

Литература

1. Закон України «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности в Украине» от 16.07.99 г. № 996-XIV.
2. Закон України «О налогообложении прибыли предприятий» в редакции Закона Украины от 22.05.97 г. №283/97-ВР, с изменениями и дополнениями.
3. Положение (стандарт) бухгалтерского учета №16 «Расходы», утвержденное приказом Министерства финансов Украины от 31.12.99 г. №318 // Учебно-практическое пособие «Курсом реформ — учет 2000». Днепропетровск: ООО «Баланс клуб», 2000. 336 с. — С. 193—198.
4. Учебно-практическое пособие «Курсом реформ — учет 2000», часть 2. Днепропетровск: ООО «Баланс клуб», 2000. 256 с.
5. *Конопенко О.* Аналіз фінансової звітності — Х.: Фактор, 2002. — 144 с.
6. *Е. А. Соболева, И. И. Соболев.* Финансово-экономический анализ деятельности туристской фирмы: Учебно-методическое пособие. М.: Финансы и статистика, 2000. — 128 с.

Л. П. Снігурська, здобувач
Київський національний економічний університет

АКТУАЛЬНІСТЬ ТЕМИ «АНАЛІЗ БЕЗЗБИТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ» В КУРСІ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ БАНКІВСЬКОЇ УСТАНОВИ

Прибуток є метою діяльності банківської установи. Тому одне з найважливіших місць у курсі економічного аналізу діяльності банківської установи приділено саме аналізу прибутку, а також аналізу доходів і витрат, які є основними факторами, що впливають на його величину.

У зарубіжній практиці при аналізі прибутковості діяльності підприємств, у тому числі й банків, широко використовується така методика, як аналіз беззбитковості. Автор вважає, що вивчення і застосування цієї методики у поєднанні з традиційною вітчизняною методикою аналізу прибутковості допоможе більш глибоко вивчити фактори, які впливають на розмір прибутку, виявити резерви його підвищення, покращити якість аналізу та управління банком. Введення теми «Аналіз беззбитковості діяльності банку» навчить студентів розглядати предмет аналізу з різних боків, застосовуючи при цьому різні методики, як вітчизняні, так і зарубіжні.

Викладання теми необхідно проводити за схемою:

- 1) основні поняття;
- 2) методика аналізу беззбитковості;
- 3) аналітичні показники, пов'язані з показником беззбитковості;
- 4) графік прибутку та доходів.

Аналіз беззбитковості — економічний аналіз, який орієнтується на оцінку взаємозв'язку між витратами та доходами у короткостроковому періоді (під час якого рівень доходів обмежений рівнем ресурсів, які має у своєму розпорядженні банк).

Точка (рівень) беззбитковості (точка рівноваги) — це такий рівень ділової активності, при якому загальний дохід (total revenue — TR) та загальні витрати (total cost — TC) дорівнюють одне одному. Тобто це точка, в якій немає ні прибутків, ні збитків.

Звичайно для аналізу беззбитковості використовується класифікація доходів та витрат в залежності від рівня ділової активності. За цією класифікацією усі доходи та витрати поділяються на дві великі групи: постійні та змінні.

Постійні доходи (витрати) — такі, обсяг яких не залежить від зміни обсягу розміщених коштів.

До змінних належать доходи (витрати), сума яких змінюється прямо пропорційно зміні обсягу розміщених коштів.

Але існують такі види доходів та витрат, які не можна віднести до змінних доходів (витрат), але й до постійних витрат (доходів) їх включити було б також не зовсім коректно. До них можна віднести нереалізаційні доходи (витрати); податок на прибуток; витрати з чистого прибутку.

З огляду на існування таких видів доходів та витрат ми вважаємо необхідним розглянути модель беззбитковості більш широко. Тому введемо поняття: беззбитковість виробництва банківських послуг та беззбитковість діяльності банківської установи, яка і враховує витрати, що не відносяться ні до постійних, ні до змінних.

З метою аналізу беззбитковості під час оцінки поведінки доходів і витрат найчастіше допускаються припущення:

- 1) лінійна функція адекватно відбиває динаміку витрат (доходів);

- 2) коливання у загальному рівні витрат (доходів) викликані зміною єдиної змінної величини (у нашому випадку для витрат — зміною обсягів залучених коштів, для доходів — зміною обсягів розміщених коштів).

Що стосується методики аналізу, існує два підходи до аналізу беззбитковості роботи банку: алгебраїчний та графічний.

Алгебраїчний підхід виходить з припущення:

Доходи (R) = Змінні витрати (VC) + Постійні витрати (FC) + Прибуток (P).

Оскільки в точці беззбитковості прибуток нульовий, то:

$$R = VC + FC = C.$$

Графічний підхід до аналізу беззбитковості роботи банківської установи розкриває графік беззбитковості (рис. 1).

Графік беззбитковості (BEP — break-even point) — це діаграма постійних (FC), змінних (VC), сумарних витрат (C) та лінії доходів (R). Точка перетину лінії доходів та сумарних витрат — це і є точка беззбитковості.

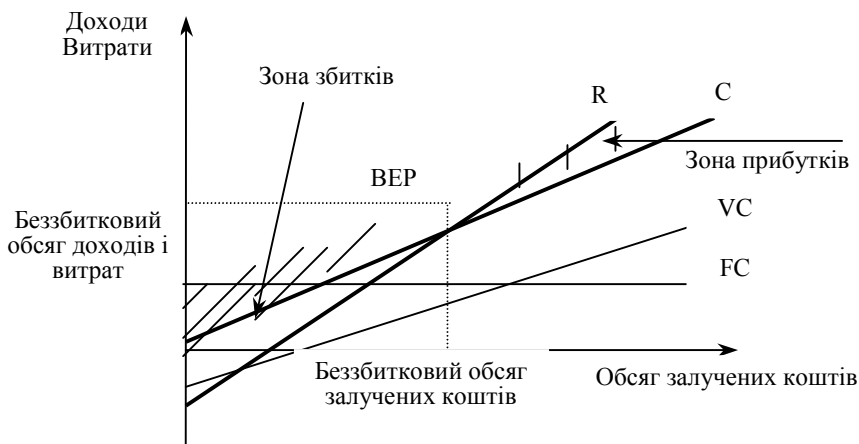


Рис. 1. Графік беззбитковості

Перетин лінії доходів та лінії загальних витрат визначає точку беззбитковості, в якій загальні витрати дорівнюють загальним доходам. Будь-яка точка, що знаходиться праворуч від точки беззбитковості в зоні між лініями загальних витрат та доходів, показує прибуток при відповідному обсязі залучених коштів (доходи більші за витрати). Будь-яка точка, що знаходиться ліворуч від точки беззбитковості в зоні між лініями загальних витрат та доходів, показує збиток при відповідному обсязі залучених коштів (доходи менші за витрати).

Означимо такі способи впливу на точку беззбитковості, а отже — і на розмір прибутку банківської установи: зміна середньої ставки процента за кредитами; зміна постійних витрат; коливання змінних витрат; покращення структури розміщених коштів; зміна обсягів залучених коштів. Усі ці способи можна проілюструвати за

допомогою графіка беззбитковості. Існують також й інші фактори, менш важливі, що впливають на точку беззбитковості.

Можна запропонувати студентам систему *аналітичних показників, пов'язаних з показником беззбитковості*:

1) коефіцієнт еластичності прибутку від операцій (або коефіцієнт приросту прибутку від операцій) — приріст прибутку, спричинений зростанням обсягу залучених коштів на 1 %;

2) прибуток покриття (contribution margin — CM) — це та частина доходу, яка залишається після вирахунку змінних витрат. Вона використовується на покриття постійних витрат та прибутку;

3) одиничний прибуток покриття (unit contribution margin — UCM) — прибуток покриття, який приносить кожна грошова одиниця (або кожна тисяча одиниць тощо) залучених коштів;

4) коефіцієнт покриття (contribution margin ratio — CMR) — це процентне співвідношення прибутку покриття до загального доходу банківської установи;

5) запас міцності — це різниця між загальними доходами, отриманими банком, та обсягом, який забезпечує досягнення беззбитковості;

6) операційний важель (ОВ), дія якого проявляється у тому, що будь-яка зміна обсягів доходів банку завжди породжує більш сильну зміну прибутку.

Графік прибутку та доходів — це ще один спосіб представлення прибутку та точки беззбитковості (рис. 2):

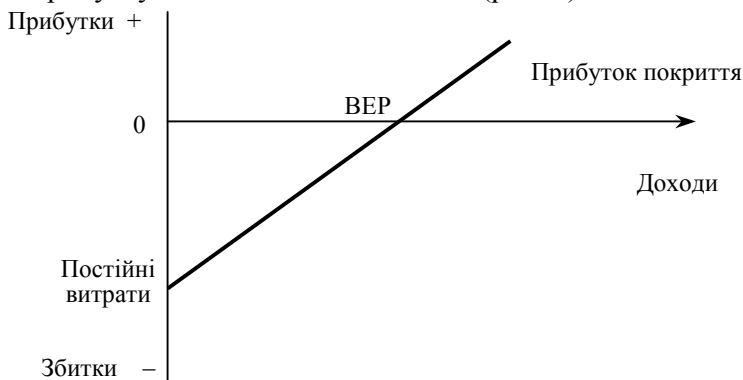


Рис. 2. Графік прибутку та доходів

Якщо доходи відсутні, маємо максимальні збитки (вони дорівнюють постійним витратам). При зростанні обсягу доходів прибуток покриття зменшує збитки доти, доки не стане дорівнювати

постійним витратам. Це і є точка беззбитковості. Доходи, вищі за цей рівень, приносять прибуток.

Можна побудувати *послідовний графік беззбитковості*. На ньому яскраво видно роботу кожної окремої філії, підрозділу, групи кредитів (рис. 3):

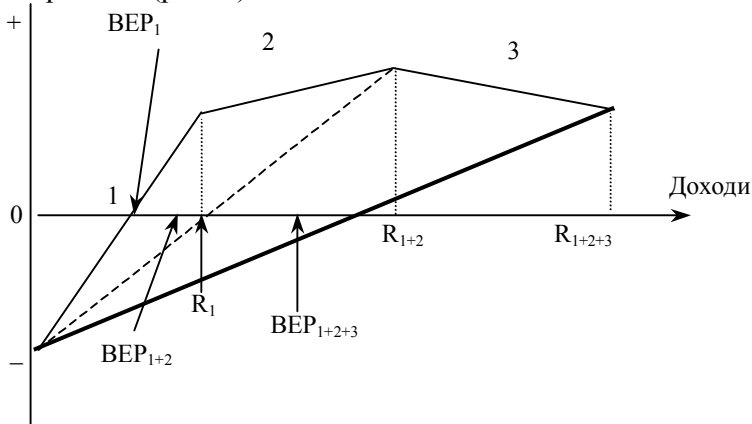


Рис. 3. Послідовний графік прибутку і доходів

На рисунку зображено графіки прибутку та доходів підрозділів (або філій, кредитних груп) № 1, 2, 3 та загальний графік усіх підрозділів (товста лінія). На графіку видно доходи від кожного підрозділу. За допомогою цього графіка можна знайти точки беззбитковості для кожного підрозділу та загальну точку беззбитковості.

І. О. Соловійов, канд. екон. наук, доц.
Херсонський державний аграрний університет

МАРКЕТИНОВИЙ АНАЛІЗ ТА ВИКОРИСТАННЯ ЙОГО РЕЗУЛЬТАТІВ В УПРАВЛІНСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Зростання об'ємів інфляції, нестійкість умов та характеристик зовнішнього середовища обумовлює необхідність внесення змін в стратегію і тактику поведінки підприємства. Ці зміни повинні бути детально обґрунтовані з використанням результатів маркетингового аналізу, значення якого пояснюється сучасними особливостями управління маркетингом. Поряд з його традиційними функціями сформувалася та діє інтегруюча функція — управління всією системою маркетингу. Виконання її пов'язане з великим