

ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ ПРИБУТКУ ШЛЯХОМ ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМИ ВАЖЕЛІВ

Запропонована методика факторного аналізу прибутку за допомогою використання системи важелів дозволяє визначити вплив кожного фактора на зміну прибутку при перспективному аналізі.

The method Factor analysis of profit with leverage, that was proposed in this Article, to allow the impact of the each factors at change of profit in a prospective analysis.

Ключові слова: важіль, система важелів, прибуток, процентна зміна прибутку, факторний аналіз.

Вступ. Основну частину прибутку підприємства одержують від реалізації основної продукції та послуг. Важливою складовою частиною аналізу економічної діяльності підприємства є факторний аналіз прибутку від реалізації продукції, послуг (в подальшому будемо використовувати термін «прибуток» замість терміну «прибуток від реалізації продукції, послуг»).

При традиційному методі факторного аналізу прибуток (П), залежить від чотирьох основних факторів зміни прибутку (факторів першого рівня): обсягу реалізації продукції в натуральному вимірі (К); її структури; собівартості (С) і рівня цін (Ц). Цей метод детально викладено майже в кожному посібнику з економічного аналізу (наприклад, у Савицької Г.В.). При цьому спочатку проводиться аналіз впливу кількості продукції та її структури, а потім вивчається вплив собівартості і в кінці – рівня цін. Вплив величин кожного з факторів визначається в абсолютному значенні.

Савицька Г.В. пише: «За методикою факторного аналізу прибутку, застосованого в нашій країні зазвичай використовують наступну модель: $\Pi = K(\Pi - C)$. При цьому виходять із припущення, що всі наведені фактори змінюються самі по собі, незалежно один від одного. Дана модель не враховує взаємозв'язок обсягу виробництва (реалізації) продукції та її собівартості. Зазвичай, при збільшенні обсягу виробництва (реалізації) собівартість одиниці продукції знижується, оскільки зростає тільки сума змінних витрат, а сума постійних витрат залишається без зміни. І, навпаки, при спаді виробництва собівартість виробів зростає через те, що більше постійних витрат припадає на одиницю продукції. У зарубіжних країнах для забезпечення системного підходу при вивченні факторів зміни прибутку і прогнозуванні її величини використовують наступну модель:

$$\Pi = K(\Pi - V) - FC, \quad (1)$$

де V – змінні витрати на одиницю продукції;

FC – постійні витрати на весь обсяг продажів даного виду продукції» [8].

Далі пропонується проведення факторного аналізу прибутку методом ланцюгових підстановок. Цей метод для даної моделі є найбільш оптимальним при ретроспективному аналізі, коли є дані за минулі періоди і потрібно вивчити вплив різних факторів на зміну прибутку.

При перспективному аналізі важливо використовувати методи, які дають змогу отримувати альтернативні результати по прибутку при зміні різних факторів. Тобто фактори в плановому періоді є не фіксовані, а змінні, за рахунок чого можна розглянути декілька альтернативних варіантів.

З цієї точки зору, вважаємо більш привабливим є метод операційного важеля. Використання важеля допомагає оцінити зміну прибутку значно швидше для декількох альтернативних варіантів. Пропонується використовувати не один важіль, а декілька, тобто систему важелів.

Постановка задачі. Запропонована альтернативна методика факторного аналізу прибутку. В основі аналізу є система важелів.

Виклад основного матеріалу. При використанні методу системи важелів також проводиться факторний аналіз прибутку залежно від чотирьох факторів. Це: 1) рівень середнореалізаційних цін (подальшому – ціна); 2) обсяг реалізації продукції в натуральному вимірі (в подальшому – кількість продукції); 3) рівень постійних витрат; 4) рівень змінних витрат на одиницю продукції. Але, на відміну від традиційного методу, по-перше, замість структури продукції з'являється два виду витрат (постійні і змінні); по-друге, вплив факторів розраховується не в абсолютному, а в відносному значенні; по-третє, змінюється порядок розрахунку факторів зміни прибутку. Спочатку розраховуються фактори формування попиту продукції (ціна і кількість продукції), а потім фактори формування пропозиції продукції (постійні і змінні витрати). Зв'язок з попитом і пропозицією продукції дозволяє, крім факторного аналізу прибутку, проводити мікроекономічний аналіз. В цьому є основна перевага цього методу порівняно з традиційним.

Факторний аналіз прибутку проводиться за наступними формулами:

$$\% \Pi = \pm B \times \% C \pm BK \times \% K \times \left(1 \pm \frac{BCK \times \% C}{100}\right) \mp BFC \times \% FC \mp BVC \times \% V \left(1 \pm \frac{\% K}{100}\right), \quad (2)$$

$$\%P = \pm BЦ \times \%Ц \left(1 \pm \frac{\%K}{100}\right) \pm BK \times \%K \mp BFC \times \%FC \mp BVC \times \%V \left(1 \pm \frac{\%K}{100}\right), \quad (3)$$

де $\%P$ – процентна зміна прибутку;
 $\%Ц$ – процентна зміна ціни продукції;
 $\%K$ – процентна зміна кількості продукції;
 $\%FC$ – процентна зміна постійних витрат;
 $\%V$ – процентна зміна змінних витрат на одиницю продукції;
 $BЦ$ – ціновий важіль;
 BK – кількісний важіль;
 $BЦK$ – ціново-кількісний важіль;
 BFC – важіль постійних витрат;
 BVC – важіль змінних витрат;
 \pm – показує пряму залежність показника на зміну прибутку;
 \mp – показує зворотну залежність показника на зміну прибутку.

Розрахунок і тлумачення різних важелів представлено в статті «Планування прибутку за допомогою системи важелів» [6]

$$BЦ = \frac{B}{П} = \frac{\%P}{\%Ц}, \quad (4)$$

$$BK = \frac{MД}{П} = \frac{\%P}{\%K}, \quad (5)$$

$$BЦK = \frac{BЦ}{BK} = \frac{B}{MД}, \quad (6)$$

$$BFC = \frac{FC}{П} = \frac{\%P}{\%FC}, \quad (7)$$

$$BVC = \frac{VC}{П} = \frac{\%P}{\%V}, \quad (8)$$

де B – виторг (обсяг реалізованої продукції в грошовому вимірі);
 $MД$ – маржинальний дохід, який дорівнює сумі прибутку і постійних витрат;
 VC – змінні витрати.

Вплив ціни на зміну прибутку наступний:

$$\%P_{ц} = \pm BЦ \times \%Ц \quad (9)$$

або

$$\%P_{ц} = \pm BЦ \times \%Ц \left(1 + \frac{\%K}{100}\right) \quad (10)$$

Вплив кількості продукції на зміну прибутку наступний:

$$\%P_{к} = \pm BK \times \%K \left(1 + \frac{BЦK \times \%Ц}{100}\right) \quad (11)$$

або

$$\%P_{к} = \pm BK \times \%K. \quad (12)$$

По суті, існує два підходи до факторного аналізу прибутку на базі формул (2) і (3). В першому випадку посилюється вплив фактору зміни кількості продукції, в другому посилюється вплив ціни на зміну прибутку. Але, сукупний вплив двох факторів на зміну прибутку не змінюється.

Вплив зміни постійних витрат на зміну прибутку наступний:

$$\%P_{FC} = \mp BFC \times \%FC \quad (13)$$

Вплив зміни змінних витрат на одиницю продукції наступний:

$$\%P_{V} = \mp BVC \times \%V \left(1 + \frac{\%K}{100}\right) \quad (14)$$

Проводимо факторний аналіз прибутку та розраховуємо планові показники на 2011 рік для ДП "Санаторій "Лівадія". Вихідні дані наведені в таблиці 1.

Таблиця 1

Вихідні дані для факторного аналізу прибутку від реалізації послуг

Показник	2010 рік	Планові зміни показника на 2011 рік (%)	2011 рік (план)
Виручка, тис. грн.	15923,5		17722
Загальні витрати, тис. грн.	15320,2		16834,1
Постійні витрати, тис. грн.	4023,9	+8,7%	4374
Змінні витрати, тис. грн.	11296,3		12460,1
Прибуток, тис. грн.	603,3	+47,17%	887,9
Маржинальний дохід, тис. грн.	4627,2		5261,9
Обсяг реалізації послуг, тис. ліжко-днів.	70,47	+3,5%	72,93
Середня ціна, грн./л-день	225,97	+7,53%	243,0
Питомі змінні витрати, грн./л-день.	160,30	+6,58%	170,85

Розраховуємо важелі в таблиці 2. У таблиці також вказані взаємозв'язки між важелями, які допомагають швидше їх розрахувати.

Таблиця 2

Розрахунок важелів

Важелі	Значення	Взаємозв'язок між важелями
ВЦ	26,394	ВК+BVC
ВК	7,670	ВЦ-BVC; або BFC+1
ВЦК	3,441	ВЦ/ВК
BFC	6,670	ВК-1
BVC	18,724	ВЦ-ВК

Використовуємо формулу (3) для факторного аналізу:

$$47,17 = 26,394 \times 7,53 \times \left(1 + \frac{3,5}{100}\right) + 7,67 \times 3,5 - 6,67 \times 8,7 - 18,724 \times 6,58 \times \left(1 + \frac{3,5}{100}\right),$$

$$47,17 = 205,7 + 26,85 - 58,0 - 127,48.$$

Прибуток від реалізації послуг планується збільшити на 47,17%. У тому числі за рахунок таких чинників:

- рівень ціни – +205,7%;
- кількості реалізованих ліжко-днів – +26,85%;
- рівень постійних витрат – -58%;
- рівень змінних витрат на одиницю продукції – -127,48%.

Порівнюємо результати факторного аналізу прибутку за системою важелів і методом ланцюгових підстановок.

Метод ланцюгових підстановок:

$$P_{2010} = 70,47(225,97 - 160,3) - 4023,9 = 603,3 \text{ тис. грн.}$$

$$P_{2011} = 72,93(243 - 170,85) - 4374 = 887,9 \text{ тис. грн.}$$

Прибуток планується збільшити на 284,4 тис. грн або на 47,17% за рахунок наступних факторів:

Обсяг реалізації ліжко-днів:

$$\Delta P_K = 72,93(225,97 - 160,3) - 4023,9 - 603,3 = 765,41 - 603,3 = +162,11 \text{ тис. грн, або на } +26,85\%;$$

Ціни послуг:

$$\Delta P_{Ц} = 72,93(243 - 160,3) - 4023,9 - 765,41 = 2007,41 - 765,41 = +1242 \text{ тис. грн, або на } +205,7\%;$$

Змінних витрат на одиницю продукції:

$$\Delta P_V = 72,93(243 - 170,85) - 4023,9 - 2007,41 = 1238 - 2007,41 = -769,41 \text{ тис. грн, або на } -127,48\%;$$

Постійних витрат:

$$\Delta P_{FC} = 72,93(243 - 170,85) - 4374 - 1238 = -350,1 \text{ тис. грн або на } -58\%$$

Результати факторного аналізу розглянутих методів повністю співпадають.

Висновки. Наведена методика факторного аналізу прибутку дозволяє показати альтернативний підхід до цього питання, яка доповнює і розширює можливості підприємства в проведенні економічного аналізу і дозволяє прийняти більш правильні управлінські рішення. При традиційному методі факторного аналізу важливою його частиною є управлінські рішення стосовно асортименту продукції. При методі системи важелів асортимент продукції не аналізується, проте він дозволяє прийняти вірні рішення відносно таких важливих задач, як диференціація витрат і попит продукції. На наш погляд, це дуже важлива частина економічного аналізу.

Література

1. Бланк И.А. Управление прибылью / И.А. Бланк. – К. : «Ника-Центр» «Эльга», 1998. – 543 с.
2. Ковалев В.В. «Финансовый менеджмент». Теория и практика / Ковалев В.В. – [2-е изд. переработанное и дополненное] – М. : Проспект, 2007 – 1010 с.
3. Крейнина М.Н. Операционный леворедж как инструмент планирования прибыли от продаж / М.Н. Крейнина // Финансовый менеджмент. – 2002. – № 1. – С. 3–22.
4. Орлов О.О. Планування прибутку в умовах ринкової економіки : [монографія] / Орлов О.О., Рясних Є.Г., Гавловська Н.І. – Хмельницький, 2009 – 155 с.
5. Орлов О.А. Маржинальная прибыль в экономических расчетах на промышленных предприятиях / О.А. Орлов, Є.Г. Рясних – К. : «Освіта України», 2011 – 190 с.
6. Подать В.М. Планування прибутку за допомоги системи важелів / В.М. Подать, Я.В. Подать // Економіка проблеми теорії та практики, збірник наукових праць. – Дніпропетровськ, 2010 – Вип. 260, Т. 4. – С. 886–889.
7. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: навчальний посібник / Савицька Г.В.– К. : Знання, 2004. – 653 с.
8. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : [учебник] / Савицкая Г.В. – М. : ИНФРА-М, 2006. – 423 с.

Надійшла 19.10.2011

УДК 332.46:872.35

О. А. ПОТАПЧИК

Макеевский экономико-гуманитарный институт

МАРКЕТИНГ В РЕШЕНИИ ПРОБЛЕМ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО КОМПЛЕКСА, КАК УСЛОВИЕ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА УСЛУГ

В статье выявлены особенности формирования конкурентной среды на рынке услуг ЖКХ, изучена структура потребительских предпочтений, а также определена маркетинговая специфика реструктуризации ЖКХ в условиях формирования конкурентного рынка услуг данной сферы.

In article features of formation of the competitive environment in the market of housing and communal services are revealed, the structure of consumer preferences and as marketing specificity of re-structuring of housing and communal services in the conditions of formation of the competitive market of services of the given sphere is defined is studied.

Ключевые слова: рынок услуг предприятий жилищного хозяйства, конкурентные преимущества, рыночные механизмы, управляющие компании.

Постановка проблемы. Цель рыночных преобразований украинской экономики - это, в первую очередь, повышение уровня и качества жизни населения страны. Реализация этой цели позволит сделать национальную экономику конкурентоспособной на мировых рынках и, в тоже время, обеспечение ее конкурентоспособности является фактором роста благосостояния населения. Инструменты достижения этой цели, используемые в прошлом – денационализация и приватизация, сводились к наделению граждан собственностью, которая, с одной стороны, должна была стать одним из важнейших источников их доходов, а с другой, – повысила бы эффективность управления и функционирования народного хозяйства в целом, поскольку развитие частной собственности является основой конкуренции, а значит саморегулирования хозяйственных процессов.

Условия проведения реформ и результаты показали, что основная часть населения реализовала свое конституционное право на собственность. Передача жилья в собственность граждан позволила сформировать рынок жилья, превратить его в товар – в объект купли-продажи, причем, рынок жилья имеет весьма сложную структуру, не менее сложную инфраструктуру и по типу конкурентной среды приближается к рынку монополистической конкуренции, занимая промежуточное положение между ней и свободной конкуренцией. Следует отметить, что жилье относится к социально-значимым жизненно-