**ДО ПИТАННЯ МАРЖИНАЛЬНОГО ФАКТОРНОГО АНАЛІЗУ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

В.О.КОСТЮК, канд..екон.наук,доц.,

доц. кафедри економіки підприємств, бізнес-адміністрування та регіонального розвитку

Д.В.СОКОЛОВ, ст. викл. кафедри економіки підприємств, бізнес-адміністрування та регіонального розвитку

*Харківський національний університет міського господарства імені*

*О.М.Бекетова*

Є.М.КАЙЛЮК, канд. екон. наук, проф. кафедри економіки і менеджменту

*Харківський національний педагогічний університет імені Г.С.Сковороди*

 Прибуток – це кінцевий фінансовий результат діяльності підприємства, що характеризує абсолютну величину ефекту його роботи. В умовах ринку прибуток є найважливішим узагальнюючим показником у системі оцінювальних критеріїв ефективності виробничої, комерційної і фінансової діяльності підприємства. Він характеризує якість господарювання підприємства за всіма напрямами його діяльності і становить основу економічного розвитку будь-якого об’єкта управління та зміцнення його фінансових відносин з партнерами. Окрім цього, прибуток є основним джерелом фінансування витрат на виробничий і соціальний розвиток підприємства, найвагомішим джерелом централізованих ресурсів держави. Це означає, що у збільшені прибутку зацікавлені як підприємство, так і держава.

 З огляду на це, основним завданням аналізу прибутку є: обґрунтування бізнес-плану (прогнозу) прибутку та вибір найкращого варіанта; оцінка виконання бізнес-плану прибутку та вивчення динаміки цього показника за ряд періодів; визначення та вимір впливу найважливіших факторів на зміну абсолютної величини прибутку; виявлення наявних резервів збільшення прибутку та розробка конкретних заходів щодо їх використання[ 4 ].

 Тому при вирішені цих задач велику увагу слід приділяти факторному аналізу прибутку,тобто визначенню впливу окремих чинників на його зміну. Крім цього, треба підкреслити, що велику роль в обґрунтуванні управлінських рішень щодо отримання максимального прибутку відіграє маржинальний підхід до аналізу цього показника, основою якого є поділ усіх затрат підприємства на умовно-постійні та умовно-змінні за певний період часу і використання у процесі дослідження прибутку показника маржинального доходу.

 Виходячи з вищенаведеного, пропонується при факторному аналізі прибутку використовувати наступну мультиплікативну модель цього показника, що являє собою добуток таких факторів: обсяг реалізації продукції в натуральному виразі, ціна одиниці продукції, частка маржинального доходу у загальній величині виручки від реалізації продукції, питома вага прибутку у загальній величині маржинального доходу [ 1;2;3].

 Розрахунок впливу цих чинників на зміну досліджуваного показника прибутку пропонується здійснювати за допомогою індексної модифікації методу ланцюгових підстановок, яка передбачає використання під час аналітичних обчислень індексів факторних показників. У цьому випадку роздільний вплив зазначених факторів на зміну прибутку підприємства рекомендується обчислювати за наступною методикою:

 вплив обсягу реалізації продукції в натуральному виразі обчислюється шляхом перемноження абсолютної величини прибутку базового періоду і відносного приросту обсягу реалізації продукції у звітному періоді стосовно базового;

 вплив ціни одиниці продукції визначається шляхом перемноження абсолютної величини прибутку базового періоду , індексу обсягу реалізації продукції і відносного приросту ціни одиниці продукції;

 вплив частки маржинального доходу у загальній величині виручки від реалізації продукції розраховується шляхом перемноження абсолютної величини прибутку базового періоду , індексу обсягу реалізації продукції , індексу ціни одиниці продукції і відносного приросту частки маржинального доходу у загальній величині виручки від реалізації продукції;

 вплив питомої ваги прибутку у загальній величині маржинального доходу обчислюється шляхом перемноження абсолютної величини прибутку базового періоду, індексу обсягу реалізації продукції , індексу ціни одиниці продукції, індексу частки маржинального доходу у загальній величині виручки від реалізації продукції і відносного приросту питомої ваги прибутку у загальній величині маржинального доходу.

 Наведена методика факторного аналізу прибутку дає можливість підвищити рівень аналітико-синтетичної роботи на підприємстві, дослідити вплив окремих чинників на зміну досліджуваного показника, використати результати такого аналізу при прийнятті і обґрунтуванні відповідних управлінських рішень.

 Література

1.Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства: навч. посібник / Т.Д.Костенко, Є.О. Підгора, В.С.Рижиков [та ін.]. – Київ:центр. навчальної літератури, 2005. – 400с.

2.Костюк В.О. Техніко-економічний аналіз діяльності підприємств міського господарства: підручник /В.О.Костюк; Харків. нац.. ун-т міськ. госп-ва ім. О.М.Бекетова. – Харків: ХНУМГ ім.О.М.Бекетова, 2018. – 233с.

3.Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: навч. посібник/Г.В.Савицька. – Київ: Знання,2004. – 654с.

4.Тарасенко Н.В. Економічний аналіз діяльності промислового підприємства: навч. посібник /Н.В.Тарасенко. – Київ: Алерта, 2003. – 485с.