

Н. І. Демчук,
к. е. н, доц. кафедри фінансів,
Дніпропетровський державний аграрний університет,
І. І. Туболець,
к. е. н, доц. кафедри фінансів підприємств та банківської справи,
Дніпропетровська державна фінансова академія

ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто основні теоретичні та методологічні засади управління рентабельністю підприємства в умовах ринкової економіки, з урахуванням зовнішніх та внутрішніх факторів впливу на фінансовий стан підприємств.

The article reviews the main theoretical and methodological principles of profitability in a market economy, including external and internal factors influence the financial situation.

Ключові слова: управління рентабельністю, прибутковість, фінансовий результат, ефективність діяльності підприємства.

ВСТУП

Становлення і розвиток в Україні ринкової інфраструктури суттєво змінюють економічне, інформаційне і правове середовище функціонування підприємств, зміст їхньої фінансової діяльності.

Водночас більшість українських підприємств виявилися не готові до ринкових перетворень і до нових фінансових умов формування прибутковості. В першу чергу, це пояснюється браком досвіду функціонування підприємств за ринкових умов і недостатнім рівнем підготовки спеціалістів, обізнаних із особливостями фінансової діяльності підприємств. За таких умов став об'єктивним процес занепаду більшості підприємств, погіршення їхнього фінансового стану і навіть припинення діяльності. Це, в свою чергу, призвело до погіршення фінансової системи в країні, оскільки фінанси підприємств є її головною основою.

Падіння прибутковості й фінансової стабільності характеризувало початок впровадження ринкових економічних відносин в Україні. Зараз кількість функціонуючих підприємств збільшилась, але цього все ж таки ще недостатньо для ефективного функціонування економіки країни в цілому, і кожного підприємства, тобто його власної фінансово-господарської діяльності і суми прибутку, достатнього для розвитку. Постійне зростання абсолютної суми прибутку вважається позитивною тенденцією, яка визначає ефективність діяльності підпри-

ємства. Але в ринкових умовах, коли на діяльність підприємств впливає дуже багато різних факторів, особливо такий фактор, як інфляція, абсолютне зростання прибутку не може дати чітку відповідь про рівень ефективності діяльності підприємства.

У сучасній практиці таким показником виступає рентабельність діяльності підприємства, розрахунок якої дозволяє зробити точний аналіз тенденції зміни ефективності фінансової діяльності підприємства в часі. Забезпечення рентабельної фінансової діяльності є найбільш актуальною задачею для більшості українських підприємств. Про це свідчать праці вітчизняних вчених-економістів: І.В. Алексєєва; І.А. Бланка; В. М. Гриньова; А.Г. Грязнової, С.А. Ленскої; С.Довбні, Ю. Шембеля; І. Коробова, Н.П. Любушин; П.Я. Поповича; Г.В. Савицької, та зарубіжних: Дж. Ван Хорн; Дж. М. Херріс та інші.

Управлінню та регулюванню рівня прибутковості присвячені положення: Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV; Закон України "Про господарські товариства" від 19.09.1991 № 1576-XII; Закон України "Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні" та інші. Ефективна фінансова діяльність — це та ціль, яку повинні ставити перед собою всі суб'єкти господарювання.

Актуальність дослідження полягає в тому, що для оцінки рівня ефективності роботи підприємства одер-

Таблиця 1. Основні визначення поняття "рентабельність"

А.Д. Шеремет	Рентабельность – это способность приносить доход. Показатели рентабельности рассчитываются как отношение полученных доходов к различным факторам (к продажам, к размеру активов, к размеру основных фондов и так далее)
В.М. Родіонова	Рентабельність – відносний показник, який відображає ступінь прибутковості підприємства. Рентабельність виступає як економічна категорія, оцінний результативний показник, цільовий орієнтир, інструмент розрахунку чистого доходу суспільства, джерело формування різних фондів.
В.М. Опарін	Рентабельність означає прибутковість, дохідність. Підприємство вважається рентабельним, якщо результати від реалізації продукції покривають витрати виробництва і утворюють суму прибутку, достатню для нормального функціонування підприємства.
М.Я. Коробов	Рентабельність – це відносний показник, тобто рівень прибутковості, що вимірюється у відсотках.
А.М. Поддєрьогін	Рентабельність – показник рівня дохідності продукції, підприємства в цілому. Визначається як відношення прибутку до вартості основних засобів у відсотках.
Фінансово-кредитний словник	Рентабельність – один із головних вартісних показників ефективності виробництва, що характеризує рівень віддачі активів і ступінь використання капіталу у процесі виробництва.
	Рентабельність — поняття, що характеризує економічну ефективність виробництва, за якої підприємство за рахунок грошової виручки від реалізації продукції (робіт, послуг) повністю відшкодовує витрати на її виробництво й одержує прибуток як головне джерело розширеного відтворення.
А.А. Бернштейн	Рентабельність характеризує ефективність використання наявних ресурсів, успіх (неуспіх) у бізнесі, ріст (зниження) обсягів діяльності. Як кількісний показник рентабельність являє собою різницю між ціною вартістю товарів, між обсягом продажу і собівартістю конкурентоздатності.

жуваний результат (валовий дохід, прибуток), зіставляється з витратами або використовуваними ресурсами. Порівняння прибутку з витратами означає рентабельність, або, точніше, норму рентабельності.

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧІ

Метою дослідження є оволодіння методологією вимірювання та управління рентабельністю підприємства для аналізу стану прибутковості та доцільної дохідності рівня рентабельності підприємства і розробки напрямів її вдосконалення. Завданням дослідження є: дослідити теоретичні основи забезпечення ефективності регулювання та управління рентабельністю підприємства; оволодіти сучасними методами планування та управління прибутковістю фінансової діяльності підприємства; охарактеризувати фактори, що визначають рентабельність фінансової діяльності; виявити можливі резерви підвищення рентабельності фінансової діяльності підприємства шляхом вдосконалення методів, принципів управління рентабельністю.

Методологія дослідження спирається на використання комплексу філософських, загальнонаукових, конкретно-наукових, математично-статистичних, традиційних методів.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Загальновідомо, що результати діяльності підприємств можуть бути оцінені різними показниками, такими, як обсяг випуску продукції, обсяг продажів, прибуток. Характеризуючи фінансовий або виробничий результат, перераховані показники не здатні оцінити ефективність діяльності підприємств. Це пов'язано з тим, що дані показники є абсолютними характеристиками діяльності підприємства, і їх правильна інтерпретація за оцінкою результативності може бути здійснена у взаємозв'язку з іншими показниками, що характеризують вкла-

дені в підприємство засоби. Показниками, що характеризують ефективність діяльності підприємств, є показники рентабельності. У фінансовій літературі дається декілька понять рентабельності. Так, одне з його визначень звучить таким чином: рентабельністю (від йому. *rentabel* — прибутковий, прибутковий) — це показник економічної ефективності виробництва на підприємствах, який комплексно відображає використання матеріальних, трудових і грошових ресурсів. На думку інших авторів, рентабельність — показник, що є відношенням прибутку до суми витрат на виробництво, грошовим вкладенням в організацію комерційних операцій або суми майна фірми використовуюваного для організації своєї діяльності[1].

Так або інакше, рентабельністю є співвідношення доходу і капіталу, вкладеного в створення цього доходу. Зв'язавши прибуток

з вкладеним капіталом, рентабельність дозволяє порівняти рівень прибутковості підприємства з альтернативним використанням капіталу або прибутковістю, отриманою підприємством за схожих умов ризику. Ризикованіші інвестиції вимагають вищого прибутку, щоб вони стали вигідними. Оскільки капітал завжди повинен приносити прибуток, для виміру рівня прибутковості підприємства прибуток, як винагорода, за ризик зіставляється з розміром капіталу, який був необхідний для утворення цього прибутку. Рентабельність є показником, що комплексно характеризує ефективність діяльності підприємства. За його допомогою можна оцінити ефективність управління підприємством, оскільки здобуття високого прибутку і достатнього рівня прибутковості багато в чому залежить від правильності і раціональності управлінських рішень, що приймаються. Тому рентабельність можна розглядати як один з критеріїв якості управління. За значенням рівня рентабельності можна оцінити довгострокове благополуччя підприємства, тобто здатність підприємства отримувати достатній прибуток на інвестиції.

Для довгострокових кредиторів інвесторів, що вкладають гроші у власний капітал підприємства, даний показник є надійнішим індикатором, ніж показники фінансової стійкості і ліквідності, що визначаються на основі співвідношення окремих статей балансу. Встановлюючи зв'язок між сумою прибутку і величиною вкладеного капіталу, показник рентабельності можна використовувати в процесі прогнозування прибутку. В процесі прогнозування з фактичними і очікуваними інвестиціями зіставляється прибуток, який передбачається отримати на ці інвестиції. Оцінка передбачуваного прибутку базується на рівні прибутковості[3].

Погляньмо на деякі з тих визначень, які були сформульовані в 90-ті роки ХХ століття українськими і російськими авторами, тобто в період становлення нових

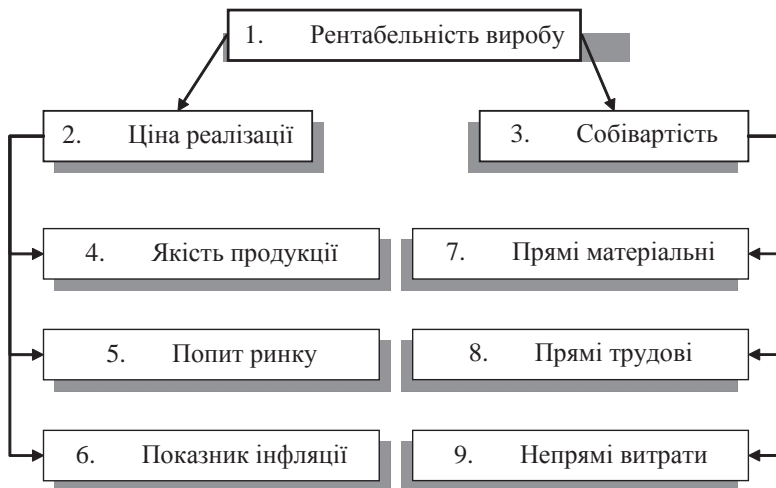


Рис. 1. Структурна схема рентабельності одиниці виробу

української і російської економік (табл. 1).

Слово "рентабельність" походить з німецької "rentabel" (дохідний, прибутковий) і означає показник економічної ефективності виробництва на підприємствах у різних галузях і народному господарстві в цілому.

Рентабельність — це якісний вартісний показник, що характеризує рівень віддачі витрат або міру використання наявних ресурсів у процесі виробництва і реалізації товарів, робіт і послуг [6].

Щоб зробити висновок про рівень ефективності роботи підприємства, отриманий прибуток необхідно порівняти з понесеними витратами. Таке порівняння, тобто співвідношення прибутку з понесеними витратами, характеризує рентабельність (Р).

$$P = \frac{\text{Прибуток}}{\text{Авансові витрати або Поточні витрати}} \quad (1).$$

Рентабельність означає прибутковість, або дохідність, виробництва і реалізації всієї продукції (робіт, послуг) чи окремих її видів; дохідність підприємств, організацій, установ у цілому як суб'єктів господарської діяльності; прибутковість різних галузей економіки.

Показники рентабельності є відносними характеристиками фінансових результатів і ефективності діяльності підприємства. Вони вимірюють прибутковість підприємства з різних позицій і групуються відповідно до інтересів учасників економічного процесу, ринкового обміну.

Показники рентабельності є важливими характеристиками факторного середовища формування прибутку (доходу) підприємства.

З цієї причини вони є важливими обов'язковими елементами порівняльного аналізу й оцінки фінансового стану підприємства. При аналізі виробництва показники рентабельності використовуються як інструмент інвестиційної політики і ціноутворення.

Різні варіанти рішень, що приймаються для визначення прибутку, поточних витрат, авансової вартості, для розрахунку рентабельності, зумовлюють наявність значної кількості показників рентабельності [4].

До показників рентабельності продукції відносять: рентабельність окремих виробів — розраховується як відношення прибутку від виробу до собівартості само-

го виробу; рентабельність реалізованої продукції — розраховується як відношення прибутку від реалізації продукції (або чистого прибутку) до виручки від реалізації продукції; рентабельність виробництва — розраховується як відношення прибутку від реалізації до вартості основних фондів і матеріальних оборотних коштів [9].

Показники рентабельності визначаються в коефіцієнтах або у відсотках і показують частку прибутку в кожній грошовій одиниці витрат або частку товарної продукції в її собівартості.

Показники рентабельності можна розраховувати і за окремими структурними підрозділами, і за видами діяльності.

Показники рентабельності використовують для оцінки результатів діяльності підприємства, його структурних підрозділів, у

ціноутворенні, інвестиційній політиці, для порівняльного аналізу споріднених підприємств, що виробляють таку саму продукцію, для вибору варіантів формування асортименту і структури продукції, аналізу раціональності виробництва продукції. Зміна рентабельності окремих видів продукції відбувається під впливом різних факторів, деякі з них показано на рис. 1.

Важливе значення для підприємства має вивчення рентабельності реалізованої продукції через відношення валового прибутку до виручки від реалізації [5].

Рентабельність реалізованої продукції доцільно аналізувати, ураховуючи вплив таких факторів: зміна структури та асортименту продукції; зміна собівартості продукції; зміна відпускних цін на продукцію.

Кожному підприємству необхідна інформація про рентабельність його діяльності. Основним показником рентабельності підприємства є рентабельність виробництва, що розраховується як відношення прибутку від реалізації продукції до всього авансованого капіталу (суми всіх активів).

В економічному аналізі, бізнес-плануванні, аудиті найчастіше використовують показники рентабельності, що визначають прибутковість підприємств у співвідношенні до вкладених фінансових ресурсів (ресурсні показники рентабельності) або до поточних витрат на виробництво продукції (витратні показники рентабельності).

Основним показником рентабельності діяльності підприємства (рентабельності капіталу) є відношення одержаного прибутку як фінансового результату діяльності (до оподаткування) до всього вкладеного капіталу:

$$R_n = \frac{\Pi}{K} 100 \quad (2),$$

де R_n — рентабельність діяльності підприємства; Π — прибуток без вирахування податку на прибуток;

K — середній за аналізований період залишок власного й позикового капіталу підприємства (або суми всіх активів).

У знаменнику цієї формули, залежно від цілей обчислення рентабельності, можуть фігурувати або лише власні фінансові ресурси, що вкладені в основні, обо-

ротні засоби, засоби обігу, або всі фінансові ресурси підприємства — власні та позикові. Цей показник характеризує прибутковність підприємства стосовно наявних фінансових ресурсів, які є в його розпорядженні, тобто такий показник є ресурсним. Рентабельність використання фінансових ресурсів може бути підвищена, якщо підприємство досягає того самого обсягу прибутку, але зменшує при цьому суму коштів, вкладених у основні, оборотні засоби, засоби обігу (наприклад, реалізує частину машин, устаткування, якщо вони використовуються не досить ефективно, знижує залишки виробничих запасів, незавершеного виробництва, готової продукції, товарів, вивільнює гроші, іммобілізовані в дебіторську заборгованість) [7].

На практиці часто застосовується показник "чистої" рентабельності використання фінансових ресурсів. Він обчислюється за аналогією з показником загальної рентабельності (формулу (2)), лише в чисельнику береться прибуток, зменшений на внесений за його рахунок податки до державного бюджету. Він характеризує розрахункову рентабельність, тобто прибутковність, яка враховує прибуток, що залишається в розпорядженні підприємства [8].

Інший економічний смисл має показник "рентабельність операційних витрат", який визначається так:

$$R_{o.s} = \frac{\Pi_{o.d.}}{C} 100 \quad (3),$$

де $R_{o.s}$ — рентабельність операційних витрат підприємства;

$\Pi_{o.d.}$ — прибуток від операційної діяльності;

C — операційні витрати (поточні витрати на виробництво продукції та на інші види операційної діяльності).

На відміну від ресурсних показників, рентабельність операційних витрат характеризує прибутковність поточних витрат, вигідність для підприємства виробництва певних видів продукції, виконання певних робіт, надання платних послуг і витрат на інші види операційної діяльності (тому він являє собою витратний показник рентабельності). Ресурси, якими володіє підприємство, впливають на рівень цього показника незначною мірою — лише у тій частині собівартості, яка дорівнює амортизації основних засобів і зносу нематеріальних активів, а також витратам на поточний, середній і капітальний ремонт основних засобів. Основними факторами зростання рентабельності операційної діяльності є зниження витрат на виробництво товарів, робіт і послуг, а також підвищення їх продажних цін.

Для економічного аналізу діяльності підприємств використовуються показники рентабельності основної товарної продукції та окремих видів товарів, робіт і послуг. З огляду на порядок обліку витрат на виробництво продукції (мається на увазі невключення до собівартості окремих видів продукції таких операційних витрат, як адміністративні витрати, витрати на збут, нерозподілені постійні загальновиробничі витрати) рекомендується визначати такі показники рентабельності основної товарної продукції:

$$R_n = \frac{P - C_{p.n.}}{C} 100 \quad (4),$$

де R_n — рентабельність продукції підприємства;

P — виручка від реалізації товарів, робіт, послуг в оптових цінах (без ПДВ);

$C_{p.n.}$ — операційні витрати на випуск реалізованої продукції.

$$R_{вал} = \frac{\Pi_{вал}}{C_e} 100 \quad (5),$$

де $R_{вал}$ — рентабельність продукції за валовим прибутком;

$\Pi_{вал}$ — валовий прибуток;

C_e — виробнича собівартість продукції.

Різниця між величинами C і C_n у цих формулах визначається особливостями формування виробничої собівартості продукції та операційних витрат згідно з П(С)БО 3 і П(С)БО 16 національних стандартів бухгалтерського обліку. За логікою формули (6) можна розраховувати також і рентабельність окремих видів продукції (робіт, послуг):

$$r_b = \frac{\Pi_b - CB}{CB} 100 \quad (6),$$

де r_b — рентабельність виробу (виду робіт, послуг);
 Π_b — відпускна ціна одиниці продукції (виробу, виду робіт, послуг) без ПДВ;

C_b — виробнича собівартість одиниці продукції.

Національними стандартами бухгалтерського обліку введено поняття "витрати діяльності підприємства". Вони вбирають у себе (згідно з П(С)БО 16): операційні витрати; фінансові витрати; втрати від участі в капіталі; інші витрати; надзвичайні витрати.

Загальний фінансовий результат діяльності підприємства (прибуток), віднесений до суми витрат діяльності, показує загальну витратну рентабельність, тобто дає відповідь на запитання, скільки прибутку приносить кожна гривня всіх витрат, зроблених підприємством за звітний період. Цей показник обчислюється за формулою:

$$R_{e.d.} = \frac{\Pi}{C_d} 100 \quad (7),$$

де $R_{e.d.}$ — рентабельність витрат діяльності;

C_d — витрати діяльності (без урахування податку на прибуток).

Важливе значення для забезпечення умов невинного зростання прибутку і рентабельності має якість їх планування. Це складний і багатогранний процес, який включає в себе глибокий економічний аналіз виробничих і фінансових показників за період, що передував плановому періоду, досягнення максимальної узгодженості з кількісними і якісними показниками плану випуску продукції (виконання робіт, послуг), її реалізації, собівартості, врахування наявних резервів збільшення випуску продукції, зниження витрат на виробництво, особливо непродуктивних і позареалізаційних витрат і збитків [2].

Якщо план із прибутку складено на належному рівні, професійно грамотно, підприємство має змогу правильно визначити обсяг платежів у державний бюджет і суму прибутку, що залишається в його розпорядженні з метою створення фінансової бази для розвитку виробництва, необхідних витрат на розвиток соціальної сфери, матеріальне заохочення праці.

У плануванні прибутку беруть участь (за умови організаційної відповідальності за цю справу фінансо-

вої служби) всі виробничі і функціональні підрозділи підприємства. Тільки в такому разі план може правильно віддзеркалювати внутрішньогосподарські резерви виробництва на базі більш раціонального використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів.

Прибуток підприємства як фінансовий результат від його звичайної діяльності планується на рік, квартал, місяць за елементами, які його формують за чинними стандартами бухгалтерського обліку та звітності [7].

Спочатку обчислюється плановий обсяг валового прибутку (Пвал.), який, згідно з П(С)БОЗ, визначається за формулою:

$$P_{\text{вал.}} = P - C_{\text{к}} \quad (8),$$

де P — виручка від реалізації товарів, робіт, послуг в оптових цінах без ПДВ та акцизного збору;

$C_{\text{к}}$ — виробнича собівартість реалізованої продукції.

Є кілька методів планування валового прибутку від реалізації продукції.

На невеликих і середніх підприємствах найпоширенішим є метод прямого поасортиментного розрахунку за вищенаведеною формулою. В такому разі для розрахунку валового прибутку за кожною асортиментною позицією застосовуються планові калькуляції собівартості виробів, а також обсяги реалізації, визначені при плануванні виручки від реалізації (з урахуванням динаміки перехідних залишків реалізованої, але не оплаченої покупцями продукції або без такого врахування, й тоді розрахована планова величина валового прибутку від реалізації продукції буде відповідати прийнятій методиці обліку обсягу реалізації та прибутку, але не враховуватиме перехідні залишки прибутку, які можуть міститися у вартості реалізованої, але не оплаченої покупцями готової продукції).

Загальна сума планового прибутку підприємства, тобто фінансові результати від звичайної діяльності (за термінологією П(С)БОЗ), враховує, як зазначалося, поряд з плановим валовим прибутком від реалізації продукції також: адміністративні витрати; витрати на збут; інші операційні доходи і витрати; фінансові доходи і витрати.

Серед інших операційних доходів при плануванні прибутку підприємства враховуються: виручка від реалізації зайвих матеріалів та інших оборотних активів, прибуток від операцій з тарою, дохід від здачі в оренду основних засобів. Не плануються: одержані або визнані контрагентами присуджені штрафи, пені, неустойки за порушення ними договірних зобов'язань або законодавства, доходи від списання кредиторської заборгованості, з якої минув строк позовної давності, інші доходи, що мають випадковий характер (наприклад, курсові різниці за операціями з іноземною валютою, надлишки матеріальних цінностей, виявлені в ході інвентаризації тощо).

Серед інших операційних витрат при плануванні прибутку підприємства зазвичай враховуються витрати на дослідження й розробки, собівартість реалізованих (і врахованих як інший операційний дохід) зайвих матеріалів та інших оборотних активів. Не плануються: сплачені (або визнані) штрафи, пені, неустойки на користь контрагентів, нестачі та втрати від псування матеріальних цінностей, від їх уцінки, втрати від списання сумнів-

них та безнадійних боргів тощо (адже мається на увазі, що підприємства повинні так організувати роботу і взаємовідносини зі своїми партнерами, щоб не порушувалися договірні умови, чинне законодавство, умови зберігання товарно-матеріальних цінностей та ін.).

До складу фінансових доходів, які мають бути врахованими при плануванні фінансового результату звичайної діяльності, включаються: дохід від вкладення капіталу в спільні підприємства, дивіденди на акції, вкладені в інші акціонерні товариства, проценти з придбаних облігацій, а до складу фінансових витрат входять намічені суми виплат комерційним банкам за користування кредитами, а також інші платежі, пов'язані з залученням позикового капіталу (наприклад виплата процентів за емітованими власними облігаціями).

У складі інших доходів і витрат плануються доходи й витрати, які можуть бути у процесі звичайної діяльності (крім фінансових витрат) і які не пов'язані з виробництвом та реалізацією виготовленої продукції (наприклад дохід від реалізації об'єктів основних засобів, виручка від продажу придбаних акцій з урахуванням відповідно залишкової вартості основних засобів і ціни придбання акцій як витрат).

Використання методу прямого розрахунку валового прибутку підприємства як складової загального фінансового результату його діяльності має низку переваг і недоліків. Основними позитивними якостями такого методу є простота і достовірність. Однак він обмежує можливості виявлення внутрішніх резервів зростання прибутку в процесі планування, бо дає лише кінцевий результат — план валового прибутку, не враховуючи впливу окремих факторів на планову величину прибутку. Головним чином з цієї причини широко застосовується (і не тільки на найбільших підприємствах, де використання методу прямого поасортиментного розрахунку плану прибутку пов'язане з утрудненнями технічного характеру) аналітичний метод планування прибутку [9].

Аналітичний метод планування валового прибутку від реалізації товарної продукції ґрунтується на вивченні факторів, які визначають рівень прибутку та рентабельності в базовому періоді, врахуванні їх, а також інших факторів (зростання виробництва, зниження собівартості продукції тощо), які наявні вже в плановому періоді. Послідовність роботи з планування валового прибутку така: оскільки ця робота проводиться до закінчення базового періоду, спочатку обчислюється очікуваний валовий прибуток від реалізації товарної продукції за звітний період. Для цього сума фактично одержаного валового прибутку за минулий період базового року збільшується на суму планового валового прибутку за період до його закінчення.

Другий етап — коригування очікуваного валового прибутку від реалізації товарної продукції за факторами, які формували прибутковість і рентабельність підприємства у базовому періоді і які слід враховувати як резерви росту прибутку у плановому періоді (або, навпаки, які не можуть бути враховані через певні умови при плануванні прибутку на плановий період). Таким чином обчислюється базовий валовий прибуток від реалізації товарної продукції і базова рентабельність продукції за валовим прибутком.

На цьому етапі роботи найскладніше — це знайти підхід до того, як врахувати зміни цінових факторів на обсяг прибутку і рентабельність підприємства, бо в умовах інфляції ціни на ті ресурси, які воно споживає на виробництво, так само, як і оптові ціни, за якими воно реалізує продукцію споживачам, швидко змінюються, причому дуже часто в нерівноцінних співвідношеннях. Меншою мірою, та все ж спостерігається варіація цін і в умовах безінфляційної ринкової економіки — під впливом попиту і пропозиції на сировину, основні засоби, споживчі товари, робочу силу, інші товари. Отже, якщо при плануванні валового прибутку виходити з тієї рентабельності продукції, яка склалася в базовому періоді, то це може призвести до серйозних прорахунків.

Обчислена за валовим прибутком рентабельність продукції підприємства, досягнута ним у базовому періоді, для її використання як базової при плануванні прибутку в новому плановому періоді має бути скоригована з урахуванням умов ціноутворення планового періоду. Якщо відкинути всі фактори, що впливають на формування рентабельності, крім одного — зміни цін на виробничі ресурси (сировину, матеріали тощо), з одного боку, і зміни відпускних цін на готову продукцію — з другого, то неважко уявити, що рентабельність продукції змінюватиметься відповідно до співвідношення індексів цих цін. Якщо припустити, що ціни на матеріальні ресурси, які використовуються на виробництво, і витрати підприємства на оплату праці, що включаються до собівартості продукції, і договірні оптові ціни при реалізації готової продукції змінюються на одну і ту саму величину (один і той самий індекс), то рентабельність продукції не зміниться. Але подібна ситуація — лише випадковість. Нижче наведена формула, що визначає, як взагалі змінюється рентабельність продукції під впливом зміни цін на готову продукцію підприємства й на ресурси, які використовуються підприємством, тобто формують собівартість продукції:

$$r_1 = r_0 - (1 + r_0) \left(1 - \frac{i_n}{i_p} \right) \quad (9),$$

де r_1 — коефіцієнт рентабельності продукції при зміні відпускних цін на продукцію і цін на ресурси, що формують собівартість продукції;

r_0 — коефіцієнт рентабельності продукції до зміни цін;

i_n — індекс відпускних цін на готову товарну продукцію;

i_p — індекс цін на ресурси, які формують собівартість товарної продукції.

Для розрахунку індексів i_n та i_p підприємство, плануючи валовий прибуток, наприклад, на наступний рік, має з можливою точністю спрогнозувати, як змінюватимуться ціни у плановому році на його продукцію, які будуть зміни в ціноутворенні на сировину, матеріали, інші матеріальні ресурси, які передбачаються зміни у зв'язку з цим щодо рівня оплати праці, що також впливає на собівартість продукції, її рентабельність. Робота ця складна, потребує об'єднаних зусиль працівників фінансових, планових, збутових, постачальницьких та інших економічних і виробничих служб підприємства.

Обчислена таким чином базова рентабельність продукції відображає лише цінові фактори, які слід брати до уваги при плануванні прибутку. Далі відомими методами економічного аналізу можна визначити резерви, які не були використані підприємством у базовому році для зростання прибутку, зокрема за рахунок: ліквідації непродуктивних і понаднормативних витрат, що відносяться на виробничу собівартість продукції; ліквідації фактів поставки готової продукції покупцям з відхиленнями від узгоджених технічних і якісних параметрів, які ведуть до зниження оптових цін на ці вироби і, отже, прибутку від реалізації; структурних зрушень в асортименті продукції, що виготовляється і реалізується, в бік випуску більш рентабельної продукції.

ВИСНОВКИ

Підприємства, які в плановому році передбачають випуск і реалізацію значного обсягу нової продукції, питома вага якої сягає 25 відсотків і більше, мають планувати розмір валового прибутку від реалізації продукції окремо: аналітичним методом — в частині випуску продукції, яка випускається в базовому і плановому роках, методом прямого поасортиментного розрахунку — в частині нової продукції.

Аналітичний метод розрахунку планового валового прибутку є також перевірочним методом. Найкращі результати щодо якості планування він дає при поєднанні двох методів, коли поасортиментний розрахунок валового прибутку доповнюється перевіркою через розрахунок за допомогою скоригованої базової рентабельності.

Література:

1. Финансы / Под ред. В.М. Родионовой. — М.: Финансы и статистика, 2006. — 125 с.
 2. Василик О.Д. Теорія фінансів: підручник для студ. екон. спец. вищ. закладів освіти / Київський національний ун-т ім. Т. Шевченка. — 4-те вид., доп. — К.: НІОС, 2003. — 411 с.
 3. Финансы підприємств: підручник / Керівник авт.-кол. і наук. ред. проф. А.М.Поддєрьогін. — 3-тє вид., перероб. та доп. — К.: КНЕУ, 2005. — 460 с.
 4. Дробозіна Л.О., Окунєва Л.П., Андросова Л.Л., Карчевський В.В., Башкатова Т.О. Финансы. Грошовий обіг. Кредит: навч. посібник. — Рівне: Видавнича агенція Вертекс, 2001. — 352 с.
 5. Мец В.О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства: навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2003. — 132 с.
 6. Опарін В.М. Фінансові ресурси: проблеми визначення та розміщення // Вісник НБУ, 2009. — №5. — С. 11—16.
 7. Савицкая Г.В. Аналіз хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие. — Минск: Экоперспектива, 2005. — 498 с.
 8. Шеремет А. Д. Сейфулін Р.С. Методика фінансового аналізу. — М.: Інфра, 2006 р. — 364 с.
 9. Ширягіна О.Е. Методика аналізу фінансових результатів підприємства // Формування ринкових відносин в Україні (укр.). — 2010. — № 5. — С.60—65.
- Стаття надійшла до редакції 16.02.2012 р.*