

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

Інститут _____ **Навчально-науковий інститут економіки і управління**
Кафедра _____ **економіки і права**

«До захисту в ЕК»

Директор інституту

_____ Олег Шеремет
(підпис) (ім'я та прізвище)

« ____ » _____ 2022 р.

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

_____ Анатолій Заїнчковський
(підпис) (ім'я та прізвище)

« ____ » _____ 2022 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА**

зі спеціальності _____ 051 «Економіка»

(код та назва спеціальності)

освітньо-професійної програми _____ «Економіка підприємства»

на тему: «Шляхи підвищення рентабельності діяльності підприємства»

Виконала: здобувачка 4 курсу, групи ЕП-4-1

Мушенко Олександра Сергіївна
(прізвище, ім'я, по батькові повністю)

_____ (підпис)

Керівник Басюк Тетяна Петрівна
(прізвище, ім'я та по батькові повністю)

_____ (підпис)

Консультанти _____
(ім'я та прізвище)

_____ (підпис)

_____ (ім'я та прізвище)

_____ (підпис)

_____ (ім'я та прізвище)

_____ (підпис)

Рецензент Слободян Наталія Ярославівна
(ім'я та прізвище)

_____ (підпис)

Я як здобувач(ка) Національного університету харчових технологій розумію і підтримую політику університету з академічної доброчесності. Я не надавав(-ла) і не одержував(-ла) недозволеної допомоги під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Здобувач _____
(підпис)

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Інститут Навчально-науковий інститут Економіки і управління
Кафедра Економіки і права
Освітній ступінь Бакалавр
Спеціальність 051 «Економіка»
(шифр і назва)
Освітньо-професійна програма «Економіка підприємства»
(назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри економіки і права
Заїнчковський А. О.
«31» січня 2022 року

З А В Д А Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ

Мушенко Олександрі Сергіївні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Шляхи підвищення рентабельності діяльності підприємства»
керівник роботи: Басюк Тетяна Петрівна, доцент, кандидат економічних наук

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від «31» січня 2022 року № 80-КС

2. Строк подання здобувачем роботи 01.06.2022 року,

3. Вихідні дані до роботи: законодавчі та нормативні акти України, монографії, посібники, підручники, наукові статті відповідно до обраної теми, фінансова та статистична звітність за 2018-2020 роки ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК», мережа Інтернет.

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): Розділ 1. Теорія рентабельності діяльності та прибутковості підприємства. Розділ 2. Оцінювання та аналіз формування прибутку і витрат ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК». Розділ 3. Шляхи підвищення рентабельності діяльності та прибутковості ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК». Висновки і пропозиції.

5. Перелік графічного матеріалу

Табл. 1. Необоротні активи ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК» за 2018-2020 рр. Табл.

2 Динаміка оборотних активів ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК». Рис. 1. Динаміка

необоротних активів ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК». Табл. 3. Оборотні активи

ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК» за 2018-2020 рр. Табл. 4. Динаміка оборотних

активів ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК» за 2018-2020 рр.. Рис. 2. Динаміка

оборотних активів ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК». Табл. 5. Динаміка фінансових

ресурсів ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК». Рис. 3. Динаміка фінансових ресурсів

ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК».

Анотація

Дипломна робота Мушенко Олександри Сергіївни на тему Шляхи підвищення рентабельності діяльності підприємства ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК», напрям підготовки 051 «Економіка підприємства», 2022, Київ.

Дипломна робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

Робота виконана в обсязі 82 сторінок, містить 13 рисунків, 22 таблиці та 2 додатка.

Мета роботи полягає в аналізі існуючих показників ефективності діяльності підприємства, а також напрямів та способів підвищення його рентабельності та прибутковості ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК».

Для економічного обґрунтування напрямів підвищення рентабельності та прибутковості діяльності ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК» в роботі використані такі методи: логічний метод, метод горизонтального і вертикального аналізу, графічний метод, методи економіко-математичного моделювання, метод логічного узагальнення та порівняльний.

В роботі було проаналізовано показники, які характеризують діяльність підприємства та досліджено показники рентабельності. Аналіз показав, що підприємству необхідно збільшувати величину прибутків для того, аби мати змогу сплачувати рахунки з поточних зобов'язань.

Об'єкт дослідження – фінансові результати діяльності ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК».

Предметом дослідження є теоретичні і практичні аспекти формування прибутків і витрат ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК», визначення основних напрямків підвищення його рентабельності прибутковості.

Ключові слова: рентабельність, прибутковість, підприємство, виробництво, дохід, прибуток, витрати, фінансовий стан, фінансові результати, зобов'язання, собівартість.

Annotation

Thesis Alexandra Mushenko on Ways to increase the profitability of the enterprise PJSC "Confectionery Company" AVK ", direction 051" Business Economics ", 2022, Kyiv.

Thesis consists of an introduction, 3 chapters, conclusions, list of sources and appendices.

The work is performed in the amount of 82 pages, contains 13 figures, 22 tables and 2 appendices.

The purpose of the work is to analyze the existing performance indicators of the enterprise, as well as areas and ways to increase its profitability and profitability of PJSC "Confectionery Company" AVK ".

The following methods were used to economically substantiate the areas of increasing profitability and profitability of PJSC Confectionery Company AVK: logical method, method of horizontal and vertical analysis, graphic method, methods of economic and mathematical modeling, method of logical generalization and comparative.

The paper analyzes the indicators that characterize the activities of the enterprise and investigates profitability indicators. The analysis showed that the company needs to increase its profits in order to be able to pay its current liabilities.

The object of research is the financial results of PJSC "Confectionery Company" AVK ".

The subject of research is the theoretical and practical aspects of the formation of profits and costs of PJSC "Confectionery Company" AVK ", determining the main directions of increasing its profitability.

Keywords: profitability, profitability, enterprise, production, income, profit, expenses, financial condition, financial results, liabilities, cost.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРІЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	5
1.1. Сутність теорії рентабельності та прибутку підприємства.....	5
1.2. Фактори, які впливають на рентабельність діяльності та темпи прибутковості підприємства	15
1.3. Показники рентабельності та прибутковості підприємства	18
Висновки до розділу 1.....	24
РОЗДІЛ 2. ОЦІНЮВАННЯ ТА АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ І ВИТРАТ ПРАТ «КОНДИТЕРСЬКА КОМПАНІЯ «АВК»	25
2.1. Загальна характеристика техніко-економічних показників діяльності підприємства.....	25
2.2. Аналіз фінансового стану підприємства	36
2.3. Аналіз формування прибутку підприємства та показників його рентабельності.....	42
2.4. Кореляційно – регресійний аналіз прибутковості підприємства	52
Висновки до розділу 2.....	56
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ПРИБУТКОВОСТІ ПРАТ «КОНДИТЕРСЬКА КОМПАНІЯ «АВК».....	58
3.1. Визначення для підвищення прибутковості та рентабельності підприємства головних внутрішніх і зовнішніх чинників.....	58
3.2. Економічне обґрунтування використання внутрішніх резервів підвищення рентабельності підприємства.....	60
Висновки до розділу 3.....	66
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	74
ДОДАТКИ.....	78

ВСТУП

Дана тема є актуальною для будь-якого підприємства, будь-якої країни, не залежно від мети діяльності, через те, що за наявності прибутку можливе функціонування комерційного підприємства.

В умовах ринкової економіки метою створення і господарської діяльності підприємств є отримання прибутку та рентабельності цього підприємства.

Забезпечення безперебійного потоку фінансових ресурсів для виконання підприємством визначених статутних завдань знаходиться в центрі уваги керівників підприємства, власників і господарських партнерів та органів державного управління і контролю.

Сутність рентабельності проявляється у функціях, які вона виконує на підприємстві. Основні з них:

- є оціночним показником, який відображає ефективність використання ресурсів і оцінює роботу підприємства загалом;
- виступає вагомим стабілізатором темпів зміни розширеного відтворення основних засобів;
- є мотиватором працівників для підвищення продуктивності праці;
- виступає показником, який відображає зміну вартості капіталу.

Прибуток є основним джерелом збагачення та виконує такі функції:

1. Облікову – показує результати роботи підприємства та є необхідним елементом ціни продукції чи послуг.
2. Розподільча – через прибуток здійснюється регулювання розподілу ресурсів і доходів між суб'єктів та галузями.
3. Стимулююча – так як отримання прибутку є основною метою підприємств, то при отриманні прибутку підприємці впевнені в своїх діях та будуть і далі продовжувати діяльність, проводити модернізації, всі дії для подальшого отримання таких результаті, та їх підвищення.

Метою дослідження є визначення, аналіз та можливість підвищення рентабельності та прибутковості підприємства.

Для досягнення поставленої мети ставилися наступні завдання:

1. дослідити сутність понять, їх функції, структуру та роль у забезпеченні діяльності підприємства;
2. проаналізувати ефективність формування та використання рентабельності та прибутку на підприємстві;
3. дослідити основні шляхи підвищення рівня рентабельності та прибутковості підприємства.

Об'єктом дослідження є фінансові результати діяльності ПрАТ «Кондитерська фабрика «АВК» м. Дніпро.»

Предметом дослідження є теоретичні і практичні аспекти формування прибутків ПрАТ «Кондитерська фабрика «АВК», визначення основних напрямків підвищення його рентабельності та прибутковості.

Методи дослідження. Для розв'язання визначених завдань, досягнення мети використовувався комплекс взаємодоповнюючих методів дослідження: методи системного аналізу, методи причинно-наслідкового, розрахунково-конструктивного аналізів, методи порівняльного аналізу, методи прямого структурного аналізу, метод групування, порівняння,

РОЗДІЛ 1. ТЕОРІЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність теорії рентабельності та прибутку

Рентабельність - це таке співвідношення, яке виражається у відсотках, показує прибутки і витрати на підприємстві. Прибуток як об'єкт дослідження у економістів існує більш трьохсот років. В наші дні прибуток становить інтерес як об'єктивним та вивчення практично всіх громадських наук: історії, соціології, економічної теорії та історії, культурології, права та ін. До теперішнього часу розроблено та обґрунтовано величезна кількість тлумачень цього явища економічного життя. В основному поняття прибутку розвивалося відповідно до зміни ролі матеріального виробництва і його як суб'єкта управління. Поняття «рентабельність» походить від слова «рента», що в загальному розумінні означає дохід, розглянемо далі в роботі детально прибуток як складника рентабельності.

Адам Сміт розглядав прибуток як чинник, що формується у власника капіталу, який є також організатором економічного процесу. У своїй праці

«Дослідження про природу і багатства народів» А. Сміт вказував на фундаментальні властивості економіки, які найбільш повно розкриваються в діяльності підприємців в умовах конкуренції. Вивчаючи процеси формування прибутку на підприємствах, А. Сміт припускав, що прибуток підприємців можна розглядати як форму заробітної плати. А. Сміт зауважував: «Не виключається думка, що прибуток на капітал є інше ім'я для винагороди особливого виду праці, а саме праці по нагляду і управління» [44].

Важливий внесок у розвиток теорії прибутку і управління а також рентабельності вніс видатний французький економіст Жан-Батист Сей У своїй праці «Трактат політичної економії» (1803) він виклав розвинену теорію виробництва і розподілу, відводять важливу роль підприємцю. Головну функцію підприємця він бачив в координації факторів виробництва: землі, капіталу і людського фактора, що включає не тільки праця, а й наукові знання, необхідні для організації виробничого процесу. Виконання цих функцій

дуже сильно

пов'язане з певною часткою ризику, хоча Ж.-Б. Сей явно не підкреслює його значення [9]. Як можна бачити, це практично повний виклад концепції прийнятої ідеології управління сучасної західної економіки.

Величина факторних доходів, згідно Ж.-Б. Сею, визначається законами попиту та пропозиції особистостей підприємців. Існує ринок, на якому визначається заробітна плата підприємця. Зазначалося, що крім заробітної плати в дохід підприємця входять відсоток на належний йому капітал і премія за ризик. У той же час Ж.-Б. Сей вважав дохід підприємця залишковим. Підприємець купує фактори виробництва і продає продукт свого виробництва. Те, що залишилося після відшкодування цього, становить прибуток підприємства і власне дохід підприємця. В цілому у Ж.-Б. Сея функції підприємця зводяться до активного управління організацією в своїх інтересах (зокрема, найманого, з урахуванням творчих аспектів його діяльності), і він істотно відрізняється від капіталіста - власника капіталу.

Представник німецької класичної економічної школи Йозеф фон Тюнен відзначав іншу сторону підприємницької активності. Це - «тягар несення ризику». Й. Тюнен визначає складником рентабельності - прибуток підприємця як залишковий дохід, що виходить, якщо з валової виручки відняти відсоток на інвестований капітал, плату за управління і страховий внесок. При цьому страховий внесок зв'язувався з обчисленим ризиком підприємства. Таким чином, дохід підприємця пов'язаний з непередбачуваним ризиком, від якого не можна застрахуватися. Підприємець, по суті, є «винахідником і дослідником у своїй області» [20].

Представники першого підходу зараховували здійснювану підприємцем «організацію виробництва» (А. Маршалл) або «підприємницькі здібності» до факторів виробництва і вважали «нормальний прибуток» граничним продуктом цього чинника.

Спробу пояснити прибуток як перетворення ризику від підприємницької діяльності зробив американський економіст Френк Хайнеман Найт (1885 - 1972). У своїй книзі «Ризик, невизначеність і прибуток» (1921) Ф. Найт розвиває ідею Й. Тюнена про відмінності між розрахованим і нерозрахованим ризиком. Перший він називає власне ризиком, а другий невизначеністю (uncertainty).

Ризик припускає відомий набір результатів, для якого існує відоме розподіл об'єктивних ймовірностей. Від такого ризику цілком можна застрахуватися і страхові внески включити в «постійні витрати галузі», які перекладаються на споживачів, подібно до інших витрат виробництва [26]. Інший ризик

«справжньої невизначеності» виникає в новому напрямку діяльності – в «чистому» підприємництво, в якому не відомі ні ймовірності, ні навіть повний набір можливих результатів.

Згідно з підходом Ф. Найта підприємець, приймаючи управлінське рішення, обізнаний про витрати свого виробництва і зобов'язаний заздалегідь розплатитися з власниками придбаних факторів виробництва. Висловлюючись сучасною мовою, тут задіяний фактор часу в прийнятті економічних рішень. Підприємець на початку прийнятого рішення (заздалегідь) знає рівень собівартості виробництва продукції і не знає ціну, по якій буде проданий його продукт. У ринковій економіці завжди існує невизначеність продажу виробленого продукту як за кількістю, так і за ціною продукту. Підприємець очікує отримати за свій продукт суму, що перевищує його собівартість.

Фактор часу при використанні капіталу (ризик) став основним об'єктом вивчення у Дж.М. Кейнса. Він зазначав, що «... коли людина інвестує гроші або купує капітальне майно, він набуває право на ряд майбутніх доходів від продажу відповідної продукції за вирахуванням поточних витрат, пов'язаних з її випуском, - доходів, які він очікує отримати протягом терміну служби майна.

Ставлення, яке пов'язує очікуваний дохід від капітального майна з його ціною пропозиції, або відновною вартістю, тобто відношення між очікуваним доходом, принесеним додатковою одиницею даного виду капітального майна, і ціною виробництва цієї одиниці, дасть нам граничну ефективність капіталу цього виду. Більш точно я визначаю граничну ефективність капіталу як величину, рівну тій дисконтній ставці, яка зрівняла б нинішню вартість ряду річних доходів, очікуваних від використання капітального майна протягом терміну його служби, з ціною його пропозиції» [18]. Дж. М. Кейнс, таким чином, дав визначення нового показника прибутковості капітальних вкладень, який в подальшому став іменуватися внутрішньої нормою рентабельності або доходу

(Internal Rate of Return - IRR). Цей показник розраховується з алгебраїчної суми витрат і прибутку за ряд років, дисконтованих з урахуванням знецінення різночасових витрат і результатів (показника Net Present Value - NPV). Вони зараз широко використовуються в практиці прийняття рішень щодо інвестування. Основоположники інституціоналізму ближче всіх підійшли до розуміння прибутку як головного інтересу підприємництва, який реалізується в процесі обміну. Однак інституціоналісти, все-таки, не дали вичерпного визначення підприємництва і прибутку.

Цікавим для аналізу процесу трансформації функції управління в системі підприємництва, на наш погляд, стали роботи Джона К. Гелбрейта. У 60 - 70-ті роки ХХ ст. Д. Гелбрейт стає загальноновизнаним ідеологом ліберального реформаторства і обґрунтовує концепцію трансформації капіталізму в книгах «Нове індустріальне суспільство» (1967) і «Економіст і суспільна мета» (1973).

Нам важливо відзначити, що Д. Гелбрейт в якості кордону появи «нового індустріального суспільства» встановив процес появи панування технічної структури корпорацій. Технічна структура, згідно Д. Гелбрейт, являє собою сукупність великого числа вчених, інженерів і техніків, фахівців з реалізації, реклами і торговельних операцій, експертів в області відносин з громадськістю, лобістів, адвокатів, людей, добре знайомих з особливостями урядового бюрократичного апарату.

Технічна структура відсунула процеси прийняття рішень від власників капіталу шляхом монополізації знань, необхідних для прийняття рішень. Її основний позитивної метою є зростання фірми. «Влада технічної структури підпорядковує собі механізм формування цін; фірми-гіганти займають найважливіше місце на ринках збуту вироблених ними товарів, і ціна, що встановлюється в кожній галузі, зазвичай прагне до такого рівня, який відображає інтереси технічної структури, найбільшою мірою прагне до забезпечення зростання» [44]. Ключовим, на наш погляд, у Дж. Гелбрейта вважається твердження про те, що дії технічної структури спрямовані на монополізацію ринків з метою «підпорядкування собі механізму 2015 цін», тому

що саме стан недосконалої конкуренції дає продавцеві можливість маніпулювати цінами і отримувати прибуток.

О.Д. Третяк зазначає, що прибутковість показує абсолютний ефект діяльності підприємства без урахування використаних при цьому ресурсів, тому його варто доповнювати відносним показником – рентабельністю. Відносні показники мають ту перевагу, що вони не перебувають під впливом інфляції, оскільки являють собою різні співвідношення прибутку та вкладеного капіталу. П.Я. Попович доводить, що рентабельність – це показник, який дає уявлення про достатність (недостатність) прибутку порівняно з іншими окремими величинами, що впливають на виробництво, реалізацію і взагалі на фінансово-господарську діяльність підприємства.

М.Г. Чумаченко зазначає, що рентабельність – це показник економічної ефективності виробництва на підприємствах у різних галузях і народному господарстві загалом. М.М. Туріяньська надає тлумачення рентабельності як поняття, що характеризує економічну ефективність виробництва, за якої підприємство за рахунок грошової виручки від реалізації продукції повністю відшкодовує витрати на її виробництво й одержує прибуток для розширеного відтворення.

В.І. Блонська у своєму дослідженні зосереджує увагу на тому, що значення слова «рентабельність» походить з німецької мови – *rentabel* (дохідний, прибутковий) – і означає показник економічної ефективності виробництва на підприємствах у різних галузях і народному господарстві загалом [8, с. 90]. У своєму навчальному посібнику А.В. Бондар зазначає, що рентабельність – це відносний показник ефективності роботи підприємства і у загальному вигляді він обчислюється як відношення прибутку до витрат

Й. Шумпетер вніс в розуміння підприємництва таку найважливішу функціональну характеристику, як розробка та обґрунтування процесу реалізації нововведень. Він вважав, що саме ця функція є центральною ланкою механізму економічного розвитку. За Шумпетером підприємницька прибуток носить тимчасовий, недовговічний характер і зникає, як тільки новаторська форма виробництва перетворюється в традиційну, повторювану діяльність.

Таким чином, можна при розгляді концепцій підприємництва відзначити

наступні основні напрямки теорії рентабельності та прибутку підприємців:

- 1) неоплачена праця працівників;
- 2) тимчасовий дохід, що отримується від технічних нововведень;
- 3) результат невизначеного характеру майбутніх подій;
- 4) прибуток як дохід, який породжується існуванням монополій, що визначають різницю між ціною товарів і їх виробничими витратами.

Виходячи з цілей нашого дослідження, в подальшому зосередимося на виявленні сутності рентабельності у вигляді прибутку підприємництва і особливості управління економікою в зв'язку з цим. З'ясовуючи сутність прибутку і рентабельності, ми виходимо з того, що їх джерела як і сам прибуток повинні бути однорідні з точки зору вимірювача. Наприклад, джерело води у водопроводі - вода в озері. Якщо інвестиції вимірюються в рублях, то джерело інвестицій теж повинен вимірюватися в рублях. Ризики як ступінь ймовірності ненастання будь-якого процесу виражаються в процентах, тобто ймовірність як безрозмірна величина не може стати джерелом прибутку, яка вимірюється в рублях або інших грошових вимірниках. Це якісно різні моменти економічного життя, які не стикуються як сутність і джерело її походження.

К. Маркс був правий, коли міркував про сутність прибутку як про несплаченої заробітної плати працівників, зайнятих на виробництві. Джерело вартості - це праця. Це було багатьом зрозуміло з часів А. Сміта. Автор даної статті також дотримується думки, що створена вартість є продуктом праці.

Проте, наш підхід до визначення сутності прибутку або додаткової вартості полягає в тому, що вона створюється за межами даної конкретної економічної системи - у споживача. Внаслідок розвитку спеціалізації виробництва з натурального господарства історично виділялися спеціалізовані виробництва, ефективність виготовлення конкретних продуктів в яких була вищою, ніж в натуральному господарстві. В результаті з'явилися умови товарообміну і ринкової економіки. Розглянемо схематично виробничу систему - підприємство або «організацію». Відповідно до теорії фірм будь-яка така організація створюється для підвищення ефективності виробництва. В рамках будь-якої виробничої системи відбувається просте відтворення всіх факторів виробництва.

Так, оборотні кошти відтворюються протягом одного виробничого циклу і всю вартість повністю переносять на продукцію в цей період часу. Засоби праці, що розглядаються як вартість основних фондів, переносять вартість частинами у міру свого зносу і відтворюються протягом терміну служби. Заробітна плата, є вартістю відтворення робочої сили. Таким чином, видно, щов процесі відтворення факторів виробництва забезпечується тільки просте їх відтворення. При цьому всі вони тільки переносять вартість на продукт. Прибуток не створюється всередині даної виробничої системи. Вона приходить від покупців продукції. Прибуток - це вартість, добровільно віддана покупцем продукції як економія своїх витрат на виробництво аналогічної продукції.

Будь-яке виробництво - проміжна система. Об'єктивно, в рамках процесу відтворення в окремо розглянутому підприємстві прибуток не створюється, так як всі витрати на вході повинні переноситися на вироблену продукцію. Тоді що є джерелом появи додаткової вартості? Невже вона дійсно створюється в обміні? Або причина прибутку в ризику? Чим більше ризику, тим більший прибуток? Подібна концепція домінує в сучасному фінансовому менеджменті. Кредитування ризикових операцій завжди супроводжується підвищеною ставкою «премії» банкіра. Звідси робиться «чистий теоретичний висновок»: джерелом прибутку є ризик підприємця. І багатьох сучасних вчених-економістів в цьому не переконаєш, оскільки практично всі сучасні підручники переповнені подібними міркуваннями. Але як відповісти на просте запитання: чому стрибки з парашутом (саме ризикована справа, на наш погляд) не дають парашутисту прибутку, хоча ризику в них набагато більше, ніж в бізнесі? Відповідь, швидше за все, лежить в тому, що ризиковані заходи в кінцевому підсумку і часто дають набагато більшу прибутковість на вкладений капітал. Але ці нові процеси, проривні технології, як правило, «робляться з нуля» і без грошей. Активна молодь звертається до банкірів, які надають їм кошти, але під підвищений відсоток, адже втрати від невдалих інвестиційних проектів банкірам треба якось покривати. В цілому підвищений відсоток на кредит є покриттям витрат невдалих заходів в інноваційних процесах. Про них зазвичай ніхто не говорить, але вони є, значить є і безповоротні (мертві) витрати банків які комусь треба покривати. Інакше кажучи, покривають саме щасливі виробництва.

У сучасному менеджменті, заснованому на монетарному підході, доводиться так мислити. І політики управляють цими методами. Повернемося до процесу визначення сутності прибутку. Прибуток - це економія праці, викликана споживанням продукції на наступних стадіях виробництва (або частина її). Вона передається (добровільно) від підприємства - споживача даної продукції до підприємства виробника під час обміну. Для споживача - це витрати на придбання ресурсу. Вважаємо, що кожне універсальне підприємство може створювати все для себе, але витрати при цьому як на будь-якому універсальному підприємстві вищі, ніж на спеціалізованому. Однак спеціалізація і її розвиток призводять до того, що товар на спеціалізованих підприємствах стає менш дорогим. Зниження вартості - головний результат спеціалізації - підвищення ефективності чи зниження вартості продукту. Дана виробнича система створюється з метою підвищення ефективності виробництва щодо будь-якого традиційного технологічного процесу або форми організації виробництва, тобто вартість (собівартість) створюваної продукції стає менше, ніж традиційне виробництво. Сама фірма створюється для зниження вартості відносно конкурентів, або ж вона не буде продавати свою продукцію. Це справедливо для паралельних процесів, коли підприємство конкурує з паралельно працюють з ним підприємством. Мінімум вартості аналогічної продукції визначає її конкурентоспроможність. Якщо порівнюються різні види продукції, тоді порівнюються споживчі ефекти товарів-конкурентів.

Коли створюється нове виробництво, це означає створення нового технологічного процесу або нового продукту, який на більш високому ієрархічному рівні краще задовольняє потреби за сукупним технологічним процесом. При цьому створюється економія витрат, що припадають на одиницю продукції, яка переміщається в сторону даної виробничої системи.

Коли К. Маркс розглядав формулу виробничих витрат « $c + v + m$ », він розглядав виробничу систему «в цілому». Відомо, що « c » в цій формулі - вартість перенесених коштів виробництва, а величина « $v + m$ » - додана або «новостворена» працею вартість. При цьому величина « m » у нього розглядалася як неоплачена праця працівників - додатковий продукт або прибуток, створювана в рамках даної економічної системи. Процеси

відтворення досліджуються на національному (державному) рівні і в річному аспекті. У цьому сенсі він не «опускався» до розглядання послідовності технологічного процесу, що протікає в часі і в умовах спеціалізованих виробничих одиниць. Це вартість неоплаченої праці. Але насправді - це економія праці в рамках більш загальної економічної системи. Це дійсно «неоплачена праця», якого насправді немає внаслідок виробництва більш дешевого товару в рамках конкретного виробництва. При цьому ця праця «несплачені» не даним капіталістом, а сукупним капіталістом. Це економія праці на наступній стадії виробництва, яка дійсно і не оплачується. Можна сказати, економія праці у споживача виробленого продукту. Таким чином, слід визнати, що прибуток - це переміщена економія праці від споживання готової продукції, яка реалізується при обміні товару. Звідси і виникають теорії, що прибуток створюється в торгівлі. Таке розуміння об'єктивно виникає в разі несистемного розгляду процесу виробництва.

При встановленні цін, на наш погляд, завжди виникає проблема нижчу межу ціни (яка визначається рівнем витрат виробництва у виробника) як ефективного рівня виробника і верхньої межі, яка визначається ефективністю (економією витрат) споживача. Економія витрат ресурсів даної виробничої системи - фактор зростання ефективності виробника, а економія витрат споживача - фактор зростання його ефективності.

Таким чином, ясно, що реальне джерело прибутку - це економія витрат у споживачів продукції, пов'язаних з придбанням і споживанням купуються продуктів і виробів. Прибуток - це переміщена від споживачів до виробника економія праці (або витрат праці) по задоволенню потреб на наступних стадіях суспільного виробництва. Покупець набуває продукт тоді, коли сам він його не зробить або зробить з великими витратами. Чим більше економія споживача, чим більший об'єм продажів, чим швидше впроваджується нова техніка і технологія, тим більше прибуток даного підприємства-виробника. Більш того, автор вважає, що в ринковій економіці прибуток (іноді дохід) є головною формою зворотного зв'язку від споживача до виробника. Чим швидше вона (зеконормлена вартість на наступних стадіях виробництва) повертається, тим краще для виробника, тим коротше зворотний зв'язок. Проблема багатьох

авторів-теоретиків полягає в тому, що вони розглядають виробничі відносини створення прибутку в економічній системі, яка відділена ієрархічно. З появою спеціалізованих виробництв, які стали більш продуктивними в порівнянні з комплексними виробництвами натурального господарства, стало ясно, що рівномірно розміщеного виробництва немає. З позицій системного підходу очевидно, що сутність об'єкта визначається його функцією, тобто виділену чи створене спеціалізоване підприємство має головну зовнішню функцію - створення продукції, що забезпечує економію витрат у споживачів - це і є мета діяльності даного підприємства. Чим більше інновацій в рамках даної системи, тим більше економія витрат у споживачів продукції.

Дана концепція, що прибуток - НЕ додана вартість в рамках даної системи, а перерозподілу вартість від споживачів в рамках більш загальної системи, що не суперечить марксової ідеї. Він розглядав всі процеси як протікають одночасно в усіх галузях економічної системи, тому додаткова вартість у нього в рамках цієї загальної системи є додана вартість, створена в «рамках даної системи». Але якщо розглядати структуру загальної виробничої системи як складену з окремих спеціалізованих виробництв, то можна побачити, що відбувається саме перерозподіл вартості від споживачів до виробників в рамках загальної економіки праці.

Головна умова життєздатності даної організації полягає в постійному зниженні витрат виробництва продукції в розрахунку на її споживчий ефект. Це може проявлятися в різних видах виробів або в удосконаленні низки виробів. Проблеми формування нових видів продукції, а спочатку і взагалі з розділення праці, приводили до диференціації ефективності виробництва окремих видів продукції. Це основа виникнення торгівлі.

В економічних розрахунках ефективності можна і потрібно завжди розраховувати умови ефективності виробництва як для виробника, так і для покупця. Прибуток підприємця є головною формою зворотного зв'язку від споживача до виробника, тому управління підприємствами і взагалі по всіх економічній системі має спиратися на конкретні організаційні процеси, а не на монетарні схеми. Прибуток повинна розглядатися як найважливіша форма зворотного зв'язку в системі управління реальним виробництвом.

Аналіз антикризових концепцій Уряду РФ, ряду громадських рухів і партій свідчить, що головна проблема полягає в тому, що всі вони спираються на методологію управління монетарними методами. Всі хочуть бути «ринковими гравцями». Концепція відсторонення держави від економіки домінує. Всупереч здоровому глузду ринкова економіка переживає кризу. Державі слід втрутитися і заздалегідь виправити становище. Але у нього немає навіть необхідних для цього органів влади. Догмат або символ ринкової віри, що «невидима рука А. Сміта» виправить становище, домінує в усіх сферах влади. Це означає, що всі пропоновані заходи уряду ґрунтуються на тому, щоб, не дуже переймаючись організаційними методами, як-то вирішити проблему. Мабуть, це буде тривати до того моменту, коли ця рука перетвориться в «кулак А. Сміта».

1.2 Фактори, які впливають на рентабельність діяльності та темпи прибутковості підприємства

Резерви збільшення суми прибутку і рентабельності пов'язані з напрямками господарювання підприємства, для керівників і відповідних спеціалістів (менеджерів), важливим є детальне значення масштабів дії, форм контролю та використання найбільш істотних внутрішніх і зовнішніх чинників ефективності на різних рівнях управління діяльністю підприємства [20].

Головні внутрішні і зовнішні чинники підвищення рентабельності та прибутковості підприємства.

1. Технологія. Технологічні нововведення, особливо сучасні форми автоматизації та інформаційних технологій, справляють найбільш вагомий вплив на рівень і динаміку ефективності виробництва продукції.

2. Устаткуванню належить провідне місце в програмі підвищення ефективності передовсім виробничої діяльності. Продуктивність діючого устаткування залежить не тільки від його технологічного рівня, а й від належної організації ремонтно-технічного обслуговування оптимальних строків експлуатації, змінності роботи, завантаженні в часі.

3. Матеріали та енергія позитивно впливають на рівень ефективності, якщо розв'язуються проблеми ресурсозбереження, зниження матеріаломісткості

та енергоємності продукції, раціоналізується управління запасами матеріальних ресурсів і джерелами постачання.

4. Вироби. Самі продукти праці, їхня якість і зовнішній вигляд (дизайн) також є важливими чинниками. Рівень дизайну має корелювати з корисною вартістю, тобто ціною, яку покупець готовий заплатити за вироби відповідної якості [14].

Пропоновані підприємством для реалізації продукти праці мають з'явитися на ринку в потрібному місці, у потрібний час і за добре обміркованою ціною. У зв'язку з цим суб'єкт діяльності має стежити за тим, щоб не виникало будь-яких організаційних та економічних перешкод між виробництвом продукції (наданням послуг) та збутом продукції.

Працівники. Основним джерелом і визначальним чинником зростання прибутковості є працівники – керівники, менеджери, спеціалісти, робітники. Ділові якості працівників, підвищення продуктивності їхньої праці зумовлюється діловим мотиваційним механізмом на підприємстві, підтриманням сприятливого соціального мікроклімату в трудовому колективі. Організація і системи. Єдність трудового колективу, раціональне делегування відповідальності, належні норми керування характеризують добру організацію діяльності підприємства, що забезпечує необхідну специфікацію та координацію управлінських процесів, а отже, вищий рівень ефективності будь-якої складної виробничо-господарської системи. Остання, для підтримання високої ефективності господарювання, має бути динамічною та гнучкою, періодично реформуватися відповідно до нових завдань, що постають за зміни ситуації на ринку [21].

5. Методи роботи. За переважання трудомістких процесів досконаліші методи роботи стають достатньо перспективним для забезпечення зростання ефективності діяльності підприємства. Постійне вдосконалення методів праці передбачає систематичний аналіз стану робочих місць, підвищення кваліфікації кадрів, узагальнення та використання нагромадженого на інших підприємствах позитивного досвіду.

6. Стиль управління, що поєднує професійну компетентність, діловитість і високу етику взаємовідносин між людьми, практично впливає на всі

напрямки діяльності підприємства. Від цього залежить, у якій мірі враховуватимуться зовнішні чинники зростання прибутковості на підприємстві. Відтак належний стиль управління як складовий елемент сучасного менеджменту є дійовим чинником підвищення ефективності діяльності підприємства [14].

Державна економічна і соціальна політика істотно впливає на ефективність суспільного виробництва. Основними її елементами є:

- а) практична діяльність владних структур; б) різноманітні види законодавства;
- в) фінансові інструменти (заходи, стимули);
- г) економічні правила та нормативи (регулювання доходів і оплати праці, контроль за рівнем цін, ліцензування окремих видів діяльності);
- д) ринкова, виробнича і соціальна інфраструктури; е) макроекономічні структурні зміни;
- є) програми приватизації державних підприємств;
- ж) комерціалізація організаційних структур виробничої сфери [2].

10. Інституціональні механізми. Для безперервного підвищення ефективності діяльності всіх суб'єктів господарювання держава має створити відповідні організаційні передумови, що забезпечуватимуть постійне функціонування на національному, регіональному чи галузевому рівнях спеціальних інституціональних механізмів – організацій. Їхню діяльність треба зосередити на:

- а) розв'язанні ключових проблем підвищення ефективності різних виробничо-господарських систем;
- б) практичній реалізації стратегії і тактики розвитку національної економіки на всіх рівнях управління.

7. Інфраструктура. Важливою передумовою зростання ефективності діяльності підприємств є достатній рівень розвитку мережі різноманітних інституцій ринкової та виробничо-господарської інфраструктури. Всі інші підприємницькі структури користуються послугами інноваційних фондів і комерційних банків, бірж та інших інститутів ринкової інфраструктури. Безпосередній вплив на результативність діяльності підприємства справляє

належний розвиток виробничої інфраструктури [17].

8. Структурні зміни в суспільстві також впливають на показники ефективності на різних рівнях господарювання. Найважливішими є структурні зміни економічного та соціального характеру. Головні з них відбуваються в таких сферах:

а) склад та технічний рівень основних фондів; б) масштаби виробництва та діяльності; в) склад персоналу за ознаками статі, освіченості, кваліфікації.

Лише вміле використання всієї системи перелічених чинників може забезпечити достатні темпи зростання ефективності виробництва [2].

При цьому, обов'язковість урахування зовнішніх чинників не є такою жорсткою, як чинників внутрішніх.

Рентабельність являє собою прибутковість підприємства, тобто показник який відображає економічну ефективність виробництва підприємства, а також кінцеві результати господарської діяльності.

Отже, прибуток і рентабельність є основними якісними показниками, що відображають економічну ефективність підприємства, його фінансовий стан, успіхи та можливості у виконанні розробленої програми економічного та соціального розвитку. Рентабельність і прибуток тісно пов'язані між собою. Зростання рентабельності об'єктивно свідчить про збільшення одержуваного прибутку.

Іншими словами, за зростання прибутку створюються умови для збільшення рентабельності та матеріальних коштів. Вона вимірюється за допомогою цілої системи відносних показників, що характеризують ефективність роботи підприємства загалом, прибутковість різних напрямів діяльності, вигідність виробництва окремих видів продукції.

1. 3. Показники рентабельності та прибутковості підприємства

Показники прибутковості як і рентабельності являються відносними характеристиками фінансових результатів та ефективності діяльності підприємства. Вони вимірюють доходність підприємства та групуються в співвідношенні з інтересами учасників економічного процесу, ринкового

обміну.

Аналіз показників прибутковості необхідний, адже вони є важливими характеристиками факторного середовища формування прибутку підприємства. З цієї причини вони є обов'язковими елементами порівняльного аналізу та оцінки фінансового стану підприємства [2].

При аналізі виробництва, показники прибутковості можна об'єднати у наступні групи:

- 1) показники прибутковості продукції;
- 2) показники прибутковості капіталів (активів);
- 3) показники, розраховані на підставі потоків власних грошових коштів.

Перша група показників формується на підставі розрахунків рівнів прибутковості по показникам прибутку, відбитих в звітності підприємства.

Даний показник характеризує прибутковість продукції базисного та звітного періоду.

Друга група показників прибутковості формується на підставі розрахунків рівнів прибутковості в залежності від зміни розміру та характеру авансованих коштів:

- всі активи підприємства;
- інвестиційний капітал (власні кошти + довгострокові зобов'язання);
- акціонерний (власний) капітал [17].

Третя група показників прибутковості формується на базі розрахунку рівня прибутковості аналогічно показникам першої та другої груп, однак замість прибутку в розрахунку приймається прибуток грошових коштів.

Різноманітність показників прибутковості визначає альтернативність пошуку шляхів її підвищення. При аналізі шляхів підвищення рентабельності важливо розрізняти вплив зовнішніх та внутрішніх факторів. Такі показники, як ціна продукту і ресурсу, об'єм ресурсів, що використовуються, та обсяг виробництва продукції, прибутку від реалізації та прибутковості (доходності) продаж, знаходяться між собою в тісному функціональному зв'язку.

Основні показники прибутковості:

1. Прибутковість продукції (Ппр):

$$\Pi_{\text{пр}} = \frac{\Pi_{\text{р}}}{C} * 100\% \quad (1.1)$$

C – собівартість реалізації продукції.

Цей показник характеризує вихід прибутку в процесі реалізації продукції на одиницю витрат в основній діяльності підприємства.

2. Прибутковість продажів (ROS):

$$ROS = \frac{\Pi_{\text{р}}}{B} * 100\% \quad (1.2)$$

де B – виручка від реалізації.

Характеризує доходність основної діяльності підприємства.

3. Прибутковість активів (ROA):

$$ROA = \frac{\Pi_{\text{б}}(\text{АБО } \Pi_{\text{ч}})}{A_{\text{ср}}} * 100\% \quad (1.3)$$

де Пб (або Пч) – прибуток балансовий або чистий;

Аср – середньорічна величина активів за певний період [14, с. 37].

Цей показник служить для визначення ефективності використання капіталу, оскільки дає загальну оцінку доходності вкладеного в виробництво капіталу, як власного так і займаного;

4. Прибутковість поточних активів (Рта):

$$P_{\text{та}} = \frac{A_{\text{т.ср}}}{\Pi_{\text{ч}}} * 100\% \quad (1.4)$$

де Ат.ср – середня величина поточних активів.

Цей показник характеризує величину прибутку, отриману з кожної гривні, що вкладена у поточні активи;

5. Прибутковість власного акціонерного капіталу (ROE):

$$ROE = \frac{\Pi_{\text{р}}}{K_{\text{с}}} * 100\% \quad (1.5)$$

де Кс – середня величина власного капіталу.

Характеризує ефективність використання власних коштів акціонерів, величину прибутку, отриманого на кожну гривню вкладень акціонерів в підприємство, який залишається в розпорядженні підприємства [17, с. 39].

Отже, аналіз показників прибутковості є досить важливим у визначенні оцінки фінансового стану підприємства. Мета аналізу полягає в тому, щоб встановити та оцінити фінансовий стан підприємства, та у тому, щоб постійно проводити роботу, спрямовану на його покращення. Аналіз фінансового стану

показує, за якими конкретними напрямками треба вести цю роботу, дає можливість виявити найбільш важливі аспекти і найбільш слабкі позиції у фінансовому стані підприємства.

Сума покриття витрат – це різниця між виручкою від продажів (реалізованої продукції) і змінними затратами.

Прибуток виникає лише тоді, коли нагромаджені суми покриття витрат маси всієї проданої продукції будуть переважати сукупну величину затрат підприємства [2].

Виторг від продажів, в першу чергу, направляється на покриття змінних витрат. Лише після того, як всі змінні витрати покриваються, виникає сума покриття. Таким чином, додаткова виручка від продажів переходить в суми покриття. Останні, призначені для покриття постійних витрат і отримання прибутку. Тільки тоді, коли постійні витрати повністю покриті, проходить

«перетікання» в прибуток. Якщо отриманих сум покриття вистачає тільки на покриття змінних затрат, то у цьому випадку прибутку не буде.

Розрахунок цін на продукцію на основі повних затрат часто призводить до неможливості її реалізації на ринку.

Розрахунок на основі сум покриття орієнтований на ринкові ціни, які формуються конкурентами на ринку. За його допомогою можна проводити незалежне калькулювання ціни продажів, задаючи цільові значення сум покриття [2].

Облік сум покриття витрат дозволяє:

- доповнити облік повних затрат;
- показати «внесок» кожного товару, групи товарів і асортименту у загальний результат;
- застосувати протидіючі заходи в ході управління з допомогою аналізу планових і фактичних затрат, порівняння заданих мір покриття, аналізу поведінки точки покриття;
- використати задані суми покриття для координації запланованого виторгу з метою планування результату (маржинального доходу);
- вести ступеневий облік покриття постійних затрат, коли блок постійних затрат розділяють на складники постійних затрат різних місць їх

ВИНИКНЕННЯ;

- формувати інформацію про величину результату за окремий період на основі даних про оцінку запасів на базі граничних затрат;
- об'єднати планування інвестицій і аналіз портфеля замовлень через розрахунки граничних затрат і сум покриття;
- спростити складання контрольної калькуляції на основі аналізу запланованих і фактичних сум покриття шляхом порівняння планових і фактичних сум покриття, внаслідок чого виявляється різниця, проводиться дослідження причин, які тягнуть за собою зниження маржинальних сум покриття.

Та все ж доповнення традиційного обліку повних затрат детальним обліком сум покриття витрат дає можливість управляти підприємством як при неповному, так і при повному завантаженні виробничих потужностей, розраховувати ефективність і надавати відповідні дані службі контролю.

Роль показника рентабельності для кожного промислового підприємства дуже велика. По-перше, він є основним критерієм ефективності діяльності підприємства. По-друге, його зростання забезпечує підвищення фінансової стійкості підприємства. По-третє, він важливий для кредиторів і позичальників грошових коштів, оскільки його рівень дозволяє оцінити реальність отримання відсотків за зобов'язаннями. Основні показники рентабельності можна розділити на декілька груп, а саме:

- рентабельність капіталу (активів);
- рентабельність продукції;
- група, в якій показники розраховані на основі потоків наявних коштів.

На сьогодні, одним з найпоширеніших методів аналізу рентабельності є факторна модель фірми «DuPont» (Дюпон). Основним завданням даної моделі є визначення факторів впливу на ефективність роботи підприємства та надання оцінки визначеним факторам. Аналізуючи той факт, що показників рентабельності нараховується велика кількість, аналітики даної компанії вибрали один, за їхніми розрахунками, найбільш значимий показник – рентабельність власного капіталу. Основою даного методу аналізу є наступна детермінована модель:

$$R_{ROE} = R_{NVP} * P_{OTD} * k_{ZAB} \quad (1.6)$$

де R_{NVP} – ресурсовіддача; P_{OTD} – чиста рентабельність продажу;

k_{ZAB} – коефіцієнт фінансової залежності.

Система фінансового аналізу DuPont досліджує можливості ефективного функціонування підприємства. За рахунок розщеплення основних показників на множники можна визначити й проаналізувати ключові причини, які вплинули на зміну того чи іншого показника, та оцінити темпи економічного росту компанії.

Основна мета використання моделі DuPont – ідентифікація причин, зміна яких позначається на рівні ефективності діяльності підприємства. До таких факторів належать: рентабельність продажів, ресурсовіддача та структура авансованих у діяльності коштів. Важливість саме цих показників пояснюється тим, що вони в якійсь мірі синтезують всі аспекти фінансово-господарської діяльності підприємства.

Рентабельність вкладених коштів:

загальний рівень рентабельності підприємства:

$$P_{\Pi} = (ВП/С) * 100 \% \quad (1.7)$$

де ВП — валовий прибуток підприємства, грн.;

С — загальна виробнича собівартість, грн.

рентабельність виробничих фондів:

$$P_{ВФ} = \frac{ВП}{ОФ} * 100\% \quad (1.8)$$

де ОФ — вартість виробничих фондів, грн.

рентабельність сукупних активів:

$$P_{СА} = \frac{ВП}{А} * 100\% \quad (1.9)$$

де А — середня сума активів балансу підприємства, грн.

рентабельність власного (акціонерного) капіталу:

$$P_{ВК} = \frac{ЧП}{ВК} * 100\% \quad (1.10)$$

де ЧП — чистий прибуток підприємства, грн.;

ВК — сума власного капіталу, грн.

Рентабельність продукції:

$$P_{\Pi} = \frac{ВП}{C_{\Pi}} * 100\% \quad (1.11)$$

$$\text{або: } P_{\Pi} = (ВП/Q) * 100 \%$$

де C_{Π} — повна собівартість товарної реалізованої продукції, грн.;

Q — обсяг реалізованої продукції, грн.

Висновки до розділу 1

Отже, отримання рентабельності та прибутку є визначальним рушієм організації підприємницької діяльності і одночасно визначним критерієм ефективності його діяльності.

Домогтися високої рентабельності прагне кожен підприємець або керівник бізнес-проекту. Але, щоб правильно її розрахувати, потрібно врахувати вплив різних факторів, які бувають зовнішніми або внутрішніми.

Прибутковість – це відносний показник економічної ефективності. Прибутковість комплексно відображає ступінь ефективності використання матеріальних, трудових і грошових ресурсів, а також природних багатств.

Коефіцієнт прибутковості розраховується як відношення прибутку на одиницю вкладених засобів, або прибутку, який несе в собі кожна отримана грошова одиниця.

Аналіз показників рентабельності та прибутковості є досить важливим у визначенні оцінки фінансового стану підприємства.

Мета аналізу полягає в тому, щоб встановити та оцінити фінансовий стан підприємства, та у тому, щоб постійно проводити роботу, спрямовану на його покращення. Аналіз фінансового стану показує, за якими конкретними напрямками треба вести цю роботу, дає можливість виявити найбільш важливі аспекти і найбільш слабкі позиції у фінансовому стані підприємства.

РОЗДІЛ 2. ОЦІНЮВАННЯ ТА АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ І ВИТРАТ ТА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ

2.1. Загальна характеристика техніко-економічних показників діяльності підприємства

Компанія «АВК» - один з найбільших українських виробників кондитерської продукції. «АВК» розпочала свою діяльність в 1991 році як постачальник какао-продуктів на кондитерські фабрики України. Але вже через 3 роки були вироблені перші солодощі - порожнисті шоколадні фігурки.

У 1996 році компанія «АВК» придбала Донецьку, а незабаром Луганську Мукачівську кондитерські фабрики, що дозволило виробляти широкий асортимент кондитерської продукції. Сьогодні до складу «АВК» входять 3 кондитерські фабрики, розташованих у Донецьку, Дніпропетровську та Луганську [35].

На ринку України «АВК» - лідер категорії шоколадних цукерок.

Візитними картками компанії у категорії шоколадних цукерок є такі торгові марки, як «Парижель», «Королівський Шедевр», «Доміор», «Королівський Шарм», «Креамо», «Трюфель оригінальний» та ін.

Компанія «АВК» перша в Україні почала виробництво желеино-жувальних цукерок. І на сьогоднішній день бренд «Жувіленд» є безумовним лідером даної категорії.

Продукти під брендом «АВК» отримали визнання споживачів в Україні. Система управління виробничими процесами компанії сертифікована на відповідність вимогам міжнародних стандартів ISO 9001:2000 та 22000:2005. Відповідність даним стандартам - це контроль і управління якістю та ризиками на всіх етапах виробництва: від виробництва сировини до реалізації готового продукту. Портфель продуктів компанії включає в себе солодощі для різних ситуацій - у якості подарунку, до сімейного столу чи для індивідуального споживання. Продукція компанії «АВК» відрізняється високою якістю та

неперевіреними смаковими характеристиками, має оригінальний дизайн, нестандартну упаковку, власний стиль, який виділяється на фоні продуктів - конкурентів, що дозволяє « АВК» експортувати свою продукцію у понад 20 країн світу [37].

Необоротні активи в порівнянні 2018 і 2020 року зменшились на 43 тис. грн. (табл. 2.1 і табл. 2.2 та рис. 2.1), ці зменшення відбулись за рахунок погіршення економічного стану в країні. Збільшився розмір основних засобів на 177116 тис. грн.

Таблиця 2.1

Необоротні активи ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК» за 2018-2020 рр.

Показники	Роки		
	2018	2019	2020
I. Необоротні активи	189129	189021	199376
Нематеріальні активи:			
Залишкова вартість	89	65	46
Первісна вартість	471	455	454
Знос	382	390	408
Незавершене будівництво	0	0	3314
Основні засоби:			
Залишкова вартість	18900	188956	196016
Первісна вартість	233900	254507	282399
Знос	44860	65551	86383
Довгострокові фінансові інвестиції	0	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	0	0	0
Відстрочені податкові активи	0	0	0
Інші необоротні активи	0	0	0

Динаміка необоротних активів ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК» за
2018-2020 рр.

Показники	Відхилення			
	2018-2020		2019-2020	
	абс.	відн.	абс.	відн.
I. Необоротні активи	10247	1,05	10355	1,05
Нематеріальні активи:				
Залишкова вартість	-43	0,51	-19	0,70
Первісна вартість	-17	0,96	-1	0,99
Знос	26	1,06	18	1,04
Незавершене будівництво	3314	-	3314	-
Основні засоби:				
Залишкова вартість	177116	10,37	7060	1,03
Первісна вартість	48499	1,201	27892	1,109
Знос	41523	1,92	20832	1,31
Довгострокові фінансові інвестиції	-	-	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	-	-	-	-
Відстрочені податкові активи	-	-	-	-
Інші необоротні активи	-	-	-	-

Джерело: складено автором

Протягом аналізованого періоду відбувалися такі зміни: необоротні активи за 2019 рік зменшились на 24 тис. грн., а за 2020 рік на 19 тис. грн., в порівнянні 2019 і початку 2020 років сума необоротних активів зменшилась в 51,6%.

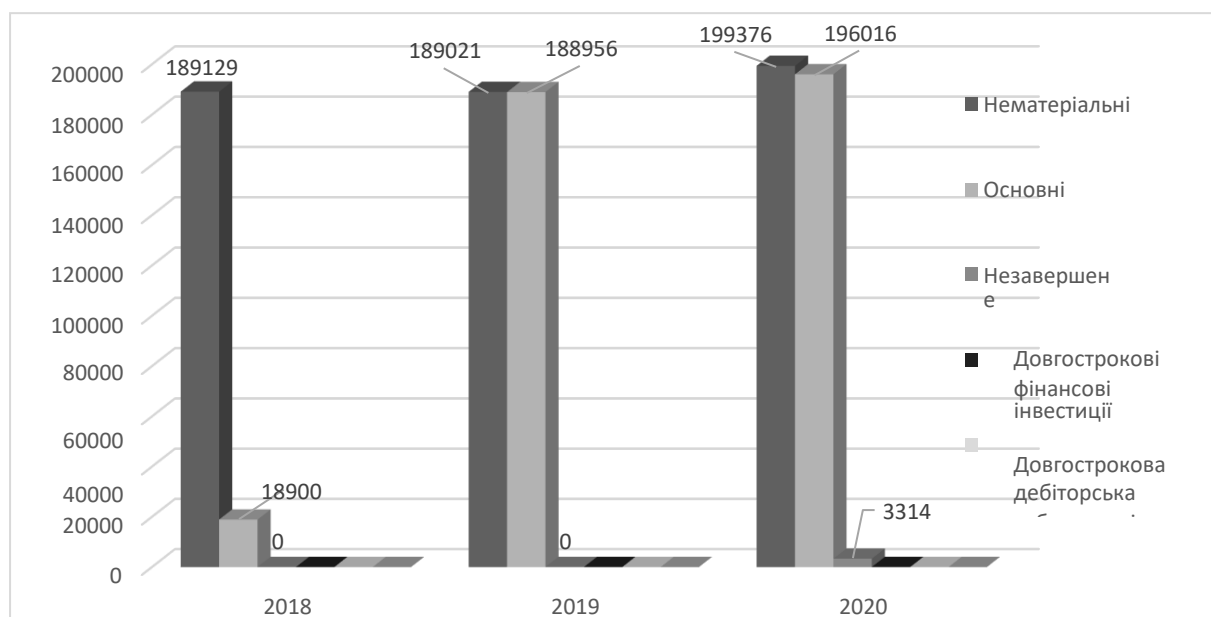


Рис.2.1. Динаміка необоротних активів ПРАТ «Кондитерська компанія «АВК» за 2018-2020 роки

Джерело: складено автором

Динаміка необоротних активів показує зменшення їх найбільше в кінці 2019 року, також падіння 2020, хоча менше, що може значити про впровадження нової політик та збільшення розміру основних засобів.

Також в структурі активів помітно збільшилися оборотні активи (табл. 2.3 і табл. 2 та рис. 2.2).

Таблиця 2.3

Оборотні активи ПРАТ «Кондитерська компанія «АВК» за 2018-2020 роки

Показники	Роки		
	2018	2019	2020
Оборотні активи	4888	328224	373051
Запаси:			
виробничі запаси	4844	8291	9701
Дебіторська заборгованість	191683	280349	304368
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
з бюджетом	4859	14370	5422
за виданими авансами	33768	11018	16049
з нарахованих доходів	0	0	0

Продовження таблиці 2.3

із внутрішніх розрахунків	0	0	0
інша поточна дебіторська заборгованість	2883	1458	1760
Поточні фінансові інвестиції	0	0	0
Грошові кошти та їх еквіваленти:			
в національній валюті	6409	10495	28554
в іноземній валюті	0	0	0
Інші оборотні активи	0	2173,00	5110

Таблиця 2.4

Динаміка оборотних активів ПРАТ «Кондитерська компанія «АВК» за 2018-2020 роки

Показники	відхилення			
	2018-2020		2019-2020	
	абс.	ідн.	абс.	ідн.
Оборотні активи	368163	76,32	44827	1,14
Запаси:				
виробничі запаси	4857	2	1410	-
Дебіт. заборг.	112685	1,59	24019	1,09
Дебіт. заборг. за розрахунками:				
з бюджетом	563	1,12	-8948	0,38
за виданими авансами	-17719	0,48	5031	1,46
інша поточна дебітор. заборг.	-1123	0,61	302	1,21
Грошові кошти та їх еквіваленти:				
в національній валюті	22145	4,46	18059	2,72
Інші оборотні активи	5110	-	2937	2,35

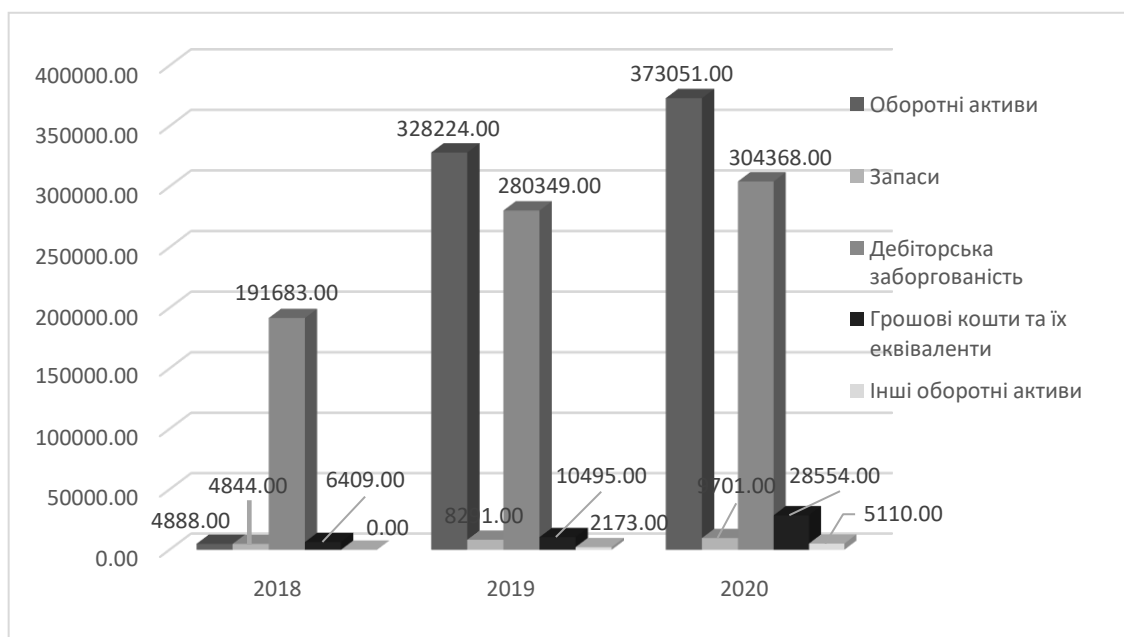


Рис.2.2 Динаміка оборотних активів ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК» за 2018-2020 роки

Джерело: складено автором

Протягом трьох аналізованих років оборотні активи зросли на суму 4813 тис. грн. Якщо в 2018 році оборотні активи склали 4888 тис. грн., то в 2019 році вони збільшились до 8341 тис. грн., в 1,98 рази і на 9701 тис. грн., у 1,16 рази, у порівнянні за 2019 рік, 2020 року. Ці зміни можна пов'язати з збільшенням грошових коштів та їх еквівалентів, на 22145 тис. грн.

Власний капітал «АВК» зріс протягом 2018-2020 рр., з 183597 тис. грн. в 2018 році, до 185590 тис. грн. в 2020, тобто у 1,1 рази. (табл. 2.5 і табл. 2.6 та рис. 2.3).

Резервний та статутні капітали, задосліджуваний період, не змінилися. Нерозподілений прибуток у 1.16 рази, на 14454 тис. грн.

Фінансових ресурсів ПРАТ «Кондитерська фабрика «АВК» 2018–2020 рр.

Показники	Роки		
	2018	2019	2020
Власний капітал	183597	184541	185590
Статутний капітал	15390	5390	5390
Резервний капітал	3847	3847	3847
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	90161	97619	104615
Вилучений капітал	0	0	0
Поточні зобов'язання	241928	263355	318698
Короткострокові кредити банків	0	0	0
Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	220955	239973	269752
Поточні зобов'язання за розрахунками:			
з бюджетом	1036	2152	3014
зі страхування	2551	2061	2890
з оплати праці	5329	7410	10178
з учасниками	49	73	72
із внутрішніх розрахунків	274	26	225
Інші поточні зобов'язання	5634	2043	2984

Джерело: складено автором

Таблиця 2.6

Динаміка фінансових ресурсів ПРАТ «Кондитерська фабрика «АВК»
2018 – 2020 роки

Показники	Відхилення			
	2018-2020		2019-2020	
	абсол.	відн.	абсол.	відн.
Власний капітал	1993	1,01	0	1,005
Статутний капітал	0	1	0	1
Резервний капітал	0	1	0	1
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	14454	1,16	6996	1,07
Вилучений капітал	0	-	0	-
Поточні зобов'язання	76770	1,31	55343	1,21
Короткострокові кредити банків	0	-	0	-
Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	48797	1,22	29779	1,12
Поточні зобов'язання за розрахунками:				
з бюджетом	1978	2,909	862	1,400
зі страхування	339	1,13	829	1,402
з оплати праці	4849	1,909	2768	1,37
з учасниками	23	1,46	-1	0,98
із внутрішніх розрахунків	-49	0,82	199	8,65
Інші поточні зобов'язання	-2650	0,52	941	1,46

Джерело: складено автором

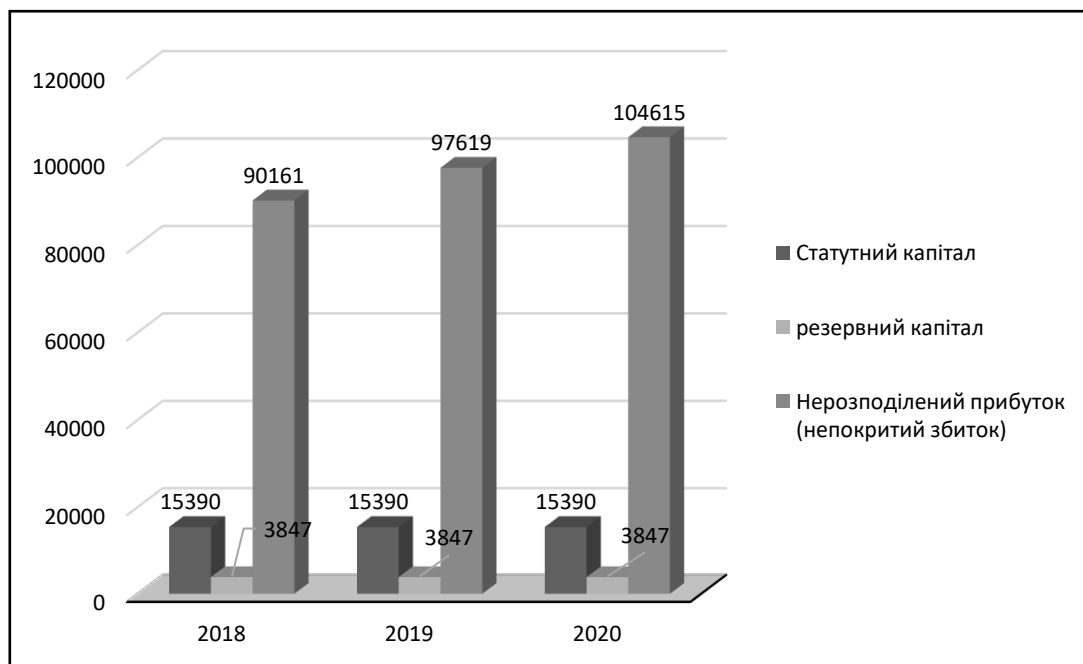


Рис.2.3 Динаміка фінансових ресурсів ПРАТ «Кондитерська компанія «АВК» за 2018-2020 роки

Джерело: складено автором

Поточні зобов'язання за досліджуваний період, а саме 2018-2020 рр. зросли з 241928 тис. грн. до 318698 тис. грн. до того ж зросла кредиторська заборгованість на 48797 тис. грн., поточні зобов'язання за розрахунки з бюджетом на 1978 тис. грн., інші поточні зобов'язання зменшились з 5634 тис. в 2018 до 2984 тис. грн. у 2020 році. (табл. 2.5 і рис. 2.4)

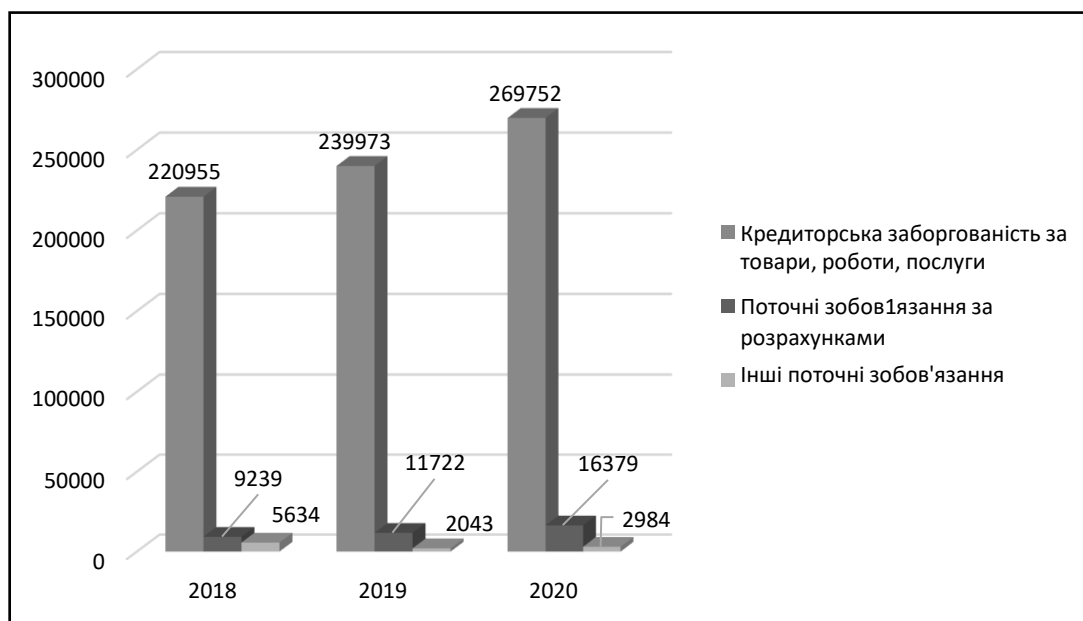


Рис.2.4 Динаміка поточних зобов'язань ПРАТ «Кондитерська фабрика «АВК» за 2018-2020 роки

Джерело: складено автором

Зміни в динаміці поточних зобов'язань, що відбувалися протягом трьох років при тому що зі збільшенням інших фінансових ресурсів зросли зобов'язання.

При проведенні аналізу ПРАТ «Кондитерська фабрика «АВК» за три роки було досліджено, що економічний потенціал компанії значно зріс на це вплинуло збільшення основних економічних показників. Фінансові результати діяльності товариства значною мірою залежать від рівня управління його фінансами. В умовах ринкової економіки отримання прибутку та забезпечення рентабельної діяльності суб'єкта господарювання є необхідною складовою, яка обумовлює зростання ринкової вартості підприємства. При збільшенні прибутку збільшувались і витрати але значне збільшення доходу в порівнянні з витратами не спричинили збитковість фінансового результату, а отже при такому позитивному рості фінансових показників компанія збільшила свої можливості в подальшому розвитку своєї діяльності як невід'ємної частини на сучасному ринку.

Ефективність використання економічного потенціалу підприємства характеризується показниками ділової активності підприємства. Ділова активність підприємства оцінюється за показниками інтенсивності використання засобів, які умовно поділяються на коефіцієнти навантаження і оборотності.

Показники навантаження застосовуються при аналізі інтенсивності використання економічного потенціалу або необоротних активів підприємства.

Показники оборотності характеризують інтенсивність використання оборотних активів та власного капіталу. Оборотність обчислюється у кількості оборотів або в днях обороту:

Показники ділової активності, так само, як і показники рентабельності, обчислюються на основі даних, що містяться у формі №2 “Звіт про фінансові результати” і формі №1 “Баланс”.

Далі розраховуємо показники оборотності (ділової активності) (табл. 2.7).

Оборотність оборотних активів оцінка швидкості обороту всіх оборотних активів підприємства. Оптимальний напрямок – прискорення.

$$KO_{oa} = \frac{D}{OA} \quad (2.1)$$

де Д – чистий дохід від реалізації продукції;

OA - середньорічна вартість оборотних активів.

Негативно можна оцінити збільшення оборотності оборотних активів протягом аналізованого періоду. У 2018 – 2019 роках відбулося його збільшення з 1,565 до 2,874. У 2020 році він трохи зменшився на 0,315 і досяг рівня 2,559, цеу цілому свідчить про ефективне використання оборотних активів ПРАТ «Кондитерська фабрика «АВК».

Таблиця 2.7

Динаміка показників ділової активності підприємства ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК» 2018-2020 роки

Показники	Роки			Відхилення 2020 р. від			
	2018	2019	2020	2018		2019	
				абс.	відн., %	абс.	відн., %
Оборотність оборотних активів в днях	1,565	2,874	2,559	0,99	0,636	-0,31	-0,109
Кількість обертів за рік обігових активів	230,06	125,26	140,6	-89,405	-0,38	15,39	0,12
Оборотність власного капіталу в днях	4,680	3,25	3,08	-1,597	-0,34	-0,17	-0,05
Кількість обертів за рік власного капіталу	76,92	110,56	116,7	39,829	0,518	6,18	0,05
Оборотність дебіторської заборгованості в днях	50,88	21,301	13,05	-37,835	-0,743	-8,24	-0,38
Кількість обертів за рік дебіторської заборгованості	7,07	16,900	27,57	20,503	2,898	10,67	0,63
Коефіцієнт навантаження необоротних активів	2,36	4,35	4,62	2,25	0,95	0,27	0,06
Коефіцієнт навантаження основних засобів (фондовіддача)	2,32	4,35	4,67	2,37	1,009	0,32	0,07

Джерело: складено автором

Відповідно негативно можна оцінити показник кількості обертів за рік оборотних активів. Протягом 2018-2020 року він зменшився з 230,068 до 140,663.

Протягом 2018-2020 років оборотність власного капіталу мала тенденцію до зменшення і незначно зменшилась з 4,680 у 2018 до 3,084 у 2019 році.

В 2020 році оборотність також трохи зменшилась на 0,053 і склала 3,084. Це можна оцінити позитивно.

Відповідно, позитивно можна оцінити збільшення кількості обертів за рік власного капіталу з 76,920 до 116,749. Тобто обіг власного капіталу на підприємстві суттєво прискорюється.

Оборотність дебіторської заборгованості в 2018-2020 роках мало позитивну тенденцію, і зменшилась більше ніж в два рази з 50,889 до 21,301 в 2019 році, а у 2019-2020 роках відбулося також значне зменшення, майже в два рази на 8,247 до 13,054.

Кількість обертів за рік дебіторської заборгованості = Кількість днів в періоді / Оборотність дебіторської заборгованості

Позитивну тенденцію має показник кількості обертів за рік дебіторської заборгованості. Протягом 2018-2020 років збільшилась на 20 до 27,578.

Коефіцієнт навантаження необоротних активів мав наступну тенденцію: у 2018 році складав 2,364 з подальшим збільшенням у 2019 році до рівня 4,351. У 2020 році продовжилось його незначне збільшення до рівня 4,621.

Коефіцієнт навантаження основних засобів (фондовіддача) протягом 2018-2019 років мав тенденцію до збільшення і збільшився з 2,326 до 4,352. В 2020 році відбулось його збільшення на 321 і він склав 4,674. Це свідчить про неефективне використання основних засобів, які є в наявності підприємства протягом аналізованого періоду.

Отже, майже всі показники оборотності (ділової активності) протягом аналізованого періоду мають негативну тенденцію, до позитивних моментів можна віднести незначне збільшення всіх коефіцієнтів оборотності в днях за останній рік.

2.2. Аналіз фінансового стану підприємства

Майновий стан підприємства характеризується використанням засобів (активів) і джерелами їх формування (пасивів). Джерелом інформації для оцінки

майнового стану є баланс підприємства. В процесі аналізу активу й пасиву балансу визначаються показники структури, динаміки балансу, структурної динаміки балансу, а саме:

- абсолютні величини по статтям активу і пасиву балансу на початок і кінець періоду та зміни абсолютних величин;
- питома вага окремих статей у валюті балансу на початок і кінець періоду та зміни у питомій вазі;
- зміни статей балансу на кінець періоду у порівнянні із відповідними значеннями на початок періоду (абсолютні прирости і темпи росту).

Розраховані показники порівнюються із аналогічними за попередні звітні періоди, на основі чого робляться висновки про динаміку показників.

Таблиця 2.8

Аналіз майнового стану підприємства ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК» за 2018 – 2020 рр.

Показник	Роки		
	2018	2019	2020
Фондомісткість	0,51	0,2963	0,29
Фондоозброєність	263,306	418,829	450,04
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,191	0,2585	0,305
Коефіцієнт оновлення основних фондів	0,08	0,0852	0,102
Коефіцієнт вибуття основних засобів	0,002	0,0014	0,0009
Фондовіддача	1,94	3,3749	3,34
Рентабельність основних засобів	0,06	0,0207	0,03
Абсолютна сума прибутку на одну гривню основних засобів	0,002	0,0008	0,001

Джерело: складено автором

Аналіз майнового стану підприємства показує нам, що з 2018 по 2020 роки більшість показників майнового стану підприємства показали приріст, а з 2019 по 2020 роки показники знизились, причиною могло стати збільшення темпів виробництва продукції хоча з 2015 року компанія втратила свої потужності, луганську та донецьку фабрики. Показники фондовіддачі виросли, що показує збільшення ефективності використання основних засобів.

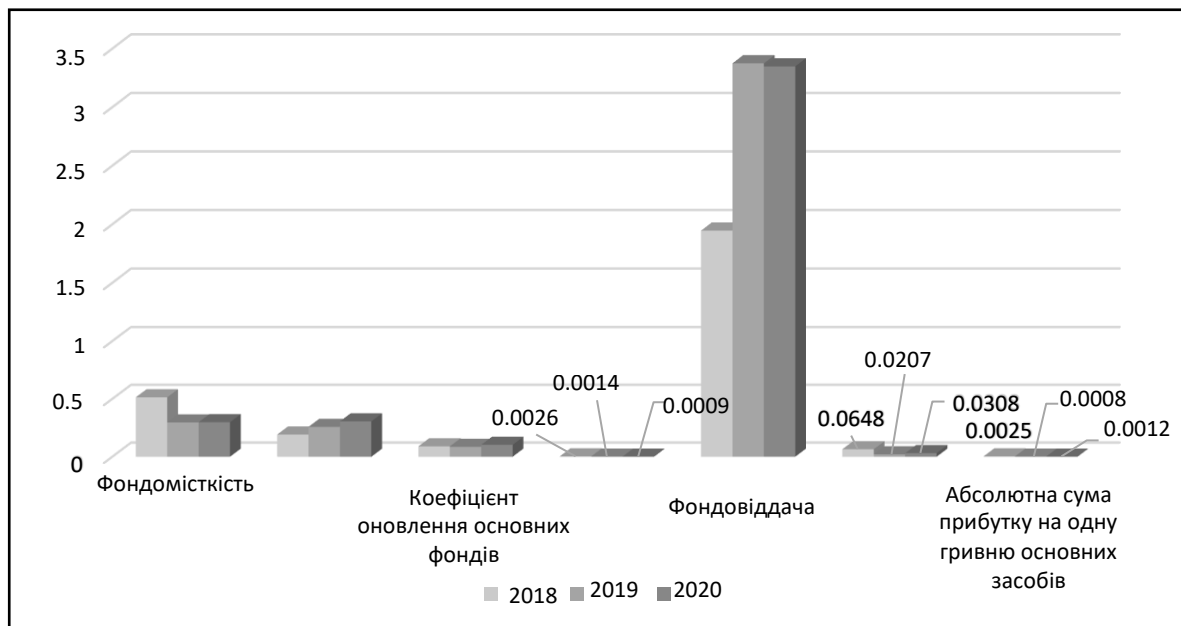
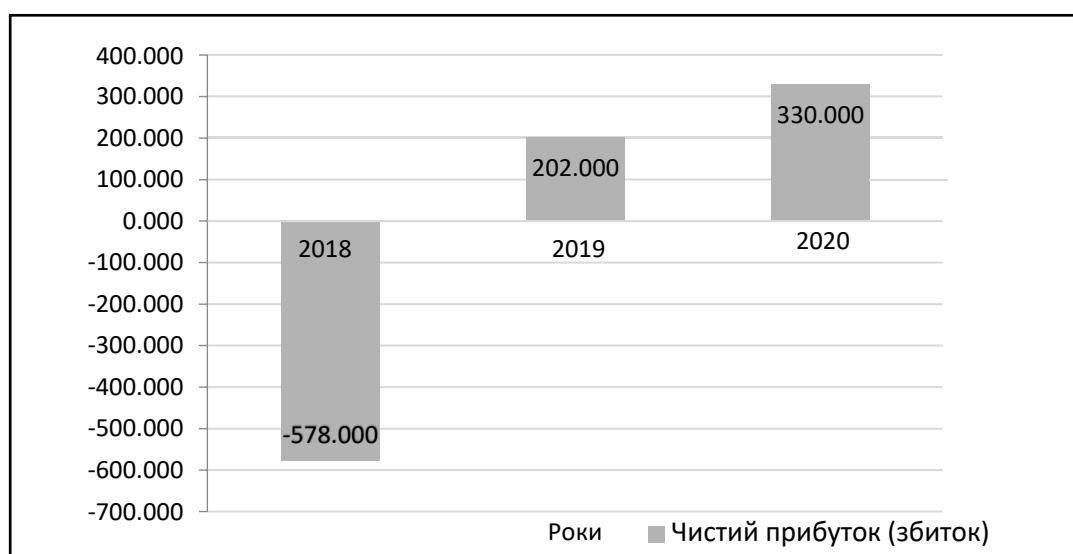


Рис.2.5 Аналіз майнового стану підприємства ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК» за 2018-2020 роки

Джерело: складено автором

Чистий дохід — це дохід від реалізації товарів (робіт, послуг), розрахований без урахування акцизного податку, мита, податку на додану вартість, інших непрямих податків та зборів.



Є джерелом покриття подальших витрат підприємства.

Рис.2.6 Показники фінансових результатів діяльності підприємства ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК» за 2018-2020 роки

Джерело: складено автором

Чистий прибуток з 2018 по 2020 роки значно зріс з -578 тис. грн. до 330 тис. грн, цьому посприяла нова політика компанії та збільшення виробництва на

25 відсотків.

Термін "ліквідність" позначає швидкість, з якою актив може бути конвертований в гроші без відчутної втрати вартості. Деякі активи, наприклад, дебіторська заборгованість, зазвичай, може бути легко конвертована в гроші при незначному дисконті. Інші активи, наприклад, будівлі, можуть бути переведені в грошову форму тільки за умови значних знижок. Тому вважається, що дебіторська заборгованість є більш ліквідним активом, ніж будівля. За інших рівних компанія з більш ліквідними активами зможе більш легко відповісти за своїми терміновими зобов'язаннями, ніж компанія з меншою часткою ліквідних активів.

Таблиця 2.9

Показники ліквідності підприємства ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК» за 2018 – 2020 рр.

Показник	Роки		
	2018	2019	2020
Коефіцієнт покриття	1,01	1,24	1,17
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,96	1,21	1,14
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,02	0,04	0,09
Чистий оборотний капітал, тис. грн.	2311	64869	54353

Джерело: складено автором

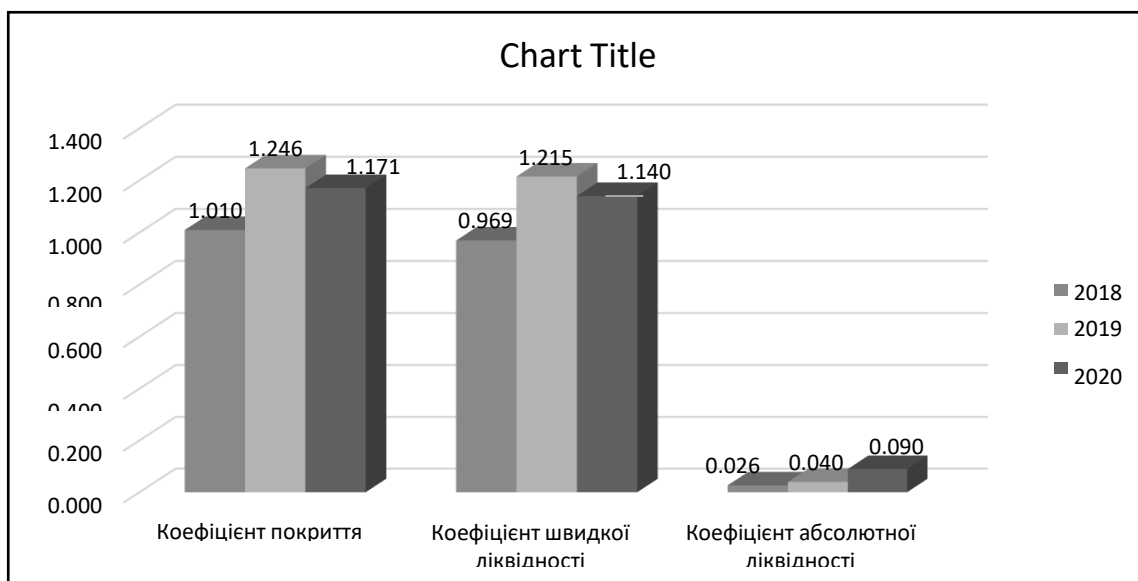


Рис.2.7 – Показники ліквідності підприємства ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК» за 2018-2020 роки

Джерело: складено автором

Показники ліквідності підприємства з 2018 по 2019 роки значно зросли, теж саме стосується чистого оборотного капіталу, що виріс більше ніж у два рази, але після 2019 року відбувся невеликий спад, коефіцієнти ліквідності знизились, окрім коефіцієнта абсолютної ліквідності, в середньому, на десять відсотків, а чистий оборотний капітал знизився на 10516 тис. грн.

Платоспроможність підприємства - це здатність своєчасно і в повному обсязі погашати свої фінансові зобов'язання.

Мета даного етапу аналізу - оцінка спроможності підприємства виконувати свої короткострокові (поточні) зобов'язання, тобто розплачуватися за "виставленими рахунками".

Аналіз платоспроможності показує нам збільшення показників коефіцієнта фінансування на 0,617, коефіцієнта забезпеченості власними оборотними запасами 0,009, коефіцієнта маневреності робочого капіталу на 0,339 та коефіцієнта маневреності власних запасів на 0,006 у 2019 році. В 2020 році усі показники окрім коефіцієнта фінансування знизились. В цілому можна сказати, що платоспроможність ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК» знизилась.

Таблиця 2.10

Аналіз платоспроможності (фінансової стійкості) підприємства ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК» за 2018 – 2020 рр.

Показник	Роки		
	2018	2019	2020
Коефіцієнт платоспроможності	0,42	0,35	0,32
Коефіцієнт фінансування	1,85	2,46	2,84
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними запасами	0,009	0,19	0,14
Коефіцієнт маневреності робочого капіталу	0,01	0,35	0,29
Коефіцієнт маневреності власних засобів	-0,03	-0,02	-0,07

Джерело: складено автором

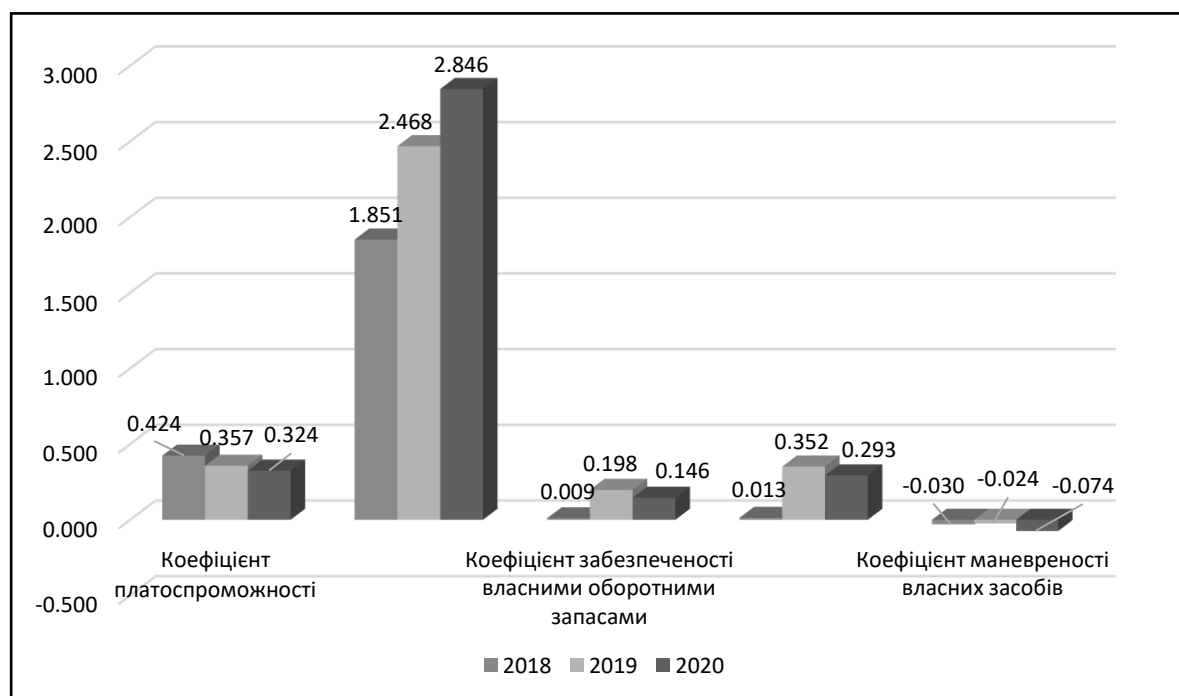


Рис.2.8 – Аналіз платоспроможності (фінансової стійкості) підприємства ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК» за 2018 – 2020 рр.

Джерело: складено автором

Ділова активність підприємства в ринкових умовах стає інтегральною характеристикою підприємства щодо його відповідності об'єктивним економічним умовам. Основними напрямками підвищення ділової активності підприємства є зменшення періоду операційного та фінансового циклів, підвищення ефективності використання майна, максимізація прибутку, підвищення конкурентоспроможності продукції (послуг), пошук нових ринків збуту. На нашу думку, ділова активність підприємства охоплює напрями, які спрямовані на підвищення його конкурентоспроможності. Оскільки, конкурентоспроможність забезпечує підприємству переваги на ринку, допомагає його успішному збуту в умовах конкуренції.

За результатами аналізу ми можемо побачити, що коефіцієнти ділової активності підприємства у 2019 році зросли. Також зменшилися строки погашення кредиторської та дебіторської заборгованості, що є позитивним. У 2020 році всі показники, окрім коефіцієнта оборотності матеріальних запасів та оборотності капіталу, знизились.

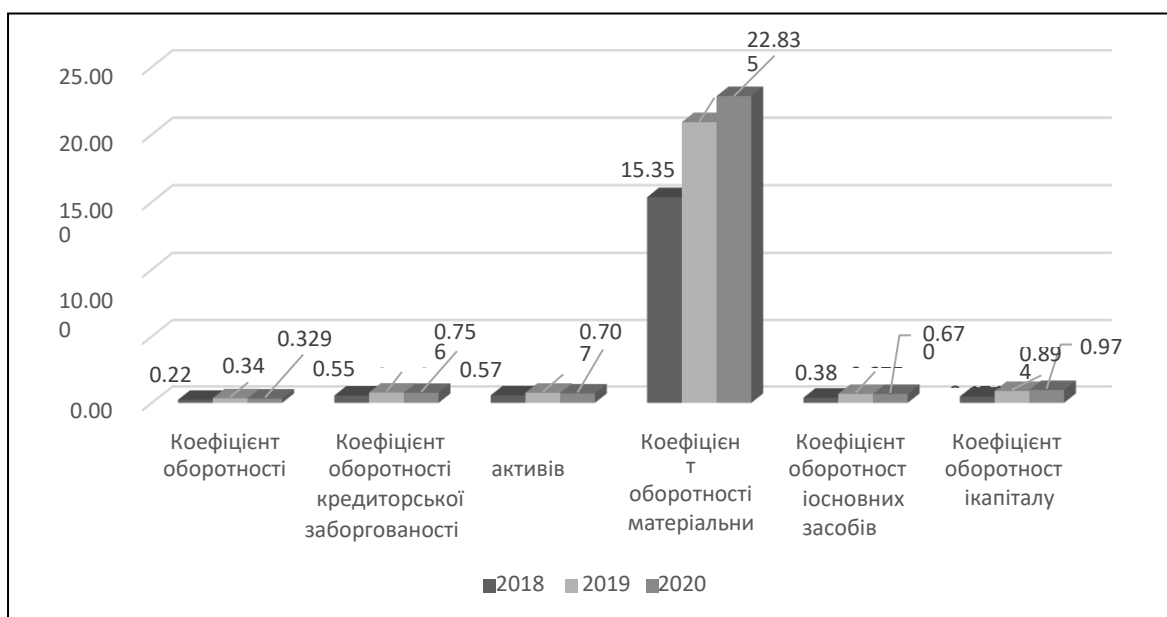


Рис.2.9 Аналіз ділової активності підприємства ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК» за 2018– 2020 рр.

Джерело: складено автором

2.3 Аналіз формування прибутку та рівня його рентабельності підприємства

Показниками прибутковості діяльності підприємства є рентабельність виробництва і рентабельність продажу. Виходячи зі змісту, вказані показники відображають питому вагу отриманого прибутку, відповідно, у собівартості та у виручці проданої продукції (робіт, послуг), тобто скільки припадає прибутку на 1 гривню реалізованої продукції.

Таблиця 2.11

Аналіз рентабельності підприємства ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК» за 2018 – 2020 рр.

Показник	Роки		
	2018	2019	2020
Коефіцієнт рентабельності активів	-0,038	0,011	0,015
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	-0,079	0,027	0,045
Коефіцієнт рентабельності діяльності	-0,166	0,031	0,046
Коефіцієнт рентабельності продукції	-0,215	0,656	0,525

Джерело: складено автором

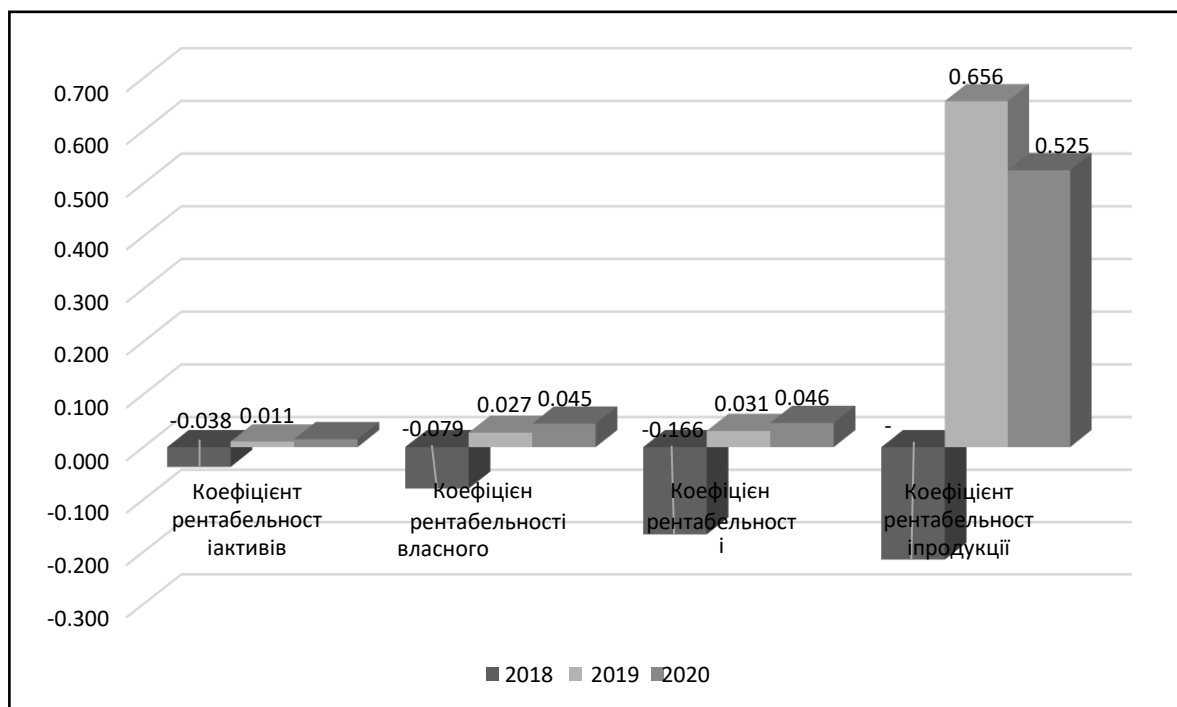


Рис.2.10. Аналіз рентабельності підприємства ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК» за 2018 – 2020 рр.

Джерело: складено автором

Показники рентабельності підприємства показують нам, що з 2018 року по 2019 рік рентабельність підприємства упала. З 2019 року по 2020 рік рентабельність зросла окрім коефіцієнта рентабельності продукції, що є, в цілому, позитивним і показують правильний напрямок в розвитку виробництва.

Фінансові результати діяльності підприємства значною мірою залежать від рівня управління діяльності його фінансами, що обумовлює необхідність розвитку інформаційної системи фінансового менеджменту, удосконалення її організаційної структури, визначення принципів утворення та умов розподілу і поєднання інформаційних потоків.

В умовах ринкової економіки отримання прибутку та забезпечення рентабельної діяльності підприємства є необхідною складовою, яка обумовлює зростання ринкової вартості підприємства. Як основний узагальнюючий показник діяльності підприємства, прибуток є важливим джерелом формування його капіталу, забезпечення фінансової стійкості та платоспроможності. Тому отримання прибутку – одна із стратегічних цілей управління та найважливіший об'єкт аналітичної оцінки фінансових результатів.

Аналітична оцінка фінансових результатів ПрАТ «Кондитерська фабрика

«АВК» здійснюється за такими етапами:

- Аналіз динаміки доходів і витрат;
- Аналіз динаміка складу і структури прибутку від звичайної діяльності;
- Факторний аналіз чистого прибутку;
- Коефіцієнтний аналіз рентабельності.

На першому етапі аналіз динаміки доходів і витрат ПрАТ «Кондитерська фабрика «АВК» дозволяє відмітити ряд позитивних змін, до яких у першу чергу належать збільшення фінансових результатів від операційної діяльності в 2019 році в порівнянні з 2018 роком збільшились на 531,0 тис. грн. В 2020 році в порівнянні з 2019 роком фінансових результатів від операційної діяльності зменшились на суму 255,0 тис. грн., при тому, що в 2019 році він становив 1400,0 тис. грн., що на 531,0 тис. грн. більше ніж в 2018 році. Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування 2020 році в порівнянні з 2018 роком зріс на 531 тис. грн., а в порівнянні з 2019 роком зменшився на 255,0 тис. грн. Чистий прибуток ПрАТ «Кондитерська фабрика «АВК» в 2020 році в порівнянні з 2018 роком зріс на 463200,0 тис. грн. Ці позитивні зміни є наслідком взаємодії двох чинників: загального приросту доходів та зменшення витрат підприємства.

Таблиця 2.12

Динаміка фінансових результатів ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК» в 2018-2020 роках

Показники	роки			відхилення			
	2018	2019	2107	2018-2020		2019-2020	
				абсол.	відн.	абсол.	відн.
Доход від реалізації продукції	521025,6	987097,2	1076865,6	555840	1,07	89768,4	0,09
Податок на додану вартість	86837,6	164516	179477	92640	1,07	14961,4	0,09
Чистий доход від реалізації продукції	434188	822581	897388	463200	1,07	74807	0,09
Валовий прибуток	20911	68940	75697	54786	2,62	6757	0,1
Інші операційні доходи	88266	12582	9029	-79237	-0,9	-3553	-0,28
Адміністративні витрати	18508	21031	26215	7707	0,42	5184	0,25

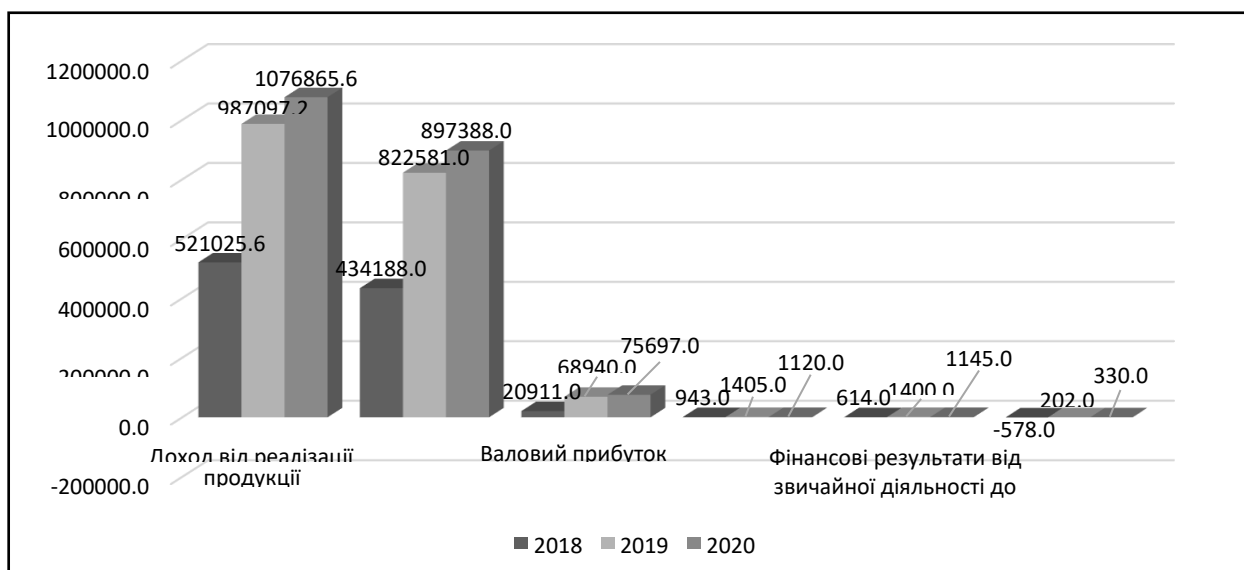
Витрати на збут	3337	42545	4479	41455	12,42	2247	0,05
-----------------	------	-------	------	-------	-------	------	------

Продовження таблиці 2.12

Інші операційні витрати	86389	16541,0	12599,0	-73790,0	-0,85	-3942,0	-0,24
Фінансові результати від операційної діяльності	943	1405	1120	177	0,19	-285	-0,2
Інші фінансові доходи	0	0	0	0	-	0	-
Інші доходи	4	0	26	22	5,5	26	-
Фінансові витрати	0	0	0	0	-	0	-
Інші витрати	333	5	1	-332	-1,	-4	-0,8
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування	614	1400	1145	531	0,86	-255	-0,18
Податок на прибуток від звичайної діяльності	122,8	280	229	106,2	0,86	-51	-0,18
Чистий прибуток (збиток)	-578	202	330	908	-1,57	128	0,63

Джерело: складено автором

Збільшення валового прибутку в 2019 та 2020 роках є наслідком приросту доходу (виручки) від реалізації продукції на 555840,0 та 89768,4 тис. грн. в порівнянні з 2019 роком і в порівнянні з 2018 роком. На рисунку 2.11 зображено Динаміку фінансових результатів діяльності ПрАТ «Кондитерська фабрика «АВК». З даної діаграми помітно, що дохід від реалізації продукції 2020 році, збільшився у порівняно з 2018 роком розвитку компанії, що призвело до



збільшення фінансового результату діяльності як прибутку для підприємства.

Рис.2.11 Динаміка фінансових результатів ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК» за 2018-2020 роки

Джерело: складено автором

Другий етап аналітичної оцінки аналіз динаміка складу і структури прибутку від звичайної діяльності підприємства.

Фінансові результати від звичайної діяльності підприємства складаються з прибутків або збитків від операційної, інвестиційної та фінансової діяльності компанії. Основною складовою даного показника є фінансовий результат від операційної діяльності .

Прибуток від операційної діяльності досліджується за методиками загального і факторного економічного аналізу .

Загальний аналіз прибутку від операційної діяльності досліджує динаміку фінансових результатів від операційної діяльності за абсолютним розміром, складом і структурою (табл. 2.12).

Аналіз даних підрозділу 2.12 свідчить про досить стабільну структуру прибутку від звичайної діяльності до оподаткування.

Незначне погіршення структури внаслідок зменшення питомої ваги прибутку від операційної діяльності було компенсовано питомою вагою збитку від операційної діяльності. Отже слід відмітити, що у 2020 році відбулося поліпшення структури прибутку, лише негативний вплив від збільшення абсолютної величини збитків від інших операцій на суму 5047.1 тис. грн. посилюється внаслідок не отримання інших фінансових прибутків.

Таблиця 2.13

Динаміка складу і структури прибутку ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК» від звичайної діяльності до оподаткування

Показники	2018	2019	2020	відхилення			
				2018		2019	
				абсол.	відн.	абсол.	відн.
Прибуток від операційної діяльності	87332	17946	13719	-73613	-0,84	-4227,00	-0,31
У тому числі :							
від основної діяльності	-934	5364	1310	2244	-2,40	-4054	-3,09
від інших операцій	88266,00	12582,00	9029,00	-79237	-0,90	-3553	-0,39

Інший прибуток	4	0	26	22	5,5	26	1
----------------	---	---	----	----	-----	----	---

Продовження таблиці 2.13

Прибуток від звичайної діяльності до оподаткування	943	1405	1120	177	0,19	-285	-0,25
Утому числі:							
Чистий прибуток	-578	202	330	908	-1,57	128	0,39

Джерело: складено автором

Третій етап аналітичної оцінки фінансових результатів підприємства - факторний аналіз чистого прибутку який доцільно здійснювати за наступними етапами:

Таблиця 2.14

Оцінка впливу чинників на зміну чистого прибутку підприємства на основі факторної моделі : $\Pi = Д * R_{\text{чиста}}$

Найменування показника	Умове позначення	Одиниці виміру	2019	2020	Абсолютне відхилення	Зміна Π внаслідок впливу чинників до 2019 року
Чистий прибуток	Π	грн	20200	33000	12800	12800
Доход від реалізації продукції	$Д$	грн	822581	897388	74807	2750,9
Чиста рентабельність, у вигляді десяткового дробу	$R_{\text{чиста}}$		2,46	3,68	0,17	153549,35

Джерело: складено автором

Зміна чистого прибутку внаслідок впливу доходу від реалізації становить 2750,907 грн., а по відношенню до чистої рентабельності 153549,352 грн.

Отже, результатами факторного аналізу за двофакторною мультиплікативною моделлю в основному підтверджують позитивні висновки, отримані внаслідок загального аналізу фінансових результатів діяльності підприємства. З метою залучення до аналізу додаткової інформації застосовується багатфакторні моделі, а також методичні прийоми декомпозиційного аналізу, який передбачає послідовну деталізацію і розкриття впливу на результат факторних показників.

На особливу увагу заслуговує чотирьохфакторна мультиплікативна модель аналізу чистого прибутку підприємства. Для побудови даної моделі

застосовуються чинники другого ряду, до яких належать: капітал; оборотність активів; мультиплікатор капіталу; чиста рентабельність фінансово-господарської діяльності підприємства. Залежність чистого прибутку від названих чинників характеризується наступною моделлю:

$$П=K*d_A*M_K*R_{\text{чиста}}, \quad (2.2)$$

де K - середньорічні залишки капіталу, що обчислюються за середньою хронологічною, виходячи з даних, які містяться у пасиві балансу підприємства;

d_A - оборотність (доходність) активів, за якою оцінюється рівень ефективності використання активів підприємства; доходність активів обчислюються як відношення доходу (D) до середньорічних залишків активів (A), які визначаються згідно з балансом, а також таблицями основних показників.

Зв'язок між чинниками та результативним показником у наведеній моделі є функціональним, отже, факторний аналіз чистого прибутку на її основі може здійснюватися за допомогою модифікованого методу ланцюгових підстановок є наслідком підвищення чистої рентабельності фінансово-господарської діяльності, яке забезпечило збільшення чистого прибутку на 1252.49 тис. грн.

Таблиця 2.15

Оцінка впливу чинників на зміну чистого прибутку ПрАТ Кондитерська компанія «АВК» на основі факторної моделі

Показники	Ум. позначення	Од. виміру	2019	2020	Абсол. відхил.	зміна ЧП
Чистий прибуток	П	грн.	20200	33000	12800	12800
Доход відреалізації продукції	Д	грн.	822581	897388	74807	-
Середні залишки активів	А	грн.	188527	192018	3488	-
Середні залишки власного капіталу	К	грн.	184069	185065,5	996,5	72,06
Оборотність активів	da	оборотів	2,87	2,55	-0,32	64,02
Мультиплікатор капіталу	Мк		1,02	1,03	0,01	97,02
Чиста рентабельність	R чиста		2,46%	3,68%	0,01	32,17

Джерело: складено автором

Вплив чинників, що характеризують обсяг і структуру економічного потенціалу підприємства (власний капітал ,мультиплікатор капіталу), також заслуговує на позитивну оцінку, на тій підставі, о ці чинники забезпечили приріст чистого прибутку відповідно на 192.17 тис. грн. та 197.208 тис. грн.

Збільшення оборотності активів призвело до збільшення чистого прибутку підприємства на 217.38 тис. грн. Отже можна стверджувати, що реалізовані у 2018 році резерви збільшення чистого прибутку, перш за все є наслідком зростання ефективності фінансово-господарської діяльності ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК».

Така динаміка заслуговує на позитивну оцінку на тій підставі, що прискорене зростання чистого прибутку є поліпшенням фінансових результатів діяльності підприємства, що переважно забезпечене впливом інтенсивних чинників.

Основними методами, які можуть бути використані для підвищення рентабельності підприємства, є:

- зосередження виробництва на високорентабельній продукції, удосконалення продукції з середнім рівнем рентабельності та зняття з виробництва низькорентабельної продукції;

- впровадження сучасних технологій у виробництво, які посприяють мінімізації витрат, економії часу, підвищенню якості продукції і тим самим приведуть до збільшення прибутку на підприємстві;

- коригування маркетингової політики, розробка ефективної реклами;

- уникнення зайвих витрат: штрафів, неустойок, пені та стягнень;

- підвищення грошової вартості продукції шляхом впровадження нових технологій та покращення якості;

- ведення ефективної політики управління діяльністю підприємства.

Після детальної діагностики та виявлення проблем, необхідно розробити план дій щодо підвищення рентабельності досліджуваного підприємства.

Якщо показники рентабельності низькі або навіть негативні й не влаштовують власників бізнесу та інвесторів, існують способи підвищити ефективність роботи компанії:

- Збільшення потужності виробництва — за рахунок покупки нового або вдосконалення наявного обладнання нарощується обсяг вироблення і підвищується прибуток. Застосування новітніх технологій в обладнанні збільшує продуктивність праці і економить трудові ресурси.
- Поліпшення якості товару веде до зростання купівельного попиту і підвищення продажів.
- Зниження витрат на виробництво продукції — потрібно знайти постачальників, що пропонують постачати сировину або товари для перепродажу на вигідних умовах. При цьому зниження собівартості не повинно відбитися на якості товарів.
- Розробка і поліпшення маркетингової політики фірми.

У сучасній аналітичній практиці застосовується безліч показників рентабельності, які з різних позицій характеризують прибутковість діяльності підприємств. Найбільше аналітичне значення має розподіл показників рентабельності з точки зору вимірювання прибутковості фінансово-господарської діяльності підприємства і прибутковості його активів і капіталу.

Аналіз рентабельності включає в себе аналіз прибутку підприємства від всіх видів діяльності. Базою для аналізу прибутку підприємства служить сума прибутку, зафіксована у бізнес-плані, а саме – у фінансовому плані підприємства.

На суму прибутку від реалізації продукції безпосередньо впливають такі фактори:

- обсяг реалізації (продажу) продукції;
- собівартість реалізованої продукції (разом з комерційними витратами);
- структура реалізованих продукції;
- ціни реалізації.

Доцільно розглянути останній етап аналітичної оцінки фінансових результатів-динаміку коефіцієнтів, які характеризують рентабельність ПрАТ «Кондитерська компанії «АВК». (табл. 2.16).

Коефіцієнтний аналіз найчастіше застосовується для виявлення кількісних співвідношень між окремими статтями та групами статей балансу з метою

загальної оцінки фінансового стану підприємства. Методика коефіцієнтного аналізу фінансових результатів, яку спрямовано на оцінку ефективності діяльності компанії, відрізняється лише системою аналітичних показників звіту про фінансові результати між собою, а також у поєднанні з показниками балансу.

Коефіцієнтний аналіз найчастіше застосовується для виявлення кількісних співвідношень між окремими статтями та групами статей балансу з метою загальної оцінки фінансового стану підприємства. Коефіцієнтний аналіз найчастіше застосовується для виявлення кількісних співвідношень між окремими статтями та групами статей балансу з метою загальної оцінки фінансового стану підприємства. Методика коефіцієнтного аналізу фінансових результатів, яку спрямовано на оцінку ефективності діяльності компанії, відрізняється лише системою аналітичних показників звіту про фінансові результати між собою, а також у поєднанні з показниками балансу.

Таблиця 2.16

Динаміка коефіцієнтів рентабельності ПрАТ «Кондитерська компанія
«АВК» 2018 – 2020 роки

Найменування показника	2018	2019	2020	абс. від.		відносне відх.	
				До 2018	До 2019	До 2019	До 2020
1.Коефіцієнт рентабельності фінансово-господарської діяльності :							
Операційна рентабельність	0,22	0,17	0,12	-0,09	-0,05	0,57	0,73
Загальна рентабельність	0,14	0,17	0,13	-0,01	-0,04	0,90	0,75
Рентабельність загальних витрат	-0,11	0,02	0,04	0,15	0,01	-0,33	1,51
2.Коефіцієнт рентабельності активів та капіталу :							
Рентабельність власного капіталу	-0,13	0,11	0,18	0,30	0,07	-1,42	1,62
Рентабельність активів	0,04	0,01	0,02	-0,02	0,005	0,40	1,43
Рентабельність виробничого потенціалу	-0,30	0,10	0,14	0,45	0,04	-0,48	1,40
Рентабельність оборотних активів	-0,29	0,03	0,09	0,39	0,06	-0,32	3,04

Джерело: складено автором

Данні таблиці 2.16 характеризують зниження рентабельності за коефіцієнтами фінансово – господарської та значне підвищення коефіцієнтів

рентабельності активів та пасивів за 2018, у порівнянні з 2020 роком, та незначне, у порівнянні з 2019 роком.

Аналіз коефіцієнтів рентабельності фінансово-господарської діяльності ПРАТ «Кондитерська компанія «АВК» має значні зміни: операційна рентабельність в 2020 році в порівнянні з 2019 роком зменшилась на 0,05 одиниць, загальна рентабельність в 2020 на 0,04 одиниць, при цьому рентабельність загальних витрат зросла на 0,15 одиниць, у порівнянні з 2018 роком і на 0,01 одиниць, у порівнянні з 2019 роком.

Аналіз коефіцієнтів рентабельності активів та капіталу
ПРАТ

«Кондитерська компанія «АВК»: рентабельність власного капіталу в 2020 році в порівнянні з 2018 роком збільшився на 0,30 одиниць, рентабельність активів зменшилась в 2018 році в 0,02 одиниць, рентабельність виробничого потенціалу збільшилась на 0,45 одиниць, при цьому рентабельність оборотних активів збільшилась на 0,39 одиниць і 0,0,6 одиниць, у порівнянні з 2019 роком.

Отже, аналітична оцінка фінансових результатів це дослідження насамперед структури прибутку, впливу доходів і витрат на формування фінансових результатів та аналіз впливу чинників на зміну чистого прибутку та дослідження показників рентабельності підприємства для забезпечення ефективності роботи підприємства, яка значною мірою залежить від якості управлінських рішень, що стосуються використання одержаного прибутку. Приймаючи ці рішення власники (менеджери) повинні всебічно зважити напрямки першочергових вкладень, фінансових ресурсів, виходячи з фінансового стану компанії, рівня його матеріально-технічної бази, соціального розвитку колективу, можливостей прибуткового розміщення коштів на ринку цінних паперів, у грошово-кредитній сфері тощо.

2.4. Кореляційно – регресійний аналіз прибутковості підприємства

Кореляційно-регресійний аналіз – це побудова та аналіз економіко-математичної моделі у вигляді рівняння регресії (рівняння кореляційного зв'язку), що виражає залежність результативної ознаки від однієї або кількох

ознак-факторів і дає оцінку міри щільності зв'язку.

Будь-які ознаки можуть бути взаємозалежними. Цей вид аналізу ефективний для визначення наявності зв'язку між такими явищами, як дохід та витрати підприємства. Це дасть нам змогу визначити, які фактори впливають на розмір доходу та, виходячи з результату аналізу, визначити кроки і дати поради для покращення результатів діяльності ПРАТ «Кондитерська компанія «АВК».

Припустимо, що зв'язок між регресією і факторними ознаками описується лінійним рівнянням регресії:

$$y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3, \quad (2.3)$$

де y - чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (тис. грн.),

x_1 – адміністративні витрати (тис. грн.),

x_2 – витрати на збут (тис. грн.),

x_3 – інші операційні витрати (тис. грн.), a_0 – вільний член рівняння регресії,

x_i – коефіцієнти рівняння регресії, які характеризують кількісний вплив на результуючий показник зміни величини відповідного факторного показника на одиницю його виміру ($i = 1, 4$).

Вхідні дані для проведення кореляційно – регресійного аналізу представлено в таблиці 2.17:

Таблиця 2.17

Основні фінансові показники діяльності підприємства ПРАТ
«Кондитерська компанія «АВК» за 2015 – 2020 рр.

Показник	Рік					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	388392,00	338352,0	310722,0	434188,0	822581,0	897388,0
Адміністративні витрати, тис. грн.	19573,00	21857,00	18508,00	19961,00	26215,00	21931,00
Витрати на збут, тис. грн.	3249,00	4652,00	3337,00	1483,00	44792,00	42545,00
Інші операційні витрати, тис. грн.	6090,00	7500,00	86389,00	22013,00	12599,00	16541,00

Джерело: складено автором

З метою виявлення основних факторів, що впливають на чистий прибуток діяльності підприємства, потрібно провести кореляційний аналіз окремих фінансових показників діяльності підприємства. Результати кореляційного аналізу представлено у таблиці 2.18:

Таблиця 2.18

Результати кореляційного аналізу діяльності підприємства ПрАТ
«Кондитерська компанія «АВК»

Показники	Чистий дохід	Адміністративні витрати	Витрати на збут	Інші операційні витрати
Чистий дохід	1			
Адміністративні витрати	0,7199432	1		
Витрати на збут	0,9714350	0,797842327	1	
Інші операційні витрати	-0,3513037	-0,50446873	-0,274019	1

Джерело: складено автором

Щоб уникнути мультиколінеарності доцільно не враховувати результати кореляційного аналізу «інші операційні витрати». Оцінка тісноти зв'язку між досліджуваними ознаками здійснювалась ізвикористанням шкали Чеддока, характеристика представлена у таблиці 2.18:

За результатами кореляційного аналізу можна зробити висновок, що між чистим доходом і витратами на збут спостерігається дуже тісний зв'язок, між чистим доходом і адміністративними витратами та іншими операційними витратами – помітний. Результати кореляційного аналізу свідчать про те, що мультиколінеарність наявна.

Таблиця 2.19

Регресійна статистика

Показник	Значення
Множинний R	0,97
R-квадрат	0,94
Нормований R-квадрат	0,92
Стандартна похибка	68634,26

Джерело: складено автором

Скорегований коефіцієнт детермінації $R^2 \approx 0,9436$ (таблиця 2.19), тобто зміна результативної ознаки на 94,36 % спричинена зміною факторних.

Результати дисперсійного аналізу

Показник	df	SS	MS	F	Значимість F
Регресія	1	3,15757E+11	3,15757E+11	67,03	0,001
Залишок	4	188429068	4710662267		
Всього	5	3,346E+11			

Джерело: складене автором

Результати дисперсійного аналізу вказують на надійність отриманої моделі: за критерієм Фішера $f^* = 67,0302$ $f_{табл} = 0,00121$, де $f_{табл} = F(1 - 0,95; m; n - m - 1)$, табло рівняння регресії (його коефіцієнти) значиме (на 95%), вплив випадкових факторів відсутній.

Таблиця 2.21

Результати регресійного аналізу

Показники	Стандартна похибка	t-статистика	P-Значення	Нижні 95%	Верхні 95%
Чистий дохід	410422,7	2,26	0,15	-836062,62	2695750,42
Адміністративні витрати	19,9	-1,40	0,29	-113,63	57,67
Витрати на збут	2,3	6,12	0,02	4,24	24,33

Джерело: складено автором

За результатами регресійного аналізу (таблиця 2.21), оскільки для усіх показників P-значення менше 0,5, то коефіцієнти можна вважати ненульовими, отже, факторні ознаки впливають на результативну.

Оцінка статистичної значимості параметрів регресії здійснюється за допомогою t-критерію (таблиця 2.21), при значеннях t-статистики, які менші $t_{табл}(0,95; m - 1) = 0,078$, природа формування параметрів a_1 , a_2 , a_3 – статистично значимі.

Надійні інтервали для параметрів лінії регресії:

$$-113,63 \leq a_1^* \leq 57,67$$

$$4,24 \leq a_2^* \leq 24,33$$

Рівняння множинної регресії має вигляд:

$$y = 929843,89 - 27,98 x_1 + 14,29 x_2$$

Отже, якщо адміністративні витрати зростуть на одиницю, то чистий дохід зменшиться на 27,98 од.; при збільшенні витрат на збут на одиницю, чистий дохід зросте на 14,29 од.; при зростанні інших операційних витрат на одиницю, чистий дохід зменшиться на 1,55 од.

Для аналізу впливу зміни питомої ваги факторної ознаки на результуючу у припущенні, що вплив інших факторних ознак відсутній потрібно визначити коефіцієнти еластичності:

$$\varepsilon_1 = -0,59; \varepsilon_2 = 3,62;$$

Отже, якщо адміністративні витрати зростуть на 1 %, то чистий дохід зменшиться на 0,59%; якщо витрати на збут зростуть на 1 %, то чистий дохід збільшиться на 3,62%.

Висновки до розділу 2

Оцінка ефективності формування та використання прибутку і витрат та аналіз рентабельності дали нам такі результати:

- 1) Необоротні активи підприємства за період 2018-2020 років збільшились, також їхня динаміка зросла з 2018-2019 року і не значно знизилась в 2020 році;
- 2) Динаміка оборотних активів зросла, це можна пов'язати зі збільшенням грошових коштів і їх еквівалентів на підприємстві;
- 3) Динаміка фінансових ресурсів показала зріст, з тим же зросла кредиторська заборгованість;
- 4) Поточні зобов'язання зросли, що показує не правильну політику підприємства, щодо зобов'язань;
- 5) Показники ділової активності зросли, хоча більшість, як наприклад, оборотність власного капіталу, оборотність дебіторської заборгованості знизилась, хоча не катастрофічно.

В цілому ПрАТ «Кондитерська фабрика «АВК» дає позитивний приріст, хоча з 2019 року приріст змінився незначним спадом, це може бути пов'язаним зі збільшенням виробництва продукції у чотири рази.

Інструменти просування й реклами дуже різні: акції, знижки, конкурси, купони, безкоштовна роздача зразків товару. Можна використовувати соцмережі або банери, створити впізнавану торговельну марку або бренд. Розробка власного продукту, що зацікавив покупця, гарантує хороший прибуток.

Аналіз економічного стану компанії АВК, показники фінансового стану, ліквідності, платоспроможності, ділової активності, рентабельності показали схожу динаміку показників, що й аналіз ефективності формування та використання продукції.

Отже, ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК», не зважаючи на економічний спад в державі, втрати донецької та луганської фабрик, дає позитивні результати економічної діяльності, а головне отримала прибуток з 2019 року, у 2018 році компанія отримала збиток в розмірі 537 тис. грн.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ПРИБУТКОВОСТІ ПРАТ «КОНДИТЕРСЬКА КОМПАНІЯ «АВК»»

3.1. Визначення для підвищення прибутковості та рентабельності підприємства головних внутрішніх і зовнішніх чинників

Комплексні дослідження кондитерського комплексу України підтверджують наявність зовнішніх негативних чинників, що впливають на підвищення рівня прибутковості підприємств, у тому числі і досліджуваного – ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК». Серед вище зазначених факторів:

– прийняття законодавчих документів та актів, які дозволяють працювати в нормальному режимі вітчизняному товаровиробнику, стану економіки України (від макроекономічних показників - рівня інфляції в країні, рівня безробіття, відсотка росту промислового виробництва, тощо).

– відсутність можливості впливу підприємств на цінову політику;

– відсутність кореляції між земельними, матеріальними, трудовими та фінансовими ресурсами [16, с. 5];

– несприятливий інвестиційний клімат в державі;

– надмірний податковий тиск;

– висока конкуренція ринку кондитерських виробів, як в Україні та і світі;

Зважаючи на неможливість впливу конкретного підприємства на більшість вказаних зовнішніх чинників, з'являється потреба у пристосуванні до вимог ринку, що забезпечує його конкурентоспроможність, економічний розвиток, і, як наслідок в подальшому – ріст прибутковості. Виходячи з вище викладеного, основними важелями впливу на прибутковість лишаються внутрішні резерви ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК».

Основою збільшення прибутковості є використання техніки та технологій нового покоління, оскільки їх ключовий момент – це можливість зниження витрат. Як наслідок, пошук нових засобів економії – в тому числі, зменшення собівартості продукції шляхом впровадження прогресивних методик. Серед недоліків – ті методи, що впроваджуються на підприємстві, потребують значних

ресурсів і тривалого періоду окупності.

Основними завданнями для ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК», як у кондитерській галузі, є:

- мінімізація впливу людського фактору на всі технологічні процеси та операції, з метою попередження неефективного використання людських ресурсів;
- максимальне перекладення функції контролю на машини та механізми;
- оптимізація норм виробництва та рецептури продукції.
- Якість продукції вітчизняних підприємств за багатьма параметрами не відрізняється від іноземної, що дозволить, фактично повністю витіснити конкурентів із інших країн.
- Важливою перевагою українських виробників є ціна на продукцію. Країна забезпечена основною сировиною.

Країна забезпечена основною сировиною. Поруч із загальною перспективністю кондитерської галузі, слід зазначити, що досить обмеженими є умови розвитку невеликих підприємств. Більшість з них потребують заміни застарілого обладнання та впровадження нових технологій при нестачі власних коштів. Тому виробництво й надалі концентруватиметься в найбільших корпораціях.

Для невеликих фірм потрібно вирішити фінансові проблеми за рахунок залучення інвестицій. Для підтримки конкурентоспроможності та фінансової стійкості, а також для розвитку виробничо-господарської діяльності підприємства і недопущення кризових ситуацій необхідно удосконалювати, а на деяких підприємствах фактично запроваджувати стратегічне управління, де вихідним елементом є формування або удосконалення конкурентних стратегій. У сучасних умовах вони можуть бути дієвим засобом подолання кризи, мінімізації її наслідків та недопущення у майбутньому.

Кондитерська галузь перебуває у стадії зрілості, тому доцільним буде розроблення конкурентних стратегій з урахуванням цієї специфіки, а також кризових явищ в економіці, зокрема: скорочення товарного асортименту, удосконалення виробничого процесу, скорочення витрат, стимулювання збуту,

інтеграції, переорієнтації на міжнародних ринках. У основі їхнього вибору лежить комплексне оцінювання.

Оцінювання стану підприємства, середовища та стратегії є заключним етапом стратегічного планування і продовжується на всіх етапах реалізації стратегії. Існує значна кількість методів оцінки стратегії. По суті, всі вони пов'язані з відповідністю конкретних варіантів стратегії положенню організації на ринку і її відносним стратегічним можливостям.

Таким чином, серед позитивних внутрішніх чинників підвищення прибутковості на сучасному етапі розвитку підприємства є:

- подальший розвиток технологій виробництва. Перспектива на майбутнє: заміни старого обладнання на нове, працювати над вивченням найбільш прогресивних напрямків ефективних технологій;
- раціональне використання ресурсів;
- відкриття нових ринків збуту, за рахунок нової продукції;
- можливість надання консультаційних послуг у рамках впровадження інноваційних методик;
- подальше формування власних виробничих потужностей, спрямованих на виробництво продукції;

Подальший розвиток рецептури, нові види продукції, виходячи із споживчих вподобань.

3.2. Економічне обґрунтування використання внутрішніх резервів підвищення рентабельності підприємства

ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК» – підприємство, що перебуває у постійному розвитку, тому, існує потреба пошуку додаткових резервів для подальших змін. А для цього необхідно забезпечити стабільний ріст прибутку, що забезпечується невикористаними можливостями його збільшення, тобто резервами зростання.

Для прийняття оптимальних управлінських рішень необхідно знати, наскільки потрібно (можна) підвищити обсяг продажів і як зміниться від цього прибуток. Щоб не приймати такі рішення інтуїтивно, теорія фінансового аналізу

дозволяє точно розрахувати, як вплине збільшення обсягу продажів на розмір прибутку, який обсяг продажів необхідний, щоб почати одержувати прибуток.

Так як загальний прибуток у більшій мірі формує дохід від реалізації продукції, необхідно звернути увагу на такий резерв підвищення рентабельності підприємства як обсяг продажів.

У цьому може допомогти аналіз беззбитковості – аналіз співвідношення: «cost (витрати) – volume (обсяг) – profit (прибуток)» або CVP-аналіз. Нині він широко використовується, зокрема, для визначення критичного обсягу виробництва для беззбиткової роботи, залежності фінансового результату від змін одного з елементів співвідношення тощо [23]. Він дозволяє:

- визначити планові обсяги виробництва і продажу товару з точки зору їх беззбитковості;

- прийняти рішення щодо цільових розмірів прибутку;

- збільшувати гнучкість фінансового планування, ураховуючи можливі зміни в ціні реалізації, обсягу продажу, постійних і змінних витрат [24].

Аналіз беззбитковості ґрунтується на ряді припущень.

По-перше, витрати можна поділити на постійні та змінні. Змішані витрати (до них найчастіше належать витрати на електроенергію, транспорт, утримання, експлуатацію обладнання тощо) підлягають диференціації на постійну та змінну частини.

По-друге, залежність між обсягом реалізованої продукції та змінними витратами – лінійна.

По-третє, залишається незмінним асортимент продукції.

По-четверте, обсяг виробництва та обсяг реалізації в прогнозованому періоді однакові.

Основною складовою аналізу беззбитковості є визначення «точки беззбитковості» («порогу рентабельності», «мертвої точки», «дохід беззбитковості»). Точка беззбитковості – це такий обсяг реалізації, за якого виручка покриває всі витрати підприємства, пов'язані з виробництвом і реалізацією продукції [23].

Існує два способи розрахунку точки беззбитковості. Розрахувати «точку

беззбитковості» для обсягів продажів можна як у кількісному вираженні, так і у вартісному. Останній, зокрема, застосовується за наявності значного асортименту продукції, що випускається [2]. Виникає необхідність обчислити положення точки беззбитковості ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК», виходячи не з кількості виробленої та проданої продукції, а з обсягу продажів у гривнях. Визначаючи загальну точку беззбитковості для підприємства, яке має широкий асортимент продукції, припускаємо, що обсяг продажів кожного виду продукції становить постійну частку в загальному обсязі продажів даного господарства.

Точка беззбитковості в грошовому вираженні обчислюється за формулою (Тб) на основі цифр, викладених у табл. 2.1. «Необоротні активи ПрАТ «Кондитерська компанія АВК»:

$$T_b = \frac{V_{\text{пост}}}{1 - \frac{V_{\text{змін}}}{D}}$$

(3.1)

де Тб – дохід, що забезпечує беззбитковість підприємства;

V_{пост} – постійні витрати;

V_{змін} – сукупні змінні витрати в точці беззбитковості; D – дохід.

Тепер розглянемо викладений метод на прикладі розрахунку точки беззбитковості для ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК» за 2018 рік:

$$T_b = \frac{109689,47}{1 - \frac{366919,36}{521025,60}} = 370854,69 \text{ грн.}$$

Розрахунки показали, що дохід, який забезпечує беззбитковість даному підприємству не повинен бути меншим, ніж 7241,0 тис. грн. (табл. 3.2).

Таблиця 3.1

Точка беззбитковості для ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК» (2018-2020 роки.) у тис. грн.

Стаття	Роки					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
	Базовий			Прогноз		
Дохід (грн.)	521025,6	822582,2	1076865,6	1331149,0	1585432,4	1840412,4
Постійні витрати (грн.)	109689,4	136208,3	122946,2	136210,9	142839,2	134537,4

Змінні витрати	366919,3	312783,1	384925,4	317025,3	324501,3	398253,1
----------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

Продовження таблиці 3.1

Точка беззбитковості (грн.)	370854,6	588573,0	530630,1	516881,9	579729,9	575039,5
Точка мінімальної рентабельності	71,1	26,7	17,7	13,4	11,3	9,32

Джерело: складене автором

Кожна одиниця продукції, продана вище точки беззбитковості, дає підприємству чистий прибуток.

Якщо обсяг реалізації продукції нижче точки беззбитковості, то її виробництво для підприємства є збитковим. Однак не слід відразу ж відмовлятися від виробництва даної продукції (виконання робіт, надання послуг), оскільки постійні витрати залишаються, що в цілому можуть призвести до збитковості підприємства. Виправити ситуацію можливо за рахунок:

- скорочення змінних витрат;
- підвищення ціни реалізації;
- активізації роботи на ринку для збільшення обсягів збуту;
- посилення контролю за постійними витратами тощо

Системи заходів запропонована нами передбачає вдосконалення техніко-технологічного стану підприємства, тобто покращення стандартів якості продукції, оновлення техніки, створення спеціалізованої комісії для перевірки якості, зменшення вартості продукції та відкриття нових ринків збуту. За даними кореляційно-регресійного аналізу, якщо ми зменшимо адміністративні та інші операційні витрати на 1% то чистий дохід збільшиться в сумі на 0,63%. Отже, якщо в сумі зменшити витрати виробництво, адміністративні та операційні витрати то ми отримаємо такі результати. Спрогнозуємо цей приріст на декілька років уперед.

Отримані результати показують, що ефект від запропонованих нами заходів знижує точку беззбитковості, та зменшує її відносно доходу від реалізації, тобто підприємству потрібно виробити менше, для того щоб отримати прибуток. Можемо зазначити, що економічне обґрунтування використання внутрішніх резервів підвищення рентабельності підприємства базується на визначенні точки беззбитковості. Аналіз беззбитковості необхідний для

розробки планування діяльності досліджуваного підприємства і її кількісний вимір дозволяє розрахувати комплекс заходів, необхідних для збільшення прибутку та прибутковості в подальшому.

Розглянемо більш детально такий основний метод, як коригування маркетингової політики та розробка ефективної реклами, щоб побачити один із варіантів підвищення рентабельності діяльності підприємства, що потрібно запропонувати.

Основна мета маркетингових комунікацій – продемонструвати важливі характеристики вказаних елементів комплексу маркетингу для підвищення зацікавленості споживача в покупці товару. Їх роль – підтримати маркетинговий план і допомогти цільовій аудиторії зрозуміти і повірити в переваги даного продавця над його конкурентами. Для того, щоб маркетингові комунікації ефективно виконували свої функції, при їх формуванні необхідно забезпечити наступне:

- переконання і інформування;
- цілеспрямованість;
- чітке визначення місць здійснення контактів;
- розуміння учасників маркетингового процесу;
- підготовка маркетингових комунікаційних звернень.

Всі маркетингові комунікації спрямовані на те, щоб надати цільовій аудиторії певну інформацію або ж переконати їх змінити думку чи відношення.

Всі маркетингові комунікації зорієнтовані на вирішення певних завдань. Кінцева ціль будь-якої маркетингової комунікації – допомогти підприємству продати товар. З цією метою і ставляться цілі створення усвідомленості покупців про торгову марку, формування позитивного образу тощо, все для того щоб збільшувати попит і згодом прибуток та рентабельність.

Для успішної роботи на ринку підприємство повинно доставляти свої маркетингові звернення в любі місця, де можливий контакт цільової аудиторії з його торгову маркою. Для того, щоб отримати ефект від маркетингових комунікацій, підприємство повинно розглядати питання можливих контактів з споживачем як важливу частину своєї маркетингової програми.

Під цільовою аудиторією при здійсненні маркетингових комунікацій слід розуміти не тільки споживачів чи покупців продукції. Всі, хто має безпосередній вплив на діяльність підприємства, повинні розглядатися в якості цільової аудиторії. Основні цільові аудиторії представлені на рис. 3.1.

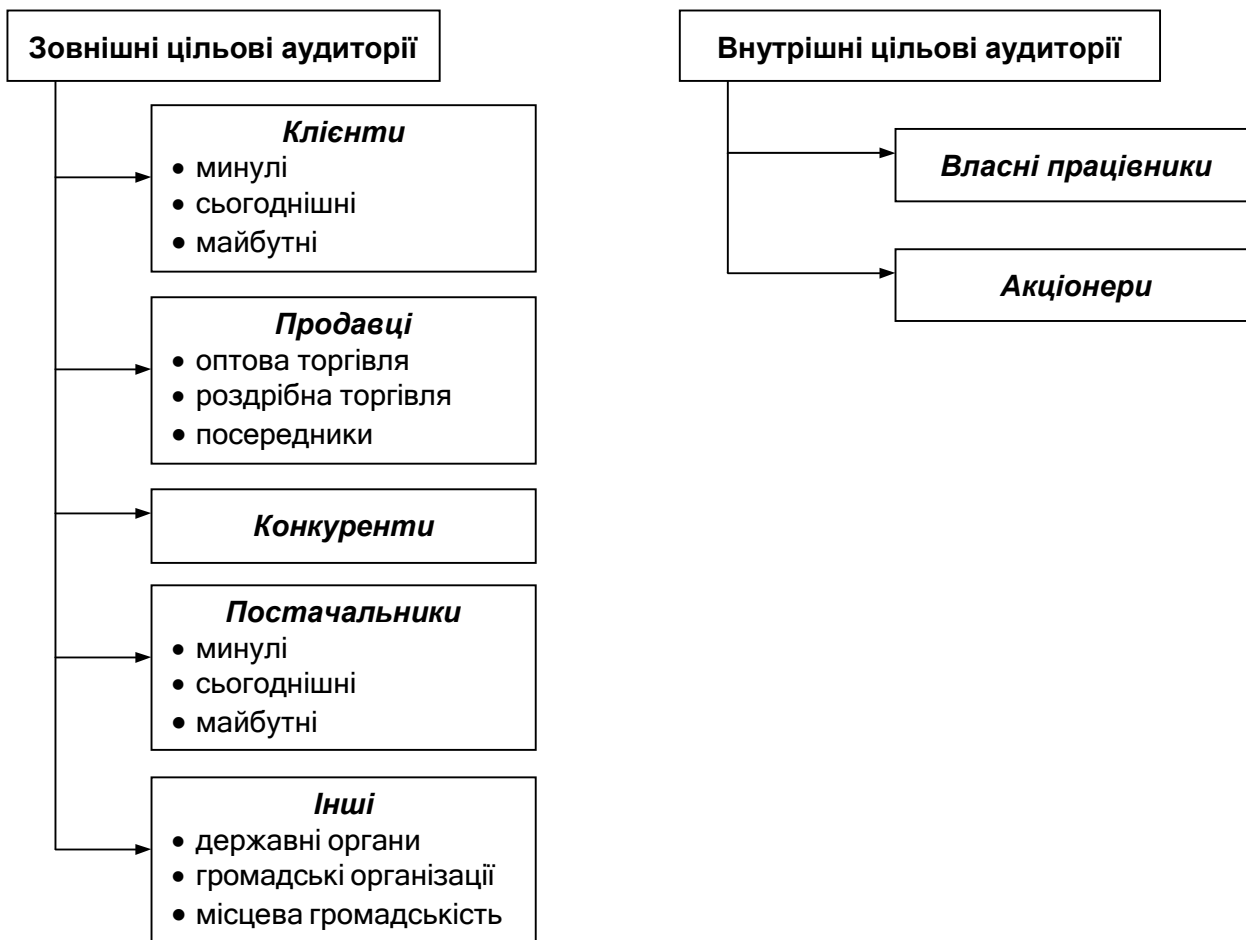


Рис. 3.1. Цільові аудиторії в маркетингових комунікаціях

Потрібно знаходити нові цікаві та ефективні способи реклами, безкоштовна та платна реклама зараз є на будь якій платформі, люди навіть просто переглядаючи свої товари в інтернеті, у пошуку можуть бачити рекламу що може їх зацікавити.

Нові технології підштовхнули багато компаній до переходу від масового розповсюдження інформації до більш вузько спрямованого і, навіть, до спілкування один на один з кожним окремим споживачем, це все буде створювати більший попит, а отже і прибуток, і тоді можна буде визначати і підтримувати рентабельність, згодом також підвищувати.

Тому, якщо використовувати для підвищення рентабельності метод коригування маркетингової політики та розробка ефективної реклами, можна зрозуміти що такий метод також є впливовим, головне знати як його розвивати.

Висновки до розділу 3

Підсумовуючи результати третього розділу можна сказати, що не зважаючи на спад результатів діяльності підприємства, його рентабельність, прибутковість, ділову активність, якщо провести аналіз показників підприємства то можна знайти безліч варіантів підвищення прибутковості та результативності.

Попри негативні наслідки економічного спаду в країні, кризи, інфляції і т.д., галузь виробництва солодоців в Україні є розвинутою, на рівні країн Європи та Америки, це дає змогу компанії АВК відкривати нові ринки збуту.

Щодо резервів збільшення прибутку зараз, компанії потрібно провести технічне оновлення виробничих цехів, створення спеціалізованої комісії для перевірки і удосконалення продукції.

Використання аналізу беззбитковості дає можливість показати управлінські рішення, які спрямовані на забезпечення ефективного функціонування підприємства.

Отже, якщо користуватись результатами аналізу беззбитковості можна визначити доцільності виробництва тих чи інших видів продукції (робіт, послуг), мінімальних цін або обсягів реалізації, які забезпечують беззбиткову діяльність.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Дослідження механізму управління формуванням, підвищенням рентабельності та розподілом прибутку ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК» дозволяє зробити наступні висновки.

1. Прибуток – це складова рентабельності, частина заново створеної вартості, виробленої і реалізованої, готової до розподілу, це грошове вираження основної частини грошових нагромаджень, які створюються підприємством будь-якої форми власності.

Поява прибутку безпосередньо пов'язана з появою категорії “витрати”. Прибуток – це та частина вартості продукту (робіт, послуг), що реалізується підприємством, яка залишається після покриття певних витрат. Іншими словами, прибуток – це сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати.

Прибуток, як найважливіша категорія ринкових відносин, виконує наступні основні функції: оціночну, стимулюючу, фіскальну.

Роль рентабельності, а саме прибутку підприємства в умовах ринкової економіки полягає в наступному: головний захисний механізм від загрози банкрутства підприємства, головна мета підприємницької діяльності, база економічного розвитку держави, найважливіше джерело задоволення соціальних потреб суспільства, критерій ефективності конкретної діяльності, основне внутрішнє джерело формування фінансових ресурсів, що забезпечують розвиток підприємства, головне джерело зростання ринкової вартості підприємства.

Отримання прибутку пов'язане з кількома напрямками діяльності підприємства: від звичайної та надзвичайної. В свою чергу звичайна діяльність поділяється на операційну (основну) та іншу – фінансову та інвестиційну.

Від проведення вищенаведених видів діяльності підприємство отримує певні доходи, які після співставлення з витратами, що здійснені для отримання цих доходів, і є прибутками (збитками) від відповідної діяльності.

2. Співвідношення прибутку з авансованою вартістю або поточними витратами характеризує таке поняття, як “рентабельність”. У найширшому, найзагальнішому понятті рентабельність означає прибутковість або

дохідність виробництва і реалізації всієї продукції (робіт, послуг) чи окремих її видів; дохідність підприємств, організацій, установ у цілому як суб'єктів господарської діяльності; прибутковість різних галузей економіки.

Рентабельність – це відносний показник, тобто рівень прибутковості, що вимірюється у відсотках.

Підприємство вважається рентабельним, якщо доходи покривають пов'язані з ними витрати і, крім того, утворюють суму прибутку, достатню для нормального функціонування підприємства. Рівень рентабельності дозволяє оцінити здатність підприємства генерувати необхідний прибуток в процесі своєї господарської діяльності і охарактеризувати загальну ефективність використання активів та вкладеного капіталу.

Для розрахунку рівня рентабельності підприємств можуть використовуватися: прибуток від операційної діяльності; прибуток від інших видів діяльності (фінансової, інвестиційної); чистий прибуток. При цьому прибуток зіставляється з авансованою вартістю, яку можна брати в різних варіантах (весь капітал підприємства, власний капітал, позичковий капітал, основний капітал, оборотний капітал).

3. На розмір прибутку та його динаміку впливають фактори, як залежні, так і не залежні від зусиль підприємства. Практично поза сферою впливу підприємства знаходиться кон'юнктура ринку, рівень цін на матеріально-сировинні та паливно-енергетичні ресурси, норми амортизаційних відрахувань. Певною мірою залежать від підприємства такі фактори, як рівень цін на вироблену та реалізовану продукцію (роботи, надані послуги) та заробітна плата. До факторів, які залежать від підприємства, належать: рівень господарювання, компетентність керівництва та менеджерів, конкурентоздатність продукції або наданих послуг, організація виробництва та праці, її продуктивність, стан та ефективність виробничого та фінансового планування.

На формування абсолютної суми прибутку підприємства впливають:

- результати, тобто ефективність його фінансово-господарської діяльності;

- сфера діяльності; галузь господарства;
- установлені законодавством умови обліку фінансових результатів.

За характером виникнення всі фактори, що впливають на розподіл прибутку та витрат, можна поділити на дві основні групи: а) зовнішні (що генеруються зовнішніми умовами діяльності підприємства); б) внутрішні (що генеруються особливостями господарської діяльності даного підприємства).

На зміну рентабельності виробництва (надання послуг) впливають такі фактори: зміна частки прибутку на 1 грн. реалізованої продукції (робіт, послуг). зміна фондомісткості або фондovіддачі. зміна коефіцієнта закріплення матеріальних оборотних коштів, тобто зміна оборотності оборотних коштів.

4. В дипломній роботі основою для проведення аналізу формування та розподілу прибутку задля отримання рентабельності слугували дані ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК», компанія «АВК» з 1991 року фізичними особами шляхом добровільного об'єднання майна, майнових та особистих немайнових прав учасників слугувало для здійснення фінансово-господарської діяльності товариства та отримання прибутку.

5. Проведений аналіз динаміки та структури джерел формування доходів ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК» від виробничої діяльності засвідчив те, що в 2019 р. у порівнянні з 2018 р. та 2020 р. структура джерел доходів покращилася, а саме: протягом періоду дослідження зросли доходи ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК» саме від реалізації продукції, що говорить про його розвиток.

6. Аналіз показників рентабельності ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК» в 2018 – 2020 рр., а саме рентабельності активів (майна); рентабельності основних фондів; рентабельності власного капіталу; рентабельності основної діяльності; рентабельності витрат підтвердив висновок про те, що для відновлення показників рентабельності в наступних періодах потрібно перш за все знизити витрати, адже коефіцієнт рентабельності витрат або їх окупності мав найбільше зниження (до 3,62%).

Попри негативні наслідки економічного спаду в країні, кризи, інфляції і т.д., галузь виробництва солодошів в Україні є розвинутою, на рівні країн

Європи та Америки, це дає змогу компанії АВК відкривати нові ринки збуту.

Щодо резервів збільшення прибутку зараз, компанії потрібно провести технічне оновлення виробничих цехів, створення спеціалізованої комісії для перевірки і удосконалення продукції.

Використання аналізу беззбитковості дає можливість показати управлінські рішення, які спрямовані на забезпечення ефективного функціонування підприємства.

Якщо використовувати для підвищення рентабельності метод коригування маркетингової політики та розробка ефективної реклами, можна зрозуміти що такий метод також є впливовим, головне знати як його розвивати.

Результатом бакалаврської роботи є рентабельність та прибуток ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бердар М. М. Фінанси підприємств : навч. посіб. / М. М. Бердар. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 352 с.
2. Бондар Н.М. Економіка підприємства: Навч. посіб./ Н.М. Бондар, В.Є. Вороніна, О.А. Гаєвський А.В. Калина (ред.); Міжрегіональна академія управління персоналом, – К.: МАУП, 2006.
3. Гелбрейн Дж. К. Економічні теорії та цілі суспільства / Дж. К. Гелбрейн. – М.,1973.Гінс Г.К. Підприємець – М.,1992
4. Гетьман О.О. Економіка підприємства / Шаповал В.М.// Навч. посіб. –2-ге видання. – К.: Центр учбової літератури, 2010.
5. Бондар Н.М. Економіка підприємства: Навч. посіб./ Н.М. Бондар, В.Є. Вороніна, О.А. Гаєвський А.В. Калина (ред.); Міжрегіональна академія управління персоналом, – К.: МАУП, 2006.
6. Гринчуцький В. І. Економіка підприємства: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. – Київ : Центр учбової літератури, 2010.
7. Дусановський С.Л. Економічні основи розвитку АПК в ринкових умовах. / Білан Є.М. // Тернопіль: «Збруч», 2003.
8. Кейнс Дж. М. Теорія зайнятості, відсотка і грошей/ Дж. М. Кейнс; пер. з англ. – М.: Прогрес, 2017.
9. Єгоров П.В. Формування механізму управління прибутком підприємства в умовах ринкової економіки : монографія / П. В. Єгоров, А. А. Кобець, Ю. В. Сердюк-Копчекчі ; Донецьк. нац. ун-т. - Донецьк : Юго-Восток, 2010.
10. Мартенс В.П. Економіка сільського господарства: Підручник / В.П. Мартенс // Урожай, – Київ, 2014.Мних Є. В. Фінансовий аналіз: навч. посіб. – Київ : КНТЕУ, 2018.
11. Найт Ф. Поняття ризику та невизначеність / Ф. Найт // Thesis, 2017. Випуск 5.

12. Непочатенко О. О. Фінанси підприємств : [підруч. для студ. вищ. навч. закл.] / О. О. Непочатенко, Н. Ю. Мельничук. – 2-е вид., розшир. та доповн. – Київ : Центр учбової літератури, 2019. – 504 с
13. Петруня Н.В. Фінансові результати як джерело формування активів сільськогосподарських підприємств / Н.В. Петруня // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Фінанси і кредит». Суми: СНАУ, 2007. – №1.
14. Романова Т.В. Чинники, що впливають на збільшення прибутку підприємств України в сучасних умовах / Даровський Є.О.// Ефективна економіка, 2018. – №4. – [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3976>
15. Самойленко И. «Дружба-Нова»: «Більше грошей, а не тон» / И. Самойленко // Зерно, 2011. – № 06 (62).
16. Стасюк Г. А. Фінанси підприємств / Г. А. Стасюк. – Херсон: Олфі-плюс, 2011.
17. Сей Ж.-Б. Трактат політичної економіки / Ж.-Б. Сей. – М., 1986.
18. Стецюк А.П. Розвиток механізмів фінансової адаптивності АПК України. – [Електронний ресурс] – URL: http://agrofin.com.ua/files/spa_06.pdf
19. Самуэльсон П. А. Экономика : учеб. / П. А. Самуэльсон ; пер. с англ. – С. : Ахтиар, 1995. – 384 с.
20. Сміт А. Дослідження про природу та причини багатства народів: Кн.І-ІІІ / А. Сміт. – М.: Наука, 1992.
21. Хмелевський О.В. Оцінка прибутковості підприємств: монографія /О. В. Хмельницький : Поліграфіст, 2011.
22. Черниш С. С. Економічний аналіз: навч. посіб. для студ. вищ. навч.закл. – Київ: Центр учбової літератури, 2010.
23. Чигріна К. О. Рентабельність підприємства та шляхи її підвищення [Електронний ресурс] / К. О. Чигріна / Науковий огляд. – 2015. –

№ 12. – Режим доступу : <http://oaji.net>

24. Шафранович Г.А. Аналіз фінансової звітності / Г.А. Шафранович // Баланс, 2000. – № 43, 24 жовтня.

25. Шандова Н. В. Економіка підприємства : навч. посіб. / Н. В. Шандова. – Херсон : ФОП Вишемирський В. С., 2021. 336 с.

26. Шумпетер Й.А. Теорія економічного розвитку. Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу / Йозеф А. Шумпетер ; пер. [з англ.] Василя Старка. - К. : Києво-Могилянська академія, 2011.

27. Шеремет, О. О. Фінансовий аналіз / О. О. Шеремет. – К., 2009.

28. Відомості про продукцію компанії «АВК» [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.avk.ua/ua/uk>

29. Економічний аналіз: Навч. посібник / М. А. Болюх, В. З. Бурчевський, М. І. Горбаток та ін.; За ред. акад. НАНУ, проф. М. Г. Чумаченка. Вид. 2-ге, перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2013.

30. За досвідом за кордон / [Електронний ресурс] – URL: <http://druzhiba-nova.com/uk/za-dosvidom-za-kordon.html>

31. Стандарт бухгалтерського обліку 9 «Запаси», затверджений наказом Міністерства фінансів України від 20 жовтня 2017 р. № 246 // Збірник систематизованого законодавства. Бухгалтерія, 2001. – 52/2 (467).

32. Стандарт бухгалтерського обліку 16 «Витрати», затверджений наказом Міністерства фінансів України від 31 грудня 1999 р. № 318, № 242 // Збірник систематизованого законодавства. Бухгалтерія, 2001. – 52/2 (467).

33. Стандарт бухгалтерського обліку 15 «Дохід», затверджений наказом Міністерства фінансів України від 29 листопада 1999 р. № 290 // Збірник систематизованого законодавства. Бухгалтерія, 2001. – 52/2 (467).

34. Стандарт бухгалтерського обліку 17 «Податок на прибуток», затверджений наказом Міністерства фінансів України від 28 грудня 2000 р. №

353 // Збірник систематизованого законодавства. Бухгалтерія, 2001. – 52/2 (467).

35. Стандарт бухгалтерського обліку 2 «Баланс», затверджений наказом Міністерства фінансів України від 31 березня 2001 р. № 87 // Збірник систематизованого законодавства. Бухгалтерія, 2001. – 52/2 (467).

36. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р., № 436 – IV // Відомості Верховної Ради України 2003 р., № 18 – 22.

37. Фінансовий менеджмент : метод. вказівки до практ. занять, самост. роботи та тест. завдання для студентів спец. 8.03050801 "Фінанси і кредит", 8.03050901 "Облік і аудит", 8.03050401 "Економіка підприємства", 8.03050802 "Банківська справа", 8.03050701 "Маркетинг" / Укоопспілка, Львів. торг.-екон. ун-т ; [уклад.: Мицак О. В., Чуй І. Р.]. – Львів : Вид-во Львів. торг.-екон. ун-ту, 2016. 191 с.

38. Сучасні проблеми економіки підприємства: собівартість продукції та управління витратами : навч. посіб. для студентів спец. 051 - "Економіка підприємства" / С. П. Сударкіна [та ін.] ; за ред. М. І. Ларки, С. П. Сударкіної ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : Друкарня Мадрид, 2019. 111 с.

39. Павленко О. П. Підприємство: економіка і фінанси : навч. посіб. для здобувачів вищ. освіти за спец. "Менеджмент", "Публічне управління та адміністрування" / О. П. Павленко, А. Л. Розмарина ; Одес. держ. екол. ун-т, [Co-funded by the Erasmus + Programme of the European Union, Erasmus +Intense]. – Одеса : ТЕС, 2019. 212 с.

40. Курс мікроекономіки : навч. посіб. для студентів спец. "Економіка", "Облік і оподаткування", Менеджмент", "Маркетинг", "Підприємство, торгівля та біржова діяльність" / [Ф. В. Абрамов та ін.] ; за ред. проф. Архієреєва С. І. ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : Вид-во Іванченка І. С., 2019. 155 с.

41. Економічна теорія : підручник / [В. П. Якобчук та ін. ; під заг. ред. В. П. Якобчук] ; Житомир. нац. агрокол. ун-т. – Київ : Ліра-К, 2020. 449 с.

Додатки

Додаток А

Таблиця А1 – Консолідований баланс ПрАТ «Кондитерська компанія «АВК» за 2017 – 2020 роки

Актив	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:				
залишкова вартість	123,00	89,00	65,00	46,00
первісна вартість	471,00	471,00	455,00	454,00
накопичена амортизація	348,00	382,00	390,00	408,00
Незавершене будівництво	0,00	0,00	942,00	3314,00
Основні засоби:				
залишкова вартість	184251,00	189040,00	188014,00	196016,00
первісна вартість	212236,00	233900,00	253565,00	282399,00
знос	27985,00	44860,00	65551,00	86383,00
Довгострокові біологічні активи:				
справедлива (залишкова) вартість	0,00	0,00	0,00	0,00
первісна вартість	0,00	0,00	0,00	0,00
накопичена амортизація	0,00	0,00	0,00	0,00
Довгострокові фінансові інвестиції:				
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	0,00	0,00	0,00	0,00
інші фінансові інвестиції	0,00	0,00	0,00	0,00
Довгострокова дебіторська заборгованість	0,00	0,00	0,00	0,00
Відстрочені податкові активи	0,00	0,00	0,00	0,00
Інші необоротні активи	0,00	0,00	0,00	0,00
Усього за розділом I	184374,00	189129,00	189021,00	199376,00

Продовження таблиці А1

1	2	3	4	5
II. Оборотні активи				
Виробничі запаси	1861,00	4844,00	8291,00	9701,00
Поточні біологічні активи	1861,00	4844,00		
Незавершене виробництво	4,00	44,00	0,00	0,00
Готова продукція	0,00	0,00	0,00	0,00
Товари	0,00	0,00	0,00	0,00
Векселі одержані	0,00	0,00	0,00	0,00
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги:				
чиста реалізаційна вартість	140785,00	191683,00	280349,00	304368,00
первісна вартість	140785,00	191683,00	280349,00	304368,00
резерв сумнівних боргів	0,00	0,00	0,00	0,00
Дебіторська заборгованість за розрахунками:				
з бюджетом	1243,00	4859,00	14370,00	5422,00
за виданими авансами	2957,00	33627,00	11018,00	16049,00
з нарахованих доходів	542,00	141,00	0,00	0,00
із внутрішніх розрахунків	0,00	0,00	0,00	0,00
Інша поточна дебіторська заборгованість	856,00	2773,00	1458,00	1760,00
Поточні фінансові інвестиції	0,00	0,00	0,00	0,00
Грошові кошти та їх еквіваленти:				
в національній валюті	3450,00	6409,00	10495,00	28554,00
в іноземній валюті	0,00	0,00	0,00	0,00
Інші оборотні активи	0,00	0,00	2173,00	5110,00
Усього за розділом II	151156,00	244239,00	328224,00	373051,00
рати майбутніх періодів	0,00	0,00	0,00	0,00
Баланс	335530,00	433368,00	517245,00	572427,00

Продовження таблиці А1

Пасив	На початок1-го року	На кінець1-го року	На кінець2-го року	На кінець 3-го року
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
I. Власний капітал				
Статутний капітал	15390,00	15390,00	15390,00	15390,00
Пайовий капітал	0,00	0,00	0,00	0,00
Додатковий вкладений капітал	0,00	0,00	0,00	0,00
Інший додатковий капітал	0,00	0,00	0,00	0,00
Резервний капітал	3847,00	3847,00	3847,00	3847,00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	82558	90161	97619	104615
Неоплачений капітал	0,00	0,00	0,00	0,00
Вилучений капітал	0,00	0,00	0,00	0,00
Усього за розділом I	182954,00	183597,00	184541,00	185590,00
Забезпечення наступних витрат і платежів				
Забезпечення виплат персоналу	65513,00	87724,00	122727,00	138301,00
Інші забезпечення	0,00	0,00	0,00	0,00
Цільове фінансування	6,00	2331,00	3,00	2980,00
Усього за розділом II	65519,00	90055,00	122730,00	141281,00
. Довгострокові зобов'язання				
Довгострокові кредити банків	0,00	0,00	7050,00	6339,00
Інші довгострокові фінансові зобов'язання	0,00	0,00	62299,00	61800,00
Відстрочені податкові зобов'язання	7881,00	7843,00	0,00	0,00
Інші довгострокові зобов'язання	0,00	0,00	0,00	0,00
Усього за розділом III	7884,00	7843,00	69349,00	68139,00
IV. Поточні зобов'язання				
Короткострокові кредити банків	0,00	0,00	9617,00	10485,00
Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	0,00	0,00	0,00	0,00
Векселі видані	0,00	0,00	0,00	0,00

Продовження таблиці А1

Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	135450,00	220955,00	239973,00	269752,00
Поточні зобов'язання за розрахунками:				
з одержаних авансів	0,00	274,00	26,00	225,00
з бюджетом	555,00	1036,00	2375,00	3276,00
з позабюджетних платежів	0,00	0,00		
зі страхування	0,00	0,00	2061,00	2890,00
з оплати праці	2967,00	5329,00	7410,00	10178,00
з учасниками	20,00	49,00	73,00	72,00
із внутрішніх розрахунків	0,00	0,00	0,00	0,00
Інші поточні зобов'язання	569,00	5634,00	2043,00	2984,00
Усього за розділом IV	144692,00	241928,00	263355,00	318698,00
оди майбутніх періодів				
Баланс	335530,00	433368,00	517245,00	572427,00

Таблиця А2 – звіт про фінансові результати

Стаття	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік
<i>1</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
Доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	310722,00	434188,00	822581,00	897388,00
Податок на додану вартість	62144,40	86837,60	164516,20	179477,60
Акцизний збір	0,00	0,00	0,00	0,00
Інші вирахування з доходу				
Чистий доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	248577,60	347350,40	658064,80	717910,40
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	297564,00	413277,00	753641,00	821691,00
Валовий :				
прибуток	23158,00	20911,00	68940,00	75697,00
збиток	0,00	0,00	0,00	0,00
Інші операційні доходи	24144,00	88266,00	12582,00	9029,00
Адміністративні витрати	19961,00	18508,00	21031,00	26215,00
Витрати на збут	1483,00	3337,00	42545,00	44792,00
Інші операційні витрати	22013,00	86389,00	16541,00	12599,00

Продовження таблиці А2

Фінансові результати від операційної діяльності :				
прибуток	3845,00	943,00	1405,00	1120,00
збиток	0,00	0,00	0,00	0,00
Доход від участі в капіталі	0,00	0,00	0,00	0,00
Інші фінансові доходи	0,00	0,00	0,00	0,00
Інші доходи	5,00	4,00	0,00	26,00
Фінансові витрати	0,00	0,00	0,00	0,00
Втрати від участі в капіталі	0,00	0,00	0,00	0,00
Інші витрати	8556,00	333,00	5,00	1,00
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування:				
прибуток	0,00	614,00	1400,00	1145,00
збиток	0,00	0,00	0,00	0,00
Податок на прибуток від звичайної діяльності	296,00	-1192,00	-1198,00	-815,00
Фінансові результати від звичайної діяльності :				
прибуток	0,00	0,00	0,00	0,00
збиток	0,00	0,00	0,00	0,00
Надзвичайні :	0,00	0,00	0,00	0,00
доходи	0,00	0,00	0,00	0,00
витрати	0,00	0,00	0,00	0,00
Податки з надзвичайного прибутку	0,00	0,00	0,00	0,00
Чистий :	0,00	0,00	0,00	0,00
прибуток	0,00	0,00	202,00	330,00
збиток	4410,00	578,00	0,00	0,00