не тільки питому вагу кожної статті витрат, але й оцінити їх динаміку і напрямок зміни найбільш вагомих статей витрат.

Особлива увага у ході аналізу витрат приділяється тим витратам, питома вага яких у загальній сумі витрат найбільша. Саме ці витрати треба контролювати, оскільки саме вони забезпечують практичну можливість істотного зменшення собівартості продукції (робіт, послуг).

Аналіз витрат за елементами є одним з найважливіших етапів управління і забезпечує розробку оптимальних управлінських рішень, прийняття яких базується на використанні певних методів.

В даному випадку, доцільно розглянути метод співвідношення: «витрати – обсяг продажу – прибуток», або аналіз рівноваги.

Точка рівноваги показує суму доходу від реалізації, яка дорівнює сумі змінних і постійних витрат для певного обсягу виробництва і використання виробничих потужностей.

Управлінські моделі, які засновані на співвідношенні витрат, обсягу виробництва і прибутку трактуються іноді, як аналіз критичної або «мертвої точки». Під критичною розуміють ту позначку обсягу продажу, в якій витрати дорівнюють сумі виручки від реалізації всієї продукції, тобто нема ні прибутку, ні збитку. Розрахунок цієї критичної точки передбачає використання трьох методів: методу рівняння, маржинального доходу, графічного зображення.

Метод рівняння

Будь-який звіт про фінансові результати діяльності підприємства можна представити у формі рівняння:

Виручка – змінні витрати – постійні витрати = чистий прибуток (1) або

(ціна за одиницю×кількість одиниць) – (змінні витрати на одиницю×кількість одиниць) –постійні витрати = чистий прибуток (2)

Наведемо приклад.

Підприємство закуповує товар за 0,5 грн., а продає за 0,9 грн. за одиницю. Постійні (одноразові) витрати дорівнюють 200 грн. Для визначення критичної точки використовуємо формулу (2).

Припустимо, що X - це кількість одиниць товару, який необхідно продати, щоб досягнути критичної точки.

Складаємо рівняння і вирішуємо його:

$0,9x – 0,5x – 200 = 0$

$0,4x = 200$

$x = (200 \cdot 10)/4 = 500$ (од.)

Метод маржинального доходу

Вихідними даними для розрахунку критичної точки за цим методом є фактичні показники фінансової діяльності підприємств електротехнічної галузі Харківської області за 2001 рік.

В таблиці 1 наведено скорочений фінансовий звіт одного з цих підприємств, за даними якого розраховуємо критичну точку на основі методу маржинального доходу.

Таблиця 1.

Показник	Сума, грн.	Питома вага, %
Виручка	6 333 981,0	100
Змінні витрати	4 288 151,85	67,7
Маржинальний доход	2 045 829,15	32,3
Постійні витрати	602 160,0	
Чистий прибуток	443 669,15	

Взаємозв’язок між наведеними показниками в грошовому вимірі відображається таким чином:

рівень (або%) маржинального доходу = маржинальний доход : виручка;

рівень маржинального доходу = (2 045 829,15/ 6 333 981,0)·100 = 32,3%;

рівень змінних витрат = змінні витрати : виручка;

рівень змінних витрат = (4 288 151,85/6 333 981,0)·100 = 67,7%.

Визначимо критичну точку з використанням наведених вище формул і розрахунків:

припустимо, що х – це обсяг продажу для критичної точки, тоді за формулою:

х – рівень змінних витрат – сума постійних витрат = чистий прибуток

одержимо: х – 0,677х – 602160 = 0

0,323х = 602160

х = 1 864 272,445 (грн.)

або за формулою:

критична точка = постійні витрати: рівень маржинального доходу;

критична точка = (602 160/ 32,3)·100 = 1 864 272,445 (грн.)

Таким чином, обсяг продажу 1 864 272,445 грн. забезпечує підприємству рівновагу витрат і доходів, тобто в цьому випадку ні прибутку, ні збитку не буде, а показники звіту про фінансові результати будуть такими:

виручка – 1 864 272,5 грн.

змінні витрати – 1 262 112,5 грн.

маржинальний доход – 602 160,0 грн.

постійні витрати – 602 160,0 грн.

чистий прибуток – 0,0 грн.

Графічний метод побудови критичної точки.

Зроблені нами розрахунки відображено за допомогою графічного методу на рис. 1.

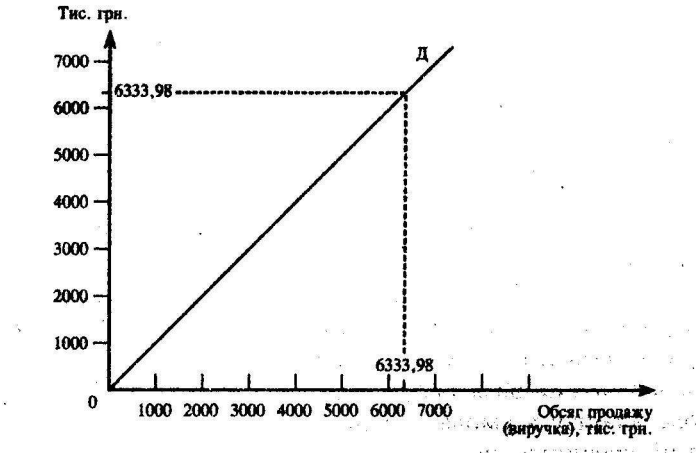

Рис. 1. Компоненти графічного методу визначення критичної точки

Далі переносимо ці компоненти на конкретний графік, що ілюструє поведінку (динаміку) витрат, прибутку і обсягу продажу (див. рис. 2).

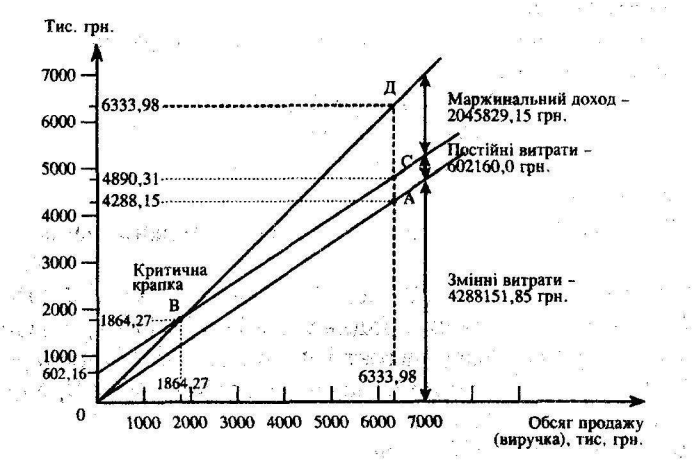

Рис. 2. Динаміка витрат, прибутку і обсягу продажу

Надамо деякі пояснення щодо побудови графіка (рис. 2). Для того, щоб нанести на графік лінії змінних витрат обрано обсяг продажу, який дорівнює 6 333, 98 тис. грн. Витрати, що відповідають цьому обсягу продажу дорівнюють 4 288,15 тис. грн. (точка А).

Для того, щоб нанести на графік постійні витрати, необхідно відмітити на вертикальній осі точку, яка відповідає сумі постійних витрат, тобто 602,16 тис. грн. (точка В), а потім цю ж суму в 602,16 тис. грн. відкласти від позначки в 4 288,15 тис. грн. (точка С). Через дві побудовані графічним методом точки В і С проведемо лінію загальних витрат, паралельно лінії змінних витрат. Лінія ВС зображує загальну суму витрат.

Для того, щоб побудувати лінію виручки візьмемо той же обсяг продажу (6 333,98 тис. грн.) і побудуємо точку Д на перетині вертикальної і горизонтальної позначок в сумі 6 333,98 тис. грн. Лінія виручки буде проходити через точки О і Д.

Критична точка (або точка рівноваги) знаходиться на перетині лінії виручки (ОД) та лінії загальних витрат (ВС). При цьому на графіку

є відповідні області прибутків і збитків, що обумовлено різними варіантами обсягів продажу.

Щодо аналізу в умовах невизначеності і чутливого аналізу, то слід підкреслити, що чутливий аналіз використовує прийом «що відбудеться, якщо» і передбачає відповідь на питання: «як зміниться результат, якщо заплановані дані не будуть досягнуті», або «яким буде прибуток, якщо об'ємні показники відхиляються від запланованих».

Інструментом аналізу чутливості є маржа безпеки, тобто та сума виручки, що знаходиться за критичною точкою. Вона показує, до якої межі може упасти виручка, щоб не було збитку. На питомий маржинальний дохід впливають змінні витрати. Щодо постійних витрат, то вони змінюються кожного року.

Управлінський облік постійно аналізує поведінку витрат і періодично визначає точку рівноваги.Постійні витрати є константою тільки по відношенню до певного рівня діяльності і в обмеженому інтервалі часу. Оскільки підприємства практично не досягають 100-відсоткового використання потужностей, то при плануванні радикальних змін обсягів виробництва зростання деяких елементів постійних витрат знижує позначку критичної точки, дає можливість підприємству витримати певне падіння обсягів виробництва без збитків.

Як правило, в аналізі співвідношення: «витрати – обсяг виробництва – прибуток» використовується маржинальний підхід, суть якого полягає в тому, що сума постійних витрат відображається відокремлено, якщо суму чистого прибутку ще не визначено. Це «висвітлення» загальної суми постійних витрат допомагає зосередити увагу на поведінці постійних витрат, що сприяє поліпшенню їх контролю в поточному і довгостроковому періодах.

Слід підкреслити, що різна поведінка постійних і змінних витрат – є вагомою мотивацією прийняття багатьох управлінських рішень. Маржинальний дохід являє собою різницю між виручкою і всіма змінними витратами, включаючи загальновиробничі і адміністративні. Якщо ж взяти показник «валова маржа» (валовий прибуток), то він розраховується як різниця між виручкою і цеховою (виробничою) собівартістю реалізованої продукції (з урахуванням постійних непрямих виробничих витрат). Таким чином, розміри маржинального доходу і валової маржі завжди різні.

Показник маржинального доходу доцільно використовувати при обґрунтуванні альтернативних рішень по зменшенню цін, при проведенні спеціальних рекламних компаній з метою стимулюючого впливу на збільшення обсягу реалізації (збуту) певних видів продукції. Високий управлінський рейтинг маржинального доходу є показником поте-

нціальних можливостей одержання і збільшення чистого доходу. Падіння рейтингу маржинального доходу свідчить про необхідність збільшення обсягу продажу з метою компенсації додаткових витрат для стимулювання процесу реалізації.

Визначення суми прибутку на певний період забезпечується підрахуванням кількості одиниць продукції, які необхідно продати. Для цього суму постійних витрат і очікуваного прибутку треба розділити на питомий маржинальний доход.

Важливою перевагою цього методу є те, що за його допомогою визначається динаміка прибутку за рахунок альтернативних варіантів цін, змінних витрат за рахунок регулювання обсягу продажу. Таким чином, моделювання витрат із застосуванням маржинального підходу акумулює і трансформує найважливішу інформацію, яку використовує менеджер для прийняття управлінських рішень в напрямку оптимізації темпів економічного зростання і кінцевих фінансових результатів діяльності підприємства.