

Міністерство освіти і науки України
Львівський національний університет імені Івана Франка
Економічний факультет

Кафедра економіки
підприємства

До захисту допускається
Завідувач кафедри _____
д.е.н., професор Михасюк І.Р.
«__» __20_____р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА (МАГІСТЕРСЬКА) РОБОТА

УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Виконала студентка II курсу, групи ЕкпМ
-21с
галузі знань 07 "Управління та
адміністрування"
спеціальності 076 "Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність"

Козак Марта Сергіївна
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи
доцент, к.е.н. Кончаківський І.В.
(посада, науковий ступінь, прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА	6
1.1 Економічна сутність, значення та види прибутку підприємства	6
1.2 Стратегія управління прибутком підприємства.....	17
РОЗДІЛ 2. УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ПРИБУТКУ (НА ПРИКЛАДІ ПРИВАТНОГО ПІДПРИЄМСТВА «РАДІОДЕТАЛЬ»).....	24
2.1 Загальна характеристика виробничо-господарської діяльності ПП «Радіодеталь»	24
2.2 Особливості формування доходів підприємства	26
2.3 Аналіз прибутку і рентабельності ПП «Радіодеталь»	41
РОЗДІЛ 3. УПРАВЛІННЯ ВИКОРИСТАННЯМ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	51
3.1 Основні напрямки розподілу і використання прибутку підприємства.....	51
3.2 Шляхи підвищення прибутковості підприємства.....	56
ВИСНОВКИ	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	68
ДОДАТКИ	Error! Bookmark not defined.

ВСТУП

Ринкова економіка визначає конкретні вимоги системи управління підприємствами. Необхідне швидше реагування на зміну господарської ситуації для підтримки сталого фінансового стану та постійного поліпшення виробництва відповідно до зміни ринкової кон'юнктури.

У ринкових умовах підприємство самостійно планує власну діяльність та визначає перспективи розвитку з урахуванням попиту на продукцію. Самостійно запланованим показником серед інших став прибуток. Його величина складається під впливом великої кількості різних факторів та відображає майже всі сторони діяльності підприємства. З цієї причини прибуток можна розглядати з позиції керованого об'єкта, який може бути підданий плануванню та прогнозуванню, обліку та аналізу, регулювання та контролю.

Актуальність обраної теми пов'язана з тим, що прибуток є одним із найважливіших елементів ринкової економіки. Роль прибутку підприємства важко переоцінити, оскільки саме прибуток є кінцевим фінансовим результатом роботи компанії. Прибуток – джерело поповнення фінансових ресурсів підприємства. Збільшення прибутку формує фінансову основу для здійснення розширеного відтворення підприємства та задоволення соціальних і матеріальних потреб засновників та співробітників. За допомогою прибутку виконуються зобов'язання підприємства перед бюджетом, кредитними організаціями, іншими установами.

Ефективність діяльності підприємства визначається не лише досягненням високого прибутку та максимізації обсягів виробництва, також необхідно мінімізувати витрати, оскільки саме від рівня витрат залежить собівартість й у кінцевому підсумку вартість товару.

В результаті раціоналізації, насамперед, збільшується прибуток та зростає рентабельність підприємства. У свою чергу, це веде до збільшення фінансових

ресурсів для здійснення розширеного відтворення, тим самим підвищуючи ефективність функціонування всього підприємства.

Аналіз літератури з питань управління прибутком підприємства свідчить про велику кількість наукових досліджень із цієї проблематики. Ця тема розглядається в роботах учених: Н. Бондаренко, Т. Воронкова, Т. Говорушко, Ж. Жигалкевич, С. Николишин, І. Бланка, Ф. Бутинця, С. Голова, В. Василенко, М. Данилюк, О. Карпенка та ін. Проте, дослідження даної проблеми в сучасних ринкових умовах господарювання залишається актуальним, адже, отримання позитивного результату ведення господарювання залежить від правильно організованої та налагодженої системи управління прибутком.

Метою магістерської роботи є дослідження процесу управління прибутком підприємства, а також визначення напрямів його вдосконалення.

Об'єктом дослідження є прибуток підприємства ПП «Радіодеталь».

Предметом дослідження роботи є аналіз прибутку та рентабельності досліджуваного підприємства ПП «Радіодеталь».

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити низку **завдань**:

- охарактеризувати сутність, види та роль прибутку в ринковій економіці;
- визначити стратегію управління прибутком підприємства
- провести аналіз формування прибутку ПП «Радіодеталь»;
- розробити рекомендації щодо підвищення прибутковості підприємства.

В процесі написання магістерської роботи було використано традиційні різноманітні загальнонаукові і спеціальні **методи**: сукупність діалектичних методів, які базуються на виявленні всіх причинно-наслідкових зв'язків, що утворюються при управлінні прибутком; сукупність методів теоретичного дослідження (методи історичного, логічного, порівняльного аналізу) для узагальнення концептуальних основ управління прибутком; методи системного аналізу і синтезу для оцінки управління прибутком, його інформаційно-аналітичного інструментарію; методи економіко-математичного і

комп'ютерного моделювання для розробки комплексної методики своєчасного, об'єктивного та оптимального управління прибутком.

Теоретичну основу роботи склали праці вітчизняних та зарубіжних авторів у галузі економіки, фінансів, аналізу та діагностики фінансово-господарської діяльності, у тому числі В. Ковальова, Г. Савицької, О. Шеремета; матеріали економічних видань та періодичного друку, а також бухгалтерська фінансова звітність ПП «Радіодеталь».

Інформаційну базу магістерської роботи склали законодавчі акти України, результати досліджень, розглянуті у роботах вітчизняних та зарубіжних економістів; довідкові матеріали та показники торговельно-фінансової діяльності підприємства ПП «Радіодеталь».

Структура роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків.

У першому розділі «Теоретичні основи управління прибутком підприємства» розглянуто економічну сутність та функції, види прибутку та рентабельності підприємства, розглянуто стратегію управління прибутком підприємства.

У другому розділі «Управління формуванням прибутку (на прикладі приватного підприємства «РАДІОДЕТАЛЬ»)» подано загальну характеристику підприємства, проведено аналіз показників прибутку та рентабельності доходу, проведено факторний аналіз прибутку та рентабельності.

У третьому розділі «Управління використанням прибутку підприємства» обґрунтовано напрями підвищення прибутку досліджуваного підприємства.

Зміст магістерської роботи викладено на 82 сторінках, для більшої наочності цифрові дані представлені у 17 таблицях та 9 рисунках, бібліографічний список складається з 58 джерел, кількість додатків – 3.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Економічна сутність, значення та види прибутку підприємства

У ринкових умовах, коли в Україні відбуваються структурні зміни в економіці, особлива увага приділяється оцінці фінансових результатів. В останній час значення прибутку і процесу управління ним значно зросло, бо швидкоплинні процеси в економіці вимагають від підприємств розширеного відтворення, оновлення процесу виробництва, прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Операційний прибуток відображає багатопланову систему економічних зв'язків на сучасному етапі розвитку суспільства, що впливає на конкурентоздатність продукції і підприємства. Прибуток є результатом фінансово-господарської діяльності підприємства в умовах ринкової економіки. Прибуток – це основний узагальнюючий показник роботи підприємства. Актуальність даної роботи обумовлена тим, що кожне підприємство сьогодні прагне максимізувати свій прибуток, а операційний або виробничий важіль – це потенційна можливість впливати на балансовий прибуток шляхом зміни структури собівартості та обсягу випуску продукції.

Основним завданням кожного підприємства в ринкових умовах є організація виробничо-фінансової діяльності, мета якої полягає у задоволенні потреб споживачів у продукції та отриманні максимального прибутку. Необхідно розглядати операційний прибуток як регулятор здійснюваної виробничо-комерційної діяльності, а також розширення свободи та самостійності компаній на ринках товарів і послуг. При цьому, в ринкових умовах прибуток підприємства – це основа самофінансування існуючих типів виробничо-комерційної діяльності, а також соціально-трудова відносина працівників [29].

В умовах ринкової економіки прибуток виконує значну кількість ролей: він є головною ціллю підприємницької діяльності; базою економічного

розвитку держави; критерієм ефективності конкретної виробничої діяльності; основним внутрішнім джерелом ресурсів, що забезпечують розвиток підприємства; головним джерелом зростання ринкової вартості підприємства; найважливішим джерелом задоволення соціальних потреб суспільства; основним захисним механізмом від загрози банкрутства підприємства тощо.

В науковій літературі відсутнє єдине визначення прибутку, у зв'язку з чим представимо деякі з визначень у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Визначення поняття прибутку підприємства

Автор	Визначення прибутку
М. Алексєєва	Це кінцевий результат виробничо-фінансової діяльності підприємства, що включає доходи від реалізації продукції, робіт та послуг, основних засобів та іншого майна, доходи від інших операцій, зменшених на суму відповідних із них витрат [2].
Т. Бреднікова	Бухгалтерський прибуток (збиток) – це кінцевий фінансовий результат (прибуток або збиток), визначений за звітний період на підставі бухгалтерського обліку всіх господарських операцій компанії та оцінки статей бухгалтерського балансу за правилами, прийнятими відповідно до Положення про ведення бухгалтерського обліку та бухгалтерського звітності [9]
Б. Шогенов	Це отриманий дохід, зменшений на розмір виробничих витрат [55].
В. Ковальов	Це грошовий вираз основної частини грошових накопичень, створюваних організаціями всіх форм власності [27].
І. Бланк	Це виражений у грошовій формі чистий дохід підприємця на вкладений капітал, що характеризує його винагороду за ризик здійснення підприємницької діяльності, що є різницею між сукупними доходами і сукупними витратами в ході здійснення даної діяльності [6].

Насамперед прибуток слід розглядати як головну мету здійснення підприємницької діяльності. Як головний спонукальний мотив будь-якого виду

бізнесу, головною його кінцевою метою виступає зростання добробуту всіх власників підприємства.

Прибуток підприємства є джерелом власних фінансових ресурсів, необхідних для забезпечення фінансово-господарської діяльності. Їх нестача спричиняє виникнення боргів, що у кінцевому підсумку може призвести до фінансової кризи і банкрутства. Зростання прибутку значною мірою визначає темпи економічного розвитку країни, окремих регіонів, збільшення суспільного багатства і підвищення життєвого рівня населення. Чинниками, що впливають на фінансові результати у різних галузях економіки, можуть бути: діючий порядок формування та використання прибутку підприємств, зміни обсягів виробництва в галузі, ефективність фінансового менеджменту підприємств, тощо [29].

Об'єктивна основа існування прибутку пов'язана з необхідністю первинного розподілу додаткового продукту. Прибуток підприємство отримує від наступних видів діяльності: операційної, інвестиційної та фінансової, тобто операційний прибуток є однією зі складових фінансового результату діяльності підприємства. Прибуток підприємств сфери матеріального виробництва – це частина національного доходу [48]. Таким чином, прибуток є об'єктивною економічною категорією. Тому на його формування впливають об'єктивні процеси, що відбуваються в суспільстві, у сфері виробництва й розподілу валового внутрішнього продукту. Водночас прибуток – це підсумковий показник, результат фінансово-господарської діяльності підприємств як суб'єктів господарювання. Тому прибуток відбиває її результати і зазнає впливу багатьох чинників. Є особливості у формуванні прибутку підприємств залежно від сфери їхньої діяльності, галузі господарства, форми власності, розвитку ринкових відносин [10].

На формування прибутку як фінансового показника роботи підприємства, що відбивається в бухгалтерському обліку, в офіційній звітності суб'єктів господарювання, впливає встановлений державою порядок формування витрат на виробництво продукції (робіт, послуг); обчислення й калькулювання

собівартості продукції (робіт, послуг); визначення позареалізаційних прибутків і витрат; визначення балансового (валового) прибутку.

Отже, на формування абсолютної суми прибутку підприємства впливають: результати, тобто ефективність його фінансово-господарської діяльності; сфера діяльності; галузь господарства; установлені законодавством умови обліку фінансових результатів.

Прибуток підприємства – це показник, що формується на мікрорівні, а прибуток народного господарства – це макроекономічний фінансовий результат [29].

Різні напрями основної діяльності підприємства, що пов'язані з виробництвом та реалізацією продукції – товарів, робіт, послуг, а також фінансової та інвестиційної діяльності дістають остаточну грошову оцінку в сукупності показників фінансових результатів.

Процес формування фінансових результатів на підприємствах регулюється нормативно-законодавчими актами. На всіх підприємствах основним узагальнюючим показником фінансових результатів господарської діяльності є прибуток (доход).

Прибуток підприємства утворюється з надходжень від господарської діяльності після покриття матеріальних та прирівняних до них витрат на оплату праці. З балансового прибутку товариства сплачуються проценти по кредитах банків та по облігаціях, а також вносяться передбачені податковим законодавством України податки та інші платежі до бюджету [17]. Чистий прибуток, одержаний після зазначених розрахунків, залишається у повному розпорядженні підприємства, яке відповідно до установчих документів визначає напрями його використання. Фінансовий результат від операційної діяльності формується від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) підприємством, що є його головною метою і забезпечує основну частку його доходу.

Для менеджерів, що не є власниками підприємства, прибуток – це ключове мірило успіху здійснюваної ними діяльності. Внаслідок зростання

прибутку відбувається підвищення «ринкової ціни» даних менеджерів, що знаходить своє відображення на їхній заробітній платі.

Для інших кадрів рівень одержуваного прибутку також виступає як досить високий спонукальний мотив діяльності підприємства. Слід розглядати прибутковість як гарант їхньої зайнятості (за інших рівних умов), а також можливість отримання додаткової матеріальної винагороди їхньої праці, задоволення деяких із характерних їм соціальних потреб.

За допомогою прибутку створюється база економічного державного розвитку. Завдяки механізму, що дозволяє перерозподіляти прибуток організації за допомогою податкової системи, можна отримати можливість «наповнення» доходної частини держбюджетів на всіх рівнях (місцевих та загальнодержавних), внаслідок чого держава може ефективно виконувати функції, здійснюючи передбачені програми економічного розвитку.

Операційний прибуток – це різниця між валовим доходом та операційними витратами, де валовий дохід являє собою різницю між виручкою від реалізації та собівартістю реалізованої продукції. А операційні витрати зазвичай поділяються на дві групи: витрати, пов'язані з реалізацією товару, та на загальні й адміністративні витрати [24]. В умовах ринкової економіки чистий прибуток є основою економічного та соціального розвитку підприємства. Постійне збільшення прибутку – це стаłe джерело фінансування розвитку виробництва (реінвестування прибутку), виплати дивідендів, створення резервних фондів, задоволення соціальних і матеріальних потреб працівників підприємства, благодійної діяльності [5].

Операційний прибуток – важливий показник для оцінювання виробничої та фінансової діяльності підприємств, оскільки відбиває ступінь його активності та фінансового благополуччя, а також ефективність менеджменту. Постійне збільшення прибутку за умов припустимого ризику, тобто в разі залучення додаткових позикових коштів чи додаткового розміщення акцій, зміцнює конкурентні позиції підприємства на ринку капіталу [4].

Основним чинником є дохід (виручка) від реалізації продукції, що свідчить про ринковий попит на продукцію підприємства, повернення вкладених у виробництво коштів і можливість розпочати новий виробничий цикл. Величина виручки від реалізації залежить від обсягів структури виробництва за видами продукції та ринкових цін кожного виду. Відділи маркетингу підприємств зобов'язані постійно аналізувати ринковий попит на продукцію підприємства і своєчасно на нього реагувати. Економічне обґрунтування обсягів виробництва виконується через пошук так званого критичного обсягу, критичної точки, або точки беззбитковості. Ще один чинник, який істотно впливає на розмір чистого прибутку, – це сукупні витрати на виробництво і збут продукції: собівартість реалізованої продукції, а також адміністративні витрати (загальногосподарські витрати, пов'язані з управлінням та обслуговуванням підприємства) та витрати на збут (витрати на утримання підрозділів, що займаються збутом продукції, рекламу, доставку продукції споживачам тощо) [13, с. 265].

Таким чином, максимізувати операційний прибуток можна підвищуючи виручку від реалізації або зменшуючи витрати. Витрати підприємства поділяють на змінні і постійні. Використовуючи для аналізу частку постійних витрат можна, домогтися підвищення операційного прибутку підприємства [46, с. 25].

Необхідність максимізації операційного прибутку можливо реалізувати за допомогою так званого «операційного важеля».

Операційний прибуток – це критерій ефективності операційної (виробничої) діяльності [21, с. 46]. Завдяки індивідуальному рівню прибутку підприємства, якщо порівнювати його з галузевим, можна характеризувати ступінь менеджерського вміння (досвіду, підготовленості, ініціативності) успішного провадження господарської діяльності в ринкових умовах. За допомогою середнього галузевого рівня організаційного прибутку можна характеризувати ринкові та інші зовнішні чинники, які визначають ступінь ефективності виробничої діяльності, до того ж, він виступає як ключовий

регулятор «переливу капіталу» у сфері з високою ефективністю його використання.

Операційний прибуток – це головне внутрішнє джерело формування фінансових ресурсів, що забезпечують розвиток. Прибуток займає основну позицію у системі внутрішніх джерел, з яких відбувається формування даних ресурсів. Від рівня генерування організаційного прибутку в процесі господарської діяльності залежить потреба в залученні організацією фінансових ресурсів з інших джерел, рівень самофінансування її розвитку, а також забезпечення реалізації передбачених стратегічних цілей розвитку, підвищення організаційної конкурентної позиції на ринку [32, с. 139].

Прибуток варто розглядати також як основне джерело зростання ринкової вартості підприємства. Існує можливість забезпечення самозростання вартості капіталу у вигляді капіталізації частки прибутку, яка отримана підприємством, тобто, її перенаправлення на приріст активів підприємства. Від величини та рівня капіталізації отриманого підприємством прибутку залежить ступінь зростання вартості чистих його активів (що є сформованими за допомогою власного капіталу), і навіть вартість підприємства.

Прибуток – це частина додаткової вартості, виробленої та реалізованої, готової до розподілу. Підприємство одержує прибуток після того, як втілена у створеному продукті вартість буде реалізована і набере грошової форми [16].

Як вважає Г. Чернова, прибуток – найбільш проста й одночасно найбільш складна економічна категорія. Одним з актуальних завдань є оволодіння керівниками й фінансовими менеджерами сучасними методами ефективного управління прибутком. Головне завдання фінансової діяльності підприємства – формування додаткового прибутку в процесі залучення зовнішнього капіталу – реалізуються різними методами. Одним з основних механізмів реалізації цього завдання є «фінансовий леверидж» [55].

Леверидж представляє собою потенційну можливість впливати на доход, прибуток та ризик підприємства шляхом зміни ключових факторів. У

маржинальному аналізу до цих факторів відноситься ціна, обсяг випуску та структура собівартості (співвідношення по постійних і змінних витрат) [1].

Так, Є. Брігхем визначає поточний леверидж як величину, з якою фіксовані витрати використовуються в операціях підприємства [2]. Якщо високий процент загальних витрат підприємства фіксований, то вона має високий коефіцієнт поточного левериджу.

Отже, в економічній термінології високий коефіцієнт поточного левериджу при інших постійних показниках означає, що відносно мала зміна у обсягах реалізації тягне за собою велику зміну в поточному прибутку [2].

Фінансовий важіль – це інструмент регулювання пропорцій власного та позикового капіталу з метою максимізації рентабельності власних коштів підприємства [17]. Його дія виявляється в ефекті фінансового важеля (ЕФВ), під яким розуміють приріст рентабельності власних коштів, отримуваний унаслідок використання коштів позикових (враховуючи їх платність і поворотність). Ефект фінансового важеля досягається тільки тоді, коли економічна рентабельність активів фірми (ЕР) вища за середню ставку процента із залучених коштів (СП). Різницю між економічною рентабельністю активів і середньою ставкою процента, називають диференціалом фінансового важеля.

Ефект фінансового важеля показує, на скільки процентів збільшується рентабельність власного капіталу в результаті залучення позичених коштів в оборот підприємства. Він виникає в тих випадках, коли економічна рентабельність вище кредитного проценту [2].

Загальне поняття «прибутку» складається з найрізноманітніших видів, що характеризуються нині рядом термінів. Це викликає необхідність систематизації застосовуваних термінів. Ця систематизація, яка проведена лише за важливими класифікаційними ознаками, міститься в таблиці 1.2 [47, с. 270].

Таблиця 1.2

**Систематизація видів прибутку підприємства за основними
класифікаційними ознаками**

Ознаки класифікації прибутку підприємства	Види прибутку за відповідними ознаками класифікації
1. Джерела формування прибутку, використовувані в його обліку	а) прибуток від звичайної діяльності б) Інші доходи
2. Джерела формування прибутку за основними видами діяльності підприємства	а) прибуток від операційної діяльності б) прибуток від інвестиційної діяльності в) прибуток від фінансової діяльності
3. Склад елементів, що формують прибуток	а) маржинальний прибуток б) балансовий або валовий прибуток в) чистий прибуток
4. Характер оподаткування прибутку	а) оподатковуваний прибуток б) прибуток, що не підлягає оподаткуванню
5. Характер інфляційного «очищення» прибутку	а) прибуток номінальний б) прибуток реальний
6. Розглянутий період формування прибутку	а) прибуток базового періоду б) прибуток звітного періоду в) прибуток планового періоду
7. Регулярність формування прибутку	а) прибуток від звичайної діяльності б) надзвичайний прибуток
8. Характер використання прибутку	а) капіталізований прибуток б) спожитий прибуток
9. Значення підсумкового результату господарювання	а) позитивний прибуток б) негативний прибуток (збиток)

Високою роллю прибутку в процесі розвитку підприємства та забезпечення інтересів персоналу і власників підприємства визначається необхідність безперервного та високоефективного управління прибутком. Управління прибутком слід розглядати як процес прийняття та вироблення управлінських рішень за ключовими аспектами його формування, використання та розподілу на підприємстві [29].

Незважаючи на різноманіття типів прибутку, йому характерний відповідний порядок формування [4, с. 290].

Формування прибутку підприємства: Виручка від реалізації продукції (товарів, робіт і послуг) у відпускних цінах без ПДВ і інших непрямих податків і платежів → Виробнича собівартість реалізованої продукції або покупна вартість товарів → Валовий прибуток від реалізації (брутто прибуток) → Поточні періодичні витрати (комерційні та управлінські) → Фінансовий результат від реалізації Сальдо операційних доходів і витрат → Фінансовий

результат від фінансово-господарської діяльності → Сальдо інших доходів і витрат → Фінансовий результат звітного періоду (прибуток до оподаткування) → Відкладені податкові активи → Прибуток від звичайної діяльності → Поточний податок на прибуток → Сальдо надзвичайних доходів і витрата → Відкладені податкові зобов'язання → Чистий (нерозподілений) прибуток звітного року.

Ключовою метою прибутку є добробут власників підприємства у поточному та перспективному періоді. Ця мета передбачає одночасне забезпечення гармонізації інтересів власників із державними інтересами та інтересами співробітників підприємства.

Система управління прибутком вирішує завдання, що складаються з:

1) забезпечення максимізації обсягу прибутку, що формується, який відповідає ресурсному потенціалу підприємства, а також ринковій кон'юктурі.

2) забезпечення оптимальної пропорційності між рівнем прибутку, що формується допустимим рівнем ризику.

3) забезпечення високорівневого прибутку, що формується.

4) забезпечення виплати відповідного рівня доходу інвестованого капіталу власникам підприємства.

5) забезпечення формування відповідного обсягу фінансових ресурсів за рахунок прибутку відповідно до завдань організаційного розвитку у майбутньому періоді.

6) забезпечення безперервного зростання організаційної ринкової вартості.

7) забезпечення ефективності програм кадрової участі у прибутку.

Проаналізовані завдання управління прибутком безпосередньо взаємопов'язані, незважаючи на властивий їм різноспрямований характер. У зв'язку з цим у процесі управління прибутком деякі із завдань повинні бути оптимізовані один з одним [13, с. 290].

Управлінням прибутку реалізується власна ключова мета та основні завдання у вигляді здійснення відповідних функцій. Рис. 1.1 відображає склад основних функцій системи управління прибутком підприємства.

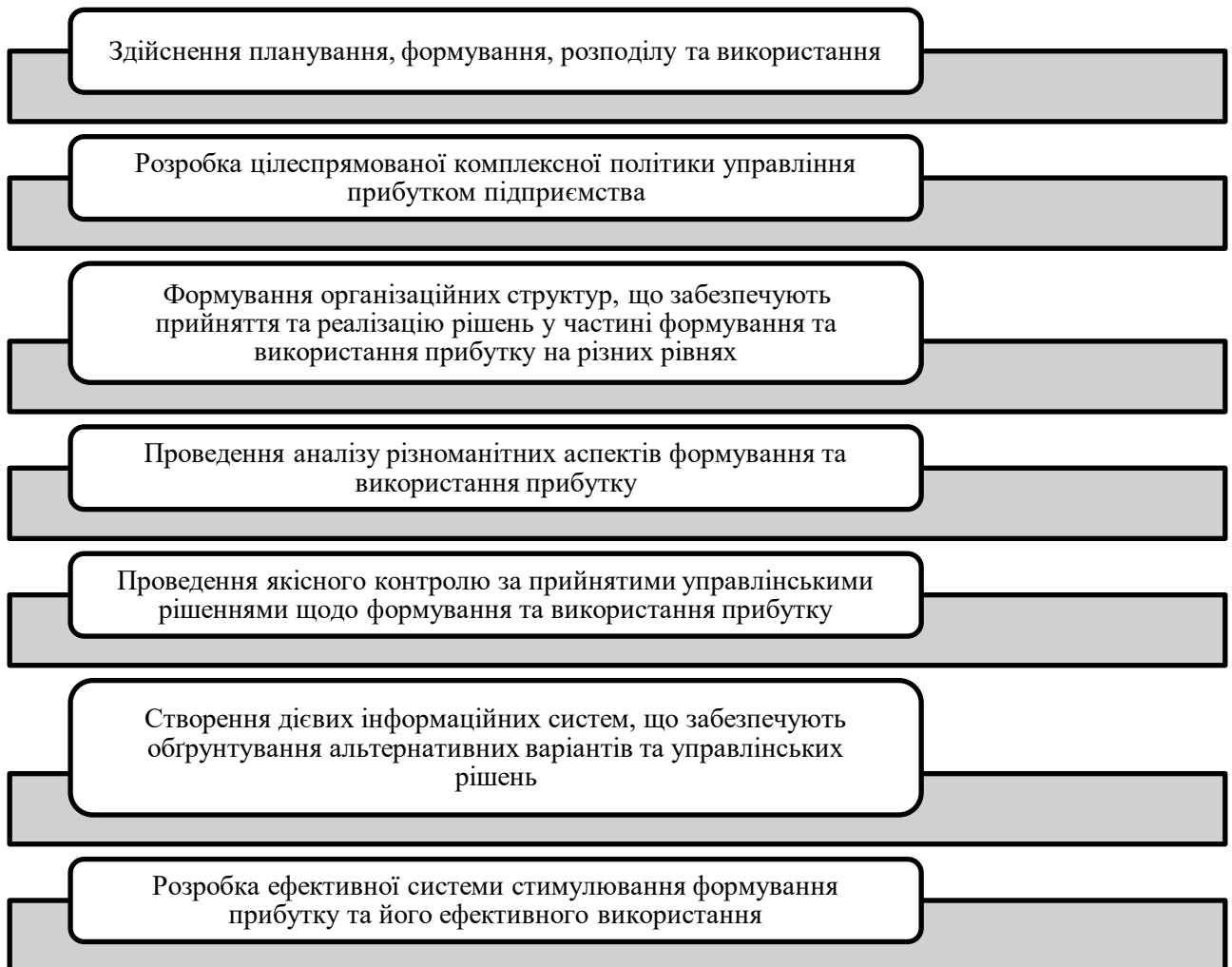


Рис.1.1. Склад основних функцій системи управління прибутком підприємства [17]

Високою роллю прибутку в процесі розвитку підприємства та забезпечення інтересів його персоналу і власників визначається необхідність безперервного та високоефективного управління ним. Управління прибутком слід розглядати як процес прийняття та вироблення управлінських рішень за ключовими аспектами його формування, використання та розподілу на підприємстві.

Підсумовуючи вищесказане, зазначимо, що операційний прибуток підприємства – це різниця між валовим прибутком та операційними витратами, де валовий прибуток, що являє собою різницю між виручкою від реалізації та

собівартістю реалізованої продукції. Необхідність максимізації операційного прибутку можливо реалізувати за допомогою так званого «операційного важеля». Високий коефіцієнт поточного левериджу при інших постійних показниках означає, що відносно мала зміна у обсягах реалізації тягне за собою велику зміну в поточному прибутку. Поточний леверидж тісно взаємопов'язаний з фінансовим левериджем, разом вони утворюють загальний леверидж, який дозволяє максимізувати чистий прибуток підприємства. Використання механізму операційного левериджу, цілеспрямоване управління операційними витратами, оперативна зміна їх співвідношення при мінливих умовах господарювання дозволить збільшити потенціал формування прибутку підприємства.

1.2 Стратегія управління прибутком підприємства

Сучасні ринкові умови, що динамічно змінюються, наполегливо вимагають удосконалення інструментів і технологій управління підприємствами з метою підвищення ефективності господарської діяльності та максимізації прибутку. Керівники підприємств в умовах жорсткої конкуренції постійно шукають шляхи, що ведуть до стабільного та фінансово стійкого стану підприємств, прагнучи до досягнення лідируючих позицій.

Важливим інструментом конкурентної боротьби в сучасних умовах стає правильно визначена стратегія розвитку підприємства, заснована на співставленні власного ресурсного потенціалу із зовнішнім оточенням, в якому воно функціонує. Правильно обрана стратегія дозволяє зберігати конкурентоспроможність підприємства у довгостроковій перспективі. Виникає необхідність проведення цілеспрямованої та науково обґрунтованої політики розвитку підприємств, спрямованої на залучення інвестицій, запровадження технічних новацій. Це особливо актуально під час сучасної економічної трансформації, коли вибір стратегічної мети пов'язаний з визначенням як економічного, а й соціального ефекту, з урахуванням численних чинників невизначеності та ризику.

Динамічний розвиток підприємства неможливий без створення дієвого механізму стратегічного управління прибутком, основною метою якого є забезпечення умов для ефективного формування, розподілу і використання прибутку у поточному і перспективному періодах.

Сьогодні існує безліч різних підходів до класифікації стратегій управління прибутком підприємства. Найчастіше використовуються такі стратегії управління прибутком, як: стратегія зростання; стратегія обмеженого зростання; стратегія скорочення; стратегія поєднання; товарна стратегія; стратегія зниження виробничих витрат; стратегія ціноутворення; стратегія інвестиційної діяльності; стратегія мотивації; стратегія фінансового оздоровлення; стратегія взаємодії з ринками виробничих ресурсів [7, с. 128].

Стратегія зростання найчастіше реалізується в нових галузях, що динамічно розвиваються і яким властива швидка зміна технологій. Ця стратегія визначається щорічним значним зростанням обсягів виробництва стосовно рівня попереднього року.

Стратегії обмеженого зростання застосовують більшість організацій, які функціонують у «старих галузях», що давно склалися і характеризуються стабільною технологією. При впровадженні стратегії обмеженого зростання цілі розвитку підприємства встановлюються «від досягнутого» і коригуються з урахуванням зміни умов функціонування (темтів інфляції, рівня насиченості ринку, платоспроможного попиту тощо). Якщо керівництво в цілому задоволене станом організації, то в перспективі воно буде дотримуватися раніше впровадженої стратегії, оскільки орієнтація на неї залишається найпростішим і найменш ризикованим шляхом подальшого освоєння ринку.

Характерним для стратегії скорочення є встановлення цілей нижче рівня, досягнутого в минулому. На стратегію скорочення орієнтуються, якщо показники діяльності організації мають стійку тенденцію до погіршення і жодні засоби не допомагають їй протистояти.

Товарна стратегія підприємства визначає правила та прийоми дослідження потенційних ринків товарів та послуг, що відповідають місії та

стратегічним цілям розвитку підприємства. До основних завдань товарної стратегії слід віднести ув'язування місії та системи стратегічних цілей підприємства з потенційними можливостями ринку та ресурсами підприємства; аналіз життєвих циклів попиту та технології виробництва товару; визначення правил формування товарного асортименту, що забезпечує отримання підприємством прибутку на стратегічній перспективі.

Стратегія ціноутворення – визначає варіанти цінової політики; прийоми цінової конкуренції; прийоми моніторингу ситуації на ринках факторів виробництва, цінних паперів та валютних ринках; методи оцінки цінової еластичності попиту.

Важливим завданням товарної стратегії у системі стратегічного менеджменту є забезпечення адаптивності товару як у просторі (стосовно різних сегментів ринку), і у часі (приспосованість товару до вимог як справжніх, а й майбутніх споживачів). [5, стр.87] Адаптивність товару сприяє вирішенню завдання оптимізації витрат на здійснення товарної стратегії у системі стратегічного менеджменту.

Стратегія поєднання (комбінована) є будь-яким поєднанням розглянутих вище стратегій. Цієї стратегії дотримуються, як правило, великі організації, що функціонують у кількох галузях.

Стратегія зниження витрат виробництва полягає у підвищенні конкурентоспроможності продукції, а саме: цінове суперництво, що передбачає внести необхідні нововведення щодо забезпечення реалізації продукції за підвищеними цінами.

Інвестиційна стратегія – план, за яким інвестор купує і продає цінні папери. Він включає мету інвестицій, їх тимчасовий проміжок, вибір інструментів і правила їх купівлі або продажу.

Це докладний план дій, який допомагає: не здійснювати імпульсивних дій та необдуманих угод; розуміти, як діяти, коли ринки падають чи зростають; вибирати, які цінні папери купити, а які продати; спрогнозувати зразкову

прибутковість на основі історії котирувань; усвідомлено приймати власні рішення, а не копіювати угоди інших інвесторів.

Наслідкування стратегії знижує ризики втрат і дозволяє інвесторам раціонально керувати портфелем.

Фінансове оздоровлення підприємства у цілому є комплексом інструментів, призначених неплатоспроможному підприємству на відновлення платоспроможності і покриття боргових зобов'язань. Приклад інструментів [15, с. 86]: реструктуризація підприємства; зміна профілю виробництва; закриття нерентабельних виробництв; стягнення заборгованості; продаж, виставлення на аукціон частини майна, повного підприємства боржника тощо. Для продуктивної боротьби з фінансовою нестійкістю, як правило, підприємства використовують блоки інструментів, що створюють цілі стратегії [15, с.87].

Різноманітність інструментів та методів фінансового оздоровлення полегшує хворобливий вихід підприємства із кризової ситуації. Необхідно пам'ятати, що створення стратегії, планування – завдання, які необхідно вирішувати до появи економічної кризи, інакше єдине, що чекає на підприємство – банкрутство, ліквідація підприємства та відхід з ринку. А. Градов у своїх працях виводить наступний принцип ефективності для даної стратегії: «економічна система повинна використовувати свої фактори виробництва в такій ефективній комбінації, яка знаходиться в точній відповідності з її виробничими можливостями і бажаннями по випуску продукції [17].

В сучасних умовах, що характеризуються кризовими явищами, посиленням конкурентної боротьби, існуванням та поширенням інформаційних війн, варто розглянути можливість упровадження нових методів управління підприємством з метою забезпечення його ефективного функціонування. Стратегічний підхід до управління прибутком підприємства має бути орієнтований на перспективу, яка характеризується високим рівнем невизначеності, тому має враховувати значну кількість параметрів, що визначають майбутній стан розвитку підприємства. Управління прибутком

являє собою сукупність принципів і методів розроблення і реалізації управлінських рішень щодо формування, розподілу та використання прибутку підприємства.

Виділяють такі додаткові фактори, що впливають на результативність та ефективність обраної стратегії управління прибутком [36]: Перше, на що слід звернути увагу, – термін формування стратегії. Цей етап допомагає визначити цілі та оцінити ступінь опрацювання фінансових планів. Друге – визначення головної мети, яка буде узгоджена із загальною стратегією підприємства. Головна мета досягається за умови, якщо підприємство має необхідний обсяг фінансових ресурсів, а також оптимальну платоспроможність та ліквідність. Для того, щоб стратегія була ефективнішою, необхідно проводити декомпозицію головної мети – розчленовувати її на складові (підцілі): прибуток, величину та рентабельність власного капіталу, структуру активів, фінансові ризики. Третє – кожна мета має бути чітко сформульована та виражена у конкретних абсолютних та відносних показниках.

При цьому доцільно аналізувати вплив усіх зацікавлених груп на діяльність підприємства (як із зовнішнього, так і з внутрішнього середовища), які ймовірно впливатимуть на досягнення цілей розвитку підприємства в коротко та довгостроковій перспективах. Урахування ризиків під час розроблення та використання стратегічного підходу до управління прибутком підприємства, що базується на системі методів та моделей, має низку переваг [11, с. 312], таких як: своєчасність інформування управлінського персоналу про ймовірні ризики з метою коригування підходу до управління; розроблення та впровадження превентивних заходів профілактики, нейтралізації та зменшення впливу ризиків; спрямованість на досягнення стратегічних і тактичних цілей підприємства, зростання його конкурентоспроможності.

Також, на думку науковців, під час реалізації стратегічного підходу до управління прибутком підприємства доцільно розробити систему показників, що комплексно відображають усі основні напрями роботи підприємства [44, с. 137]: фінансову сферу, взаємодію з клієнтами, внутрішньогосподарські процеси

та процеси навчання і зростання. При цьому процес управління прибутком підприємства з використанням стратегічного підходу включає послідовне виконання таких етапів, як: формування інформаційної бази; ретроспективний аналіз формування, розподілу та використання прибутку; прогнозування зміни основних внутрішніх та зовнішніх чинників впливу; розроблення політики управління прибутком; визначення цільової суми прибутку на наступний період; розроблення та обґрунтування системи управлінських рішень; встановлення основних пропорцій розподілу прибутку залежно від стратегічних пріоритетів його розвитку; забезпечення контролю за виконанням управлінських рішень; моніторинг та коригування окремих управлінських рішень за необхідності.

Отже, стратегічний підхід до управління прибутком підприємства повинен включати [1, с. 146]: стратегічне планування (визначення цільової суми прибутку відповідно до стратегічних цілей і пріоритетів підприємства, а також з урахуванням його стадії життєвого циклу; проведення стратегічного аналізу управління прибутком на засадах моніторингу; обґрунтування планів і програм дій на основі оцінювання стратегічних альтернатив); стратегічну організацію (здійснення організаційних змін; приведення у відповідність з обраною стратегією всіх ресурсів і внутрішніх зв'язків підприємства, його цілей, завдань і сфери відповідальності працівників); стратегічний контроль (контроль за виконанням розроблених заходів) [29]. Необхідними умовами для ефективної реалізації стратегічного підходу до управління прибутком підприємства є визначення важливості розроблення стратегії і тактики управління прибутком на довготермінову перспективу; прийняття обґрунтованих управлінських рішень з урахуванням розробленої стратегії; наявність сформульованих конкретних цілей функціонування підприємства; проведення оцінки умов функціонування підприємств та чинників, які впливають на остаточні результати діяльності; формування ефективної політики розвитку підприємства з урахуванням оцінки поточної та майбутньої ситуації на ринку.

РОЗДІЛ 2

УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ПРИБУТКУ (НА ПРИКЛАДІ ПРИВАТНОГО ПІДПРИЄМСТВА «РАДІОДЕТАЛЬ»)

2.1 Загальна характеристика виробничо-господарської діяльності ПП «Радіодеталь»

Об'єктом наукового дослідження є виробниче приватне підприємство радіодеталь.

ПП «Радіодеталь» здійснює такі види діяльності: виготовлення та ремонт спецтехнологічного оснащення (штампи, прес-форми, пуансони, матриці) та інструменту (фрез, ножів та ін.), комплектуючі для ремонту обладнання організації.

Підприємство є юридичною особою та діє на підставі Статуту, установчого договору та законодавства України, має відокремлений баланс, розрахунковий гривневий рахунок.

ПП «Радіодеталь» очолює директор, який організовує роботу всього підприємства та несе повну відповідальність за стан та діяльність перед трудовим колективом.

Підприємство спеціалізується на випуску запобіжників та плавких вставок, що застосовуються в електричних та радіоелектронних пристроях. Запобіжники та вставки плавкі призначені для захисту обладнання та приладів від пошкоджень при їх несправностях або для захисту мережі від аварійних електричних струмів, що виникають при аваріях та відмови, неправильного включення, помилок монтажу.

Іншим видом продукції, що випускається підприємством, є автомобільна комутаційна апаратура. Асортимент продукції досить різноманітний – це клавішні та кнопкові вимикачі та перемикачі, реле та штекерні запобіжники тощо.

Також ПП «Радіодеталь» пропонує послуги з лиття деталей (виробів) з полімерів (пластмас) на термопластавтоматах з об'ємом упорскування до 250

см³ тиском упорскування до 2,5 кг/см³. Тиск замикання до 100 т. Наявність на підприємстві необхідних виробничих потужностей та кваліфікованого персоналу висока якість виробів.

У ПП «Радіодеталь» багато конкурентів таких як: ПО ДНЕПР (Херсон), ПО ЗНАМЯ (Полтава), ІМПУЛЬС (Черкаси), ІНДУКТОР (Івано-Франківськ), Завод КАТІОН (Хмельницький), АТ КВАЗАР-МІКРО ТЕХНО (Київ), ПО КІНЕСКОП (Львів), КНДІМП (Київ), ПО КОННЕКТОР (Харків), АТ ЛТАВА (Полтава) проте підприємству вдається тримати рівновагу серед даних підприємств.

Спочатку головним виробничим завданням було виробництво запобіжників. Проте вже пізніше на підприємстві освоїли випуск конденсаторів і розпочали освоєння виробництва настановних виробів. Далі підприємство здебільшого спеціалізувалося на випуску запобіжників та конденсаторів. У 2019 році на підприємстві було освоєно 32 нових виробів, які широко застосовувалися у різних галузях народного господарства. Асортимент продукції ПП «Радіодеталь» представлений в таблиці 2.1.. Продукція заводу радіодеталей постачається до тридцяти країн світу. В даний час ПП «Радіодеталь» продовжує випускати настановні та комутаційні вироби. Освоєно нову продукцію, таку як запобіжники та перемикачі для автомобільної промисловості, а також інші вироби. Підприємство має споживачів як на території України, так і за її межами. Товар активно постачається за кордон.

Таблиця 2.1

Асортимент продукції ПП «Радіодеталь»

Ширина асортименту	Глибина асортименту
Запобіжники	- запобіжник штекерний автомобільний ПШ1 - запобіжник тепловий ПТ1 - запобіжник автомобільний у скляному корпусі ПА
Перемикачі	- ППК перемикач галетний (одно-, дво-, трьох- та чотирьох платні) - ПКЛбЗ перемикач клавішний

	<ul style="list-style-type: none"> - ПКл65 перемикач з підсвічуванням клавiші - ПД27-1 перемикач двигуновий - ПКн159 перемикач кнопочовий
Вимикачі	<ul style="list-style-type: none"> - Вк 407А (2107-3710200) вимикач дверного плафона - Вк 407-01А (2107-3710200-12) вимикач лампи ручного гальма - 48.3710А (2108-3710150-01) вимикач підкапотної лампи
Клавiшні вимикачі та перемикачі для автомобiлів	<ul style="list-style-type: none"> - протитуманна фара ГАЗ-66 та модифікації - поворотна фара-шукач ГАЗ-66 та модифікації - освітлення салону ГАЗ-66 - вентилятор - фароочисник та фароомивач - гiдропривiд пiдйому-опускання причепа КамАЗ - головне свiтло ВАЗ 2105, 21011, 2106, 2107 - протитуманна ГАЗ рiзнi модифікації - бензобак - рiвень палива у баку - ручне керування - пiдйом-опускання платформи самоскида КамАЗ
Плавкі вставки	<ul style="list-style-type: none"> - ВПТ6; - ВПБ6; - ВПТ19; - ВП1-1; - ВП2Б; - ВП3Б; - ВПТ2В; - ВП2Т; - ВПТ3В; - ВП3Т.

Проведемо аналіз динаміки та структури оборотних коштів ПП «Радіодеталь», результати якого представлені у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

**Аналіз динаміка та структура оборотних коштів ПП «Радіодеталь» за
2018-2020 роки**

Група оборотних коштів	2018		2019		Зміни 2020-2019 рр., +/-	2020		Зміни 2020-2019 рр., +/-
	тис.грн	питома вага, %	тис.грн	питома вага, %		тис.грн	питома вага, %	
Запаси	35	16,91	994	64,01	959	955	60,14	-39
ПДВ	0	0,00	0	0,00	0	231	14,55	231
Дебіторська заборгованість	169	81,64	521	33,55	352	364	22,92	-157
Грошові засоби	3	1,45	33	2,12	30	29	1,83	-4
Інші оборотні засоби	0	0,00	5	0,32	5	9	0,57	4
Загальна сума	207	100,00	1553	100,00	1346	1588	100,00	35

Як показав аналіз, на підприємстві з 2019 року спостерігається збільшення загальної суми оборотних коштів на 1346 тис. грн. (0,32%) порівняно з 2018р. , а з 2020 року сума оборотних коштів збільшилися на 135 тис. грн. (0,57%).

За аналізований період також спостерігається збільшення суми запасів, зокрема у 2019 році у порівняння з 2018 роком вона становила – 959 тис. грн. (47,1%), у 2020 році порівняно з 2019 р. спостерігається зменшення їхньої суми на 390 тис. грн (-0,13 %). У цей період спостерігається збільшення коштів у 2019 році на 300 тис. грн., а в 2020 році зменшилося на 40 тис. грн. (-0,29%).

Сума дебіторської заборгованості у 2019 році збільшилась на 352 тис.грн., а в 2020 році зменшилася на 157 тис. грн. (-10,63%).

На рис.2.1 представимо динаміку оборотних коштів ПП «Радіодеталь» за 2018-2020 роки.

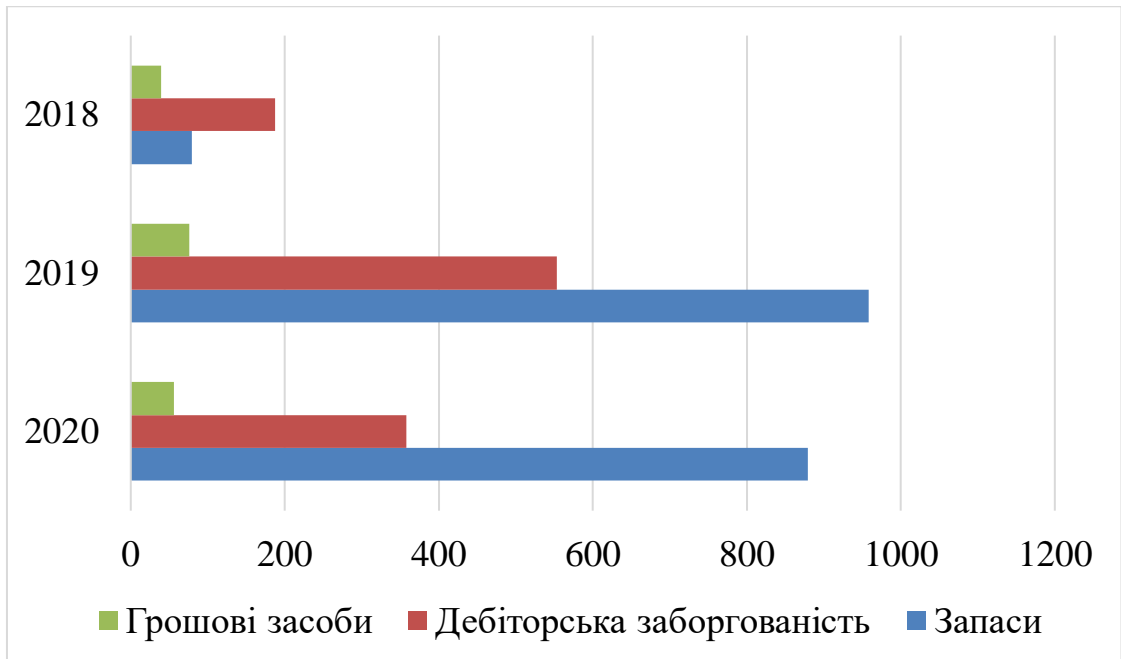


Рис. 2.1. Динаміка оборотних коштів за 2018-2020 роки

Як видно з рис. 2.1 на підприємстві відбулося збільшення запасів, що призвело до збільшення загальної суми оборотних коштів підприємства у 2020 р. порівняно з 2018 р. Також у даному періоді на підприємстві спостерігається збільшення дебіторської заборгованості, що можна розглядати як негативний момент у його діяльності.

Розглянемо структуру оборотних коштів за 2018-2020 роки (рис.2.2).

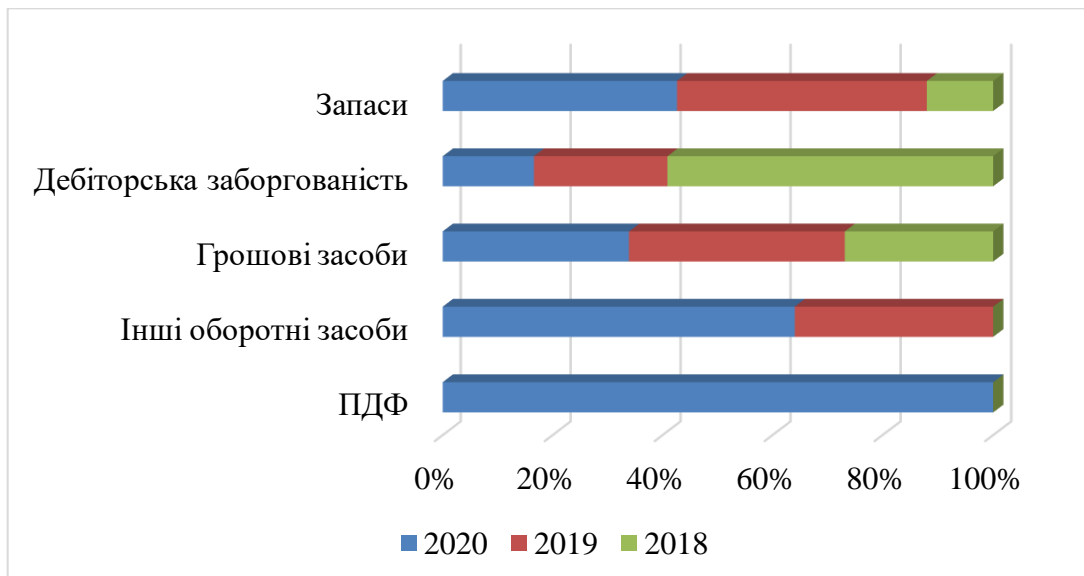


Рис. 2.2. Структура оборотних коштів за 2018-2020 роки

Таким чином, у 2018 році найбільша частка у структурі оборотних коштів належить дебіторській заборгованості, а саме 81,64%, у 2019 році її питома вага зменшилася до 33,55%, а у 2020 році становила вже 22,92%, що є плюсом для підприємства.

Частка запасів у 2018 році становить – 16,91%, у 2019 році спостерігається збільшення до 64,01%, а у 2020 році їх питома вага знижується та становить 60,14%.

Основну частину оборотних коштів протягом аналізованого періоду становлять активи, що повільно реалізуються.

Проведемо аналіз структури оборотних коштів підприємства, результати якого представлені у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

**Аналіз структури оборотних коштів ліквідності ПП «Радіодеталь»
за 2018-2020 роки**

Група оборотних коштів	2018		2019		2020	
	тис.грн	питома вага, %	тис.грн	питома вага, %	тис.грн	питома вага, %
Найбільш ліквідні активи	3					1,83
Швидко реалізовані активи	169	81,64	521	33,55	364	22,92
Повільно реалізовані активи	35	16,91	999	64,33	1195	75,25
Загальна сума	207	100	1553	100	1588	100

Як видно з таблиці 2.3 найбільшу питому вагу займають швидкоореалізовані активи, тому їх частка у 2018 р. склала 81,64%, а у 2019 р. найбільшу питому вагу займають запаси 64,33%, 2020 р. – 75,25%.

Для більшої наочності представимо структуру рис. 2.3.

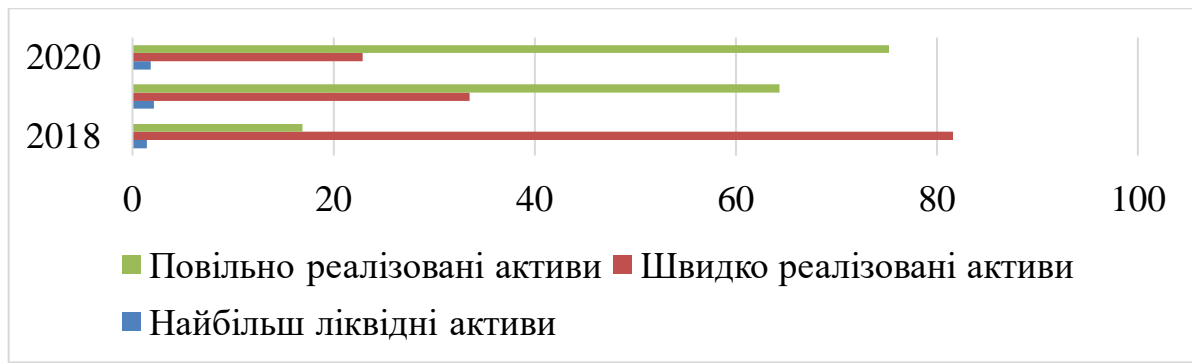


Рис. 2.3. Динаміка структури оборотних коштів ПП «Радіодеталь» за рівнем ліквідності

Як видно з рис. 2.3 частка активів, що повільно реалізуються, збільшується протягом аналізованого періоду.

Розглянемо склад та структуру джерел формування оборотних коштів на підставі бухгалтерського балансу ПП «Радіодеталь» за 2018-2020 роки (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Джерела оборотних коштів ПП «Радіодеталь» за 2018-2020 роки

Джерела коштів	2018		2019		2020	
	тис.грн	питома вага, %	тис.грн	питома вага, %	тис.грн	питома вага, %
Власні засоби	5	2,42	61	3,88	-2	-0,03
Додатково залучені засоби	201	97,10	1509	95,99	6411	100,03
Загальна сума	207	100	1572	100	6409	100

На основі аналізу джерел формування оборотних коштів (табл. 2.4) можна відзначити, що основним джерелом виступають позикові засоби протягом усього аналізованого періоду, так їх частка у 2018 р. склала 97,10%, у 2019 р. – 95,99%, а у 2020 р. підвищується до рівня – 98,03%.

Ефективність використання оборотних коштів характеризується їх оборотністю, тобто тривалістю обороту, числом оборотів, коефіцієнтом завантаження коштів у обороті.

Проведемо оцінку ефективності використання оборотних активів підприємства за 2018-2020 рр., результати розрахунку ефективності використання оборотних коштів підприємства представлені у таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

**Показники ефективності використання оборотних коштів
підприємства**

Показник	2018	2019	2020	Відхилення 2020/2018 рр.	Відхилення 2020/2019 рр.
Коефіцієнт оборотності оборотних фондів	0,72	6,03	5,02	4,3	-1,01
Коефіцієнт оборотності коштів	0,89	17,98	21,88	21,00	3,9
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	0,89	17,98	21,88	21,00	3,9
Період обороту дебіторської заборгованості	4,06	20	16	11,94	-4
Коефіцієнт оборотності запасів	4,29	9,42	8,34	4,05	-1,08
Період обороту запасів	84	38	43	-41	5

З даних таблиці 2.4 можна зробити такі висновки: швидкість оборотності дебіторської заборгованості ПП «Радіодеталь» збільшується у 2020 році порівняно із 2018 роком, це є позитивною характеристикою підприємства по

розрахунках із дебіторами; зменшення тривалості обороту дебіторської заборгованості призводить до того, що з обороту не виводяться вільні засоби.

Динаміка коефіцієнтів оборотності та завантаження дебіторської заборгованості та запасів ПП «Радіодеталь» представлена на рис. 2.6.

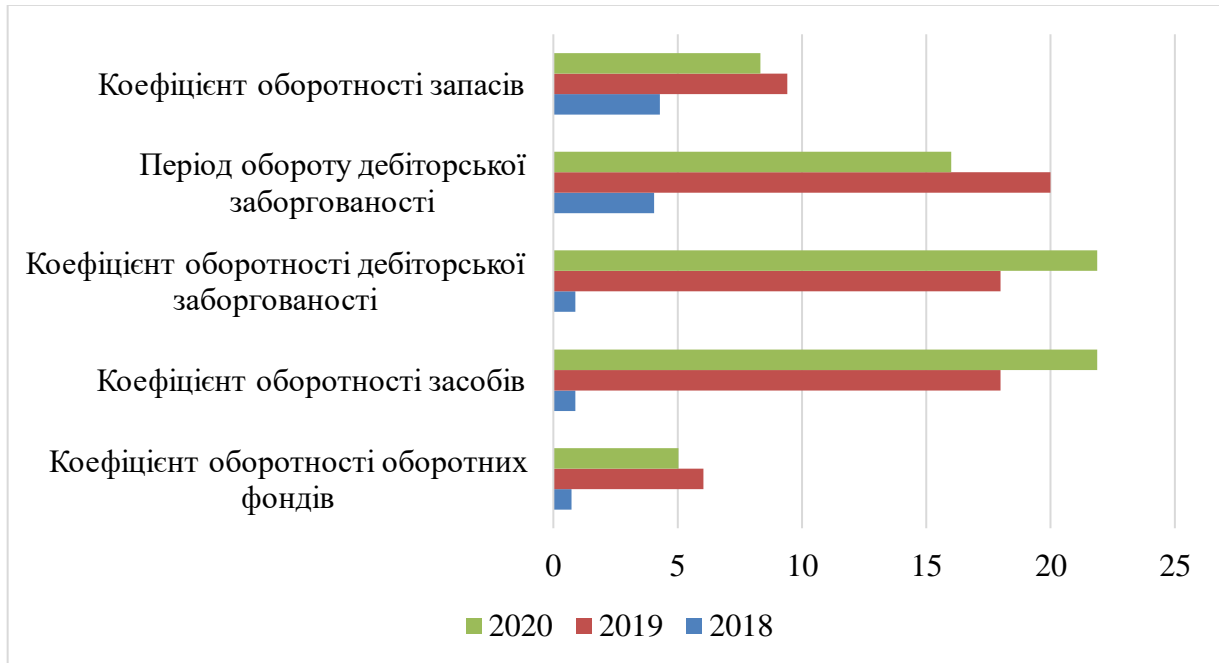


Рис. 2.4. Динаміка коефіцієнтів оборотності підприємства

Таким чином, як видно з даних, представлених на рис. 2.4, видно, що коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості ПП «Радіодеталь» у 2020 році збільшився порівняно з 2018 роком.

У 2020 році порівняно з 2018 роком на підприємстві спостерігається збільшення значення коефіцієнта оборотності оборотних коштів на 4,29 обор., що є позитивною тенденцією. Коефіцієнт оборотності коштів збільшився у 2020 році порівняно з 2018 роком, що є позитивною тенденцією, оскільки свідчить про те, що підприємство має в достатній кількості ліквідні кошти.

2.2 Особливості формування доходів підприємства

Отримання прибутку – основна мета будь-якого підприємства. Усі бізнес-процеси, які у організації, спрямовані на кінцевий результат – прибутковість, рентабельність, дохідність. Це означає, що для них необхідна певна політика,

вироблена підприємством, яка включає в себе заходи щодо планування, управління та коригування.

Прибуток – чисті доходи підприємства від різних видів діяльності, з вирахуванням витрат за виготовлення і продаж продукції, і навіть витрат за різні обов'язкові платежі. Якщо відняти з отриманого доходу всі понесені витрати, отримаємо суму, що становить прибуток. Саме її необхідно планувати для вирішення основних бізнес-завдань.

Планування прибутку – це досить складний процес, який не зводиться до «чим більше, тим краще». Оцінка прогнозованих доходів має бути об'єктивною. Від неї безпосередньо залежить: питання своєчасного та достатнього постачання сировини, матеріалів, інструментів та інших засобів виробництва; можливість регулювання оплати праці найманого персоналу; тенденції взаємовідносин із контрагентами; перспективи модернізації виробництва, збільшення асортименту, динаміки технологічних процесів та інших інновацій; регулювання цін на продукцію (роботи, послуги); оцінка співвідношень передбачуваних ризиків та потенційних «бонусів».

Розробка плану з прибутку – складний процес, заснований на глибокому знанні кон'юнктури ринку, можливостей підприємства, умов та факторів, що визначають конкурентоспроможність підприємства, уміння передбачати реальні шляхи отримання високих доходів.

Процес планування прибутку складається з кількох етапів аналізу прибутку та рентабельності за минулий досліджуваний період, розрахунку його прогнозованої величини; оцінки достовірності здійснених розрахунків; розроблення плану заходів щодо забезпечення отримання запланованого розміру прибутку та рентабельності.

У ході аналізу прибутку та рентабельності господарюючого суб'єкта вивчають динаміку зміни обсягу балансового, чистого прибутку, рівня рентабельності, фактори, що їх визначають (величину валового доходу, рівень витрат обігу, доходи від інших видів діяльності, включаючи сальдо

позареалізованих доходів, розмір податків та ін.). На розмір прибутку та рентабельності впливають дві групи факторів: зовнішні та внутрішні.

До групи зовнішніх факторів відносяться: рівень розвитку економіки країни загалом; заходи регулювання діяльності підприємств зі сторони держави; природні (кліматичні) фактори, транспортні та інші умови, що викликають додаткові витрати в одних підприємств та зумовлюють додатковий прибуток в інших; зміна не передбачених планом підприємства цін на сировину, продукцію, матеріали, паливо, енергоносії, покупні напівфабрикати; тарифів на послуги та перевезення; торгових знижок; надбавок; норм амортизаційних відрахувань; ставок орендної плати; мінімальної заробітної плати; нарахувань на неї; ставок податків та інших зборів, що виплачуються підприємствами; порушення постачальниками, постачальницько-збутовими, вищими господарськими, фінансовими, банківськими та іншими органами державної дисципліни з господарських питань, що торкаються інтересів підприємства.

Друга група поєднує фактори, безпосередньо пов'язані з результатами діяльності підприємства, з підприємницькою активністю суб'єкта, а також зумовлені порушенням підприємства державної дисципліни.

До основних факторів цієї групи належать: результати комерційної діяльності, ефективність укладених угод на поставку товарів, обсяг та структура товарообігу, форми та системи оплати праці, продуктивність праці, ефективність основних та оборотних засобів, рівень валових доходів та витрат обігу, розмір іншого прибутку та ін.

У процесі аналізу формування прибутку використовуються такі основні показники прибутку: валовий прибуток; прибуток від продажів; прибуток до оподаткування; чистий прибуток.

Таблиця 2.6

Показники прибутку ПП «РАДІОДЕТАЛЬ», тис.грн

Показники	2018	2019	2020
Чистий дохід	150	9365	7966

Прибуток від продажів	-5	158	158
Прибуток до оподаткування	-9	69	23
Чистий прибуток	-9	55	18

Як видно з таблиці 2.6 значення валового прибутку підприємства за аналізований період часу різко збільшується, а пізніше зменшується. І ніяких змін у бік стабільності не спостерігається.

Тенденцію зміни показників прибутку можна розглянути в таблиці 2.7.

Таблиця 2.7

Відхилення від фактичних значень показників прибутку

ПП «РАДІОДЕТАЛЬ», тис грн.

Показники	Відхилення		
	2019/2018 рр.	2020/2019 рр	2020/2018 рр
Валовий прибуток	+9215	-1399	+7816
Прибуток від продажів	+163	0	+163
Прибуток до оподаткування	+78	-46	+32
Чистий прибуток(збиток)	+64	-37	+27

Дані таблиці 2.7 дозволили зробити наступні висновки. За аналізований період часу спостерігається позитивна динаміка валового прибутку. У 2020 році обсяг прибутку збільшилася в порівнянні з 2018 роком на 7816 тис. грн. і склав 7966 тис. грн. В 2019 році відхилення в позитивну сторону склало 9215 тис. грн. А вже у 2020 році частка валового прибутку зменшилась на 1399 тис. грн. Значення прибутку від продажів і прибутку до оподаткування до 2019 року збільшувались, а в 2020 році приріст даних показників по відношенню до попереднього року склав 158 тис. грн. і 69 тис. грн. відповідно. Чистий прибуток спочатку збільшується, пізніше зменшується. Відхилення в 2019 році

по відношенню до 2018 року склало 64 тис. грн., в 2020 році в порівнянні з 2019 роком – 37 тис. грн., а в 2020 році відхилення склало тільки 27 тис. грн.

Прибуток від продажів дорівнює сумі валового прибутку за мінусом постійних витрат звітного періоду. Постійні витрати включають в себе комерційні та управлінські витрати підприємства.

Таблиця 2.8

Значення постійних витрат підприємства, тис.грн.

Показники	2018	2019	2020
Комерційні витрати	46	980	134
Управлінські витрати	2219	3187	2761
Сума постійних витрат	2265	4167	2895

Аналізуючи таблицю 2.8 видно, що постійні витрати ПП «РАДІОДЕТАЛЬ» протягом 2018–2020 рр. також зростали і зменшувались. Так в 2018 році постійні витрати становили 2265 тис.грн., А до 2020 року дана сума збільшилася до 2895 тис.грн. приріст склав 26827 тис.грн. Це говорить про те, що на суму постійних витрат аналізованого підприємства великий вплив мають управлінські витрати.

Управлінські витрати підприємства, а також комерційні витрати в 2019 році різко збільшилися і фактично склали 3187 тис. грн., але до 2020 року вони зменшилися до 2761 тис. грн., що перевищило рівень 2019 року.

Для з'ясування ступеня впливу різних факторів на рівень прибутку необхідно зробити факторний аналіз прибутку необхідно провести факторний аналіз.

Прибуток від продажів – це найважливіша складова частина прибутку підприємства. Цей показник розраховується за формулою:

$$P = N - S, \quad (1)$$

де N – виручка від продажів продукції (робіт, послуг) без ПДВ, акцизів і інших непрямих податків;

S – витрати на виробництво продукції (робіт, послуг) по повній собівартість.

Зміна прибутку від продажів продукції відбувається під впливом обсягу продажів і собівартості, які, в свою чергу, залежать від ряду факторів.

До факторів першої групи відносяться: зміна відпускних цін на продукцію; зміна обсягу продажів продукції, зумовлена змінами в структурі продукції.

Фактори другої групи включають: зміна собівартості продукції, що відображає режим економії; зміна собівартості продукції за рахунок структурних зрушень; зміна цін на матеріали і тарифів на послуги.

Наведемо методику формалізованого розрахунку впливу факторів на прибуток від реалізації продукції.

Розрахунок загальної зміни прибутку від реалізації продукції:

$$\Delta P \square P_1 - P_0 \quad (2)$$

де P_1 – прибуток звітного року;

P_0 – прибуток базисного року.

**Результати факторного аналізу прибутку від продажів
ПП «РАДІОДЕТАЛЬ», тис.грн**

Фактори	2018	2019	2020
Зміна відпускних цін на продукцію	5892	7213	7046,6
Зміна обсягу реалізації продукції	878,16	502,2	199,86
Зміна структури продукції	146,36	83,7	33,31
Зниження рівня витрат	- 532	- 125	- 1272
Зміна цін на матеріали та тарифи	173	1450	892
Загальне відхилення від прибутку	1380	5480	4273

Відхилення прибутку в 2020 році надали цінові фактори і зміна цін на матеріали і тарифи.

На основі факторного аналізу можна також зробити висновок про те, що протягом 2018–2020 років на підприємстві спостерігається тенденція до зниження обсягу реалізації продукції і відповідно погіршується і структура продукції. На наш погляд, це дає підставу вважати, що продукція ПП «РАДІОДЕТАЛЬ» не користується попитом.

Прибуток до оподаткування включає фінансові результати від продажів продукції, робіт і послуг, доходи і витрати від фінансової та інвестиційної

діяльності, позареалізаційні доходи і витрати. Прибуток до оподаткування протягом 2018–2019 рр. спочатку збільшився, а потім зменшувався. В 2020 році цей прибуток скоротився на 46 тис. грн., ніж у попередньому році. До 2020 року прибуток до оподаткування по відношенню до 2018 року збільшився на 27 тис.грн.

Чистий прибуток є одним з найважливіших економічних показників, що характеризує кінцеві результати діяльності підприємства. Кількісно він являє собою різницю між сумою прибутку до оподаткування і сумою внесених до бюджету податків з прибутку, економічних санкцій та інших обов'язкових платежів підприємства, що покриваються за рахунок прибутку.

Таблиця 2.10

Визначення суми чистого прибутку підприємства

Показники	Фактичне значення			Відхилення	
	2018	2019	2020	2019/2018	2020/2019
Прибуток до оподаткування	-9	69	23	+78	-46
Податок на прибуток	0	14	5	+14	-9
Чистий прибуток	-9	55	18	+64	-37

Для більшої зручності дані з таблиці 2.10 можна представити у вигляді відношення питомої ваги чистого прибутку і податку на прибуток до питомої ваги прибутку до оподаткування підприємства.

Таблиця 2.11

Питома вага чистого прибутку в прибутку до оподаткування, %

Показники	2018	2019	2020
-----------	------	------	------

Прибуток до оподаткування	100,0	100,0	100,0
Податок на прибуток	0	20,3	21,7
Чистий прибуток	100,0	79,7	78,3

Аналізуючи таблицю 2.10 видно, що питома вага чистого прибутку підприємства в прибутку до оподаткування в 2018 р. – 100%; в 2019 р. – 79,7%; в 2020 р. – 78,3%. За показниками чистого прибутку протягом звітнього періоду часу спостерігається стабільна динаміка. Питома вага податку на прибуток у прибутку до оподаткування збільшилась у 2019, 2020 рр., та становила 20,3% та 21,7 %. Найбільше значення податку на прибуток припадає на 2019 рік, у розмірі 14 тис. грн. До 2020 року даний показник скоротився на 9 тис. грн і становив 5 тис. грн.

Прибуток є складним комплексним показником, величини якого неодмінно враховується в процесі обґрунтування і прийняття. Отже, підводячи підсумок про формування прибутку ПП «РАДІОДЕТАЛЬ» можна зробити висновок, що з кожним роком всі показники прибутку не вказують на покращення справ підприємства.

Про що свідчить наведений аналіз. Прибуток до оподаткування в 2019 році в порівнянні з 2018 роком збільшився на 78 тис.грн. До 2020 року чистий прибуток знизився до 18 тис.грн. скорочення даного виду прибутку призводить до погіршення діяльності підприємства, зменшення активів. Сума постійних витрат підприємства тримає тенденцію до збільшення. Приріст витрат у 2020 році по відношенню до 2018 року склав 2895 тис.грн.

Загальна фінансово–економічна ситуація підприємства станом на 2020 р. погіршується, по відношенню до 2019 р. Проте бачимо позитивну тенденцію в порівнянні з 2018 р.

2.3 Аналіз прибутку і рентабельності ПП «Радіодеталь»

Фінансовий результат діяльності підприємства виявляється у зміні величини його власного капіталу за звітний період. Здатність підприємства забезпечити неухильне зростання власного капіталу можна оцінити системою показників фінансових результатів. Узагальнені найважливіші показники фінансових результатів діяльності підприємства представлені у річній бухгалтерській звітності.

Проведемо аналіз фінансових результатів діяльності підприємства за 2018-2020 роки. (табл. 2.12).

Таблиця 2.12

Горизонтальний аналіз фінансових результатів діяльності

ПП «Радіодеталь»

Найменування показника	2018	2019	2020	Відхилення 2020-2019		Темп росту 2020-2018
				тис.грн	%	
Дохід	150	9365	7966	-1399	85,06	5310,67
Собівартість	155	8227	7674	-553	93,28	4950,97
Валовий прибуток	-5	1138	292	-846	25,66	-5840,00
Комерційні витрати	46	980	134	-846	13,67	
Прибуток від продажу	-5	158	158	0	100,00	-3160,00
Інші витрати	4	89	135	46	151,69	3375,00
Прибуток до оподаткування	-9	69	23	-46	33,33	-256
Чистий прибуток (збиток)	-9	55	18	-37	32,73	-200

Як видно з даних, представлених у таблиці 2.11, підприємство протягом 2018 р. працює зі збитком. У 2019 року порівняно з 2018 роком для

підприємства спостерігається збільшення виручки на 9215 тис. грн. Також на підприємстві збільшилася собівартість на 8072 тис. грн. Ця динаміка вплинула на збільшення валового прибутку підприємства, зростання прибутку становило 1143 тис. грн. Збільшення комерційних витрат у 2019 році порівняно з 2018 роком становило 980 тис. грн. У 2019 році збільшення прибутку від продажу продукції становило 163 тис. грн. Для підприємства спостерігається збільшення інших витрат на 85 тис. грн.

У 2020 році порівняно з 2019 роком на підприємстві спостерігається зменшення виручки на 1399 тис. грн. Також на підприємстві зменшилася собівартість на 553 тис. грн.

Водночас зменшився валовий прибуток підприємства (846 тис. грн.). Спостерігається зменшення комерційних витрат у 2020 році порівняно з 2019 роком – 846 тис. грн.

У 2020 р. порівняно з 2019 р. прибуток від продажу продукції на підприємстві залишився без змін. На підприємстві спостерігається збільшення інших витрат на 46 тис. грн. У 2020 році порівняно з 2019 роком на підприємстві спостерігається зменшення прибутку до оподаткування та чистого прибутку на 46 тис. грн. та 37 тис. грн. відповідно.

Для більшої наочності на рис. 2.5 представлено динаміку чистого прибутку ПП «Радіодеталь» за 2018-2020 роки.

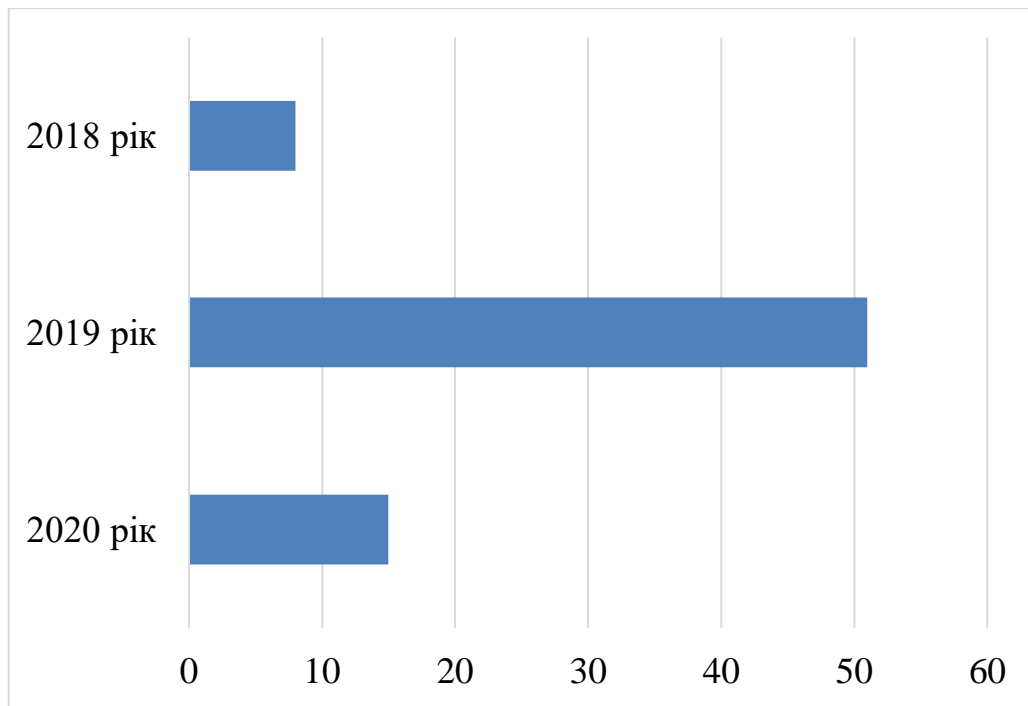


Рис. 2.5. Динаміка чистого прибутку ПП «Радіодеталь» за 2018-2020 роки

Як очевидно з рис. 2.5 на досліджуваному підприємстві в аналізованому періоді спостерігається варіювання чистого прибутку (зниження).

Показники рентабельності відбивають суму прибутку, отриману організацією за кожен гривню капіталу, активів, доходів, витрат тощо.

Проведемо розрахунок показників рентабельності ПП «Радіодеталь» результати, якого представлені у таблиці 2.13.

Таблиця 2.13

**Динаміка показників прибутковості (рентабельності) ПП
«Радіодеталь» за 2018-2020 роки**

Найменування показника	2018	2019	2020
Рентабельність продажів	-0,03	0,02	0,02
Бухгалтерська рентабельність від звичної діяльності	-6,00	0,74	0,09
Чиста рентабельність	-0,03	0,02	0,02
Рентабельність активів	-4,35	3,5	0,28
Рентабельність власного капіталу	3,6	0,9	-4,5

Рентабельність продукції	0,97	1,14	1,04
--------------------------	------	------	------

Отже, з проведеного аналізу показників рентабельності можна дійти висновку, що на ПП «Радіодеталь» підвищується ефективність діяльності (таблиці 2.13).

Так, із проведеного аналізу випливає, що на підприємстві у 2019 році спостерігається збільшення показника рентабельності продажів до 0,02, тобто збільшення становило 0,05. Дана динаміка свідчить про зростання частки чистого прибутку обсягом продажів.

У 2019 році, порівняно з 2018 роком, на підприємстві відбулося збільшення значення бухгалтерської рентабельності від звичайної діяльності до 0,74%, що показує збільшення частки прибутку на підприємстві до оподаткування.

На підприємстві у 2019 році відбулося збільшення значення показника чистої рентабельності на 0,05 порівняно з 2018 роком. Дана динаміка свідчить тому, що у підприємстві відбулося збільшення виручки від продукції.

Також слід зазначити, що зменшення значення показника рентабельності власного капіталу в аналізованому періоді становило 8,1. Це свідчить про підвищення ефективності діяльності підприємства.

Для кращої наочності динаміка показників ділової активності ПП «Радіодеталь» за 2018-2020 роки. представлена рис. 2.8.

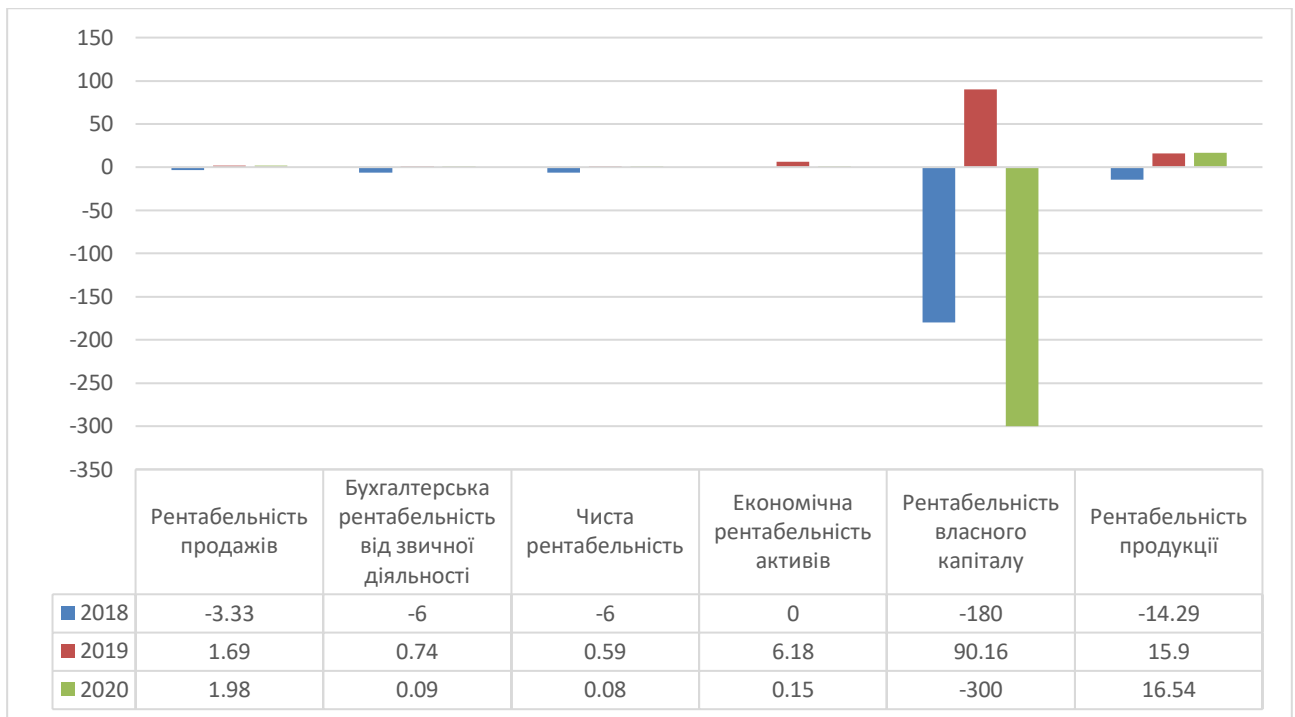


Рис. 2.6. Динаміка показників рентабельності ПП «Радіодеталь» за 2018-2020 роки

Як очевидно з рис. 2.6, у 2020 році порівняно з 2018 роком на підприємстві спостерігається підвищення показників рентабельності.

Необхідно провести факторний аналіз прибутку та рентабельності підприємства.

Факторний аналіз прибутку – це методика комплексного системного вивчення та вимірювання впливу факторів на величину результативного показника, а саме прибутку підприємства [18].

Вихідні дані для факторного аналізу прибутку від продажу підприємства ПП «Радіодеталь» (табл. 2.14).

**Вихідні дані для факторного аналізу прибутку від продажу ПП
«Радіодеталь» за 2019-2020 роки**

Показники	2019, тис.грн	2020, тис.грн	Абсолютне відхилення, тис. грн.	Відносне відхилення, %
Виручка від продажу продукції, робіт чи послуг	9365	7966	-1 399	-0,15
Собівартість	8227	7674	-553	-0,07
Комерційні витрати	980	134	-846	-0,86
Прибуток від продажу	158	158	0	0,00
Індекс зміни цін	1	0,729	0	-0,27
Обсяг реалізації у порівнянних цінах	9 365	10 927	1 562	0,1668

Визначимо вплив чинників у сумі прибутку підприємства. Для визначення впливу обсягу продажу прибуток необхідно прибуток попереднього періоду помножити на зміну обсягу продажів.

Виторг від реалізації товарів підприємства у 2020 р. склав 7966 тис. грн., для початку необхідно визначити обсяг продажів у базисних цінах ($7966/0.729$), який склав 10927 тис.грн. З огляду на це зміна обсягу продажу за аналізований період ($10927/9365 \times 100\%$), тобто, відбулося збільшення обсягу реалізованої продукції на 16,68%. За рахунок зниження обсягу продажу продукції прибуток від продажу продукції знизився: $158 \times 0,1668 = 26,36$ тис. грн.

Прибуток звітного періоду, виходячи з собівартості та цін базисного періоду, можна визначити з деякою часткою умовності таким чином:

– виторг від продажу звітного періоду в цінах базисного періоду 9365 тис. грн;

- фактично реалізована продукція, розрахована за базовою собівартістю $(9365 \times (1+0,1668)) = 6854,55$ тис. грн;
- комерційні витрати базисного періоду 980 тис. грн.

Отже, вплив зрушень у структурі асортименту на величину прибутку від продажів дорівнює: $3039 - 158 \times (1 + 0,1668) = 2961,11$ тис. грн.

Проведений розрахунок показує, що у складі реалізованої продукції збільшилася питома вага продукції з меншим рівнем дохідності.

Вплив зміни собівартості на прибуток можна визначити, співставляючи собівартість реалізації продукції у звітному періоді із витратами базисного періоду. Собівартість реалізованої продукції збільшилася, отже, прибуток від продажу продукції знизився на ту ж саму суму.

Вплив комерційних витрат на прибуток визначимо шляхом співставлення їх величини у звітному та базисному періодах, за допомогою збільшення суми комерційних витрат – 846 тис. грн.

Для визначення впливу цін реалізації продукції на зміну прибутку необхідно порівняти обсяг продажів звітного періоду, вираженого в цінах звітного та базисного періоду, тобто: $10927 - 9365 = - 2961$ тис. грн.

Підсумовуючи, розрахуємо загальний вплив всіх перерахованих факторів:

- вплив обсягу продажів + 26,36 тис. грн;
- вплив структури асортименту реалізованої продукції – 2961,11 тис. грн.;
- вплив собівартості +819,45 тис. грн.;
- вплив величини комерційних витрат - 846 тис. грн.;
- вплив цін реалізації – 2961 тис. грн;

Слід здійснити факторний аналіз рентабельності власного капіталу підприємства на основі використання формули Дюпона. Ця формула дозволяє визначити, які чинники найбільше впливають на економічну рентабельність.

У таблиці 2.14 подано факторний аналіз рентабельності власного капіталу (фінансової рентабельності) ПП «Радіодеталь» за 2019-2020 роки із застосуванням формули Дюпона.

Факторний аналіз рентабельності власного капіталу (фінансової рентабельності) ПП «Радіодеталь» за 2019-2020 роки за формулою Дюпона

Найменування показника	2019	2020	Відхилення 2020-2019
Виторг, тис.грн.	9 365	7 966	-1399
Чистий прибуток, тис. грн.	55	18	-37
Середньорічна вартість власного капіталу, тис. грн.	61	-2	-63
Середньорічна вартість активів, тис. грн.	1572	6409	4837
Рентабельність власного капіталу чистого прибутку, %	90,16	-300,00	-390,16
Рентабельність продажів з чистого прибутку, %	0,59	0,08	-0,51
Оборотність всіх активів	5,96	1,24	-4,71
Коефіцієнт фінансової залежності	25,77	-3204,50	-3230,27

Зростання рівня фінансової рентабельності відбулося внаслідок впливу наступних факторів:

Вплив зміни рентабельності продажів:

$$Dk(kp) = -0,51 \times 5,96 \times 25,77 = -78,$$

Вплив зміни ресурсовіддачі:

$$Dk(ka) = 0,08 \times (-3220,27) \times 25,77 = -9,15.$$

Вплив зміни структури авансованого капіталу:

$$Dk(kk) = (kp1 \times ka1 \times kk1) - (kp1 \times ka1 \times kk0) = 0,08 \times 1,24 \times (-3220,27) = -302,41$$

$$-78,6 - 9,15 - 302,41 = -390,16.$$

Як видно з наведених даних, зменшення рентабельності власного капіталу на 390,16 одиниць відбулося внаслідок зменшення рентабельності продажів та ресурсовіддачі. Зменшення рентабельності продажів спричинило зниження рентабельності власного капіталу на 78,6 одиниці. Зменшення оборотності активів на 4,71 обороту викликало зниження рентабельності власного капіталу на 9,15 одиниць, а зменшення коефіцієнта фінансової залежності – зниження рентабельності власного капіталу на 302,41 одиниці.

Проведений аналіз дозволив виявити такі проблеми управління прибутком:

- система обліку та управління прибутком функціонує неефективно, у звітах є помилки;
- звіти з прибутку готуються у програмі EXCEL, у зв'язку з чим бувають розбіжності у даних, оскільки значення бухгалтерського обліку мають здатність змінюватися, а дані у звітах змінюються не оперативно;
- робота економіста ПП «Радіодеталь» досить повільна, у результаті часто розрахунки з контрагентами уповільнені.

РОЗДІЛ 3

УПРАВЛІННЯ ВИКОРИСТАННЯМ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

3.1 Основні напрямки розподілу і використання прибутку підприємства

Розподіл та використання прибутку є важливим господарським процесом, який забезпечує як покриття потреб підприємства, так і формування доходів держави.

Механізм розподілу прибутку має бути побудований в такий спосіб, щоб сприяти підвищенню ефективності виробництва, стимулювати розвиток нових форм господарювання.

Залежно від об'єктивних умов суспільного виробництва на різних етапах розвитку вітчизняної економіки, система розподілу прибутку змінювалася і вдосконалювалася. Однією з найважливіших проблем розподілу прибутку як до переходу на ринкові відносини, так і в умовах їх розвитку є оптимальне співвідношення частки прибутку, що акумулюється в доходах бюджету і залишається у розпорядженні суб'єктів господарювання.

З розвитком ринкових відносин підприємства мають право використовувати отриманий прибуток на свій розсуд, крім тієї його частини, яка підлягає обов'язковим відрахуванням, оподаткуванню та іншим напрямкам відповідно до законодавства.

Таким чином, виникає необхідність у чіткій системі розподілу прибутку насамперед на стадії, що передуює освіті чистого прибутку (прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства).

Економічно обґрунтована система розподілу прибутку насамперед має гарантувати виконання фінансових зобов'язань перед державою та максимально забезпечити виробничі, матеріальні та соціальні потреби підприємства.

Об'єктом розподілу є оподатковуваний прибуток підприємства. Він розподіляється на бюджетні платежі і статті використання для підприємства.

Законодавчо розподіл прибутку регулюється у тій його частині, яка надходить до бюджетів різних рівнів у вигляді податків та інших обов'язкових платежів. Визначення напрямів витрачання прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства, структури статей його використання перебуває у компетенції підприємства.

При розподілі прибутку підприємства необхідно враховувати основні принципи розподілу, які можна сформулювати так: прибуток, одержуваний підприємством у результаті виробничо-господарської та фінансової діяльності, розподіляється між державою та підприємством як суб'єктом господарювання; прибуток акумулюється у відповідних бюджетах у вигляді податку на прибуток, порядок обчислення та сплати якого до бюджету встановлюється законодавчо та ставка якого не може бути довільно змінена; величина прибутку підприємства, що залишається у його розпорядженні після сплати податків, не повинна знижувати його зацікавленість у зростанні обсягу виробництва та покращенні результатів виробничо-господарської діяльності; прибуток, що залишився у розпорядженні підприємства, насамперед має спрямовуватися на накопичення, що забезпечує його подальший розвиток, і лише в іншій частині – на споживання.

Розподіл чистого прибутку має відображати процес формування коштів та резервів підприємства для фінансування потреб виробництва та розвитку соціальної сфери.

У сучасних умовах господарювання держава не встановлює будь-яких нормативів розподілу прибутку, але через оподаткування прибутку підприємства стимулює витрати на відтворення виробничих та невиробничих коштів, витрати на благодійні цілі, фінансування природоохоронних заходів, витрати на утримання об'єктів та установ соціальної сфери та ін.

Розподіл чистого прибутку – один із напрямків внутрішньофірмового планування, значення якого в умовах ринкової економіки зростає. Порядок розподілу та використання прибутку фіксується у статуті підприємства. Основними витратами, що фінансуються з прибутку, є витрати на розвиток

виробництва, соціальні потреби трудового колективу, на матеріальне заохочення працівників та благодійні цілі.

Відповідно до цього в міру надходження чистий прибуток підприємств спрямовується: на фінансування, а також робіт із створення, освоєння та впровадження нової техніки; на вдосконалення технології та організації виробництва; на модернізацію устаткування; покращення якості продукції; технічне переозброєння, реконструкцію діючого виробництва; на поповнення обігових коштів.

Поряд з фінансуванням виробничого розвитку прибуток, що залишається у розпорядженні підприємства, спрямовується на задоволення соціальних потреб. Так, з цього прибутку виплачуються одноразові заохочення та допомога тим, хто йде на пенсію, а також надбавки до пенсій; дивіденди з акцій та вкладів членів трудового колективу у майно підприємств; виробляються витрати на додаткових відпусток понад встановленої законом тривалості; оплачується житло; надається матеріальна допомога. Крім того, здійснюються витрати на безкоштовне харчування або харчування за пільговими цінами.

Капіталізація прибутку - це перетворення фінансових коштів на капітал. В акціонерних товариствах основною метою розподілу прибутку є забезпечення необхідної пропорційності між поточними виплатами дивідендів та забезпечення зростання ринкової вартості акцій підприємства за рахунок капіталізації частини прибутку.

Забезпечуючи виробничі, матеріальні та соціальні потреби за рахунок чистого прибутку, підприємство має прагнути до встановлення оптимального співвідношення між фондом накопичення та споживання, щоб враховувати умови ринкової кон'юнктури та водночас стимулювати та заохочувати результати праці працівників підприємства.

Розширення процесів реформування економіки напрямі створення повноцінних ринкових відносин супроводжується розширенням операцій суб'єктами господарської діяльності над ринком цінних паперів. Підприємства різних форм власності можуть вкладати (інвестувати) частину свого чистого

прибутку на придбання акцій акціонерних товариств, облігацій (як інших підприємств, і муніципальних, державних). Альтернативними формами інвестування чистий прибуток можуть бути вкладення коштів у спільні підприємства (зокрема з участю іноземного капіталу), їх розміщення на банківських депозитах, за іншими формами фінансових вливань.

Прибуток, що залишається у розпорядженні підприємства, служить як джерелом фінансування виробничого, соціального розвитку та матеріального заохочення, а й у випадках порушення підприємством чинного законодавства для сплати різних штрафів і санкцій. У разі приховування прибутку від оподаткування або внесків до позабюджетних фондів також стягуються штрафні санкції, джерелом яких є чистий прибуток.

У разі кризи виникає необхідність резервувати кошти у зв'язку з проведенням ризикових операцій та, як наслідок цього, втратою доходів від підприємницької діяльності. Тому з використанням чистий прибуток підприємства вправі створювати фінансовий резерв, т. є. ризиковий фонд.

Щорічно резервний фонд повинен поповнюватися за рахунок відрахувань від прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства. Крім покриття можливих збитків від ділових ризиків фінансовий резерв може бути використаний на додаткові витрати з розширення виробництва та соціального розвитку, розробку та впровадження нової техніки, приріст оборотних засобів та заповнення їх нестачі, інші витрати, зумовлені соціально-економічним розвитком колективу.

З розширенням спонсорської діяльності частина чистого прибутку може бути спрямована на благодійні потреби, надання допомоги театральним колективам, організацію мистецьких виставок та інші цілі.

Отже, наявність чистого прибутку, що створює стимулюючі умови господарського розвитку підприємства під час переходу до ринку, є важливим фактором подальшого зміцнення та розширення підприємницької діяльності.

З метою ефективного використання прибутків, необхідно, наскільки можна, звільнитися від посередників, яким дістається основна частка прибутку.

На ПП «Радіодеталь» не рідко вдаються до послуг різних посередницьких структур, у зв'язку з цим слід вивчати ситуацію і там, де це можливо, відмовитися від посередників. Проте слід пам'ятати, що часто посередники є невід'ємною складовою ринкової структури. Найчастіше лише посередник здатний придбати той чи інший вид сировини чи матеріали.

На рівень прибутку підприємства істотно впливає динаміка ринкового попиту. Вона, водночас, обумовлена темпами приросту громадян, рівнем доходів споживачів, і навіть величиною ціни на продукцію. Продукції підприємства, яка користується попитом, що швидко збільшується, властивий більш високий рівень рентабельності.

Вплив на прибуток структури ринку, де функціонує компанія, особливо проявляється за обмеженості послуг. Разом з тим, з підвищенням концентрації послуг на ринку зменшується її рентабельність, відповідно, маркетинговій службі ПП «Радіодеталь» необхідно покращити роботу у напрямку дослідження попиту на послуги.

До факторів, що забезпечують зменшення собівартості, належать використання передових технологій, зростання продуктивності праці, вдосконалення використання програмного забезпечення підприємства, зменшення витрат, впорядкування витрат за апарат управління та інших.

Удосконалення організації роботи економістів у ПП «Радіодеталь» має сприяти вирішенню проблем у функціонуванні системи управлінського обліку, які у свою чергу перешкоджають підвищенню ефективності діяльності підприємства в цілому.

Отже, головна вимога, яка пред'являється сьогодні до системи розподілу прибутку, що залишається на підприємстві, полягає в тім, що вона повинна забезпечити фінансовими ресурсами потреби розширеного відтворення на основі встановлення оптимального співвідношення між засобами, що направляються на споживання і накопичення.

При розподілі прибутку, визначенні основних напрямків його використання насамперед враховується стан конкурентного середовища, що

може диктувати необхідність істотного розширення і відновлення виробничого потенціалу підприємства. Відповідно до цього визначаються масштаби відрахувань від прибутку у фонди виробничого розвитку, ресурси яких призначаються для фінансування капітальних вкладень, збільшення оборотних коштів, забезпечення науково-дослідної діяльності, упровадження нових технологій, переходу на прогресивні методи праці і т. п.

Для кожної організаційно-правової форми підприємства законодавчо установлений відповідний механізм розподілу прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства, заснований на особливостях внутрішнього пристрою і регулювання діяльності підприємств відповідних форм власності.

Законодавство обмежує розмір резервного фонду підприємства, регулює порядок формування резерву по сумнівних боргах. Порядок розподілу і використання прибутку підприємства фіксується в його статуті і визначається положенням, що розробляється відповідними підрозділами економічних і фінансових служб і затверджується керівним органом підприємства.

3.2 Шляхи підвищення прибутковості підприємства

В сучасних економічних реаліях управління фінансовими ресурсами відіграє ключову роль у діяльності підприємств. Фінансовий стан господарюючих суб'єктів характеризується наявністю фінансових ресурсів, необхідних для ефективного функціонування, їх належного розміщення та цільового використання. Контроль і регулювання фінансових результатів необхідний, тому що вони дозволяють: досягати стратегічних цілей, підвищувати виробничий потенціал підприємства, підтримувати поточну діяльність [4, с. 58].

Безперервна робота над отриманням і максимізацією розміру чистого прибутку є найважливішим критерієм успішної роботи підприємства. Щоб збільшити прибуток підприємства можна реалізувати наступні види діяльності:

- підвищення обсягів виробництва та реалізації продукції;
- зниження витрат на виробництво продукції;

– підвищення якості продукції, що випускається.

Розглянемо, яким чином можна досягти швидкого і ефективного зниження виробничих витрат. Отримання найбільшого результату при найменших витратах – це зниження собівартості продукції.

В економічному сенсі собівартість – це грошове представлення витрат підприємства на виробництво і реалізацію продукції [7, с. 219].

Собівартість продукції – це вартісна оцінка природних і паливно-енергетичних ресурсів, сировини, матеріалів, основних засобів, трудових ресурсів та інших витрат, що безпосередньо беруть участь у виробничому процесі [14, с. 364].

Безперервний розвиток техніки і технологій є неодмінною умовою зниження витрат. Придбання основних засобів, механізація і автоматизація виробничих процесів, поліпшення технології, використання нових видів сировини надають неодмінний вплив на зниження собівартості продукції.

Для зменшення виробничих витрат необхідно застосовувати кооперування і використовувати спеціалізацію. Витрати на виробництво продукції в організаціях з масовим виробництвом менше, ніж на підприємствах, що виробляють таку ж продукцію в менших обсягах.

Скорочення собівартості досягається в першу чергу за рахунок підвищення продуктивності праці. При зростанні продуктивності праці знижуються витрати праці на одиницю продукції. Таким чином, зменшується частка фонду оплати праці в загальному обсязі витрат.

Щоб знизити витрати на виробництво продукції необхідно знайти шляхи зниження витрат у виробничо-господарській діяльності підприємства. Послідовне втілення режиму економії необхідно впроваджувати на всіх ділянках – скорочувати вартість матеріальних ресурсів кожної одиниці продукції, знижувати витрати на утримання виробництва і управління ним, ліквідувати брак.

Витрати на придбання сировини займають значну частку в загальній структурі витрат на виробництво продукції. Отже, навіть мінімальне

скорочення на закупівлю сировини, матеріалів та електроенергії при виробництві кожної одиниці продукції в цілому на підприємстві дає великий ефект.

Аналіз вартості витрат необхідний з моменту закупівлі сировини. В ціну сировини і матеріалів включаються транспортні витрати. Тому при виборі постачальників необхідно вибирати тих, хто знаходиться недалеко від підприємства і вибирати найбільш дешевий вид транспорту. При прагненні в зменшенні витрат не слід нехтувати аналізу якості сировини, що поставляється, тому що в кінцевому рахунку це впливає на якість готової продукції.

Також дуже важливим шляхом зниження собівартості є раціональне використання матеріалів і впровадження технічно обґрунтованих нормо-витрат.

Зміна умов виробництва і реалізації продукції відбивається на ефективності виробництва. Значний вплив на рівень собівартості продукції надають техніко-економічні фактори виробництва [10, с. 35]. Даний вплив відбивається в залежності від змін в обладнанні, технології, організації і виробництва, в структурі і якості продукції, що випускається і розмірі витрат на її виробництво. Аналіз витрат зазвичай проводиться систематично протягом усього року з метою виявлення внутрішніх резервів їх скорочення.

Продукція ПП «Радіодеталь» є матеріаломісткою, збутомісткою, трудомісткою і фондомісткою. У таблиці 3.1 представлені заходи щодо зниження витрат на виробництво продукції.

Зниження виробничих витрат є найбільш важливим фактором, що впливає на фінансові результати. Отже, необхідно більш детально розглянути можливі шляхи зниження собівартості. Підприємство має три блоки: поставка, виробництво і розподіл. Фактори зниження витрат – це причини, рушійні сили, що знижують витрати, і умови, в яких вони діють.

Таблиця 3.1

Заходи щодо зниження собівартості продукції

Зниження матеріальних витрат	Зниження собівартості	Зниження трудовитрат	Зниження амортизаційних
------------------------------	-----------------------	----------------------	-------------------------

	продажів		відрахувань
Оптимізація ІС-користування матеріальних ресурсів, зниження витрат на доставку сировини, зменшення відходів від браку, впровадження матеріалозоєрігаючих технологій, оптимізація складських запасів, удосконалення технології виробництва, зміна обсягу і структури продукції	Оптимізація каналів продажів, застосування нових методів реклами, використання системи оптових знижок, зменшення транспортних витрат на доставку продукції	Удосконалення кадрів, підвищення якості підбору персоналу, розрахунок оптимальної чисельності нового персоналу, вдосконалення системи мотивації персоналу, підвищення продуктивності праці, розрахунок оптимальних норм вироботку на одного працівника	Розробка наукового підходу до вибору методу амортизації, скорочення термінів впровадження нового обладнання

Впровадження перерахованих вище заходів допоможе зменшити витрати на виробництво продукції, що в свою чергу дозволить збільшити обсяг прибутку без додаткових вкладень.

Для підвищення ефективності діяльності підприємства та оптимізації прибутку від продажів потрібно зменшити витрати на виробництво продукції шляхом зниження собівартості споживаної сировини. Для цього необхідно провести аналіз постачальників, знайти більш вигідні варіанти укладення договорів на поставку сировини і надання послуг.

Дослідження ринку сировини і матеріалів є джерелом інформації для складання списку постачальників. Фахівці звертають увагу в першу чергу на відповідність якості сировини, що поставляється її вартості, а також графік термінів поставки.

При укладанні довгострокових договорів з постійними підприємствами ПП «Радіодеталь» може розраховувати на систему знижок і варіантів відстрочки платежу.

Аналіз постачальників матеріалів на основі цінових критеріїв показав, що зміна деяких з існуючих постачальників може принести підприємству значну економію витрат.

Реалізація розроблених рекомендацій і пропозицій може змінити показники діяльності підприємства.

Отже, для зниження собівартості продукції, необхідно закуповувати нове обладнання, автоматизувати і механізувати виробництво, удосконалювати технології виробництва, підвищувати продуктивність праці, правильно вибирати постачальників матеріалів, також розумно витрачати сировину і матеріали. Для підвищення ефективності реалізації продукції необхідно розширювати асортимент реалізованої продукції, максимізувати ціни і обсяги продажів, а також мінімізувати витрати. Також не варто забувати про ритм поставок і підтримці якості продукції, що випускається на найвищому рівні.

Як автоматизацію в ПП «Радіодеталь» рекомендується встановити ERP-систему, яка сприятиме підвищенню ефективності роботи економіста на підприємстві, прискоренню розрахунків, підвищенню ефективності управління прибутком.

Насамперед застосування ERP-системи покликане сприяти успішній реалізації аналогічної бізнес-стратегії, виконання якої має забезпечити ефективне планування ресурсів підприємства та управління ними.

Для цього необхідно оптимізувати роботу його підрозділів, а саме досягти максимальної узгодженості між ними та скоротити адміністративні

витрати. Цього можна досягти за рахунок переваг, що надаються інформаційною системою. Це:

1. Підвищення прозорості бізнес-процесів.
2. Вирішення проблем із упорядкуванням та пошуком потрібної інформації.
3. Підвищення достовірності та актуальності даних.
4. Збільшення швидкості документообігу між підрозділами.
5. Організація єдиного інформаційного простору між головним офісом та віддаленими філіями.
6. Скорочення часу заповнення документації та звільнення від можливих помилок.

Для реалізації процесу планування ФХД та контролю у ПП «Радіодеталь» менеджер використовує модель контуру управлінського контролю, яка застосовується для вимірювання та оцінки діяльності в рамках конкретного проекту (або повторюваної діяльності) підприємства.

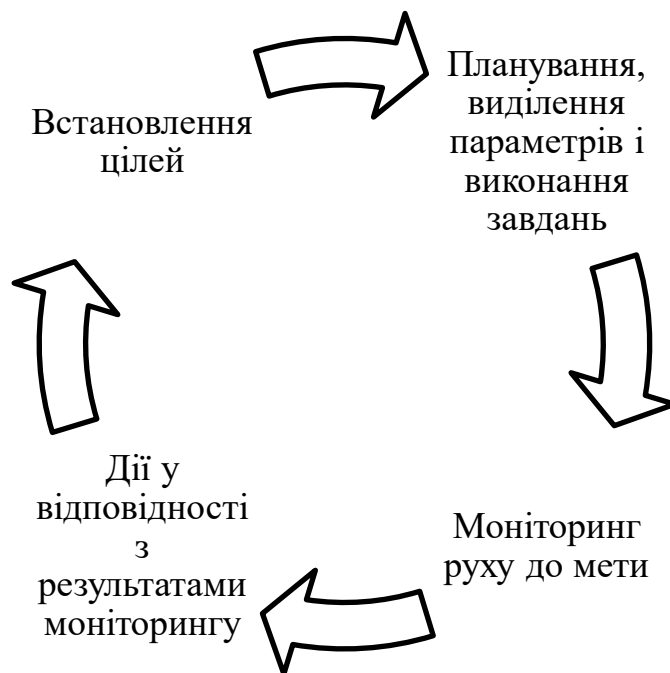


Рис. 3.1. Модель управлінського контролю

Інструменти, що використовуються на даному етапі:

- SMART-характеристики цілей;

– матриця для встановлення пріоритетів за цілями.

Складемо дерево цілей ПП «Радіодеталь», рис. 3.2.



Рис. 3.2. Дерево цілей проєкту у ПП «Радіодеталь»

Моніторинг впровадження системи в ПП «Радіодеталь» включав наступний діапазон методів:

- спостереження та особиста участь на всіх етапах реалізації проєкту та доступність для всіх його учасників;
- поточна статистика показників діяльності у ПП «Радіодеталь»;
- звіт про виняткові ситуації лише у разі відхилення від плану та надзвичайних обставин;
- опитування та обговорення під час зустрічей щодо проєкту або телефонних переговорів, пов'язаних з ним.

В результаті впровадження ERP-систем відбудеться вивільнення робочого часу працівників підприємства, що спричинить умовне вивільнення коштів (у вигляді приросту продуктивності праці працівників). Отже, працівники за той же час зможуть виконувати більший обсяг роботи.

Після впровадження розроблених заходів фінансова звітність організації ПП «Радіодеталь» зміниться наступним чином: дане програмне забезпечення

підвищить швидкість документації, що обробляється, а саме, економія часу на проведення розрахунків з постачальниками, контроль своєчасної оплати товарів, що в кінцевому підсумку дасть підприємству збільшення прибутку та скорочення дебіторської заборгованості.

Розроблені рекомендації збільшують прибуток ПП «Радіодеталь», а також роблять структуру оборотних активів більш збалансованою.

У зв'язку з проведенням дослідження запропонованого заходу, можна зробити такі висновки. Резервами зростання обсягу прибутку та показників рентабельності організації ПП «Радіодеталь», збільшення обсягів продажу рекомендується за рахунок реалізації інвестиційного проєкту щодо впровадження нового інвестиційного продукту.

Оцінка економічної ефективності даних рекомендацій вказує на отримання додаткової суми прибутку, та позитивну динаміку показників рентабельності. Таким чином, розроблений захід можна визнати економічно вигідним та доцільним.

ВИСНОВКИ

У магістерській роботі досягнуто поставленої мети і вирішено всі необхідні завдання. За підсумками вивчення методики аналізу прибутку та рентабельності на прикладі підприємства ПП «Радіодеталь» необхідно зробити низку висновків та узагальнень.

У теоретичній частині роботи було виявлено, що прибуток є кінцевим фінансовим результатом діяльності підприємства і є його основною метою. Разом з тим прибуток є дуже складною економічною категорією.

Прибуток підприємства – це найважливіше джерело задоволення наявних у суспільства соціальних потреб.

Високою роллю прибутку в процесі розвитку підприємства та забезпечення інтересів її персоналу та власників визначається необхідність безперервного та високоефективного управління нею. Управління прибутком слід розглядати як процес прийняття та вироблення управлінських рішень за ключовими аспектами її формування, використання та розподілу на підприємстві.

Фінансовий результат є оцінним показником та виражає економічну ефективність діяльності організації. Цей показник визначається показником прибутку або збитку, що формується протягом календарного року і є різницею від порівняння сум доходів і витрат організації.

Рентабельність це коефіцієнт отриманий як відношення прибутку до витрат, де як прибуток може бути використана величина балансового, чистого прибутку, прибутку від реалізації продукції, а також прибутку від різних видів діяльності підприємства. У знаменнику як витрати можуть бути використані показники вартості основних та оборотних фондів, виручки від реалізації, собівартості продукції власного та позикового капіталу тощо.

Управління прибутком підприємства доцільно подати у вигляді ряду взаємозалежних і взаємодіючих функціональних підсистем. Ефективне управління функціональними підсистемами фінансової діяльності підприємства

є визначальним у його фінансовому становищі та позитивних результатах господарської діяльності. Проте за умов нестабільного економічного середовища управління прибутком підприємства супроводжується виникненням численних проблем.

Важливим інструментом конкурентної боротьби в сучасних умовах стає правильно певна стратегія розвитку підприємства, заснована на зіставленні власного ресурсного потенціалу із зовнішнім оточенням, в якому воно діє. Правильно обрана стратегія дозволяє зберігати конкурентоспроможність підприємства у довгостроковій перспективі.

Поєднання стратегічних підходів та методів вирішення складних проблемних ситуацій дає разюче реалістичні результати. З'являється пряма можливість поліпшити рівень управління підприємством шляхом визначення стратегії підприємства.

Таким чином, впровадження методів вирішення багатокритеріальних завдань із структурованими критеріями у процедури аналізу економічних величин дозволить на сьогоднішній день значно удосконалити системи підходу до проблем моделювання економічних процесів, створення адекватних та реальних оцінок діяльності підприємств будь-якої сфери діяльності.

Практична частина цієї роботи була присвячена розгляду методики управління прибутком та рентабельності підприємства ПП «Радіодеталь». При цьому з'ясувалося, що доходами від звичайних видів діяльності ПП «Радіодеталь» є прибуток від продажу товарів.

У 2020 року порівняно з 2019 роком для підприємства спостерігається зменшення виручки на 1399 тис. грн. Також для підприємства сталося зменшення собівартості на 553 тис. грн.

Водночас зменшення валового прибутку підприємства становило 846 тис. грн. Зменшення комерційних витрат у 2020 році порівняно з 2019 роком становило 846 тис. грн.

У 2020 р. порівняно з 2019 р. прибуток від продажу продукції на підприємстві залишився без змін. На підприємстві спостерігається збільшення

інших витрат на 46 тис.грн. У 2020 році порівняно з 2019 роком на підприємстві спостерігається зменшення прибутку на оподаткування та чистого прибутку на 62 тис. грн. та 49 тис. грн. відповідно.

Таким чином, за підсумками аналізу встановлено, що ефективність використання активів підприємства знижується, що обумовлено зниженням чистого прибутку підприємства, водночас ефективність основної діяльності зростає, про що свідчить зростання рентабельності продажів.

Налагоджена система управлінського обліку фінансів – господарська діяльність дає величезну перевагу над ринком, оскільки з її допомогою у ПП «Радіодеталь» з'явиться можливість позбавлятися неприбуткових напрямків, підвищується потенціал співробітників, і, найголовніше, з'явиться можливість продумувати дії підприємства на крок уперед конкурентів.

З метою збільшення прибутковості у ПП «Радіодеталь» запропоновано використання ERP-системи. У роботі проведено розрахунок економічної ефективності реалізації проєкту щодо впровадження ERP-системи, NPV якого становив 1827,8 тис. грн. Як показали розрахунки витрати використання програмного продукту окупляться за 6 міс.

Проведені розрахунки ефективності розроблених заходів показали, що виручка підприємства за прогнозом зросте до кінця 2021 року до 8250 тис.грн., а прибуток від продажів – до 1010 тис. грн. Швидкість обороту коштів у ПП «Радіодеталь» зросте, це говорить про економічну ефективність заходів.

Розроблені рекомендації збільшують прибуток ПП «Радіодеталь», а також зроблять структуру оборотних активів більш збалансованою.

У разі збільшення обсягів продажу на 1593 тис.грн. інші витрати збільшуються на 360 тис. грн. власний прибуток до оподаткування збільшується на 1233 тис.грн. та чистий прибуток на 987 тис.грн.

Оцінка економічної ефективності даних рекомендацій вказує на отримання додаткової суми прибутку та позитивну динаміку показників рентабельності. Отже, розроблений захід можна визнати економічно вигідним та доцільним.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрютин М. С. Экономический анализ торговой деятельности: учеб. пособие. М. : Дело и сервис, 2013. 512 с.
2. Алексеева М. М. Планирование деятельности фирмы: учеб. Пособие. М. : Финансы и статистика, 2019. 288 с.
3. Баканов М. И. Теория экономического анализа хозяйственной деятельности: учеб. пособие. М. : ДиС, 2019. 425 с.
4. Балабанов И. Т. Основы финансового менеджмента: учеб. пособие. М. : Финансы и статистика, 2013. 290 с.
5. Бернштейн Л. А. Анализ финансовой отчетности: учеб. пособие. М. : Финансы и статистика, 2019. 180 с.
6. Бланк И. А. Управление денежными потоками: учебник. Киев: Ника – центр, 2013. 480 с.
7. Блонська В. І., Вужинська О. І. Вдосконалення формування і використання прибутку підприємств. Науковий вісник НЛТУ України. 2008. № 18(1) С. 122-128.
8. Бондаренко Н. С., Тюленева Ю. В. Удосконалення управління прибутком на підприємстві. Збірник наукових праць молодих ечених факультету менеджменту та маркетингу КПІ ім. І. Сікорського «Актуальні проблеми економіки та управління» 2017. Вип. 11. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/102586> (дата звернення: 01.11.2021)
9. Бредникова Т. Б. Финансы: учеб. пособие. М. : ИНФРА – М, 2018. 336 с.
10. Бужинский А. И. Методика экономического анализа хозяйственной деятельности промышленного предприятия: учеб. пособие. М. : Финансы и статистика, 2019. 361 с.
11. Бухонова С. М. Комплексная методика анализа финансовой устойчивости предприятия. Экономический анализ: теория и практика. 2019. № 7, С. 18-30.

12. Ващенко Н. В., Максимович Ю.І. Створення ефективної системи управління оборотними активами підприємства на основі діагностичного інструментарію. Сталый розвиток економіки. 2013. №3. С. 260-265.
13. Винникова И. С., Кузнецова Е. А. Финансовый менеджмент современной организации. Мининский университет. Нижний Новгород. 2018.
14. Воронкова О.Н., Пузакова Е. П. Внешнеэкономическая деятельность: организация и управление. М.: Экономистъ, 2020. 495 с.
15. Воронкова Т. Є., Безпалько Н. Ю. Шляхи підвищення прибутковості підприємства в умовах нестабільного середовища. Інвестиції: практика та досвід. Київ, 2020. № 19. С. 42–44.
16. Гаватюк Л. С., Дармограй Н. В., Хімійчук Г.М. Прибутковість українських підприємств: реалії сьогодення. Молодий вчений. 2020. № 1(28). С. 40–43.
17. Гладка Л. І., Домашенко М. О., Ковальова М. В. Управління прибутком в сучасних умовах. Економіка і регіон : Наук. Вісник Полтавського національного технічного університету ім. Ю. Кондратюка. 2012. № 1(32). С. 195–198.
18. Говорушко Т. А., Арич М. І. Теоретичні аспекти сутності управління фінансово-економічними результатами діяльності підприємства. Економічний аналіз: збірник наукових праць. 2012. № 11. С. 117–121.
19. Горбачева Л. А. Анализ прибыли и рентабельности: учеб. пособие. М.: Экономика, 2019. 195 с.
20. Господарський кодекс України №436-IV від 16 січня 2003 року. URL: <http://zakon.nau.ua> (дата звернення: 11.11.2021)..
21. Гуменюк В. С., Єпіфанова І. Ю. Фактори зростання прибутку підприємства. Молодий вчений. 2020. № 7(34). С. 46–49.
22. Донцова Л. В., Никифорова Н. А. Анализ финансовой отчетности: практикум. М.: Издательство «Дело и Сервис», 2019. 144 с.

23. Єпіфанова І. Ю., Гуменюк В. С. Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності. Економіка та суспільство. 2020. № 3. С. 189-192.
24. Жигалкевич Ж. М., Фісенко Е. С. Система управління прибутком як умова ефективного функціонування підприємства. Економіка і суспільство. 2020. № 4. С.145–148.
25. Інформація з офіційного сайту Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 05.11.2021)
26. Климова Н. В. Бухгалтерский финансовый и управленческий учет в анализе формирования и использования экономической прибыли. Экономический анализ: теория и практика. № 1(130). 2019, С. 2-8.
27. Ковалев А. К. Экономический анализ: управление капиталом: учеб. пособие. М. : ДиС, 2013. 246 с.
28. Кравцова А. М. Фінансові ресурси підприємств: механізм формування та ефективного використання: монографія. Вінниця: ПП Балюк І.Б., 2010. 220 с.
29. Крючко Л. С., Бережко Я. В., Семиліт І. В.. Використання операційного левериджу в управлінні прибутком підприємства. Інвестиції: практика та досвід. № 7. 2016. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/7_2016/12.pdf (дата звернення: 01.12.2021).
30. Лапіна І. С., Гончаренко О. М. Фінансовий менеджмент: навч. посіб.; за заг. ред. І. С. Лапіної. Одеса: Атлант, 2016. 313 с.
31. Лойко В. В., Несенюк Є.С. Шляхи збільшення обсягу прибутку та підвищення дієвості управління прибутком промислового підприємства в сучасних умовах господарювання. Міжнародний науковий вісник (International Scientific Journal). 2019. № 7.
32. Маргасова В. Системний підхід до управління оборотним капіталом на підприємствах харчової промисловості. Актуальні проблеми економіки. 2007. №7(37). С.53-59.

33. Мардаковская Ю. В. Долгосрочная и краткосрочная финансовая политика организации. М.: Элит-2019, 2020. 272 с.
34. Нагайчук В. В. Показники оцінки якості прибутку підприємства та їх залежність від обраної стратегії. Науковий вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. Сер. Економічні науки. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2011. Вип. II (42), ч. 1. С. 139–146.
35. Николаева М. А. Финансовый менеджмент. Теоретические основы. Учебник для ВУЗов. М.: Норма, 2020. 387 с.
36. Николишин С. Є. Прибуток підприємства та особливості управління ним. Молодий вчений. 2017. Вип. № 2. С. 299–303.
37. Опікунова Н. В., Лопата В. Г. Управління прибутком підприємства. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2018. № 46. С. 294-298.
38. Пархоменко О. П. Концепція формування та використання оборотного капіталу промислового підприємства. Наук. пр. Нац. ун-ту харч. технологій. 2011. №36. С. 21–25.
39. Пігуль Н. Г. Управління прибутком підприємства [Текст]. Проблеми і перспективи розвитку. 2010. № 28. С. 125–132.
40. Податковий Кодекс України від 2 грудня 2011 року №2755- VI. URL: <http://zakon.nau.ua> (дата звернення: 11.11.2021)..
41. Прибутковість підприємства як основний показник його діяльності. URL: <http://econf.at.ua/publ/konferencija2020> (дата звернення: 05.11.2021)
42. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» : Наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 № 73. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13> (дата звернення: 11.11.2021).
43. Райская О. П., Панфилова О. В. Регулирование финансовой устойчивости предприятий как основа экономического роста. Банковские услуги. 2017. № 6. С. 38-47.
44. Романова Т. В., Даровський Є. О. Чинники, що впливають на збільшення прибутку підприємств України в сучасних умовах. Ефективна

економіка. 2019. № 4. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3976>
(дата звернення: 18.10.2021)

45. Рязанцева В. В. Аналіз формування та використання прибутку підприємства. Статистика України. 2007. № 1. С. 40–43.

46. Савицкая Г. В. Анализ финансового состояния предприятия. М.: Гревцов Паблицер, 2018. 148 с.

47. Селезнева Н. Н., Ионова А. Ф. Финансовый анализ. М.: Юнити, 2017. 479 с.

48. Соколова Е. А., В'юшкова А. І. Проблеми управління прибутком підприємств. Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту. 2019. № 32. С. 310-320.

49. Ткаченко Є. Ю. Сучасні підходи до управління прибутком промислового підприємства [Текст]. Гуманітарний вісник ЗДІА. 2019. № 47. С. 270–276.

50. Турчак В. В., Чижинська С. Д. Методика оцінки фінансового потенціалу підприємства в сучасних умовах господарювання // Молодий вчений. 2014. № 8 (11). С. 49-52.

51. Тютюнник В. Факторный анализ прибыли. Справочник экономиста. 2010. № 10. С. 35–42.

52. Фінанси підприємств : підручник / А.М. Поддєрьогін та ін. ; кер. кол. авт. і наук. ред. А.М. Поддєрьогін. Київ : КНЕУ, 2008. 552 с.

53. Фінансовий аналіз та звітність: практикум / І. Ю. Єпіфанова, В.В. Джеджула // Вінниця: ВНТУ, 2017. 143 с.

54. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. / Васківська К. В., Сич О. А.. Львів : «ГАЛИЧ-ПРЕС», 2017. 236 с.

55. Чернова Г. М., Татаренко В. О. Эффект финансового важеля, как механизм управления прибутком підприємства. 2011. URL: http://www.rusnauka.com/6_NITSHB_2011/Economics/3_80460.doc.htm (дата звернення: 11.11.2021).

56. Школьник І. О., Боярко І. М., Сюркало Б. І. Фінансовий менеджмент: навчальний посібник.; за ред. І.О. Школьник. Суми: Університетська книга, 2009. 301 с.

57. Шматковська Т. О. Концептуальні засади стратегічного управлінського обліку. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2020. № 4. С. 244-253.

58. Шогенов Б. А., Караева Ф. Е. Аналитическая группировка статей актива и пассива баланса. Экономический анализ: теория и практика. 2020. № 15. С. 39-43.