Національний технічний університет
"Дніпровська політехніка"

Навчально-науковий Інститут економіки
Фінансово-економічний факультет

Кафедра економічного аналізу і фінансів

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до кваліфікаційної роботи
ступеню магістр

студентки **Большої Анни Кирилівни**
(ПІБ)

академічної групи 072м-20з-1 (заочна форма навчання)
(шифр)

спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»
(код і назва спеціальності)

освітньо-професійної програми Фінанси, банківська справа та страхування
(код і назва програми)

на тему: «Управління прибутком підприємства (на прикладі ТОВ «НВП МОНТЕКС»)»

Керівники	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
Кваліфікаційної роботи	Букреєва Д.С.	84	добре	
Рецензент	Фількін К.М.		відмінно	
Нормоконтролер	Федорова О.Г.	80	добре	

Дніпро
2022

Національний технічний університет
"Дніпровська політехніка"

ЗАТВЕРДЖЕНО:
завідувач кафедри
економічного аналізу і фінансів
(повна назва)
_____ **Єрмошкіна О.В.**
(підпис) (прізвище,ініціали)
«_____» _____ 2021 року

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеню магістр

студентці **Большой А. К.** академічної групи **072м-20з-1**
(прізвище, ініціали) (шифр)

спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»
(код і назва спеціальності)

На тему: «Управління прибутком підприємства (на прикладі ТОВ «НВП МОНТЕКС»)»

затверджену наказом ректора НТУ "Дніпровська політехніка" від 16.12.2021 р.№1065-с

Розділ	Зміст	Термін виконання
ВСТУП	Актуальність теми, мета і завдання, об'єкт і предмет роботи, методи, наукова та практична цінність, апробація результатів, публікації, структура роботи	04.10.2021-15.10.2021
Розділ 1	Теоретичні підходи до управління прибутком підприємства	18.10.2021-29.10.2021
Розділ 2	Оцінка фінансового стану ТОВ «НВП Монтекс»	01.11.2021-26.11.2021
Розділ 3	Удосконалення методичних підходів до управління прибутком підприємства ТОВ «НВП Монтекс»	29.11.2021-10.12.2021
Розділ 4	Оцінка ефективності впровадження удосконалених методичних підходів до управління прибутком підприємства	13.12.2021-31.12.2021
ВИСНОВКИ		04.01.2022-06.01.2022
Демонстраційний матеріал	Підготовка демонстраційного матеріалу до захисту	10.01.2022-11.01.2022

Завдання видано _____ **Букреєва Д.С.**
(підпис керівника) (прізвище, ініціали)

Дата видачі завдання 27.09.2021 р
Дата подання до екзаменаційної комісії 17.01.2022 р.
Завдання прийнято до виконання _____ **Больша А.К.**
(підпис студента) (прізвище, ініціали)

АНОТАЦІЯ

Больша А.К. Управління прибутком підприємства (на прикладі ТОВ «НВП МОНТЕКС») - Кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Кваліфікаційна робота магістра за спеціальністю 072 «Фінанси, банківська справа та страхування». – Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», Дніпро, 2022.

У магістерської роботі досліджено теоретичні та методичні засади управління прибутком на підприємстві. Проаналізовані основні сучасні підходи до його формування та використання на підприємстві. Розглянуті основні шляхи ефективного управління прибутком підприємства в умовах невизначеності. Проаналізований фінансовий стан підприємства ТОВ «НВП МОНТЕКС», рівень рентабельності, ліквідності та фінансової стійкості. Удосконалено методичні підходи до управління прибутком підприємства, досліджені фактори, які впливають на його формування та використання. Обґрунтовано використання оптимізаційних моделей при управлінні та формуванні портфелів проектів з метою ефективного використання чистого прибутку компанії. Запропоновано удосконалення організаційно-економічного механізму управління прибутком підприємства. Розраховано оцінка доцільності використання запропонованої комплексної моделі.

ПРИБУТОК, РЕАЛІЗАЦІЯ, ДОХІД, ВИТРАТИ, РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ, МОДЕЛЬ, КОНСАЛТИНГ, ПРОЕКТ

ANNOTATION

Bolsha A.K. Profit management of an enterprise (in terms of NVP MONTEKS ltd)- qualification work on the manuscript.

Master's qualification in specialty 072 "Finance, Banking and Insurance". - Dnipro University of Technology, Dnipro, 2022.

In the master's work the theoretical and methodical principles of profit management management at the enterprise are investigated. The main modern approaches to its formation and usage at the enterprise are analyzed. The main ways of effective management of enterprise profit in conditions of uncertainty are considered. The financial condition of NVP MONTEKS ltd, the level of profitability, liquidity and financial stability is analyzed. The methodical approaches to managing the company's profit are improved, the factors influencing its formation and use are investigated. The use of optimization models in the management and formation of project portfolios in order to effectively use the net profit of the consulting company is substantiated. The improvement of the organizational and economic mechanism of profit management of the enterprise is proposed. The estimation of expediency of the proposed complex model is calculated.

INCOME, REALIZATION, INCOME, EXPENSES, PROFITABILITY, MODEL, CONSULTING, PROJECT

ЗМІСТ

ВСТУП..... 7

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА ……. 10

1.1 Сутність і роль прибутку в забезпеченні стійкого розвитку підприємства …… 10

1.2 Методологічні основи формування та використання прибутку суб'єктів господарювання ……..… 15

1.3 Управління прибутком на етапі його формування та використання …… 20

Висновки по розділу 1……... 33

РОЗДІЛ 2 ОЦІНКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ТОВ «НВП МОНТЕКС» 35

2.1 Аналіз прибутковості підприємств України …..…… 35

2.2 Характеристика ТОВ «НВП МОНТЕКС»……..…… 39

2.3 Аналіз динаміки та структури майна підприємства …….. 41

2.4 Аналіз фінансової стійкості, ліквідності та платоспроможності ТОВ «НВП Монтекс»…….. 55

2.5 Аналіз ефективності фінансової діяльності підприємства ТОВ «НВП Монтекс»…….. 61

Висновки по розділу 2…… 64

РОЗДІЛ 3 УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «НВП МОНТЕКС»……...…….. 66

3.1 Стратегія управління прибутком підприємства ТОВ «НВП Монтекс»……..…… 66

3.2 Впровадження стратегічного консалтингу на ТОВ «НВП Монтекс» з метою управління прибутком ……. 69

3.3 Оптимізація прибутку підприємства при реалізації обраної фінансової стратегії…… 75

3.4 Розробка комплексної моделі оптимізації структури постійних та змінних витрат з метою збільшення прибутку підприємства 82
Висновки по розділу 3…… 86
РОЗДІЛ 4 ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ УДОСКОНАЛЕНИХ МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА …… 87
4.1 Розрахунок параметрів комплексної моделі оптимізації прибутку ……. 87
4.2 Розрахунок параметрів комплексної економіко-математичної моделі співвідношення змінних та постійних витрат …….. 92
4.3 Удосконалення шляхів просування послуг з метою зростання прибутку ТОВ «НВП Монтекс»…….. 93
4.4 Обґрунтування доцільності диверсифікації діяльності, як напрям підвищення прибутковості підприємства…… 95
Висновки по розділу 4…… 102
ВИСНОВКИ..... 104
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ…… 107
ДОДАТКИ 111

ВСТУП

Актуальність теми. Основним показником, що характеризує фінансові результати підприємства, є прибуток. Він визначає головну мету підприємницької діяльності. В сучасних умовах господарювання прибуток розглядається як основний фактор кожного суб'єкта господарювання, що впливає на можливість фінансування багатьох програм підприємства, пов'язаних із розширенням виробничих потужностей, підвищенням якості продукції, посиленням конкурентоспроможності, завоюванням нових сегментів ринку.

Сьогодні прибуток є однією з основних форм накопичення в економіці: він займає центральне місце в усій системі витратних інструментів і важелів управління, є рушійною силою ринку. Саме прибуток визначає вирішення трьох фундаментальних взаємозалежних проблем для бізнесу: що продавати, як продавати і кому продавати, і, таким чином, визначає політику формування прибутку - політику планування, організації, аналізу та контролю витрат і доходи на підприємстві. Вивчення прибутку та рентабельності підприємства є найважливішим чинником прийняття організаційно-економічних та управлінських рішень, що створює сприятливі умови для реалізації планів і програм збільшення прибутку. Іншими словами, підприємства повинні чітко представляти резерви збільшення прибутку, від чого це залежить і які основні параметри впливають на його вартість.

В умовах ринкової економіки прибуток - найважливіший показник діяльності підприємства, джерело матеріального добробуту підприємства та його працівників, держави в цілому. Саме політика використання прибутку визначає пропорції розподілу в таких сферах, як: внутрішні інвестиції, соціальні заходи, матеріальне стимулювання, прибуток до бюджету, доходи власників..

Тому значимість величини прибутку та напрямків управління ним з метою його підвищення для підприємств є актуальними питаннями на сьогодення, що і визначило вибір теми дипломної роботи, її дослідження і виконання.

Мета дипломної роботи Метою дослідження є узагальнення науково-методичних підходів, розробка практичних рекомендацій щодо вдосконалення управління прибутком на підприємстві.

Досягнення даної мети передбачає вирішення таких задач:

- досліджено теоретичні засади щодо управління прибутком на підприємстві;

- проаналізовано ефективність фінансового управління підприємства на прикладі ТОВ «НВП МОНТЕКС»;

- удосконалено методичні підходи до управління прибутком на підприємстві;

- визначено ефективність впровадження методичних підходів до управління прибутком на підприємстві.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні аспекти управління прибутком на підприємстві.

Об'єктом дослідження є процес удосконалення управління прибутком на підприємстві.

Методи дослідження. Методологічною основою є сукупність загальних і спеціальних дослідницьких прийомів і методів, зокрема діалектичний підхід до визначення причинно-наслідкових зв'язків між явищами і процесами, що відбуваються в економічній сфері; системний підхід до вивчення сутності фінансової стійкості підприємства. Методи аналізу та синтезу використано для аналізу поточного фінансового стану підприємства та дослідження процесу управління його фінансовою діяльністю; аналогії та екстраполяції; узагальнення; статистичний, табличний та графічний методи; економіко-математичні методи.

Інформаційною базою дослідження стали теоретичні та науково-практичні дослідження вітчизняних та зарубіжних вчених, нормативно-правові акти України, нормативно-правові документи та статистичні матеріали, бухгалтерська та фінансова звітність підприємства.

Наукова новизна одержаних результатів.

В результаті досліджень, автором удосконалено методичний підхід до

управління прибутком на підприємстві, який, на відміну від існуючих, дозволяє оптимізувати управління та формування прибутку з метою ефективного вибору постачальників..

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що теоретичні та практичні положення роботи, сформульовані висновки та пропозиції, розробленні методичні рекомендації щодо управління прибутком підприємства, можуть бути використані в роботі підприємства.

Особистий внесок автора. Кваліфікаційна робота є самостійною науковою працею. Усі результати, викладені у роботі, отримані автором особисто.

Апробація результатів дослідження. Основні результати дослідження та їх практичне значення опубліковані в Міжнародному науковому журналі «Інтернаука» Серія «Економічні науки» № 11(56) 2021 року (Букреєва Д.С., Тупіцина К.О., Больша А.К. Стратегічне планування та управління прибутком підприємств в умовах цифрової економіки Міжнародний науковий журнал «Інтернаука» Серія:"Економічні науки". 2021. Випуск 11(55). С. 98-104)

Публікації: Результати кваліфікаційної роботи магістра опубліковані у фаховому виданні обсягом 0,67 у.д.а.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу чотирьох розділів і висновків, загальний обсяг роботи становить 112 сторінок. Робота містить 24 таблиці, 10 рисунків, список використаних джерел з 45 найменування, 1 додаток.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність і роль прибутку в забезпеченні стійкого розвитку підприємства

Прибуток — це кінцевий фінансовий результат господарської діяльності підприємства. Загальна економічна теорія визначає роль економіки так: прибуток - кінцева мета і рушійна сила товарного виробництва і ринкової економіки. Це основний стимул і головний показник ефективності кожного підприємства і фірми [1]. Дійсно, у всій системі інструментів управління витратами значення прибутку важко переоцінити. Це пов’язано з тим, що прибуток є основним показником господарської діяльності підприємства, оскільки він акумулює всі доходи, витрати, збитки, підсумовує результати господарювання [2]. Враховуючи специфіку виконуваних функцій та специфіку формування доходів і витрат, прибуток визначається як різниця між доходом підприємства та його поточними витратами.

Прибуток характеризує кінцевий результат діяльності торгового підприємства. Його одержання є необхідною умовою для розширеного відтворення на підприємстві, забезпечення його самофінансування та зміцнення конкурентоспроможності на ринку.

Прибуток виконує такі функції [3]:

1. Функція оцінки. Показником, що характеризує ефект від його господарської діяльності, виступає прибуток підприємства. Використання цієї функції повною мірою можливе лише в умовах ринкової економіки, що забезпечує свободу ціноутворення, свободу вибору постачальника та покупця.

2. Функція розподілу. Це означає, що прибуток служить інструментом поділу чистого доходу суспільства на частину, яка накопичується в бюджетах різних рівнів і залишається в розпорядженні підприємства.

3. Стимулююча функція. Ця функція визначається тим, що прибуток є джерелом різноманітних фондів стимулювання (фонд стимулювання, виробничо-соціальний розвиток, дивідендний фонд, інвестиційний фонд тощо).Прибуток, як економічний показник, дозволяє поєднувати економічні інтереси держави, підприємства, як господарюючого суб'єкта, робітників і власника підприємства. Вирішення цього завдання перш за все пов'язане з пропорціями в розподілі та використанні прибутку.

Об'єктом економічного інтересу держави є частина прибутку, що сплачується у вигляді податків та обов'язкових платежів. Економічний інтерес підприємства як товаровиробника узагальнюється в розмірі прибутку, який залишається в розпорядженні підприємства і використовується для вирішення виробничих і соціальних завдань його розвитку. Економічний інтерес працівників підприємства пов’язаний насамперед із розміром прибутку, який спрямовується на матеріальне стимулювання, соціальні виплати та соціальний розвиток. Власника підприємства насамперед цікавить розмір дивідендного фонду, а отже – частина прибутку, яка пов’язана з розвитком виробництва, а отже і збільшенням капіталу підприємства. Оскільки прибуток є єдиним джерелом економічних інтересів усіх цих сторін, жодна з них не може мати пріоритетів у задоволенні, оскільки це порушить інтереси інших сторін. Наприклад, надмірні податки на прибуток підприємств знижують економічну зацікавленість підприємства у його збільшенні, що призводить до зниження надходжень до бюджету.

Прибуток є якісним показником, його розмір відображає зміну товарообігу, доходу підприємства, рівня використання ресурсів, величини витрат на оборот. Таким чином, прибуток синтезує в собі всі сторони діяльності підприємства, характеризує ефективність його господарської діяльності в цілому.

Компанії використовують різні класифікації в процесі управління прибутком [3]:

І. Залежно від виду діяльності, завдяки якому отримують прибуток, розрізняють:

- прибуток від реалізації товарів і платних комерційних послуг (прибуток від комерційної діяльності);

- прибуток від реалізації некомерційної діяльності (виробнича, транспортна, брокерська тощо);

- прибуток від реалізації активів підприємства (основних засобів, нематеріальних активів);

- прибуток від позареалізаційних операцій, до якого входять: інвестиційний дохід; доходи від операцій оренди; прибуток від іншої позареалізаційної діяльності.

Розмір прибутку за кожним видом діяльності формується як баланс доходів і витрат на його здійснення.

ІІ. Залежно від порядку визначень розрізняють:

- валовий прибуток, який характеризує кінцевий результат усієї діяльності і є сумою прибутків (збитків).

- оподатковуваний дохід, сума якого визначається як різниця між валовими доходами та валовими витратами підприємства з податком на прибуток, за вирахуванням суми амортизації.

- чистий прибуток, що характеризує суму прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства після сплати податку на прибуток та інших податків, обов'язкових зборів і зборів, сплачених з прибутку.

Чистий прибуток належить підприємству, розподіляється та використовується на його розсуд [3].

Права окремих керівників та виконавчих органів підприємства, його посадових осіб на прийняття рішень про розподіл чистого прибутку закріплюються статутом товариства.

ІІІ. Залежно від методології оцінки встановлюються номінальний і реальний прибуток.

Номінальний прибуток характеризує фактичну суму прибутку. Реальний прибуток — це номінальний прибуток, скоригований на інфляцію. Він характеризує реальну купівельну спроможність чистого доходу, отриманого підприємством.

IV. Залежно від мети визначення розрізняють бухгалтерський та економічний прибуток. Бухгалтерський прибуток відповідає сумі валового прибутку. Економічний прибуток — це різниця між виручкою від реалізації та всіма витратами підприємства, включаючи витрати на втрачені можливості. Витрати втрачених можливостей (або альтернатив) у мікроекономіці називаються втратами споживання ресурсу, які вимірюються з точки зору вигод, які «втрачені» через невикористання цього ресурсу найкращим альтернативним способом.

Альтернативні витрати компанії відповідають сумі прибутку, втраченого від використання цього ресурсу замість найкращої альтернативи. Неправильний підбір ресурсів, а також нераціональне використання власних (які ми вже маємо) призводять до збільшення витрат підприємства на обіг і зниження потенційного прибутку при заданому обсязі діяльності. Економічний прибуток менший за облікову суму прихованих витрат підприємства.

V. Залежно від розміру прибутку підприємства його визначають як мінімальний, цільовий або максимальний прибуток. Прибуток цього виду пов'язаний з визначенням розміру діяльності, досягнення якого визначає розташування підприємства в зоні рентабельності, точки беззбитковості або рентабельності.

Суб'єкт господарювання може здійснювати діяльність, від якої дохід від реалізації є меншим за собівартість. Але сума збитку може бути меншою за постійні витрати. У цьому випадку підприємство вигідніше в експлуатації, ніж несе збитки в розмірі постійних витрат. Підприємство досягає точки беззбитковості з розміром діяльності, коли за інших рівних умов доходи від реалізації дорівнюють сумі витрат на обіг. [4].

У підручнику «Фінанси підприємства» А.М. Поддєрьогін зазначив, що «прибуток у складі новоствореної вартості, виробленої і проданої, готової до розподілу». Заробіток бізнес-структурами можливий лише після того, як «цінність, що міститься у створеному продукті, пройде відповідну стадію маркетингу і отримає гроші» [5].

Кірейцев Г.Г. трактує категорію «прибуток» ширше, а саме як найважливішу фінансову категорію, що відображає позитивні фінансові результати господарської діяльності, характеризується ефективністю виробництва, а в кінцевому підсумку вказує на рівень і якість продукції, продуктивність праці та рівень витрат. При цьому прибуток зміцнює фінансовий стан підприємства, інтенсифікує виробництво в будь-якій формі власності. Це не лише джерело задоволення потреб вітчизняних підприємств, а й джерело коштів державного бюджету». [6].

Філімоненков О.С. [7] визначає прибуток як «одне з основних джерел фінансових ресурсів підприємств, за допомогою якого створюються централізовані та децентралізовані фонди. За рахунок прибутку створюється значний обсяг ресурсів державного бюджету, фінансування розширення підприємств, матеріальне стимулювання працівників, прийняття рішень щодо соціально-культурної діяльності тощо.

Прибуток як кінцевий фінансовий результат підприємства «це різниця між загальними доходами та витратами на виробництво та реалізацію, тобто його створення є результатом взаємодії багатьох компонентів як з позитивними, так і з негативними значеннями». [7].

У Законі України «Про підприємства в Україні» прибуток вважається основним узагальнюючим показником фінансової діяльності підприємства». [8].

Загальний прибуток підприємства є кінцевим результатом діяльності підприємства. У ньому враховується прибуток від усієї діяльності підприємства: від реалізації товарної продукції, робіт, послуг - валовий прибуток; від операційної діяльності; від звичайної діяльності; від рятувальних операцій.

Додатково розрахувати чистий прибуток, тобто той, який залишається в розпорядженні підприємства [7].

Таким чином, прибуток є частиною новоствореної вартості, яка відображає різницю між доходами від бізнесу та витратами на його реалізацію та відповідає певному рівню ризику.

1.2. Методологічні основи формування та використання прибутку суб'єктів господарювання

В умовах спаду виробництва та гострого дефіциту фінансових ресурсів підприємства повинні прагнути якщо не до максимізації прибутку, то хоча б у тій мірі, яка дозволить належним чином забезпечити фінансово-господарську діяльність. Зрештою, це означає наявність реальних джерел прибутку та оптимізацію його використання. Усе це та процеси глобалізації зумовлюють необхідність удосконалення методології розрахунку економічних показників, відповідно до законів ринку, з метою задоволення інтересів суб'єктів господарювання та держави.

Процес формування прибутку С.М. Онисько та П.М. Марич вважають досягнення суб'єктом господарювання, який здійснює виробничу, торговельну, науково-дослідну та іншу діяльність, конкретного фінансового результату [9].

О.О. Гетьман і В.М. Шаповал пропонують твердження про те, що компанія отримує прибуток після того, як вартість, що міститься у створеному продукті, реалізується і приймає форму грошей [10].

В.М. Шелудько, розглядаючи прибуток як основний фінансовий результат діяльності підприємства, а прибуток – як мету кожного підприємства, одним із завдань фінансового менеджера є процес максимізації прибутку, стабільне зростання прибутку – результат ефективного управління фінансами суб'єкта господарювання як ціле [11].

Під управлінням прибутком Г.А. Семенов, В.З. Бугай, А.Г. Семенов, А.В. Бугай пропонують розуміти сукупність фінансових зв'язків, які виникають у

процесі операційної, фінансової та інвестиційної діяльності суб'єкта з метою перетворення доходу від цієї діяльності в прибуток підприємства [12].

На думку О.Р. Кривицької, одержання прибутку є безперервним процесом, що включає комплекс заходів, що забезпечують координацію доходів і витрат підприємств з метою отримання додатного сальдо [13].

На формування прибутку суб'єктів господарювання впливають різні фактори, які можна класифікувати так:

- матеріально-технічне - використання більш досконалих, що економлять основні та оборотні засоби;

- організаційно-управлінські - створення новітніх організаційних підрозділів з метою ведення підприємницької діяльності та інформаційного забезпечення управлінських рішень;

- економічні - пошук внутрішніх резервів та підвищення ефективності господарської діяльності шляхом аналітичних досліджень;

- соціальна - забезпечення належних умов праці та навчання персоналу;

- екологічні – виробництво екологічно чистої продукції та застосування безвідходних технологій;

- ринок і маркетинг - формування попиту споживачів;

- економіко-правова - формування довгострокової (стратегічної) та поточної (тактичної) економічної та соціальної політики держави, спрямованої на реалізацію та оптимальне узгодження інтересів суб'єктів господарювання та споживачів, загалом різних соціальних груп;

- адміністративна - організація державного управління господарською діяльністю суб'єктів господарювання шляхом державного замовлення, ліцензування, патентування та квотування, сертифікації та стандартизації, застосування норм і лімітів, регулювання цін і тарифів, дотацій, компенсацій та субсидій. [14].

Відповідно до світової практики господарська діяльність підприємств з організації фінансового менеджменту, бухгалтерського обліку та складання та оприлюднення публічної фінансової звітності поділяється на види. У

нормативно-правових актах, науково-практичній літературі безпосередньо в контексті оцінки фінансово-господарської діяльності підприємств їх фінансової звітності використовують поняття «звичайна» та «надзвичайна діяльність». Під звичайною діяльністю розуміємо основну діяльність підприємства, а також операції, які забезпечують її виконання. Прикладами звичайної діяльності є матеріальна та нематеріальна сфера виробництва, надання послуг, а також сфера фінансових відносин, якщо це передбачено законом. До аварійних дій належать операції, що виникають внаслідок несподіваних подій (стихійні лиха, пожежі, техногенні аварії тощо). Звичайна діяльність, у свою чергу, поділяється на операційну, фінансову та інвестиційну.

В економічній літературі розроблено ряд моделей, реалізація яких пов'язана зі створенням і використанням прибутку.

Модель максимізації прибутку вперше була сформульована в 1938 р. А. Курно, а потім розроблена в працях представників неокласичної школи. Функціонування підприємства визначається цільовою функцією, яка базується на балансі граничного доходу та граничних витрат суб’єкта господарювання. Однак цей підхід має недоліки, і його особливо критикують. По-перше, бухгалтерська практика в усіх країнах оцінює лише бухгалтерський прибуток (різницю між доходом компанії та її зовнішніми поточними витратами). По-друге, високий прибуток не гарантує подальшого розвитку (відсутня залежність між максимізацією прибутку та характером його розподілу). По-третє, високий рівень корпоративного прибутку може бути забезпечений при високому рівні фінансового ризику для господарських операцій [15].

Таким чином, за ринкових умов максимізація прибутку може бути однією з найважливіших завдань фінансово-господарської діяльності, але не головною метою діяльності підприємства.

1. Модель мінімізації трансакційних витрат базується на теоретичних підходах до неоінституціоналізму. Р. Коуз першим ввів поняття «трансакційні витрати» як витрати на обслуговування ринкових операцій. Як наслідок, виникнення трансакційних витрат підприємства потребує значного розширення

облікових робіт. При цьому критерій мінімізації трансакційних витрат не дає оцінки зусиль підприємства щодо комплексної економії ресурсів через неврахування всіх інших видів витрат (не пов'язаних з веденням комерційних операцій). [16].

2. Максимальна модель продажів. Представники цього підходу визнають, що цей цільовий критерій оптимально відображає результати діяльності компанії в ринковому середовищі, а максимальний обсяг продажів інтегрується з її складом і максимізацією прибутку. Крім того, він показує наслідки реалізації не тільки економічної, а й соціальної місії компанії, спрямованої на задоволення потреб клієнтів у сфері товарів, послуг і робіт. Психологічно і керівництво, і співробітники більш чутливі до кількісних поколювання [16].

3. Модель максимізації темпів зростання підприємства. У зарубіжній літературі [17] під терміном економічного зростання підприємства розуміють показник максимального збільшення обсягів продажів при забезпеченні провідних пропорцій фінансового стану, що називають «золотим правилом» економіки підприємства. За «золотим правилом» економічне зростання підприємства відбувається лише за умови взаємопов'язаного та взаємоузгодженого зростання різних показників, зокрема темпів зростання власного капіталу в грошовій формі; темпи зростання капіталу; темпи зростання оборотних фінансових активів; темпи зростання фінансових активів; темпи зростання активів; темпи зростання нефінансових активів; темпи зростання немонетарних активів; темпи зростання позичкового капіталу [18].

4. Модель конкурентних переваг. Перевага цієї концепції цільового підприємства полягає в тому, що вона відображає результати практично всіх його основних послуг – конкурентних переваг можна досягти шляхом розробки нового продукту, підвищення якості товарів і послуг, ефективного маркетингу, оптимальних цін, зниження витрат, забезпечення формування надприбутковості підприємства [17].

5. Модель максимізації доданої вартості («японська модель розвитку компанії»). Перевага цього критерію оцінки діяльності підприємства полягає в

тому, що він дозволяє максимально реалізувати економічні інтереси не тільки працівників і керівників, а й власників підприємства. В достатній мірі можуть бути враховані інвестиційні потреби підприємства в розвиток інноваційних основних засобів та нематеріальних активів. Цей цільовий критерій також є довгостроковим, що дозволяє моделювати діяльність у стратегічній перспективі.

6. Модель максимізації ринкової вартості підприємства. На сучасному етапі розвитку теорії і практики господарської діяльності це поняття є домінуючим у розвинених країнах.

7. Специфіка цієї моделі полягає в тому, що ринкова вартість компанії характеризується більш широким масштабом і більш глибоким потенціалом зростання порівняно з іншими цілями. Крім збільшення доходів і скорочення витрат, збільшення його ринкової вартості можна забезпечити зміною його іміджу, організаційної культури, використанням синергії, а також, якщо розмір прибутку або економії витрат має свої межі на кожному підприємстві, розмір його ринкова вартість ні. Цей показник дає більш повну інформацію про функціонування суб’єкта в порівнянні з іншими оцінками.

Враховуючи застосування цієї моделі, що вона охоплює всі основні сфери фінансової діяльності – відповідно інвестування, фінансування, управління активами та грошовими потоками, вона дозволяє оцінити якість усього спектру фінансових рішень [18].

В умовах функціонування механізму розподілу прибутку в ринковій економіці це важливо, оскільки від цього залежить ефективність самостійності та самофінансування суб'єктів господарювання. Удосконалення форм і методів розподілу прибутку залежить від зацікавленості підприємств та окремих працівників у постійному підвищенні ефективності діяльності та покращенні кінцевих результатів.

Розподіл прибутку суб’єктів господарювання має важливе економічне значення, що забезпечує узгодження економічних інтересів держави, підприємства як суб’єкта господарювання на ринку, його трудового колективу. [19].

Розподіл прибутку Кузь В.І. за одним із найважливіших і складних етапів його управління. Раціоналізація фінансового механізму розподілу прибутку — це процес вибору оптимальних форм і методів розподілу прибутку залежно від цілей, характеру та особливостей його діяльності [20].

Основними цілями впорядкування порядку розподілу прибутку підприємства є: забезпечення збалансованої форми та способів розподілу прибутку; забезпечення планування створення прибутку та його розподілу (вибір дивідендної політики); забезпечення прибутковості підприємства.

На думку О.О. Кравченко, процес оптимізації розподілу та використання прибутку підприємства можна представити як послідовне виконання наступних етапів:

1) оцінка рівня самофінансування підприємства,

2) визначення загального попиту на збільшення наявних фінансових ресурсів,

3) оцінка планового попиту на чистий прибуток,

4) визначення суми чистого прибутку, що спрямовується на споживання [21]. Отже, реалізація запропонованого методу дозволяє визначити цільові розміри прибутку, призначеного для накопичення та споживання, а також сформувати необхідні пропорції його використання.

Для оцінки ефективності національної економіки та діяльності суб’єктів господарювання поряд із ВВП, індексами цін, динамікою виробництва провідних галузей, товарообігом, кількістю зайнятих і середньої заробітної плати, інвестиціями та прибутком, експортом та імпортом використовується індекс рентабельності. , що всебічно відображає економічну ефективність.

1.3. Управління прибутком на етапі його формування та використання

Управління прибутком охоплює дві основні сфери – управління доходами та управління витратами, балансування яких створює абсолютну величину прибутку суб’єкта господарювання. Прибуток як кінцевий фінансовий результат

підприємства - це різниця між загальною сумою виручки та витратами на виробництво та реалізацію.

Управління доходами як система включає:

– оптимізація товарно-сировинних потоків на підприємстві;

– створення ефективних важелів впливу на персонал з метою забезпечення ефективної роботи, спрямованої на отримання максимального доходу;

– раціональність грошових потоків, що забезпечує високу фінансову стійкість підприємства та стабільний дохід;

– створення відповідної виробничо-економічної матеріально-технічної бази підприємства;

– формування внутрішньої системи фінансово-економічної адаптації підприємства до змін макроекономічної політики щодо формування та використання доходів тощо [22].

Важливим завданням управління фінансами на підприємстві є забезпечення стабільності його доходів у розмірі не нижче суми його витрат, що дозволяє забезпечити поріг прибутковості підприємства. Ефективність та ефективність формування доходу особи як складової її моделі управління прибутком безпосередньо залежить від адекватності фінансового забезпечення цінової політики особи реаліям ринку, на якому працює підприємство.

Формування прибутку суб'єкта господарювання як винагороди за підприємницький ризик неможливе без належної реалізації доданої вартості на товарному ринку за готівку. Це, у свою чергу, визначає об’єктивну необхідність дослідження фінансових процесів, пов’язаних із реалізацією продукції суб’єкта господарювання на ринку. [23].

Слід зазначити, що при визначенні масштабів цін слід враховувати необхідність стимулювання збуту, в тому числі обґрунтування фінансових механізмів такого стимулювання. Фінансовий механізм стимулювання реалізації продукції суб’єкта господарювання передбачає процедуру обґрунтування

фінансово вигідних умов придбання продукції, переважно шляхом оптимізації умов відвантаження продукції та умов оплати.

Під час обґрунтування та реалізації цінової політики підприємство повинно враховувати такі фактори організації відносин з контрагентами: особливості розрахунків готівкою, зокрема дату їх здійснення, ймовірність оплати та рівень ризику невиконання платежу; управління дебіторською заборгованістю, зокрема контроль за своєчасністю стягнення заборгованості, визначення сумнівної заборгованості та здійснення дій щодо їх стягнення, а також рефінансування дебіторської заборгованості; аналіз та оцінка привабливості клієнтів, групування клієнтів за конкретними категоріями (наприклад, прибутковість) і створення групи VIP-клієнтів.

Для обґрунтування грошових розрахунків з клієнтами фінансовий менеджер повинен враховувати тривалість фінансового циклу та формування касових розривів. Слід зазначити, що визначення виручки від продажу підприємства згідно з чинними податковими нормами здійснюється не готівкою, а на підставі першої події – відвантаження продукції або попереднього оприбуткування банківського рахунку для продукти компанії. Це, у свою чергу, створює для компанії додаткову потребу в рекапіталізації через відстрочення строків погашення векселів клієнтів, збільшуючи їх абсолютну вартість.

Іншою сферою виконання функції управління доходами основної діяльності суб'єкта може бути оцінка привабливості клієнта. Це передбачає визначення потенційного прибутку, який компанія може отримати від торгівлі з цим клієнтом. Слід зазначити, що зі зростанням привабливості клієнта компанія може дозволити собі нести додаткові витрати для підтримки ділових відносин з цим клієнтом. Відмовтеся від інших клієнтів з менш прибутковим бізнесом.

На абсолютну величину доходів компанії впливають також дискретні джерела її формування, тобто джерела нерегулярного, епізодичного характеру. Таким чином, сума доходів підприємства у поточному періоді збільшується за рахунок отримання штрафних санкцій, накладених на суб’єктів господарювання-підрядників за невиконання договірних зобов’язань. Однак неналежне

виконання партнерами договірних зобов’язань негативно позначається на позиції компанії на ринку через порушення виробничого процесу (відсутність постачання сировини), затримки поставок товарів покупцями, гарантійне та післягарантійне обслуговування, що негативно впливає на продажі і, як наслідок, знижує прибуток підприємства. Відповідно, компанія повинна встановлювати ділові відносини з комерційно надійними партнерами, щоб уникнути негативних наслідків, зазначених вище.

Інші дискретні джерела доходу підприємства включають реалізовані курсові різниці, списання безоплатно отриманих зобов'язань та активів. Отже, управління доходами від реалізованих курсових різниць має враховувати вплив на фінансово-господарську діяльність підприємства валютного ризику (зміни курсу валют) як складової загального ризику підприємства. При розгляді доходів суб’єкта господарювання від списання зобов’язань перед третіми особами та безоплатно отриманих активів слід визначити специфіку оподаткування таких операцій, які призводять до збільшення податкових зобов’язань за поточний період за відсутності фактичних грошових потоків. брати до уваги. Відсутність реального грошового потоку як джерела сплати податкових зобов’язань може негативно вплинути на платоспроможність та ліквідність підприємства, оскільки призведе до зменшення резерву ліквідності підприємства [23].

Управління витратами відіграє провідну роль не тільки в управлінні прибутком, але й у загальній структурі фінансового управління. Рівень та абсолютна величина витрат суб’єкта господарювання безпосередньо впливають на його прибуток у результаті його фінансово-господарської діяльності. Управління витратами полягає в контролі за процесом створення та розподілу витрат підприємства в результаті його фінансово-господарської діяльності. Відповідно, управління витратами підприємства має на меті обґрунтувати рівень витрат підприємства та підтримати їх фінансово. Ефективне управління витратами вимагає впровадження таких взаємопов’язаних ітерацій фінансового менеджменту:

– групування витрат підприємства в групи за певним набором критеріїв;

– контроль витрат та оптимізація абсолютної величини;

– виявлення відхилень від планових показників та виявлення причин цих відхилень, їх нейтралізації або врахування (шляхом корекції планових показників);

– виявлення та оцінка резервів з метою зниження витрат суб’єкта господарювання, визначення та обґрунтування механізмів їх мобілізації..

Більшою мірою формування витрат підприємства - це сукупність господарських операцій, що здійснюються в рамках його основної (оперативної) діяльності. [24].

Прийняття раціональних фінансових рішень в управлінні витратами підприємства базується на чіткому розумінні умов формування витрат та визначенні впливу витрат на фінансовий стан підприємства. Відповідно результати управління витратами підприємства у звітному періоді відображаються у публічній фінансовій звітності, зокрема у Звіті про фінансові результати. Формування витрат у межах основної діяльності визначається сукупністю господарських операцій підприємства, спрямованих на забезпечення виробничого процесу створення продукту (послуг, робіт), просування товару на ринок, його збут і подальше обслуговування споживача. такий товар (гарантійне та післягарантійне обслуговування). Тому в процесі управління сукупністю витрат, що виникають під час виконання вищезазначених завдань, вирішується питання оцінки абсолютної величини витрат, їх структурування та формування цільових категорій ідентифікації (груп, видів) витрат для забезпечення інформаційного забезпечення. при прийнятті фінансових рішень керівництва. В результаті відбувається узагальнення і попередня обробка первинної фінансової інформації, визначення набору однорідних витрат, а також обґрунтування центрів витрат і їх структурування.

Управління прийнятними витратами підприємства вимагає від фінансового менеджера повної та достовірної інформації про предмет управління, включаючи його абсолютний розмір, склад і структуру. Для цього проводяться всі місця розташування підприємств та їх структурування за

конкретними критеріями, які слугують обґрунтуванням управлінських фінансових рішень [25].

Ефективність діяльності підприємства значною мірою залежить від якості управлінських рішень щодо використання прибутку. Приймаючи ці рішення, власники (керівники) повинні комплексно враховувати напрямки пріоритетних інвестицій, фінансові ресурси, виходячи з фінансового стану підприємства, рівня його матеріально-технічного фону, соціального розвитку колективу, можливості вигідне інвестування коштів у ринок цінних паперів, грошово-кредитну сферу тощо. Слід зазначити, що використання прибутку має відповідати корпоративній стратегії підприємства та забезпечувати тривале та стабільне зростання ринкової вартості компанії та багатства акціонерів.

Основними принципами розподілу прибутку суб'єктів господарювання в ринкових умовах є:

а) розподіл прибутку між державою та підприємством як суб’єктом господарювання, має здійснюватися з урахуванням зацікавленості держави у формуванні бюджетів на належному рівні та зацікавленості підприємств у стимулюванні їх діяльності;

б) вилучення відповідної частини державного прибутку до бюджету у вигляді податків має відбуватися за постійними низькими ставками, встановленими державою у законодавчому порядку, розмір яких не повинен змінюватися самовільно;

в) прибуток, що знаходиться в розпорядженні суб'єкта господарювання, має спрямовуватися в першу чергу на накопичення, що забезпечить подальший розвиток підприємства, а решту на споживання з метою задоволення матеріальних і соціальних потреб працівників [7].

Основним завданням управління використанням прибутку суб'єкта має бути збалансування інтересів підприємства в накопиченні прибутку та потреб політики виплати грошових дивідендів. При цьому важливим завданням цільового бізнес-планування та прогнозування прибутку на даному етапі є базове

узгодження абсолютних обсягів фінансових ресурсів, необхідних для фінансування цих напрямків розподілу прибутку підприємства.

Одним з найважливіших кроків в управлінні вашим прибутком є податкове планування. Це планування використовується для створення, організації та забезпечення інформаційно-методичного контролю витрат підприємства на сплату податків та інших обов'язкових платежів до державного та місцевих бюджетів, інших централізованих цільових фондів..

У рамках управління прибутком підприємства податкове планування передбачає контроль за формуванням та виконанням податкових зобов'язань з податку на прибуток, що може здійснюватися за такими ключовими напрямами:

а) визначення доходів підприємства та їх віднесення до складу валових доходів;

б) визначення витрат підприємства та їх віднесення до складу валових витрат;

в) формування амортизаційних відрахувань відповідно до податкового законодавства;

г) моніторинг податкових пільг з податку на прибуток;

д) своєчасність подання податкових декларацій та сплата податку на прибуток.

Підприємство в умовах оподаткування прибутку зацікавлене в тому, щоб його прибуток, визначений з метою оподаткування, був якомога меншим. Тому в процесі аналізу виявляються причини, які призвели до штучного завищення валових доходів і заниження валових витрат і, отже, зростання оподатковуваного прибутку та податку на прибуток.

Господарюючий суб'єкт самостійно визначає напрямок використання тієї частини прибутку, яка залишилася в його розпорядженні. При цьому порядок розподілення і використання прибутку на підприємстві фіксується в його статуті та визначається положенням, розробленим відповідними економічними службами підприємства і затвердженим його керівництвом.

Згідно із статутом підприємства можуть використовувати прибуток, який залишився в їх розпорядженні, на: поповнення статутного капіталу; утворення та поповнення резервного капіталу; виплату дивідендів; формування нерозподіленого прибутку; створення та поповнення інших фондів, передбачених статутними документами підприємства [26]. Відрахування на формування фондів підприємство здійснює лише у тому випадку, якщо їх створення передбачено установчими документами.

Прибуток, спрямований на поповнення статутного капіталу, може використовуватися на збільшення майна підприємства за рахунок фінансування об'єктів виробничого та невиробничого призначення, що вводяться в експлуатацію, придбання техніки, обладнання та інших основних засобів, фінансування приросту оборотних активів та ін. [7].

Резервний капітал, що формується суб'єктами господарювання, являє собою одну з форм створення фонду, цільовим призначенням якого є покриття потенційних збитків від фінансово-господарської діяльності підприємства, викликаних дією об'єктивних факторів, величину та час настання яких важко визначити на поточний момент.

Відповідно до чинного законодавства України, формування резервного капіталу є обов'язковим для всіх видів господарських товариств. При цьому джерелом його створення визначено чистий прибуток суб'єкта господарювання, отриманий у результаті здійснення операційної, інвестиційної та фінансової діяльності. Порядок створення та використання резервного капіталу належить до безпосередньої компетенції суб'єкта господарювання (визначається в його статутних документах), хоча певні обмеження визначаються положеннями законодавчих актів, зокрема, Законом України «Про господарські товариства». Так, розмір резервного капіталу господарського товариства повинен складати не менше 25 % статутного капіталу і має формуватися за рахунок щорічних відрахувань від чистого прибутку підприємства у розмірі не менше 5 % його абсолютної величини. При цьому, резервний капітал суб'єкта господарювання має виключно цільовий характер, що дає змогу використовувати його для

покриття непокритих збитків від господарської діяльності у попередні періоди; покриття фінансових та грошових зобов'язань перед кредиторами підприємства при його ліквідації; формування фонду дивідендних виплат за корпоративними правами власної емісії; а також інші цілі, визначені статутними документами та нормативно правовими актами [23].

При спрямуванні прибутку на розвиток виробництва за рахунок нього фінансуються витрати на технічне переозброєння виробництва, освоєння нових технологій. Здійснення природоохоронних заходів, нове будівництво виробничих потужностей, удосконалення технологій і організацію виробництва, фінансується поповнення власних обігових активів, здійснюються внески на створення статутних капіталів інших підприємств і на утримання союзів, концернів, асоціацій, до складу яких входить підприємство, погашаються довгострокові кредити, взяті на виробничий розвиток, і відсотки по них тощо.

При спрямуванні прибутку на соціальний розвиток фінансуються такі витрати: на будівництво житла і об'єктів культурно-побутового обслуговування; на утримання будівель і споруд, призначених для культурно-освітньої і фізкультурно-оздоровчої роботи серед робітників підприємства; на утримання дитячих шкільних установ, таборів відпочинку для дітей, які знаходяться на балансі підприємства; для надання допомоги школам, притулкам для старих і інвалідів; на відшкодування збитків житлово-комунального господарства, яке знаходиться на балансі підприємства; на придбання путівок до будинків відпочинку і санаторії робітникам; на проведення культурно-масових і оздоровчих заходів серед робітників підприємства тощо.

За рахунок коштів, відрахованих від прибутку на матеріальне заохочення, виплачують винагороду робітникам за підсумками роботи за рік, а також проводять одноразове заохочення працівників за якісне та своєчасне виконання особливо важливих виробничих завдань (робіт), надають матеріальну допомогу робітникам і службовцям, оплачують додаткові відпустки, виплачують допомогу робітникам. Що виходять на пенсію, і надбавки до пенсій працюючим пенсіонерам, виплачують дивіденди по акціях і вкладах членів трудового

колективу в майно підприємства, оплачують зменшення тривалості робочого часу для окремих категорій робітників тощо [7].

Управління використанням прибутку також включає формування дивідендної політики. Термін «дивідендна політика» пов'язаний з розподілом прибутку в акціонерних товариствах. Однак розглянуті принципи і методи розподілу прибутку можуть бути застосовані не тільки до акціонерних товариств, але і до підприємств будь-якої іншої організаційно-правової форми діяльності (у цьому випадку змінюватись буде тільки термінологія - замість термінів «акція « та «дивіденд» будуть використовуватися терміни «пай», «внесок» і «прибуток на внесок»); механізм же розподілу прибутку залишиться таким самим. Розподіл прибутку в акціонерному товаристві представляє собою найбільш складний його варіант. Дивідендна політика підприємства як ключова детермінанта використання прибутку підприємства являє собою керовану діяльність підприємства, спрямовану на забезпечення формування доходу власників його корпоративних прав [23].

Дивідендна політика відіграє велику роль у реалізації фінансової стратегії підприємства. Вона впливає на рівень добробуту інвесторів (вкладників капіталу) у поточному періоді; визначає розміри формування власних фінансових ресурсів, а відповідно і темпи виробничого розвитку підприємства на основі самофінансування; впливає на фінансову стійкість підприємства, на вартість використовуваного капіталу і ринкову вартість підприємства (акцій).

В той же час формування дивідендної політики представляє собою одну з найбільш складних задач фінансового менеджменту. Вона покликана відбивати вимоги фінансової стратегії по підвищенню ринкової вартості підприємства, інвестиційної політики, політики формування власних фінансових ресурсів і деяких інших аспектів фінансової діяльності. Крім того, в процесі формування дивідендної політики підприємствам необхідно враховувати дві прямо протилежні економічні мотивації інвесторів (акціонерів, вкладників) - одержання високих поточних доходів або значне збільшення їх доходів у перспективному періоді [6].

Під час прийняття рішень щодо дивідендної політики керівництво підприємства повинно враховувати:

– заборгованість за раніше випущені облігації;

– виплату дивідендів по привілейованих акціях, тому що вона здійснюється до виплати по звичайних акціях;

– достатність грошових коштів підприємства для виплати дивідендів;

– норми податкового законодавства тощо [27].

Таким чином, дивідендна політика підприємства формується як сукупність цілей та завдань у сфері участі власників у прибутках підприємства, передбачає обґрунтування управлінських фінансових рішень щодо таких питань розмір дивідендів на одну акцію; відношення обсягу розподілу прибутку поточного року до його тезаврації; розмір грошових виплат; регулярність чи дискретність виплати дивідендів; частота виплати дивідендів; форма оприлюднення обраної дивідендної політики.

За рахунок прибутку, який направляється на інші цілі, покриваються суми штрафів і пені, які сплачуються підприємствами за порушення нормативних актів про охорону праці, навколишнього середовища, за порушення податкового законодавства по платежу до бюджету, позабюджетних і державних цільових фондів, проценти за прострочені кредити тощо.

Формування нерозподіленого прибутку підприємства являє собою фінансовий механізм формування капітального резерву, що не має цільового призначення. Типовими напрямами фінансування витрат фінансово-господарської діяльності підприємства за рахунок прибутку можуть вважатися:

1) фінансування інвестиційних проектів (придбання основних засобів, нематеріальних активів, вкладення в цінні папери, придбання контролю над іншими підприємствами);

2) покриття потреби в операційному капіталі;

3) покриття непокритого збитку минулих періодів;

4) збільшення статутного капіталу;

5) додаткові внески до резервного капіталу;

6) викуп акцій (інших корпоративних прав) власної емісії;

7) виплата заохочення менеджерам;

8) резервування під грошові дивідендні виплати наступних періодів;

9) гарантування виплати дивідендів за привілейованими акціями, тощо [28].

Отже підсумовуючи вищевикладений матеріал слід відзначити, що політика управління розподілу та використання прибутку підприємства є досить відповідальний процес в діяльності підприємства, оскільки від його результату залежить не тільки розвиток підприємства, а і матеріальне забезпечення працівників. Тому при прийнятті рішень про розподіл чистого прибутку, фінансовими менеджерами підприємства повинно бути знайдено оптимальне співвідношення у спрямуванні додаткових фінансових ресурсів на цілі виробничо-технічного розвитку, соціального розвитку, матеріального заохочення працівників та інші цілі.

Підсумовуючи наше дослідження, зазначимо, що ключовою категорією, яка лежить в основі економічного розвитку, є прибуток. Цілісність економічної системи, яка об’єднує всі підсистеми в одне ціле, тримається завдяки її цілеспрямованості на отримання прибутку. І саме завдяки цьому орієнтиру ринкова система не розпадається, як це трапилося з радянською економікою, де прибуток був штучною категорією без реального ринкового змісту. Прибуток виникає лише в нерівноважних умовах, іншими словами, він є потенціалом нерівноваги, а це в свою чергу стимулює підприємницьку активність. Вищенаведені думки різних науковців щодо трактування категорії прибуток дають підстави нам характеризувати його як на мікрорівні, де він виступає як найважливіший оціночний показник діяльності підприємства, джерело матеріального добробуту підприємства і його працівників, так і на макрорівні, де він виступає одним з головних чинників, що впливають на величину макропоказників економічного та соціального розвитку, зокрема валового внутрішнього продукту держави, обсягу доходів і видатків бюджету, рівень споживання та нагромадження у суспільстві. Отже, прибуток це економічна база функціонування не тільки суб’єкта господарювання, а й усієї економічної

системи держави, завдяки чому він сприяє зростанню добробуту всіх членів суспільства.

Управління формуванням прибутку включає два основні напрями - управління доходами та управління витратами, балансування яких у результаті і визначає формування абсолютної величини прибутку суб'єкта господарювання. Слід відмітити, що дохід це не просто виручені кошти від реалізації продукції, а первісна грошова маса, величина якої визначає рівень прибутковості підприємства. Розмір доходу залежить від впливу ряду факторів, як постійно діючого характеру, так і дискретного. Тому завдання фінансових менеджерів підприємства якраз і полягає в найбільш повному дослідженні різного роду чинників впливу на величину доходу, з метою адаптації підприємства під умови агресивного ринкового середовища, що дозволить максимізувати виручку від реалізації. Але дохід це лише одна сторона впливу на прибуток; існує й інша сторона - витрати, управління якими є не менш важливою складовою на шляху до головної цілі. Підприємства - максимізація прибутку.

Особливо слід відмітити важливість процесу управління витратам, оскільки рівень та абсолютна величина витрат суб'єкта господарювання безпосередньо впливає на формування його прибутку як результату фінансово господарської діяльності. Управління витратами полягає у контролі за процесом формування та розподілу витрат підприємства в результаті здійснення фінансово господарської діяльності. Відповідно, управління витратами підприємства спрямоване на обґрунтування рівня витрат підприємства та їх фінансового забезпечення. Тому вміння фінансових менеджерів контролювати процес формування й розподілу витрат завжди призводить до їх мінімізації, що є прямим шляхом до збільшення прибутку.

Розподіл та використання прибутку підприємства це не просто витрачання коштів, а це є досить відповідальний процес в діяльності підприємства, оскільки від його результату залежить не тільки розвиток підприємства, а і матеріальне забезпечення працівників. Тому при прийнятті рішень про розподіл чистого прибутку, фінансовими менеджерами підприємства повинно бути знайдено

оптимальне співвідношення у спрямуванні додаткових фінансових ресурсів на цілі виробничо-технічного розвитку, соціального розвитку, матеріального заохочення працівників та інші цілі.

Висновки по розділу 1

Розглянуті в розділі думки різних науковців щодо трактування категорії «прибуток» дають підстави характеризувати його як найважливіший оціночний показник діяльності підприємства, джерело матеріального добробуту підприємства і його працівників, та одним з головних чинників, що впливають на величину макропоказників економічного та соціального розвитку, зокрема валового внутрішнього продукту держави, обсягу доходів і видатків бюджету, рівень споживання та нагромадження у суспільстві. Отже, прибуток це економічна база функціонування не тільки суб'єкта господарювання, а й усієї економічної системи держави, завдяки чому він сприяє зростанню добробуту всіх членів суспільства.

В результаті визначення теоретико-методичних підходів щодо управління прибутком підприємства, було визначено, що прибуток є якісним показником, в його розмірі відображається зміна обсягу товарообороту, доходів підприємства, рівня використання ресурсів, величини витрат обертання.

Під моделлю управління прибутком суб'єкта господарювання необхідно розуміти сукупність фінансово-правових та організаційно технічних методів і прийомів прогнозування, планування та контролю за формуванням доходів з метою забезпечення підтримання прийнятого рівня прибутковості суб'єкта господарювання у довгостроковій перспективі, а також досягнення інших цілей, визначених корпоративною стратегією.

Доведено, що прибуток безпосередньо не є об'єктом управління. Управління прибутком передбачає насамперед реалізацію обґрунтованого впливу на факторні показники формування прибутку суб'єкта господарювання - доходів та витрат. Відповідно, модель управління прибутком суб'єкта

господарювання має включати сукупність логічно цілісних та взаємозв’язаних функціонально-організаційних блоків, а саме: управління затратами; управління доходами; управління розподілом прибутку. Кожен із цих блоків вирішує специфічні завдання, однак прийняття управлінських фінансових рішень за кожним із визначених напрямів має підпорядковуватися єдиній меті - стратегії управління прибутком, яка розроблена на даному підприємстві.

Таким чином, необхідно, перш за все проаналізувати зміни в динаміці прибутку підприємства, та на підставі результатів аналізу визначити шляхи щодо ефективного управління прибуткової діяльності підприємства.

РОЗДІЛ 2
ОЦІНКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ТОВ «НВП МОНТЕКС»

2.1. Аналіз прибутковості підприємств України

Загальну економічну характеристику прибутковості українських підприємств будемо здійснюватиме за допомогою узагальнених статистичних даних, оприлюднених на сайті Державної служби статистики України. Аналіз прибутковості здійснюється за даними щодо фінансових результатів підприємств, які можуть бути позитивними, свідчити про наявність прибутку, або негативними – засвідчувати збиток. Під фінансовими результатами слід розуміти збільшення прибутку (збитку) та підвищення рівня рентабельності (збитку) підприємства від фінансово-господарської діяльності за звітний період. В сучасних умовах господарювання фінансово-господарська діяльність підприємств в Україні ускладнена різними кризовими ситуаціями.

В таблиці 2.1 представлені статистичні дані щодо фінансових результатів до оподаткування вітчизняних підприємств за різними галузями. Оцінка фінансових результатів українських підприємств за 2016-2021 роки свідчить про стрімке зростання прибутковості сільського, лісового та рибного господарства до 2019 року, а потім стрімке падіння позитивного результату майже за усіма галузями. Позитивні результати залишились тільки в тих сферах, які є життєво необхідними (сільське господарство, торгівля, транспорт) та в тих, що є достатньо розвинуті з точки зору цифрових технологій (інформаційна та фінансова галузь). Хоча позитивний результат в перерахованих галузях був значно нижчий ніж у попередні періоду. Оцінка фінансових результатів українських підприємств за 2016-2019 роки свідчить про стрімке зростання прибутковості сільського, лісового та рибного господарства в 2,3 рази, яке в 2020 році різко впало в наслідок пандемії коронавірусу.

У 2019 році порівняно з 2016 роком підприємства були збитковими за двома видами економічної діяльності: транспортною, складською, поштово-кур'єрською та художньо-спортивною, розважально-оздоровчою.

Таблиця 2.1

Оцінка фінансових результатів діяльності підприємств України за видами економічної діяльності до оподаткування, млн грн. [29]

Показники	Роки					Відхилення 2020 р. від 2016 р.
	2016	2017	2018	2019	2020	
Сільське, лісове та рибне господарство	91109,5	69344,1	71478,5	94041,4	81775,2	-9334,3
Промисловість	-7569,6	87461,7	154138,2	166753,2	-14553,5	-6983,9
Будівництво	-9342,9	-3535,8	6433,9	15974,8	-2372,6	6970,3
Оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	7277,0	39296,3	86290,5	129113,3	41896,5	34619,5
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	12819,7	-16532,6	-22661,6	14414,8	27810,4	14990,7
Тимчасове розміщування й організація харчування	-1947,6	1976,8	2886,5	4648,0	-5004,6	-3057
Інформація та телекомунікації	4197,9	15195,3	18181,0	24838,8	16741,5	12543,6
Фінансова та страхова діяльність	431,0	18280,2	24750,0	69326,6	196494,2	196063,2
Операції з нерухомим майном	-42950,2	-15430,7	16,3	47317,5	-33597,7	9352,5
Професійна, наукова та технічна діяльність	21079,8	45611,6	26147,7	84025,1	-9216,9	-30296,7
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	-4347,7	-2967,3	482,5	11446,8	624,3	4972
Освіта	102,8	121,5	178,6	377,7	111,9	9,1
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	311,7	320,4	1249,3	1990,8	19318,0	19006,3
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	-1512,8	-2198,1	-496,1	120,3	-1685,9	-173,1
Надання інших видів послуг	229,2	8,7	137,0	460,7	163,4	-65,8

Всі інші підприємства за видами економічної діяльності в Україні були прибутковими .

Загалом можна помітити, що в роки збитковості незмінно були збиткові підприємства в таких галузях: оптова торгівля, транспорт, інформаційно-телекомунікаційна, професійна та наукова діяльність, операції з нерухомістю, діяльність у сфері адміністративних та допоміжних послуг, охорона здоров'я. , соціальна, мистецька, спортивна, розважально-оздоровча допомога.

Визначимо загальну динаміку фінансових результатів діяльності підприємств за 2016-2021 рр. на рис. 2.1

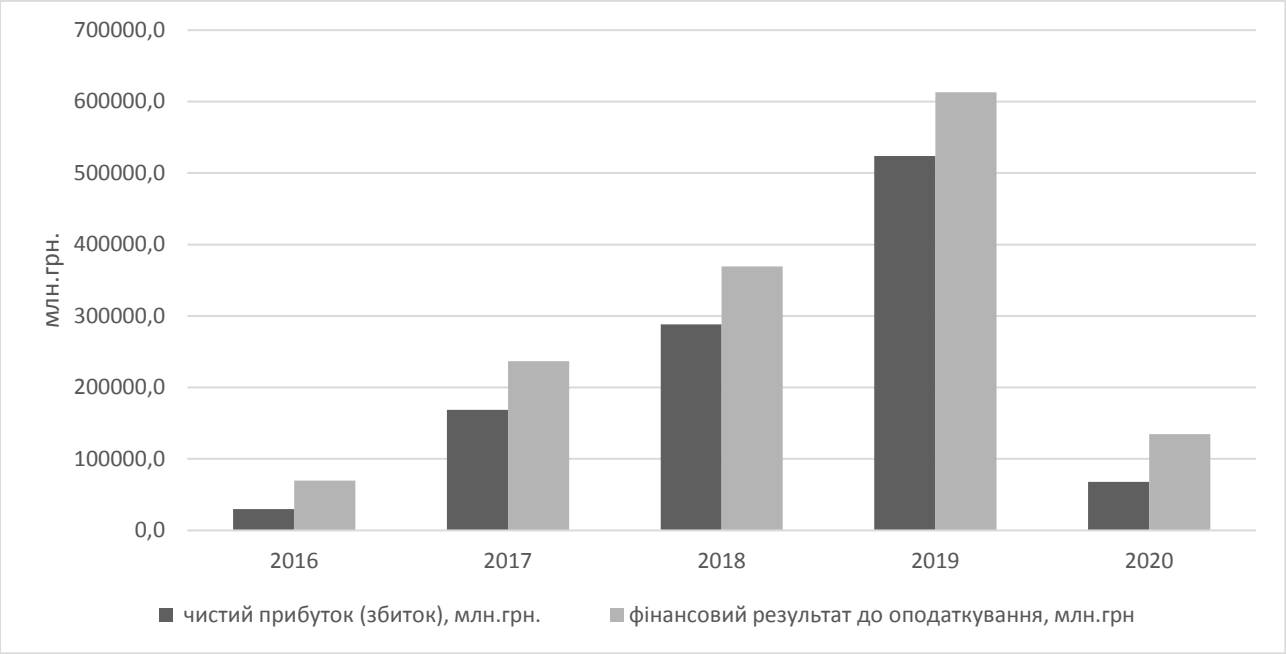

Рис. 2.1. Загальна динаміка фінансових результатів підприємств України за 2016-2020 рр

Відповідно до рис. 2.1, можна сказати, що прибуток українських підприємств у період 2016-2020 рр. демонструє постійну тенденцію до зростання до 2020 року. Однак у 2020 році маємо різке падіння значень фінансових результатів та незначну суму прибутків . Ці результати показують руйнівний вплив політичних, світових подій у 2020 році у вигляді обмежувальних заходів щодо коронавірусної інфекції, в результаті яких українські компанії ще не змогли збільшити прибуток, в нових реаліях економіки.

Проаналізуємо кількість збиткових та прибуткових підприємств в Україні (рис.2.2).

Рис.2.2. Структура підприємств України за наявності чистого прибутку від діяльності (всього по економіці) за 2016-2020 рр., %

Згідно з рис. 2.2 видно, що загальна частка прибуткових підприємств в Україні демонструє тенденцію до зростання протягом розглянутого періоду. Загальна частка прибуткових підприємств у всій економіці коливається за всі роки в межах 73%.

Проаналізуємо збитковість підприємств за їх розміром (рис.2.3). У період до 2020 року в Україні зменшилась кількість збиткових підприємств серед великих підприємств - на 58,7%, середніх підприємств - на 41,6% та малих підприємств - на 19,9%. Як зазначалося вище, карантинні обмеження призвели до зростання збитків та кількості підприємств, які мають збитки як серед великих, так і серед малих, але найбільша їх кількість припадає саме на малі підприємства. Все ж таки переважній більшості малих і середніх підприємств в Україні загрожує банкрутство, а від ефективності малого та середнього бізнесу в країні залежить стабільність національної економіки.

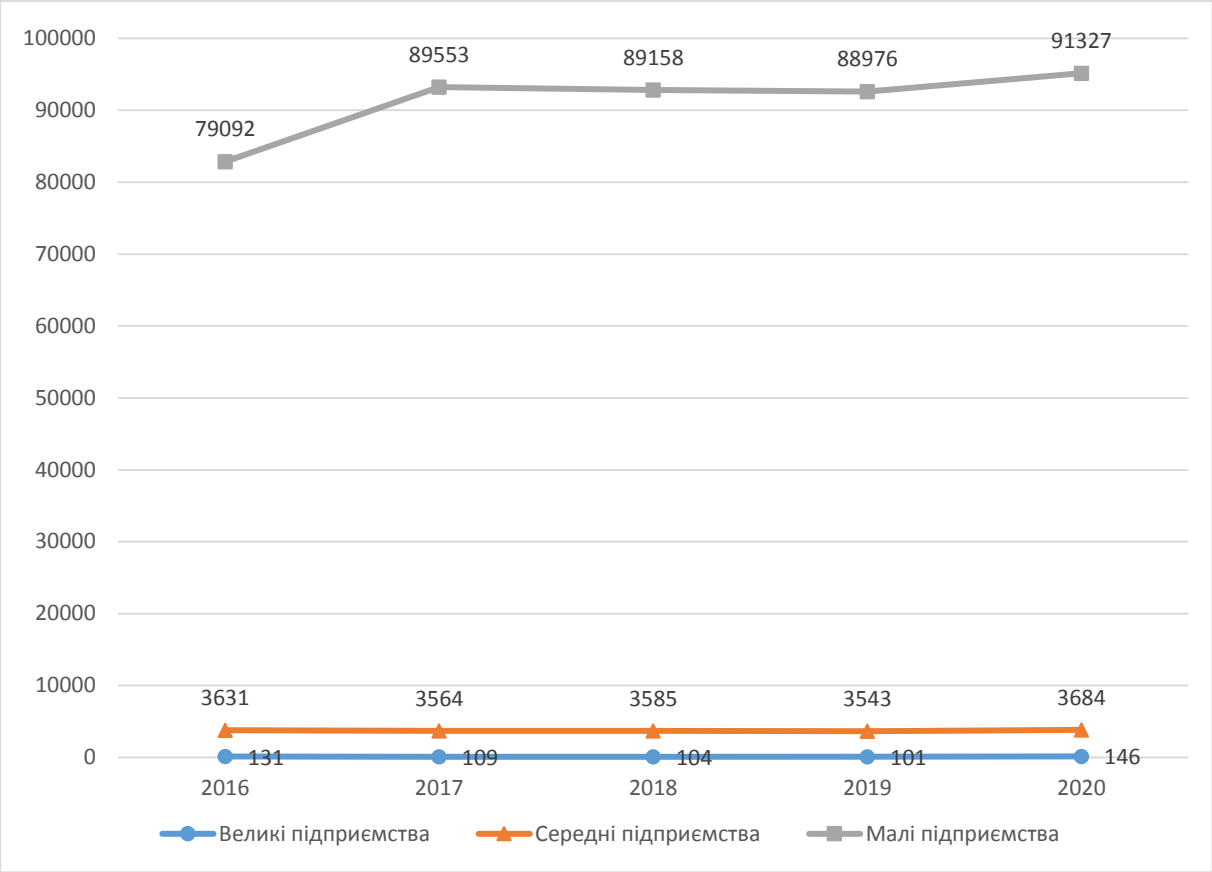

Рис.2.3. Кількість збиткових підприємств в Україні за розміром, 2016 — 2020 рр.

На підставі аналізу фінансових результатів українських підприємств можна зробити висновок, що в період 2016-2019 років загалом спостерігаються позитивні тенденції щодо фінансових результатів. Однак у 2020 році більшість українських підприємств зазнали великих збитків в наслідок карантинних обмежень в результаті пандемії коронавірусу. Загалом слід зазначити, що рівень операційної прибутковості українських підприємств значно зріс порівняно з 2016 роком, що характеризується наявністю значного прогресу та можливістю збільшення економічного потенціалу українських підприємств за рахунок операційної діяльність.

2.2. Характеристика ТОВ «НВП МОНТЕКС»

ТОВ «НВП Монтекс» - багатопрофільна компанія, яка спеціалізується на виробництві і постачаннях

15 років надійної роботи мережах Укртелекому, мережах спеціального зв'язку, мережах приватних операторів.

Найбільша по ємності оптс в Україні - оптс-3 м. Дніпро - містить ємність близько 70 тис. абонентських портів і знаходиться під єдиним управлінням.

Були ціфровізіровані цілі райони - Вінницький район, який налічує 35 станцій, Кам'янський район, який налічує 12 станцій. Всі ці станції є необслуговувані і управляються з єдиного центру.

Все обладнання, що випускається є сертифікованим. Підприємство має сертифікат на систему управління якістю ДСТУ ISO 9001: 2009

ТОВ «НВП МОНТЕКС» будує відносини з Постачальниками та Одержувачами на основі взаєморозуміння та співпраці. Відносини з нашими партнерами будуються і тривають роками, успішно розвиваючи матеріально - технічний потенціал підприємств та промисловості України.

ТОВ «НВП МОНТЕКС» приймає рішення на основі аналізу даних, об'єктивної та достовірної інформації, забезпечує систематичне навчання та рівень підготовки персоналу.

В рамках стратегії розвитку ТОВ «НВП МОНТЕКС» здійснює діяльність, спрямовану на збільшення продажів, скорочення витрат та покращення якості обслуговування клієнтів.

Поточна діяльність підприємства - це постійний рух цінностей, а також виникнення та виконання взаємних зобов’язань, які пов’язують підприємство з підрядниками, бюджетом, працівниками та власниками. Повсякденна діяльність підприємства здійснюється адміністрацією функцій управління, результати якої відображаються в системі бухгалтерського обліку. Інформація про господарські операції, здійснені суб’єктом господарювання за певний період, узагальнюється у відповідних бухгалтерських реєстрах та передається з них у згрупованому вигляді до фінансової звітності.

2.3. Аналіз динаміки та структури майна підприємства

Показники динаміки та структури нерухомості компанії досліджуються за допомогою горизонтального та вертикального аналізу даних балансу. Горизонтальний (часовий) аналіз полягає у порівнянні абсолютних значень для балансових статей активів за два або більше пов'язаних періодів, як правило, на початок та кінець місяців, кварталів, років. Порівняння можна проводити: шляхом визначення відхилення індексів в абсолютних величинах, тобто шляхом порівняння їх із значенням, більшим або меншим, ніж з чим вони порівнюються, та обчислення абсолютної швидкості динаміки; - використання відносних показників, тобто на який відсоток (у рази) - величина, порівнянна з більшою або меншою, ніж встановлена для основи порівняння та яка середня швидкість зміни показника.

Вертикальний аналіз - це структурний аналіз абсолютних значень балансу, що дозволяє вивчити структуру активів за відносними величинами, тобто частку (відсоток) їх окремих видів у загальній кількості розділів та в балансі в цілому. Вивчаючи певний набір показників у різні періоди, ви можете побачити, як майно було вкладено в предмети та зміни його структури. Структурні зміни дозволяють дослідити внутрішні негативні та позитивні зміни, що відбуваються на підприємстві разом із його активами.

Для вивчення складу та розміру активів компанії їх групували за економічно схожими характеристиками. Потрібно знати, які типи активів має компанія, який їх стан та призначення, де вони знаходяться та з яких джерел вони виникають. Правильність створення активів підприємства визначає його майбутній дохід та фінансове становище. Крім того, вартість активів визначає мінімальний можливий дохід компанії за певний період, який можна отримати після розрахунків з кредиторами. Перш за все, за спрощеною методологією аналітичних досліджень динаміка та структура активів підприємства визначаються розділами балансу [21]. Здійснимо аналіз активів та пасивів, використовуючи дані таблиці 2.2..

Таблиця 2.2

Агрегований баланс підприємства за 2018-2020 роки

Актив	2018 рік		2019 рік		Відхилення		Темп зростання, %	2020 рік		Відхилення		Темп зростання, %
	Сума, тис.грн	Питома вага, %	Сума, тис.грн	Питома вага, %	Сума, тис.грн	Питома вага, %		Сума, тис.грн	Питома вага, %	Сума, тис.грн	Питома вага, %	
1 Необоротні активи	10398	42,01	11774,5	27,69	1376,5	-14,32	113,24	10792,3	38,05	-982,2	10,37	91,66
2. Оборотні активи	14354	57,99	30753,9	72,31	16400	14,32	214,25	17568,7	61,95	-13185	-10,37	57,13
2.1 Запаси	6425	25,96	6390,5	15,03	-34,5	-10,93	99,46	7736,7	27,28	1346,2	12,25	121,07
2.2 Дебіторська заборгованість	2889,1	11,67	1287,9	3,03	-1601	-8,64	44,58	2179,8	7,69	891,9	4,66	169,25
2.3 Грошові кошти та їх еквіваленти	4635,3	18,73	21940,2	51,59	17305	32,86	473,33	6458,9	22,77	-15481	-28,82	29,44
2.4 Інші оборотні активи	384,9	1,55	996,5	2,34	611,6	0,79	258,90	779,4	2,75	-217,1	0,40	78,21
Всього майна	24753	100	42528,4	100	17776	0,00	171,81	28361,0	100	-14167	0,00	66,69
Пасив												
1. Власний капітал	16411	66,30	26096,4	61,36	9685,8	-4,94	159,02	26141,3	92,17	44,9	30,81	100,17
2. Довгострокові зобов'язання	5992	24,21	357,6	0,84	-5634	-23,37	5,97	447,6	1,58	90	0,74	125,17
3. Поточні зобов'язання	2350,1	9,49	16074,4	37,80	13724	28,30	683,99	1772,10	6,25	-14302	-31,55	11,02
3.1 Кредиторська заборгованість	1228,9	4,96	9527,8	22,40	8298,9	17,44	775,31	982,2	3,46	-8546	-18,94	10,31
3.2 Інші поточні зобов'язання	1121,2	4,53	6546,6	15,39	5425,4	10,86	583,89	789,9	2,79	-5757	-12,61	12,07
Всього майна	24753	100	42528,4	100	17776	0,00	171,81	28361,0	100	-14167	0	66,69

Розглядаючи показники за окремими розділами балансу, можна відзначити, що загальна вартість майна підприємства стрімко зросла у 2019 році в порівнянні з 2018 роком на 17775,7 тис. грн., а у 2020 році впала майже вдвічі на -14167,4 тис. грн. Слід зазначити, що за період, який аналізується, збільшилась питома вага майна в оборотних активах. Якщо взяти реальні активи, що характеризують виробничу потужність підприємства, тобто основні засоби та виробничі запаси, то на 2018 рік вони становили 16823 тис. грн., а в 2020році реальні активи зросли і становили відповідно 18529 тис. грн

Щодо формування потенціалу підприємницької власності, то тенденція розвитку економічної діяльності є сприятливою і свідчить про зростання виробничих можливостей підприємства

Аналіз складу оборотних активів показує, що на підприємстві відбулися зміни в їх динаміці. Так, запаси у 2020 році збільшилися на 1346,2 тис. грн., і їх частка в загальній сумі оборотних активів збільшилась — на 12,25 процентних пункти з 15,03% в 2019 році до 27,28%. У 2019 році зростання оборотних коштів на 16399,5 тис. грн. відбулося за рахунок стрімкого росту грошових коштів на 17304,9 тис. грн та зменшення дебіторської заборгованості на -1601,2 тис. грн. Зменшення оборотних активів у 2020 році відбулося за рахунок різкого зменшення грошових коштів з 21940,2 тис. грн. до 6458,90 тис. грн, що склало 70%.

Для забезпечення найбільш ефективного господарювання необхідно досягти оптимального співвідношення необоротних і оборотних активів та обсягів підприємницької діяльності. При цьому підприємство зацікавлено у зменшенні залишків активів на балансі, особливо в частині готової продукції, товарів і дебіторської заборгованості.

Саме грошові кошти потерпіли значних змін на підприємстві за весь період аналізу. Частка грошових коштів у загальному розмірі активів зросла з 18.73 % на 2018 рік до 51,59 % на 2019 рік. Цей факт є позитивним, так як характеризує високий рівень платоспроможності та ліквідності підприємства та пов'язаний з розрахунками за виконані контракти в кінці року. Але у 2020 році відбулося

зменшення частки до 22,77 % відповідно до 2019 року, але значення все ж більше ніж в 2018 році. Безперечно, в умовах ринкової конкуренції має бути резерв вільних грошових коштів підприємства, виробничих запасів і товарів на складі, але тримати їх на рахунку не вигідно.

Аналіз також передбачає вивчення співвідношення необоротних і оборотних активів в загальній величині активів (рис. 2.4). За даними балансу: за 2018 рік питома вага необоротних активів дорівнює 21,8 %, оборотних - 57.99 %. За 2019 рік питома вага необоротних активів знизилася до 27,69 %, а оборотних зросла до 72,31 % ; за 2020 рік частка необоротних активів склала 38,05 %, оборотних – 61,95 %. Отже, підприємство перерозподілило свої засоби таким чином, що питома вага їх основних засобів зросла та залишилась майже на тому ж рівні, зростання у 2020 році частки основного капіталу може бути результатом розширення виробничої діяльності.

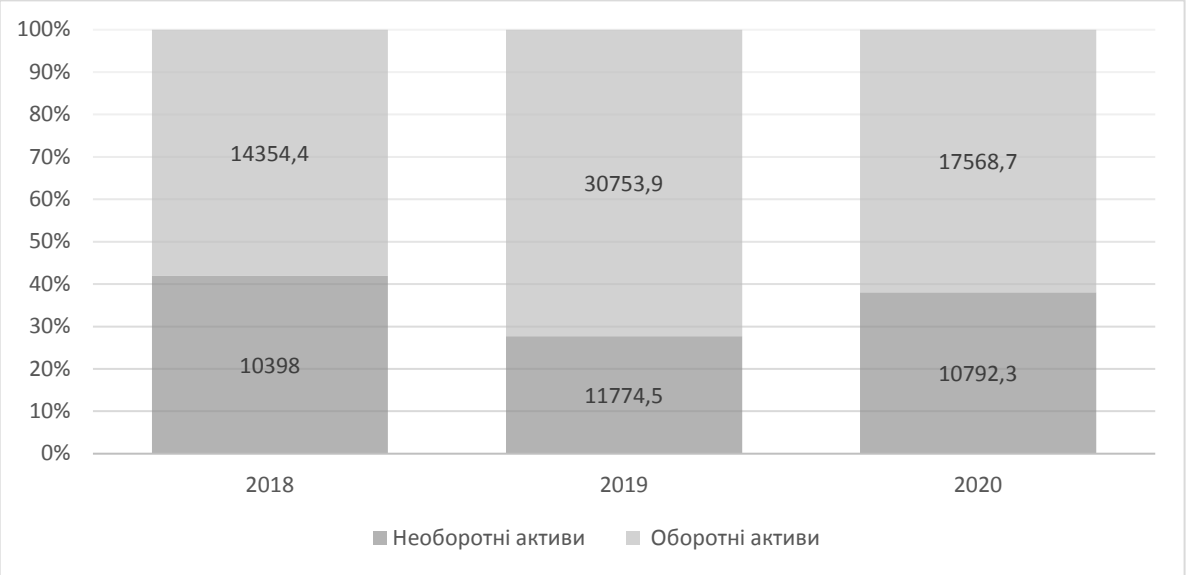

Рис. 2.4. Структура активу ТОВ «НВП Монтекс» за 2018- 2020 роки

За даними таблиці 2.2 та рис. 2.5, видно, що капітал підприємства складається з власного капіталу та зобов'язань підприємства. У 2018 році власний капітал займав 66,30% в загальному обсязі капіталу підприємства, а вже у 2019 році простежується незначне його зменшення – 61,36% з подальшим стрімким зростанням у 2020 році до 92,17%. Таке зростання пов'язане зі отриманням грошових коштів в 2019 році та можливістю наростити

нерозподілений прибуток та здійснити розрахунки з кредиторами. Зобов’язання підприємства змінювалися у протилежному напрямку – максимальна питома вага у 2019 році.

Розглядаючи співвідношення власного капіталу і зобов'язань в підсумку балансу, можна бачити, що питома вага власного капіталу, значно перевищує питому вагу залученого. Це говорить про незалежність даного підприємства від зовнішніх джерел фінансування.

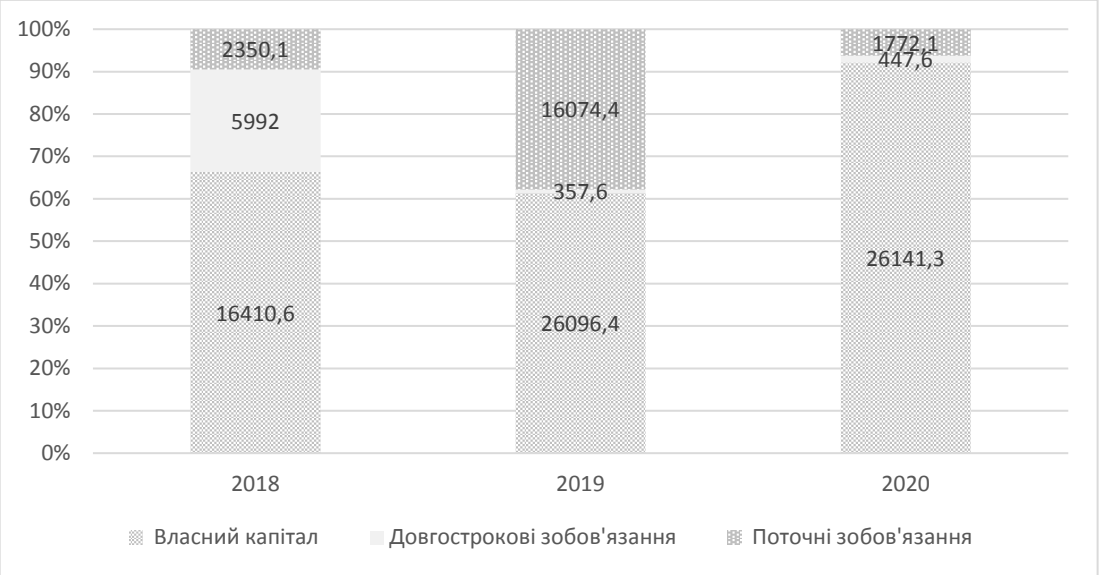

Рис. 2.5. Структура пасиву ТОВ «НВП Монтекс» за 2018-2020 роки

Проведемо аналіз структури власного капіталу (рис. 2.6). Власний капітал - це власні джерела компанії, які без визначення строку повернення, зроблені засновниками чи залишені ними (засновниками) компанії, від вже оподатковуваного прибутку. Проаналізувавши структуру і динаміку власного капіталу ТОВ «НВП Монтекс» на протязі 2018 – 2020 років, визначили, що власний капітал у 2019 році порівняно з 2018 роком збільшився на 9685,8 тис. грн., а у 2020 році порівняно з 2019 роком збільшився ще на 44,9 тис. грн. Ці зміни відбулися за рахунок нерозподіленого прибутку, який у 2019 році та у 2020 – збільшився. Частка власного капіталу в сукупному капіталі становить близько 65%, що означає, що підприємство здійснює свою діяльність за рахунок власного капіталу. У 2020 році підприємство більше ніж на 90% є автономним.

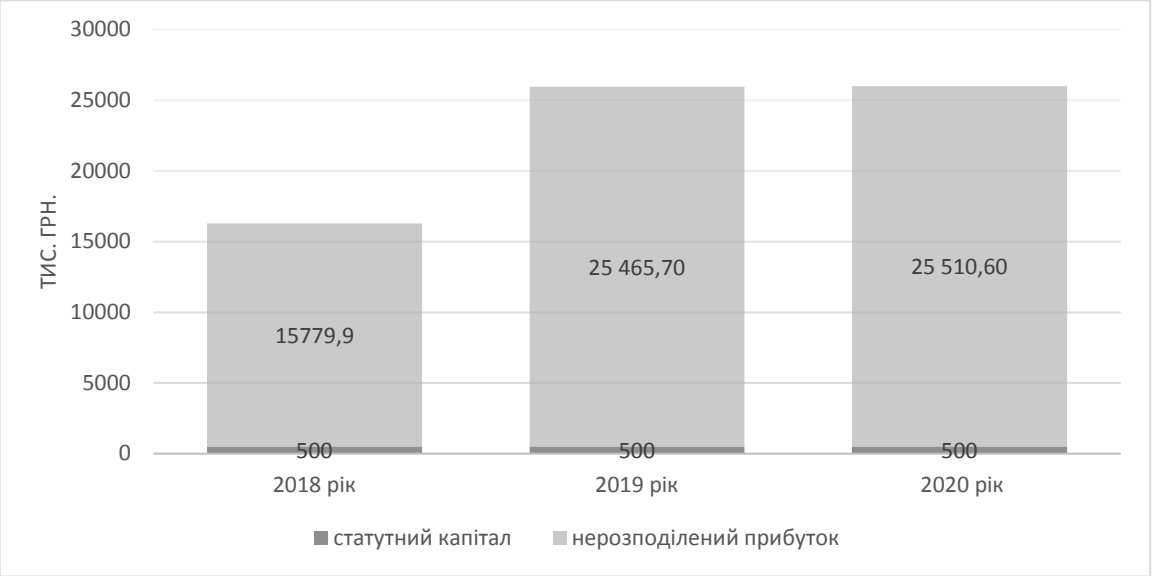

Рис. 2.6. Динаміка власного капіталу ТОВ «НВП Монтекс» за 2018-2020 роки

Проаналізувавши структуру і динаміку позикового капіталу протягом 2018 – 2020 років ТОВ «НВП Монтекс», бачимо, що у 2019 році в порівнянні з 2018 роком позиковий капітал зріс майже в 2 рази або на 8089,9 тис. грн. за рахунок поточних зобов'язаннях. Зміни відбулися за рахунок зростання як інших поточних зобов'язань так і кредиторської заборгованості. У 2020 році спостерігаємо стрімке зменшення зобов'язань підприємства в порівнянні з 2018 та 2019 роками як за рахунок довгострокових зобов'язань на - 125,4 тис. грн та поточних зобов'язань на - 694,1 тис. грн., що є позитивним в діяльності підприємства.

Формування та об'єктивність оцінки основних фондів залежить від методу оцінки. Помилки у визначенні вартості основних фондів створюють помилкове враження у власників підприємства щодо вартості їх основного капіталу, призводять до неправильного нарахування амортизації, необ'єктивного оцінювання стану основних фондів за допомогою системи показників, а також ненадійну оцінку ефективності використання основних фондів підприємства. Наслідком цього можуть бути помилкові рішення щодо бізнес-стратегії. Зацікавленість власника або керівництва підприємства в проблемах оцінки вартості основних фондів обумовлена необхідністю володіти достовірною

інформацією.

Основні показники ефективності використання основних фондів можна об'єднати в чотири групи:

1) показники широкого використання основних фондів, що відображають рівень їх використання з часом;

2) показники інтенсивного використання основних фондів, що відображають рівень їх використання за потужністю (продуктивністю)

3) показники комплексного використання основних фондів з урахуванням сукупного впливу всіх факторів - як екстенсивних, так і інтенсивних;

4) узагальнення показників використання основних фондів, що характеризують різні аспекти використання (стану) основних засобів на всьому підприємстві.

Для аналізу використання основних фондів визначають такі показники витрат [21]:

Фондомісткість капіталу - показник потреби в основних фондах для забезпечення виконання одиниці обсягу робіт; відображає відношення вартості основних фондів до вартості виготовленої продукції (валової, товарної, реалізованої) підприємства. Обчисліть капіталомісткість продукції за формулою:

$$К_{ФМ} = \frac{ОВФ_{сер.}}{ВР}, \quad (2.1)$$

де $ОВФ_{сер.}$ – середньорічна вартість основних фондів;

ВР – виручка від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг.

Коефіцієнт реальної вартості основних фондів у власності підприємства визначається як відношення вартості основних фондів до вартості майна підприємства.

$$К_{Оф} = \frac{ОВФ}{ВБ}, \quad (2.2)$$

де ОВФ - вартість основних фондів,

ВБ – валюта балансу.

Коефіцієнт зносу основних засобів - показує ступінь зносу основних фондів на підприємстві.

$$К_{ЗОЗ} = \frac{З_{ПР(КР)}}{ПВ_{ПР(КР)}}, \quad (2.3)$$

де $З_{пр(кр)}$ – сума нарахованого зносу на початок року(на кінець року), $ПВ_{пр(кр)}$- первісна вартість основних засобів на початок року (на кінець)

Коефіцієнт придатності основних фондів підприємства виявляє, яку частку складає їх залишкова вартість від первісної вартості, і розраховується за формулою:

$$К_{ПОЗ} = 1 - К_{ЗОЗ}, \quad (2.4)$$

де $К_{зоз}$ - коефіцієнт зносу основних засобів.

Фондовіддача– показник (коефіцієнт), що відображає випуск продукції (послуг) на 1 грн. основних фондів підприємства, тобто відбиває відношення вартості продукції (валової, товарної або реалізованої) підприємства до вартості основних фондів. Фондовіддача загальна є зворотнім показником фондомісткості і розраховується за формулою:

$$К_{ФВ} = \frac{ВР}{ОВФ_{сер.}}, \quad (2.5)$$

де ВР – виручка від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг;

$ОВФ_{сер.}$ – середньорічна вартість основних фондів.

Рентабельність основних виробничих фондів - це відносний показник, який визначає ступінь ефективності використання основних засобів. Розрахунок рівня рентабельності основних виробничих фондів можна провести за такою формулою:

$$К_{РОЗ} = \frac{ЧП}{ОВФ} * 100, \quad (2.6)$$

де ОВФ –вартість основних фондів,

ЧП – чистий прибуток.

Інтегральний показник економічної ефективності показує рівень ефективності основних засобів.

$$I = \sqrt{\frac{К_{ФВ} * К_{РОЗ}}{100}}, \quad (2.7)$$

де $К_{фв}$ - фондовіддача основних фондів,

$К_{роз}$ - рентабельність основних фондів.

Згрупуємо розраховані показники до таблиці 2.3.

Фондомісткість збільшується в 2020 році, а це означає, що в цей період збільшується кількість використаних основних фондів. Нормативне значення коефіцієнта реальної вартості основних виробничих засобів у майні підприємства повинно зменшуватись. У 2019 році показник, порівняно з 2018 роком, зменшився до значення 0,2, що пов'язано з поступовим оновленням основних фондів у 2019 році.

Таблиця 2.3

Показники оцінки основних фондів підприємства ТОВ «НВП Монтекс»

Показники	2018 рік	2019 рік	2020 рік	Темп зростання, %	
				2019/2018	2020/2019
Показники оцінки забезпеченості підприємства основними фондами					
Фондомісткість	2,03	0,81	4,87	40,03	598,99
Коефіцієнт вартості основних фондів в активах підприємства	0,29	0,20	0,04	68,24	19,41
Показники оцінки стану основних фондів					
Коефіцієнт зносу	0,32	0,30	0,37	96,59	122,28
Коефіцієнт придатності	0,68	0,70	0,63	101,57	90,25
Показники оцінки ефективності використання основних фондів					
Фондовіддача.	4,00	6,68	3,50	166,98	52,40
Рентабельність, %	49,29	114,14	21,81	231,59	19,11
Інтегральний показник економічної	1,40	2,76	0,87	196,65	31,64

У 2020 році значення коефіцієнту ще зменшився до 0,04, це зумовлено тим, що у 2020 році вартість основних виробничих засобів зменшилась.

Коефіцієнт зносу основних засобів за нормативним значенням повинен

зменшуватись. У 2018 році показник дорівнює 0,32, що свідчить про достатньо високий рівень зносу основних фондів. У 2019 році знизився до рівня 0,30 що свідчить про оновлення основних фондів на підприємстві. В 2020 році коефіцієнт зносу збільшився на 0,07. Така зміна зумовлена збільшенням суми нарахованого зносу в 2020 році ніж у попередні періоди.

Коефіцієнт придатності основних засобів є протилежним коефіцієнту зносу та повинен збільшуватись. У ТОВ «НВП Монтекс» даний показник становить 0,68; 0,7 та 0,63 у 2018 – 2020 роках відповідно.

Фондовіддача основних виробничих фондів найвище значення має в 2019 році – 6,68, що пов'язано зі найвищим рівнем виручки від реалізації за період аналізу. Збільшення вартості основних фондів та зменшення виручки від реалізації призвело до зниження фондовіддачі в 2020 році до 3,5, що на 50% менше ніж у 2019 році.

Рентабельність основних виробничих фондів повинна збільшуватись. Показник у 2018 році становить 49,29%, у 2019 –114,14 % та у 2020 році 21,81 %. У 2019 році показник найвищий, тому що у цей період підприємство мало найвищий рівень чистого прибутки при майже однаковому рівні вартості основних фондів за аналізований період.

Інтегральний показник економічної ефективності показує рівень ефективності основних виробничих фондів. У 2018році він становить 1,4, у 2019 – 2,76, у 2020 році 0,87, тобто ефективність використання основних фондів зменшилась. Отже, у 2019 роках порівняно з 2018 роком відбулося зростання коефіцієнта, що в даному випадку позитивним, але тенденція в 2020 році потребує вирішення щодо більш ефективного використання основних фондів.

Розрахуємо показники ефективності використання оборотних активів [21].

Коефіцієнт оборотності оборотних активів відображає швидкість обороту сукупного капіталу підприємства, тобто показує, скільки разів за аналізований період відбувається повний цикл виробництва й обіг, що приносить відповідний ефект у вигляді прибутку.

$$К_{ООА} = \frac{ВР}{ОА_{сер.}}, \quad (2.8)$$

де ВР –виручка від реалізації продукції,

$ОА_{сер.}$ – середньорічна вартість оборотних активів.

Коефіцієнт оборотності поточних зобов'язань показує скільки виручки від реалізації продукції припадає на одиницю поточних зобов'язань.

$$К_{ОПЗ} = \frac{ВР}{ПЗ_{сер.}}, \quad (2.9)$$

де ВР – виручка від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг),

$ПЗ_{сер.}$ – середньорічна вартість поточних зобов'язань.

Коефіцієнт оборотності товарно - матеріальних запасів по виручці від реалізації відображає число оборотів товарно-матеріальних запасів підприємства. Зниження даного показника свідчить про відносне збільшення виробничих запасів і незавершеного виробництва або про зниження попиту на готову продукцію.

$$К^{В}_{ОЗ} = \frac{ВР}{З_{сер.}}, \quad (2.10)$$

де ВР –виручка від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг),

$З_{сер.}$- середньорічна вартість товарно – матеріальних запасів, тис.

Коефіцієнт оборотності виробничих запасів відображає число оборотів запасів і дозволяє виявити резерви зростання виробництва продукції.

$$К_{ОВЗ} = \frac{ВР}{ВЗ_{сер.}}, \quad (2.11)$$

де ВР –виручка від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг),

$ВЗ_{сер.}$- середньорічна вартість виробничих запасів.

Коефіцієнт оборотності готової продукції - відношення чистої виручки від реалізації продукції до середньої за період величини готової продукції.

$$К_{ОГП} = \frac{ВР}{ГП_{сер.}}, \quad (2.12)$$

де ВР – виручка від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг),

$ГП_{сер.}$ - середньорічний залишок готової продукції.

Коефіцієнт оборотності грошових засобів визначається відношенням чистого доходу до середнього залишку грошових коштів заданими балансу та характеризує швидкість обороту грошових коштів.

$$К_{огз} = \frac{ВР}{ГЗ_{сер.}}, \quad (2.13)$$

де ВР –виручка від реалізації продукції ,

$ГЗ_{сер.}$- середньорічна вартість грошових коштів підприємства, тис. грн.

Коефіцієнт відволікання оборотного капіталу в дебіторську заборгованість – показник, який оцінює рівень дебіторської заборгованості у вартості оборотних активів.

$$К_{відв.} = \frac{ДЗ}{ОА}, \quad (2.14)$$

де ДЗ – дебіторська заборгованість,

ОА – загальна сума оборотних активів.

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості показує, скільки разів за рік обернулися кошти, що вкладені в розрахунки підприємства.

$$К_{одз} = \frac{ВР}{ДЗ_{сер.}}, \quad (2.15)$$

де ВР –виручка від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг),

$ДЗ_{сер}$ – середня сума дебіторської заборгованості.

Період інкасації дебіторської заборгованості. – середній період погашення дебіторської заборгованості.

$$Т_{одз} = \frac{ДП}{К_{одз}}, \quad (2.16)$$

де ДП – кількість днів в звітному періоді (360 днів),

$К_{одз}$ – коефіцієнт обороту дебіторської заборгованості.

Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості показує збільшення чи зниження комерційного кредиту.

$$К_{окз} = \frac{ВР}{КЗ_{сер.}}, \quad (2.17)$$

де ВР –виручка від реалізації продукції,

$КЗ_{сер.}$ – середньорічна вартість кредиторської заборгованості.

Рентабельність оборотних активів - відношення чистого прибутку і середньої величини активів підприємства, помножене на 100%

$$Р = \frac{ЧП}{ОА_{сер.}} * 100\%, \quad (2.18)$$

де ЧП – чистий прибуток підприємства,

$ОА_{сер}$ – середня сума активів.

Інтегральний показник ефективності оборотних активів:

$$I = \sqrt{\frac{К_{ООА} * Роа}{100}}, \quad (2.19)$$

де $К_{ооа}$ – коефіцієнт оборотності оборотних активів,

$Р_{оа}$ – рентабельність оборотних активів.

Згрупуємо дані всіх показників до таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Аналіз ефективності використання оборотних активів ТОВ «НВП Монтекс» у 2018 – 2020 роках

Показники	Роки			Відхилення	
	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2019/2018	2020/2019
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	2,02	2,33	1,16	0,31	-1,17
Коефіцієнт оборотності поточних зобов’язань	12,33	5,70	3,15	-6,63	-2,56
Коефіцієнт оборотності запасів по виручці від реалізації	4,51	8,22	3,63	3,71	-4,59
Коефіцієнт оборотності грошових засобів	6,25	2,39	4,35	-3,86	1,95
Коефіцієнт відволікання оборотного капіталу в дебіторську заборгованість	0,20	0,04	0,12	-0,16	0,08
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	10,03	40,79	12,88	30,76	-27,91
Період погашення дебіторської заборгованості, днів	36	9	28	-27	19
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	23,59	5,51	28,59	-18,07	23,08
Рентабельність оборотних активів	24,89	31,49	9,39	6,61	-22,11
Інтегральний показник ефективності оборотних активів	0,71	0,86	0,33	0,15	-0,53

За даними таблиці 2.4 оберненість оборотних коштів ТОВ «НВП Монтекс» за 2020 р. в порівнянні з 2019 р. впала на 1,17, що характеризує використання оборотних коштів в 2020 році гірше ніж у 2019 році. У 2019 році відбулося незначне збільшення порівняно з 2018 роком до 2,33 обертів.

Коефіцієнт оборотності поточних зобов'язань у 2019 році зменшив своє значення на 6,63 оборота, що є негативним фактором, у 2020 році відбулося ще зменшення до 3,15, тобто відбувається постійне зменшення оборотів поточних зобов'язань та розрахунки за ними в цей період.

Коефіцієнт оборотності запасів має тенденцію до коливання, що свідчить про нестійку ефективність їх використання. У 2019 році відбулося зростання на 3,71, тобто 8,22 грн виручки припадає на 1 грн. засобів інвестованих у запаси за звітний період, у той час в 2020 році цей показник має найнижче значення за аналізований період – 3,63. Отже, на протязі 3 років коефіцієнт оборотності запасів постійно коливається.

У 2018 році виручка від реалізації у 6,25 разів перевищує середній залишок грошових коштів на рахунках підприємства, про що свідчить коефіцієнт оборотності грошових засобів . У 2019 році збільшилися грошові кошти та виручка від реалізації порівняно з 2018 роком, це призвело до зниження коефіцієнта оборотності грошових коштів до 2,39, різке зменшення грошових коштів та виручки від реалізації у 2020 році призвело до зростання їх оборотності до 4,35.

З кожним роком на підприємстві відбувається коливання коефіцієнта відволікання оборотного капіталу в дебіторську заборгованість, за рахунок збільшення дебіторської заборгованості, що має негативний характер.

З таблиці 2.3 видно, що оберненість дебіторської заборгованості ТОВ «НВП Монтекс» за 2020 р. в порівнянні з 2019 р. впала на 27,91, а оберненість кредиторської заборгованості навпаки зросла – на 23,08, в обох випадках – це позитивна тенденція. У 2019 році відбулося зменшення періоду погашення дебіторської заборгованості до 9 днів, а у 2020 році – зріс до 28 дня, що не достатньо ефективно характеризує кредитну політику підприємства.

Рентабельність оборотних активів позитивна, що свідчить про прибуткову діяльність підприємства та ефективне використання оборотних активів. Але її динаміка має тенденцію до коливання, максимальне значення було у 2019 році (31,49%), мінімальне у 2020 році – 9,39%. Отже, підприємство достатньо ефективно використовує оборотних капітал у своєї фінансово-господарської діяльності, найбільш ефективний рік є 2019, а 2020 році ефективність впала .

2.4. Аналіз фінансової стійкості, ліквідності та платоспроможності ТОВ «НВП Монтекс»

Фінансова стабільність - це стан фінансових ресурсів, при якому компанія, вільно маневруючи грошима, здатна шляхом свого ефективного використання забезпечити безперервний процес виробництва та торгівлі, а також витрати на її розширення та оновлення. Це означає, що це відображає постійне перевищення доходу над витратами, вільне маневрування грошей компанії, можливість ефективно використовувати його для забезпечення безперервного процесу виробництва та продажу, а також витрати на його розширення. та оновлення.

Компанія вважається фінансово стабільною, яка здатна забезпечити резерви та витрати за власні кошти, запобігти необгрунтованим вимогам та вчасно сплатити свої зобов’язання.

Оцінка фінансової стійкості підприємства спрямована на об'єктивний аналіз розміру та структури активів та пасивів підприємства та на цій основі визначення ступеня його фінансової стійкості та незалежності, а також на відповідність фінансово-господарській діяльності підприємства.

Найголовніше у фінансовій діяльності - це правильна організація та використання оборотних коштів. Тому в процесі аналізу фінансового стану пріоритетним є раціональне використання оборотних коштів.

Розраховуємо основні абсолютні та відносні показники [21]:

Наявність власних коштів підприємства в обороті (В):

$$В = ВК - НА; \quad (2.20)$$

Коефіцієнт фінансової стійкості- показує, яка частина активу фінансується за рахунок стійких джерел, тобто частку тих джерел фінансування, які організація може використовувати у своїй діяльності тривалий час.

$$К_{фс} = \frac{(ВК+ДЗ)}{А}, \quad (2.21)$$

де ВК – власний капітал,

ДЗ – довгострокові зобов'язання,

А – активи підприємства.

Коефіцієнт автономії - характеризує частку коштів, вкладених власниками підприємства в загальну вартість майна.

$$К_{ФА} = \frac{ВК}{А}; \quad (2.22)$$

Коефіцієнт фінансової залежності характеризує, скільки одиниць сукупних джерел припадає на одиницю власного капіталу.

$$К_{ФЗ} = \frac{А}{ВК}; \quad (2.23)$$

Коефіцієнт фінансового ризику показує співвідношення залучених засобів і власного капіталу. Цей коефіцієнт дає найбільш загальну оцінку в фінансовій стійкості. Він має досить просту інтерпретацію: показує скільки одиниць завчених засобів припадає на кожну одиницю власних.

$$К_{ФР} = \frac{З}{ВК}; \quad (2.24)$$

Коефіцієнт маневреності власного капіталу показує яка частина власного оборотного капіталу знаходиться в обороті. Коефіцієнт маневрування власного капіталу розраховується як відношення власного оборотного капіталу підприємства до власного капіталу.

$$К_{М} = \frac{ВОК}{ВК}; \quad (2.25)$$

Коефіцієнт співвідношення власного та залученого капіталу:

$$К_{сп} = \frac{ВК}{ДЗ + ПЗ} \quad (2.26)$$

Результати обчислень основних абсолютних і відносних показників заносимо до таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Абсолютні та відносні показники фінансової стійкості ТОВ «НВП Монтекс»

Показник	2018 рік	2019 рік	2020 рік	Відхилення (+,-)	
				2019/2018	2020/2019
Наявність власних коштів підприємства в обороті	6012,6	14322	15349	8309,3	1027,1
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,66	0,61	0,92	-0,05	0,31
Коефіцієнт автономії	0,66	0,61	0,92	-0,05	0,31
Коефіцієнт фінансової залежності	1,51	1,63	1,08	0,12	-0,54
Коефіцієнт фінансового ризику	0,14	0,62	0,07	0,47	-0,55
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,37	0,55	0,59	0,18	0,04
Коефіцієнт співвідношення власного та залученого капіталу	0,94	2,24	1,98	1,31	-0,26

У 2018 році наявність власних коштів підприємства була найменшою та становить 6012,6 тис грн, у 2019 та 2020 роках відбувся їх ріст до – 14322 тис грн та 15349 тис грн, що свідчить про те шо власний капітал повністю покриває суму вартості необоротних активів.

Коефіцієнт автономії повинен бути не менше 0,5. Показник у 2018 дорівнює 0,66, а в 2019 та 2020 роках коефіцієнт перевищує 0,61 та 0,92. Отже

підприємство є фінансово стійким у всіх 3 періодах з 92% автономією в 2020 році.

Коефіцієнт фінансової залежності має бути менше 2 і зменшуватись. Показник у 2019 році, порівняно з 2018 зріс на 0,12, а у 2020 році зменшився на 0,54 та відповідав нормативу, що також свідчить про фінансову незалежність підприємства.

Коефіцієнт фінансового ризику за нормативним менше 0,5. На підприємстві даний показник у 2018 році становить 0,14, у 2019 зріс та не відповідає нормативу – 0,62, у 2020 році значення найсприятливе – 0,07. Значення відповідає нормативному за два останніх періоду аналізу, що є позитивною тенденцією для діяльності підприємства. Зниження фінансової залежності у 2020 році пов'язане зі зниженням кредиторської заборгованості у підприємства (рис. 2.7).

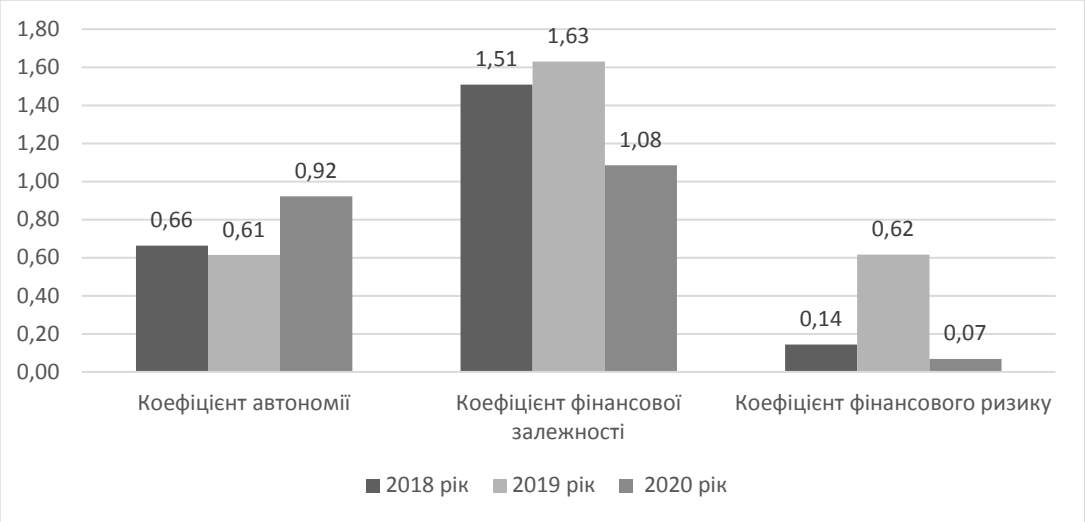

Рис. 2.7. Співвідношення динаміки коефіцієнтів фінансової залежності , фінансового ризику та коефіцієнту автономії за 2018 - 2020 р.

У 2018 році коефіцієнт співвідношення власного та залученого капіталу дорівнює 0,94, це означає, у 2019 році відбувається різке зростання коефіцієнта до 2,24 за рахунок збільшення також власного капіталу та зменшення поточних зобов'язань. В 2020 році ситуація стабілізується до рівня 1,98.

Таким чином, аналіз фінансової стійкості показав, що підприємство є фінансово стійким та незалежним від кредиторів, значне покращення фінансової стійкості та незалежності відбулося у 2019 та 2020 роках.

Платоспроможність (ліквідність) - це здатність підприємства своєчасно погашати зобов’язання готівкою.

Надлишок платіжних засобів стосовно термінових зобов'язань вказує на платоспроможність підприємства. Розраховуємо коефіцієнти ліквідності [21]:

Коефіцієнт загальної ліквідності - характеризує здатність компанії забезпечити свої короткострокові зобов’язання перед найбільш проданою частиною активів - оборотними активами. Це співвідношення дає найбільш загальну оцінку ліквідності активів.

$$К_{пл} = \frac{ОА}{ПЗ}, \qquad (2.27)$$

Коефіцієнт швидкої ліквідності - показує, яку частину поточних зобов’язань компанія здатна погасити за рахунок найбільш ліквідних оборотних коштів - грошових коштів та їх еквівалентів, фінансових інвестицій та кредиторської заборгованості. Цей показник показує платіжну здатність підприємства погашати поточні зобов’язання за умови своєчасних розрахунків з боржниками.

$$К_{шл} = \frac{(ОА - ВЗ)}{ПЗ}, \qquad (2.28)$$

Коефіцієнт абсолютної ліквідності - дозволяє визначити частку короткострокових зобов’язань, що підприємство може погасити найближчим часом, не чекаючи оплати дебіторської заборгованості й реалізації інших активів.

$$К_{ал} = \frac{ГК}{ПЗ}, \qquad (2.29)$$

Платоспроможність - це здатність підприємства виконувати свої фінансові зобов’язання, що випливають з комерційних, кредитних та інших платіжних операцій.

Задовільна платоспроможність підприємства підтверджується такими формальними параметрами:

- наявність безкоштовних готівкових коштів на поточних та валютних рахунках та інших банківських рахунках;

- відсутність довгострокової заборгованості перед постачальниками, банками, персоналом, бюджетом;

- наявність оборотних коштів (чистий оборотний капітал) на початок та кінець звітного періоду.

Результати обчислень основних показників ліквідності заносимо до таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

Динаміка показників ліквідності ТОВ «НВП Монтекс»

Показник	2018 рік	2019 рік	2020 рік	Відхилення (+,-)	
				2019/ 2018	2020/ 2019
Загальний коефіцієнт ліквідності	6,11	1,91	9,91	-4,19	8,00
Коефіцієнт швидкої ліквідності	3,37	1,52	5,55	-1,86	4,03
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	1,972	1,365	3,645	-0,61	2,28

Аналіз показників ліквідності свідчить, що підприємство є ліквідним та платоспроможним. Негативним явищем є незначне зниження показників ліквідності в 2019 році відносно 2018 року (рис. 2.8).

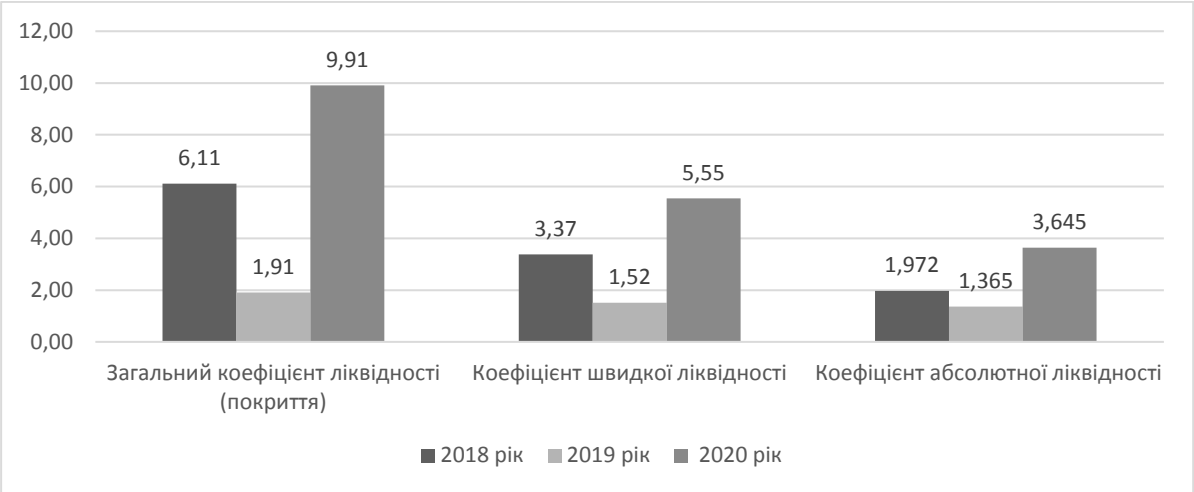

Рис 2.8. Динаміка ліквідності підприємства ТОВ «НВП Монтекс» за 2018 – 2020 р.

Позитивна тенденція прослідковується в підвищенні показника

абсолютної ліквідності на 2,28 в 2020 році, але незважаючи на значний ріст грошових коштів на рахунку підприємства в 2019 році відбувається зниження показника на 0,61 , що пов'язане зі значним зростанням поточних зобов'язань підприємства.

Загалом аналіз фінансової стійкості, ліквідності та ділової активності свідчать про достатньо стійке фінансове становище підприємства з покращенням ситуації в 2019 році та незначним погіршенням деяких показників у 2020 року, але підприємство залишається ліквідним, платоспроможнім та фінансово стійким.

2.5. Аналіз ефективності фінансової діяльності підприємства ТОВ «НВП Монтекс»

Результати компанії аналізуються за допомогою показників, що характеризують аспекти її діяльності, їх вибір залежить від мети аналізу. Визначення стратегічних цілей вимагає порівняння результатів конкретного підприємства з конкуруючими підприємствами. Для такого аналізу підбираються загальні показники, які відображають діяльність окремих районів чи структурних підрозділів. Визначення тактичних цілей вимагає контролю над підприємством, тобто обчислення показників ефективності окремих підрозділів або виробництва конкретного виду продукції.

Аналіз прибутку проводиться шляхом порівняння фактичних даних за звітний період з фактичними даними за попередній період. (табл. 2.7).

В 2019 році чистий прибуток підприємства в порівнянні з 2017 роком зріс на 6113,6 тис. грн., це зменшення відбулося за рахунок зростання виручки від реалізації на 23551 тис. грн. А в 2020 році в порівнянні з 2019 роком чистий прибуток значно зменшився на 8036 тис. грн., за рахунок зниження чистого доходу від реалізації на 24455 тис. грн або на 47%. Також до зниження чистого прибутку посприяло зростання інших операційних витрат на 2385,4 тис. грн.

Рентабельність компанії характеризується відносними показниками. Абсолютний показник - це сума прибутку або доходу. Відносний показник - рівень рентабельності. Для узагальнення та узагальнення аналізу фінансового стану компанії оптимально і доцільно розрахувати коефіцієнти прибутковості, що визначають прибутковість компанії, продукцію, активи та власний капітал.

Таблиця 2.7

Аналіз формування та розподілу прибутку ТОВ «НВП Монтекс» за 2018-2020 роках, тис. грн.

Показник	2018 рік	2019 рік	2020 рік	Відхилення	
				2019/ 2018	2020/ 2019
Чистий дохід (виручка) від реалізації	28988,4	52538,9	28083,8	23551	-24455
Собівартість реалізованої продукції	21612,2	37777,6	20744,4	16165	-17033
Інші операційні доходи	404,4	11,6	409,5	-392,8	397,9
Інші операційні витрати	3276,1	3681,3	6066,7	405,2	2385,4
Інші доходи	13,7	813,4	444,2	799,7	-369,2
Інші витрати	157,7	92,1	114,9	-65,6	22,8
Фінансовий результат до оподаткування	4360,5	11812,9	2011,5	7452,4	-9801
Чистий прибуток	3572,2	9685,8	1649,4	6113,6	-8036

Коефіцієнти прибутковості важливі для характеристики складових прибутку та доходу. При аналізі виробництва коефіцієнти рентабельності використовуються як інструмент політики інвестицій та оцінки. Вони повніші за прибуток, вони характеризують кінцеві результати управління, оскільки їх вартість показує взаємозв'язок між наявними та використаними ресурсами. Результати розрахунків показників рентабельності представлено в таблиці 2.8. та рис. 2.9.

Зростання величини коефіцієнта рентабельності активів склало 14,43 % у 2018 році. Аналізуючи коефіцієнт рентабельності активів, бачимо тенденцію до зростання величини даного показника у 2019 році на 8,34%, або до 22,77%. В 2020 році за рахунок значного зниження суми чистого прибутку, рентабельність впала на 16,96% до рівня 5,82%, але все ж зберігається позитивне значення.

Зниження чистого прибутку в динаміці свідчить про загрозу збитковості та вірогідність погіршення результатів діяльності підприємства.

Таблиця 2.8

Аналіз рентабельності ТОВ «НВП Монтекс» за 2018 - 2020 роках

Показник	2018 рік	2019 рік	2020 рік	Відхилення	
				2019/ 2018	2020/ 2019
Рентабельність активів, %	14,43	22,77	5,82	8,34	-16,96
Рентабельність власного капіталу, %	21,77	37,12	6,31	15,35	-30,81
Рентабельність продажів,%	12,32	18,44	5,87	6,11	-12,56
Рентабельність продукції, %	16,53	25,64	7,95	9,11	-17,69

В 2018 році значення коефіцієнта рентабельності власного капіталу становило 21,77%, у 2019 році – 31,12% та було максимальною, що характеризує про найефективніше його використання за 3 роки. У 2020 році по відношенню до 2019 року зменшився на 30,81% і склала 6,31%, що зумовлене зростанням власного капіталу більшими темпами а прибуток знизився прибутку.

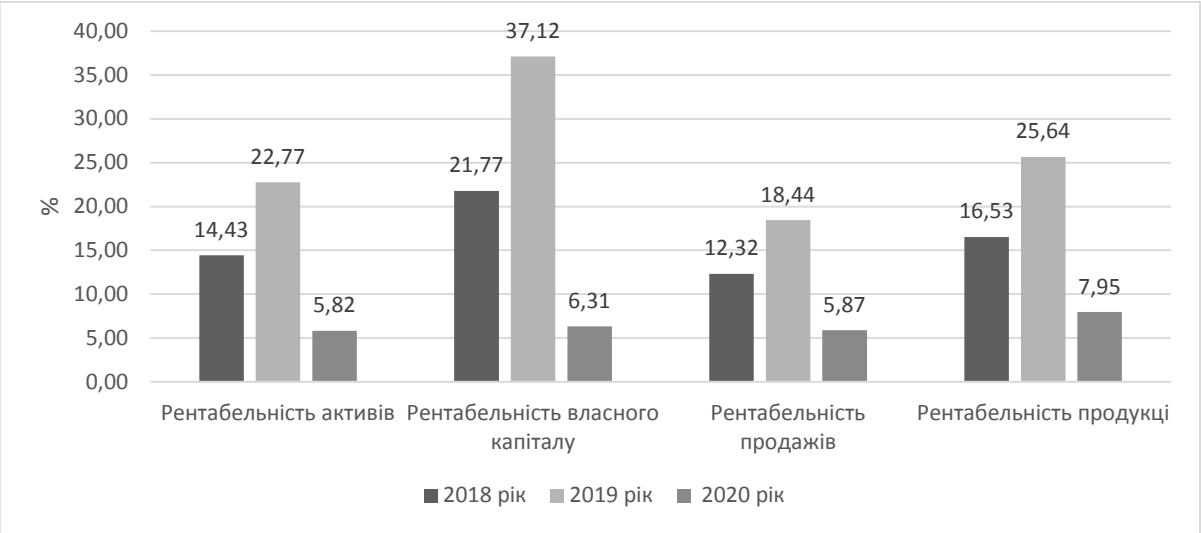

Рис. 2.9. Динаміка рентабельності ТОВ «НВП Монтекс» за 2018 - 2020 роках

Аналізуючи зміну рентабельності продажу підприємства за період 2018-2020 років, можна зробити наступні висновки: загальна зміна значення коефіцієнта за період склала 6,45% і становило у 2020 році 5,87%, тоді як у 2019 році – 18,44%. Дана негативна тенденція пов'язана зі зниженням суми чистого доходу від реалізації продукції та чистого прибутку. Така ж сама ситуація простежується ф з рентабельністю продукції, хоча в 2020 році відбулося зниження й собівартості.

За всіма показниками рентабельності за період 2018-2020 роки спостерігається прибутковість діяльності підприємства, хоча і з негативними тенденціями до зменшення.

Отже, на основі аналізованих даних можна зробити висновок про достатньо високу ефективність функціонування підприємства ТОВ «НВП Монтекс».

Висновки по розділу 2

Здійснивши аналіз фінансової діяльності ТОВ «НВП Монтекс», можна відзначити, що загальна вартість майна підприємства стрімко зросла у 2019 році в порівнянні з 2018 роком на 17775,7 тис. грн., а у 2020 році впала майже вдвічі на -14167,4 тис. грн. Слід зазначити, що за період, який аналізується, збільшилась питома вага майна в оборотних активах. Якщо взяти реальні активи, що характеризують виробничу потужність підприємства, тобто основні засоби та виробничі запаси, то на 2018 рік вони становили 16823 тис. грн., а в 2020році реальні активи зросли і становили відповідно 18529 тис. грн

Частка грошових коштів у загальному розмірі активів зросла з 18.73 % на 2018 рік до 51,59 % на 2019 рік.

Капітал підприємства складається з власного капіталу та зобов'язань підприємства. У 2018 році власний капітал займав 66,30% в загальному обсязі капіталу підприємства, а вже у 2019 році простежується незначне його зменшення – 61,36% з подальшим стрімким зростанням у 2020 році до 92,17%.

У 2018 році наявність власних коштів підприємства була найменшою та становить 6012,6 тис грн, у 2019 та 2020 роках відбувся їх ріст до – 14322 тис грн та 15349 тис грн, що свідчить про те шо власний капітал повністю покриває суму вартості необоротних активів.

Коефіцієнт автономії повинен бути не менше 0,5. Показник у 2018 дорівнює 0,66, а в 2019 та 2020 роках коефіцієнт перевищує 0,61 та 0,92. Отже підприємство є фінансово стійким у всіх 3 періодах з 92% автономією в 2020 році.

Загалом аналіз фінансової стійкості, ліквідності та ділової активності свідчать про достатньо стійке фінансове становище підприємства з покращенням ситуації в 2019 році та незначним погіршенням деяких показників у 2020 року, але підприємство залишається ліквідним, платоспроможнім та фінансово стійким.

В 2019 році чистий прибуток підприємства в порівнянні з 2017 роком зріс на 6113,6 тис. грн., це зменшення відбулося за рахунок зростання виручки від реалізації на 23551 тис. грн. А в 2020 році в порівнянні з 2019 роком чистий прибуток значно зменшився на 8036 тис. грн., за рахунок зниження чистого доходу від реалізації на 24455 тис. грн або на 47%. Також до зниження чистого прибутку посприяло зростання інших операційних витрат на 2385,4 тис. грн.

Зростання величини коефіцієнта рентабельності активів склало 14,43 % у 2018 році. Аналізуючи коефіцієнт рентабельності активів, бачимо тенденцію до зростання величини даного показника у 2019 році на 8,34%, або до 22,77%. В 2020 році за рахунок значного зниження суми чистого прибутку, рентабельність впала на 16,96% до рівня 5,82%, але все ж зберігається позитивне значення. Зниження чистого прибутку в динаміці свідчить про загрозу збитковості та вірогідність погіршення результатів діяльності підприємства.

Можна зробити висновок, що ТОВ «НВП Монтекс» є ліквідним та рентабельним підприємством та фінансово незалежним, в його діяльності простежується коливання результатів, тому необхідно планувати заходи щодо збереження позитивних тенденцій розвитку.

РОЗДІЛ 3.
УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «НВП МОНТЕКС»

3.1. Стратегія управління прибутком підприємства ТОВ «НВП Монтекс»

Управління прибутком – це процес пошуку та прийняття управлінських рішень щодо всіх ключових аспектів її накопичення, розподілу та використання на підприємстві. Ключовою метою управління прибутком є пошук шляхів найбільш ефективного формування та розподілу найкращого, що має забезпечити розвиток компанії та підвищення її ринкової вартості.

Управління прибутками спрямоване на покращення добробуту власників бізнесу зараз і в майбутньому. Ця мета має забезпечити одночасне узгодження інтересів власників з інтересами держави та персоналу підприємства. Кожне підприємство має планувати заходи для збільшення прибутку. Загалом ці заходи можуть бути такими:

- збільшення виробництва;
- підвищення якості продукції;
- продаж або здача в оренду надлишкового обладнання та іншого майна;
- зниження собівартості продукції за рахунок більш раціонального використання матеріальних ресурсів, приміщень і виробничих площ, трудових ресурсів і робочого часу;
- диверсифікація виробництва;
- розширення ринку тощо. [31].

На думку Стецюка С. С., ключовими завданнями управління прибутком підприємства є: забезпечення максимізації обсягу створеного прибутку, що відповідає ресурсному потенціалу суб’єкта господарювання та кон’юнктурі ринку; забезпечення оптимальної пропорційності між рівнем прибутку та прийнятним рівнем ризику; забезпечення якісного прибутку забезпечення

постійного зростання ринкової вартості підприємства; збереження конкурентоспроможності в довгостроковій перспективі; забезпечення ліквідності та платоспроможності підприємства; підтримка інвестиційної привабливості [32].

Ефективність управління доходами багато в чому залежить від якості проведених аналізів, доцільності виявлених резервів збільшення прибутку, економічної доцільності планів формування та використання прибутку на майбутнє. Метою управління прибутком є розробка ефективної стратегії та політики формування прибутку підприємства, обґрунтування раціональних напрямів його використання та визначення оптимального рівня рентабельності фінансових вкладень у довгостроковій перспективі. Слід зазначити, що внутрішнє планування компанії все частіше займає місце в стратегічному управлінні.

Результати аналізу організації управління прибутком підприємства свідчать про необхідність розробки комплексу заходів щодо вдосконалення управління прибутком підприємства. У роботі пропонується зосередити увагу на розробці стратегії управління прибутком, використовуючи стрес-тести для формулювання альтернативних рішень управління прибутком. Очікувані результати реалізації комплексу заходів для ТОВ «НВП Монтекс» наведені в таблиці. 3.1

Реалізація запропонованої стратегії дасть довгостроковий ефект, підвищить інвестиційну привабливість підприємства, підвищить його ринкову вартість, мінімізує фінансові ризики підприємства.

З метою мінімізації ризику підприємства доцільно зосередитися на комплексі заходів, що обмежують концентрацію ризиків, що спрямовано на визначення відносно безпечних сфер діяльності в умовах невизначеності та ризику. Обмежуються: максимальний розмір позикових коштів, що використовуються у підприємницькій діяльності; мінімальний розмір високоліквідних активів; максимальна сума кредиту, наданого одному клієнту;

максимальна сума вкладу, розміщеного в одному банку; максимальний термін перенаправлення коштів у дебіторську заборгованість.

Таблиця 3.1

Впровадження комплексу управлінських рішень щодо удосконалення управління прибутком ТОВ «НВП Монтекс»

Комплекс управлінських рішень	Складові комплексу управлінських рішень	Очікуваний ефект
Розробка стратегії управління прибутком	- обґрунтування розміру цільового прибутку; - визначення обсягу послуг, що надаються підприємством для забезпечення цільового розміру прибутку; - створення книги замовлень підприємства; - розробка цінової політики підприємства; - обгрунтування ресурсної політики	- підвищення ефективності використання ресурсів компанії; - залучення нових клієнтів шляхом запровадження гнучкої цінової політики та надання знижок постійним клієнтам; - підвищення прозорості управління бізнес-процесами на підприємстві
Організація стрес-тестів для формулювання альтернативних рішень для управління прибутками компанії	- діагностика факторів ризику; - розробка ймовірних сценаріїв розвитку ринкової ситуації; - розробка комплексу заходів щодо мінімізації виявлених ризиків за результатами стрес-тестів,	- підвищення готовності компанії до зміни умов ведення бізнесу; - зменшення збитків підприємства через виникнення ризикової ситуації; - удосконалення управління ризиками на підприємстві

Крім того, зосередженість на диверсифікації ризиків також підвищить готовність підприємства до негативного впливу зовнішніх і внутрішніх факторів.

Запропоновані заходи щодо покращення управління прибутком ТОВ «НВП Монтекс» спрямовані не лише на максимізацію прибутку компанії, а й на її довгостроковий успіх на цільовому ринку. Розробка стратегії управління прибутком підприємства базується на результатах аналізу його ресурсного потенціалу, визначення збалансованості його складових, що позитивно впливає

не тільки на процеси управління прибутком, а й на основні бізнес-процеси підприємства.

3.2. Впровадження стратегічного консалтингу на ТОВ «НВП Монтекс» з метою управління прибутком

Управління підприємствами з високою часткою інтелектуальних ресурсів і специфічними формами організації такої діяльності принципово відрізняється від управління підприємствами інших галузей економіки, що створюють продукцію, товари та послуги. Це вимагає формулювання конкретних вимог до процесу надання послуг, під час якого знання комерціалізуються на цих етапах бізнес-проекту.

Для того, щоб компанія була успішною на вітчизняному ринку послуг та побудувала власну бізнес-модель, раціональним буде врахування концептуальних аспектів теоретичних бізнес-моделей з урахуванням інноваційного розвитку у стратегічній перспективі:

«Інтелектуальне лідерство», чия конкурентна перевага пов’язана з лідерством у галузі та створенням вартості на ринках майбутнього через створення компетенцій. Джерело формування - внутрішнє середовище;

«Організація, що навчається», основним завданням якої є поступове перетворення неформальних знань окремих співробітників у загальний корпус формальних корпоративних знань. Джерело формування - внутрішнє середовище;

Концепція споживчої вартості, основні завдання якої пов’язані з формуванням розумної бізнес-моделі в процесі виробництва кардинально нової послуги. Джерело формування - внутрішнє середовище;

«Стратегія Blue Ocean», в рамках якої компанія створює свій унікальний сервіс, заповнює порожні ніші. У таких умовах компанія є унікальною, що забезпечить її безперечне виживання та позиціонування в умовах сильного конкурентного тиску. Джерелом формування є зовнішнє середовище.

Концептуальна основа формування бізнес-моделі на ринку послуг з урахуванням конкурентних переваг представлена на рис. 3.1

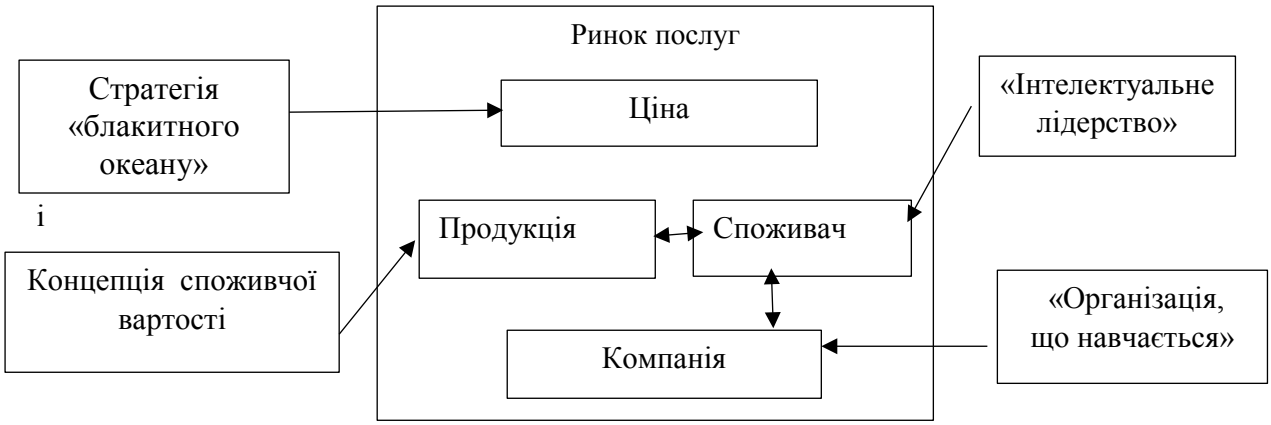

Рис. 3.1. Сучасні концепції інноваційного розвитку підприємства

У процесі формування бізнес-моделі, відповідно до концепції ресурсів, зокрема управління ресурсами та витратами, необхідно визначити конкурентні переваги компанії та цінності, які вона створює на основі конкретної комбінації ресурсів. Доречним буде також враховувати шляхи безперервного розвитку наявних ресурсів, що виникають у відповідь на швидкі зміни ринку послуг, конкурентні переваги з метою отримання стабільної прибутковості.

Стратегічний консалтинг має важливе значення для створення інструментів бізнес-моделювання

– створити власну бізнес-модель, яка базуватиметься на концептуальних засадах та моделях корпоративного управління;

– враховувати досвід інших компаній та специфіку роботи на вітчизняному ринку послуг;

– враховувати принципи стратегічного консалтингу в процесі впровадження бізнес-моделі, яка буде активно взаємодіяти із зовнішнім середовищем;

– звернути увагу на рівень інтелектуального капіталу, який використовується в процесі як створення, так і впровадження бізнес-моделі компанії.

Саме людський капітал компанії визначає темпи та характер процесів впровадження інноваційних технологій, які потім стають конкурентною перевагою на ринку послуг. При цьому одним з основних факторів, що впливають на успішне функціонування людського капіталу в консалтинговій компанії, є рівень прибутку компанії. Чим вища рентабельність підприємства, тим вищий рівень конкурентоспроможності та інноваційного розвитку.

Стратегічний консалтинг базується на стратегіях окремих бізнес-процесів. Професійні консультанти здатні збалансувати потреби в ресурсах та вирішити проблеми в системі управління стратегічним розвитком як клієнта, так і власної компанії.

Ефективне управління стратегічним консалтингом досягається за допомогою системного та процесного підходу. При наданні послуг компанія ставиться до компанії клієнта як до системи, що дозволяє сформулювати системне бачення потреб клієнта, а результатом має стати проект, який вирішуватиме проблеми клієнта для окремих бізнес-процесів.

Основні особливості етапів життєвого циклу проекту стратегічного консалтингу наведено в таблиці 3.2. [33]

У процесі надання послуг необхідно переглянути систему управління відповідно до ресурсно-вартісного підходу бізнес-моделі.

У зв’язку з цим реалізація положень стратегічного консультування в управлінні клієнтами пов’язана з реалізацією таких основних видів діяльності, як [34]:

1) проведення роз’яснювальної роботи та навчання серед працівників компанії з метою розуміння важливості застосування положень ресурсно-вартісного підходу;

2) залучення всіх працівників компанії до генерування ідей та заходів, спрямованих на підвищення рівня конкурентоспроможності та інноваційного розвитку;

Таблиця 3.2

Основні етапи життєвого циклу проекту стратегічного консалтингу

Етапи проекту	Завдання етапу	Основні процеси
1.Передпроектний	Визначення продукту	- підписання договору про взаємодію між компанією та замовником; - створення проектної групи; - проведення експертних досліджень; - планування завдань та уточнення їх виконання за часом виконання та оплати; - координація ключових завдань партнерської співпраці; - роз'яснення обов'язків учасників проекту
2. Проектний	Здійснення процесів управління проектом та практична реалізація проекту	- аналіз стану та потреб ринку; - оцінка ефективності заходів та вибір альтернатив вирішення проблеми; - оцінка ризиків проекту та розробка антикризової програми; - забезпечення ресурсами проекту; - організація та координація діяльності між учасниками проекту в процесі реалізації проекту; - проведення механізму передачі знань і технологій в рамках проекту; - виконання практичних рекомендацій
3. Післяпроектний	Оцінка результатів проекту та рекомендації з управління продажами	- оцінка результатів реалізації проекту; - розрахунки за договором з клієнтом; - контроль виконання; - моніторинг впроваджених інноваційних технологій; - плідна співпраця в партнерстві

3) створення інформаційного забезпечення діяльності клієнтів, яке має забезпечувати своєчасне інформування всіх працівників про зміни в діяльності та надання зворотного зв'язку;

4) формування корпоративної культури в діяльності підприємства клієнта, згідно з якою цінність для споживача розглядатиметься як зовнішній орієнтир, а очікування щодо цінності його ключових стейкхолдерів — внутрішній орієнтир;

5) розподіл функцій і завдань, що забезпечують ефективне управління потоком створення вартості на кожному рівні діяльності підприємства-клієнта, узгодження відповідних управлінських рішень;

6) налагодження ефективних відносин зі стратегічними партнерами, що дозволить повною мірою врахувати специфіку ринку, а отже, створити більш сприятливі та комфортні умови для співпраці між партнерами компанії.

Основним ресурсом компанії є праця людського капіталу. Це означає, що людський капітал компанії використовує свою експертизу в процесі надання послуг, а вартість послуг залежить від рівня їх оплати.

У таких умовах у структурі операційних витрат більшість із них покриватиметься людським капіталом підприємства, зокрема від 50% до 85% витрат підприємства. За даними міжнародних телекомунікаційних компаній, структура витрат суттєво відрізняється від структури витрат компаній інших видів діяльності, більшість із яких — це витрати на заробітну плату адміністративного персоналу та консультантів, а також зовнішніх експертів. (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Структура витрат міжнародних телекомунікаційних консалтингових компаній [35]

Стаття витрат	Відсоток в структурі витрат
Заробітна плата адміністративного персоналу	40%
Заробітна плата консультантів, що задіяні у проектах	15%
Оплата праці залучених сторонніх експертів	5%
Оренда приміщення, комунальні витрати	10%
Резерв на оплату непроектного часу	10%
Маркетингові витрати	10%
Соціальне страхування	10%

Беручи до уваги процеси ціноутворення, які суттєво впливають на рівень рентабельності та конкурентоспроможності, аналізується певні інвестиційні можливості для конкретних проектів, послуг, продуктів, при розрахунку витрат

може бути доцільним розподіл загальної вартості капіталу на різні види діяльності. Процес такого розбиття загальних капітальних витрат може здійснюватися довільно, що неминуче призведе до спотворення обставин, за яких капітальні витрати не пропорційні операційним витратам.

Таблиця 3.4

Характеристика форм оплати послуг та консалтингових проектів

Форми оплати	Особливості здійснення	Переваги (можливості)		Недоліки (загрози)	
		Для замовника	Для виконавця	Для замовника	Для виконавця
Паушальний платіж	Фіксована, переважно одноразова оплата, можливий поділ, можлива передоплата	Можливість планування грошових потоків	Можливість отримання авансу, мінімізація ризику несплати	Загроза неякісного виконання робіт	Можливе порушення графіку виплат
Роялті	Виплати залежать від певного рівня успішності проекту, переважно від відсотка додаткового доходу	Можливість відкласти оплату до завершення проекту	Можливість отримувати регулярні платежі протягом тривалого часу	У разі неправильної оцінки потенціалу проекту створюється велика переплата	У разі невдалого проекту - повна або часткова втрата оплати
Участь у прибутку	Оплата є частиною загального прибутку клієнта, незалежно від джерела його отримання	Завдяки відносно низькому відсотку фінансове навантаження зменшується	Можливість отримання постійного доходу	Загроза збільшення платежів через коливання ринку	Майже повне фінансування всіх проектних робіт
Участь у власності	Після визнання проекту успішним клієнт передає частину своїх активів підряднику	Без витрат, фінансування від партнера	Збільшення ринкової вартості активів	Можливість втрати контролю над бізнесом	Втрата прав інтелектуальної власності
Комбінована оплата	Поєднання елементів різних форм оплати	Можливість зміни умов оплати, немає ризику втратити	Гнучкий графік оплати, можливість передоплат	Складність прогнозування грошових потоків	Немає оборотних коштів для проекту

У зв’язку з цим це буде відповідна система калькуляції витрат на основі ABC (Activity-Based Costing), тобто аналіз витрат за місцем походження. Використання системи ABC у процесі надання послуг дозволить використовувати раціональну систему основної статті витрат – «витрати на оплату праці працівників підприємства».

Пропонуємо систему витрат на оплату праці та стимулювання працівників відповідно до критеріїв оцінки інтелектуального потенціалу – людського капіталу, рівня його ключових посад та кваліфікації (табл. 3.4)/

Однак, крім системи витрат на заробітну плату та стимулювання працівників, необхідно враховувати основні показники діяльності фірми, що неминуче вплине на успіх.

Вибір форми та способу оплати телекомунікаційних послуг та реалізованих консультаційних проектів здійснюється за домовленістю між сторонами, і протягом терміну дії проекту ці договори можуть бути змінені або частково порушені внаслідок форс-мажорних обставин або зміни пріоритетів замовник і підрядник у разі довгострокових складних проектів. Перед початком переговорів кожна зі сторін повинна визначити бажані умови оплати та межі можливих поступок. Для цього необхідно чітко уявляти особливості різних, особливо конкретних форм оплати консультаційних послуг, а також мати уявлення про можливості та загрози, які несе кожна з цих форм..

3.3. Оптимізація прибутку підприємства при реалізації обраної фінансової стратегії

Глибокі зміни, що відбуваються в економіці, сприяють максимальній мобілізації внутрішніх резервів. Для ефективного функціонування суб’єктів господарювання в ринкових умовах найважливішим є виявлення резервів з метою збільшення виробництва, зниження витрат і збільшення прибутку.

Одним із резервів збільшення прибутку підприємства є збільшення реалізації продукції чи послуг. Між прибутком і обсягом продажів існує пряма залежність, тобто чим більше продано, при незмінних інших значеннях, тим більший прибуток, і навпаки, невиконання плану збуту зменшує прибуток. Компанії, які реалізують обрану стратегію, можуть мати конкретні стратегічні фінансові цілі.

Збільшення прибутку в результаті виробничої діяльності дозволяє

підприємству заробляти гроші на виробничий і суспільний розвиток, матеріальне стимулювання, а також стає функцією самого підприємства. Отже, збільшення прибутку на підприємстві означає збільшення відрахувань до державного бюджету.

Маркетинг відіграє важливу роль в організації програми продажів. Практика світової торгівлі показала, що багато видів нових товарів або нових послуг не можуть знайти покупця на ринку без кваліфікованої маркетингової організації. Тому в цих економічних умовах більше уваги слід приділяти маркетингу.

Підтримка довгострокових ділових відносин має важливе значення для збільшення прибутку. Їх знищення погано позначається на виробництві та логістиці. Для збільшення прибутку від продажу необхідна регулярна інвентаризація надлишкового обладнання. Ці надлишки слід продавати за ринковими цінами.

Робота служби закупівель повинна сприяти економному та раціональному використанню матеріальних ресурсів при плануванні матеріально-технічних закупівель, у процесі оперативної роботи з виконання розроблених планів закупівель, а також безпосередньому використанню матеріальних ресурсів.

Значний вплив на збільшення прибутку має оновлення основних фондів. Технічне переозброєння виробництва покращує економічні показники підприємств. Однак впровадження нових підприємств і потужностей у багатьох випадках збільшує витрати виробництва. Вартість основних засобів, а отже, і вартість амортизації залежить від фінансових ресурсів, витрачених на проектування будівельних майданчиків, їх якості, тривалості та вартості будівництва, а також вартості обладнання та часу, необхідного для розвитку проектних можливостей.

Збільшення прибутку є одним із способів підвищення продуктивності праці, економії витрат праці на виробництві. Значний вплив на підвищення ефективності праці, а отже, збільшення прибутку, надає скорочення використання ручної праці, подальше впровадження механізації та автоматизації

виробничих процесів. За розрахунками фахівців, механізація підвищує продуктивність праці в 1,5-2 рази.

Зростання цін є резервом зростання корпоративних прибутків. Ціни відображають кон'юнктуру ринку, протиставляючи виробника споживачеві і навпаки. Для збільшення прибутку компанії повинні використовувати правильну тактику ціноутворення. При визначенні ціни товару слід використовувати спеціальний метод розрахунку первісної ціни. Ціни повинні відображати суспільно необхідні витрати на виробництво і реалізацію продукції, її споживчі властивості, якість, платоспроможний попит. Від правильності розрахунку ціни багато в чому залежить розмір прибутку, ліквідність і платоспроможність підприємства, а також його фінансовий стан.

Відповідно до спеціально розробленої політики підприємство розробляє одне з найскладніших завдань – управління прибутком. Ця політика спрямована на відображення вимог загальної стратегії розвитку підприємства, підвищення його вартості на ринку, створення необхідного обсягу фінансових ресурсів, задоволення матеріальних інтересів власників і працівників.

Механізм управління формуванням прибутку від реалізації товарів (робіт, послуг) базується на тісному взаємозв’язку цього показника з показниками товарообігу, доходів і витрат підприємства.

Структура цього взаємозв’язку дозволяє визначити роль окремих факторів, що впливають на прибуток від реалізації товарів (робіт, послуг) та забезпечити ефективне управління цим процесом.

Стратегія управління підприємством полягає у визначенні головної мети його функціонування. Найчастіше ця головна мета формулюється як досягнення певного рівня прибутку на вкладений капітал, а отже отримання певної маси чистого прибутку.

Розмір прибутку підприємства залежить від суми отриманого підприємством доходу та суми торгових витрат. Розвиток доходів і витрат підприємства залежить насамперед від розміру його діяльності (обігу), а також асортименту продукції, цін і ресурсів.

На першому етапі необхідно визначити цільовий прибуток підприємства, величина якого залежить від стадії життєвого циклу підприємства, стратегічних завдань, що стоять перед підприємством у майбутньому, та тактики їх вирішення. У такому випадку розмір прибутку може змінюватися від точки беззбитковості до точки рівноваги, яка відповідає максимальному прибутку. Як відомо, кожен підрозділ додає певну суму до доходів і витрат підприємства. Це збільшення було названо граничним доходом і граничними витратами. Якщо різниця між доходами і витратами збільшується, це означає, що прибуток компанії зросте. Максимальний прибуток отримується для того обсягу, де граничний дохід від продажу кожної додаткової одиниці обороту дорівнює граничним витратам, отриманим від продажу кожної додаткової одиниці обороту.

На другому етапі обґрунтування стратегії визначаємо обсяг обороту, який забезпечить отримання цільової суми прибутку. Для цього розраховують необхідний обсяг товарообігу, що відповідає попиту на послуги та оборотності ресурсів (можливий обсяг закупівлі товарів, потужність підприємства та її визначення, кількість працівників та їх продуктивність).

Розраховуючи відношення оптимального розміру прибутку від основної діяльності до планових витрат на закупівлю матеріалів, підприємство може спрогнозувати обсяги реалізації продукції, що забезпечить ефективність основної діяльності та сприятиме її розвитку.

Розробка асортиментної політики підприємства (третій етап) має бути орієнтована на оптимальну структуру товарних груп відповідно до структури попиту населення.

Обґрунтування цінової політики (четвертий етап) має бути спрямоване на визначення оптимальних відпускних цін на товари, за яких досягається оптимальний обсяг торгівлі, а отже, і максимальний прибуток.

Формування сировинної політики підприємства, що реалізується на п’ятому етапі обґрунтування стратегії управління прибутком, має полягати в залученні ресурсів, що забезпечують досягнення необхідного обсягу

виробництва з найменшими витратами.

Шостий і сьомий етапи створення стратегії пов'язані з вирішенням завдань управління валовим доходом і поточними витратами комерційної компанії. Ефект стратегії полягає у визначенні можливого (фактичного) розміру доходів і поточних витрат на плановий період, порівняння яких дозволить оцінити можливий розмір прибутку підприємства.

Восьмий крок — порівняти можливу суму прибутку з вашим цільовим прибутком. Коли відповідність досягнута, тобто можливий прибуток більше або дорівнює цільовому прибутку, приймається стратегічний план (дев’ятий етап) і вживаються заходи для контролю за його виконанням.

Результати діяльності ТОВ «НВП Монтекс» останніх років свідчать про те, що значна частина запасів підприємства закупається у обмеженої кількості постачальників, а це визначає залежність підприємств від партнерів. Разом з тим нерівномірність надходження запасів та відсутність певного плану роботи в цьому напрямі зумовлює проблеми завантаження підприємства в цілому, спричиняючи у різні періоди або надмірне, або недостатнє завантаження запасами.

Щоб зменшити вплив цього фактора на роботу підприємств, більшість з них планують поступово зменшувати залежність від обмеженої кількості постачальників.

Побудуємо оптимізуючи економіко-математичну модель фінансової стратегії компанії, що полягає в поступовому переході від одного постачальника до іншого, з такими припущеннями [36]:

цільова функція максимізує прибуток підприємства за визначений період;

відомі обмеження на купівлю-продаж продукції;

підприємство може вживати заходів для розширення купівлі-продажу продукції.

Введемо такі позначення:

F – прибуток підприємства (цільова функція);

A_i^1 - дохід від реалізації одиниці продукції 1-го постачальника виду i;

A_i^2 - дохід від реалізації одиниці продукції 2-го постачальника виду *i*;

B_i^1 - затрати на реалізацію одиниці продукції 1-го постачальника виду *i*;

B_i^2 - затрати на реалізацію о одиниці продукції 2-го постачальника виду *i*;

c_{ij} - затрати по інвестиціях виду *j* у реалізацію.продукції виду *i*;

d_{ij} - затрати на збутові заходи виду *j* для продукції виду *i*;

h_i^A - обмеження обсягів реалізації продукції виду *i*;

h_{ij} - збільшення обсягів реалізації продукції виду *i* в результаті інвестицій виду *j*;

h_i^Z - верхня межа обсягів реалізації продукції виду *i*;

g_i^{A1} - обмеження обсягів збуту продукції 1-го постачальника виду *i*;

g_{ij} - збільшення обсягів збуту продукції 1-го постачальника *i* в результаті заходів виду *j*

g_i^{Z1} верхня межа обсягів збуту продукції 1-го постачальника виду *i*;

g_i^{A2} нижня межа обсягів збуту продукції 2-го постачальника виду *i*;

g_i^{Z1} верхня межа обсягів збуту продукції 2-го постачальника виду *i*;

x_i^1 змінна, що відображає обсяг виробництва продукції 1-го постачальника виду *i*;

x_i^2 змінна, що відображає обсяг виробництва продукції 2-го постачальника виду *i*;

y_{ij} - цілочислова змінна, що відображає наявність інвестиції виду *j* у реалізацію продукції виду *i*;

z_{ij} - цілочислова змінна, що відображає наявність збутових заходів виду *j* для продукції виду *i*.

Тоді цільова функція буде мати вигляд:

$$F = \sum_{p=1}^{2}(\sum_{i=1}^{m} A_i^P x_1^p - B_i^P x_1^p) - \sum_{i=1}^{m}\sum_{j=1}^{k} c_{ij} y_{ij} - \sum_{i=1}^{m}\sum_{j=1}^{l} d_{ij} z_{ij} \to \max \qquad (3.2)$$

Задамо обмеження на реалізацію та збут продукції.

Реалізація продукції 1-го та 2-го постачальника обмежене існуючими потужностями та можливостями шодо їх збільшення:

$$\sum_{p=1}^{2} x_i^p \le h_i^A + \sum_{j=1}^{k} h_{ij} y_{ij} \text{ , для } i = 1, 2, \ldots, m. \quad (3.3)$$

Реалізація продукції обмежене верхньою межею:

$$h_i^A + \sum_{j=1}^{k} h_{ij} y_{ij} \le h_i^Z \text{ , для } i = 1, 2, \ldots, m. \quad (3.4)$$

Збут продукції із 1-го постачальника обмежений наявними можливостями збуту та заходами щодо їх збільшення:

$$x_i^1 \le g_i^{A_1} + \sum_{j=1}^{l} g_{ij} z_{ij} \text{ , для } i = 1, 2, \ldots, m. \quad (3.5)$$

Збут продукції із 1-го постачальника обмежений верхньою межею:

$$g_i^{A_1} + \sum_{j=1}^{l} g_{ij} z_{ij} \le g_i^{Z_1} \text{ , для } i = 1, 2, \ldots, m. \quad (3.6)$$

Реалізація продукції 2-го постачальника обмежене наявними замовленнями:

$$g_i^{A_2} \le x_i^2 \le g_i^{Z_2} \text{ , для } i = 1, 2, \ldots, m. \quad (3.7)$$

На змінні накладаються обмеження невід'ємності:

$$x_i^1 \ge 0, x_i^2 \ge 0, \text{ для } i=1,2,\ldots., m$$
$$y_{sj} \ge 0, \text{ для } i=1,2,\ldots., m; \text{ для } j=1,2,\ldots., k \quad (3.8)$$
$$z_{sj} \ge 0, \text{ для } i=1,2,\ldots., m; \text{ для } j=1,2,\ldots., k$$

Обмеження цілочисловості:

$$y_{ij} - \text{ціле, для } i=1,2,\ldots., m; \text{ для } j=1,2,\ldots., k;$$
$$z_{ij} - \text{ціле, для } i=1,2,\ldots., m; \text{ для } j=1,2,\ldots., k. \quad (3.9)$$

Розроблена економіко-математична модель оптимізації підбору робочої програми з різними постачальниками продукції знаходить шляхи збільшення прибутку підприємства за рахунок ведення збуту та інвестиційної діяльності та збільшення виробничих потужностей. Результатом моделі є оптимальний план продажів від різних постачальників і планування необхідних дій для збільшення продажів [36].

3.4. Розробка комплексної моделі оптимізації структури постійних та змінних витрат з метою збільшення прибутку підприємства

Зниження виробничих витрат є найважливішим фактором збільшення прибутку. Зниження собівартості продукції найбільш повно відображає матеріальні, трудові та фінансові ресурси підприємства. Важливою умовою ефективного функціонування підприємства є максимальна мобілізація резервів витрат виробництва. Зниження собівартості продукції є необхідною умовою стабілізації цін, економічного процвітання кожного підприємства, джерелом заощаджень для прискорення соціально-економічного розвитку суспільства, підвищення добробуту населення.

Ефективне використання матеріальних ресурсів багато в чому залежить від роботи відділу закупівель. Одним із важливих завдань підрозділів закупівель підприємства є контроль та управління запасами.

Підприємство може збільшити прибуток двома способами. Перший спосіб — підняти ціни на свою продукцію, але така політика визначається багатьма факторами, які не залежать від компанії. Більш перспективним є другий напрямок – зниження поточних витрат. Управління витратами з метою їх зниження та оптимізації є одним із важливих завдань управління підприємством та мобілізації та використання внутрішніх резервів [37].

Управління витратами з метою підвищення ефективності їх формування потребує використання економіко-математичного моделювання бізнес-процесів, що дозволяє кількісно та якісно оцінити поведінкові витрати [38]. Економіко-математична модель є ефективним способом пошуку шляхів підвищення ефективності економіки підприємств шляхом оптимізації управлінських процесів.

Оптимальним рішенням при використанні методів економіко-математичного моделювання є врахування всіх умов, що визначають проблему підвищення ефективності витрат виробництва: разом з економічними умовами вони повинні бути технічними. Це означає, що необхідно забезпечити

оптимальне використання природних ресурсів, матеріальних ресурсів, трудових і фінансових ресурсів, а також необхідність дотримання нормальних і безпечних умов праці, правил технічної експлуатації та експлуатації, необхідних для захисту об'єктів від забруднення промислові відходи. розглядати [38].

Використання економіко-математичних методів забезпечить оптимальний план підвищення ефективності витрат на виробництво за рахунок ефективного використання трудових, матеріальних і фінансових ресурсів та виробничих можливостей підприємства.

Завдання математичного програмування стосуються задач оптимізації, в яких необхідно вибрати найкраще рішення за конкретним критерієм якості та граничними умовами. Таким чином, вирішення задачі досягається як пошук оптимальної програми дій [40] .__

З економічної точки зору введені змінні повинні мати від'ємні значення.

В якості допоміжних змінних були введені такі елементи:

*x*3 – прибуток;

*x*4 - маржинальний дохід;

knзв - коефіцієнт питомих змінних витрат;

km - коефіцієнт товарності витрат - рівень продукції, що вироблена на даному підприємстві для подальшої реалізації;

ВП – вартість валової продукції в співставних цінах;

В – загальна сума витрат;

ВР – сума виручки від реалізації.

Враховуючи порядок розподілу витрат підприємства на змінні та постійні витрати, використовуючи індекс «поодинокі змінні витрати», описуємо обмеження обсягу виробництва у вигляді валової собівартості продукції в порівнянних цінах:

$$\frac{1}{k_{пзв}} * x_1 \geq ВП \qquad (3.10)$$

Обмеження щодо загальної суми витрат набуває вигляду

$$\sum_{i=1}^{2} x_i \le B \tag{3.11}$$

Обмеження по сумі виручки має наступний вигляд:

$$\sum_{i=1}^{3} x_i \ge BP \tag{3.12}$$

Обмеження по сумі маржинального доходу:

$$\sum_{i=2}^{3} x_i - x_j = 0 \ \text{(j=4)} \tag{3.13}$$

Обмеження по недопущенню в знаменнику цільової функції значення «0»:

$$x_3 \ge 1 \tag{3.14}$$

З метою розгляду критерію рентабельності для оцінки економічної ефективності підприємства вважаємо за доцільне використовувати витрати для розрахунку коефіцієнта товарності, який покаже більш реальний коефіцієнт рентабельності. Оскільки коефіцієнт граничного доходу відображає різницю між виручкою від реалізації частини товару та змінними витратами на виробництво всієї продукції (як для реалізації, так і для власного використання), пропонуємо наступний порядок розрахунку цього коефіцієнта:

$$МД = \frac{ВР}{k_m} - ЗмВ \tag{3.15}$$

де *МД* - маржинальний доход,

ЗмВ - змінні витрати,

m k - коефіцієнт товарності витрат.

Відповідно до порядку обчислення маржинального доходу маємо наступну умову:

$$k_m * x_1 + k_m * x_4 \ge BP \tag{3.16}$$

Наведені вище умови обмеження, на нашу думку, відображають основне поняття цільових витрат, оскільки обмеження повинні бути ознакою рівності. Це означає, що оптимальна структура витрат створюється з урахуванням практично постійного доходу (тобто ціна не може бути нижчою за реальну ринкову ціну в

сучасних умовах бізнесу) та обмежених ресурсів підприємства (витрати не можуть бути вищими за реальні).

Критерій оптимальності, який в економічних умовах виробника забезпечить ефект важеля управління, повинен бути максимальним і мати такий вигляд:

$$Z = \frac{x_4}{x_4 - x_2} \to \max \tag{3.17}$$

Таким чином, метою розв'язування моделі є отримання таких невід'ємних значень змінних x_1 і x_2, які б задовольняли зазначеним вище обмеженням нерівності (3.10-3.17) і давали б цільовій функції максимальне значення. З економічної точки зору, отримані значення покажуть їх оптимальне співвідношення в структурі витрат, що забезпечує максимальний операційний леверидж [41].

Таким чином, використання операційного левериджу в процесі управління витратами дозволяє розрахувати оптимальне співвідношення змінних та їх фіксованої частини. Пропорції цих компонентів розраховуються за допомогою методів економіко-математичного моделювання, що обмежують ресурси їх споживання в господарській діяльності підприємства, тобто використовуючи цю інформацію, підприємство здатне маневрувати структурою витрат у межах наявних можливостей, наближати виробництво. до оптимальних, що забезпечують відповідне збільшення доходів від реалізації.

Для одного об'єкта керування можна створити велику кількість моделей. Все залежить, по-перше, від мети, поставленої в процесі управління витратами, по-друге, від методів і засобів, за допомогою яких збирається інформація про предмет дослідження. Цей інструмент управління витратами дозволяє вибрати оптимальний напрямок виробничої стратегії, що є дуже перспективним напрямком удосконалення процесу управління витратами на підприємствах.

Висновки по розділу 3

У цьому розділі були розглянуті основні заходи з управління прибутком. Запропоновано розробити стратегію управління прибутком підприємства, використання якої сприятиме розширенню консалтингової діяльності компанії. Також пропонується запровадити систему, функції якої будуть контролювати доцільність усіх витрат підприємства.

На основі аналізу можливих варіантів оплати проектів розроблено механізм оплати послуг, який дозволить знайти компроміс в інтересах учасників та уникнути ризику невідповідності винагороди за виконану роботу. Запропоновано поетапну схему оплати послуг, яка на основі поєднання одноразової суми та роялті спонукає підрядників до оптимізації реалізації консультаційного проекту не лише на етапі проектування та реалізації, а й через певний період після поставки.

Сформульовано та обґрунтовано необхідність використання економіко-математичної моделі оптимізації обсягів продажів у процесі створення стратегії розвитку з метою прогнозування та контролю показників ефективності, забезпечення збалансованості та платоспроможності підприємства. Завдання оптимізації для максимізації прибутку формалізується як завдання лінійного програмування. Ця модель дозволяє керівництву розрахувати оптимальний обсяг продажів з відомими витратами.

Пропорції цих компонентів розраховуються за допомогою методів економіко-математичного моделювання, що обмежують ресурси їх споживання в господарській діяльності підприємства, тобто використовуючи цю інформацію, підприємство здатне маневрувати структурою витрат у межах наявних можливостей, наближати виробництво. до оптимальних, що забезпечують відповідне збільшення доходів від реалізації.

Розрахунок ефективності запропонованих підходів до управління прибутком, буде проведено в наступній главі, дозволить стверджувати про доцільність удосконалення методологічних підходів.

РОЗДІЛ 4
ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ УДОСКОНАЛЕНИХ МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

4.1. Розрахунок параметрів комплексної моделі оптимізації прибутку

Розглянемо приклад застосування економіко-математичної моделі для оптимізації реалізації продукції від різних постачальників. Для цього задамо параметри діяльності підприємства в умовних показниках, які наближено відображають сучасний стан підприємства.

Підприємство реалізує m = 4 типи комутаційного обладнання. У табл. 4.1 задано показники доходу від реалізації та затрат на реалізацію одиниці обладнання 1-го та 2-го постачальника кожного виду.

Таблиця 4.1

Дохід від реалізації та затрати на реалізацію одиниці обладнання, грн./шт.

Вид обладнання (i=1 - m)	Дохід від реалізації одиниці обладнання 1-го постачальника (A^1)	Затрати на реалізацію одиниці обладнання 1-го постачальника (B^1)	Дохід від реалізації одиниці обладнання 2-го постачальника (A^2)	Затрати на реалізацію одиниці обладнання 2-го постачальника (B^2)
1	4200	3200	4900	3500
2	4600	3400	4200	3600
3	8200	5800	–	–
4	–	–	4220	3700

Нехай підприємство може для кожного виду продукції проводити k = 2 видів заходів з метою збільшення реалізації. У табл. 4.2 задано затрати по інвестиціях, обмеження обсягів виробництва продукції, збільшення обсягів реалізації продукції в результаті інвестицій та верхня межа обсягів виробництва продукції для кожного виду.

Таблиця 4.2

Показники реалізації продукції

Тип обладнання (i=1 - m)	Затрати по реалізації, (*c*), тис. грн.		Обмеження реалізації (h^A), тис. шт.	Збільшення реалізації (*h*), тис. шт.		Верхня межа реалізації (h^Z), тис. шт.
	j=1	*j=2*		*j=1*	*j=2*	
1	40	35	140	2	1	150
2	36	32	70	3	2	80
3	30	28	20	3	3	25
4	25	24	10	4	3	15

Нехай підприємство може для кожного типу обладнанню 1 –го постачальника проводити $l = 3$ видів маркетингових заходів з метою збільшення збуту. У табл. 4.3 задано показники затрат на збутові заходи, обмеження обсягів збуту обладнання, збільшення обсягів збуту обладнання в результаті відповідних заходів та верхня межа обсягів збуту обладнання кожного типу 1 –го постачальника.

Таблиця 4.3

Показники збуту обладнання 1 –го постачальника

Тип обладнання (i=1 - m	Затрати на збут (*d*), тис. грн.			Обмеження збуту (g^{A1}), тис. шт.	Збільшення збуту (*g*), тис. шт.			Верхня межа збуту (g^{Z1}), тис. шт.
	j=1	*j=2*	*j=3*		*j=1*	*j=2*	*j=3*	
1	30	20	15	5	2	3	2	10
2	25	18	14	4	2	2	1	9
3	20	15	12	4	1	2	1	8
4	18	12	0	3	1	1	0	8

Реалізація обладнання 2 –го постачальника обмежене наявними заявками та зобов’язаннями. У табл. 4.4 задано нижню та верхню межу обсягів збуту 2 –го постачальника кожного типу обладнання.

Таблиця 4.4

Показники збуту обладнання 2 –го постачальника, тис. шт.

Тип обладнання (i=1 – m)	Нижня межа збуту (g^{A2})	Верхня межа збуту (g^{Z2})
1	100	150
2	50	70
3	0	25
4	8	12

На основі вищенаведених даних та запропонованої економіко-математичної моделі отримуємо частково цілочислову задачу лінійного програмування.

Цільова функція:

$F = 100\cdot x^1_1+120\cdot x^1_2+240\cdot x^1_3+140\cdot x^2_1+60\cdot x^2_2+52x^2_4-40\cdot y_{11}-36\cdot y_{21}-30\cdot y_{31}-25\cdot y_{41}-35\cdot y_{12}-32\cdot y_{22}-28\cdot y_{32}-24\cdot y_{42}-30\cdot z_{11}-25\cdot z_{21}-20\cdot z_{31}-18\cdot z_{41}-20\cdot z_{12}-18\cdot z_{22}-15\cdot z_{32}-12\cdot z_{42}-15\cdot z_{13}-14\cdot z_{23}-12\cdot z_{33} \rightarrow \max.$

Обмеження:

$x^1_1+x^2_1-2\cdot y_{11}-y_{12}\leq 140;$

$x^1_2+x^2_2-3\cdot y_{21}-2\cdot y_{22}\leq 70;$

$x^1_3+x^2_3-3\cdot y_{31}-3\cdot y_{32}\leq 20;$

$x^1_4+x^2_4-4\cdot y_{41}-3\cdot y_{42}\leq 10;$

$2\cdot y_{11}+y_{12}\leq 10;$

$3\cdot y_{21}+2\cdot y_{22}\leq 10;$

$3\cdot y_{31}+3\cdot y_{32}\leq 5;\ y_{32}\leq 5;$

$4\cdot y_{41}+3\cdot y_{42}\leq 5;$

$x^1_1-2\cdot z_{11}-3\cdot z_{12}-2\cdot z_{13}\leq 5;$

$x^1_2-2\cdot z_{21}-2\cdot z_{22}-z_{23}\leq 4;$

$x^1_3-z_{31}-2\cdot z_{32}-z_{33}\leq 4;$

$x^1_4-z_{41}-z_{42}\leq 3;$

$2\cdot z_{11}+3\cdot z_{12}+2\cdot z_{13}\leq 5;$

$2 \cdot z_{21} + 2 \cdot z_{22} + z_{23} \leq 5$;

$z_{31} + 2 \cdot z_{32} + z_{33} \leq 4$;

$z_{41} + z_{42} \leq 5$;

$x^2_1 \leq 150$;

$x^2_2 \leq 70$;

$x^2_3 \leq 25$;

$x^2_4 \leq 12$;

$x^2_1 \geq 100$;

$x^2_2 \geq 50$;

$x^2_3 \geq 0$;

$x^2_4 \geq 8$.

Змінні невід'ємні:

$x^1_1 \geq 0$, $x^2_1 \geq 0$,для $i = 1, 2, 3, 4$;

$y_{ij} \geq 0$, для $i = 1, 2, 3, 4$; $j = 1, 2$;

$z_{ij} \geq 0$, для $i = 1, 2, 3, 4$; $j = 1, 2, 3$.

Обмеження цілочисловості:

y_{ij} – ціле, для $i = 1, 2, 3, 4$; $j = 1, 2$;

z_{ij} – ціле, для $i = 1, 2, 3, 4$; $j = 1, 2, 3$.

Оскільки пошук оптимального рішення цієї задачі є досить трудомістким процесом, він був розроблений за допомогою комп'ютерної програми Microsoft Excel з додатком «Пошук рішення» для полегшення розрахунків. В результаті його застосування отримуємо рішення (табл. 4.5-4.7).

Таблиця 4.5

Значення змінних x^1_1 та x^2_1, тис. шт.

Тип обладнання (i=1 – m)	Реалізація обладнання 1 го постачальника (x^1)	Реалізація обладнання 2 го постачальника (x^2)
1	5	135
2	4	66
3	8	0
4	0	10

Таблиця 4.6

Значення змінних y_{ij}

Тип обладнання (i=1 – m)	Витрати на основні засоби (*y*)	
	j=1	*j=2*
1	0	0
2	0	0
3	0	0
4	0	0

Таблиця 4.7

Значення змінних z_{ij}

Тип обладнання (i=1 – m)	Збутові заходи (*Z*)		
	j=1	*j=2*	*j=3*
1	0	0	0
2	0	0	0
3	0	2	0
4	0	0	0

Цільова функція $F(0)$ = 1 114 тис. грн.

Проаналізуємо отримані результати. По-перше, при оптимальному розв’язку інвестиційні заходи у виробничі потужності дорівнюють нулю. Це відбувається тоді, коли низька реалізація продукції не дозволяє підприємству працювати на повну потужність. У цьому випадку значна перевага реалізації обладнання 2 го постачальника дозволяє підприємству зберігати економічний потенціал. По-друге, змінна z_{32} = 2 вказує на можливість збільшення збуту обладнання 1 го постачальника виду 3. Якби підприємство не проводило збутових заходів, тоді значення цільової функції дорівнювало б $F(0)$ = 1 0480 тис. грн., тобто у нашому випадку прибуток більше на 6,3%.

4.2. Розрахунок параметрів комплексної економіко-математичної моделі співвідношення змінних та постійних витрат

Практичне значення розробленої економіко-математичної моделі полягає в оптимізації співвідношення змінних і постійних витрат з метою збільшення виручки та прибутку від реалізації на досліджуваному підприємстві.

Для визначення оптимального співвідношення змінних та постійних витрат в загальній їх сумі розрахункові дані було оформлено засобами програми MS Excel.

Результати розв'язання економіко-математичної моделі показали наступне: (таблиця 4.8).

Таблиця 4.8

Оптимізація структури витрат за результатами економіко-математичного моделювання в ТОВ «НВП Монтекс»

Показники	Значення показників	
	Фактичне 2020	розрахункове оптимізаційне
Змінні витрати, тис грн	5186,10	4564
Постійні витрати, тис грн	15558,3	17073
Виручка від реалізації, тис грн	28083,8	28084
Маржинальний дохід, тис грн	22897,7	23520
Коефіцієнт операційного левериджу	0,75	0,79

Таким чином, за умови оптимального співвідношення змінних та постійних витрат в загальній сумі витрат рівень операційного левериджу складає 0,79. Тобто при зростанні обсягів виробництва на 1% забезпечується приріст прибутку на 3%. Порівняння фактичної та запропонованої структури витрат представлено на рис. 4.1.

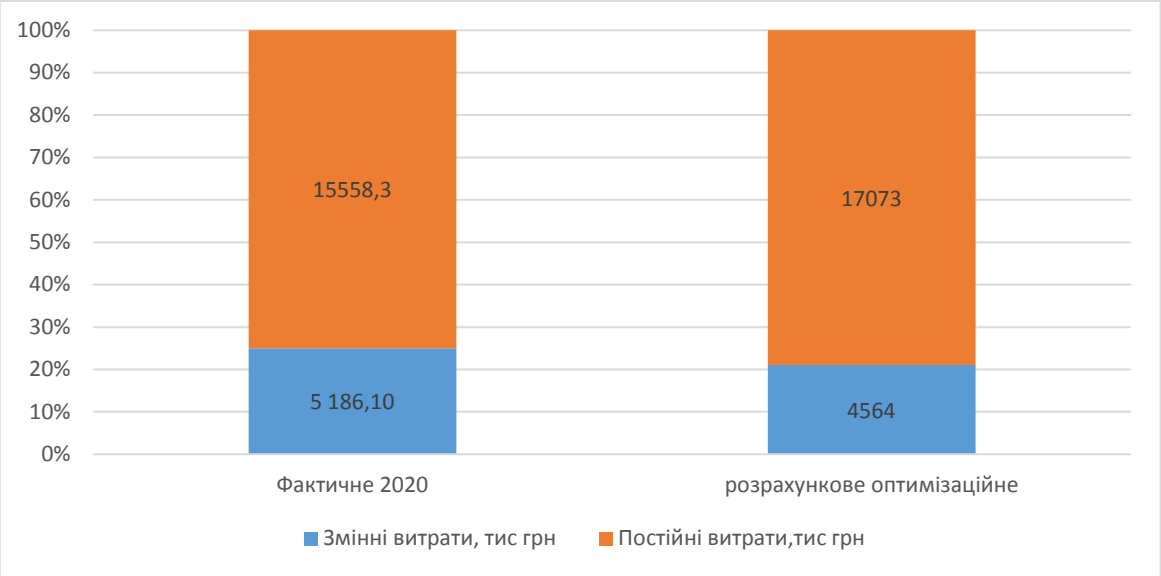

Рис. 4.1. Порівняння фактичної структури витрат з розрахованою за допомогою економіко-математичного моделювання

Перерозподіл витрат, в сторону зменшення змінної їх частки склав 12%. Для досягнення цього ефекту доцільно розробити пропозицію щодо перерозподілу змінних і постійних витрат на підприємстві окремо для кожного виду продукції. Постійні витрати на обстеженому підприємстві включають такі статті витрат: амортизація, інші витрати, деякі витрати на оплату праці. Заробітну плату доцільно перевести на відрядний механізм, що підвищить матеріальну зацікавленість працівників у результатах діяльності та зменшить постійні витрати для досягнення бажаного результату відповідно до мети економіко-математичного моделювання.

4.3. Удосконалення шляхів просування послуг з метою зростання прибутку ТОВ «НВП Монтекс»

Специфіка послуг зумовила специфіку методів їх просування на ринок та підбору набору маркетингових повідомлень. До основних завдань маркетингової комунікації відноситься створення системи заходів, спрямованих на стимулювання збуту телекомунікаційних послуг.

Для популяризації компанії використовуються спонсорські практики, участь у соціальних проектах, підтримка освітніх програм тощо.

1. Реклама компанії та її продукції може здійснюватися у формі публікацій у спеціалізованих виданнях, розсилання інформаційних брошур про діяльність компанії, річних звітів про діяльність компанії або інформаційних листівок про нові послуги, що надаються потенційним клієнтам. Ефективність цього методу залежить від здатності потенційних клієнтів отримати відповідну інформацію.

Найважливішими методами просування продукту є:

• рекомендації та обмін інформацією між клієнтами про компанії. Оскільки результати впровадження продукції важко передбачити, підприємці та керівники вищого рівня зазвичай намагаються отримати інформацію від друзів, які вже вирішували подібні проблеми у своїй практиці. Таким чином, як позитивна, так і негативна інформація про роботу має ключове значення у формуванні іміджу компанії та залученні нових клієнтів;

• професійні публікації – рекомендації, статті та інформаційні бюлетені – все це дозволяє потенційним клієнтам відчути глибину та новизну ідей, які дозволяють вирішувати широкий спектр складних управлінських проблем. Однак цей метод може бути успішним лише в тому випадку, якщо публікації посилаються на фірму, яка надає інформацію, розповідає про особливості свого продукту та описує успішний досвід клієнта;

• проведення та участь у семінарах, тренінгах, конференціях та круглих столах. Такий вид роботи дозволяє не тільки отримувати грошові винагороди за виступи, а й стимулювати отримання нових завдань, демонструвати свої досягнення, ініціюючи появу нових клієнтів.

Окрім бездоганного обслуговування клієнтів, варто обговорити з ним майбутні рекомендації, отримати дозвіл використовувати його ім’я в переговорах з потенційними клієнтами, у публікаціях тощо.

Проте цей метод поки не можна назвати ефективним на українському ринку, враховуючи національний менталітет та нерозвинений рівень ділового спілкування.

Останнім часом в Україні надзвичайно популярними стали різноманітні види семінарів та навчальних курсів з різних питань, пов’язаних з веденням бізнесу. Вони є не тільки ефективною формою залучення нових клієнтів, а й сприяють поширенню інформації про можливості та рівень ефективності його послуг. Тому більшість компаній вже під час таких зустрічей намагаються визначити потенційних клієнтів. Кожна з цих областей може бути використана для інформування потенційних клієнтів про переваги конкретних управлінських консультацій [42].

4.4. Обґрунтування доцільності диверсифікації діяльності, як напрям підвищення прибутковості підприємства

Україна переживає системну економічну кризу, внаслідок якої рівень невизначеності умов і перспектив функціонування підприємств залишається досить високим. Це суттєво знижує ефективність діяльності підприємств, що проявляється у зниженні рентабельності, скороченні виробництва, скороченні кількості працівників, погіршенні загальних фінансових результатів тощо. Однак не всі компанії, навіть в одній галузі, однаково відчувають наслідки кризи.

Підприємства здатні швидко й адекватно реагувати на зовнішні зміни (виклики), оптимізувати свою структуру витрат, пропонувати споживачам економічні товари (товари, роботи, послуги) відповідної кількості та якості, здатні забезпечити стабільне (або, принаймні, навіть) економічне уповільнення. Саме стратегія диверсифікації, що полягає в розширенні сфери (номенклатури) виробництва економічних товарів, може забезпечити стабільні економічні результати в умовах кризи. В умовах зниження попиту на основну продукцію підприємств як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках надзвичайно актуальним є питання пошуку додаткових джерел доходу.

Таким чином, одним із факторів, що впливають на здатність підприємства протистояти поширенню кризових процесів та забезпечувати більш-менш стабільну роботу, навіть при зниженні загальної ділової активності, є розробка

та реалізація стратегії диверсифікації як одного із стратегічних напрямів діяльності підприємства. розвиток. [43]

Виходячи з фінансово-економічного аналізу результатів діяльності ТОВ «НВП Монтекс», можна зробити висновок, що підприємство в 2018-2020 рр. було прибутковим, чистий прибуток зріс, але в 2020 р. операційні доходи значно знизилися, що спонукає керівництво розробляти заходи забезпечення стабільного зростання доходів і прибутків компанії від операційної діяльності.

Для збільшення операційного прибутку можна виділити наступні основні шляхи:

- збільшення інвестицій у діяльність, спрямовану на реалізацію інноваційних напрямів розвитку;

- впровадження новітньої технології виробництва, що знизить собівартість продукції;

- підвищення рівня кваліфікації персоналу та застосування ефективних методів управління;

- використання ефективної мотивації працівників підприємства, що дозволило б збільшити виробництво на одного працівника;

- впровадження сучасних форм і методів організації виробництва та управління, оскільки впровадження новітніх ефективних форм і методів позитивно впливає на фінансові результати підприємства;

- використання ефективного, енергозберігаючого обладнання;

- підвищення ефективності використання основних засобів;

- запровадження ефективного маркетингу для ефективного продажу продукції на ринку;

- створення конкурентоспроможної продукції з високою споживчою вартістю.

З метою підвищення прибутковості діяльності ТОВ «НВП Монтекс» було вирішено застосувати диверсифікацію:

- розширення асортименту продукції, що виробляється або надається послугами;

- пошук нової цільової групи, просування на інші ринки з метою реалізації вироблених товарів і послуг.

З метою розширення товарної пропозиції пропонується запровадити новий вид послуг – організація комплексного рішення зі створення електронної системи цінників ESL поряд із впровадженням бездротової інфраструктури, інтеграція системи управління цінами з фронтальною. система офісних магазинів та подальше просування роздрібних рішень на внутрішній ринок.

Електронні цінників ESL – це пристрої з дисплеєм, на якому відображається інформація про товар та його ціну, а іноді й додаткові дані. Ціни оновлюються автоматично при зміні ціни в бек-офісі.

Застосування принципів диверсифікації допоможе:

- зменшити залежність від різних зовнішніх факторів;
- підвищення рівня конкуренції на ринку;
- збільшити свій прибуток;
- підвищення фінансової ефективності

Створення системи електронних цінників пов'язане з основним видом діяльності підприємства.

Рішення ESL широко використовуються в супермаркетах, магазинах і аптеках Європи та Америки. У системи роздрібної торгівлі є свої недоліки, особливо в Україні. Український ринок поступається європейському за якістю наданих послуг та створенням робочих процесів. Проблема більшості торгових мереж на даний момент відома: не оптимізований робочий процес, внаслідок чого працівники виконують механічну роботу з пошуку потрібного товару, оновлення його на полицях, пошуку та оновлення тегів. Це не зручно для покупців: клієнт витрачає 47% всього часу, проведеного в магазині, щоб знайти потрібний йому товар. І, звісно, помилки: часто на цінниках вказують стару ціну, за якою клієнт купує товар, тоді як підприємство втрачає хоч невелику, але все ж частину свого прибутку. Електронні цінники часто працюють від автономного живлення, але деякі працюють від батарей протягом тривалого періоду без необхідності заміни. [44]

Переваги використання електронних прайс-листів та цінників:

- Ручний друк і заміна цінників - ресурсномістка процедура, де помилки та затримки неминучі. При використанні електронних цінників зміна цін по всьому магазину займає мінімум часу і не вимагає масштабного втручання персоналу.

- сьогодні, коли онлайн-замовлення через веб-сайт або мобільний додаток є запорукою успіху в продажах, система ESL дозволяє ефективно та швидко управляти товарами та забезпечити синхронізацію омніканальних каналів продажу.

- можливість швидкої зміни цін дозволяє маркетологам проводити різноманітні акції щогодини або навіть хвилини, не гальмуючи і не змінюючи ціни в бек-офісі та на тегах одночасно.

Впровадження ESL пропонує набагато більше можливостей, ніж економія персоналу та витратних матеріалів. Це крок до ефективного управління цінами, оптимізації роботи персоналу, раціонального використання екологічних ресурсів, покращення іміджу магазинів, збільшення прибутку компанії за рахунок використання маркетингової діяльності.

Використання такого інноваційного інструменту, як електронний цінник, є дуже перспективним напрямком формування клієнтоорієнтованого підходу до управління продажами. Враховуючи вищезазначені переваги, електронні бирки є сучасним інструментом для вирішення багатьох проблем у сфері збуту та орієнтованим на ефективне та раціональне використання ресурсів компаній, що реалізують продукцію [45] .

Очікується, що нова стратегія розвитку ринку буде реалізована за допомогою сайту соціальної мережі LinkedIn, мережу для пошуку та встановлення ділових контактів.

ТОВ «НВП Монтекс» володіє виробничими приміщеннями та виробничими працівниками, витрати на оренду приміщень і комунальні послуги, заробітну плату та відрахування з ЄСВ виробничих працівників розбиваються за видами продукції.

Адміністративні витрати розбиваються на всі види продукції відповідно до вибраного коефіцієнта розподілу, а також розподіляються аналогічним чином збутові та інші операційні витрати. Транспортні витрати несе постачальник, вони вже включені у вартість матеріалів. На обстеженому підприємстві бажана рентабельність нової продукції становить 40%. Підприємство є платником ПДВ.

Компонентами електронної системи маркування є:

- електронні цінники;

- сервер управління (власність клієнта);

- радіостанція, необхідна для обміну інформацією між прайс-листами всієї торгової площі;

- термінал, в якому збирається інформація, необхідна для виконання (власність замовника);

- спотовий моніторинг, а також встановлення конкретних прайс-листів;

- комп'ютерна програма (розроблена постачальником і зазвичай постачається разом із обладнанням).

Однієї радіостанції достатньо, щоб охопити площу в 800 м^2, така площа може вмістити близько 1000 цінників. Електронні цінники імпортуються з Китаю.

Вартість компонентів системи ESL та вартість імпорту представлені в таблиці 4.9.

Таблиця 4.9

Вартість закупки системи електронних цінників

Складові компоненти	Витрати на одиницю продукції			Витрати на рік	
	Кількість, шт.	Ціна за 1 ш, грн.	Вартість, грн	Кількість, шт.	Сума, тис.грн
ELS	1000	255	255000	24000	6120
Радіостанція	1	8500	8500	24	204
Програмне забезпечення	1	25000	25000	24	600
Доставка, розмитнення, мито	1	42850	42850	24	1028,4
Всього			331350		7952,4

Розрахунок загальної вартості створення системи ESL виходячи з того, що протягом першого року буде створено 24 системи ESL, представлено в таблиці 4.10.

Таблиця 4.10

Розрахунок витрат на створення системи ESL та ціни реалізації, грн

Показник	Одиниці вимірювання	Витрати на одиницю	Витрати всього
Обсяг продукції	шт.		24
Комплектуючі (у т.ч. митне оформлення і доставка)	грн	331350,00	7952400,00
Заробітна плата	грн	4662,50	111900,00
Нарахування на заробітну плату	грн	1025,75	24618,00
Амортизація основних засобів	грн	433,33	10400,00
Витрати комунальні послуги	грн	750,00	18000,00
Собівартість продукції	грн	338221,58	8117318,00
Адміністративні витрати	грн	10500,00	252000,00
Витрати на збут	грн	1000,00	24000,00
Інші операційні витрати	грн	300,00	7200,00
Всього витрат	грн	350021,58	8400518,00
Прибуток 40%	грн	140008,63	3360207,20
Ціна	грн	490030,22	11760725,20
Ціна реалізації з ПДВ	грн	588036,26	14112870,24

Забезпечити вартість створення ESL можливо наступним чином:

- за рахунок авансових платежів від клієнтів при замовлені та за рахунок власних коштів підприємства.

- за рахунок безвідсоткової, поворотної фінансової допомоги від засновника.

- через позику при створені під замовлення з передоплатою 60% та оплатою 40%, реалізація проекту є досить легкою та вигідною з фінансової точки зору, оскільки оптова ціна включає 40% прибутку, тобто передоплата повністю покриває всі витрати.

Ефектом від використання цих послуг є залучення нових клієнтів, що дозволить збільшити грошовий потік зі 100 тис. гривень на місяць.

Адміністративні витрати зростуть за рахунок відряджень на ділові зустрічі з потенційними клієнтами.

Додатковими витратами будуть витрати на контекстну рекламу, розміщення інформації про компанію та її продукти, оптимізацію та просування сайту компанії, розробку презентації продукту, громадську думку про компанію та продукти, інші витрати.

Річні витрати – 520 тис. грн., очікуваний мінімальний річний дохід – 1200 тис. грн. Загальні доходи становитимуть: доходи від нормальної діяльності підприємства у 2020 році, доходи від впровадження систем ESL, доходи від надання послуг клієнтам у 2021 році. Загальні витрати складатимуть: операційні витрати компанії в 2020 році, загальні витрати на впровадження систем ESL, загальні витрати на впровадження заходів, спрямованих на розширення ринків.

Враховуючи всі витрати та доходи від запропонованих методів підвищення прибутковості наведено в таблиці 4.11.

Таблиця 4.11

Прогнозний звіт про фінансові результати ТОВ «НВП Монтекс» з урахуванням запропонованих заходів, тис. грн.

Стаття	За 2020 рік	Від реалізації:		Прогнозне значення	Відхилення абсолютне
		Системи ESL	Технічної підтримки ESL		
Чистий дохід від реалізації продукції	28083,80	11837,6	1200,0	41121,40	13037,60
Собівартість реалізованої продукції	20744,40	8117,3	645,2	29506,90	8762,50
Фінансовий результат до оподаткування	2011,50	3360,2	480,0	5851,70	3840,20
Податок на прибуток	362,1	604,8	86,4	1053,30	691,20
Чистий прибуток (збиток)	1649,40	2755,4	393,6	4798,40	3149,00

З таблиці можна зробити висновок, що запропоновані методи підвищення прибутковості підприємства вплинули на фінансові результати таким чином: реалізований чистий дохід від реалізації зросте на 13037,60 тис. грн., а чистий прибуток – на 3149,00 тис. грн.

Крім абсолютних значень важливий аналіз рентабельності, динаміка якого покаже ефективність запропонованих заходів.

Зміна основних фінансово-економічних показників із запропонованих шляхів підвищення ефективності операційної діяльності ТОВ «НВП Монтекс» представлена в таблиці 4.12.

Таблиця 4.12

Прогноз показників рентабельності ТОВ «НВП Монтекс»

Показники	За 2020 рік	Прогнозне значення
Рентабельність активів	5,82	16,92
Рентабельність власного капіталу	6,31	18,36
Рентабельність продажів	5,87	17,09

На основі отриманих даних завдяки запропонованим заходам підвищиться рентабельність ТОВ «НВП Монтекс». Рентабельність власного капіталу збільшиться на 12,05% за рахунок збільшення чистого прибутку, що дозволяє зробити висновок про ефективність запропонованих заходів та їх доцільність.

Висновки по розділу 4

Виходячи з розрахунку ефективності запропонованих заходів, констатуємо, що вони мають свою ефективність.

Також доведена ефективність використання оптимізаційних моделей при її формуванні. Одержані формули оптимальних величин ресурсів можуть використовуватись управлінським персоналом підприємства для прогнозування рівня собівартості в майбутніх періодах з метою оцінки заходів з її зниження.

За умови оптимального співвідношення змінних та постійних витрат в загальній сумі витрат рівень операційного левериджу складає 0,79. Операційний важіль може істотно змінитися при зміні структури витрат підприємства, тому керівництву для досягнення високої ефективності необхідно постійно вивчати структуру витрат підприємства і розробляти заходи, спрямовані на перерозподіл витрат у бік їх змінної частини.

Проведено розрахунок реалізації заходів з розширення послуг, за розрахунками запропоновані методи підвищення прибутковості підприємства вплинули на фінансові результати таким чином: реалізований чистий дохід від реалізації зросте на 13037,60 тис. грн., а чистий прибуток – на 3149,00 тис. грн.

Всі показники рентабельності на підприємстві мають однакову тенденцію після впровадження заходів, тобто значне зростання та позитивне значення показників.

Таким чином, зробивши аналіз ефективності впровадження запропонованих заходів ТОВ «НВП Монтекс» можна зробити наступні висновки: підприємства покращить та стабілізує свій рівень прибутковості, а саме значно зможе скоротити збитки, можна у повній впевненості говорити про ефективність запропонованих методичних підходів.

ВИСНОВКИ

1. В сучасних умовах розвитку економіки України показники фінансової діяльності та фінансового стану є важливими показниками для оцінки економічної ефективності роботи підприємств. Рентабельність підприємства свідчить про те, що його продукція знайшла свого споживача, отримала прибуток, частина якого у вигляді податку на прибуток буде перерахована до доходу держави, а решта – на розширене відтворення та розвиток суспільства.

2. Виявлено та досліджено ряд факторів, що впливають на прибуток компанії. Серед них найважливішими є: внутрішні – обсяг виробництва, витрати на виробництво, власний капітал, корпоративні активи та зовнішні – інфляція, макроекономічна нестабільність у країні, виробничі та фінансові ризики.

3. Здійснивши аналіз фінансової діяльності ТОВ «НВП Монтекс», можна відзначити, що загальна вартість майна підприємства стрімко зросла у 2019 році в порівнянні з 2018 роком на 17775,7 тис. грн., а у 2020 році впала майже вдвічі на -14167,4 тис. грн. Слід зазначити, що за період, який аналізується, збільшилась питома вага майна в оборотних активах. Якщо взяти реальні активи, що характеризують виробничу потужність підприємства, тобто основні засоби та виробничі запаси, то на 2018 рік вони становили 16823 тис. грн., а в 2020році реальні активи зросли і становили відповідно 18529 тис. грн

4. У 2018 році наявність власних коштів підприємства була найменшою та становить 6012,6 тис грн, у 2019 та 2020 роках відбувся їх ріст до – 14322 тис грн та 15349 тис грн, що свідчить про те шо власний капітал повністю покриває суму вартості необоротних активів.Коефіцієнт автономії повинен бути не менше 0,5. Показник у 2018 дорівнює 0,66, а в 2019 та 2020 роках коефіцієнт перевищує 0,61 та 0,92. Отже підприємство є фінансово стійким у всіх 3 періодах з 92% автономією в 2020 році.

5. Загалом аналіз фінансової стійкості, ліквідності та ділової активності свідчать про достатньо стійке фінансове становище підприємства з покращенням ситуації в 2019 році та незначним погіршенням деяких показників у 2020 року,

але підприємство залишається ліквідним, платоспроможнім та фінансово стійким.

6. В 2019 році чистий прибуток підприємства в порівнянні з 2017 роком зріс на 6113,6 тис. грн., це зменшення відбулося за рахунок зростання виручки від реалізації на 23551 тис. грн. А в 2020 році в порівнянні з 2019 роком чистий прибуток значно зменшився на 8036 тис. грн., за рахунок зниження чистого доходу від реалізації на 24455 тис. грн або на 47%. Також до зниження чистого прибутку посприяло зростання інших операційних витрат на 2385,4 тис. грн.

7.Зростання величини коефіцієнта рентабельності активів склало 14,43 % у 2018 році. Аналізуючи коефіцієнт рентабельності активів, бачимо тенденцію до зростання величини даного показника у 2019 році на 8,34%, або до 22,77%. В 2020 році за рахунок значного зниження суми чистого прибутку, рентабельність впала на 16,96% до рівня 5,82%, але все ж зберігається позитивне значення. Зниження чистого прибутку в динаміці свідчить про загрозу збитковості та вірогідність погіршення результатів діяльності підприємства.

8. Таким чином, можна зробити висновок, що ТОВ «НВП Монтекс» є ліквідним, фінансово незалежним та рентабельним підприємством, але в його діяльності простежується коливання результатів, тому необхідно планувати заходи щодо збереження позитивних тенденцій розвитку.

9. Запропонована розробка стратегії управління прибутком підприємства, використання якої допоможе розширити діяльність підприємства.

10. На основі аналізу можливих варіантів оплати проектів розроблено механізм оплати послуг, який дозволить знайти компроміс інтересів учасників та уникнути загроз невідповідності оплати виконаним роботам. Запропонована поетапна схема оплати послуг, яка на основі комбінації паушальних платежів та роялті стимулює виконавців до оптимізації показників результативності проекту не тільки на стадії його проектування і впровадження, а й протягом певного періоду після здачі роботи.

11. Розроблена економіко-математична модель оптимізації програми діяльності підприємства, яка дозволяє знаходити шляхи збільшення прибутку

підприємства за рахунок проведення збутових та інвестиційних заходів і збільшення потужностей. Результатом моделі є оптимальний план реалізації продукції двох постачальників та планування необхідних заходів з метою розширення виробництва та збуту продукції. Запропоновано поєднання математичних методів оптимізації та цільового програмування із використанням сучасних офісних додатків Microsoft Excel.

12. Розрахунок моделі відбору консультаційних проектів дає змогу підприємству збільшити свій прибуток у перший рік реалізації від 646 тис. грн до 715 тис. грн., що підтверджує доцільність використання оптимізаційної моделі вибору проектів.

13. За умови оптимального співвідношення змінних та постійних витрат в загальній сумі витрат рівень операційного левериджу складає 0,79. Операційний важіль може істотно змінитися при зміні структури витрат підприємства, тому керівництву для досягнення високої ефективності необхідно постійно вивчати структуру витрат підприємства і розробляти заходи, спрямовані на перерозподіл витрат у бік їх змінної частини.

14. Проведено розрахунок реалізації заходів з розширення послуг, за розрахунками запропоновані методи підвищення прибутковості підприємства вплинули на фінансові результати таким чином: реалізований чистий дохід від реалізації зросте на 13037,60 тис. грн., а чистий прибуток – на 3149,00 тис. грн.

15. Всі показники рентабельності на підприємстві мають однакову тенденцію після впровадження заходів, тобто значне зростання та позитивне значення показників.

Таким чином, зробивши аналіз ефективності впровадження запропонованих заходів ТОВ «НВП Монтекс» можна зробити наступні висновки: підприємства покращить та стабілізує свій рівень прибутковості, а саме значно зможе скоротити збитки, можна у повній впевненості говорити про ефективність запропонованих методичних підходів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бланк І.А. Основи фінансового менеджменту. К.: Ніка Центр, Ельга, 2009.

2. Мец В.О. Аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства.– К.: „Вища школа", 2005.

3. Мазаракі А.А., Ушакова Н.М. Економіка торговельного підприємства. – К.: Хрещатик, 2009.

4. Зонзов В. Экономический выбор и модели для его анализа. Фондовый рынок. 2008. №43. С.36-39

5. Поддєрьогін А. М Фінанси підприємств. К.: КНЕУ, 2006 460 с

6. Кірейцев Г.Г. Фінансовий менеджмент: Навчальний посібник: Навчальне видання. 2-е вид., перероб. та доп. К.: ЦУЛ, 2002.- 496 с.

7. Філімоненков О.С. Фінанси підприємств: Навчальний посібник: Навчальне видання. 2-ге вид., перероб. і доп.. К.: МАУП, 2004. 288 с.

8. Про підприємства в Україні: Закон України від 4 липня 1991 р. № 354/91-ВР 1996. № 24. С. 192-199.

9. Онисько С.М., Марич П.М. Фінанси підприємств: Підручник для студентів вищих закладів освіти. 2-ге видання, виправлене і доповнене. Львів: «Магнолія Плюс», 2006. 367 с.

10. Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економіка підприємства: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Київ, Центр навчальної літератури, 2006. - 488 с.

11. Шелудько В.М. Фінансовий менеджмент: Підручник. К.: Знання, 439 с.

12. Семенов Г.А., Бугай В.З., Семенов А.Г., Бугай А.В. Фінансове планування і управління на підприємствах. Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 432 с.

13. Кривицька О.Р. Формування прибутку підприємств в умовах ринкової економіки Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Економіка. 2009. Вип. 11. С. 281-288.

14. Цал-Цалко Ю.С. Фінансовий аналіз: підручник. К., «ЦУЛ», 2008.

15. H. Guttion, Cournot, Antoine Augustin, International Encyclopedia of the Social Sciences, vol. 3 ed. D.L.Sills. - Macmillan Free Press, 1968.

16. Коуз Р. Фирма, рынок и право: сб. статей / пер. с англ. Б. Пинскера; науч. ред. Р. Капелюшников. М.: Новое издательство, 2007. 224 с.

17. Бернотеш М. Управление денежными потоками пер. с англ. Е. Бугаевой. СПб.: Питер, 2004. 240 с

18. Ломачинська І.А. Механізм управління фінансами підприємств в умовах трансформації економіки: монографія. Одеса: Астропринт, 2011. 280 с.

19. Кривицька О.Р. Формування прибутку підприємств у ринкових умовах: автореф. дис. кан. екон. наук: 08.00.08 Тернопільський національний економічний університет. - 2010. - 18 с.

20. Кузь В.І. Система розподілу прибутку підприємства: проблеми ідентифікації Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки 2009. № 2 (48). С. 51-57.

21. Кравченко О.О. Оптимізація розподілу та використання прибутку підприємств Зб. наук. праць ДЕТУТ, серія «Економіка і управління», Вип. 32.- Київ: Вид-во ДЕТУТ, 2015. С. 253-260.

22. Александрова М.М., Виговська Н.Г., Кірейцев Г.Г. Фінанси підприємств: Навчальний посібник: Навчальне видання. 2-ге вид., перероб. і доп.. К.: МАУП, 2004. 388 с.

23. Фінансовий менеджмент: Підручник под ред.проф. А.М. Поддєрьогін. К.: КНЕУ, 2005. 535 с.

24. Финансовый менеджмент: теория и практика: Учебник Под ред. Е.С. Стояновой. М.: Перспектива, 1996. 405 с.

25. Ремньова Л.М. Фінансовий менеджмент як фактор економічного зростання Фінанси України (укр.). 2008. № 11. С. 32-41.

26. Марюта О.М., Єлисєєва О.К. Адаптивне управління прибутком підприємства Фінанси України 2004. № 3. -С. 83-90.

27. Грідчіна М.В. Управління фінансами акціонерних товариств: Навчальний посібник: Наукове видання. К.: А.С.К., 2005. 384 с.

28. Економічний аналіз: Навч. посібник За ред. Чумаченка М.Г. 2-ге вид., перероб. і доп. К: КНЕУ, 2004.556с.

29. Офіційний сайт Державної служби статистики України URL: http://www.ukrstat.gov.ua/

30. Офіційний сайт ТОВ «НВП МОНТЕКС» URL: https://monteks.com.ua/uk/

31. Волошина К.І. Удосконалення управління прибутком аграрного підприємства Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції «SCIENCE AND EDUCATION: PROBLEMS, PROSPECTS AND INNOVATIONS» 2021 р. Японія. С. 679-683.

32. Стецюк С. С. Фактори впливу на прибуток м'ясопереробних підприємств Черкаської області Вісник аграрної науки Причорномор'я. 2013. Вип. 1. С. 72-81.

33. Посадский А. Стадии консалтингового процесса URL: http://www.management.com.ua/consulting/cons014.html

34. Галушко О. С. Управління потоком створення цінності в межах операційної системи компанії: дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 Київ, 2010.

35. Структура затрат международных консалтинговых компаний URL: http://www.bsolutions.ru/prefer.html

36. Модель оптимізації виробничої програми швейного підприємства Стратегія і механізми регулювання промислового розвитку: Донецьк: ІЕП НАНУ, 2010. С. 401-415

37. Войнц А. Анализ текущих затрат Аудит и налогообложение, 2003. №7. С. 36-38.

38. Король Г.А. Организация управления затратами на предприятиях различных масштабов деятельности Академічний огляд. Економіка та підприємництво. Дн-ськ, 2006. №1. С.123-126

39. Ларина И.А. Об одной дискриптивно-оптимизационной модели планирования себестоимости продукции Вестник ВолГУ. Серия 9. Ч.2. 2003-2004. №3. С. 29-36.

40. Васильєва Н.К. Методи і моделі оптимізації в економіці: Навчальний посібник Дніпропетровськ: РВВ ДДАУ, 2008.142 с.

41. Чернецька О. В. Економіко-математичне моделювання як засіб оптимізації структури витрат в сільськогосподарських підприємствах Економічні науки. Серія : Облік і фінанси. 2010. Вип. 7(3). С. 457-465

42. Конспект лекцій з дисципліни «Управлінське консультування» для здобувачів вищої освіти зі спеціальності 073 «Менеджмент» за освітньо-професійною програмою «Менеджмент» Укладач: С.І.Тарасенко. Кам'янське: ДДТУ, 2017. 149 с.

43. Захарін С. В. Економічна диверсифікація як ефективний механізм забезпечення розвитку підприємства. Вісник КНУДТ, №1, 2012. С. 139-145

44. Електронні цінники в Україні: компанія Suntown робить революцію в роздрібній торгівлі. Асоціація рітейлерів URL: https://rau.ua/novyni/elektronnye-tsennyky/

45. Голодняк Ю. Електронний цінник. Що це? Веб-сайт.URL: https://www.intech.co.ua/2020/11/03/elektronnii-tsinnik-shcho-tse/

ДОДАТКИ

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 25 "Спрощена фінансова звітність"
(пункт 5 розділу I)

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Фінансова звітність малого підприємства

		Коди		
Підприємство	Дата(рік,місяць,число)	2021	01	01
ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "НАУКОВО-ВИРОБНИЧЕ ПІДПРИЄМСТВО "МОНТАЖ І ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ СИСТЕМ "МОНТЕКС"	за ЄДРПОУ	30838284		
Територія ДНІПРОПЕТРОВСЬКА	за КОАТУУ	1210137800		
Організаційно-правова форма господарювання Товариство з обмеженою відповідальністю	за КОПФГ	240		
Вид економічної діяльності Виробництво обладнання зв'язку	за КВЕД	26.30		
Середня кількість працівників, осіб 41				
Одиниця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком				
Адреса, телефон вулиця Будівельників, буд. 34, м. ДНІПРО, ДНІПРОПЕТРОВСЬКА обл., 49055		7473420		

1.Баланс на 31 грудня 2020 р.

Форма № 1-м Код за ДКУД 1801006

Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	11,4	11,0
первісна вартість	1001	23,7	23,7
накопичена амортизація	1002	(12,3)	(12,7)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	3 277,2	3 218,3
Основні засоби :	1010	8 485,9	7 563,0
первісна вартість	1011	12 191,1	12 046,0
знос	1012	(3 705,2)	(4 483,0)
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	**1095**	11 774,5	10 792,3
II. Оборотні активи			
Запаси :	1100	6 390,5	7 736,7
у тому числі готова продукція	1103	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	759,1	1 212,9
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	5,5	44,8
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	2,6
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	523,3	922,1
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	21 940,2	6 458,9
Витрати майбутніх періодів	1170	138,8	413,9
Інші оборотні активи	1190	996,5	779,4
Усього за розділом II	**1195**	30 753,9	17 568,7
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	**1200**	-	-
Баланс	**1300**	42 528,4	28 361,0

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	500,0	500,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	130,7	130,7
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	25 465,7	25 510,6
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Усього за розділом I	**1495**	26 096,4	26 141,3
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	357,6	447,6
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	3 255,0	614,2
розрахунками з бюджетом	1620	6 062,3	348,6
у тому числі з податку на прибуток	1621	1 844,9	-
розрахунками зі страхування	1625	31,2	7,5
розрахунками з оплати праці	1630	179,3	11,9
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	6 546,6	789,9
Усього за розділом III	**1695**	16 074,4	1 772,1
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	**1700**	-	-
Баланс	**1900**	42 528,4	28 361,0

2. Звіт про фінансові результати
за Рік 2020 р.

Форма № 2-м Код за ДКУД 1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	28 083,8	52 538,9
Інші операційні доходи	2120	409,5	11,6
Інші доходи	2240	444,2	813,4
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	28 937,5	53 363,9
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(20 744,4)	(37 777,6)
Інші операційні витрати	2180	(6 066,7)	(3 681,3)
Інші витрати	2270	(114,9)	(92,1)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	**2285**	(26 926,0)	(41 551,0)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	2 011,5	11 812,9
Податок на прибуток	2300	(362,1)	(2 127,1)
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	**2350**	1 649,4	9 685,8

Керівник _____ (підпис) ЕП ФІЛЬКІН КИРИЛО МИХАЙЛОВИЧ Фількін Кирило Михайлович (ініціали, прізвище)

Головний бухгалтер _____ (підпис) ЕП ПІВЕНЬ НАТАЛІЯ ВІКТОРІВНА Півень Наталія Вікторівна (ініціали, прізвище)

Електронний підпис · ЕП · Електронний підпис · ЕП

Ректорові Національного ТУ
«Дніпровська політехніка»
проф. Олександру АЗЮКОВСЬКОМУ

ЛИСТ – ЗАМОВЛЕННЯ
на виконання кваліфікаційної роботи

Просимо Вас надати можливість студентці групи 072м-20з-1 фінансово-економічного факультету Навчально-наукового Інституту економіки НТУ «Дніпровська політехніка» за спеціальністю 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» Анні БОЛЬШОЙ виконати кваліфікаційну роботу магістра на тему «Управління прибутком підприємства (на прикладі ТОВ «НВП МОНТЕКС»)».

Тема роботи є актуальною для даного підприємства, тому що завдання, поставлені в роботі, вирішують реальні проблеми підприємства і можуть бути використані з метою підвищення результативності та ефективності його діяльності.

Фінансово-економічна інформація ТОВ «НВП МОНТЕКС», передана для виконання кваліфікаційної роботи, підпадає під дію внутрішнього «Положення про комерційну таємницю» та не підлягає оприлюдненню.

Керівник
ТОВ «НВП Монтекс» Кирил ФІЛЬКІН

РЕЦЕНЗІЯ

на кваліфікаційну роботу студентки
Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»
Навчально-наукового Інституту економіки
фінансово-економічного факультету
спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»
на тему « Управління прибутком підприємства (на прикладі ТОВ «НВП МОНТЕКС»)»
Анни БОЛЬШОЙ

Кваліфікаційна робота магістра виконана на актуальну тему, оскільки в умовах поглиблення кризових явищ в економіці України прибуток - найважливіший оціночний показник діяльності підприємства, джерело матеріального добробуту підприємства і його працівників, держави в цілому.

В роботі розглянуті існуючі теоретико-методичні підходи до ефективного управління прибутком підприємства, доведена необхідність та доцільність їх удосконалення. В дослідженні на основі практичних даних проведена оцінка ефективності управління прибутком підприємства, аналіз фінансової стійкості, рентабельності, ліквідності балансу та фінансових коефіцієнтів, зроблені висновки щодо напрямків управління прибутком.

Відповідно до результатів аналізу формування прибутку підприємства в роботі удосконалені методичні підходи до ефективного управління ним, які на відміну від існуючих, дозволяють оптимізувати управління та формування постачальників продукції з метою ефективного формування прибутку компанії.

Одержані результати носять реальний характер, а розроблені методичні рекомендації щодо управління активами банку, можуть бути використані в його роботі.

Слід зазначити, що кваліфікаційна робота виконана в повному обсязі, відповідає отриманому завданню, тому заслуговує оцінки «відмінно».

Керівник
ТОВ «НВП Монтекс»

Кирил. ФІЛЬКІН

ВІДЗИВ

на кваліфікаційну роботу студентки групи 072м-20з-1 Большої Анни Кирилівни «Управління прибутком підприємства (на прикладі ТОВ «НВП МОНТЕКС»)», яка представлена для присвоєння ступеня «магістр» кваліфікації «магістр фінансів, банківської справи та страхування» за спеціальністю 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»

1. Мета дипломної роботи — узагальнення науково-методичних підходів, розробка практичних рекомендацій щодо вдосконалення управління прибутком на підприємстві.

2. Обрана тема актуальна оскільки прибуток є найбільш важливим показником діяльності будь-якого підприємства, механізм її формування, розподілу і використання зачіпає інтереси всіх суб'єктів відносин: держави, власників фірми, її вищого менеджменту і персоналу, партнерів і різних кредиторів.

3. Тема кваліфікаційної роботи магістра безпосередньо пов'язана з об'єктом діяльності магістра спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування».

4. Задачі кваліфікаційної роботи містять елементи наукового дослідження, що відповідає вимогам освітньо-кваліфікаційної характеристики магістра.

5. Автором удосконалено методичний підхід до управління прибутком на підприємстві, який, на відміну від існуючих, дозволяє оптимізувати управління та формування прибутку з метою ефективного вибору постачальників.

6. Робота з керівником роботи та інновації запропонованих рішень. Студентка Больша А.К. відвідувала консультації, та, прислухаючись до порад керівника, виконувала роботу самостійно. ***Кваліфікаційна робота*** містить обґрунтування удосконалених методичних підходів щодо діяльності банку

7. Самостійність при виконанні та оформленні результатів досліджень. Ступінь самостійності при виконанні кваліфікаційної роботи Большой А.К. достатній.

8. Виконання презентації. Презентація віддзеркалює основні положення кваліфікаційної роботи.

9. Дотримання стандартів. Оформлення пояснювальної записки виконано у відповідності зі стандартами ЄСКД.

10. Робота Большой А.К. отримала позитивну оцінку зовнішнього рецензента.

Таким чином констатуємо, що кваліфікаційна робота Большой А.К. рекомендується до захисту з оцінкою 84 бали.

Науковий керівник
кваліфікаційної роботи магістра
к.е.н., доцент Д.С. Букреєва