

*Шубіна С.В., Крамаренко І.В.
Лосєва І.В., Швадченко В.О.*

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ ТА УПРАВЛІННЯ ЧИСТИМ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Анотація. Досліджено сутність чистого прибутку, розглянуто основні підходи до його аналізу, обґрунтовано необхідність і принципи побудови моделі управління чистим прибутком на підприємствах торгівлі, доповнено модель аналізу чистого прибутку з урахуванням специфіки підприємств торгівлі.

Ключові слова: фінансові ресурси, чистий прибуток, аналіз, моделювання, система управління підприємством.

Вступ. У процесі фінансово-економічного аналізу роботи підприємства постійно вирішуються завдання, пов'язані з пошуком резервів зниження витрат й збільшенням на цій основі обсягів виробництва та кінцевого результату - чистого прибутку. Пошук шляхів щодо ефективного аналізу прибутку підприємств торгівлі та його планування в подальшому процесі фінансово-господарської діяльності підприємства постає актуальною проблемою в умовах ринкової економіки. В сучасних умовах господарювання необхідно приділяти особливу увагу такому виду прибутку як «чистий прибуток», який є основним кінцевим показником діяльності підприємства.

Відкритим на сьогодні залишається питання вибору підходу щодо формування та аналізу чистого прибутку підприємства торгівлі, тому що правильне відображення в фінансовому обліку торгівельної націнки на товари має важливе значення для визначення результатів діяльності підприємства торгівлі [8].

Питанням сутності чистого прибутку, його аналізу та управління з різним ступенем висвітлення займалися багато економістів - теоретиків та практиків, серед яких доцільно виділити наступних: А. М. Поддєрьогін, С. Д. Дзюбик, Л. О. Коваленко, Т. Кучеренко, А. Рязанцева та інші.

Постановка проблеми. Метою статті є узагальнення та подальший розвиток теоретико-методичних положень щодо сутності поняття «чистий прибуток» торгівельного підприємства, напрямків його аналізу та управління в сучасних умовах господарювання. У процесі написання статті використовувались різноманітні методи дослідження – логічне узагальнення, статистичний аналіз, системний та комплексний підходи.

Виклад основного матеріалу. На даний час зосереджено багато уваги на визначенні сутності поняття «чистий прибуток» як вітчизняними, так і закордонними дослідниками. Досить змістовне поняття чистого прибутку надає С.Д. Дзюбик: «Чистий прибуток — це те, що залишається після вирахування всіх економічних витрат — явних і неявних витрат на заробітну плату, ренту і позичковий відсоток, і, крім того, нормального прибутку — із загального доходу підприємства» [2]. Таке визначення можна вважати достатньо змістовним і точним. Багато науковців в своїх працях посилаються на це визначення як узагальнююче та вдале.

А.М. Поддєрьогін трактує чистий прибуток як частину прибутку, що залишається в підприємства після сплати податків та можливих штрафів (унаслідок застосування фінансових санкцій) [3]. Дане визначення, на нашу думку, не повністю відображає сутність запасів, оскільки є занадто загальним.

У навчальному посібнику «Фінансовий менеджмент» вітчизняні економісти Коваленко Л.О. і Ремньова Л. М. зазначають, що «чистий прибуток — це прибуток, який залишається в розпорядженні підприємства після сплати податків і є джерелом формування фонду споживання і фонду накопичення» [4]. Це визначення хоча і не повністю розкриває сутність чистого прибутку, але показує розподіл та використання прибутку в майбутньому.

Поняття «чистий прибуток» є достатньо широким і охоплює всі сфери діяльності підприємств, адже для всіх комерційних організацій основною метою є отримання економічного прибутку. Для підприємства торгівлі воно буде мати свою специфіку, де прибуток від продажу формується в результаті процесу перепродажу товарів і нарахування торгівельної націнки (надбавок) на ці самі товари, тому доцільним вважається надання наступного визначення терміну: «чистий прибуток – це частина прибутку, отриманого внаслідок нарахування торгівельної націнки на товар, що реалізується, після оплати податків, зборів і можливих штрафів».

Підсумовуючи вищезазначене, необхідно сказати, що питання уточнення поняття «чистий прибуток» для торгівельного підприємства має велике значення для розуміння сутності цього явища, а тому потребує подальших досліджень.

На даний момент суттєвим та актуальним питанням виступає визначення методики якісного аналізу чистого прибутку, який дозволив би прослідкувати вплив різноманітних факторів (суб'єктивних, об'єктивних) на його кількісні характеристики. При аналізі чистого прибутку підприємства торгівлі, згідно з концепцією такого автора як Г. В. Митрофанов [5], необхідно використовувати детермінований факторний аналіз, для якого характерний функціональний зв'язок чинників з досліджуваним (результативним) показником. Вирішення завдань детермінованого факторного аналізу за Митрофановим здійснюється за допомогою ряду методів (способів) і прийомів:

- ланцюгових підстановок;
- абсолютних різниць;
- відносних різниць;
- ланцюгових індексів;
- простого додавання нерозкладаного залишку;
- зважених кінцевих різниць;
- пропорційного ділення;
- часткової участі;
- логарифмічного методу;
- інтегрального методу.

В основі способів ланцюгових підстановок, абсолютних і відносних різниць та ланцюгових індексів лежить метод елімінування, який дозволяє включити в аналіз низку факторів і виділити один, вплив якого на результативний показник саме оцінюється.

У науковій статті В. Петров та М. Покотілов приводять приклад регресійної моделі залежності чистого прибутку від сукупності активів та пасивів підприємства, яка дає змогу проаналізувати тенденцію збільшення/зменшення чистого прибутку при дії факторів - грошових коштів та їх еквівалентів, поточних інвестицій, дебіторської заборгованості, запасів і нематеріальних активів, пасивів підприємства [10].

Звісно, що формування моделі прибутковості підприємства неможливе без попередньої розробки моделі її аналізу та оцінки. Саме передача отриманих у процесі аналізу результатів щодо збільшення чистого прибутку в управлінській структурі надасть можливість підвищити ефективність усієї системи управління підприємством.

Необхідність комплексного аналізу чистого прибутку пояснюється й тим, що він дасть відповіді на питання:

- Чи ефективно підприємство здійснює свою діяльність?
- Які фактори впливають на зміну абсолютної величини чистого прибутку?
- Які рішення необхідно зробити, щоб збільшити чистий прибуток у майбутньому?

Достатньо повну і докладну модель аналізу чистого прибутку підприємства надає Г. В. Митрофанов [5]. За допомогою розробок і тлумачень цього вченого, вважаємо за доцільне надати приблизну структуру такої моделі аналізу для торговельного підприємства, враховуючи його специфіку та сучасні тенденції розвитку.

Організаційно-інформаційна модель аналізу чистого прибутку підприємства торгівлі:

1.1. Мета аналізу чистого прибутку.

Метою аналізу чистого прибутку підприємства торгівлі є виявлення внутрішніх резервів та шляхів підвищення ефективності процесу дослідження прибутковості та розробити пропозиції щодо оптимізації формування та використання чистого прибутку підприємства.

Завданням може виступати аналіз джерел утворення чистого прибутку на торговельному підприємстві, аналіз розподілу та ефективності використання чистого прибутку, детермінований факторний аналіз прибутку від основної діяльності торговельного підприємства.

2. Об'єкти і суб'єкти аналізу чистого прибутку.

Об'єктами аналізу визначаються:

- чистий прибуток;
- чинники, що вплинули на формування та використання чистого прибутку.

Суб'єктами виступають внутрішні (вищі посадові особи підприємства, керівники різних підрозділів, економічні служби підприємства, власники та акціонери) та зовнішні користувачі інформації.

3. Система економічних показників аналізу чистого прибутку.

3.1. Абсолютні вартісні показники, джерелом яких є облік:

- абсолютна величина прибутку підприємства;
- абсолютні показники динаміки чистого прибутку.

3.2. Відносні показники, які є наслідком аналітичної обробки фінансової звітності.

- відносні показники структури прибутку;
- відносні показники динаміки;
- відносні показники інтенсивності та ефективності процесів (показники рентабельності та ділової активності).

4. Інформаційне забезпечення аналізу чистого прибутку.

Автор акцентує увагу на зовнішній та внутрішній інформації. До зовнішньої відносять правову, нормативну, довідкову інформацію. На наш погляд, до вище зазначених видів інформації можливо додати статистичну, бо вона дозволить проаналізувати тенденції зміни чистого прибутку в майбутньому, що дозволить підприємству робити ефективні оцінку, прогнозування та планування своєї діяльності.

Автор до внутрішньої інформації відносить також планову та фактографічну. Фінансова звітність займає важливе місце при аналізі прибутковості підприємства, даючи змогу розглядати повну картину діяльності підприємства.

5. Система методичних прийомів обробки первинної інформації.

5.1. Економіко-логічні методи:

- групування;
- порівняння;
- розрахунок абсолютних і відносних показників;

- розрахунок середніх показників;
- деталізація;
- елімінування.

5.2. Економіко-математичні методи:

- методи обробки динамічних рядів;
- методи регресійно-кореляційного аналізу;
- методи моделювання.

5.3. Евристичні (психологічні) методи: контрольних питань, експертних оцінок, колективного блокноту, які, на наш погляд, відіграють значну роль при аналізі інформації.

6. Узагальнення і реалізація результатів стратегічного аналізу чистого прибутку підприємства.

6.1. Узагальнення результатів:

- систематизація аналітичної інформації щодо формування та використання чистого прибутку;
- кількісна оцінка втраченого прибутку підприємства;
- кількісна оцінка потенційного збільшення чистого прибутку;
- оцінка вірогідності прогнозованих показників прибутку;
- розробка багатоваріантних заходів щодо підвищення обсягів чистого прибутку у майбутньому періоді;
- оформлення результатів аналізу і передача їх в управлінські структури для реалізації запропонованих заходів.

6.2. Реалізація результатів здійснюється таким шляхом:

- оцінка заходів щодо збільшення абсолютної величини чистого прибутку з точки зору фінансової стратегії підприємства;
- вибір оптимального варіанта заходів;
- прийняття рішення щодо реалізації обраного варіанту заходів;
- доведення прийнятого рішення до виконавців;
- забезпечення контролю за виконанням прийнятих рішень.

За допомогою вищезазначеної моделі аналізу доцільно формувати та впровадити систему управління чистим прибутком підприємств торгівлі.

Враховуючи специфіку роботи торговельного підприємства, доцільно виділити такі основні напрямки аналізу чистого прибутку (ЧП) (рис. 1).

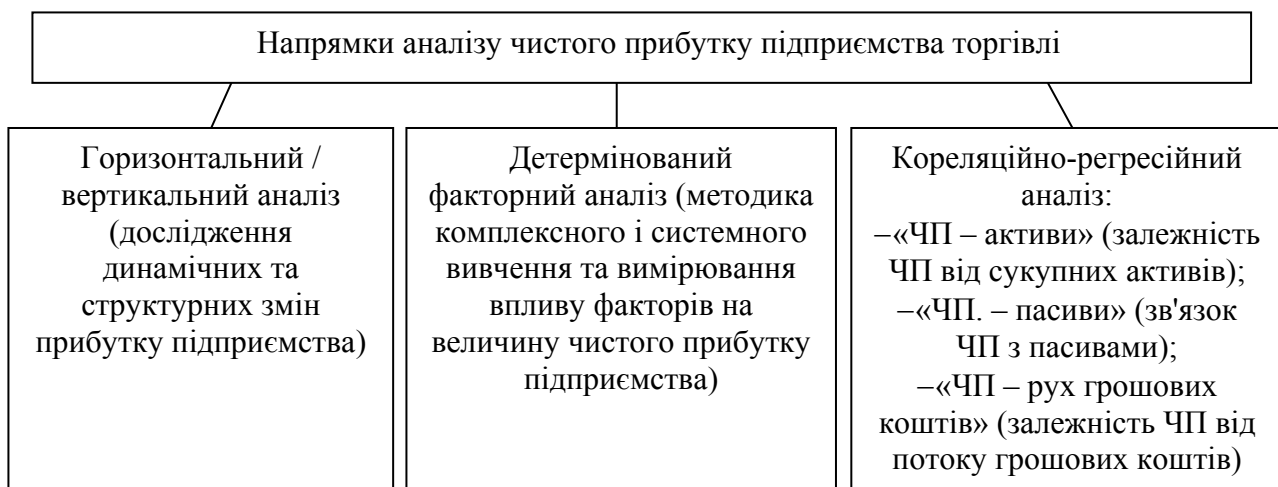


Рис. 1 Напрямки аналізу чистого прибутку підприємства торгівлі

Стратегічний аналіз чистого прибутку здійснюється з метою виявлення внутрішніх резервів підвищення ефективності цього процесу та розробки пропозиції щодо оптимізації формування чистого прибутку торговельного підприємства та поліпшення його використання [6]. Функціонування підприємства торгівлі в умовах ринку визначається його здатністю створювати необхідну і достатню величину прибутку. Тому аналіз чистого прибутку займає провідне місце в системі комплексного економічного аналізу, оскільки за ним оцінюється ступінь досягнення кінцевої мети діяльності підприємства.

Висновки. Підсумовуючи вищезазначене, можна сказати, що на сьогодні питання щодо визначення та узагальнення поняття «чистий прибуток» є актуальним та перспективним, враховуючи тенденції змін в сучасній економіці. Значимість аналізу, розподілу і використання чистого прибутку зумовлена тим, що від його результатів залежать темпи розвитку самого підприємства, а також забезпечення інтересів власників, задоволення матеріальних та соціальних потреб персоналу. Управління чистим прибутком є важливим фінансовим інструментом, який забезпечує зростання вартості підприємства, що є основною метою будь-якого суб'єкта господарювання.

Наукова новизна полягає в теоретичному узагальненні поняття «чистий прибуток», в тому числі для торговельного підприємства; удосконаленні моделі його аналізу, що дозволяє створити ефективну систему управління чистим прибутком, підвищити ефективність його використання.

Література

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 3 «Звіт про фінансові результати»: Наказ Мінфін № 87 від 31.03.1999 // Офіц. вісн. України. – 1999. – № 25.
2. Дзюбик С.Д. Основи економічної теорії: навч. посіб. [2-ге вид., перероб. і доп. для студ. вищ. навч. закл.] / С.Д. Дзюбик, О.С. Ривак. – К.: Знання, 2008. – 491 с.
3. Поддєрьогін А.М. Фінанси підприємств: [навч. посіб.] / Поддєрьогін А.М. – К.: КНЕУ, 2005. – 536 с.
4. Коваленко Л.О. Фінансовий менеджмент: навч. посіб. [2-ге вид., перероб. і доп.] / Л.О. Коваленко, Л.М. Ремньова. – К.: Знання, 2005. – 485 с.
5. Фінансовий аналіз / [Г. В. Митрофанов, Г. О. Кравченко, Н. С. Барабаш та ін.]; За ред. Проф. Г. В. Митрофанова. – К. Київ. Нац. Торг.-екон. Ун-т, 2002. – 301 с.
6. Подольська О.В. Фінансовий аналіз / О.В. Подольська, О.В. Яріш. – К. Центр навчальної літератури, 2007. – 592 с.
7. Кучеренко Т. Формування показника чистого прибутку у Звіті про фінансові результати / Т. Кучеренко // Бухгалтерський облік і аудит. – 2008. – № 2. С. 36-38.
8. Павлюк І. Проблеми бухгалтерського обліку торгової націнки та шляхи їх вирішення / І. Павлюк // Бухгалтерський облік і аудит. – 2008. – № 2. – С. 15-25.
9. Рязанцева А. Аналіз формування прибутку на підприємстві торгівлі / А. Рязанцева // Статистика України. – 2007. № 1. – С. 40-43.
10. Петров В., Покотілов М. Методичні підходи до проведення корпоративного фінансового аналізу (на прикладі транснаціональної корпорації «Pfizer») / В. Петров, М. Покотілов, наук. керів. – к.е.н В.І. Кончин. – К., 2010. – Режим доступу: http://kibit.edu.ua/ukr/nauca/publications/?stuff_id=89

Summary. Essence of net income is investigational, the main approaches are considered to its analysis, a necessity and principles of management model net profit in the trade, the model of analysis of net income is complemented taking into account the specific of trade enterprises.

Keywords: financial resources, net profit, analysis, simulation, system management.

Стаття надійшла до редакції 1.03.2011