

ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто основні показники формування фінансових результатів підприємства. Визначено розмаїття факторів, які впливають на формування фінансових результатів промислового підприємства. Наведено основні ознаки розглянутих факторів, що складають базу їх класифікації, яка має важливе значення для визначення головних напрямів пошуку резервів підвищення ефективності господарювання.

The main indicators of the formation of financial results. Determined the diversity of factors that influence the formation of financial results industrial enterprise. The basic features of the considered factors that constitute the basis of their classification, which is essential for determining the main directions of finding reserves, improve management.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Становлення і розвиток в Україні ринкової інфраструктури суттєво змінюють фінансово-економічне, інформаційне і правове середовище функціонування підприємств, зміст їхньої господарської діяльності. В умовах інтегрування економіки України у світову відбувається трансформація фінансових відносин на мікрорівні. Оскільки характерною рисою сьогодення стала велика кількість збиткових підприємств, зростає потреба у дослідженні причинно-наслідкових зв'язків, пов'язаних із процесом формування прибутку підприємства, ефективністю його використання.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Теоретичні та практичні аспекти формування і використання прибутку підприємств розглянуті в працях вітчизняних та зарубіжних науковців М. Д. Білик, І. О. Бланка, Л. Д. Буряка, Ф. Ф. Бутинця, Б. І. Валуєва, Л. Гапенскі, І. В. Зятківського, М. Н. Крейніної, В. О. Мец, Є. В. Мних, А. М. Поддєрьогіна, Ю. І. Продіус, Р. С. Сайфуліна, Г. В. Савицької, Ю. С. Цал-Цалко, А. В. Чуписа, А. Д. Шеремета та ін. Ними зроблено значний внесок у розробку теоретико-методологічних основ визначення сутності прибутку і процесів його формування та використання.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Разом з тим фінансова теорія і практика сьогодення свідчать, що у процесі розглядання прибутку підприємств не повною мірою досліджені фактори, які впливають на формування фінансових результатів промислового підприємства, що необхідно для ефективного управління прибутком і виявлення резервів його зростання.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз факторів, які впливають на формування фінансових результатів промислового підприємства, та врахування їх щодо ефективного управління прибутком.

Виклад основного матеріалу дослідження. Фінансові результати господарської діяльності формуються поступово протягом звітного періоду. Розмір і характер прибутків і збитків за кожний період діяльності підприємства є найважливішими підсумковими показниками його роботи. Під формуванням прибутку розуміють процес його створення в процесі господарсько-фінансової діяльності. Управління цим процесом означає управління обсягами реалізації продукції, тобто кількістю та ціною продукції, здійснення господарської діяльності з найменшими втратами у вигляді штрафів та інших санкцій.

В умовах ринкової економіки всі суб'єкти господарювання зацікавлені в отриманні великих доходів з найменшими витратами.

Різниця між доходами і витратами є фінансовим результатом господарсько-фінансової діяльності суб'єкта господарювання. Фінансовий результат може бути як позитивним, коли доходи перевищують витрати – прибуток, так і негативним: коли витрати перевищують доходи – збиток.

Залежно від видів діяльності прибуток підрозділяють на прибуток від звичайної і надзвичайної діяльності. Під видом діяльності розуміють сукупність подібних за економічним змістом господарських операцій. У свою чергу, прибуток звичайної діяльності поділяється на прибуток від операційної, інвестиційної та фінансової діяльності [1, с.69].

Визначення фінансових результатів полягає в знаходженні чистого прибутку (збитку) звітного періоду. Так, згідно П(С)БО 3 «Звіт про фінансові результати»: прибуток – сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати; збитки – перевищення суми витрат над сумою доходів, для отримання яких здійснені ці витрати [2, с.18]. Для визначення фінансових результатів у бухгалтерському обліку передбачається послідовне зіставлення доходів і витрат, здійснених для отримання цих доходів від усіх видів діяльності.

Основними показниками прибутку (збитку), які використовуються для оцінки виробничо-господарської діяльності, є: валовий прибуток (збиток), прибуток (збиток) від операційної діяльності, прибуток (збиток) від звичайної діяльності до оподаткування, прибуток (збиток) від звичайної діяльності, прибуток (збиток) від надзвичайних подій, чистий прибуток (збиток). Методики розрахунку цих показників наведено в П(С)БО 3.

На думку авторів, існує ще один показник, який характеризує фінансовий результат, але який ще не знайшов відображення у раніше згаданому документі – це прибуток (збиток) від реалізації продукції (робіт, послуг), оскільки найбільшу частину прибутку підприємства отримують саме від виробництва та реалізації продукції (робіт, послуг) від основної діяльності.

Він визначається як різниця між чистим доходом і собівартістю реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), адміністративних витрат, витрат на збут. Під собівартістю реалізованої продукції розуміють виробничу собівартість реалізованої продукції (робіт, послуг) [2, с.19].

Зміна економічних ознак за будь-який часовий період відбувається під впливом безлічі різноманітних факторів. При вивченні будь-якого показника важливим є не тільки вивчення його суті та динаміки, а й факторів формування даного показника, під впливом яких відбувається його зміна. Це необхідно для виявлення позитивних та негативних впливів на досліджуваний показник, що дозволить у подальшому посилити вплив позитивних процесів та мінімізувати негативний вплив на результат.

Фактори – це елементи, причини й умови, які можуть розглядатися як рушійні сили економічних явищ, що відбуваються, і процесів, чия дія врешті знаходить віддзеркалення в рівнях, темпах зростання, абсолютних величинах конкретних показників або цілої групи економічних ознак. Розрізняють фактори 1-го, 2-го, ..., n-го порядку. Причому кожний подальший акумулює вплив факторів більш низького порядку. В економічному аналізі широко поширено поняття «показник фактора». Це означає, що даний показник можна розглядати як фактор, визначальне значення іншого показника, але більш високого порядку. Тому чим вищий порядок аналізованого показника, тим більше число факторів визначає його кількісне значення.

До числа економічних ознак вищого порядку належать прибуток і рівень рентабельності виробництва. При аналізі цих показників необхідно знати всі можливі фактори, що впливають на їх величину, володіти методикою розрахунку впливу цих факторів на узагальнюючі показники ефективності.

Через управління цими факторами на підприємстві можна створити механізм пошуку резервів збільшення прибутку і досягнення необхідного рівня рентабельності. Розмаїття

факторів, що впливають на прибуток і рентабельність, вимагає їх класифікації, яка відіграє важливу роль при визначенні основних напрямів пошуку резервів підвищення ефективності господарювання.

Фактори, які впливають на прибуток, можуть класифікуватися за різними ознаками, але основною класифікаційною ознакою можна вважати поділ усіх чинників на внутрішні і зовнішні. Внутрішні фактори поділяються на основні та неосновні. До основних внутрішніх факторів, які залежать від роботи підприємства, відносяться такі:

- обсяг продажу продукції (при постійній частці прибутку в ціні товару зростання обсягу продажу товарів дозволяє отримувати великий прибуток);
- товарна структура продукції (розширення асортименту сприяє зростанню обсягу продажів);
- організація руху товару (прискорене просування продукції на ринки збуту сприяє збільшенню обсягу реалізації і одночасно зниженню поточних витрат);
- організація процесу продажу товарів;
- чисельність і склад працівників (достатня чисельність при певному рівні технічної озброєності праці дозволяє повною мірою реалізувати виробничу програму підприємства);
- форми і системи економічного стимулювання праці працівників;
- продуктивність праці працівників підприємства;
- дотримання темпів зростання виробництва (реалізації) і оплати праці;
- фондоозброєність і технічна озброєність праці працівників;
- стан матеріально-технічної бази підприємства;
- моральний і фізичний знос основних фондів (використання фізично зношених основних фондів, морально застарілого устаткування не дозволить підприємству розраховувати на збільшення обсягів виробництва і випуск тієї продукції, що відповідає сучасним вимогам);
- фондівіддача;
- склад і структура оборотних коштів;
- вживаний порядок ціноутворення;
- організація роботи щодо стягнення дебіторської заборгованості;
- режим економії (здійснення належного режиму економії дозволяє знижувати поточні витрати підприємств);
- ділова репутація (хороша ділова репутація підприємства є позитивним уявленням, що сформувалося у споживачів про потенційні можливості підприємства).

Внутрішньовиробничі фактори є первинними і основними чинниками зростання прибутку. З підвищенням ефективності використання саме цих видів ресурсів зв'язана інтенсифікація виробництва, тому що елементи процесу виробництва одночасно і в повному обсязі беруть участь у створенні продукту, але по-різному в утворенні його вартості.

Засоби праці переносять свою вартість на готовий продукт поступово, але в міру зношення, а предмети праці в живу працю – одноразово.

Неосновні фактори пов'язані з порушенням господарської дисципліни (порушення умов праці та вимог до якості продукції, які ведуть до штрафів і економічних санкцій). Внутрішні фактори є суб'єктивними. Їх особливістю є те, що вони можуть певним чином регулювати вплив зовнішніх чинників.

Зокрема, такий фактор, як облікова політика дає можливість підприємству обирати методи обліку, які спричиняють істотний вплив на фінансові результати (методи оцінки запасів, амортизації, розподіл витрат і доходів між звітними періодами, порядок регулювання сумнівної заборгованості тощо), тим самим регулюючи розмір прибутку до оподаткування [3, с.307].

Зовнішні фактори – це ті, які не залежать від роботи підприємства. До них належать:

- ємкість ринку;
- розвиток конкуренції;
- розмір цін, що встановлюються постачальниками;
- ціни і тарифи на транспортні послуги, ремонтне, комунальне господарства, енергоносії;
- розвиток профспілкового руху;
- регулювання державою діяльності підприємств;
- рівень інфляції, яка збільшує ризик знецінення майбутніх доходів.

До зовнішніх факторів формування прибутку відносять природні умови. Цей фактор має особливо велике значення в харчовій промисловості країни: якщо в сільському господарстві через несприятливі природні умови зменшується врожай, то через це зростають ціни на сировину переробних підприємств.

Також до зовнішніх факторів можна віднести накази вищого керівництва. Це актуально, коли підприємство входить до складу об'єднання підприємств і нижче стоячі ланки не можуть вплинути на рішення вищого керівництва.

Однак одною з основних груп зовнішніх факторів є фактори пов'язані з державним регулюванням цін, тарифів, податкових ставок, нормативів, штрафних санкцій.

У класифікації Д. Астринського серед розмаїття зовнішніх факторів виділяються такі чинники [4, с.57]:

1. Ступінь політичної стабільності.
2. Стан економіки держави.
3. Демографічна ситуація в країні.
4. Кон'юнктура ринку, у тому числі ринку споживчих товарів.
5. Темпи інфляції.
6. Ставка відсотка за кредит.
7. Державне регулювання економіки.
8. Платоспроможний попит споживачів (динаміка й коливання платоспроможного попиту визначає стабільність одержання торгівельного виторгу).
9. Ціни, встановлені постачальниками товарів (підвищення закупівельних цін не завжди супроводжується адекватним підвищенням продажних цін). Роздрібні торговельні підприємства частину підвищення цін постачальниками найчастіше компенсують за рахунок зниження частки власного прибутку в роздрібній ціні товарів. Підвищення ж цін на послуги транспортних підприємств, комунального господарства й інших аналогічних підприємств прямо збільшує поточні витрати торгівельного підприємства, тим самим зменшуючи прибуток.
10. Податкова й кредитна політика держави.
11. Розвиток діяльності громадських організацій споживачів товарів і послуг.
12. Розвиток профспілкового руху.
13. Економічні умови господарювання.
14. Місткість ринку.

До внутрішніх факторів відносяться:

1. Обсяг валового доходу.
2. Продуктивність праці.
3. Швидкість обігу товарів.
4. Наявність власних оборотних коштів.
5. Ефективність використання основних фондів.
6. Обсяг роздрібного товарообігу (при незмінній частці прибутку в ціні товару ріст обсягу продажу дозволяє збільшити суму прибутку). При нарощуванні обсягу товарообігу необхідно пам'ятати про його структуру, оскільки прибутковість тих або інших товарних груп різна. Зрозуміло, що не можна віддавати перевагу тільки високорентабельним

товарам, лише раціоналізація структури товарообігу дозволить досягти нормального рівня прибутку.

7. Порядок ціноутворення – важливо вибрати правильну комерційну стратегію, тому що ріст частки прибутку в складі торговельної надбавки може призвести до зниження обсягу реалізації товарів через високі ціни. Але логічним наслідком може стати в деяких випадках зниження рівня торговельної надбавки для прискорення реалізації товарів (наприклад, диференційована уцінка товарів, у тому числі сезонна, святкова або разова). Це дозволить збільшити суму прибутку за рахунок обсягу товарообігу й за рахунок прискорення оборотності оборотних коштів: чим менше строк реалізації товарів, тим більшу суму прибутку одержує підприємство в одиницю часу.
8. Рівень витрат обігу – при незмінній величині торговельної надбавки за рахунок зниження витрат підприємства можна збільшити суму одержуваного прибутку. Здійснення режиму економії дозволяє знижувати поточні витрати підприємства. При цьому необхідно враховувати, що під режимом економії розуміється не абсолютне, а відносне зниження витрат обігу.
9. Структура товарної продукції може мати як позитивний, так і негативний вплив на суму прибутку. Якщо збільшиться частка більш рентабельних видів продукції в загальному обсязі її реалізації, то сума прибутку зросте, і навпаки, при збільшенні питомої ваги низькорентабельної або збиткової продукції загальна сума прибутку зменшиться.
10. Засоби праці.
11. Предмети праці.
12. Трудові ресурси.

Внутрішні фактори можна розділити на виробничі та невиробничі, а виробничі, в свою чергу, включають екстенсивні та інтенсивні фактори, які використовуються для поглибленого аналізу [5].

Екстенсивні фактори впливають на процес отримання прибутку через кількісні зміни: обсяг засобів і предметів праці, фінансові ресурси, час роботи обладнання, чисельність персоналу, фонд робочого часу.

Інтенсивні фактори впливають на процес отримання прибутку через «якісні» зміни: підвищення продуктивності обладнання і його якості, використання прогресивних видів матеріалів, модифікацію технології їх обробки, прискорення оборотності оборотних засобів, підвищення класифікації і продуктивності праці персоналу, зниження трудомісткості й матеріаломісткості продукції, удосконалення організації праці і ефективного використання фінансових ресурсів.

У процесі здійснення господарської діяльності підприємства, пов'язаної з виробництвом, реалізацією продукції і отриманням прибутку ці фактори знаходяться в тісному взаємозв'язку і залежності. До невиробничих факторів відносять постачальницько-збутову і природоохоронну діяльність, соціальні умови праці та побуту.

Первинні чинники виробництва впливають на прибуток через системи узагальнюючих показників більш високого порядку чинників. Ці показники відображають, з одного боку, обсяг і ефективність використання авансованих засобів, тобто засобів, що повністю беруть участь у створенні продукції, а з іншого боку – величину і ефективність використання їх спожитої частини, що бере участь у формуванні собівартості.

Групи факторів знаходяться у взаємозв'язку між собою та з іншими чинниками. Цей взаємозв'язок розглянутий Ю. І. Продіус [6, с.286]. Наприклад, питома витрата матеріалів і палива залежить від технічного рівня виробництва, стану основних фондів. Ціни на матеріали і паливо залежать від територіального розміщення постачальників. На продуктивність праці впливає велике число чинників, але укрупнено вона може розглядатися як добуток фондоозброєності та фондівіддачі.

Структура витрат знаходиться під дією всіх факторів, як визначають окремі види витрат.

Крім того, чинники і результат їх взаємодії іноді міняються місцями, наприклад, фондівдача може виступати, з одного боку, як узагальнюючий результативний показник, а з іншого – як частинний фактор, що впливає на рівень рентабельності.

В економічній літературі зустрічається думка, що на формування абсолютної суми прибутку підприємства впливають:

- ефективність фінансово-господарської діяльності;
- сфера діяльності;
- галузь економіки;
- установлені законодавством умови обліку фінансових результатів [7, с.14].

Зміни в обсягах прибутку підприємств свідчать про складні процеси, що відбуваються в окремих галузях економіки країни і пов'язані зі зміною обсягів виробництва і реалізації продукції (робіт, послуг); зміною ефективності господарювання; розвитком ринкових відносин, ціноутворенням.

С. Н. Івашковський пропонує класифікацію факторів, що впливають на розмір прибутку [8, с.76]. Він виділяє три групи факторів прибутку:

- у сфері виробництва: його обсяг, якість продукції, асортимент, рівень оптових цін і т.д.;
- у сфері обігу: організація оперативної роботи з реалізації продукції, дотримання умов договорів, взаємозв'язок зі споживачами і т.д.;
- фактори, що не залежать від діяльності підприємства: перебої в матеріально-технічному постачанні, несвоєчасна подача транспорту під відвантаження готової продукції й ін.

Недоліком концепції С. Н. Івашковського є те, що вона не дозволяє правильно оцінити сформовану ситуацію, стан підприємства на ринку, фінансове становище підприємства й, отже, не сприяє прийняттю ефективного управлінського рішення з метою збільшення прибутку. Класифікація факторів С. Н. Івашковського, розглянута вище, на думку авторів, не повною мірою показує градацію факторів прибутку.

На думку Є. С. Стоянової, на величину прибутку впливає сукупність багатьох факторів, які необхідно враховувати в процесі управління. Ці фактори можна розділити на дві великі групи: зовнішні, які не залежать від підприємства, і внутрішні, на які підприємство може впливати [9, с.76].

Взаємозалежні чинники, також як і основні, сильно впливають на величину прибутку. Ці чинники не випадково отримали таку назву. Їх особливість полягає в тому, що кожний з них в якійсь мірі впливає або випробовує вплив інших чинників з цієї групи. Тому, розділивши підсистему взаємозалежних чинників на окремі елементи – показники, можна виявити ступінь впливу кожного з них на прибуток на основі застосування методів і прийомів економіко-математичного аналізу.

Проаналізувавши класифікації чинників прибутку різноманітних авторів, автори приходять до висновку, що класифікація, яка представлена Ю. І. Продіус, є досить повною та змістовною [6, с. 267].

У цілому дослідники погоджуються з класифікаціями різних авторів, але вони не розглядають фактори, які впливають на прибуток в залежності від видів діяльності підприємства. Як було зазначено вище, показником, який характеризує результати від основної діяльності, є прибуток від реалізації.

На прибуток від реалізації продукції впливають чотири основні фактори першого рівня:

- обсяг реалізації продукції (обсяг виробництва, залишки запасів продукції, кон'юнктура ринку, ринки збуту);
- собівартість продукції (рівень витрат на окремі вироби, ціна на матеріали,

- адміністративні витрати, витрати на збут);
- структура реалізації (кон'юнктура ринку, ринки збуту);
- ціна на реалізацію продукції (якість продукції, терміни реалізації, кон'юнктура ринку, ринки збуту, рівень інфляції).

Показник «валовий прибуток» є повним показником діяльності підприємства. У його складі враховується прибуток від усіх видів діяльності. Цей показник використовується для оцінки виконання програм виробництва і розрахунку завантаження виробничих потужностей [7, с. 20].

На зміну суми валового прибутку впливає низка факторів, основними з яких є:

- обсяг реалізації продукції (обсяг виробництва, залишки запасів продукції, кон'юнктура ринку, ринки збуту);
- структура реалізації (кон'юнктура ринку, ринки збуту);
- рівень витрат на 1 грн. реалізованої продукції (рівень витрат на окремі вироби, ціна на матеріали).

Факторами, які впливають на прибуток від операційної діяльності, є:

- доходи (витрати) від реалізації інших оборотних активів;
- доходи (витрати) від реалізації іноземної валюти;
- доходи (витрати) від операційної оренди;
- дохід від списання кредиторської заборгованості;
- нестачі та втрати від псування цінностей;
- дохід (витрати) від штрафів, пені, неустойки;
- втрати від знецінення запасів;
- витрати на дослідження та розробки;
- доходи від повернення безнадійних боргів;
- доходи (витрати) від списаних раніше активів;
- адміністративні витрати;
- витрати на збут.

До складу чинників, які впливають на фінансові результати від інвестиційної і фінансової діяльності, відносять:

- доходи (витрати) від реалізації фінансових інвестицій;
- доходи (витрати) від реалізації майнових комплексів;
- доходи (витрати) від реалізації необоротних активів;
- дохід безоплатно одержаних активів;
- доходи (витрати) від неопераційної курсової різниці;
- дивіденди отримані та сплачені;
- інші доходи (витрати) від фінансових операцій;
- втрати від уцінки необоротних активів тощо.

Поряд із розглянутими факторами формування прибутку слід досліджувати і специфічні фактори, до яких відносять леверидж, облікову політику.

Леверидж в економіці визначається як чинник, незначна зміна якого може привести до суттєвих змін результативного показника, тобто це потенційна можливість впливати на прибуток шляхом відповідної зміни деяких факторів.

Виробничий леверидж надає можливість впливати на формування прибутку від основної діяльності за рахунок зміни обсягу виробництва або реалізації продукції (робіт, послуг) і питомої ваги умовно постійних та умовно змінних витрат у собівартості.

Тобто зростання обсягу виробництва (реалізації) зменшує рівень постійних витрат на одиницю продукції та збільшує прибуток на одиницю, що врешті відобразиться на обсягу та структурі основних та оборотних засобів і ефективності їх використання.

Фінансовий леверидж тісно пов'язаний з фінансовою діяльністю підприємства.

За допомогою фінансового левериджу можна оптимізувати співвідношення між власними та залученими ресурсами та визначити їх вплив на прибуток. Цей важіль показує, у скільки разів чистий прибуток перевищує прибуток від звичайної діяльності до оподаткування.

Як було сказано раніше, облікова політика також впливає на формування прибутку підприємства, тобто:

- використання методу прискореної амортизації, що дає можливість прискорено оновлювати основні засоби;
- зміна методу погашення вартості малоцінних і швидкозношуваних предметів;
- використання різних методів оцінки виробничих запасів (ФІФО, середньозваженої собівартості);
- регулювання методу оцінки незавершеного виробництва: за вартістю прямих витрат; за вартістю сировини, матеріалів і напівфабрикатів; за фактичною собівартістю;
- використання різних методів визначення прибутку від реалізації (робіт, послуг).

Висновки і перспективи подальших розробок. На величину прибутку підприємства впливає велика кількість різноманітних факторів. Основу класифікації чинників прибутку складає їх поділ на зовнішні та внутрішні.

Найбільший інтерес для вивчення складають внутрішні чинники, бо саме на них підприємство може впливати безпосередньо, й саме вони є найголовнішими важелями впливу на формування прибутку підприємства.

Їх глибоке дослідження є основою для прийняття управлінських рішень у сфері управління прибутком.

Список використаної літератури

1. Ванина Н. Анализ финансового состояния предприятия / Н. Ванина. – Харьков: Консульт, 2009. – 143 с.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 3. «Звіт про фінансові результати»: затв. наказом Міністерства фінансів України від 31 березня 1999 р. № 87 // Галицькі контракти. – 1999. – № 32. – С. 18–19
3. Економічний аналіз / за ред. проф. Ф. Ф. Бутинця. – Житомир : ПП «Рута», 2003. – 680 с.
4. Астринский Д. Экономический анализ финансового положения предприятия / Д. Астринский // Экономист. – 2000. – № 12. – С. 53–59.
5. Осипов П. В. Интегральный производственный потенциал пищевой промышленности / П. В. Осипов. – Одесса: Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, 2004. – 289 с.
6. Продиус Ю. И. Экономика предприятия / Ю. И. Продиус. – Одесса: Черноморье, 2002. – 414 с.
7. Методичні рекомендації оцінки впливу змін економічних факторів на результативні показники прибутку, рентабельності виробництва і реалізації продукції (робіт, послуг) / Н. М. Григор, О. В. Крехівський, Н. Л. Ніколаєнко, Т. Г. Байдаченко, А. І. Тарасова, М. С. Чернопащенко. – К. : ДП ДІКТЕД, 2007. – 140 с.
8. Ивашковский С. Н. Экономика: Микро и макроанализ: [учебно-практ. пособ.] / С. Н. Ивашковский. – М. : Дело, 1999. – 360 с.
9. Финансовый менеджмент: теория и практика / под ред. Е. С. Стояновой. – М.: Перспектива, 2003. – 656 с.