

ПЛАНУВАННЯ ПРИБУТКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В умовах ринкової економіки, у зв'язку із зростаючою конкуренцією, прибуток грає важливу роль для підприємства. Він є внутрішнім джерелом формування фінансових ресурсів, які забезпечують розвиток підприємства, а також захищають його від банкрутства. Саме прибуток спонукає підприємство здійснювати нововведення, що стимулює інвестиції, загальний випуск продукції і зайнятість. Прибуток є основним показником розвитку підприємства, науково-технічного вдосконалення його матеріальної бази і продукції, всіх форм інвестування, характеризує дохідність підприємства, окупність вкладених витрат і використаного майна. Тому питання збільшення прибутку є для багатьох підприємств основною проблемою та задачею.

На сучасному етапі планування прибутку відіграє важливу роль у забезпеченні успішної господарської діяльності підприємства. Суб'єкт господарювання має на меті створити такий алгоритм щодо його отримання, який би дозволяв формувати стабільні та високі надходження, оскільки прибуток підприємства є його кінцевим результатом і свідчить про ефективну чи не ефективну діяльність.

В економічній літературі існує велика кількість наукових праць, присвячених плануванню фінансових результатів підприємства. Дослідженням цієї тематики займалися як вітчизняні, так і зарубіжні вчені. Зокрема, методи і моделі фінансового прогнозування розглядалися в дослідженнях М.М. Алексєєвої, Є.А. Афітова, І.Т. Балабанова, М.А. Болуха, Б.Є. Грабовецького, В.М. Гриньової, В.С. Єфремова, В.Є. Москалюка, О.О. Орлова. Значну роль визначенню доцільності та ефективності здійснення прогнозування фінансових результатів в своїх працях приділили такі українські вчені як О.І. Бобир, Є.Брігхем, С.Ф. Головка, К.І. Редченко тощо. У публікаціях останніх років І.А. Бланк одним із перших в Україні використовує поняття співвідношення ризику і доходу у своєму визначенні прибутку. На думку вченого, прибуток – це втілений у грошовій формі чистий дохід підприємця на вкладений капітал, що характеризує його винагороду за ризик здійснення підприємницької діяльності та є різницею між сукупним доходом і сукупними витратами у процесі здійснення цієї діяльності. Для ефективного управління прибутком треба сформувати дієву систему планування прибутку підприємства, яка розглядається як сутність взаємопов'язаних елементів, кожний з яких виконує певну роботу, спільна дія котрих за певних умов забезпечує досягнення механізму отримання прибутку заданої величини. Ця система має певну структуру, в якій виділяють шість основних блоків: ціль, принципи й завдання управління; механізм управління; організаційне забезпечення; інформаційне забезпечення; методи аналізу прибутку; контроль за виконанням плану формуванню і використанню прибутку. Головною метою планування прибутку є визначення шляхів найбільш ефективного його формування та оптимального розподілу, що спрямовані на забезпечення розвитку діяльності підприємства та зростання його ринкової вартості. Виходячи із мети планування прибутку, у процесі управління доцільно вирішити наступні завдання: оптимізація обсягу прибутку, що відповідає ресурсному потенціалу підприємства й ринковій кон'юктурі; досягнення максимально можливої відповідності між обсягом сформованого прибутку й припустимим рівнем ризику.

Вважаємо, що планування прибутку є невід'ємною складовою діяльності підприємства і не простою задачею, оскільки динамізм зовнішнього середовища перешкоджає формуванню точних прогнозних показників.

До основних методів планування прибутку відносять:

- метод прямого рахунку;
- аналітичний метод;
- метод заснований на ефекті виробничого (операційного) важеля.

Метод прямого рахунку найбільш розповсюджений на підприємствах у сучасних умовах господарювання. Він застосовується, як правило, при невеликому асортименті продукції. Суть його в тому, що прибуток розраховується як різниця між виручкою від реалізації продукції (у відповідних цінах, за мінусом ПДВ і акцизів) і повною її собівартістю.

Різновидом методу прямого рахунку є метод асортиментного планування прибутку. За цим методом прибуток підсумовується за всіма асортиментними позиціями. До отриманого результату додається прибуток у залишках готової продукції, нереалізованої на початок планованого періоду.

Аналітичний метод планування прибутку застосовується при великому асортименті продукції, яка випускається, а також як доповнення до методу прямого рахунку, оскільки він дозволяє виявити вплив окремих факторів на плановий прибуток. При аналітичному методі прибуток розраховується не за кожним видом продукції, який випускається в плановому році, а за всією продукцією в цілому.

Метод, заснований на ефекті виробничого (операційного) важеля, базується на принципі розподілу витрат на постійні і змінні та розрахунку маржинального прибутку. З виручки від реалізації продукції (без ПДВ, акцизів, мита) віднімаються змінні витрати і виходить маржинальний прибуток. Далі з маржинального прибутку віднімаються постійні витрати і визначається фінансовий результат (прибуток або збиток).

На сьогоднішній день планування прибутку неможливе без врахування факторів зовнішнього і внутрішнього середовища діяльності підприємства.

Зовнішні фактори – це фактори, які не залежать від підприємницької діяльності.

Внутрішні фактори – фактори, які є безпосереднім об'єктом впливу з боку управлінської системи підприємства та джерелом збільшення прибутку.

Внутрішні фактори зміни прибутку поділяються на основні й неосновні. Найважливішими в групі основних є валовий дохід і дохід від продажу продукції (обсяг продажів), собівартість продукції, структура продукції й витрат, величина амортизаційних відрахувань, ціна продукції. До неосновних факторів ставляться фактори, пов'язані з порушенням господарської дисципліни, такі як цінові порушення, порушення умов праці й вимог до якості продукції, інші порушення, що ведуть до штрафів і економічних санкцій.

До зовнішніх факторів, що впливають на прибуток підприємства, ставляться соціально-економічні умови, ціни на виробничі ресурси, рівень розвитку зовнішньоекономічних зв'язків, транспортні й природні умови.

Далі більш докладно зупинимось на внутрішніх, основних факторах, що впливають на величину прибутку як абсолютного показника ефективності господарювання підприємства.

Найважливішими факторами зростання прибутку є ріст обсягу виробництва й продажу продукції, впровадження науково-технічних розробок, підвищення продуктивності праці, поліпшення якості продукції.

Таким чином, значну вагу мають внутрішні фактори, тому що вони безпосередньо впливають на підприємство і тому необхідно звертати увагу при плануванні прибутку, адже від цього залежить величина отриманого прибутку в майбутньому.

Отже, прибуток підприємства є важливою економічною категорією і виступає об'єктом управління. Прибуток є джерелом формування фінансових ресурсів підприємства, і чим вище рівень прибутку, тим менша потреба підприємства у залученні фінансових коштів із зовнішніх джерел і вище рівень самофінансування свого розвитку. Відтак система планування прибутку має бути органічно інтегрована і пов'язана з системою управління підприємством та зовнішнім середовищем, оскільки прийняття управлінських рішень у будь якій сфері діяльності підприємства впливає на рівень прибутку, який у свою чергу є основним джерелом фінансування розвитку підприємства та зростання доходів його власників.