

інвестиційної діяльності в регіоні можлива шляхом комплексної співпраці суб'єктів на мікро-, мезо- та макрорівнях.

Важливе значення в цьому відношенні має й лобювання інтересів регіону на всіх управлінських рівнях. Повинна здійснюватись цілеспрямована стратегія формування іміджу регіону як привабливого місця вкладення інвестицій, в числі яких: формування бази даних для потреб широкого кола інвесторів щодо економічного і правового середовища, інвестиційного потенціалу та конкурентних переваг території; запровадження і постійна підтримка дії ефективних каналів поширення інформації щодо потреб та можливостей території, в тому числі рекламного характеру; активна участь і посередництво в налагодженні ділових контактів між представниками місцевих бізнесових кіл та потенційними інвесторами; адміністративний та консультативний супровід інвестиційних проектів.

Перспективи подальших досліджень

У подальшому вважаємо за необхідне дослідити активізацію інвестиційних процесів в Житомирській області після вступу України до СОТ.

Література

1. Вініченко І.І. Економічний зміст інвестиційного процесу в сільському господарстві // Економіка та держава. – 2006. – №11 – С.35-38
2. Малиняк Б.С. Бюджетні інвестиції як інструмент прискорення реформування реального сектора економіки України // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – №8. – С.82-90
3. Михайлов А.М. Інвестиційна політика країни як передумова відтворення виробничого потенціалу аграрних підприємств // Економіка АПК. – 2006. – №2. – С.85-89
4. Папп В. Вдосконалення інвестиційної політики в країні та її вплив на розвиток інвестиційного процесу в регіоні // Регіональна економіка. – 2006, – №2. – С.50-58
5. Шубравська О.В. Державні цільові програми як інструмент забезпечення сталого економічного розвитку // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – №10. – С.12-19
6. Ярошенко Ф. Інвестиції в розвитку сільського господарства // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – №6. – С.34-36

УДК 346.62

ВИКОРИСТАННЯ МАРЖИНАЛЬНОГО АНАЛІЗУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМСТВ ДЛЯ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ НА МАКРОРІВНІ

В.Ф.Пікало, начальник управління міжгалузевої статистики підприємств
Головне управління статистики у Вінницькій області

Розглянуто сутність методики маржинального аналізу з позицій управління прибутком підприємств, а також можливість застосування зазначеної методики при проведенні статистичного аналізу однорідної сукупності підприємств.

Важливу роль в прийнятті ефективних управлінських рішень і максимізації прибутку відіграє маржинальний аналіз, який полягає у вивченні

співвідношення основних економічних показників: витрат, обсягу виробництва (реалізації) продукції та прибутку, а також у прогнозуванні величини кожного із цих показників. До основних із етапів проведення маржинального аналізу та прийняття управлінських рішень відносяться факторний аналіз зміни та прогнозування досліджуваних показників, зокрема, фінансових результатів від операційної діяльності.

На наш погляд, методику маржинального аналізу прибутку можна використати на мезорівні на прикладі однорідної групи підприємств, зробивши при цьому певне абстрагування від окремих підприємств до окремо взятих видів економічної діяльності, що дозволить виявити закономірності та тенденції розвитку явища, перейти від фінансів підприємств до статистики фінансів підприємств.

Для проведення маржинального аналізу прибутку використано дані анкетного опитування підприємств харчової промисловості Вінницької області, наданого респондентами до Головного управління статистики.

Відповідно до методики маржинального аналізу прибутку, для визначення впливу факторів на зміну суми фінансового результату, суму прибутку визначають методом ланцюгової підстановки :

Прибуток відповідно до базисного рівня всіх факторних показників

$$\Pi_0 = V_0 P_0 - B_0 - A_0 \quad (1)$$

де $V_0 P_0$ – обсяг виручки базисного періоду в цінах базисного періоду;

B_0 – змінні витрати, віднесені на реалізовану продукцію базисного періоду;

A_0 – постійні витрати базисного періоду

Умовний фінансовий результат при зміні обсягу продажів, але при збереженні його базисної структури і базисного рівня інших факторів

$$\Pi_{ум1} = V_1 P_0 - B_0 - A_0, \quad (2)$$

де $\Pi_{ум1}$ – умовний фінансовий результат (прибуток або збиток) при зміні обсягу продажів;

$V_1 P_0$ – обсяг виручки звітного періоду в цінах базисного періоду;

Умовний фінансовий результат при фактичному обсягу та структурі продажів звітного періоду, але при збереженні базисного рівня інших факторів, оскільки невідомо зміну структури реалізованої продукції, то припустимо, що

$$\Pi_{ум2} = \Pi_{ум1} = V_1 P_0 - B_0 - A_0, \quad (3)$$

де $\Pi_{ум2}$ – умовний фінансовий результат (прибуток або збиток) при зміні обсягу та структури продажів;

Умовний фінансовий результат при обсягу продажів, структурі продажів та ціні звітного періоду, але при збереженні базисного рівня змінних і постійних витрат

$$\Pi_{ум3} = V_1 P_1 - B_0 - A_0, \quad (4)$$

де $\Pi_{ум3}$ – умовний фінансовий результат (прибуток або збиток) при зміні обсягу, структури та ціни продажів;

V_1P_1 – обсяг виручки звітнього періоду в цінах звітнього періоду;

Умовний фінансовий результат при обсягу продажів, структурі продажів, ціні та змінних витратах звітнього періоду, але при збереженні базисного рівня постійних витрат

$$\Pi_{ум4} = V_1P_1 - B_1 - A_0, \quad (5)$$

де $\Pi_{ум4}$ – умовний фінансовий результат (прибуток або збиток) при зміні обсягу та структури продажів, ціни, змінних витрат;

B_1 – змінні витрати, віднесені на реалізовану продукцію звітнього періоду;

Фактичний фінансовий результат у звітньому періоді становить

$$\Pi_1 = V_1P_1 - B_1 - A_1 \quad (6)$$

де Π_1 – фактичний фінансовий результат (прибуток або збиток) звітнього періоду;

A_1 – постійні витрати звітнього періоду;

Зміна фінансового результату обумовлена факторами:

1. Зміною обсягу продажів:

$$\Delta\Pi_{VP} = \Pi_{ум1} - \Pi_0 \quad (7)$$

2. Зміною рівня відпускних цін:

$$\Delta\Pi_P = \Pi_{ум3} - \Pi_{ум1} \quad (8)$$

3. Зміною рівня змінних витрат:

$$\Delta\Pi_B = \Pi_{ум4} - \Pi_{ум3} \quad (9)$$

4. Зміною суми постійних витрат:

$$\Delta\Pi_A = \Pi_1 - \Pi_{ум4} \quad (10)$$

Загальне відхилення фінансового результату звітнього періоду від базисного періоду склало:

$$\Delta\Pi = \Delta\Pi_{VP} + \Delta\Pi_P + \Delta\Pi_B + \Delta\Pi_A \quad (11)$$

Оскільки методика маржинального аналізу передбачає відповідність виробництва і реалізації продукції в межах розглянутого періоду часу (запаси готової продукції не можуть істотно змінюватися), то розрахунок проведено для підприємств окремих видів промислової діяльності, в яких запаси готової продукції за даними форми 1 “Баланс” можна вважати не суттєвими.

Вплив факторів на зміну фінансового результату наведено в таблиці 1.

Як свідчать дані таблиці 1 найбільший вплив на зміну фінансового результату зумовили зміна обсягів продажів та ціни. Водночас, по підприємствах усіх досліджуваних видів економічної діяльності зміна суми змінних витрат (за винятком підприємств м'ясної промисловості) та постійних витрат мала лише негативний вплив – що зумовило зменшення суми отриманого прибутку. В зв'язку з цим, на наш погляд, заслуговує уваги проведення аналізу маржинального доходу підприємств, а також структури змінних та постійних витрат.

Таблиця 1

Вплив факторів на зміну фінансового результату від операційної діяльності підприємств харчової промисловості за окремими видами промислової діяльності

	Фактори впливу				
	обсяг продажів	ціна	змінні витрати	постійні витрати	разом
Всього по досліджуваній сукупності	145,5	-39,3	-98,5	-16,6	-8,9
М'ясна промисловість	97,6	-117,8	25,8	-3,8	1,8
Промислове перероблення овочів та фруктів	-17,7	34,7	-16,9	-3,9	-3,8
Молочна промисловість	42,8	27,8	-80,0	-1,9	-11,3
Ввиробництво хліба та хлібобулочних виробів	8,6	3,5	-10,8	-3,5	-2,2
Виробництво спирту	14,2	12,5	-16,6	-3,5	6,6

За даними наявної статистичної та фінансової звітності підприємств, а також даних анкетного опитування підприємств, отримані Головним управлінням статистики у Вінницькій області під час проведення спеціального обстеження (див. табл.2). За даними таблиці 2 частка маржинального доходу підприємств харчової промисловості області (за винятком спиртової промисловості, в якій частка є найменшою) має тенденцію до зниження, що може свідчити про зниження економічної стійкості підприємств галузі.

Таблиця 2

Зведені дані для розрахунку маржинального доходу підприємств харчової промисловості за окремими видами промислової діяльності

	Чистий дохід від операційної діяльності		Змінні витрати, млн..грн.		Маржинальний прибуток, млн..грн.		Частка маржинального доходу	
	базисний період	звітний період	базисний період	звітний період	базисний період	звітний період	базисний період	звітний період
Всього по досліджуваній сукупності	1114,4	1256,1	1053,9	1189,1	60,5	67,0	0,054	0,053
м'ясна промисловість	144,6	215,3	141,9	206,9	2,7	8,4	0,019	0,039
переробка овочів та фруктів	114,4	161,4	96,0	142,9	18,4	18,5	0,161	0,115
молочна промисловість	283,9	354,5	269,1	349,1	14,8	5,4	0,052	0,015
виробництво хліба та хлібобулочних виробів	19,0	31,0	16,4	27,1	2,6	3,9	0,137	0,126
виробництво спирту	37,4	64,1	40,5	57,1	-3,1	7,0	-0,083	0,109

Обсяг реалізованої продукції у вартісному виразі буде складати [1, с.477]:

$$O_{TB} = \frac{Ax100}{Ч_{чд} - Ч_{зв}} \quad \text{або} \quad O_{TB} = \frac{Ax100}{Ч_{мп}} \quad (12)$$

де O_{TB} – необхідний обсяг реалізованої продукції для досягнення беззбиткової операційної діяльності підприємства в короткостроковому періоді;

A – фактичні постійні витрати підприємства,

$Ч_{чд}$ – частка чистого операційного доходу в обсязі реалізованої продукції;

$Ч_{зв}$ – відношення змінних витрат до обсягу реалізованої продукції;

$Ч_{мп}$ – частка маржинального прибутку в обсязі реалізованої продукції.

Маржинальний аналіз успішно проводиться на мікрорівні по відношенню до окремо взятого підприємства, метою якого є визначення оптимального обсягу реалізованої продукції (робіт, послуг) для забезпечення беззбиткового обсягу продаж. Проте проблема щодо забезпечення беззбиткової діяльності підприємств залишається актуальною на макрорівні для прийняття управлінських рішень, розроблення реальних показників державного та місцевих бюджетів, прогнозування показників соціально-економічного розвитку країни та її окремих регіонів.

Література

1. Бланк И.А. Управление прибылью. – К.: Ника-Центр, 2000. – 720с.
2. Національні стандарти бухгалтерського обліку // Все про бухгалтерський облік. – 2005. - №13.
3. Проценко Н.Б. Діагностика параметрів економічної стійкості підприємств // Проблеми статистики: зб. наук. пр. Науково-технічного комплексу статистичних досліджень Держкомстату України. – К.: ДП „Інформаційно-аналітичне агентство”, 2007. – Вип.. 8. – 260с. – С.243-247.
4. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємств. Навч. посібн. – 3-те вид. – К.: Знання, 2007. – 668с.
5. Швиданенко Г.О., Олексик О.І. Сучасна технологія діагностики фінансово-економічної діяльності підприємства: Монографія. – К.: КНЕУ, 2002. – 192с.