

3. Бабій М.А. Аутсорсинг, як нова концепція ведення бізнесу / М.А. Бабій // Зовнішня торгівля: права та економіка. – 2007. – №6. – 57с.
4. Буч О.В. Процесний похід к управленію підприємством: аутсорсинг бізнес-процесов / Буч О.В. // Весник МГТУ. – 2008. – Т. 11. – С. –267.
5. Жувов С.А. Аутсорсинг, як система співпраці між регіональними інформаційно-маркетингових центром і підприємництвом регіону/С.А. Жуков // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – №10. – 245 с.
6. Зозульов О. Аутсорсинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах глобалізації / О. Зозульов, О. Микало // Економіка України. – 2009. № 8. – С. 16-24.
7. Куцин Є.М. Теоретичні та прикладні аспекти аутсорсингу/ Є.М. Куцин // Вісник ХНУ, 2011. – №1.
8. Манойленко О.В. Аутсорсинг як інструмент підвищення ефективності антикризового управління / О.В. Манойленко //Вісн. Міжнар. Слов'ян. ун-ту. Сер. Екон. науки. – 2006. – 9, N 1. – С. 8-12.
9. Матвій І.Є. Аутсорсинг в діяльності промислових підприємств: основні переваги та загрози / І.Є. Матвій // Прометей: регіональний збірник наукових праць з економіки. – Донецьк: ДЕГІ, 2008. – № 1 (25). – С. 184-189.
10. Северов А.С. Неявные проблемы аутсорсинга/ А.С. Северов // Аудит и фінансовий аналіз: [Електроний ресурс]. – № 5. – Режим доступу: <http://www.outsorsing.mgmt>.

УДК 658.155

Черленяк І.І.,
д.н. з держ.упр., проф. каф. міжн.
бізнесу ДВНЗ «ЗақДУ», м.Ужгород
Пойда-Носик Н.Н.,
к.е.н, доцент кафедри фінансів
ДВНЗ «УжНУ», м.Ужгород
Гаврилко П.П.,
к.е.н, проф.. каф. менеджм.
туріндустрії ДВНЗ « УНЦ КНТЕУ », м.Ужгород

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОПЕРАЦІЙНОГО ПРИБУТКУ ТА МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ НИМ

У статті розкрито порядок формування операційного прибутку підприємства та проаналізовано фактори, які впливають на його величину, розглянуто особливості використання механізму операційного важеля в процесі управління операційним прибутком.

В статье раскрыты порядок формирования операционной прибыли предприятия и проанализированы факторы, влияющие на его величину, рассмотрены особенности использования механизма операционного рычага в процессе управления операционной прибылью.

The article deals with the procedure of forming the operating profits and analyzed the factors that influence its magnitude, consider peculiarities of the operating lever mechanism in the process of operating profit

Постановка проблеми. Прибуток від операційної діяльності відіграє найважливішу роль у формуванні фінансових результатів будь-якого підприємства, так як є основною метою господарської діяльності. Його ще називають «операційний прибуток», тобто прибуток, одержаний від основної діяльності підприємства, а саме від виробництва і реалізації продукції (робіт, послуг). На багатьох підприємствах він є єдиним джерелом формування чистого прибутку. Тому механізмам управління операційним прибутком повинна приділятися першочергова увага у процесі забезпечення ефективності діяльності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загальні теоретичні положення управління прибутком підприємства висвітлювалися у працях таких вітчизняних науковців, як І.О.Бланк [1], Г.Г.Кірейцев [2], А.М.Поддєрьогін [3], Л.О.Коваленко, Л.М.Ремньова [4], О.П.Крайник, З.Ф.Клепикова [5]. Серед останніх публікацій, присвячених теоретико-прикладним питанням управління операційним прибутком, можна виділити праці Г.М.Тарасюка [6], П.Поповича та Я.Поповича [7], З.Калініченко [8], О.В.Чернецької [9], В.І.Куцик, О.В.Бовсуновської [10] та інші.

Зважаючи на внесок зазначених науковців у розробку проблеми управління операційним прибутком, вважаємо за доцільне вказати на необхідність поглиблення дослідження методичних та прикладних аспектів даної проблеми.

Мета статті – дослідити вплив факторів на формування операційного прибутку підприємства та розкрити особливості використання операційного важеля як ефективного механізму управління ним.

Виклад основного матеріалу. Згідно з П(С)БО 3 „Звіт про фінансові результати” прибуток – це сума, на яку доходи перевищують пов’язані з ними витрати, а збиток – це перевищення суми витрат над сумою доходу, для отримання якого були здійснені ці витрати. У зв’язку з цим, можна констатувати, що на формування прибутку впливають два основні параметри – доходи та витрати, балансування яких у результаті і визначає формування абсолютної величини прибутку суб’єкта господарювання.

Поміж факторів, що впливають на величину доходів та операційного прибутку і які знаходяться в компетенції підприємства, найважливішим є зміна обсягів виробництва і реалізації продукції. Чим більший обсяг реалізації продукції, тим більший операційний прибуток отримає підприємство і навпаки. Зміни прибутку від цього фактору за інших рівних умов прямо пропорційні.

Істотним фактором, що впливає на величину операційного прибутку від продажу товарної продукції, є зміна рівня собівартості продукції. Всупереч прямо пропорційному зв’язку впливу обсягу продажу товарної продукції на рівень прибутку, зв’язок між величиною прибутку та рівнем

собівартості – зворотний. Чим нижча собівартість продукції, яка продається і визначається рівнем затрат на її виробництво та продаж, тим більший прибуток, і навпаки.

Суттєвим фактором, який прямо впливає на величину прибутку, є рівень цін, які застосовуються при реалізації продукції. Рівень цін в умовах лібералізації встановлюється самим підприємством, у залежності від конкурентоспроможності продукції, що реалізується, попитом і пропозицією на неї. Тому підприємство саме, в даному випадку, через встановлену ним ціну, може впливати на прибуток, отриманий від продажу продукції.

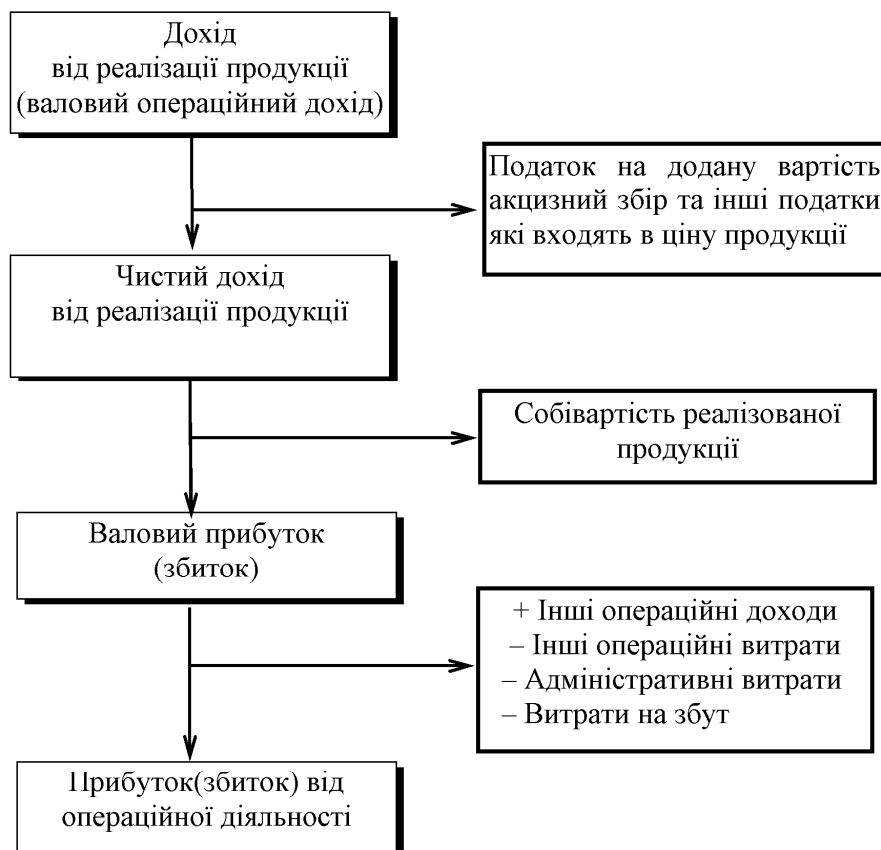


Рис.1. Схема формування прибутку від операційної діяльності підприємства згідно «Звіту про фінансові результати».

На рис. 1 наведено структурно-логічну схему формування прибутку від операційної діяльності згідно «Звіту про фінансові результати», а також основні показники, що на нього впливають.

Реально формування операційного прибутку на підприємстві відбувається в міру реалізації продукції. Згідно із законодавчими актами України момент реалізації визначається за датою відвантаження продукції (товарів), а для робіт (послуг) – за датою фактичного виконання (надання) таких, або за датою зарахування коштів покупця на банківський рахунок постачальника.

Отреба звернути увагу на те, що зміна обсягу виробництва, залишків нереалізованої продукції справляють вплив не тільки на обсяг реалізації продукції, а й на її собівартість, оскільки змінюються умовно-постійні

витрати (за зміни обсягу виробництва продукції); витрати на зберігання продукції, інші витрати (за зміни залишків нереалізованої продукції).

Прибуток (збиток) від операційної діяльності розраховується у декілька етапів.

На першому етапі визначається чистий дохід від реалізації продукції шляхом коригування доходів від реалізації на суму непрямих податків та інших вирахувань з доходу:

$$\text{Чистий дохід (ЧД)} = \text{Валовий дохід (ВД)} - \text{Податок на додану вартість (ПДВ)} - \text{Акцизний збір (АЗ)} - \text{Інші вирахування з доходу (ІВ)} \quad (1)$$

На другому етапі отриманий результат коригується на собівартість реалізованої продукції. В результаті розраховується валовий прибуток або збиток від реалізації продукції:

$$\text{Валовий прибуток (ВП)} = \text{Чистий дохід (ЧД)} - \text{Собівартість(С)} \quad (2)$$

На третьому етапі валовий прибуток збільшується (зменшується) на суму іншого операційного прибутку (збитку), отриманого від реалізації інших оборотних активів (крім фінансових інвестицій), операційної оренди активів, операційної курсової різниці, отримання штрафів, пені тощо.

На четвертому етапі визначається прибуток (збиток) від операційної діяльності як різниця між результатом, отриманим на третьому етапі, та величиною адміністративних витрат і витрат на збут:

$$\text{Фінансовий результат від операційної діяльності} = \text{Валовий прибуток} + \text{Інші операційні доходи} - \text{Адміністративні витрати,} \\ \text{Витрати на збут, Інші операційні витрати} \quad (3)$$

Проведемо аналіз формування прибутку від операційної діяльності ЗАТ «Ужгородська швейна фабрика» за 2008-2010 роки. Інформаційною базою є офіційна фінансова звітність підприємства та дані управлінського обліку.

Аналіз здійснюється шляхом зіставлення відповідних показників з показниками попереднього звітного періоду для того, щоб визначити зміну показників і тенденцію цієї зміни. У цілому, аналіз прибутку представляє собою «процес дослідження умов і результатів його формування і використання з метою виявлення резервів подальшого підвищення ефективності управління ним на підприємстві» [1; с.48].

Аналіз факторів, які вплинули на формування операційного прибутку ЗАТ «Ужгородська швейна фабрика» у 2008-2010 роках проведено у табл.1.

Таблиця І.

Аналіз формування прибутку від операційної діяльності ЗАТ «Ужгородська швейна фабрика» за 2008 - 2010 роки

(тис. грн)

| Показники | 2008 р. | 2009 р. | 2010 р. | Зміна за 2009 р. | | Зміна за 2010 р. | |
|---|---------|---------|---------|------------------|--------|------------------|--------|
| | | | | тис.грн | % | тис.грн | % |
| 1. Доход (виручка) від реалізації продукції | 10366 | 11822 | 10641 | +1456 | +14,1 | -1181 | -10,0 |
| 2. ПДВ | 248 | 267 | 252 | +19 | +7,7 | -15 | -5,6 |
| 3. Чистий дохід від реалізації продукції (р.1-р.2) | 10118 | 11555 | 10389 | +1437 | +14,2 | -1166 | -10,1 |
| 4. Собівартість реалізованої продукції | 8602 | 8043 | 9059 | -559 | -6,5 | +1016 | +12,6 |
| 5. Валовий прибуток (р.4-р.5) | 1516 | 3512 | 1330 | +1996 | +131,6 | -2182 | -62,1 |
| 6. Інші операційні доходи | 838 | 564 | 195 | -274 | -32,7 | -369 | -65,4 |
| 7. Адміністративні витрати | 2506 | 2386 | 2347 | -120 | -4,8 | -39 | -1,6 |
| 8. Витрати на збут | 437 | 486 | 384 | +49 | +11,2 | -102 | -21,0 |
| 9. Інші операційні витрати | 693 | 440 | 695 | -253 | -36,5 | +255 | +58,0 |
| 10. Фінансовий результат від операційної діяльності (р.5+р.6-р.7-р.8-р.9) | -1282 | 764 | -1901 | +2046 | +159,6 | -2665 | -348,8 |

Як видно з даних таблиці 1, у 2009 році спостерігаються значні зміни у процесі формування операційного прибутку.

Зокрема, при зростанні виручки від реалізації на 14% собівартість реалізованої продукції зменшилася відносно рівня 2008 року на 559 тис.грн., або 6,5%, що призвело до збільшення валового прибутку на 1996 тис.грн., тобто на 131,66%. Зростання виручки та зменшення собівартості є основними чинниками позитивного фінансового результату від операційної діяльності у 2009 році. Операційний прибуток зріс на 2046 тис.грн, тобто майже в 1,6 разів порівняно з 2008 роком.

У 2010 році ситуація значно погіршилася, так як чистий дохід від реалізації продукції зменшився на 10%, а собівартість збільшилася на 12,6%, внаслідок чого мало місце зменшення валового прибутку на 2182 тис.грн., тобто на 62% відносно рівня 2009 року.

Отриманого валового прибутку виявилось недостатньо для покриття адміністративних витрат та витрат на збут, сума яких перевищила величину прибутку більше, як на 1400 тис. грн. Негативно вплинуло на формування фінансових результатів від операційної діяльності також зменшення інших операційних доходів (на 369 тис.грн., або 65%) та збільшення інших операційних витрат на (255 тис.грн, або майже на 58%). Як результат, підприємство у 2010 році отримало збитки від операційної діяльності в сумі 1901 тис.грн.

Значні коливання в обсягах фінансових результатів з року в рік для потенційних інвесторів можуть свідчити тільки про високу ризиковість операційної діяльності ЗАТ «Ужгородська швейна фабрика».

Отже, результати проведеного аналізу показали, що на формування прибутку впливає широке коло факторів, які характеризують усі сторони фінансово-господарської діяльності підприємств. При цьому недоцільно і неможливо поділяти ці фактори на основні та другорядні. Кожен з факторів може забезпечити як високий рівень прибутку, так і спричинити істотні збитки.

Для обґрунтування шляхів збільшення операційного прибутку практикуючі фінансові менеджери використовують такі механізми, як точка беззбитковості та операційний важіль. Точка беззбитковості (іншими словами, критичний обсяг продаж) являє собою визначення обсягу продажу, який забезпечує беззбиткову операційну діяльність, тобто при якому підприємство може покрити за рахунок виручки всі свої затрати (постійні і змінні) і прибуток дорівнює нулю. Методика та способи визначення точки беззбитковості широко висвітлені у вітчизняній навчальній та науковій літературі. Тому на цьому механізмі ми детально зупинятися не будемо. Зосередимо увагу на особливостях використання механізму операційного важеля для обґрунтування шляхів збільшення прибутку.

Якщо узагальнити всі існуючі підходи до трактування поняття операційного важеля (ліверіджу) [1-9], то його можна розглядати як

потенційну можливість впливати на темпи зміни операційного прибутку шляхом зміни співвідношення постійних і змінних витрат.

Вплив операційного важеля на фінансові результати підприємства можна виразити наступним чином [5, с.35]:

$$\Delta \text{ОП} = \Delta \text{ВР} \times \text{Опер.важіль}, \quad (4)$$

де $\Delta \text{ОП}$ - % зміни операційного прибутку; $\Delta \text{ВР}$ - % зміни виручки від реалізації.

$$\text{Опер.важіль} = (\text{ВР} - \text{ЗВ}) / \text{ОП} = \text{МД} / \text{ОП}, \quad (5)$$

де ВР – виручка (чистий дохід) від реалізації продукції; ЗВ – змінні витрати підприємства; ОП – операційний прибуток; МД – маржинальний дохід.

Сила дії операційного важеля показує, на скільки відсотків зміниться операційний прибуток при зміні виручки від реалізації на 1%.

Розглянемо особливості використання операційного важеля для прогнозування величини операційного прибутку досліджуваного підприємства. Використавши дані управлінського обліку про структуру витрат та визначивши суму постійних і змінних витрат по цих видах діяльності, можемо скласти наступну таблицю (табл.2):

Таблиця 2

Визначення впливу операційного важеля на величину операційного прибутку ЗАТ «Ужгородська швейна фабрика»

| Показники | 2009 | | 2010 | |
|-----------------------------------|----------|-----|----------|-----|
| | тис.грн. | % | тис.грн. | % |
| 1. Чистий дохід від реалізації | 11555 | 100 | 10389 | 100 |
| 2. Змінні затрати | 7641 | 66 | 9162 | 88 |
| 3. Маржинальний дохід (р.1-р.2) | 3914 | 34 | 1227 | 12 |
| 4. Умовно-постійні затрати | 3150 | – | 3128 | – |
| 5. Операційний прибуток (р.3-р.4) | 764 | – | -1901 | – |
| 6. Операційний важіль (р.3:р.5) | 5,12 | | -0,65 | |
| 7. % зміни операційного прибутку: | | | | |
| - при зростанні виручки на 20% | 51,2% | | -6,5% | |
| - при зменшенні виручки на 20% | -51,2% | | 6,5% | |

Варто зауважити, що позитивний ефект операційного важеля проявляється тільки тоді, коли підприємство пододало точку

беззбитковості і знаходиться в зоні прибутків. Тобто, при збереженні співвідношення постійних і змінних витрат, яке спостерігалось у 2009 році (34/66), зростання виручки від реалізації на 10% призвело б до приросту операційного прибутку на 51,2% (сума прибутку склала б у такому випадку $764 \times 1,512 = 1155,2$ тис.грн.). І навпаки: зменшення виручки на 10% призвело б до зменшення операційного прибутку на 51,2%, тобто величина прибутку становила б 372,8 тис.грн.

Проте, у 2010 році відбулася зміна співвідношення постійних і змінних витрат у підприємства і склалася ситуація, коли затрати перевищили доходи, а значить точка беззбитковості не досягнута. У такому випадку від'ємне значення проценту приросту операційного прибутку при зростанні виручки на 10% вказує на зменшення при збереженні існуючої структури витрат суми операційних збитків на 6,5%, а зменшення виручки буде призводити до зростання збитковості відповідно на 6,5%.

Висновки. Отже, формування операційного прибутку здійснюється під впливом ряду факторів, які необхідно передбачити у процесі фінансового планування. Механізм операційного важеля дозволяє оперативно прорахувати можливу зміну операційного прибутку та врахувати рівень операційного ризику у плановому періоді. При цьому розрахунки доцільно здійснювати на основі сценарного підходу, а саме враховувати оптимістичний, песимістичний та реалістичний варіанти розвитку подій.

Використані джерела інформації:

1. Бланк И.А. Управление прибылью. – К.: «Ника-Центр», 1998.
2. Фінансовий менеджмент: Навч.посібник:/ За ред.проф. Г.Г. Кірейцева. – К: ЦУЛ, 2002. – 496 с.
3. Фінансовий менеджмент: Підручник:/ За ред.проф. А.М.Поддєрьогіна. – К.: КНЕУ, 2006. – 536 с.
4. Коваленко Л.О., Ремньова Л.М. Фінансовий менеджмент: Навч.посіб.– К., 2006. – 485 с.
5. Крайник О.П., Клепикова З.В. Фінансовий менеджмент: Навч.посібник. – Львів: Дежавний ун-т “Львівська політехніка”, 2000. – 260 с.
6. Тарасюк Г.М. Управління операційним прибутком підприємств кам'яновидобувної промисловості / Г.М.Тарасюк, Ю.А.Грибук // Вісник Житомирського державного технологічного університету. – №2(56) – Ч.2. – 2011. – С.126-129.
7. Попович П. Операційний аналіз прибутку в складі маржинального доходу / П.Попович, Я.Попович // Економічний аналіз: Збірн.наук.праць. Випуск 2(18). – 2008. – с.263-267.
8. Калініченко З. Використання методу левєриджу в управлінні структурою прибутку й капіталу/ З.Калініченко // Економічний аналіз: Збірн.наук.праць. Випуск 2(18). – 2008. – с.212-214.
9. Чернецька О.В. Операційний лівєридж як інструмент управління витратами в сільськогосподарських підприємствах/ О.В.Чернецька // Інноваційна економіка. – 2010. - №3. – С.130-134.

10. Куцик В.І. Удосконалення управління прибутком на підприємстві [Електронний ресурс] / В.І.Куцик, О.В.Бовсуновська // Торгівля, комерція, підприємництво: Збірн.наук.праць.Випуск 10. – 2009. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Torg/2009_10/07.pdf

УДК 336.77 (045)

Апарова О.В.,
к.е.н., доц. кафедри управління
підприємствами зв'язку
Державного університету інформаційно-
комунікаційних технологій, м.Київ

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ФАКТОРИНГУ В УКРАЇНІ

Доведено необхідність широкого застосування факторингу постачальниками в сучасних умовах господарювання з метою перекладення вагової ділянки роботи з дебіторами на факторів і приділення уваги вирішенню важливіших завдань, спрямованих на розвиток бізнесу.

Доказана необхідність широкого застосування факторингу поставщиками в сучасних умовах господарювання з метою перекладення вагової ділянки роботи з дебіторами на факторів і приділення уваги вирішенню важливіших завдань, спрямованих на розвиток бізнесу.

The necessity of wide use of factoring is well-proven by suppliers in the modern terms of management with a purpose setting to a large area of work with debtors on factors and sparing of attention the decision of major tasks, directed on development of business.

Постановка проблеми. Розвиток економічних відносин в сучасних умовах, які носять все більш динамічний, складний і погано передбачуваний характер, висуває вимогу ефективного управління фінансовою діяльністю підприємств, яке, у свою чергу, пов'язане з необхідністю вирішення проблеми погашення високої дебіторської заборгованості та зростання неплатежів з боку покупців.

Таким чином, в умовах сьогодення все більше постачальників розглядають факторинг як продукт, спрямований на підтримку динамічного росту компанії. У цьому випадку спрацьовує факторинговий мультиплікатор. Компанія продає продукцію (робить послуги) з відстрочкою платежу й при цьому не має недоліку в оборотних коштах, тому що за допомогою факторингу конвертує сформовану дебіторську заборгованість у гроші.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вітчизняними дослідниками приділено недостатньо уваги питанням переваг факторингу над кредитуванням. Оскільки ринок факторингових послуг в Україні тільки