

## **РОЛЬ АНАЛІЗУ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Кожне підприємство, що здійснює підприємницьку діяльність, ставить перед собою головну мету максимізації прибутку. Ця мета відноситься як до короткострокового, так і до довготривалого періоду. Прибуток є категорією результатів рахунку прибутків і збитків. Його рівень залежить, в першу чергу, від рівня продажів, а також від рівня та структури витрат, понесених компанією. Розвиток та тенденції прибутку компанії в конкретні роки повинні охоплюватися детальним аналізом, який дозволить отримати інформацію про причини коливань прибутку в конкретні періоди, а також вкаже на можливе поліпшення прибутковості в майбутньому.

На сьогодні існує безліч методів та способів здійснення оцінки прибутковості підприємства. Наприклад, метою методу порівняння прибутку є зіставлення його рівня в окремі звітні періоди та порівняння їх з прибутком у базовому періоді або попередньому періоді. Таке порівняння може проводитись у абсолютному вимірі (через різницю в рівні прибутку) або відносних величин (динаміка прибутку). У такому порівняльному аналізі прибутку важливо враховувати вплив інфляції в аналізованих періодах. Якщо інфляція в аналізованому періоді, має значний рівень (наприклад, вище 3 % річних), її не включення може призвести до помилкових висновків. Інфляція нижче 3 %, а також низька дефляція, можуть бути знехтувані в аналізі, оскільки вони не перевертають розраховані показники. Для того, щоб усунути вплив інфляції на рівень прибутку, порівняльний аналіз здійснюється на основі цін з першого розглянутого періоду або з останнього періоду. Таким чином, жорсткість цін дозволяє визначити реальний вплив окремих компонентів прибутку на його рівень.

Аналіз динаміки прибутку може бути доповнений аналізом динаміки доходів та витрат як базових компонентів прибутку. Для простоти обчислень можна припустити, що прибуток дорівнює різниці між сумою отриманих доходів та сумою витрат, понесених для його отримання. На практиці ця категорія може бути замінена доходом від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг). Під час здійснення такого аналізу динаміка прибутку є похідною від динаміки доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) та динаміки понесених витрат на продаж.

Розширенням порівняльного аналізу прибутку є факторний аналіз, який дозволяє відповісти на питання, які елементи доходів та витрат впливають на збільшення загального прибутку, і які впливають на його зменшення. Факторний аналіз прибутку починається з визначення абсолютного відхилення між прибутком, отриманим у певний рік, і прибутком, який передбачається для певного року або прибутком з попереднього періоду.

Прибуток є результатом наступних основних чинників: обсягу реалізації, продажною ціни, собівартості одиниці продукції. Мета факторного аналізу прибутку полягає у визначенні того, наскільки кожен із зазначених факторів впливає на зміну кінцевого прибутку в порівнянні з запланованим прибутком чи прибутком за попередній період. Ціна продажу впливає на прибуток пропорційно, тобто з підвищенням ціни та іншими незмінними факторами, рівень прибутку також збільшується. Проте, витрати на збут мають зворотний пропорційний ефект, тобто їхнє збільшення призводить до зниження прибутку з іншими незмінними факторами. Вплив обсягу продажів на прибуток залежить, в свою чергу, від маржинального доходу на одиницю продукції (ціни за вирахуванням змінних витрат). Якщо маржинальний дохід позитивний, то збільшення рівня продажів збільшить прибуток. У випадку негативного значення даного показника, збільшення продажів призведе до зниження прибутку або збільшення збитків. Отже, припускаючи, що рівень маржинального доходу позитивний, можна припустити, що вплив продажів на прибуток також є пропорційним. У такій ситуації збільшення обсягу продажів впливає на збільшення прибутку двома способами: при постійному та позитивному значенні кожне збільшення обсягу продажів призводить до збільшення прибутку. Крім того, збільшення обсягу продажів також призводить до зниження фіксованої вартості на одиницю і, таким чином, збільшує маржинальний дохід.

Наступним етапом аналізу рентабельності підприємства є аналіз коефіцієнтів прибутковості, тобто рівня прибутку, який пов'язаний з окремими об'єктами у звіті про сукупний дохід. Найчастіше для аналізу рентабельності підприємства використовуються три основні показники, такі як: «рентабельність продукції», «рентабельність активів», «рентабельність власного капіталу».

Таким чином, аналіз прибутку відіграє важливу роль в управлінні всім підприємством, оскільки на його основі приймаються важливі стратегічні рішення щодо подальшої діяльності підприємства. Тому важливо не тільки розрахувати абсолютні та відносні показники такого аналізу, а й визначити причинно-наслідкові зв'язки між прибутком.