

Ірина Глинянко

слухачка магістерської програми

Науковий керівник: к.е.н., доцент Спільник І.В.,

Тернопільський національний економічний університет

АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ринку метою підприємства є одержання максимального прибутку, величину якого керівництво повинно аналітично обґрунтувати, а в період загострення конкуренції визначити свій граничний обсяг продажу, який хоч і не дозволить одержати прибуток, але гарантуватиме відшкодування пов'язаних з випуском і збутом витрат. Дослідження взаємозв'язку обсягу продажу, витрат, ціни та прибутку називають аналізом беззбитковості (маржинальним аналізом), який дозволяє виділити роль окремих факторів у формуванні прибутку підприємства [3].

Над даним видом аналізу працювала значна кількість вчених [1, 2, 3–5]. Так, І.М. Боярко у своїй праці виділяє ряд умов, які необхідно дотримуватись при проведенні маржинального аналізу, а саме:

поділу витрат щодо динаміки обсягу виробництва продукції на змінні і постійні;

збільшення (зменшення) змінних витрат пропорційно обсягу виробництва (реалізації) продукції;

незмінності постійних витрат у межах релевантного (значимого) обсягу виробництва (реалізації) продукції, тобто в діапазоні ділової активності підприємства, встановленого відповідно до виробничої потужності підприємства і попиту на продукцію;

тотожності виробництва і реалізації продукції в межах розглянутого періоду часу, тобто запаси готової продукції не можуть істотно змінюватися;

як критерій для аналізу приймається операційний прибуток, а не чистий прибуток [1].

Беручи до уваги умови, які були вище зазначені, маржинальний аналіз дозволяє маржинального аналізу дозволяє:

- спрогнозувати величину прибутку при заданих обсягах продажу, ціні, постійних та питомих змінних витратах;

- визначити беззбитковий обсяг продажу при заданих ціні, постійних витратах та питомих змінних витратах;

- встановити зону безпеки підприємства, або розмір допустимого скорочення обсягів продажу без ризику попадання у зону збитку;

- здійснити факторний аналіз зміни критичного обсягу та зони безпеки;

- обчислити необхідний обсяг продажу для одержання заданого прибутку;

- визначити критичний рівень постійних витрат при заданому рівні маржинального доходу і обсягу продажу;

- розрахувати беззбиткову ціну реалізації при заданому обсягу продажу і рівні постійних і змінних витрат.

Аналітичне представлення основної факторної моделі ґрунтується на формулі:

$$S=VC+FC+GI;$$

де: S- обсяг продажу у вартісному виразі ($q \times p$);

VC- змінні витрати;

FC- умовно-постійні витрати;

GI- прибуток.

При аналізі беззбитковості додержуються таких обмежень і умов:

• обсяг виробництва дорівнює обсягу продажу (попит еластичний);

• витрати виробництва є функцією обсягу виробництва (реалізації);

• постійні витрати є стабільними для будь-якого обсягу виробництва;

• ціна реалізації є фіксованою (обсяг продажу є функцією кількості товару і його ціни);

• асортимент незмінний і зіставний.

У критичній точці $GI = 0$, тому для розрахунку беззбиткового обсягу основна формула набуває виду:

$$q_{кр}=FC : (p-v),$$

де: $q_{кр}$ - критичний обсяг продажу продукції в натуральному вираженні (поріг рентабельності, мертва точка)

p - ціна одиниці продукції;
 v – питомі змінні витрати.
 $(p-v)$ -питомий маржинальний дохід.
 Таким чином:

1. В критичній точці сумарний маржинальний дохід дорівнює сумі умовно постійних витрат.
 2. Висока точка беззбитковості небажана, свідчить про вразливість виробництва до зміни його обсягів.
 3. Чим більшою є $(p-v)$ -питомий маржинальний дохід, тим нижча точка беззбитковості.
 4. Чим вищою є питома вага постійних витрат у собівартості (коефіцієнт операційного важеля), тим більш чутливим є прибуток до зміни обсягу випуску.
- Розраховують рівень операційного важеля :

$$L = \frac{\Delta GI \div GI}{\Delta q \div q}$$

Значення цього показника не є постійним для підприємства і залежить від базового рівня обсягу виробництва, від якого здійснюється розрахунок. Найбільшим є його значення у випадках зміни обсягу виробництва, що незначно перевищують критичний обсяг.

Для розрахунку обсягу продажу, що забезпечує певний очікуваний прибуток GI ,

$$QGI = (FC + GI) : (p-v);$$

Розраховують також зону безпеки або запас міцності підприємства:

В абсолютному вираженні: $Q_i - Q_{кр}$;

$$U \% : ((Q_i - Q_{кр}) : Q_i) \times 100.$$

Зона безпеки (запас міцності показує, який процент зниження виручки може витримати підприємство без серйозної загрози для свого фінансового стану (залишитись в зоні беззбитковості). Зниження зони безпеки означає зниження платіжної здатності підприємства та підвищення імовірності банкрутства [4].



Рис. 1. Управлінські рішення на основі аналізу беззбитковості [2]

Маржинальний дохід є основною категорією маржинального аналізу і визначається як різниця між виручкою від реалізації (без урахування акцизів та ПДВ) та змінними витратами. Можна зазначити, що чим вищий рівень маржинального доходу, тим швидше будуть відшкодовуватись постійні витрати, і підприємство буде отримувати прибуток у достатньому обсязі. Для менеджера є досить важливим фактом визначення питомого маржинального доходу для кожного конкретного виду продукції. Маржа

покриття на одиницю продукції показує вклад кожної додатково виробленої одиниці в сукупному маржинальному доході, котрий і є джерелом покриття постійних витрат і генерування прибутку.

У своїй праці О.Л. Михальська виділяє центральним моментом маржинального аналізу визначення «точки беззбитковості» [2], а саме обсягу продажу, при якому виручка від реалізації продукції (робіт, послуг) дорівнюватиме сумі витрат. Виходячи з цього, при збільшенні обсягу виробництва і реалізації зверх цієї «точки» підприємство отримує прибуток у зростаючих масштабах, а от його зменшення навпаки негативно впливає на діяльність підприємства призводячи до збитків.

Методика аналізу беззбитковості дає можливість визначити певну кількість показників, які будуть слугувати для прийняття найбільш ефективних господарських рішень (рисунок 1).

Ситуація яка склалась на даний момент в країні, спонукає виробників замислитись, а яким саме способом забезпечити себе комплектуючими деталями, запасними частинами, напівфабрикатами, обладнанням тощо. Для вирішення цих питань можна застосувати маржинальний аналіз. Щоб дати відповідь на поставлене запитання, необхідно зіставити (порівняти) витрати за кількома варіантами. Таке порівняння дасть можливість з'ясувати, а за якої потреби в комплектуючих, напівфабрикатах, і т.д. вартість їх придбання і виготовлення співпадатиме.

Отже, підсумовуючи вищевикладене можна стверджувати, що маржинальний аналіз є важливим у прийнятті управлінських рішень стосовно основної (операційної) діяльності.

Список використаних джерел

1. Боярко М. І., Гриценко Л. Л. Інвестиційний аналіз. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 400 с.
2. Михальська О. Л. Особливості використання методу маржинального аналізу "Cost-Volume-Profit" (витрати – обсяг продажу – прибуток) на олійно-жирових підприємствах. Вип. 1. С. 260-269.
3. Спільник, І. В. Аналітична оцінка якості прибутку підприємства за показниками фінансової звітності. Прикладна економіка – від теорії до практики: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Тернопіль, 20 жовтня 2016 р.). Тернопіль: Вектор, 2016. С. 219-221.
4. Спільник І. В., Ярощук О.В. Принцип системності в аналітичних дослідженнях. Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: О. В. Ярощук (голов. ред.) та ін. Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2018. Том 28. № 2. С. 182-190.
5. Шкарабан С.І., Спільник І.В., Шеремета М.Й. Фінансовий аналіз. Навч.-метод. комплекс дисципліни. Тернопіль: Видавництво ТНЕУ «Економічна думка», 2009. 252 с.