

2. Проциус О.И. Система стратегического управления конкурентоспособностью предприятия / О.И. Проциус, В.В. Васина, А.А. Богословова // Научный вестник ОНУ . – 2016. – №1 (233). – С. 108–120.

3. Донець Л.І., Донець А.А., Базові принципи сучасної парадигми управління конкурентоспроможністю підприємства // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/bmnef/2012_1_2/15.pdf

ПЛАНУВАННЯ ПРИБУТКУ ТА ЙОГО РОЗПОДІЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В.А. Замлинський, д.е.н., проф.

М.О. Акулюшина, к.е.н., доц.

А. М. Лагута, студентка

Одеський національний політехнічний університет
м. Одеса

Прибуток та рентабельність виробництва є головними узагальнюючими показниками виробничої та господарської діяльності підприємства. Продаючи вироблену продукцію за оптовими цінами, підприємство компенсує свої витрати на виробництво та збут і забезпечує можливість створення грошових накопичень.

В умовах ринку прибуток дозволяє підприємству вирішувати тактичні завдання господарської діяльності, характеризує ефективність використання виробничих фондів, фінансових коштів та робочої сили, є джерелом формування державного бюджету за рахунок сплати податків, а також інвестування розвитку виробничої та соціальної інфраструктур підприємства, він є й головним джерелом матеріального стимулювання праці та створює передумови для майбутнього розвитку.

Балансовий прибуток підприємства (фінансовий результат) складається із таких елементів:

- прибуток від основної виробничої діяльності (збут продукції, робіт та послуг);
- прибуток допоміжних та обслуговуючих виробництв (прибуток від іншої реалізації);
- прибуток (збитки) від господарських операцій з врахуванням штрафів, збитків тощо.

Головну частку прибутку підприємство отримує за рахунок збуту виробленої продукції.

Прибуток від іншої реалізації складається із надходжень від реалізації робіт та послуг невикористаного характеру, електроенергії, теплової енергії, газу, палива, які відпускаються на сторону.

У річних планах прибуток від реалізації іншої продукції, яка не планується, а також продажу куплених товарно-матеріальних цінностей визначається прямим розрахунком, виходячи з фактичної реалізації робіт та послуг.

При плануванні прибутку в плані не передбачаються додаткові витрати та збитки, пов'язані з порушенням чинного законодавства. У тому числі сплачені і отримані пені, штрафи, списання боргів, збитки, що виникають при відмові клієнтів купувати продукцію.

Балансовий прибуток (фінансовий результат) не зменшується на суму збитків від діяльності житлово-комунального господарства, витрат на утримання соціальної інфраструктури, тому що вони компенсуються за рахунок прибутку.

На прибуток підприємства можуть впливати такі чинники: зміна обсягів виробництва товарів; зміна цін на одиницю продукції; зміна собівартості виробленої продукції. Ці чинники впливають на фінансові результати підприємства як окремо, так і разом.

Враховуючи, що кожний вид товару має відповідну ціну й собівартість, тому структурні зрушення асортименту призводять до збільшення або зменшення загального прибутку підприємства. Кожне підприємство намагається виробляти такі види продукції, які дають йому можливість отримати максимальний прибуток, але одночасно воно повинне випускати і менш рентабельні види для збереження завойованих сегментів ринку.

Кількісний, ціновий і витратний чинники за характером дії узагальнюючі. Вони відображають кінцевий результат процесу виробництва і реалізації продукції.

Обсяг виробництва продукції залежить від рівня використання основних виробничих фондів, трудових і матеріальних ресурсів. При плануванні за кожним напрямом виділяють ще два чинники – інтенсивний та екстенсивний.

Екстенсивними чинниками є фондоозброєність, матеріалоємність, чисельність працівників. Інтенсивними чинниками є загальна рентабельність підприємства, продуктивність праці тощо.

Ціна – визначальний чинник формування фінансового результату підприємства. Її рівень залежить від внутрішніх і зовнішніх факторів.

Внутрішніми факторами ціноутворення є плановий рівень собівартості продукції та рівень рентабельності.

У якості зовнішніх чинників виступають співвідношення обсягу попиту і пропозиції, середньоринкові ціни та ціни конкурентів.

Головним завданням управління ціновою політикою полягає в оптимальному узгодженні внутрішніх і зовнішніх чинників з метою досягнення цінових переваг перед конкурентами.

На собівартість продукції впливають структура витрат і техніко–економічні умови виробництва. Структурні фактори відображають складові елементи собівартості: сировина, матеріали, напівфабрикати, паливо, енергія, заробітна плата та ін.

Техніко–економічні умови виробництва впливають на формування витрат кожного елементу, враховуючи ємність витрат (матеріалоємність, енергоємність, трудоємність) та їх вартість (ціни на матеріали, сировину, енергоносії, робочу силу). Зменшення ємності витрат є головним чинником зниження собівартості продукції, враховуючи, що вартісний чинник є зовнішнім фактором.

Таким чином, планування фінансового результату підприємства передбачає врахування широкого кола чинників, які пов'язані з усіма сторонами фінансового–господарської діяльності підприємства. При цьому не слід поділяти ці чинники на головні й другорядні, тому що кожний з них може як сприяти отриманню великого прибутку, так і спричинити значні збитки.

Рентабельність – це відносний показник прибутковості підприємства та продукції. Загальну рентабельність розраховується відношенням прибутку від основної діяльності до середньорічної вартості виробничих фондів:

$$R_{заг} = \frac{Пр}{ВФ} \times 100 \quad (1)$$

де $R_{заг}$ – загальна рентабельність підприємства, %;

$Пр$ – прибуток від виробничо–господарської діяльності, тис. грн;

$ВФ$ – сума основних виробничих фондів та оборотних коштів, тис. грн.

Рентабельність окремих видів продукції визначають відношенням прибутку від реалізації продукції до її собівартості, %:

$$R_{np} = \frac{Пр_p}{СВ_p} \times 100 \quad (2)$$

де R_{np} – рентабельність реалізованої продукції, %;

$Пр_p$ – прибуток від реалізації продукції, тис. грн;

$СВ_p$ – повна собівартість реалізованої продукції, тис. грн.

Після розрахунку планового рівня рентабельності визначають вплив на її рівень окремих чинників, приріст прибутку, зміну середньорічної вартості виробничих фондів, зміну собівартості продукції.

Література:

1. Організація, планування і управління діяльністю промислових підприємств (Ред. проф. С.М. Бухало). – К: МАУП, 2000 – 156 с.
2. Орлов О. О. Планування діяльності промисловості підприємства. // О.О. Орлов – К: Скарби, 2002. – 334
3. Пасічник В.Г., Акіліна О.В. Планування діяльності підприємства. // В.Г. Пасічник, О.В. Акіліна – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 256 с.
4. Акулюшина М.О. Шляхи підвищення прибутковості підприємства / М.О. Акулюшина, В.Д. Глущенко, А. О. Головатюк // Матеріали міжнародної науково–практичної конференції «Економіка: реалії часу і перспективи». Т.3 – Одеса: ОНПУ, 2014. – С. 18–20.