

Центральноукраїнський національний технічний університет

Економічний факультет

Кафедра економіки, підприємництва та готельно-ресторанної справи

«ДОПУЩЕНО ДО ЗАХИСТУ»

Завідувач кафедри

д.е.н., професор

\_\_\_\_\_ Володимир ЗАЙЧЕНКО

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2025 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
**ЗА ДРУГИМ (МАГІСТЕРСЬКИМ) РІВНЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ**  
на тему:  
**Підвищення ефективності господарської діяльності підприємства**  
**(на прикладі ПП „Стіл” м. Кропивницький)**  
**«Increasing the efficiency of the enterprise's economic activities»**

Виконав здобувач вищої освіти

2 курсу, групи ПТЛ-24м

ОПП «Підприємництво, торгівля та логістика»

спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля»

\_\_\_\_\_ Момонт Р.В.

«\_\_\_» грудня 2025 р.

Керівник роботи: к.е.н, доцент

\_\_\_\_\_ Нісфоян С.С.

«\_\_\_» грудня 2025 р.

Рецензент к.е.н., доцент

\_\_\_\_\_ Заярнюк О.В.

м. Кропивницький

**Центральноукраїнський національний технічний університет**

Факультет Економічний

Кафедра Економіки підприємництва та ГРС

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

Галузь знань Управління та адміністрування

Спеціальність 076 –« Підприємництво та торгівля»

Освітньо-професійна (освітньо-наукова) програма Підприємництво,  
торгівля та логістика

**ЗАТВЕРДЖУЮ:**

**Завідувач кафедри економіки  
та підприємництва**

\_\_\_\_\_  
(підпис)  
**д.е.н., проф Володимир ЗАЙЧЕНКО**  
(наук. ступінь, вч. звання, ім'я та прізвище)

«5» вересня 2025 року

**ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ  
ЗА ДРУГИМ (МАГІСТЕРСЬКИМ) РІВНЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ  
ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ**

**Момонт Ростислав Васильович**

(прізвище, ім'я та по-батькові)

1. Тема роботи «Підвищення ефективності господарської діяльності підприємства  
(на прикладі ПП „Стіл” м. Кропивницький)»

2. Керівник роботи Нісфоян Сергій Сергійович, к.е.н., доцент

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

3. Строк подання роботи до захисту 13 грудня 2025

4. Мета та завдання кваліфікаційної роботи Мета кваліфікаційної роботи: є  
економічне обґрунтування заходів по підвищенню прибутковості діяльності  
підприємства

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	<i>Ознайомлення з літературними джерелами</i>	06.09.25- 15.09.25	
2.	<i>Написання вступу та першого розділу «Теоретичні аспекти формування, розподілу та використання прибутку»</i>	16.09.25- 10.10.25	
3.	<i>Написання другого розділу «Аналіз господарсько-фінансової діяльності підприємства»</i>	11.10.25- 30.10.25	
4.	<i>Написання третього розділу «Пропозиції щодо підвищення ефективності виробництва ПП «Стіл»</i>	01.11.25- 20.11.25	
5.	<i>Оформлення кваліфікаційної роботи</i>	21.11.25- 30.11.25	
6.	<i>Перевірка кваліфікаційної роботи на унікальність та виявлення академічного плагіату</i>	01.12.25- 12.12.25	
7.	<i>Підготовка ілюстративного матеріалу, отримання відгуку наукового керівника, зовнішньої рецензії, рецензії, підготовка до захисту</i>	13.12.25- 15.12.25	

Дата видачі завдання

«5» вересня 2025 р.

Керівник роботи \_\_\_\_\_ *Нісфоян С.С.*  
(підпис) (прізвище та ініціали)

Завдання прийняте до виконання

«5» вересня 2025 р.

Здобувач \_\_\_\_\_ *Момонт Р.В.*  
(підпис) (прізвище та ініціали)

## АНОТАЦІЯ

**Момонт Р.В. Підвищення ефективності господарської діяльності підприємства.** Кваліфікаційна робота за другим (магістерським) рівнем вищої освіти зі спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля». – Центральноукраїнський національний технічний університет Міністерства освіти і науки України. – Кропивницький, 2025.

У першому розділі роботи розглянуто сутність і види прибутку, системи і методи аналізу, планування операційного прибутку підприємства. У другому розділі здійснено аналіз собівартості продукції, аналіз динаміки операційних витрат вартості реалізованої продукції, аналіз трудомісткості виробничої програми, аналіз проектної потужності обладнання, аналіз використання прибутку та рентабельності підприємства. У третьому розділі надано пропозиції щодо підвищення ефективності виробництва ПП «Стіл».

**Ключові слова:** прибуток, собівартість продукції, операційні витрати, рентабельність підприємства, маржинальний дохід, фінансово-господарська діяльність.

## ANNOTATION

**Momont R.V. Increasing the efficiency of the enterprise's economic activities.** Qualification work for the second (master's) level of higher education in the specialty 076 «Entrepreneurship and Trade». – Central Ukrainian National Technical University of the Ministry of Education and Science of Ukraine. – Kropyvnytskyi, 2025.

The first chapter deals with the the nature and types of profit, systems and methods of analysis, and planning of the operating profit of an enterprise. The second chapter presents the analysis of the cost of production, an analysis of the dynamics of operating expenses of the cost of products sold, an analysis of the labor intensity of the production program, an analysis of the design capacity of the equipment, an analysis of the use of profit and profitability of the enterprise. The third chapter provides suggestions for improving the production efficiency of PE "Stil".

**Key words:** profit, cost of production, operating expenses, profitability of the enterprise, marginal income, financial and economic activity

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП .....</b>	<b>4</b>
<b>1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ, РОЗПОДІЛУ ТА ВИКОРИСТАННЯ ПРИБУТКУ .....</b>	<b>6</b>
1.1. СУТНІСТЬ І ВИДИ ПРИБУТКУ .....	6
1.2. СИСТЕМИ ТА МЕТОДИ АНАЛІЗУ ПРИБУТКУ .....	16
1.3 ПЛАНУВАННЯ ОПЕРАЦІЙНОГО ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА .....	27
<b>2. АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКО-ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....</b>	<b>34</b>
2.1. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПІДПРИЄМСТВА .....	34
2.2. АНАЛІЗ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ .....	37
2.2.1. <i>Аналіз динаміки операційних витрат на 1 грн. вартості реалізованої продукції</i> .....	38
2.2.2. <i>Аналіз структури операційних витрат за економічними елементами</i> .....	39
2.3. АНАЛІЗ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ ЗА КАЛЬКУЛЯЦІЙНИМИ СТАТТЯМИ ВИТРАТ .....	42
2.4. АНАЛІЗ НЕПРЯМИХ ВИТРАТ .....	44
2.5. АНАЛІЗ ТРУДОМІСТКОСТІ ВИРОБНИЧОЇ ПРОГРАМИ .....	46
2.6. АНАЛІЗ ПРОЕКТНОЇ ПОТУЖНОСТІ ОБЛАДНАННЯ .....	47
2.7. АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ПРИБУТКУ ТА РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....	50
<b>3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПП «СТІЛ» .....</b>	<b>54</b>
3.1 ОПТИМІЗАЦІЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРОГРАМИ .....	54
3.1.1. <i>Розрахунок точки беззбитковості</i> .....	55
3.1.2 <i>Розрахунок коефіцієнтів маржинального доходу</i> .....	59
3.1.3. <i>Дозавантаження потужностей обладнання з урахуванням існуючого попиту</i> ...	60
3.2 ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ЗМЕНШЕННЯ МАТЕРІАЛЬНИХ ВИТРАТ НА ВИРОБНИЦТВО ШВЕЙНИХ ВИРОБІВ ПП «СТІЛ» .....	65
3.2.1 <i>Економія матеріальних ресурсів</i> .....	65
3.2.2 <i>Маркетингова стратегія вибору постачальника</i> .....	67
<b>ВИСНОВКИ .....</b>	<b>71</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>	<b>76</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Побудова розвинутого ринкового господарства є досить складним і тривалим процесом. Зміни у способах та методах управління економікою підприємства регламентуються ринковою системою господарювання, яка вимагає нових методів визначення місця та ролі підприємства у суспільному виробництві.

Процес реалізації господарської діяльності суб'єктами господарювання передбачає ефективну інтеграцію великої кількості матеріальних, трудових, організаційних та фінансових ресурсів.

Величина економічних результатів безпосередньо відображає всі аспекти діяльності суб'єкта господарювання: організацію технології та виробництва, внутрішню та зовнішню систему управління, а також аспекти цієї діяльності.

Результат господарської діяльності – це економічний результат у грошовій формі, що має два «полюси» характеристики: позитивний та негативний, тобто прибуток та збиток.

Позитивний фінансовий результат, а саме прибуток – це мета, заради якої працюють підприємства.

Прибуток – це абсолютний показник ефективності підприємства, позитивний показник економічних результатів, оскільки співвідношення витрат до отримання цього доходу перевищує співвідношення доходу, що формує майбутні результати підприємства та держави.

Прибуток – це основне джерело фінансування для розвитку підприємств, покращення їх технічно-матеріальної бази та забезпечення всіх форм інвестицій. Кожна діяльність підприємства спрямована на забезпечення росту прибутку як головного показника ефективності підприємницької діяльності. Прибуток підприємства генерується за рахунок операцій з продажу продукції та поза операційні операції. Прибуток від операційної діяльності, що відображає місію та профіль підприємства, розраховується як різниця між реалізованою продукцією та повною собівартістю, тому аналіз складових собівартості є дуже важливим фактором його розвитку.

**Метою кваліфікаційної роботи є економічне обґрунтування заходів по підвищенню прибутковості діяльності організації.**

Для досягнення поставленої мети було визначено та виконано такі завдання:

здійснено аналіз собівартості продукції;

проаналізовано динаміку операційних витрат;

проаналізовано трудомісткість виробничої програми;

здійснено аналіз проектної потужності обладнання;

проаналізовано використання прибутку та рентабельності;

розроблено пропозиції щодо підвищення прибутковості

Об'єктом дослідження є процеси забезпечення підвищення прибутковості діяльності підприємства.

Об'єктом дослідження є сукупність теоретичних і прикладних питань, пов'язаних із забезпеченням зростання прибутковості діяльності підприємства.

Для аналізу господарської діяльності використовуються класичні методи – балансовий, відсоткових чисел, інтегральний, а для аналізу економічних даних застосовуються ключові методи економічної статистики, зокрема: методи середніх та відносних величин, статистичного групування та графічний метод.

### **Апробація результатів та публікації.**

Нісфоян, С. С. Основні напрямки підвищення фінансової стійкості підприємства / С. С. Нісфоян, Р. В. Момонт // Підприємництво, облік та фінанси: сучасний стан й перспективи повоєнного відродження : матеріали II Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 21 трав. 2025 р., м. Херсон, Кропивницький. – Херсон : ХДАЕУ, 2025. – С. 241–243.

Кваліфікаційна робота складається із трьох розділів: в першому розділі розглянуті методологічні підходи до аналізу та удосконаленню маркетингової стратегії підприємства, в другому розділі – аналіз фінансово-господарської діяльності, маркетингового середовища, стратегічний аналіз та аналіз сильних та слабких сторін підприємства, в третьому розділі – розроблено шляхи оптимізації маркетингової діяльності.

Кваліфікаційна робота містить 79 сторінок, 8 рисунків та 13 таблиць.

# 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ, РОЗПОДІЛУ ТА ВИКОРИСТАННЯ ПРИБУТКУ

## 1.1. Сутність і види прибутку

Прибуток є одночасно найпростішою та найскладнішою категорією в ринковій економіці. Його простота впливає з того факту, що він становить основу та головний рушій ринкової економіки, а також є головним стимулом для підприємницької діяльності. Його складність, з іншого боку, впливає з різноманітності його суттєвих характеристик, а також різноманітності контекстів, у яких він проявляється.

Враховуючи важливість прибутку, слід зазначити такі характеристики:

1. Прибуток є формою доходу для підприємця, який займається певною діяльністю. Однак цього спрощеного визначення прибутку недостатньо, щоб осягнути його всю складність, оскільки в деяких випадках діяльність, незалежно від її сфери, може бути не пов'язана зі сприйняттям прибутку (наприклад, політична чи благодійна діяльність).

2. Прибуток є формою доходу для підприємця, який інвестував свій капітал для досягнення певного рівня комерційного успіху. Категорія прибутку тісно пов'язана з категорією капіталу – специфічного фактора виробництва – і характеризує середню вартість капіталу в експлуатації.

3. Прибуток – це гарантований дохід для підприємця, який інвестував свій капітал у певний вид бізнесу. Це чистий дохід підприємця від інвестованого ним капіталу. Однак, у процесі своєї діяльності, підприємець може через власні помилки або об'єктивні зовнішні причини не лише втратити очікуваний прибуток, а й втратити весь або частину інвестованого капіталу. Тому прибуток також певною мірою є компенсацією за ризик, пов'язаний з підприємницькою діяльністю. Як зазначено нижче, рівень прибутку та рівень підприємницького ризику є прямо пропорційними.

4. Прибуток відображає не всю суму доходу, отриманого від підприємницької діяльності, а лише частину цього доходу, що вираховується з

витрат, пов'язаних із здійсненням цієї діяльності. Іншими словами, кількісно прибуток є залишковим показником, а саме різницею між загальним доходом та загальними витратами, понесеними в ході підприємницької діяльності.

5. Прибуток – це вартісний показник, виражений у грошовому еквіваленті. Метод оцінки прибутку пов'язаний з практикою узагальненого обліку витрат, який враховує всі відповідні ключові показники (інвестований капітал, отриманий дохід, понесені витрати тощо), а також з сучасним процесом його податкового регулювання.

Враховуючи передбачувані фундаментальні характеристики прибутку, його можна визначити найзагальніше так: «Прибуток – це чистий дохід підприємця від інвестованого капіталу, виражений у грошовому еквіваленті, що відображає його компенсацію за ризик, пов'язаний із здійсненням підприємницької діяльності».

Основними учасниками ринку є як індивідуальні підприємці (фізичні особи), так і підприємства (юридичних осіб). Відмінності у стилях управління також впливають на певні аспекти створення та розподілу прибутку. Спочатку розглянемо роль прибутку компанії в ринковій економіці (рис. 1.1).



Рисунок 1.1 – Характеристика ролі прибутку підприємства в умовах ринкової економіки.

1. Прибуток є основною метою підприємницької діяльності. Головним рушієм усієї комерційної діяльності, її кінцевою метою є покращення добробуту власників. Це зростання характеризується розміром їхнього поточного та майбутнього доходу від інвестованого капіталу, який походить від отриманого прибутку.

Хоча досягнення високого рівня прибутку є цілком очевидною мотивацією для власників бізнесу, можна задатися питанням, чи ця ж мотивація справедлива для менеджерів та інших працівників.

Для менеджерів, які не володіють компанією, якою вони керують, прибуток є головним показником успіху. Збільшення прибутку підвищує їхню ринкову вартість, що впливає на їхню компенсацію. І навпаки, систематичне зниження прибутку має наслідки для їхньої кар'єри, доходів і, отже, перспектив працевлаштування.

Для інших працівників рівень прибутку також є потужним мотиватором, особливо якщо компанія пропонує план розподілу прибутку. Прибутковість компанії не лише гарантує зайнятість для своїх працівників (за інших рівних умов), але й забезпечує додаткову матеріальну компенсацію та покриває низку їхніх соціальних потреб.

2. Прибуток компанії формує основу економічного розвитку держави в цілому. Механізм перерозподілу прибутку через податкову систему дозволяє всім рівням (національному та місцевим) робити внески до державного бюджету, що дозволяє державі виконувати свої місії та реалізовувати програми економічного розвитку. Крім того, застосування відомого принципу, що «багатство держави вимірюється багатством її громадян», пов'язане зі збільшенням прибутків компаній, що забезпечує вищі доходи для їхніх власників, керівників та працівників.

3. Прибуток компанії є критерієм ефективності певної виробничої (операційної) діяльності. Рівень прибутку компанії відносно середнього показника по галузі відображає ступінь її компетентності (підготовки, досвіду, ініціативності) у веденні економічної діяльності в умовах ринкової

економіки. Середній промисловий рівень компаній відображає ринкові та інші зовнішні фактори, що визначають ефективність виробничої діяльності, та є основним регулятором потоків капіталу в галузі, сприяючи таким чином їх оптимальному використанню. У цьому випадку капітал, як правило, переводиться на сегменти ринку, що характеризуються високим попитом, що сприяє кращому задоволенню соціальних та особистих потреб.

4. Прибуток є основним внутрішнім джерелом фінансових ресурсів для компанії, що забезпечує її зростання. Він відіграє домінуючу роль у системі внутрішніх джерел цих ресурсів. Чим вищий рівень прибутку, який генерує компанія у своїй господарській діяльності, тим менше їй потрібно шукати зовнішні фінансові ресурси та, за інших рівних умов, тим вищий рівень її самофінансування. Крім того, на відміну від інших внутрішніх джерел фінансових ресурсів, прибуток є постійно відновлюваним ресурсом і за умов ефективного управління його відтворення відбувається у великих масштабах.

5. Прибуток є основним джерелом підвищення ринкової вартості компанії. Можливість збільшення вартості капіталу забезпечується шляхом реінвестування частини прибутку компанії, тобто шляхом збільшення її активів. Чим вища норма прибутку та рівень капіталізації компанії, тим більша вартість її чистих активів (активів, створених шляхом інвестицій в акціонерний капітал), а отже, тим вища її загальна ринкова вартість, що визначається шляхом продажу, злиттів, поглинань та інших операцій.

6. Прибуток компанії є основним джерелом задоволення соціальних потреб суспільства.

Роль соціального капіталу демонструється тим фактом, що різні рівні бюджетних асигнувань через оподаткування дозволяють реалізовувати різноманітні національні та місцеві соціальні програми, спрямовані на забезпечення добробуту вразливих (або незахищених) осіб у суспільстві. Крім того, його зобов'язання відображається в турботі про добробут своїх працівників, зокрема з точки зору вартості пільг, пов'язаних з роботою (соціальні пільги є невід'ємною частиною індивідуальних трудових

договорів). Нарешті, певний ступінь соціальної відповідальності проявляється через участь у світській філантропічній діяльності з метою забезпечення доходу некомерційним організаціям та асоціаціям, а також матеріальної підтримки окремих осіб.

#### 7. Якість важлива для захисту продукції від ризику забруднення.

Такі проблеми можуть виникати в контексті фінансової діяльності, спрямованої на прибутковість компанії (особливо у випадках надмірної залежності від короткострокових позик, недостатніх грошових резервів тощо), але за інших рівних умов компанії можуть подолати ці ризики завдяки своїй здатності генерувати вищі прибутки. Я розумію. Обговорюючи роль грошей на ринку, важливо зазначити, що, на думку багатьох економістів, ця роль не завжди є позитивною. Дійсно, деякі форми грошей є інструментами створення багатства лише для деяких і приносять користь не всім. Це стосується всіх видів доходів, отриманих від комерційних операцій, будь то надмірно високі ціни, що стягуються для отримання конкурентної переваги, чи дохід, пов'язаний з акціями компанії. Давайте розглянемо, чи не є ці види доходів «необхідними» з точки зору розвитку людського капіталу.

Прибуток від торговельних операцій (так звані «арбітражні угоди», враховуючи різницю між цінами купівлі та продажу) є результатом кращого знання цін на різних ринках, більшої чутливості до сприятливих ринкових умов та більшої готовності ризикувати. Ця порівняльна перевага компенсує більш інтенсивну торговельну активність і являє собою ефективний механізм для ребалансування цін на кожному ринку. На фіксованих ринках (валютні ринки) – товарів, валют – торгівля деривативами (хеджування, свопи, опціони тощо) є важливим інструментом контролю витрат для трейдерів, які не уникають ризику. Вигоди, які компанія отримує від свого домінуючого становища на ринку завдяки встановленню вищих цін (відома «надмірна перевага», пов'язана з монополією), додатково стимулюють її залучати

капітал та збільшувати обсяги продажів, що зрештою стимулює конкуренцію та знижує ціни.

Прибуток, який компанія отримує від «непрозорої» діяльності (виробництво та продаж незареєстрованих товарів), певною мірою залежить від дотримання інвесторами «правил гри» планової економіки, зокрема щодо волатильності цін на певні види діяльності. За цих умов компанії не можуть не лише забезпечити інфраструктуру, необхідну для свого зростання, але й, в деяких випадках, ефективно вижити під час рецесій. Збільшення кількості робочих місць, пов'язаних з цією діяльністю (і, як наслідок, обсягу «прихованих» прибутків), є доказом для держави ефективності податкових заходів, пов'язаних з підприємницькою діяльністю, дозволяючи збалансувати інтереси держави та інтереси інвесторів. Крім того, ці невикористані прибутки сприяють економічному зростанню країни. Як зазначалося раніше, прибутковість компанії залежить не лише від різноманітності її діяльності, але й від її ринків, що розвиваються. Термін «добро» охоплює його різні форми, які зараз позначаються численними термінами. Тому необхідний точний вибір термінології. У таблиці 1.1 представлена така класифікація, що ґрунтується на основних категоріях.

Розглянемо детальніше різні види прибутку бізнесу відповідно до класифікації, встановленої їх ключовими характеристиками.

1. Виходячи з джерел формування прибутку, що використовуються в бухгалтерському обліку, ми розрізняємо прибуток від реалізації продукції, від реалізації активів та від позареалізаційної діяльності.

Прибуток від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) становить основний вид прибутку для бізнесу. Він безпосередньо пов'язаний зі специфічними галузевими характеристиками його діяльності. Це називається «прибутком від значної діяльності». В обох випадках цей прибуток обліковується як результат управління основною виробничою та збутовою діяльністю підприємства.

Таблиця 1.1 – Систематизація видів прибутку підприємства за основними класифікаційними ознаками

Ознаки класифікації прибутку підприємства	Види прибутку по відповідним ознакам класифікації
1. Джерела формування прибутку, використання його в обліку	а) Прибуток від реалізації продукції б) Прибуток від реалізації майна в) Прибуток від позареалізаційних операцій
2. Джерела формування прибутку по основних видах діяльності підприємства	а) Прибуток від операційної діяльності б) Прибуток від інвестиційної діяльності в) Прибуток від фінансової діяльності
3. Склад елементів, формуючих прибуток	а) Маржинальний прибуток б) Балансовий чи валовий прибуток в) Чистий прибуток
4. Характер оподаткування прибутку	а) Оподатковуваний прибуток б) Прибуток, не підлягаючий оподаткуванню
5. Характер інфляційного «очищення» прибутку	а) Прибуток номінальний б) Прибуток реальний
6. Розглянутий період формування прибутку	а) Прибуток попереднього періоду б) Прибуток звітного періоду в) Прибуток планового періоду (запланований прибуток)
7. Регулярність формування прибутку	а) Регулярно формований прибуток б) Надзвичайний прибуток (прибуток від надзвичайної діяльності)
8. Характер використання прибутку	а) Капіталізований (нерозподілений) прибуток б) Спожитий (розподілений) прибуток
9. Значення підсумкового результату господарювання	а) Позитивний прибуток (відповідно прибуток у звичайному його розумінні) б) Негативний прибуток (збиток)

Надходження від продажу активів відповідають доходу від продажу матеріальних або нематеріальних основних засобів, незалежно від того, чи використовувалися вони, чи ні, плюс додаткові запаси сировини, матеріалів та інших різноманітних матеріальних активів, придбаних раніше, за вирахуванням витрат, понесених підприємством на їх реалізацію. Прибуток від позареалізаційної діяльності формально позначається як «позареалізаційний дохід». Однак, по суті, він підпадає під категорію прибутку, оскільки відображається у фінансовій звітності як сальдо між

доходами та витратами, пов'язаними з цією діяльністю. Дохід (у формі прибутку, розподіленого пропорційно до акцій, що належать компанії у спільних підприємствах) від участі компанії в діяльності інших спільних підприємств з вітчизняними та іноземними партнерами включається до прибутку; дохід від облігацій, акцій та інших цінних паперів, що належать компанії, виплачений сторонніми емітентами (у формі відсотків та дивідендів); дохід від депозитів, розміщених компанією в банках; стягнуті штрафи та пені; та інші статті.

2. Прибуток варіюється залежно від операційної, інвестиційної та фінансової діяльності, залежно від їх джерел та основних видів господарської діяльності компанії. На перший погляд, метод класифікації здається подібним до представленою раніше, але це не так. З огляду на ці характеристики, лише перший рівень систематизації прибутку залишається незмінним, оскільки операційний прибуток є результатом операційної діяльності (виробництво та продажі, основний бізнес компанії). Щодо інвестиційної діяльності, результати частково виникають з прибутку від неопераційної діяльності (у формі доходу від спільних підприємств, цінних паперів та внесків капіталу) та частково з надходжень від продажу нерухомості (див. перший рівень).

Особливої уваги заслуговує поняття прибутку від фінансової діяльності. Його основні грошові потоки пов'язані з наданням компанії зовнішнього фінансування (залучення власного капіталу, випуск облігацій або інших боргових цінних паперів, отримання кредитів у різних формах, а також обслуговування боргу шляхом виплати дивідендів та погашення відсотків). Здається, що цей тип грошового потоку не може безпосередньо генерувати прибуток компанії, оскільки кошти, що підлягають поверненню, завжди перевищують отримані кошти. Одночасно, в рамках господарської діяльності, компанія може мати доступ до власного капіталу та позикового капіталу із зовнішніх джерел за більш-менш сприятливих умов, що впливає на її результати, зокрема на операційний та інвестиційний прибуток.

Прибуток, отриманий від господарської діяльності, тому вважається непрямим ефектом використання зовнішнього капіталу за ставками, вищими за ринкові. Крім того, в контексті фінансової діяльності прямий прибуток від інвестованого капіталу може бути отриманий за допомогою фінансового левериджу, шляхом генерування відсотків на середній залишок коштів, депонованих на поточних або валютних рахунках тощо.

3. Маржинальний прибуток, валовий прибуток (баланс) та чистий прибуток розрізняються за складом їх складових елементів. Ці терміни зазвичай стосуються різного ступеня «очищення» чистого доходу компанії після вирахування витрат, пов'язаних з її господарською діяльністю.

Таким чином, граничний прибуток відповідає чистому результату операційної діяльності (валовий дохід компанії від цієї діяльності за вирахуванням податків на її витрати). Валовий прибуток відповідає чистому результату операційної діяльності за вирахуванням усіх операційних витрат, постійних та змінних (тоді як бухгалтерський прибуток відповідає різниці між сумою всіх чистих результатів компанії та сумою всіх її поточних витрат). Чистий прибуток відображає бухгалтерський (або валовий) результат за вирахуванням податків на витрати.

4. Податкова природа прибутку відрізняє його оподатковувану частину від неоподаткованої частини. Такий розподіл прибутку відіграє важливу роль у розробці податкової політики компанії, оскільки дозволяє оцінювати інші господарські операції на основі їх кінцевого впливу. Склад неоподаткованого прибутку регулюється чинним законодавством.

5. Інфляційне коригування прибутку розрізняє номінальний прибуток та реальний прибуток. Реальний прибуток відображає суму номінального доходу, скориговану на рівень інфляції за розглянутий період. 6. Залежно від періоду, що розглядається, розрізняють прибуток попереднього періоду (тобто періоду до дати закриття), прибуток періоду закриття та прогнозований прибуток. Це розмежування дозволяє виявити відповідні

тенденції його розвитку, встановити відповідну базу розрахунку тощо для цілей аналізу та планування.

7. Розрізняють звичайний прибуток та прибуток, фактично отриманий компанією, а також так званий «надзвичайний» прибуток. Термін «надзвичайний прибуток», який зазвичай використовується в розвинених ринкових економіках, стосується прибутку незвичайного походження для даної компанії або дуже швидкого отримання прибутку. Наприклад, це може бути прибуток від продажу філії.

8. Прибуток, що залишається після сплати податків та інших обов'язкових витрат (чистий прибуток), залежно від його використання поділяється на дві частини: капіталізовану частину та спожиту частину. Капіталізований прибуток відповідає частині, яка фінансує зростання активів компанії, тоді як спожитий прибуток – це той, який використовується для компенсації акціонерам або працівникам соціальних програм. У розвинених ринкових економіках для опису цих двох видів прибутку використовуються відповідно терміни нерозподілений прибуток та розподілений прибуток (у нашій практиці термін «нерозподілений прибуток» має більш вузьке значення).

9. Позитивний прибуток (або реальний прибуток) відрізняється від негативного прибутку (або збитку) відповідно до інтерпретації керівництвом кінцевого результату. У нашій практиці ця термінологія досі не є поширеною, хоча її можна знайти в останніх економічних публікаціях, присвячених бухгалтерському обліку.

Хоча представлено класичний перелік класифікаційних ознак, він не відображає всієї різноманітності видів прибутку, що використовуються в науковій термінології та діловій практиці.

Поняття «якість прибутку» стосується структури різних видів прибутку, що реалізуються компанією. Загалом, воно характеризує структуру джерел формування прибутку за видами діяльності: операційною, інвестиційною та фінансовою. У межах кожного виду прибутку поняття характеризує певні джерела зростання прибутку; наприклад, високоякісний

операційний прибуток характеризується збільшенням обсягу виробництва, економією витрат тощо. Поняття «якість прибутку» дозволяє точніше оцінити його динаміку та провести порівняльний аналіз, зіставляючи його з показниками інших компаній.

## **1.2. Системи та методи аналізу прибутку**

Важливим елементом механізму управління прибутком компанії є її системи та методи аналізу.

Аналіз прибутку – це процес вивчення умов та наслідків створення та використання прибутку, метою якого є визначення шляхів покращення управління прибутком у компанії [5, с. 48].

У рамках цього аналізу прибутки компанії сегментуються за різними характеристиками (рис. 1.2).

1. Залежно від предмета дослідження розрізняють аналіз генерування прибутку та аналіз розподілу та використання прибутку.

Аналіз генерування прибутку зазвичай проводиться в контексті основних сфер діяльності компанії: операційної, інвестиційної та фінансової. Це основна форма аналізу, яка використовується для виявлення можливостей збільшення обсягу та рівня боргу компанії.

Аналіз розподілу та використання проводиться відповідно до основних сфер використання. Він повинен визначити рівень споживання прибутку власниками та персоналом компанії, її загальний рівень капіталізації та специфіку її виробничого споживання для інвестиційних цілей.

2. Аналіз прибутку розрізняють як внутрішній або зовнішній, залежно від способу його проведення.

Внутрішній аналіз прибутку проводиться менеджерами або власниками компанії з використанням усіх доступних показників (включаючи дані управлінського обліку). Результати цього аналізу можуть вважатися комерційною таємницею.

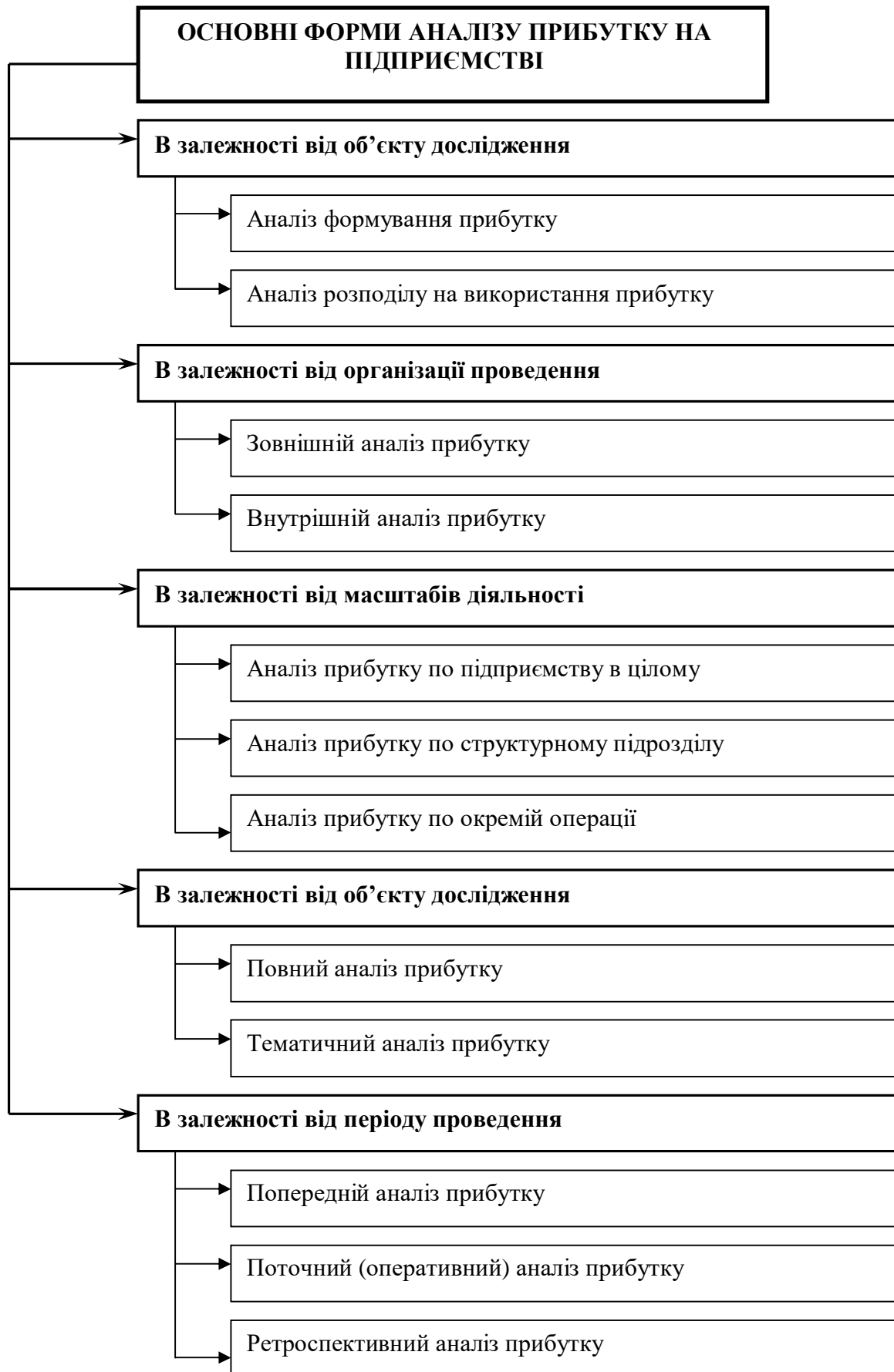


Рисунок 1.2 – Основні форми аналізу прибутку в залежності від мети його проведення на підприємстві.

Зовнішній аналіз прибутку проводиться податковими органами, аудиторськими фірмами, банками та страховими компаніями для перевірки достовірності результатів, платоспроможності компанії тощо. Джерелом інформації для цього аналізу є дані бухгалтерського обліку та звітності компанії.

3. Залежно від масштабу діяльності розрізняють такі методи аналізу прибутку:

Аналіз прибутку компанії в цілому. Цей аналіз зосереджений на генеруванні, розподілі та використанні прибутку в цілому, без розмежування між різними структурними підрозділами компанії.

Аналіз прибутку за структурним підрозділом (центром відповідальності). Якщо розглянутий структурний підрозділ не генерує повний цикл прибутку завдяки своїй діяльності, цей аналіз зосереджений на генеруванні витрат (або доходів). Цей аналітичний метод спирається на результати управлінського обліку компанії.

Аналіз прибутку за окремою операцією. Предметом цього аналізу може бути прибуток від окремих господарських операцій компанії; окремі операції, що стосуються короткострокових або довгострокових фінансових інвестицій; індивідуально здійснені проекти; та інші операції.

4. Залежно від тематики розрізняють комплексний аналіз та тематичний аналіз прибутку.

Комплексний аналіз прибутку має на меті дослідити всі аспекти його виробництва, розподілу або використання в рамках складної системи.

Тематичний аналіз прибутку обмежується окремими аспектами його створення або споживання. Він може зосереджуватися на вивченні впливу податкової політики на формування витрат, доходів та прибутку компанії; прибутковості портфеля акцій; впливу структури та вартості капіталу на рівень прибутковості компанії; ефективності обраної політики розподілу прибутку; аналізі можливих альтернатив використання прибутку тощо.

5. Залежно від охоплених періодів часу розрізняють попередній, поточний та ретроспективний аналіз прибутку.

Попередній аналіз прибутку зосереджений на вивченні створення, розподілу та майбутнього використання прибутку, а також умов здійснення комерційних, фінансових та інвестиційних операцій, включаючи попередній розрахунок потенційного прибутку.

Поточний (або операційний) аналіз прибутку проводиться в контексті операційної, інвестиційної та фінансової діяльності компанії, а також під час здійснення комерційних операцій, спрямованих на вплив на створення або використання прибутку.

Ретроспективний аналіз прибутку проводиться керівництвом компанії за звітний період (фінансовий рік). Він забезпечує більш повний аналіз наслідків створення та використання прибутку порівняно з попереднім та поточним аналізом.

Для вирішення конкретних питань управління прибутком використовується кілька спеціалізованих систем аналізу, що дозволяють кількісно оцінити різні аспекти створення, розподілу та використання прибутку. У процесі управління прибутком, залежно від використаних методів, розрізняють такі основні аналітичні системи: горизонтальний аналіз, вертикальний аналіз, порівняльний аналіз, аналіз ризиків та коефіцієнтний аналіз. Комплексний аналіз (рис. 1.3.) [5, с. 52].

Горизонтальний аналіз прибутку (трендовий аналіз) базується на вивченні динаміки його окремих показників з плином часу. При застосуванні цієї аналітичної системи розраховуються темпи зростання (приросту) різних видів прибутку та визначаються загальні тенденції їх варіацій.

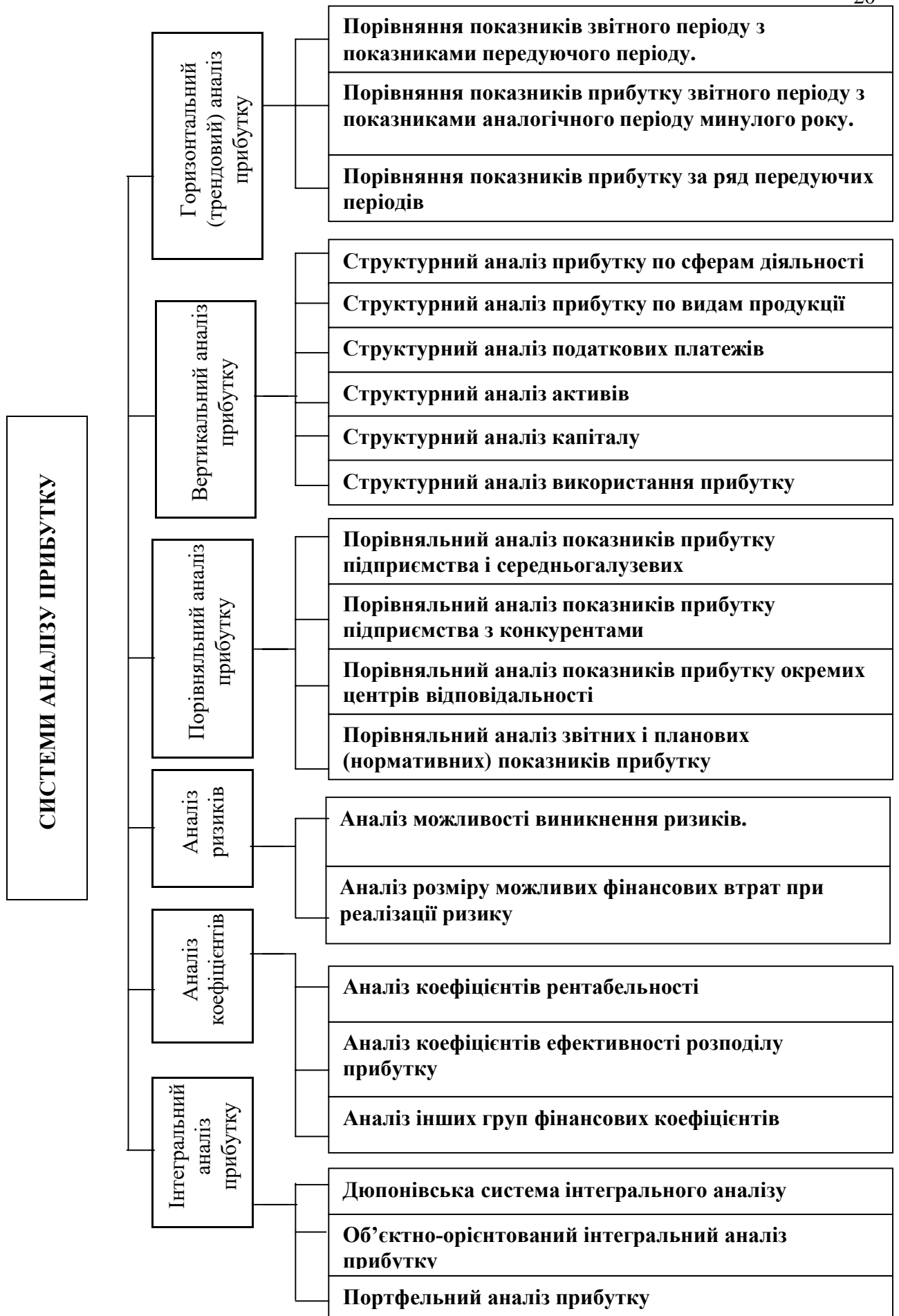


Рисунок 1.3 – Основні системи аналізу прибутку, що використовують на підприємствах

Вертикальний (або структурний) аналіз прибутку базується на структурному розкладанні показників його створення, розподілу та споживання. При застосуванні цієї аналітичної системи розраховуються питомі вагові коефіцієнти різних структурних складових сукупного показника прибутку.

Порівняльний аналіз прибутку базується на порівнянні значень груп подібних показників. При використанні системи аналізу розраховуються абсолютні та відносні різниці між порівнюваними показниками.

Аналіз рівня ризику є невід'ємною частиною аналізу прибутковості у всіх сферах діяльності компанії: виробництві, інвестиціях та фінансах. Дійсно, при розрахунку прибутку від господарської діяльності важливо одночасно оцінювати пов'язаний з ним рівень ризику. У зв'язку з цим система аналізу рівня ризику повинна широко використовуватися в процесі управління прибутком компанії.

Економічний ризик вважається таким, що виникає за наявності невизначеності щодо умов здійснення певних видів підприємницької діяльності [1, с. 57].

Незалежно від сфери діяльності компанії та її форми, рівень економічного ризику принципово оцінюється за наступним алгоритмом:

$$UP = BP > PP, \quad (1.1)$$

де:  $UP$  – рівень відповідного ризику;

$BP$  – вірогідність появи даного ризику;

$PP$  – розмір можливих фінансових втрат при реалізації даного ризику.

Аналіз величини потенційних фінансових збитків у разі ризику визначається капіталом, інвестованим у здійснення операції, та розміром доходу або прибутку. За величиною потенційних економічних збитків виділяють чотири категорії бізнес-операцій:

а) безризикові бізнес-операції. Ці операції, за своєю суттю безризикові, не становлять жодних фінансових ризиків. Хеджування (операція на

фондовому ринку, яка усуває ризик коливань цін) та продаж короткострокових державних облігацій є прикладами.

b) бізнес-операції з прийнятним рівнем фінансових збитків. Цей рівень визначається можливістю фінансових збитків, пов'язаних з операцією, що дорівнює очікуваному прибутку.

c) Бізнес-операції зі значним рівнем фінансових збитків. Цей рівень визначається можливістю фінансових збитків відносно очікуваного доходу. У цьому випадку збиток компанії дорівнюватиме сумі витрат, понесених на операцію.

d) бізнес-операції зі значними фінансовими збитками. Критерії на цьому рівні не обмежуються вартістю, а також включають ризик фінансових збитків відносно інвестованого капіталу. Такі господарські операції, що потребують значних інвестицій, можуть призвести компанію до банкрутства у разі негативного результату.

Коефіцієнтний аналіз (R-аналіз) базується на розрахунку співвідношення між різними абсолютними показниками. Застосування цієї аналітичної системи дозволяє визначити різні відносні показники, що характеризують специфіку формування, розподілу та споживання прибутку всередині компанії. На практиці в управлінні прибутком зазвичай використовуються такі аналітичні системи коефіцієнтів:

- Норма рентабельності. Основною метою визначення та застосування цієї системи коефіцієнтів є визначення ефективності формування прибутку компанії. Ці рівні ефективності ілюструються різними видами боргу: граничним, валовим (балансовим) та чистим. Для загальної оцінки ефективності формування прибутку використовуються такі показники рентабельності: норма рентабельності активів (економічна норма рентабельності); рентабельність власного капіталу (рентабельність капіталу); та рентабельність вкладеного капіталу. Рентабельність операційних активів (яка вказує на рівень прибутку, що генерується операційними активами компанії, тобто лише тією частиною активів, яка безпосередньо розподілена на виробничу та збутову діяльність); гранична

рентабельність реалізації продукції (обсяг реалізованої продукції відображає невизначеність компанії щодо реалізації граничного прибутку); валова рентабельність реалізації продукції; валова рентабельність операційних витрат (яка вказує на кореляцію між розміром прибутку та розміром витрат, пов'язаних з його отриманням, тобто характеризує ефективність цих витрат); чиста рентабельність операційних витрат; та інші фактори.

Для вимірювання ефективності отримання прибутку в процесі фінансової діяльності використовуються такі коефіцієнти:

Вартість залученого капіталу. Цей показник описує зв'язок між ставками фінансування та витратами на утримання цього капіталу;

Коефіцієнти ефективності розподілу прибутку. Основною метою розрахунку та використання цієї системи коефіцієнтів є оцінка ступеня та використання оптимального розподілу прибутку компанії.

Для характеристики ефективності розподілу прибутку зазвичай використовуються такі показники:

Коефіцієнт податку на прибуток розраховується наступним чином:

$$K_{НП} = \frac{НПп}{БП}, \quad (1.2)$$

де:  $K_{НП}$  – коефіцієнт оподаткування прибутку;

$НПп$  – сума податків, зборів та інших обов'язкових платежів, що сплачуються за рахунок прибутку в періоді, що розглядається;

$БП$  – сума балансового прибутку підприємства в періоді, що розглядається.

За необхідності цей коефіцієнт можна розрахувати відносно валового прибутку компанії в кожному бізнес-сегменті.

Коефіцієнт чистого прибутку. Він розраховується за такою формулою:

$$K_{ЧП} = \frac{ЧП}{БП}, \quad (1.3)$$

де:  $K_{ЧП}$  – коефіцієнт чистого прибутку;

$ЧП$  – сума чистого прибутку в періоді, що розглядається;

$БП$  – сума балансового прибутку в періоді, що розглядається.

Значення коефіцієнта капіталізації прибутку визначається по формулі:

$$KKП = \frac{ЧПк}{ЧП}, \quad (1.4)$$

де:  $KKП$  – коефіцієнт капіталізації прибутку;

$ЧПк$  – сума капіталізованого чистого прибутку;

$ЧП$  – загальна сума отриманого чистого прибутку.

Значення коефіцієнта споживання прибутку визначається наступним чином:

$$KПП = \frac{ЧПп}{ЧП}, \quad (1.5)$$

де:  $KПП$  – коефіцієнт споживання прибутку;

$ЧПп$  – сума споживчої частини чистого прибутку;

$ЧП$  – загальна сума отриманого чистого прибутку.

Для оцінювання ефективності застосування капіталізованої частини прибутку використовуються наступні ключові показники:

Коефіцієнт інвестування прибутку вказує на частку капіталізованого прибутку, яка була використана для інвестування у збільшення активів. Він розраховується за такою формулою:

$$КИП = \frac{ЧПи}{ЧПк}, \quad (1.6)$$

де:  $КИП$  – коефіцієнт інвестування прибутку;

$ЧПк$  – загальна сума капіталізованої частини прибутку;

$ЧПи$  – сума капіталізованого чистого прибутку, що направлена на інвестування приросту активів.

Коефіцієнт утримання прибутку вказує на частку капіталізованого прибутку, що розподіляється до резервного фонду компанії. Для його розрахунку використовується така формула:

$$КРП = \frac{ЧПр}{ЧПк}, \quad (1.7)$$

де:  $КРП$  – коефіцієнт резервування прибутку;

$ЧПк$  – загальна сума капіталізованого чистого прибутку;

$ЧПР$  – сума капіталізованого чистого прибутку, що направлена в резервний фонд підприємства.

Для вимірювання ефективності використання прибутку, розподіленого на споживання, використовуються такі показники:

Коефіцієнт розподілу власникам визначається так:

$$KBC = \frac{ЧПс}{ЧП}, \quad (1.8)$$

де:  $KBC$  – коефіцієнт виплати прибутку власникам;

$ЧПс$  – сума чистого прибутку, що виплачується власникам підприємства;

$ЧП$  – загальна сума чистого прибутку підприємства.

Коефіцієнт розподілу прибутку працівниками. Він розраховується за такою формулою:

$$КУПп = \frac{ЧП_{\text{ПЕР}}}{ЧП}, \quad (1.9)$$

де:  $КУПп$  – коефіцієнт участі персоналу в прибутку;

$ЧП_{\text{ПЕР}}$  – сума чистого прибутку, що сплачується персоналу;

$ЧП$  – загальна сума чистого прибутку підприємства.

Коефіцієнт витрат і вигод від праці розраховується за такою формулою:

$$КСТп = \frac{ЧП_{\text{СТ}}}{ЧП_{\text{ПЕР}}}, \quad (1.10)$$

де:  $КСТп$  – коефіцієнт стимулювання праці за рахунок прибутку;

$ЧП_{\text{СТ}}$  – сума чистого прибутку, що використовується на матеріальне заохочення робітників;

$ЧП_{\text{ПЕР}}$  – сума чистого прибутку, що сплачується персоналу.

Середній рівень розподілу прибутку робітникам розраховується за такою формулою:

$$УВП_{П} = \frac{ЧП_{ПЕР}}{СЧП_{П}}, \quad (1.11)$$

де:  $УВП_{П}$  – середній рівень виплат персоналу (в розрахунку на одного працівника);

$ЧП_{ПЕР}$  – сума чистого прибутку, що виплачується персоналу;

$\overline{СЧП_{П}}$  – середньоспискова чисельність персоналу підприємства в періоді, що розглядається.

Інші фінансові коефіцієнтів. Для оцінки окремих аспектів формування прибутку підприємства використовують такі групи коефіцієнтів: коефіцієнти платоспроможності (характеризують можливість підприємства своєчасно розраховуватись по своїм фінансовим зобов'язанням ), коефіцієнти фінансової стійкості (характеризують структуру джерел капіталу, що використовується підприємством ), та інші.

Комплексний аналіз прибутку дає більш загальну характеристику умов, за яких генерується прибуток. На практиці найчастіше використовуються такі системи аналізу:

а) Система комплексного аналізу прибутку DuPont. Ця система базується на «моделі DuPont», згідно з якою рентабельність активів є добутком норми чистої рентабельності продажів та коефіцієнта оборотності активів.

$$КР_A = КЧР_P * КО_A, \quad (1.12)$$

де:  $КР_A$  – коефіцієнт рентабельності активів;

$КЧР_P$  – коефіцієнт чистої рентабельності реалізованої продукції;

$КО_A$  – коефіцієнт оберненості активів.

б) Об'єктно-орієнтований аналіз прибутку. Концепція інтегрованого об'єктно-орієнтованого аналізу прибутку, розроблена Modernsoft, спирається на використання комп'ютерів та спеціалізованого програмного забезпечення.

с) Аналіз прибутковості портфеля базується на теорії портфеля, згідно з якою рівень прибутковості портфеля акцій пов'язаний з його

рівнем ризику (система «ризик-винагорода»). Згідно з цією теорією, рівень ризику портфеля можна знизити, а отже, покращити співвідношення ризик/винагорода шляхом побудови високоефективного портфеля (вибір цінних паперів). Процес аналізу та вибору таких цінних паперів є основою для застосування інтегративної теорії.

### **1.3 Планування операційного прибутку підприємства**

У контексті управління прибутком, генерування прибутку через операційну діяльність відіграє вирішальну роль. Характер цієї діяльності визначається специфічними характеристиками економічного сектору, до якого належить компанія.

Операційна діяльність компанії характеризується такими ознаками, які визначають характер генерування прибутку [5, с. 104]:

1. Операційна діяльність є основною складовою всієї економічної діяльності компанії та представляє її функціональність. Прибуток від операційної діяльності становить найбільшу частку загального прибутку компанії.
2. Операційна діяльність є важливою та пов'язана з інвестиціями, фінансовою діяльністю та іншими видами діяльності. Тому здійснення інших видів діяльності не є несумісним зі створенням операційного прибутку, а навпаки, має підтримувати його.
3. Інтенсивність розвитку операційної діяльності є ключовим параметром для оцінки різних етапів життєвого циклу компанії.
4. Господарські операції, що є частиною операційної діяльності компанії, зазвичай є регулярними.
5. Операційна діяльність компанії переважно зосереджена на товарному ринку, тоді як її фінансова та інвестиційна діяльність переважно здійснюється на фінансовому ринку.
6. Здійснення операційної діяльності пов'язане з уже інвестованим капіталом.

7. На відміну від інвестиційної та фінансової діяльності, операційна діяльність вимагає значної робочої сили.

8. Операційна діяльність характеризується певними видами ризиків, які разом називаються операційним ризиком.

Під час операційної діяльності генеруються три типи операційного прибутку, як показано на рисунку 1.4.

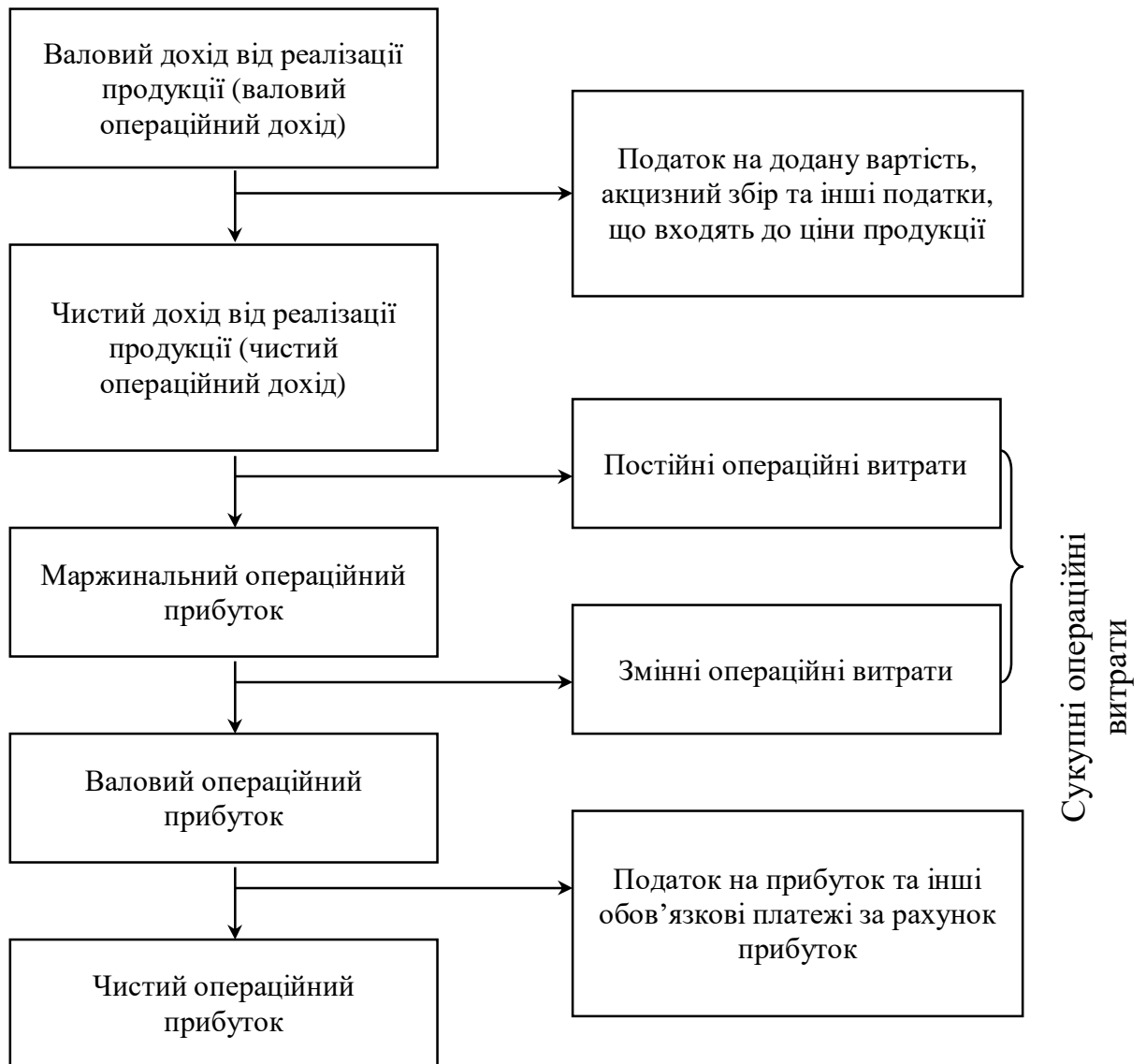


Рисунок 1.4 – Схема формування різних видів операційного прибутку підприємства.

1) маржинальний операційний прибуток. Його розрахунок здійснюється по наступним формулам:

$$МПО = ВДо - НДС - И_{пост} ; \quad (1.13)$$

$$МПО = ЧДо - И_{пост} ,$$

де:  $МПО$  – сума маржинального операційного прибутку в періоді, що розглядається;

$ВДо$  – сума валового операційного доходу в періоді, що розглядається;

$ЧДо$  – сума чистого операційного доходу в періоді, що розглядається;

$И_{пост}$  – сума постійних операційних витрат;

$НДС$  – сума податку на додану вартість та інших податкових платежів, що входять до ціни продукції.

2) валовий операційний прибуток. Розрахунок ведеться по таким формулам:

$$ВПО = ВД - НДС - И_о ; \quad (1.14)$$

$$ВПО = ЧД - И_о ;$$

$$ВПО = МПО - И_{пер} ,$$

де:  $ВПО$  – сума валового операційного прибутку в періоді, що розглядається;

$И_о$  – сукупна сума операційних витрат;

$И_{пер}$  – сума змінних витрат.

3) чистий операційний прибуток, розраховується наступним чином:

$$ЧПО = ВДо - НДС - НП - И_о ; \quad (1.15)$$

$$ЧПО = ЧДо - И_о - НП ;$$

$$ЧПО = МП - И_{пер} - НП ;$$

$$ЧПО = ВПО - НП ,$$

де:  $ЧПО$  – сума чистого операційного прибутку в періоді, що розглядається;

$НП$  – сума податку на прибуток та інших обов'язкових платежів за рахунок прибутку.

Розглянуті аспекти генерування операційного прибутку дозволяють визначити систему об'єктів управління прибутком [5, с. 112].

Управління всіма об'єктами генерування операційного прибутку має бути взаємозалежним.

Планування прибутку є найважливішим кроком у загальній системі управління прибутком.

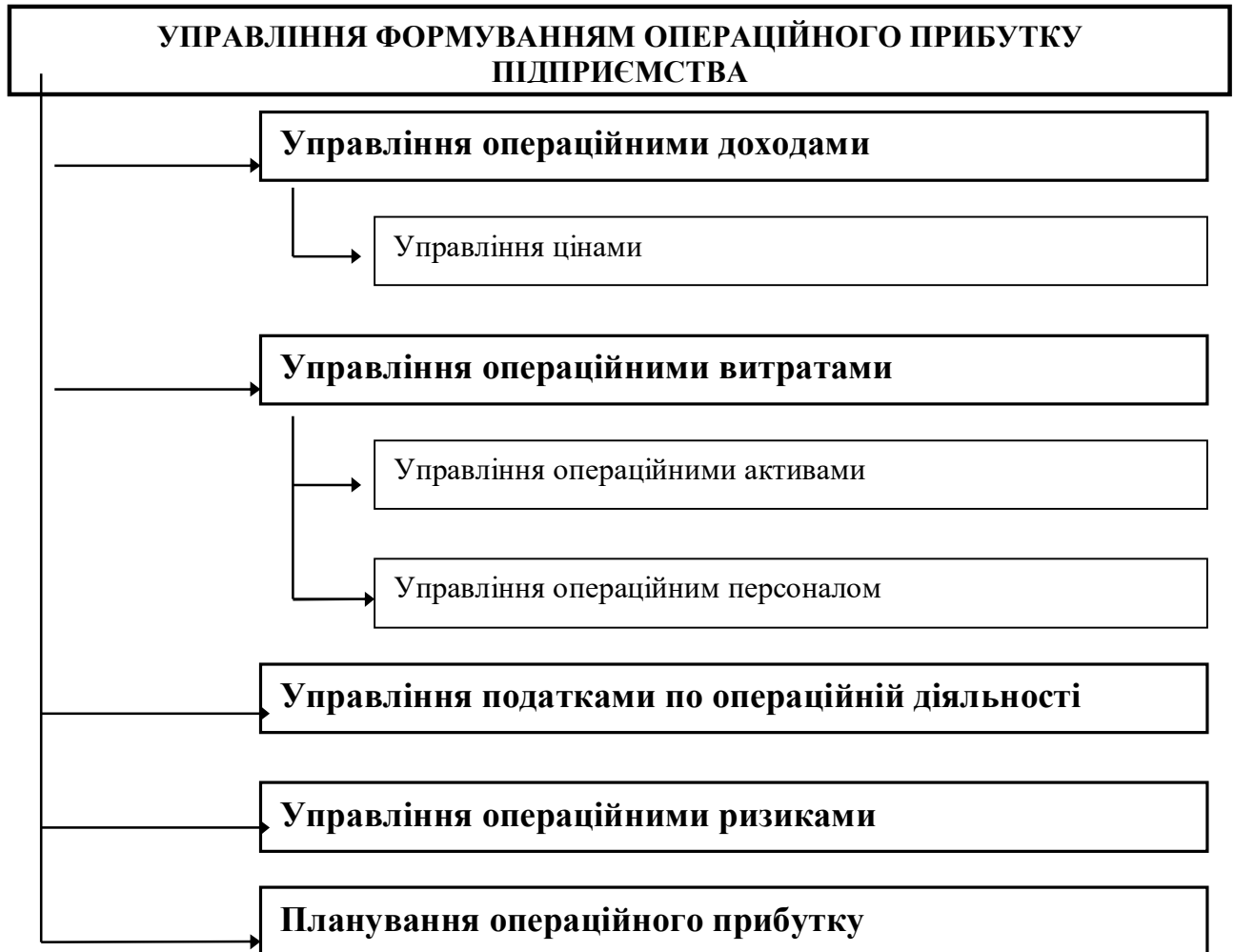


Рисунок 1.5 – Схема функціональної системи управління формуванням операційного прибутку підприємства.

Першими важливими кроками планування операційного прибутку в компанії є (рис. 1.6) [5, с. 274]:

1. Аналіз реалізації операційного прибутку на етапі передпланування. Головною метою цього аналізу є визначення основних тенденцій формування прибутку протягом періоду, що передує плануванню, оцінка досягнутого рівня та визначення впливу ключових факторів на цей процес у компанії.

По-перше, аналіз досліджує динаміку показників маржинального, валового та чистого прибутку компанії та визначає величину відхилень між

цими показниками, отриманими протягом розглянутого періоду, та встановленими цілями.

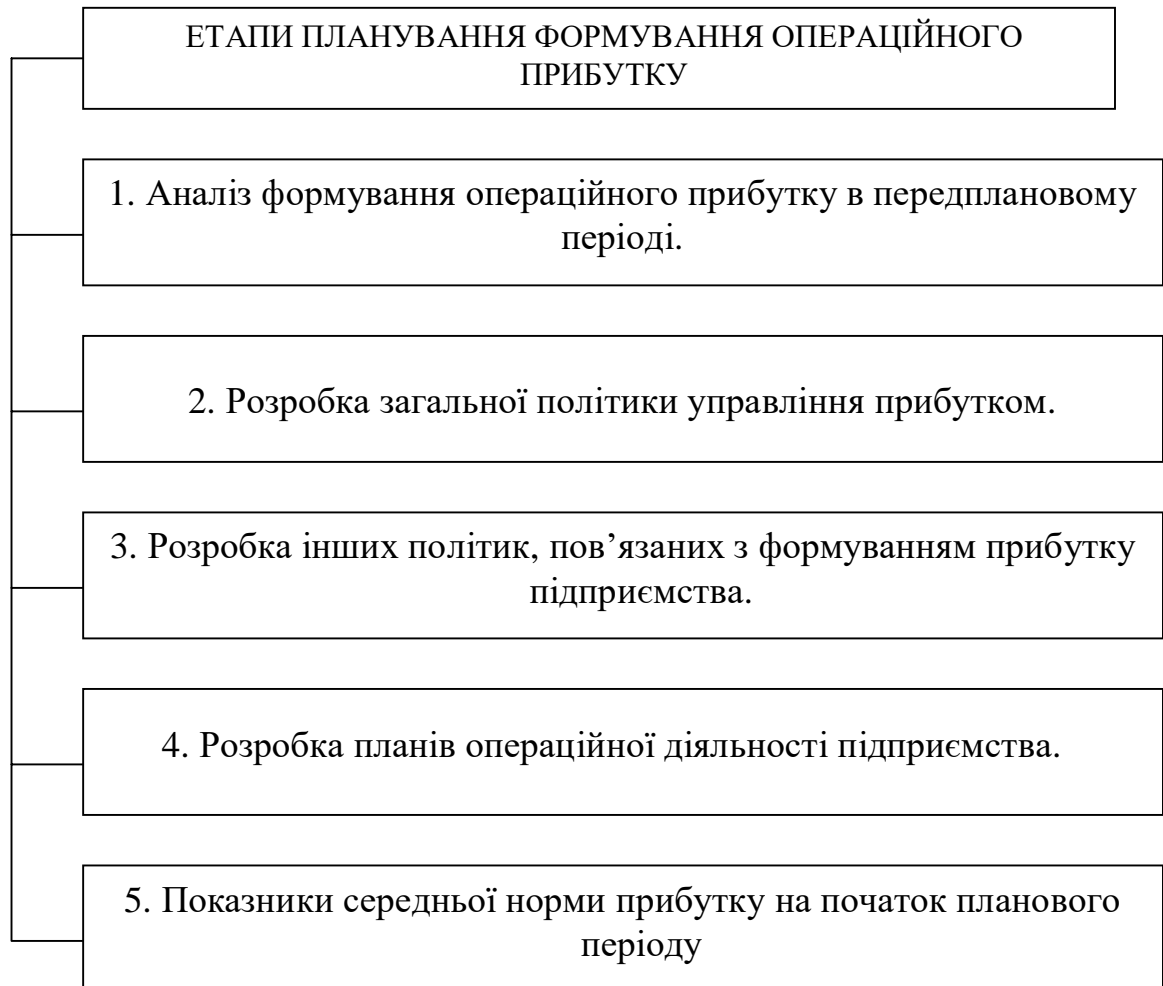


Рисунок 1.6 – Основні етапи планування формування операційного прибутку підприємства

По-друге, аналіз оцінює досягнутий рівень формування маржинального, валового та чистого прибутку. Використаний метод - коефіцієнтний аналіз (R-серійний аналіз).

Під час цього аналізу компанія повинна враховувати: коефіцієнт рентабельності операційних активів; коефіцієнти маржинальної, валової та чистої рентабельності реалізованої продукції; та коефіцієнти валової та чистої рентабельності витрат.

Результати цього кроку є відправною точкою для застосування стандартного методу прогнозування та основою для оцінки ефективності

плану формування прибутку. На третьому кроці аналізуються показники формування операційного прибутку відповідно до центрів відповідальності компанії. На цьому етапі кожен центр прибутку визначає свій плановий рівень ефективності та розраховує свою питому вагу.

Результати цього аналізу використовуються для планування формування прибутку для кожного центру відповідальності.

На четвертому кроці аналізуються показники маржі та валового прибутку за типом продукції.

Потім аналіз зосереджується на точному зважуванні виручки від продажу кожного типу продукції в загальному операційному прибутку, а також на порівнянні рівнів рентабельності цих різних типів продукції.

На п'ятому кроці досліджуються основні фактори, що впливають на зміни маржі, валового прибутку та чистого доходу на дату закриття, а саме:

- зміни обсягу продажів продукції;
- зміни структури продажів за типом продукції;
- зміни середньої ціни реалізованої продукції;
- зміни середньої собівартості одиниці реалізованої продукції;
- зміни коефіцієнта податкової інтенсивності реалізованої продукції.

2. Розробити загальну політику управління прибутком підприємства. У процесі планування прибутку насамперед слід враховувати: систему стратегічних цілей створення прибутку підприємства, а також окремі показники (середньорічні темпи зростання прибутку, коефіцієнти рентабельності), визначені періодами їх реалізації.

Загальна політика управління прибутком підприємства встановлює як цілі, так і показники ефективності планів формування прибутку на наступний рік, що дозволяє пов'язати ці показники із загальною системою планів формування та використання прибутку підприємства.

3. Розробити інші політики, пов'язані з отриманням прибутку підприємства. У процесі планування прибутку підприємство повинно враховувати: цінову політику; амортизаційну політику; податкову політику.

Кожна з цих політик прямо чи опосередковано впливає на розмір маржинального, валового або чистого прибутку та повинна враховуватися в процесі планування операційного прибутку.

4. Розробити плани операційної діяльності підприємства. Основними складовими планування прибутку є такі основні види планів операційної діяльності на майбутній період: виробнича програма підприємства; план операційного доходу підприємства; план операційних витрат підприємства; план податкових платежів підприємства.

Система цих планів дозволяє використовувати різні методи формування планового прибутку та взаємозв'язок усіх ключових показників для розвитку операційної діяльності підприємства в майбутньому періоді.

5. Показники середнього рівня прибутку на початок планового періоду. Зосереджуючись на внутрішніх можливостях створення операційного прибутку, необхідно дослідити його середні показники, отримані в певній галузі.

Як середньогалузеві показники прибутку використовуються коефіцієнт валової або чистої рентабельності реалізованої продукції та коефіцієнт рентабельності операційних активів.

Ці показники слугують мінімальними критеріями рівня прибутку в процесі операційної діяльності підприємства за плановий період.

## 2. АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКО-ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

### 2.1 Організаційно-економічна характеристика підприємства

Підприємство «Стіл» засновано в лютому 1997 року у відповідності до чинного законодавства України.

Підприємство є юридичною особою, набуває прав та виконує обов'язки у зв'язку зі своєю діяльністю, має самостійні рахунки та інші рахунки в банківських установах, круглу печатку із своїм найменуванням, зареєстровану торгову марку та інші реквізити.

Місцезнаходження підприємства: Україна, м. Кропивницький, вул. Архітектора Паученка 23. Метою діяльності ПП «Стіл» є задоволення потреб споживчого ринку в наданні послуг (товарах, роботах), в реалізації соціальних а також економічних інтересів трудового колективу.

Предметом діяльності є:

- виробництво та реалізація швейних та швейно-галантерейних товарів народного вжитку та виробничо-технічного призначення;
- надання побутових послуг населенню по ремонту швейного устаткування та швейних виробів;
- виробництво будівельних матеріалів, виробів і конструкцій;
- будівництво об'єктів соціально-громадського, промислового та ін. призначення;
- здійснення у встановленому порядку капітальних та поточних ремонтів, технічного обслуговування;
- здійснення автомобільних перевезень вантажів;
- проведення монтажів технічного, сантехнічного, електротехнічного обладнання;
- організація сільськогосподарського виробництва, а саме переробка та реалізація сільськогосподарської продукції;

- роздрібна та оптова торгівля продовольчими та промисловими товарами;

- громадське харчування;

- створення МТС та пунктів продажу;

- ритуальні послуги;

- виробництво, а також реалізація товарів народного споживання, виробів декоративно-прикладного мистецтва та народних промислів;

- представницькі послуги;

- маркетингові послуги;

- благодійність та меценатство;

- діяльність з цінними паперами;

- аудиторські послуги;

- надання побутових послуг;

- надання консультаційних, інформаційних та рекламних послуг;

- художньо-оформлювальні роботи;

- операції з нерухомим майном;

- виробництво, переробка і реалізація сільськогосподарської продукції;

- заготівля, закупівля у фізичних та юридичних осіб сільськогосподарської продукції, її переробка та реалізація;

- заготівля, закупівля у фізичних та юридичних осіб всіх видів вторинних ресурсів, виготовлення на її основі товарів, напівфабрикатів та матеріалів, їх реалізація;

- проведення аукціонів, виставок-продажів, ярмарків;

- виробництво продуктів харчування;

- ремонт, а також сервісне обслуговування автомобільної, промислової, комп'ютерної, радіоелектронної та електропобутової, техніки;

- виготовлення і реалізація буд. матеріалів та конструкцій;

- усі види ремонтно-будівельних та будівельно-монтажних робіт;

- зовнішньоекономічна діяльність;

- надання науково-посередницьких та торгово-посередницьких послуг;
- надання товарного кредиту підприємства всіх форм власності;
- надання послуг виробникам сільськогосподарської продукції у виробництві;
- спорудження, використання, оренда, придбання, реконструкція, продаж та здача в оренду споруд, транспорту, баз, сховищ, виробничих, житлових, готельних та адміністративних будівель та споруд, іншого нерухомого майна;
- вироблення та постачання електроенергії;
- будь-яка інша підприємницька діяльність, не заборонена законодавством України.

ПП «Стіл» здійснює свою діяльність відповідно до чинного законодавства України та діє відповідно до свого установчого статуту.

Підприємство має право об'єднуватися з іншими суб'єктами господарювання, як це передбачено чинним законодавством; створювати філії, представництва та дочірні компанії в Україні та за кордоном; а також займатися будь-якою іншою діяльністю, не передбаченою законом.

Засновникам приватного підприємства «Стіл» є фізична особа.

Прибуток ПП «Стіл» формується з доходів, отриманих від його господарської діяльності, після вирахування вартості сировини та пов'язаних з нею витрат, а також витрат на оплату праці. Податки та інші збори, передбачені законодавством України, сплачуються державі з прибутку, відображеного в балансі. Чистий прибуток, після певних розрахунків, повністю перебуває у розпорядженні товариства.

Товариство веде оперативний та внутрішній бухгалтерський облік результатів своєї діяльності, готує статистичну звітність та передає її до національних статистичних органів відповідно до встановленого порядку та обсягів.

## 2.2. Аналіз собівартості продукції

Собівартість це один із найважливіших показників ефективності роботи підприємства, в якому фокусуються, у грошовому виразі, витрати матеріально-технічних, фінансових та трудових ресурсів, що пов'язані з організацією, підготовкою та реалізацією продукції. Саме собівартість належить до вирішальних чинників, які мають вплив на прибуток підприємства.

Методологічні основи встановлення інформації про витрати підприємства в бухгалтерському обліку та їх представлення у фінансовій звітності визначені бухгалтерським стандартом № 16 «Витрати».

Залежно від мети та завдання аналізу використовуються різні методи класифікації витрат. У нашому випадку аналіз буде зосереджений на:

- аналізі динаміки операційних витрат в одиницях-годинах (грн.) відносно ціни реалізованої продукції;
- аналізі структури операційних витрат за економічним елементом;
- аналізі витрат за статтями витрат;
- аналізі непрямих витрат.

Але, перед тим, як розпочати аналіз собівартості, слід зазначити наступне: по-перше, з огляду на те, що підприємство за своєю правовою формою є приватним підприємством і може займатись різними видами діяльності, що не суперечить статуту й чинному законодавству, наш аналіз буде націлений на швейне виробництво. Адже ПП «Стіл» може отримувати дохід від іншої діяльності, яка не суперечить статуту і чинному законодавству; по-друге, для спрощення й оптимізації ведення аналізу з усього різноманіття продукції, ми обираємо п'ять найменувань товарів, умовне позначення яких представлено в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 – Умовне позначення виробів

№ п. п.	Найменування виробу	Позначення виробу
1.	Куртка робоча	А
2.	Халат жіночий	Б
3.	Халат робочий	В
4.	Сорочка чоловіча	Г
5.	Простирadlo	Д

Зауважимо, що ці найменування виробів ми обрали на основі даних відділу збуту щодо продукції, яка виробляється підприємством.. Тривалий час існує ринкова потреба в цих виробках. Саме їх кількісне й грошове значення переважало серед інших видів виробів, але це не говорить про те, що уся інша продукція не має попиту.

### 2.2.1 Аналіз динаміки операційних витрат на 1 грн. вартості реалізованої продукції

Дані для здійснення аналізу динаміки операційних витрат на 1 грн. вартості реалізованої продукції наведені в табл. 2.2.

Таблиця 2.2 – Динаміка операційних витрат

№ п.п.	Показник	Період, тис. грн.		Відхилення	
		Попередній (2023)	Звітний (2024)	Абсолютні (+,-)	Відносні %
1.	Виручка від реалізації продукції	13383	8174	-5209	-38,9%
2.	Матеріальні витрати	7683	9038	+1355,0	+17,64%
3.	Витрати на оплату праці	2195	990	-1205,0	-54,9%
4.	Відрахування на соціальні заходи	833	376	-457	-54,9%
5.	Амортизація	111,5	22,5	-89	-79,82%
6.	Інші операційні витрати	868	142	-726	-83,64%
7.	Операційні витрати разом	11690,5	10568,5	-1122	-9,59%

Операційні витрати за 2023 рік склали 11690,5 тис.грн., а за 2024 – 10568,5 тис.грн. Зменшення витрат зумовлене зменшенням обсягу виробництва, що призвело до зменшення доходів на 38,9%.

Також, це могло бути наслідком все меншої споживчої потреби у продукції ПП «Стіл» серед підприємств й організацій. Адже лише деякі з них мали кошти на придбання одягу для робітників тому, що більшість підприємств не мають зайвих коштів.

Поряд із зменшенням загальної суми операційних витрат існує тенденція збільшення частки матеріальних витрат. Хоча операційні витрати зменшились на 9,59%, матеріальні витрати збільшились на 17,64%.

Витрат на 1 грн. вартості реалізованої продукції, склали:

Витрати на

1 грн. вартості реалізованої =  $11690,5 / 13383 = 0,8735$  грн.  
продукції (2023 р.)

За звітний період:

Витрати на

1 грн. вартості реалізованої =  $10568,5 / 8174 = 1,2929 = 1,2929$  грн.  
продукції (2024 р.)

З аналізу розрахунків видно, що витрати зросли на 48,01%. Однією з причин є зниження обсягу виробництва. Частка постійних операційних витрат розподілилась серед меншої кількості виробленої продукції, що й призвело до зростання витрат на 1 грн. вартості продукції, що реалізовано.

### **2.2.2 Аналіз структури операційних витрат за економічними елементами**

Вихідні узагальнені дані для аналізу структури операційних витрат за економічним елементом містяться у Формі 2 фінансового звіту «Звіт про прибутки та збитки», розділ «Елементи витрат роботодавця». Ці дані дозволяють визначити тип виробництва компанії на основі переважання використовуваних ресурсів (сировини, праці або капіталу) та виявити найбільш релевантні можливості зниження витрат. У таблиці 2.3

представлені вихідні дані та розрахунки, пов'язані з аналізом виробничих витрат за економічним елементом.

Таблиця 2.3 – Економічні елементи операційних витрат

№ п.п.	Елемент витрат	Витрати, грн., за період		Частка, %, за період		Відхилення (+, -)	
		Попередній (2023)	Звітний (2024)	Попередній (2023)	Звітний (2024)	Грн.	Відсотки
1.	Матеріальні витрати	7683	9038	65,72	85,52	+1355	+17,64%
2.	Витрати на оплату праці	2195	990	18,8	9,37	-1205	-54,9%
3.	Відрахування на соціальні заходи	833	376	7,1	3,56	-457	-54,9%
4.	Амортизація	111,5	22,5	0,95	0,21	-89	-79,82%
5.	Інші операційні витрати	868	142	7,43	1,34	-726	-83,64%
6.	Разом	11690,5	10568,5	100,0	100,0	-1122	-9,59%

Розрахунки в таблиці свідчать про високу матеріаломісткий у виробництві: частка витрат на сировину зростає з 65,72% у попередньому періоді до 85,52% у поточному періоді. Це було наслідком підвищення закупівельних цін на матеріали. В таблиці 2.4 наведена динаміка цін на деякі види матеріалів.

З таблиці 2.4 видно, що протягом останніх трьох років ціни на сировину поступово зростали. Підприємство не проаналізувало ринок постачальників сировини (тканини, комплектуючі) і не зробило оптимальний їх вибір. Сировина майже завжди купується у посередників з великою торгівельною націнкою.

Відносно цього робимо висновок, що керівництво підприємства не займається дослідженням ринку виробників сировини і не турбується про співпрацю з вигідними для нього постачальниками.

Таблиця 2.4 – Динаміка цін на матеріали

№ рядка	Найменування матеріалу	Ціна за 1 м, грн.	
		2023	2024
1.	Саржа	151	155
2.	Ткань плащова	68	40
3.	Брезент	92	98
4.	Сатин	48	52
5.	Фланель	69	75
6.	Бязь	51	58
7.	Льон	72	78
8.	Нитки № 40, за кат.	15	16

Щодо амортизаційних відрахувань, то вони також мали тенденцію зниження на 79,82%, а їх частка склала: у 2023р. – 0,95%, у 2024 – 0,21%. Це сталося внаслідок вивільнення певної кількості основних засобів у разі їх продажу та фізичного спрацювання. У таблиці 2.5 наведені данні про надходження й вибуття основних засобів підприємства за 2023-2024 рр.

Таблиця 2.5 – Надходження та вибуття основних засобів

Основні засоби за видами економічної діяльності	Наявність на початок року, первісна (переоцінена) вартість, тис. грн.		Надійшло у звітному році		Вибуло у звітному році		Наявність на кінець року, тис.грн.
	без урахування індексації та переоцінки звітного року	з урахуванням індексації та переоцінки звітного року	усього	у тому числі введено в дію нових основних засобів	усього	у тому числі ліквідовано основних засобів	
18.22.0 (2023р.)	7465	7465	4,00	4,00	2,00	2,00	7475
18.22.0 (2024р.)	7475	7475	3,00	3,00	28,00	28,00	7350

### 2.3. Аналіз собівартості продукції за калькуляційними статтями витрат

Перед тим як перейти до аналізу калькуляційних статей витрат собівартості, розглянемо таблицю 2.6 в якій відображені проміжні розрахункові показники для аналізу собівартості продукції. Данні таблиці надають змогу визначити витрати підприємства за 2023 – 2024 рр.

Таблиця 2.6 – Аналіз собівартості виробу А за калькуляційними статтями витрат.

№ п.п.	Статті витрат	Собівартість одиниці продукції		Відхилення витрат, грн., економія (-), перевитрати (+)
		План	Факт	
1.	Разом по сировині	402,6	634,8	232,2
2.	Заготівельні витрати	12,1	19	6,9
3.	Всього по сировині	414,7	649	234,3
4.	Заробітна плата основна	85,5	85,5	-
5.	Відрахування на соціальні заходи	32,05	32,05	-
6.	Витрати на утримання устаткування	34,2	36,8	2,6
7.	Цехові витрати	17,1	18,88	1,7
8.	Загальновиробничі витрати	25,65	29,95	4,3
9.	Виробнича собівартість	609,2	852,1	242,9
10.	Позавиробничі витрати	7,4	12,9	5,5
11.	Повна собівартість	616,6	865	248,4
12.	Прибуток	154,15	138,2	-15,95
13.	Оптова ціна	770,75	1003,2	232,45
14.	ПДВ	153,15	200,64	47,79
15.	Відпускна ціна	924,9	1203,84	278,94

З розрахунків видно, що значення прибутку від реалізації продукції, як основного показника діяльності підприємства, за фактом зменшився у порівнянні з планом. Таке становище могло бути наслідком декількох причин. Для цього нам потрібно проаналізувати собівартість одиниці продукції по калькуляційним статтям витрат і обґрунтувати ціну за одиницю продукції.

Для такого аналізу та виявлення резервів зниження витрат використовують дані внутрішнього-господарського (управлінського) бухгалтерського обліку, співставляючи планові й фактичні значення собівартості із ринковою ціною. Обираємо калькуляцію виробу А і проаналізуємо її.

Дані таблиці 2.6 свідчать, що фактичне значення собівартості одиниці продукції (виробу А) перевищує заплановане. Тобто, реально існують перевитрати, що у подальшому призвели до збитку.

Таке становище було наслідком декількох причин:

1. відбувалось зростання витрат на сировину на 232,2 грн., які мають найбільшу частку у загальній калькуляції виробу А;

2. збільшились витрати на утримання устаткування – на 2,6 грн., цехові витрати – на 1,7 грн., загальновиробничі витрати – на 4,3 грн., що викликало зростання загальновиробничої і повної собівартості. Це сталося внаслідок того, що фактичні витрати за цими калькуляційними статтями були більше запланованих й мали більшу питому вагу у порівнянні по галузі.

Щоб проаналізувати неочікуване збільшення витрат на обслуговування обладнання, розглянемо таблицю 2.7.

Таблиця 2.7 – Склад основних засобів по групах

№ п/п	Групи основних засобів	2023		2024	
		Первісна вартість, тис. грн.	Сума зносу	Первісна вартість, тис. грн.	Сума зносу
1.	Будинки, споруди, передавальні пристрої	4275	2717	4275	2613
2.	Машини та обладнання	1943,5	1712,5	1855	1794
3.	Транспортні засоби	963,5	751	934	706
4.	Інструменти, інвентар, меблі	293	246	286	235,5
Разом		7475	5425	7350	5348,5

З таблиці 2.7 видно, що основні засоби по всіх групах зношені. Звідси і великі витрати відносно їх утримання, адже вони потребують періодичних та позапланових ремонтів.

Заслуговує на увагу аналіз ціни продукції. Як видно з таблиці 2.6 оптова (відпускної) ціна, зросла. Тобто, не зважаючи на те, що фактичні витрати були більше запланованих, фактичне значення оптової (відпускної) ціни зазнало реальних змін (278,94 грн.).

#### 2.4. Аналіз непрямих витрат

Операційні витрати, котрі відносяться до собівартості виготовленої продукції (непрямі), до яких належать: витрати на збут? адміністративні витрати, інші операційні витрати й теж заслуговують аналізу. У таблиці 2.8 наведена динаміка цих витрат за 2023-2024рр. та їх частка у загальній структурі операційних витрат.

Таблиця 2.8 – Аналіз непрямих витрат

№ ряд-ка	Елемент витрат	Витрати, тис грн., за період		Частка, %, за період		Відхилення (+,-)	
		Звітний (2024)	(2023)	Звітний (2024)	(2023)	грн.	Відсотки
1.	Операційні витрати (разом)	11690,5	10568,5	-	-	-1122	-9,59%
2.	Адміністративні витрати	676,5	519,5	5,79	4,92	-157	-23,2%
3.	Витрати на збут	1255	163,5	10,75	1,54	-1092,5	-87,1%
4.	Інші операційні витрати	868	142	7,42	1,34	-726	-83,64%

З аналізу таблиці можемо сказати, що за звітний період всі витрати мали тенденцію зниження, а їх питома частка у загальній структурі витрат була значною.

Адміністративні витрати зменшились на 23,21%, що є наслідком багатьох причин. Адміністративні витрати включають загальні операційні витрати, пов'язані з функціонуванням та обслуговуванням бізнесу, зокрема: адміністративний та управлінський персонал (зарплата та витрати, що відраховуються); утримання матеріальних та нематеріальних активів, що використовуються в діяльності; юридичні витрати (врегулювання спорів у

компетентних судах); податки, мита та інші платежі (за винятком податків, мита та платежів, пов'язаних з собівартістю виробленої продукції) тощо.

Також важливо враховувати витрати на збут, які становлять значну частину операційних витрат.

Варто зазначити, що з настанням ринкових відносин, підприємства зіткнулись з проблемою збуту своєї продукції. На сьогодні, все важче знайти канали збуту. Але ті підприємства, які змогли швидко переорієнтуватися й знайти канали збуту (можливо, працюючи на давальницькій схемі виробництва), більш-менш існують.

Щодо ПП «Стіл», то його виробничо-збутова діяльність у значній мірі заснована на виїзній торгівлі – торгівлі з автотранспорту, яка призводить до великих витрат. Адже крім заробітної плати й відрядних продавцям, потрібно весь час виділяти кошти на пальне та запчастини до автомобілів, ціни на які завжди нестабільні й мають тенденцію росту. Слід враховувати й те, що підприємство намагається реалізовувати продукцію не лише в межах міста, а й в межах районів (іноді - ближніх областях), та ще кожного разу сплачувати різного роду платежі (оренда місця продажу, різні збори, та ін.). Все це говорить про значну кількість витрат, які стосуються збуту. В майбутньому, можна рекомендувати керівництву шукати інші шляхи збуту виробленої продукції, які б призводили до зменшення витрат.

Зменшення витрат на збут на 87,1% протягом фінансового року порівняно з попереднім фінансовим роком пояснюється зменшенням виробництва та реалізації у 2024 році.

Що стосується інших операційних витрат, які становлять значну частину операційних витрат, то на момент публікації вони демонстрували тенденцію до зниження (83,64%). Така значна частка цих витрат у загальній структурі свідчить про певну неефективність здійснення господарської діяльності. Інші операційні витрати включають: коефіцієнт сумнівних боргів (відрахування на резерви сумнівних боргів); списання запасів; втрати та

збитки, пов'язані з амортизацією активів; штрафи, пені та інші визнані витрати; збитки від дефектів; та інші операційні витрати.

Проаналізувавши виробничі витрати підприємства, можна зробити висновок, що найбільша частка цих витрат припадає на такі статті витрат: матеріальні витрати, витрати на експлуатацію та утримання устаткування, витрати на збут, адміністративні витрати, загальновиробничі витрати. Саме на них повинно звернути увагу керівництво підприємства й відшукувати резерви їх зниження. Адже зменшення витрат із значною питомою вагою, одразу призведе до значного зменшення собівартості, що є дуже важливим для підприємства.

Витрати на утримання обладнання і загальновиробничі витрати – є важкорегульованими витратами. Тому, керівництво повинно зосередити свою увагу на таких статтях витрат, як матеріальні витрати, на збут та адміністративні витрати й спробувати, якщо не мінімізувати, то хоча б оптимізувати їх.

## 2.5. Аналіз трудомісткості виробничої програми

Для аналізу трудомісткості виробничої програми необхідно здійснити розрахунки трудомісткості виготовлення виробів за видами робіт.

Трудомісткість виготовлення  $i$ -го виробу за  $j$ -тим видом робіт розраховується за формулою:

$$T_{ij} = Q_i \cdot t_j, \quad (2.1)$$

де  $Q_i$  - обсяг виробництва  $i$ -го виробу, шт.;

$t_j$  - трудомісткість  $j$ -го виду робіт, н-год.;

Так, для виробу А трудомісткість робіт по настілу за рік складає:

$$T_{настіл}^A = 3605 \cdot 0,0372 = 134,11 \text{ н-год.};$$

Наступні розрахунки зводимо в табл. 2.9.

Таблиця 2.9 – Трудомісткість виготовлення виробів за кожним видом робіт

Виріб	Період	Трудомісткість робіт, н-год.								
		Настіл	Розташування лекал	Розкрій (ручний)	Розкрій (стрічковий)	Нумерування деталей	Виготовлення етикеток	Пошив	Прасування	Комплектування
А	Звітний (2024р.)	134,11	3028,2	22,71	47,59	72,1	6,99	9192,75	407,37	93,01
Б	Звітний (2024р.)	57,9	1930,0	37,15	28,95	120,63	9,36	3581,12	395,17	95,05
В	Звітний (2024р.)	49,4	227,62	76,76	29,26	77,52	7,37	4491,6	532,0	74,86
Г	Звітний (2024р.)	188,0	4,7	14,1	-	16,45	45,59	1668,5	211,5	77,55
Д	Звітний (2024р.)	39,0	1,17	3,12	-	3,12	7,57	366,6	31,2	11,7
За всіма виробами	ЗА РІК (2024)	468,41	5191,69	153,84	105,8	289,82	76,88	19300,5	1577,24	352,17

## 2.6. Аналіз проектної потужності обладнання

Потужність  $j$ -го виду обладнання визначається за його фактичною кількістю одиниць та дійсним фондом робочого часу кількістю одиниць. При цьому враховується кількість одиниць обладнання, яке вводиться і виводиться з експлуатації протягом року, та кількість одиниць резервного обладнання.

$$P_j^p = a \cdot n_j^{кв} \cdot \frac{\Phi_{\partial}}{4} \cdot K_{\phi} \quad (2.2)$$

де  $n_j^{кв}$  - кількість одиниць  $j$ -го виду обладнання, яке працювало протягом кварталу, враховуючи введення та виведення з експлуатації, шт.;

$\Phi_{\partial}$  - дійсний річний фонд робочого часу обладнання, год.;

$K_{\phi}$  - фактична кількість кварталів, протягом яких працювала дана кількість одиниць обладнання

Тоді потужність обладнання по розсіканню настілу становитиме:

$$P_{\text{настіл}}^p = (2 \times \frac{1860}{4} \times 4) = 3720 \text{ н-год.};$$

Проектна потужність кожного виду обладнання приймається із зменшенням на 5 % відносно виробничої.

Для обладнання по розсіканню настілу вона складе:

$$P_{\text{прнастіл}}^p = 3720 \times 0,95 = 3534 \text{ н-год.};$$

Розрахунки за іншими видами обладнання зведені в табл. 2.10

Таблиця 2.10 – Потужність за видами обладнання

Потужність, год	Види обладнання								
	Ручний ніж для розсікання настілу	Комплект лекал з інструментами	Ніж з ручним приводом, для розкрою	Розкрійна стрічкова машина	Штамп універсальний, ручний	Верстат для штампування ярликів	Строчна машина, універсальна	Праска побутова	Пакувальна машина
Виробнича	3720	11160	7440	9300	5580	1860	36067	9300	1860
Проектна	3534	10602	7068	8835	5301	1767	34263,65	8835	1767

### Перевірка умов завантаження обладнання та визначення «вузьких місць»

Завантаження обладнання перевіряється шляхом порівняння проектної потужності кожного виду обладнання з трудомісткістю відповідних робіт. При цьому має задовольнятися наступна умова:

$$P_{\text{пр}j}^p \geq T_j^p \quad (2.3)$$

Для кожного виду обладнання умови завантаження такі:

$$P_{\text{прнастіл}}^p = 3534 > T_{\text{настіл}}^p = 468,41 \text{ н-год.};$$

$$P_{\text{пррозт.лек}}^p = 10602 > T_{\text{розт.лек}}^p = 5191,69 \text{ н-год.};$$

$$P_{\text{пррозк(руч)}}^p = 7068 > T_{\text{розк(руч)}}^p = 153,84 \text{ н-год.};$$

$$P_{\text{пррозк(стріч.)}}^p = 8835 > T_{\text{розк(стріч.)}}^p = 105,8 \text{ н-год.};$$

$$P_{\text{прнумерування}}^P = 5301 > T_{\text{нумерування}}^P = 289,82 \text{ н-год.};$$

$$P_{\text{прпошив}}^P = 34264 > T_{\text{пошив}}^P = 19300,57 \text{ н-год.};$$

$$P_{\text{пррасування}}^P = 8835 > T_{\text{прасування}}^P = 1577,24 \text{ н-год.};$$

$$P_{\text{прком-ня}}^P = 1767 > T_{\text{ком-ня}}^P = 352,17 \text{ н-год.};$$

Визначені умови завантаження вказують на те, що всі види обладнання мають резерви потужностей, які становлять:

$$P_{\text{настил}} = 3534 - 468,41 = 3065,59 \text{ н-год.};$$

$$P_{\text{роз.лек}} = 10602 - 5191,69 = 5410,31 \text{ н-год.};$$

$$P_{\text{роз(руч)}} = 7068 - 153,84 = 6914,16 \text{ н-год.};$$

$$P_{\text{роз(стріч)}} = 8835 - 105,8 = 8729,2 \text{ н-год.};$$

$$P_{\text{нум-ня}} = 5301 - 289,82 = 5011,18 \text{ н-год.};$$

$$P_{\text{в-няетик-ок}} = 1767 - 76,88 = 1690,12 \text{ н-год.};$$

$$P_{\text{пошив}} = 34264 - 19300,57 = 14963,08 \text{ н-год.};$$

$$P_{\text{прас-ня}} = 8835 - 1577,24 = 7257,76 \text{ н-год.};$$

$$P_{\text{комт-ня}} = 1767 - 352,17 = 1414,83 \text{ н-год.};$$

З метою виявлення «вузьких місць» розраховуємо коефіцієнт завантаження обладнання за формулою:

$$h_s = \frac{T_j^P}{P_{прj}^P} \quad (2.4)$$

Під «вузьким місцем» на підприємстві розуміється менша потужність в порівнянні з потужністю відповідного обладнання, дільниць і цехів.

«Вузьким місцем» являється обладнання, коефіцієнт завантаження по часу якого більший одиниці ( $h_s > 1$ ).

Для кожного виду обладнання становить:

$$h_{\text{знастіл}} = \frac{468,41}{3534} = 0,13$$

$$h_{\text{зрозт.лек}} = \frac{5191,69}{10602} = 0,49$$

$$h_{\text{зроз.руч}} = \frac{153,84}{7068} = 0,022$$

$$h_{\text{зроз.стріч}} = \frac{105,8}{8835} = 0,012$$

$$h_{\text{зрум-ня}} = \frac{289,82}{5301} = 0,06$$

$$h_{\text{звигюетик к}} = \frac{76,88}{1767} = 0,044$$

$$h_{\text{зпошив}} = \frac{19300,57}{34264} = 0,56$$

$$h_{\text{зрасув-ня}} = \frac{1577,24}{8835} = 0,18$$

$$h_{\text{зкомплек-ня}} = \frac{352,17}{1767} = 0,20$$

Розраховані коефіцієнти завантаження свідчать про відсутність «вузьких місць».

## 2.7. Аналіз використання прибутку та рентабельності підприємства

Вивчення показників рентабельності дозволяє комплексно оцінити ефективність господарської діяльності підприємства. Ця ефективність аналізується за групами пов'язаних показників (табл. 2.11).

За даними розрахунків бачимо що, за період 2023-2024 рр., зменшилась рентабельність підприємства. Зменшення даного показника, є несуттєвим і становить 5,5%. Таке зменшення пов'язано із вкладанням значної частки коштів у будівництво додаткових виробничих площ та приміщень. Взагалі, підприємство працює рентабельно, оскільки збільшується частка чистого

прибутку і відбувається приріст активів. Будь яке підприємство в умовах ринкового господарювання намагається збільшити частку чистого прибутку, тому ПП «Стіл» намагається правильно організувати свою роботу, окупити вкладені кошти, та отримувати прибуток.

Таблиця 2.11 – Розрахунок відносних показників ефективності діяльності підприємства

Показники	2023 рік	2024 рік	Відхилення, %
Рентабельність підприємства	3,7	3,4	- 8,1
Рентабельність власного капіталу	6,0	6,7	11,6
Рентабельність залученого капіталу	21,7	20,5	- 5,5
Рентабельність необоротних активів	10,0	11,2	12,0
Рентабельність оборотних активів	8,9	9,2	3,4
Коефіцієнт покриття активів	30,0	28,0	- 1,8
Коефіцієнт окупності активів	356,0	363,0	2,0
Коефіцієнт покриття власного капіталу	35,8	36,5	2,0
Коефіцієнт окупності власного капіталу	273,3	278,7	2,0

Рентабельність власного капіталу збільшилась на 11,6%. Несуттєве зростання даного показника позитивно впливає на роботу підприємства, оскільки всі витрати окупаються за рахунок власного капіталу і підприємство мало залежить від зовнішніх кредиторів.

Рентабельність інвестованого капіталу зменшилася на 5,5%, що являє собою втрату інвестованого капіталу. Рентабельність основних засобів, навпаки, зросла на 12,0%, що відображає збільшення вартості цих основних засобів. Це зростання пояснюється збільшенням частки основних засобів у чистій вартості підприємства, що є наслідком збільшення поточних витрат на будівництво.

Коефіцієнт покриття активами вимірює здатність підприємства покривати свої активи операційними витратами, вираженими в гривнях чистого доходу. За період 2023-2024 рр., даний показник зменшився і становить: ( 30,0; 20,0 – відповідно). Тобто підприємство має можливість покрити свої активи за рахунок чистого доходу.

Коефіцієнт покриття власним капіталом за період 2023-2024 років також покращився, встановившись в межах від 35,8 до 36,5. Це зростання свідчить про зростання частки чистого прибутку, що покриває власний капітал, і означає, що темпи зростання власного капіталу вищі, ніж темпи зростання чистого прибутку. Взагалі для підприємства даний показник відіграє величезне значення, оскільки визначається прибутковість власного капіталу. На сьогодні даний коефіцієнт є досить високим, тому забезпечує прибутковість власного капіталу.

Зворотно пропорційними до попередніх коефіцієнтів є коефіцієнти окупності.

Коефіцієнт окупності як власного капіталу так і активів за період 2023-2024 рр., мають тенденцію до зростання. Це позитивно впливає на роботу підприємства, оскільки з кожним роком 1 грн. власного активу і капіталу приносить все більше прибутку.

Підсумовуючи все вищезазначене та користуючись даними наведеними у таблиці 2.11. проілюструємо динаміку показників рентабельності графічно на рис.2.1.

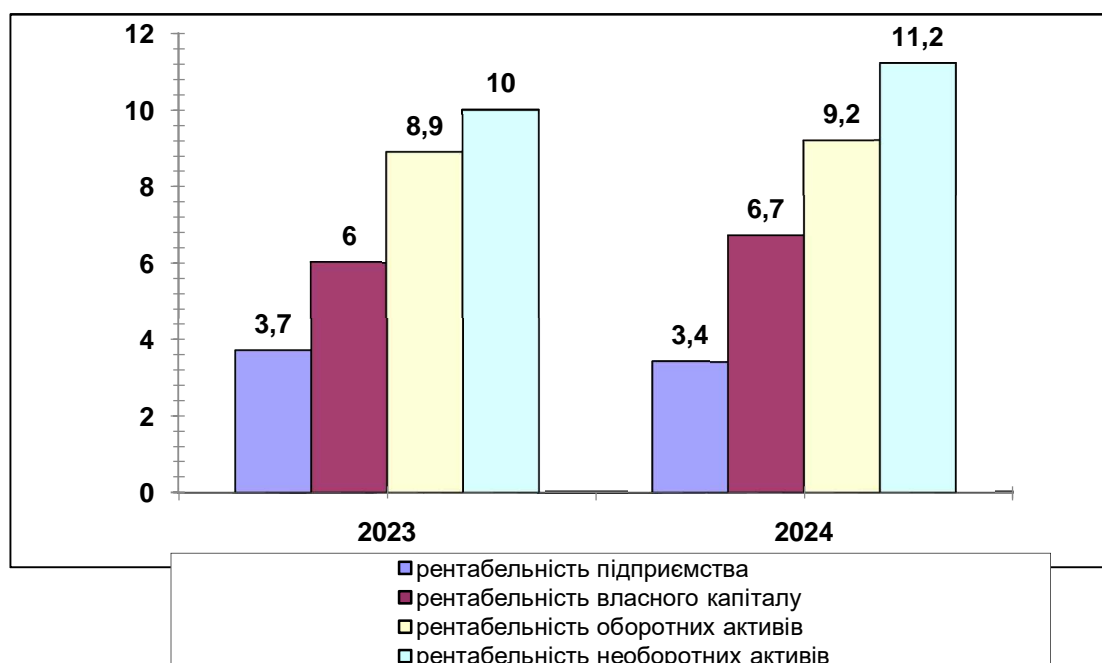


Рисунок 2.1 – Динаміка показників рентабельності  
ПП «Стіл» за 2023-2024 роки

Загалом показники рентабельності підприємства мають допустимий рівень. Протягом 2023-2024 рр., показники рентабельності значно погіршилися, але це було спричинено збільшенням виробничих витрат. Коефіцієнти покриття та окупності мали позитивні тенденції і вказують на поступове збільшення чистого доходу.

Отже, щоб і в подальшому підприємство було прибутковим необхідно слідкувати за відповідними статтями витрат і раціонально використовувати наявні кошти.

Тому щоб збільшити прибуток необхідно збільшувати обсяг надання послуг. Але для збільшення обсягу послуг необхідно завойовувати нові ринки збуту даного виду послуг або відшукувати нові конкурентні переваги для відбирання частки ринку у своїх конкурентів.

Таким чином, необхідно розробити комплекс заходів по підвищенню прибутковості фірми за рахунок активізації нових маркетингових заходів і при необхідності освоєння нового виду діяльності, який буде попутним з основним і дозволить збільшити прибутковість фірми.

### 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПП «СТІЛ»

#### 3.1 Оптимізація виробничої програми

Головним завданням у підвищенні ефективності виробничої діяльності є визначення та кількісна оцінка впливу різних факторів на норму прибутку, а також вивільнення ресурсів для збільшення зростання (зниження витрат), зокрема шляхом коригування та оптимізації програм управління вірусами, відповідно до аналізу вірусологічного потенціалу компанії (представленого нижче).

Задача оптимізації виробничої програми підприємства зводиться до того, щоб встановити найефективніший режим експлуатації виробничих потужностей підприємства, який би забезпечував при реальному попиті на ринку продукції підприємства та реальних можливостей фінансування випуску продукції, максимально можливий прибуток. Вихідними даними вирішення цієї задачі повинні бути:

- номенклатура виробленої продукції;
- ринкова потреба;
- яку кількість виробів кожного найменування необхідно випускати відповідно договорам;
- трудомісткість виготовлення кожного найменування в сумі та за видами обробок;
- маржинальний прибуток в ціні кожного виробу;
- коефіцієнт маржинального прибутку;
- встановлення потужності підприємства або підрозділу за видами обробки (н – год.);
- можливості збільшення фінансування та збільшення додаткового випуску.

### 3.1.1. Розрахунок точки безбитковості

Визначення критичного обсягу виробництва дозволяє визначити обсяг виробництва, який забезпечує безбитковість діяльності підприємства. Ця точка безбитковості досягається, коли виручка від реалізації дорівнює собівартості реалізованої продукції.

Для розрахунку критичного обсягу виробництва потрібно розрахувати наступні показники:

Загальний обсяг виробництва

$$Q_{\text{заг}} = \sum Q_i \quad (3.1)$$

$$Q_{\text{заг}} = 3605 + 4825 + 3800 + 23500 + 3900 = 39630 \text{ шт.}$$

Частку кожного виробу у сукупному обсязі виробництва, %

$$x_i = \frac{Q_i}{Q_{\text{заг}}} \cdot 100 \quad (3.2)$$

$$x_A = \frac{3605 \cdot 100}{39630} = 9,09 \%$$

$$x_B = \frac{4825 \cdot 100}{39630} = 12,18 \%$$

$$x_B = \frac{3800 \cdot 100}{39630} = 9,59 \%$$

$$x_G = \frac{23500 \cdot 100}{39630} = 59,30 \%$$

$$x_D = \frac{3900 \cdot 100}{39630} = 9,84 \%$$

Маржинальний дохід по кожному виробу розраховуємо за формулою:

$$MD_i = P_i - S_{\text{змін}} \quad (3.3)$$

де  $P_i$  - ціна  $i$ -го виробу, грн.;

$S_{\text{змін}}$  - змінні витрати на одиницю  $i$ -го виробу, грн.

В свою чергу

$$S_{змін}^i = C_i - S_{пост}^i \quad (3.4)$$

де  $C_i$  - повна собівартість виготовлення  $i$ -го виробу, грн.;

$S_{пост}^i$  - постійні витрати на одиницю  $i$ -го виробу, грн.

Але слід зазначити, що наші розрахунки будуть вестися з урахуванням фактичних даних витрат, які відображені у плановій калькуляції обраних виробів.

Тоді, для виробу А, змінні витрати становитимуть:

$$S_{змін}^A = 649 + 85,5 + 32,05 = 766,55 \text{ грн.}$$

Звідси

$$МД_A = 1081,25 - 766,55 = 314,7 \text{ грн.}$$

Аналогічні розрахунки по іншим виробам наведені в табл. 3.1

Таблиця 3.1 – Вихідні дані для визначення критичного обсягу виробництва

Показники	Види виробів				
	А	Б	В	Г	Д
1. Обсяги виробництва, шт.	3605	4825	3800	23500	3900
2. Ціна (оптова) однієї штуки, грн.	1081,25	208,4	406,5	167	232,5
3. Змінні витрати на одну штуку, грн.	766,55	124,5	233,9	51,5	106,5
4. Маржинальний дохід на одну штуку, грн.	314,7	83,9	1726	115,5	126
5. Частка виробу в сумарному обсязі реалізації, %	9,09	12,18	9,59	59,30	9,84
6. Постійні витрати на одну штуку, грн.	107,05	33,6	93,9	12,4	10,5

Загальна величина постійних витрат розраховується по формулі:

$$S_{пост} = \sum_{i=1}^n S_{пост}^i \cdot Q_i \quad (3.5)$$

де  $S_{пост}^i$  - постійні витрати на одиницю  $i$ -го виробу, грн.;

$Q_i$  - обсяги виробництва  $i$ -го виробу, шт.;

$n$  – кількість найменувань виробів;

$$S_{\text{пост}} = (107,05 \cdot 3605) + (33,6 \times 4825) + (93,9 \times 3800) + (12,4 \times 23500) + (10,5 \times 3900) = 1237205,2 \text{ грн.}$$

Узагальнений граничний дохід визначається як частка граничного доходу даного продукту, поділена на загальний обсяг виробництва.

$$MD_y = \sum MD_i \cdot x_i \quad (3.6)$$

$$MD_y = 314,7 \times 0,0909 + 83,9 \times 0,1218 + 172,6 \times 0,0959 + 115,5 \times 0,593 + 126 \times 0,0984 = 28,61 + 10,22 + 16,55 + 68,49 + 12,4 = 136,27 \text{ грн.}$$

Критичний обсяг виробництва для всієї виготовленої продукції визначається по формулі:

$$Q_{\text{крит}} = \frac{S_{\text{пост}}}{MD_y} \quad (3.7)$$

$$\text{Отже } Q_{\text{крит}} = \frac{1237205,2}{136,27} = 9079 \text{ шт.}$$

В тому числі у розрізі виробів з округленням до цілих:

$$Q_{\text{крит}}^A = 9079 \times 0,0909 = 825 \text{ шт.}$$

$$Q_{\text{крит}}^B = 9079 \times 0,1218 = 1106 \text{ шт.}$$

$$Q_{\text{крит}}^C = 9079 \times 0,0959 = 871 \text{ шт.}$$

$$Q_{\text{крит}}^D = 9079 \times 0,593 = 5384 \text{ шт.}$$

$$Q_{\text{крит}}^E = 9079 \times 0,0984 = 893 \text{ шт.}$$

Критичний обсяг виробництва (рис. 3.1) вказує з якого моменту виробництва підприємство буде мати прибуток. З розрахунку видно, що починаючи з критичного обсягу виробництва ( $Q_{\text{крит}}$ ), виручка від реалізації дорівнюватиме повній собівартості продукції (тобто буде досягнута беззбитковість), не перевищує значення загальноприйнятого обсягу виробництва ( $Q_{\text{заг}} > Q_{\text{крит}}$ ). Це означає, що в даний час підприємство отримує прибуток.

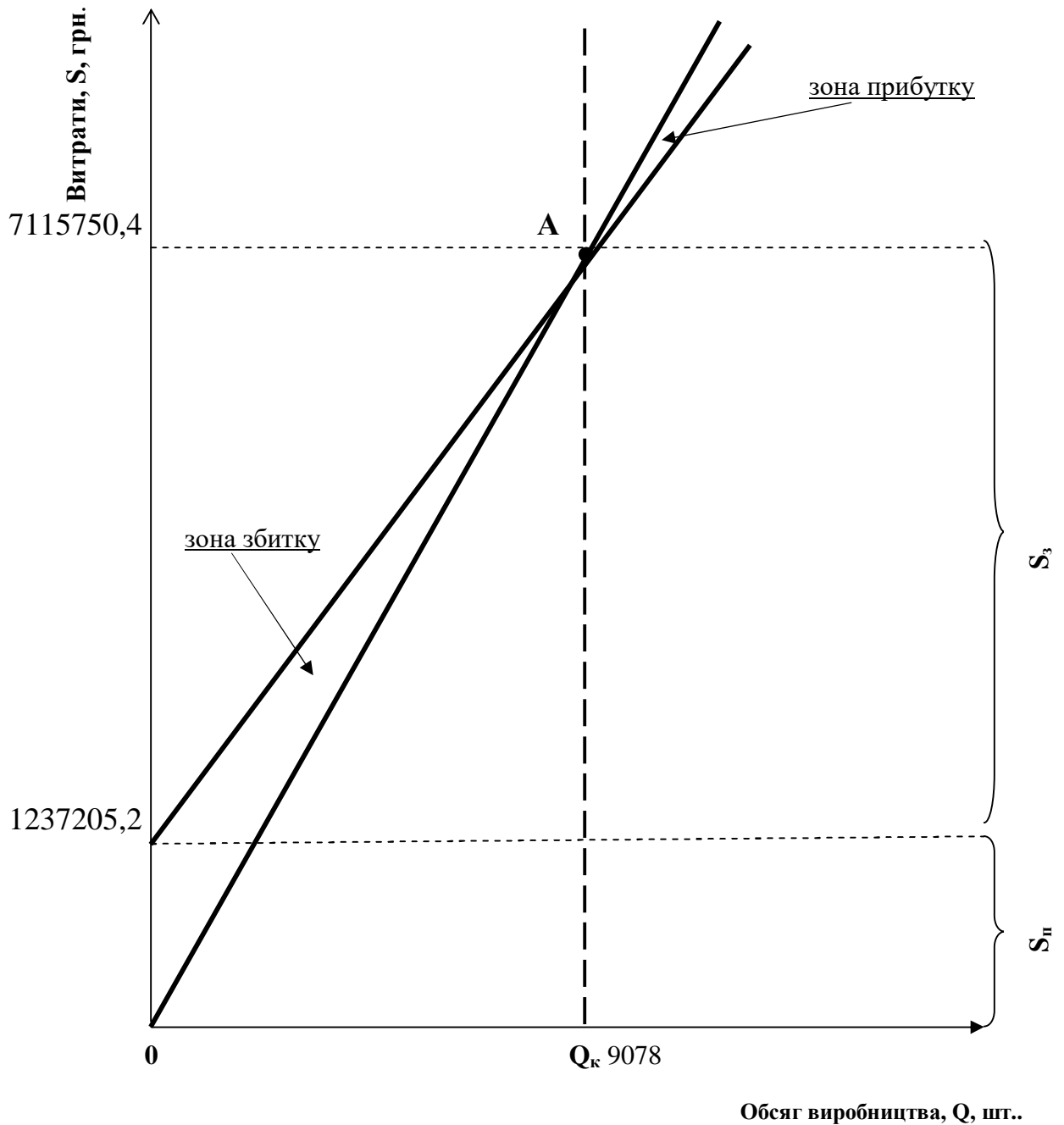


Рисунок 3.1 – Критичний обсяг виробництва виробів.

Але для збільшення прибутку ПП «Стіл» необхідно нарощувати обсяги виробництва, в межах існуючої на підприємстві потужності. А це можна робити за рахунок додаткового випуску тих виробів, на які існує попит. Але слід зазначити, що збільшення прибутку не буде досягнуто одразу із збільшенням випуску запропонованих виробів. Все буде залежати від подальшого попиту на вироби й можливістю підприємства нарощувати

виробництво (за рахунок наявності резервів виробничої потужності), аналіз якої буде розглянуто нижче та додаткового фінансування.

Серед розглянутих варіантів пропонуємо збільшити виробництво певних видів продукції за собівартістю реалізованої продукції. Адже, по-перше: на них існував й існує попит, що дає стимул підприємству збільшувати обсяги виробництва; по-друге: вони займають найбільшу частку у загальному обсязі; по-третє: все це можна робити у межах існуючої на підприємстві потужності.

Слід зазначити, що збільшення виробництва цієї продукції та її продаж за плановими цінами зменшить собівартість одиниці продукції та накладні витрати на 1 гривню порівняно з ціною продажу продукції. Дійсно, загальні постійні витрати розподіляться на більший обсяг виробництва і, отже, їхня частка в загальній структурі операційних витрат зменшиться, що буде дуже позитивним моментом.

### 3.1.2 Розрахунок коефіцієнтів маржинального доходу

Тепер розрахуємо коефіцієнт маржинального доходу й згідно одержаних даних визначимо, виробництво яких виробів буде доцільніше нарощувати, однак в межах існуючого попиту й резервів виробничої потужності. Коефіцієнт маржинального доходу розраховується за формулою:

$$K_{MD} = \frac{MD_i}{C_{opt}} \quad (3.8)$$

де  $MD$  - маржинальний дохід  $i$ -го виробу;

$C_{opt}$  - ціна (оптова) за одиницю виробу грн.,

Отже:

$$K_{MD}^A = \frac{3147}{108125} = 0,29 \quad V$$

$$K_{MD}^B = \frac{839}{2084} = 0,40 \quad IV$$

$$K_{MD}^B = \frac{1726}{4065} = 0,42 \quad \text{III}$$

$$K_{MD}^Г = \frac{115,5}{167} = 0,69 \quad \text{I}$$

$$K_{MD}^Д = \frac{126}{232,5} = 0,54 \quad \text{II}$$

На основі проведених таким чином розрахунків можна зробити висновок, що було б доцільно збільшити виробництво за рахунок збільшення виробництва продуктів Г, Д, В, Б, А. Це необхідно робити саме у такій послідовності, адже коефіцієнти маржинального доходу (МД) цих виробів було проранжовано від більшого до меншого, що у свою чергу говорить про те що, виріб з більшим коефіцієнтом маржинального доходу в майбутньому принесе більше прибутку, ніж інший виріб (з меншим коефіцієнтом МД). Тому, нарощування обсягів виробництва доцільніше робити за рахунок збільшення випуску виробів Г, Д, В (ми обрали перші три) у межах існуючого на ринку попиту й резервів потужностей обладнання підприємства.

### **3.1.3. Дозавантаження потужностей обладнання з урахуванням існуючого попиту**

Так, виходячи з існуючого на ринку праці попиту на продукцію і обсягів виробництва даного виду продукції, визначаємо можливість дозавантаження обладнання в межах резервів потужностей обладнання.

Різниця між попитом і виробництвом виробів становить:

$$A - 3850 - 3605 = 245 \text{ шт.}$$

$$B - 5050 - 4825 = 225 \text{ шт.}$$

$$B - 4000 - 3800 = 200 \text{ шт.}$$

$$Г - 24000 - 23500 = 500 \text{ шт.}$$

$$Д - 4150 - 3900 = 250 \text{ шт.}$$

Враховуючи коефіцієнт маржинального доходу доцільно буде дозавантажити існуюче обладнання виробами Г, Д, і В в кількості відповідно 500, 250 та 200 шт. Але це не говорить про неможливість подальшого дозавантаження обладнання. Все можливо, але за умови наявності попиту на певні вироби, резервів потужностей обладнання та додаткового фінансування.

Трудомісткість дозавантаження виробів складе:

Для виробів В:

$$T_{настіл}^B = 200 \times 0,013 = 2,6 \text{ н - год.}$$

$$T_{роз.лек}^B = 200 \times 0,0599 = 11,98 \text{ н - год.}$$

$$T_{розкр.руч}^B = 200 \times 0,0202 = 4,04 \text{ н - год.}$$

$$T_{розкр.стріч}^B = 200 \times 0,0077 = 1,54 \text{ н - год.}$$

$$T_{нум-ня}^B = 200 \times 0,0204 = 4,08 \text{ н - год.}$$

$$T_{виг.ет-ок}^B = 200 \times 0,00194 = 0,388 \text{ н - год.}$$

$$T_{пошив}^B = 200 \cdot 1,182 = 236,4 \text{ н - год.}$$

$$T_{прасув-ня}^B = 200 \cdot 0,140 = 28,0 \text{ н - год.}$$

$$T_{комплек-ня}^B = 200 \cdot 0,0197 = 3,94 \text{ н - год.}$$

Для виробів Г:

$$T_{настіл}^Г = 500 \times 0,008 = 4 \text{ н - год.}$$

$$T_{розт.лек}^Г = 500 \times 0,0002 = 0,1 \text{ н - год.}$$

$$T_{розкр.руч}^Г = 500 \times 0,0006 = 0,3 \text{ н - год.}$$

$$T_{нум-ня}^Г = 500 \times 0,0007 = 0,35 \text{ н - год.}$$

$$T_{виг.ет-ок}^Г = 500 \times 0,00194 = 0,97 \text{ н - год.}$$

$$T_{пошив}^Г = 500 \times 0,071 = 35,5 \text{ н - год.}$$

$$T_{\text{прас-ня}}^{\Gamma} = 500 \times 0,009 = 4,5 \text{ н-год.}$$

$$T_{\text{комплек-ня}}^{\Gamma} = 500 \times 0,0033 = 1,65 \text{ н-год.}$$

Для виробів Д:

$$T_{\text{настіл}}^{\text{Д}} = 250 \times 0,01 = 2,5 \text{ н-год.}$$

$$T_{\text{розт.лек}}^{\text{Д}} = 250 \times 0,0003 = 0,075 \text{ н-год.}$$

$$T_{\text{розкр.руч}}^{\text{Д}} = 250 \times 0,0008 = 0,2 \text{ н-год.}$$

$$T_{\text{нум-ня}}^{\text{Д}} = 250 \times 0,0008 = 0,2 \text{ н-год.}$$

$$T_{\text{виг.етик-ок}}^{\text{Д}} = 250 \times 0,00194 = 0,49 \text{ н-год.}$$

$$T_{\text{пошив}}^{\text{Д}} = 250 \times 0,094 = 23,5 \text{ н-год.}$$

$$T_{\text{прас-ня}}^{\text{Д}} = 250 \times 0,008 = 2 \text{ н-год.}$$

$$T_{\text{комплек-ня}}^{\text{Д}} = 250 \times 0,003 = 0,75 \text{ н-год.}$$

Отже, виробництво виробів з урахуванням дозавантаження потужностей буде:

А - 3605 шт.

Б - 4825 шт.

В -  $3800 + 200 = 4000$  шт.

Г -  $23500 + 500 = 24000$  шт.

Д -  $3900 + 250 = 4150$  шт.

а сукупна трудомісткість дозавантажуваних виробів складе:

$$T_{\text{настіл}}^{\text{доз}} = 2,6 + 4 + 2,5 = 9,1 \text{ н-год.}$$

$$T_{\text{роз.лек}}^{\text{доз}} = 11,98 + 0,1 + 0,075 = 12,155 \text{ н-год.}$$

$$T_{\text{розкр.руч}}^{\text{доз}} = 4,04 + 0,3 + 0,2 = 4,54 \text{ н-год.}$$

$$T_{\text{розкр.стріч}}^{\text{доз}} = 1,54 \text{ н-год.}$$

$$T_{\text{нум-ня}}^{\text{доз}} = 4,08 + 0,35 + 0,2 = 4,63 \text{ н-год.}$$

$$T_{\text{виг.етик-ок}}^{\text{доз}} = 0,388 + 0,97 + 0,495 = 1,848 \text{ н-год.}$$

$$T_{\text{пошив}}^{\text{доз}} = 236,4 + 35,5 + 23,5 = 295,4 \text{ н -год.}$$

$$T_{\text{прасув-ня}}^{\text{доз}} = 28,0 + 4,5 + 2 = 35,5 \text{ н -год.}$$

$$T_{\text{комплек-ня}}^{\text{доз}} = 3,94 + 1,65 + 0,75 = 6,34 \text{ н -год.}$$

Співставимо отриману сукупну трудомісткість відповідних робіт ( $T_j^{\text{доз}}$ ) з резервами потужностей відповідного обладнання, на якому буде відбуватись дозавантаження ( $P$ ). Якщо резерви потужностей обладнання ( $P$ ) будуть більше за трудомісткість робіт дозавантажуваних виробів ( $T_j^{\text{доз}}$ ), тобто відбудуватиметься така умова ( $P > T_j^{\text{доз}}$ ), то це буде говорити про здійснення поставленої нами мети, а саме підвищення прибутковості виробничої діяльності (зменшення збитків). Тобто, збільшення проектного обсягу виробництва у межах резервів потужностей обладнання (з урахуванням дозавантаження), призведе до переважання у кількісному виразі над критичним обсягом виробництва (точкою беззбитковості), що в подальшому (можливо не одразу) призведе до отримання підприємством прибутку (зменшення збитку). Але перед тим, як перейти до розробки пропозицій, необхідно дати оцінку виробничої потужності на підставі визначення її критеріїв та показників і дати їх аналіз. Крім того, знаючи, які фактори і чинники виробничого процесу мають вплив на формування та використання виробничої потужності, пропозиції щодо покращення їх використання можуть бути спрямовані на:

- узгодження потужності провідної ділянки з технологічною спроможністю решти виробничих ланок для недопущення “вузьких місць” в тій чи іншій групі виробничих підрозділів;

- підвищення рівня організації праці, зокрема покращення організації обслуговування робочих місць з метою недопущення простоїв обладнання через відсутність енергоносіїв, інструменту, сировини і матеріалів та порушення інших обслуговуючих функцій;

- забезпечення якості виробленої продукції (налагоджувальний та проміжний контроль), завдяки чому буде збільшуватись ефективний час роботи обладнання;

- підвищення рівня професійної підготовки робітничих кадрів: необхідний рівень підготовки основних робітників дозволить максимально узгодити технічно обґрунтовані норми виробітку з технічними нормативами використання обладнання, а високий професіоналізм ремонтних робітників дозволить уникнути надлишкових простоїв обладнання в ремонті;

- модернізацію та заміну зношеного обладнання новим, у разі значного відхилення технічних норм використання обладнання від проектних;

- зменшення кількості резервного обладнання за результатами розрахунків його необхідної кількості;

- використання у виробництві резервного обладнання, обладнання допоміжних цехів та введення в експлуатацію більш продуктивного обладнання для розширки «вузьких місць»;

- впровадження передових технологій, які дозволять ефективніше використовувати обладнання та виведення з експлуатації застаріле і надлишкове.

На ефективне формування та використання виробничої потужності значний вплив мають, як ринок матеріально-технічних ресурсів, так і попит на продукцію.

При сталому зростанні попиту на продукцію, підвищення ефективності використання виробничих можливостей підприємства має відбуватися шляхом дозавантаження наявного обладнання. При цьому необхідно враховувати одне обмеження – проектний (з урахуванням дозавантаження) обсяг виробництва у кількісному виразі повинен бути більшим точки безбитковості. В нашому випадку це можливо досягнути, адже існують усі необхідні для цього умови.

Відповідні дані підприємства, розрахунки, виконані за рекомендованою методикою, та аналіз використання виробничої потужності показав, що:

- трудомісткість виробничої програми в розрізі видів робіт за всіма їх видами нижча, ніж проектна потужність обладнання;
- всі види обладнання мають резерви потужностей;
- попит на всі вироби вищий, ніж програма виробництва.

Таким чином, визначальним критерієм у цьому аналізі є невикористана потужність та рівень маржинального доходу у розрізі виробів.

Виходячи з цього, для покращення використання виробничої потужності можна запропонувати наступне: змінити (збільшити) виробничу програму тих виробів, які приносять найбільший прибуток (В, Г, Д) з урахуванням резерву потужностей за видами робіт. Додатковий дохід від зміни виробничої програми становитиме:

$$D = Q_B \times C_B + Q_G \times C_G + Q_D \times C_D \quad (3.9)$$

$$D = 200 \times 406,5 + 500 \times 167 + 250 \times 232,5 = 316705 \text{ грн.}$$

### **3.2 Пропозиції щодо зменшення матеріальних витрат на виробництво швейних виробів ПП «Стіл»**

Як зазначалося раніше, в структурі собівартості швейних виробів ПП «Стіл» перше і найвагомніше місце займають матеріальні витрат, тому ми пропонуємо декілька основних шляхів економії матеріальних ресурсів та зниження матеріальних витрат на сировину та матеріали.

#### **3.2.1 Економія матеріальних ресурсів**

Важливе значення для економії матеріальних ресурсів має правильне встановлення норм їх витрат. На протязі більш менш довготривалого періоду технічні й організаційні умови виробництва змінюються й удосконалюються через модернізацію конструкції виробів, поліпшення технологій, устаткування, виконання окремих заходів щодо ефективності виробництва. При здійсненні цих заходів, поточні норми повинні переглядатися і замінюватися більш прогресивними.

Так, єдино правильною методикою науково-обґрунтованого нормування, варто вважати розрахунковий метод встановлення норм.

Розрахунковий метод в умовах швейного виробництва передбачає організацію експериментально-лабораторних методів встановлення норм витрат матеріалів. Причому, норми витрат тканин по експериментальних розкладках повинні розроблятися на всі основні рости і розміри.

Необхідно використовувати типові схеми розкладок у два і більше лекала.

Витрати тканини на швейні вироби при розкрої складаються з:

- а) витрат матеріалу, рівного корисної площі лекал;
- б) міжлекальних витрат;
- в) витрат тканини по довжині при настиланні.

Величина міжлекальних витрат характеризує рівень використання площі розкладки. Скорочення міжлекальних витрат - основний показник економії витрат на матеріали. Шляхом комбінованих розкладок домагаються значного зниження міжлекальних витрат.

Важливе значення для максимально ефективного використання тканин має скорочення нераціональних залишків тканин. На величину нераціональних залишків істотний вплив має низька якість тканин. Однією з причин, що викликає втрати тканини у швейному виробництві, є постачання неякісних тканин з великою кількістю текстильних дефектів.

Досвід передових підприємств показує, що використання методу беззалишкового розкрою свідчить про те, що є наявний резерв у використанні шматків технічної довжини. Великим резервом економії тканин, є випуск тканин з раціональною шириною, що забезпечують економічний розкрій.

У США здійснена часткова стандартизація ширини тканини для виготовлення ряду виробів. Ряд фірм США і Швеції практикують попереднє замовлення фірмам-постачальникам тканини необхідної ширини, відповідно до фасону і моделі виробу.

### 3.2.2 Маркетингова стратегія вибору постачальника

Як уже говорилося раніше, керівництво ПП «Стіл» не піклується про пошук вигідних і надійних постачальників тканин, що здатні задовольнити усі висунуті вимоги до якості і ціни продукції. Основні його постачальники - це посередники, що продають свою продукцію з високою торговою націнкою (що призводить до значних витрат на матеріали).

Тому, ми пропонуємо впровадити на ПП «Стіл» маркетингову стратегію вибору постачальника.

Маркетингова стратегія вибору постачальника передбачає аналіз різних варіантів співпраці, що базується на розробці ключових показників ефективності (KPI) для постачальника. Маркетингові вимоги до постачальників можуть бути визначені відділом логістики або зовнішніми консалтинговими фірмами. Кожна компанія визначає власні критерії оцінки постачальників, відповідно до своєї філософії та бізнес-стратегії. Однак до постачальників застосовуються певні загальні маркетингові вимоги:

- поставка замовленої продукції (за угодою або контрактом) у встановлені терміни та згідно з узгодженим графіком;
- продукція повинна відповідати чинним стандартам якості та виготовлятися з використанням найсучасніших технологій;
- дотримання необхідних обсягів поставок;
- швидке реагування на нові потреби клієнтів;
- надання необхідної супровідної документації;
- дотримання узгодженої ціни;
- будь-які зміни в асортименті продукції (сировини) повинні відповідати новим стандартам;
- надання додаткових послуг за необхідності;
- доступність постачальників (інформаційна, територіальна та комунікаційна).

Маркетингові потреби постачальників можуть змінюватися залежно від економічного клімату та ринкових умов. Наприклад, під час економічного спаду вимоги до постачальників можуть зростати, і навпаки, під час рецесії або дефіциту ресурсів. Важливо пам'ятати, що постачальники можуть працювати не лише на нас, а й на наших конкурентів. Аналіз постачальників та визначення вимог до них повинні враховувати конкурентну позицію.

Як оцінювати ефективність роботи постачальників? На це питання немає однозначної відповіді. Однак, ми можемо встановити загальний перелік показників для визначення корисності постачальників: репутація та імідж; надійність; якість продукції та відповідність чинним стандартам; потенційний обсяг виробництва; дотримання термінів поставки; рівень цін на продукцію чи послуги (порівняльний аналіз ціна/якість та ціна/кількість); умови поставки та способи оплати (планова поставка, доставка на вимогу, упаковка, транспортування та страхування, суми платежів); та відносини з клієнтами (довіра, близькість, тривалість або епізодичні, приємні чи авторитарні стосунки). Пропозиція додаткових послуг.

Аналіз можливостей постачальників – важливий етап ітераційного процесу їхнього вибору. Такий процес може передбачати наступні заходи.

Визначення потреби в продукції постачальників у відповідності до маркетингових цілей підприємства. При виборі постачальників фірма повинна визначити найбільш прийнятний для себе варіант.

Пошук найбільш надійних постачальників. Інформацію про постачальників і їх характеристики можна одержати з різних джерел: публікації, ярмарки, виставки, пряме поштове розсилання, радіо і телебачення, рекламні буклети.

Порівняльний аналіз постачальників за названими вище показниками.

Попередній добір постачальників, які відповідають зазначеним вимогам і програмі маркетингу фірми.

Формування пакету фірмових вимог до постачальників, його узгодження з ними.

Аналіз пропозицій постачальників по пакету вимог.

Вибір і затвердження постачальників.

Укладання договорів. У ряді випадків, оформлення договорів у письмовій формі не обов'язково.

Звичайно, необхідність у виборі відпадає, якщо постачальник є єдиним чи по яким-небудь параметрам - унікальним.

Вибір постачальників – це складне та важливе завдання, оскільки від цього вибору залежить темп виробництва, а зрештою, і прибутковість компанії та її репутація серед клієнтів, споживачів її продукції. Цей вибір особливо важливий для нових компаній або тих, хто змінює свій асортимент продукції, сектор діяльності чи стратегію. Встановлені компанії з існуючими діловими відносинами стикаються з іншими викликами. Якщо їхня співпраця з постачальником виявляється успішною, доцільно підтримувати ці відносини, адаптуючись до нових вимог.

Вибір постачальника може бути конкурентним процесом. Критерії відбору можуть включати такі показники, як співвідношення ціни та якості поставок, регулярність та якість поставок, а також інші фактори. Використання ціни як єдиного критерію не рекомендується, оскільки нижчі ціни зазвичай свідчать про нижчу якість.

Досвід показує, що зміна постачальників – це складне завдання з непередбачуваними наслідками. Однак, якщо відносини розриваються або постачальник не в змозі задовольнити потреби компанії-клієнта, вибір нового постачальника стає необхідним. Це рішення має бути ретельно обдумане. Важливо негайно збільшити попит на цього нового постачальника. Позбутися постачальника відносно легко, але знайти нового вважається складнішим.

На наш погляд, підприємству необхідно приділити увагу й скористатись запропонованими вище методиками, які націлені на зменшення матеріальних витрат, що є найбільшою статтею у загальній структурі операційних витрат.

Так, запровадження розрахункового методу встановлення норм витрат матеріалів призведе до скорочення міжлекальних втрат (за рахунок комбінованих розкладок), та скорочення нераціональних залишків тканин (за рахунок впровадження беззалишкового розкрою та за умови якісної сировини (без текстильних дефектів)), що призведе до економії матеріальних ресурсів, і, як наслідок, вивільненню зайвих коштів. А це неможливо досягнути без наявності прийнятних підприємству постачальників сировини, методику відбору яких було запропоновано вище.

## ВИСНОВКИ

Прибуток є одночасно найпростішою та найскладнішою категорією в ринковій економіці. Його простота впливає з того факту, що він є основою та основним рушієм економіки, тим самим сильно стимулюючи підприємницьку діяльність.

Відповідно до методів генерування прибутку, що використовуються в бухгалтерському обліку, ми розрізняємо прибуток від продажу продукції, прибуток від продажу активів та прибуток від нереалізаційної діяльності.

Прибуток варіюється залежно від операційної, інвестиційної та фінансової діяльності, залежно від його джерел та основних видів господарської діяльності.

Маржинальний прибуток, валовий прибуток (у балансі) та чистий прибуток варіюються залежно від складу їх складових елементів.

Залежно від застосовного податкового режиму, оподатковувана та неоподатковувана частини прибутку варіюються.

Капіталізована та спожита частини варіюються залежно від їх використання у складі прибутку, що залишається після сплати податків та інших обов'язкових платежів (чистий прибуток).

Розрізняють позитивний прибуток (або фактичний прибуток) та негативний прибуток (або збиток) на основі кінцевого результату для управління.

Аналіз прибутку представляє собою процес дослідження умов та результатів його формування і використання з метою пошуку резервів подальшого збільшення ефективності управління ним на підприємстві.

У процесі управління прибутком компанії основним елементом є генерування прибутку за рахунок операційної діяльності. Характер цієї діяльності визначається специфічними характеристиками економічного сектору, в якому працює компанія.

Операційні витрати за 2023 рік становлять 11690,5 тис.грн., за звітний – 10568,5 тис.грн. Зменшення витрат спричинюється зменшенням обсягу виробленої продукції, а це, в свою чергу, призвело до зменшення виручки на 38,9%. Також, це могло бути наслідком все меншої споживчої потреби у продукції ПП «Стіл».

Аналіз свідчать про матеріаломісткий характер виробництва: частка матеріальних витрат має тенденцію росту й у попередньому періоді становила 65,72%, у звітному – 85,52%. Це було наслідком підвищення закупівельних цін на матеріали.

Амортизаційні відрахування мали тенденцію зниження на 79,82%, а їх частка склала: у попередньому періоді – 0,95%, у звітному – 0,21%. Це сталося внаслідок вивільнення певної кількості основних засобів у разі їх продажу та фізичного спрацювання. витрати у звітному періоді мали тенденцію зниження, а їх питома частка у загальній структурі витрат була значною.

Адміністративні витрати зменшилися на 23,21%. Падіння цін реалізації на 87,1% протягом фінансового року порівняно з попереднім роком зумовлене зниженням виробництва та продажів у 2024 році.

Щодо інших операційних витрат, то вони становлять значну частку у загальній структурі операційних витрат, у звітному періоді мали тенденцію зниження (на 83,64%). Така значна частка цих витрат у загальній структурі свідчить про неефективність ведення господарської діяльності.

Аналіз виробничих витрат компанії показує, що основними статтями витрат є: витрати на сировину, технічне обслуговування та експлуатація обладнання, адміністративні витрати, загальні виробничі витрати та витрати на збут.

Визначено трудомісткість виготовлення виробів за кожним видом робіт. Розраховано виробничу і проектну потужність за видами обладнання. Визначені умови завантаження вказують на про те, що все обладнання має резерви потужностей. З метою виявлення «вузьких місць» розраховуємо

коефіцієнт завантаження обладнання, які свідчать про відсутність «вузьких місць».

Розрахунки свідчать, що за період 2023-2024 рр., зменшилась рентабельність підприємства. Зменшення даного показника, є несуттєвим і становить 8,1%. Таке зменшення пов'язано із вкладанням значної частки коштів у будівництво додаткових виробничих площ та приміщень.

Рентабельність власного капіталу також збільшилась на 11,6%. Несуттєве зростання даного показника позитивно впливає на роботу підприємства, оскільки всі витрати окупаються за рахунок власного капіталу і підприємство мало залежить від зовнішніх кредиторів.

Рентабельність інвестованого капіталу також зменшилася на 5,5%, що означає зниження норми прибутку на одиницю інвестованого капіталу. Однак рентабельність основних засобів зросла на 127,0%, що свідчить про зростання норми прибутку на одиницю основних засобів.

Взагалі показники рентабельності підприємства мають допустимий рівень. Протягом 2023-2024 рр., показники рентабельності значно погіршилися, але це було спричинено збільшенням виробничих витрат. Коефіцієнти покриття та окупності мали позитивні тенденції і вказують на поступове збільшення чистого доходу.

Отже, щоб і в подальшому підприємство було прибутковим необхідно слідкувати за відповідними статтями витрат і раціонально використовувати наявні кошти.

Тому щоб збільшити прибуток необхідно збільшувати обсяг надання послуг. Але для збільшення обсягу послуг необхідно завойовувати нові ринки збуту даного виду послуг або відшукувати нові конкурентні переваги для відбирання частки ринку у своїх конкурентів.

Таким чином, необхідно розробити комплекс заходів по підвищенню прибутковості фірми за рахунок активізації нових маркетингових заходів і при необхідності освоєння нового виду діяльності, який буде попутним з основним і дозволить збільшити прибутковість фірми.

Для підвищення ефективності виробничої діяльності важливо визначити та кількісно оцінити вплив різних факторів на норму прибутку, вивільнити маржу для збільшення прибутку (шляхом зниження витрат), зокрема шляхом коригування та оптимізації графіка виробництва, а також проаналізувати виробничі потужності компанії.

Метою оптимізації виробничого графіка компанії є пошук комбінації витрат, яка максимізує її прибутковість, враховуючи фактичний ринковий попит на її продукцію та реальні інвестиційні можливості у виробництво.

Визначено критичний обсяг виробництва, який показує з якого моменту виробництва підприємство буде мати прибуток.

Аналіз використання виробничої потужності показав, що:

- трудомісткість виробничої програми в розрізі видів робіт за всіма видами нижча, ніж проектна потужність обладнання;
- всі види обладнання мають резерви потужностей;
- попит на всі вироби вищий, ніж програма виробництва.

Таким чином, визначальним критерієм у цьому аналізі є невикористана потужність та рівень маржинального доходу у розрізі виробів.

Виходячи з цього, для покращення використання виробничої потужності можна запропонувати наступне: змінити (збільшити) виробничу програму тих виробів, які приносять найбільший прибуток з урахуванням резерву потужностей за видами робіт. Додатковий дохід від зміни виробничої програми становитиме:

Запропоновано розрахунковий метод в умовах швейного виробництва, який передбачає організацію експериментально-лабораторних методів встановлення норм витрат матеріалів. Причому, норми витрат тканин по експериментальних розкладках повинні розроблятися на всі основні рості і розміри. Необхідно використовувати типові схеми розкладок у два і більше лекала. Впровадження розрахункового методу встановлення норм витрат матеріалів призведе до скорочення міжлекальних витрат (за рахунок комбінованих розкладок), та скорочення нераціональних залишків тканин (за

рахунок впровадження беззалишкового розкрою та за умови якісної сировини (без текстильних дефектів)), що призведе до економії матеріальних ресурсів, і, як наслідок, вивільненню зайвих коштів.

Пропонується впровадження, на ПП «Стіл», маркетингової стратегії вибору постачальника.

Маркетингова стратегія вибору постачальника спирається на аналіз різних варіантів співпраці на основі розробки ключових показників ефективності постачальників.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абдуллін Р. Нові підходи до управління підприємствами в Україні / Р. Абдуллін // Підприємництво, господарство і право. – 2019. – № 10. – С. 216–218.
2. Баєва Я. В. Основи складання фінансової звітності підприємства та оцінки його фінансового стану»: кваліфікаційна робота на здобуття ступеня вищої освіти «Бакалавр»: спец. 071 – Облік і оподаткування; наук. кер. О. В. Накісько. Харків: ДБТУ, 2024. 133 с. Режим доступу: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/59339>
3. Бланк А.І. Управління прибутком підприємства / А.І. Бланк. – К.: Фінанси й статистика, 2005. – 456 с.
4. Бойчик І.М. Економіка підприємства, навч. посіб. / І.М. Бойчик – К.: Атїка, 2004. – 480с.
5. Брігхем Є.Ф. Основи фінансового менеджменту. \ Пер. з англ.- К.: Молодь, 1997.-1000 с.
6. Бюджетна система: навчальний посібник / укладачі: Р.С. Сорока, І.Г. Благуєн. – Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2011. – 236 с.
7. Грицаєнко Г. І., Грицаєнко М. І. Аналіз господарської діяльності : навчальний посібник. Мелітополь: Люкс, 2021. – 260 с.
8. Дропа Я.Б. Фінансовий аналіз : навч. посібник / Я.Б. Дропа. – Електрон. вид. – Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2023. – 238 с.
9. Економіка і управління підприємствами: теорія, методика, практика: колективна монографія / Кол. авторів. Полтава: ПП «Астроя», 2020. 240 с. <http://www.economics.in.ua/2020/06/blog-post.html>
10. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 700 с. Режим доступу: <https://lib.lntu.edu.ua/sites/default/files/2021-03/%21%20%D0%BF%D1%96%D0%B4%D1%80%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D0%95%D0%9F%20%D0%9F%D0%A2%D0%91.pdf>

11. Економіка підприємства [Текст] : підручник / за заг. ред. Л. Г. Ліпич. – Луцьк : Вежа-Друк, 2021.
12. Економічний аналіз : навчальний посібник для здобувачів вищої освіти/ Н.Ю. Рекова, Є.О. Підгора, В.В.Ровенська, О.В. Латишева, Т.П. Гітис, І.Ю. Єрфорт, І. І.Смирнова, С.В. Касьянюк. – Краматорськ : ДДМА, 2021. – 200 с.
13. Економічний аналіз: Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / Уклад. Г.І. Андрєєва. – Суми: УАБС, 2007. – 230 с.
14. Єременко В. В. Удосконалення управління розвитком підприємства: кваліфікаційна робота на здобуття ступеня вищої освіти «Бакалавр»: спец. 073 Менеджмент; наук. кер. Т. В. Власенко; Харків, 2023. 82 с. Режим доступу: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/47359>
15. Колісник М.В. Бюджетування як шлях до ефективного управління. Вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського. 2015. 372 с.
16. Маржинальний аналіз. Prostobiz: про бізнес-фінанси. Режим доступу: [https://www.prostobiz.ua/biznes/upravlenie\\_biznesom/stati/marzhinalnyy\\_analiz\\_raschet\\_tochki\\_bezubytochnosti\\_i\\_marzhinalnogo\\_dohoda\\_predpriyatiya](https://www.prostobiz.ua/biznes/upravlenie_biznesom/stati/marzhinalnyy_analiz_raschet_tochki_bezubytochnosti_i_marzhinalnogo_dohoda_predpriyatiya).
17. Марченко О. М. Практикум з менеджменту : навч. посіб. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2021. 224 с.
18. Методика проведення поглибленого аналізу фінансово-господарського стану підприємств та організацій: Затверджено наказом Агентства з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій від 27 червня 1997 року № 81 зі змінами та доповненнями [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0288-97>.
19. Міщук Г.Ю., Джигар Т.М., Шишкіна О.О. Економічний аналіз: Навч. посіб. Рівне : НУВГП, 2017. 156 с.
20. Непочатенок О.О. Фінанси підприємств [текст] : підручник / О.О. Непочатенок, Н.Ю. Мельничук – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 504 с.

21. Основи підприємницької діяльності : підручник / за редакцією д.е.н., проф. В. М. Марченко. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. Вид-во «Політехніка», 2022. – 515 с.

22. Осовська Г.В. Основи менеджменту: підручник. – 3-тє вид., перероб. і допов. / Г.В. Осовська, О.А. Осовський. – К.: Кондор, 2006. – 661 с.

23. Паршин Ю.І., Паршина О.А. Основи економічного аналізу: Навч. Посібник - Дніпро: «ФОП Дробязко С.І.», 2020. – 180 с.

24. Пацула О.І. Аналіз господарської діяльності. Навчальний посібник для студентів спец. 6.030509 «Облік і аудит». Львів: 2014. 337 с.

25. Петрова В.Ф. Конспект лекцій з дисципліни «Фінансовий аналіз» (для студентів заочної форми навчання освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліст та слухачів другої вищої освіти спеціальності 7.03050901 – Облік і аудит) / В.Ф. Петрова; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2017. – 138 с.

26. Пігуль Н. Г. Управління прибутком підприємства / Н. Г. Пігуль // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. – 2010. – № 28. – С. 125–132.

27. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність: навч. посіб. / С.Ф. Покропивний, В.М. Колот. – К.: КНЕУ, 2008. – 352 с.

28. Соломіна Г.В. Економіка підприємства : практикум / Г.В. Соломіна. – Дніпро : Видавець Біла К. О., 2020. – 142 с.

29. Спасів Н.Я., Лосєва М.С., Дітчук Н.О., Маринчак Л.Р.. «Фінансова діяльність суб'єктів господарювання». – 2013. 150с.

30. Терещенко О.О. Управління фінансовою санацією підприємств : підручник. Київ : КНЕУ, 2018. С. 20.

31. Управлінський аналіз бізнесу (за видами економічної діяльності):навчальний посібник / І.М. Парасій-Вергуненко, К. О.Назарова, В.Ю. Гордополов, К.В. Безверхий, В.Д. Гоцуляк, М.О. Нежива, В.С. Негоденко. – Київ: Вид. «Центр учбової літератури», 2024. 586 с.

32. Фінанси підприємств: навч. посібник / за ред. Г. Я. Аніловської, І. Б. Висоцької. Львів: ЛьвДУВС, 2018. 440 с.
33. Фінансовий аналіз. Навчальний посібник / М.Р. Лучко, С.М. Жукевич, А.І. Фаріон – Тернопіль:, ТНЕУ, – 2016 – 304 с.
34. Черниш С.С. Економічний аналіз : Навч. Посіб. – К.: Центр учбової літератури. 2010. – 312 с.
35. Ярова В.В., Велієва В.О. Теорія економічного аналізу: навч. посібник для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальностей: 051 «Економіка», 073 «Менеджмент», 281 «Публічне управління та адміністрування». Харків. ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. 2021. 115 с.