

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ

Кафедра економіки і торгівлі

На правах рукопису

ГНАСЮК ДМИТРО ФІДОРОВИЧ

НАПРЯМИ ОПТИМІЗАЦІЇ ПРОЦЕСІВ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ДОХОДУ
ПІДПРИЄМСТВА

Спеціальність 070 Підприємництво та торгівля

Освітньо-професійна програма

«Підприємництво, торгівля та організація бізнесу»

Робота на здобуття освітнього рівня «Магістр»

Науковий керівник

ІХІЛОВ КОСТЯНТИН ВОЛОДИМИРОВИЧ,

доктор економічних наук,

доктор філософських наук,

професор

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

Протокол № _____

засідання кафедри економіки і торгівлі від _____ 2025 р.

завідувач кафедри

_____ проф. Пачоса О.М.

ЛУЦЬК – 2025

АНОТАЦІЯ

Гнасюк Д.Ф. Магістерська робота на тему: «Напрями оптимізації процесів підвищення рівня доходу підприємства». Волинський національний університет імені Лесі Українки. 2025. ____ с.

Магістерська робота присвячена дослідженню теоретичних та прикладних аспектів формування, аналізу та управління доходами і витратами підприємства. У першому розділі розглянуто склад, структуру та економічну характеристику доходів і витрат, а також методи їхнього прогнозування. Другий розділ містить оцінку фінансового стану та рівня дохідності конкретного підприємства — АТ "Воладимир-Волинський комбінат молочних продуктів", включаючи аналіз основних фінансово-економічних показників, майнового стану та рентабельності. На основі проведеного аналізу, у третьому розділі обґрунтовано шляхи оптимізації зростання доходів, включаючи максимізацію прибутку за допомогою комбінованих моделей функцій попиту й витрат, а також визначено резерви для збільшення величини прибутку на підприємстві.

Ключові слова: Доходи підприємства, витрати, прибуток, фінансовий стан, рентабельність, оптимізація, прогнозування, молочна продукція.

ANNOTATION

Gnasyuk D.F. Master's thesis on the topic: "Directions for optimising processes to increase enterprise income." Lesya Ukrainka Volyn National University. 2025. ____ p.

The Master's thesis investigates the theoretical and applied aspects of the formation, analysis, and management of enterprise income and expenditures. The first chapter examines the composition, structure, and economic characteristics of income and expenditures, along with methods for their forecasting. The second chapter provides an assessment of the financial condition and profitability level of a specific enterprise — JSC Volodymyr-Volynsky Dairy Products Plant, including an analysis of key financial and economic indicators, asset structure, and overall profitability. Based on the conducted analysis, the third chapter substantiates ways to optimize revenue growth, including profit maximization using combined models of demand and cost functions, and identifies reserves for increasing profit within the enterprise.

Keywords: Enterprise income, expenditures, profit, financial condition, profitability, optimization, forecasting, dairy products.

© Д.Ф. Гнасюк, 2025

© ВНУ ім. Лесі Українки, 2025

ЗМІСТ

ВСТУП

4

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТА АНАЛІЗУ ДОХОДІВ ТА ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА

6

1.1. Склад і структура доходів підприємства

6

1.2. Економічна характеристика витрат підприємств

10

1.3. Аналіз прогнозування доходів і витрат підприємств

12

РОЗДІЛ 2 ОЦІНКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ТА РІВНЯ ДОХІДНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

20

2.1. Загальна характеристика та аналіз основних фінансово-економічних показників діяльності підприємства

22

2.2. Оцінка фінансового та майнового стану досліджуваного товариства

33

2.3. Аналіз доходів, витрат та рентабельності досліджуваного підприємства

41

РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ ЗРОСТАННЯ ДОХОДІВ ПІДПРИЄМСТВА

46

3.1. Максимізація прибутку на основі комбінованих моделей функцій попиту й витрат

46

3.2. Резерви збільшення величини прибутку на підприємстві

49

ВИСНОВКИ

61

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

64

Актуальність дослідження. В умовах сучасного ринкового господарювання в Україні активно формуються нові форми та методи управління економікою підприємств. Однак, вплив ринкових законів і реформ не завжди є позитивним, через що значна частина суб'єктів господарювання функціонує у зоні ризику. Підприємства часто стикаються з дефіцитом обігових коштів і неспроможністю вчасно виконати боргові зобов'язання, що безпосередньо призводить до збанків.

Ключовим напрямком для фінансового оздоровлення підприємства є вдосконалення управління доходами та витратами. Це вимагає ґрунтовного аналізу шляхів максимізації доходів, оптимізації витрат та розробки ефективної стратегії управління прибутком.

Дохід — це грошовий вираз вартості новоствореної продукції, що визначається як різниця між виручкою, матеріальними витратами та амортизаційними відрахуваннями. Особливо важливим показником є валовий дохід, який характеризує ефективність діяльності, відображаючи підвищення продуктивності праці та скорочення матеріаломісткості. Валовий дохід, будучи величиною новоствореної вартості, є основним джерелом формування фінансових ресурсів підприємств, державного бюджету та позабюджетних фондів.

Діяльність будь-якого підприємства розпочинається зі здійснення витрат (придбання основних фондів, ресурсів). У процесі реалізації підприємство відшкодовує ці витрати та, за умови ефективної роботи, отримує дохід. Чим більша величина витрат, рівень їхньої віддачі, тим більше доходу отримує підприємство. Дохід є джерелом власних фінансових ресурсів для інвестування, що сприяє збільшенню ринкової вартості підприємства — основної мети господарювання. Отже, витрати є необхідною умовою функціонування, суттєво впливають на доходи та слугують основою для оцінки ефективності.

Прибуток в узагальненому вигляді відображає результати господарювання, продуктивність витрат праці і займає центральне місце в системі управління економікою, оскільки з ним пов'язані фінанси, кредит, ціни та собівартість. Дохід є кінцевим позитивним результатом і основним джерелом фінансових ресурсів.

Зростання доходу, що досягається не лише за рахунок трудового внеску, а й інших факторів, вимагає систематичного аналізу формування доходів і витрат.

Аналіз фінансового стану є критично важливим елементом для прийняття рішень спрямованих на збільшення прибутковості, виявлення причин збитковості та забезпечення фінансової стабільності, що істотно впливає на актуальність даної роботи.

Мета літературської роботи — поглиблене вивчення формування доходів підприємства та впливу на цей процес різних факторів. Для досягнення мети поставлені такі завдання: аналіз літературних джерел, виявлення особливостей формування доходів, витрат і прибутків, аналіз фінансово-господарської діяльності, оцінка формування доходів, витрат, прибутку, рентабельності та обґрунтування резервів збільшення доходів.

Об'єктом дослідження обрано АТ „Володимир-Волинський ВМП”.

Предметом дослідження є теоретичні та прикладні аспекти формування доходів та витрат, прибутку і рентабельності підприємства, а також сукупність факторів, що впливають на ці процеси в сучасних ринкових умовах господарювання.

В процесі виконання сиплого проекту використовувалися нормативні та законодавчі акти, що стосуються формування доходів підприємства, літературні джерела по темі дослідження, дані фінансової та статистичної звітності.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТА АНАЛІЗУ ДОХОДІВ ТА ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Склад і структура доходів підприємства

Доходи, які отримує підприємство, характеризуються абсолютними, структурними та відносними показниками.

Абсолютний розмір доходів відображає загальну суму доходів, отриманих підприємством загалом та від окремих видів діяльності в грошовій формі.

Структура доходів характеризується ланцюгом вагою доходів за окремими напрямками діяльності в їх загальному обсязі. Цей показник дозволяє визначити найбільш доходні види діяльності підприємства та встановити пріоритети його подальшого розвитку.

Валовий дохід підприємства від реалізації товарів характеризується сумою за рівнем.

Рівень доходів відображає частину ціни послуги в ціні товару і розраховується як відношення валового доходу роздрібу до роздрібного товарообороту помноженого на 100; за оптом валового доходу опту до оптового товарообороту.

Доходи від інших видів діяльності підприємства також можна характеризувати не тільки абсолютними, але й відносними показниками.

Загальним підходом до їх формування є оцінка обсягу доходу, отриманого від певної діяльності на одиницю показника, що оцінює їх обсяг у грошовому чи натуральному вимірі.

Доходи характеризують за місцем їх формування: доходи від діяльності, доходи від виробничої діяльності, доходи від посередницьких операцій, доходи від інвестиційної діяльності, доходи від іншої діяльності. Разом вони складають сукупний бруто-дохід підприємства, з якого визначається ПДВ. Потім визначають дохід підприємства за мінусом ПДВ. Це буде нетто-дохід. З нього покривають витрати собі, поточні витрати на інші види діяльності і визначають прибуток.

Рівень валового доходу як економічний показник характеризує залежність доходів від обсягу товарообороту та його структури, кількості ланок товаро-просувача, форми організації обслуговування.

Рівень валового доходу може бути використаний для оптимізації структури товарообороту, вибору оптимальних схем руху товарів.

Реалізація товарів підприємством здійснюється переважно за вільними роздрібними цінами. Однак цінову політику на ринку значною мірою обумовлюють виробники чи зарубіжні постачальники, вибираючи ту чи іншу стратегію. А тому кожному підприємству потрібно враховувати цінову політику виробників товарів. Разом із цим, роздрібні підприємства здійснюють продаж товарів, встановлюють кінцеві роздрібні ціни відповідно до кон'юнктури ринку, виходячи з відпускної ціни підприємства-виробника і надбавки.

Дохід від діяльності використовується підприємством для відшкодування витрат й інших затрат, пов'язаних зі здійсненням його господарської діяльності та створенням прибутку від реалізації. Таким чином підприємство забезпечує самоокупність поточної господарської діяльності й створює умови для самофінансування в майбутньому періоді.

Вивчення досвіду роботи підприємств свідчить про те, що оптимальний рівень надбавок встановлюється, як правило, єдиний для всіх товарів. Величина доходу підприємства (надбавка) визначається як різниця між ринковою ціною та ціною закупівлі товару. У зазначеному підході підприємство оцінює свої можливості із безблжкової роботи і з метою збільшення прибутків забезпечує зростання обсягів продажу, прискорення оборотності засобів, укладених у товарні запаси, використовує інші фактори інтенсивної діяльності. При розрахунку надбавки на товари, що швидко реалізуються, з обмеженим терміном реалізації враховують їх оборотність, яка складає 1 - 3 міс.

Окремо виділяють доходи з нереалізаційних операцій. Це доходи з операцій, які не належать до основної діяльності підприємства і безпосередньо не пов'язані з реалізацією товарів, продажем основних засобів чи іншого майна підприємства.

До доходів від позареалізаційних операцій підприємств і організацій відносять доходи від знявання майна з оренду, доходи (дивіденди, відсотки)

інших паперів (акції, облігації) присудження штрафів, пені, неустойки, інших санкцій, суми страхових відшкодувань від страхових компаній у випадку поступлення платежів і перевищення отриманих страхових відшкодувань над страховим внеском прибутки минулих років, визначені у звітному році.

Згідно з Господарським Кодексом в умовах ринкової економіки підприємства здійснюють свою діяльність з метою отримання відповідного доходу (прибутку). Отримання доходів свідчить, що продукція підприємства знайшла свого споживача і відповідає вимогам попиту на ринку за ціною, якістю, іншими технічними, функціональними характеристиками та властивостями. Розмір отриманих доходів визначає економічну стратегію підприємства з питань управління матеріальними ресурсами та витратами, податковою, інвестиційною діяльністю підприємства.

Водночас можливості підприємства щодо успішного продажу продукції і отримання доходів залежать від ефективності організації торговельно-технологічного процесу, рівня використання наявного ресурсного потенціалу, раціональності здійснення витрат тощо.

Глибоке вивчення доходів, максимізація їх розряду вимагає їх системної класифікації за окремими складовими:

1. Залежно від виду діяльності, яка дозволила отримати доходи, виділяють:
 - а) доходи від діяльності, тобто від продажу товарів, операцій з перемірювання тканини, надання платних кодажкових послуг;
 - б) доходи від виробничої діяльності, до складу яких належать:
 - виручка від реалізації всіх видів товарної продукції, напівфабрикатів, відходів (при наявності власного виробництва);
 - виручка від послуг промислового характеру (ремонтно-будівельних, транспортних), що виконані за реалізовані стороннім споживачам;
 - доходи від посередницької діяльності, отримані у вигляді:
 - суми комісійних винагород (%);
 - додаткової виручки від реалізації продукції, робіт, послуг, якщо

підприємство, посередником бере участь у розрахунках при виконанні зобов'язань.

— доходів від робіт (послуг), які виконані тимчасовими творчими колективами для інших підприємств;

г) доходи від інвестицій та кредитної діяльності, до складу яких входять:

— доходи, отримані від пайової участі в спільних підприємствах;

— доходи, отримані від надання майна в оренду (лізинг);

— дивіденди (%), отримані за акціями, облігаціями та іншими цінними паперами, що придбані підприємством;

— відсотки від надання комерційного кредиту;

— доходи від депозитних вкладів підприємства тощо.

д) доходи від продажу майнових та інтелектуальних прав (власності) підприємства, отримані при реалізації майна підприємства;

— матеріальних об'єктів;

— нематеріальних активів («ноу-хау», патентів, фірмових знаків, марки, програмних продуктів);

е) інші види доходів;

— доходи від курсової різниці валютних коштів та цінних паперів, які належать підприємству;

— суми економічних санкцій та відшкодувань збитків, отриманих підприємством;

— доходи від об'єктів соціально-побутової сфери підприємства: плата за утримання дітей у дитячих дошкільних закладах, оплати путівок тощо.

Залежно від характеру отримання доходів розрізняють доходи від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) і майна підприємства та доходи від використання майна (капіталу) підприємства, від надання майна в оренду, використання тимчасово вільних фінансових ресурсів, цінних паперів підприємства.

Розмір реалізації доходів безпосередньо залежить від обсягів діяльності підприємства у звітному періоді та її ефективності. Розмір доходів від

використання майна (капіталу) підприємства залежить від його наявності та можливості використання поза виробничими процесами підприємства.

Отже, розглядаючи доходи підприємства в системі показників його економічного розвитку, слід зазначити, що це найважливіший фінансовий показник, який є джерелом покриття поточних витрат, сплати ПДВ та формування прибутку підприємства. Від його розміру залежить оплата праці, формування чисельності та складу працівників, податкова політика, можливість розвитку матеріально-технічної бази, фінансування відтворювальних процесів, виплати дивідендів тощо.

1.2. Економічна характеристика витрат підприємств

Господарська діяльність завжди пов'язана з виробництвом товарів чи послуг виконанням різних видів робіт, а також їх реалізацією, тобто просуванням від виробника до споживача. На всіх цих етапах мають місце затрати живої і уречевленої праці.

Витрати обігу мають місце у збутових структурах промисловості у вигляді комерційних розходів, в оптовій і роздрібній торгівлі у вигляді витрат обігу.

У конкретній діяльності поняття затрат є багатофункціональною категорією. На підприємствах торгівлі розрізняють затрати на закупівлю товарів, капітальні вкладення в розширення відтворення основних фондів і поточні затрати на організацію господарської діяльності (транспортування, зберігання, цювку, підсортування, рекламу, накуплення і збут товару).

Кошти на закупівлю постійно перебувають в обігові, їх вкладають у товарні запаси за рахунок власних оборотних коштів і кредитів банків, залучених коштів контрагентів чи акціонерів, позик у інших підприємств. Як результат усі вони відшкодовуються за рахунок прибутків, отриманих у результаті господарської діяльності. Затрати на капітальні вкладення несуть довгостроковий характер. Таким чином затрати бувають короткостроковими і довгостроковими. Вони представляють собою використання ресурсів відносяться до собівартості процесу, тобто на витрати обігу шляхом визначення спожитої частини (у широкому

значенні).

Затрати на здійснення господарської діяльності в більшості включаються у витрати обігу чи представляють собою розходи, які відшкодовуються за рахунок прибутків.

Щодо бухгалтерських затрат перед підприємством постає головне завдання - забезпечити її ефективне використання. Детальна характеристика і склад затрат визначаються відповідно до Положення про склад затрат на виробництво і реалізацію продукції (робіт, послуг), що включаються у собівартість продукції, і порядку формування фінансових результатів.

Усі види затрат (розходів) залежно від економічного змісту обліковуються, аналізуються і плануються за елементами і статтями затрат.

Єдине для всіх підприємств групування затрат за елементами визначене положенням про склад затрат. У ньому всі затрати об'єднані в п'ять основних груп.

1. Матеріальні витрати. До складу цієї групи відносять вартість палива, електроенергії, зношення малоцінних і швидкозношуваних предметів, затрати з використання природної сировини (газу, води), витрати від нестачі матеріальних ресурсів у межах норм природи їх втрат.

2. Розходи (витрати) на оплату праці. До складу цього елемента включають основну і додаткову заробітну плату, оплату робіт за трудовою угодою і договором підряду.

3. Відрахування на соціальні потреби. Тут відображаються відрахування за встановленими нормами від розходів на оплату праці у фонд соціального страхування, пенсійний фонд, фонд медичного страхування, фонд зайнятості.

4. Амортизація. Цей елемент включає величину зношення за власними й орендованими фондами. Вираховується за нормами амортизації і відраховується на повне їх відновлення за балансовою вартістю основних фондів.

5. Інші витрати. Цей елемент носить комплексний характер і включає: податки, збори, платежі, включаючи страхові, оплату відсотків за отриманими кредитами, оплату робіт з сертифікації товарів, затрати на відрядження, плату стороннім організаціям за пожежну і сторожову охорону, підготовку і перепідготовку кадрів.

Підін затрат за елементами дозволяє виділити затрати живої й уречевленої

грамі, поглибити аналіз і дати більш об'єктивну оцінку результатів діяльності підприємства. Не всі питання господарської діяльності вирішуються на підставі групування затрат за елементами. Виникає потреба вимірювати затрати у вартісному вимірі. Витрати обігу представляють собою вартісну оцінку матеріальних, трудових і фінансових затрат.

Для здійснення оперативного управління діяльністю підприємства здійснюють облік, аналіз і планування витрат обігу за номенклатурою статей. Саме кожна стаття витрат покаже не тільки те, що розкеровані конкретні засоби, але й мету і вартісний виір. Перелік конкретних статей витрат для підприємств містять методичні рекомендації.

Отже, у процесі створення продукції (товарів) визначається їх фактична виробнича собівартість, що включає суму затрат на виготовлення продукції. Затрати, які пов'язані з просуванням товарів від виробництва до споживачів, включаючи затрати з реалізації кінцевим споживачем, представляють собою витрати обігу, які слід розглядати як собівартість закупівлі, доставки та реалізації товарів.

1.3. Аналіз прогнозування доходів і витрат підприємств

Аналіз доходів - це частина економічної стратегії підприємства. Він спрямований на створення економічних умов, що забезпечують відшкодування постійних витрат підприємства, покриття змінних витрат, які залежать від обсягу реалізації продукції, повної та одночасної оплати всіх видів податків, обов'язкових платежів та забезпечення отримання прибутку.

Таким чином, аналіз доходів підприємства передбачає:

- обґрунтування видів діяльності, доцільних для здійснення підприємством;
- встановлення критеріїв ефективності укладання комерційних угод для закупівлі товарів;

формування гнучкої цінової політики під час закупівлі та продажу товарів;

– використання систем цінкових знажок, своєчасність їх впровадження, що дозволяє забезпечити розширення обсягів реалізації товарів (під час надання знажок покупцям) чи збільшення обсягів доходів (під час уторговування знажок, які надаються поставальниками);

– визначення економічно обґрунтованого розміру надбавок (знижок).

Підприємство може застосовувати єдиний розмір надбавки чи диференціювати його за товарними групами, з урахуванням витратомісткості їх реалізації, тоді асортиментна структура обороту має суттєвий вплив на обсяги формування доходу.

Стратегія аналізу доходу передбачає:

- створення інформаційної бази для прийняття управлінських рішень;
- проведення аналізу обсягу та складу оптимальних доходів, чинників, які визначають їх розмір та рівень, ступеня достатності отримання доходів для забезпечення самофінансування розвитку підприємства;
- формування політики отримання доходів та вибір інструментів та важелів їх реалізації;
- розробку прогнозу можливих варіантів отримання доходів за видами діяльності та їх експертизу щодо можливості реалізації;
- формування оптимального варіанта плану доходів підприємства.

Аналіз доходів має комплексний характер і складається з таких етапів:

1. оцінки валових прибутків за звітний період і динаміці;
2. факторного аналізу прибутків від реалізації товарів і послуг;
3. вивчення показників рентабельності та факторів, що вплинули на їх зростання;
4. визначення заходів з подолання збитковості (оптимізація обсягів продажів, витрат обігу та використання інших заходів з виходу з кризи).

За результатами багаторічних досліджень автор Мазаракі А.А. пропонує проводити аналіз доходів за такими етапами.

1. Аналіз загального обсягу та складу доходів. На цьому етапі аналітичної роботи визначаються загальний обсяг доходів підприємства, його абсолютна та

відносна зміна порівняно з попередніми періодами. Аналізується склад доходів, тобто питома частка окремих джерел формування доходів в їх загальному обсязі (від реалізації іншої реалізації, позареалізаційних операцій тощо).

2. Аналіз обсягу та джерел формування валового доходу (від реалізації товарів) підприємства. Цей етап аналітичної роботи передбачає вивчення основних джерел формування валового доходу (реалізація товарів, дрібний опт, операції з тарою, платні послуги тощо), обсяг формування доходів від кожного джерела, його питома вага в загальному обсязі доходів.

3. Аналіз зміни рівня валового доходу. На цьому етапі визначається рівень валового доходу та розраховується його зміна порівняно з попереднім періодом. Об'єктом аналізу може бути також рівень надбавки у відсотках до ціни закупівлі товарів;

4. Оцінка рівня доходності інших видів діяльності підприємства. На цьому етапі аналітичної роботи розраховуються та аналізуються в динаміці відносні показники отримання доходів від інших видів діяльності підприємства: інвестиційної, посередницької, кредитної, орендної тощо. Рівень доходності інших видів діяльності порівнюється з рівнем валового доходу. Для визначення пріоритетних напрямів розвитку підприємства, його диверсифікації. Порівняння та оцінка здійснюються за допомогою розрахунків доходності витрат (співвідношення між сумами доходів та витрат) та доходності активів (обсяг формування доходів на одиницю активів, що використовуються різних видів діяльності підприємства).

5. Кількісна оцінка факторів, що обумовлюють зміну обсягу формування валового доходу. Цей етап дослідження передбачає:

- вивчення впливу на величину доходу таких факторів, як обсяг товарообороту (у фактичних та зіставних цінах) та середній рівень доходу шляхом застосування методу лапцігових підстановок або індексного методу;
- кількісну оцінку впливу на середній рівень валового доходу структурних зрушень, а саме: асортиментної структури товарообороту, складу товарообороту за формою продажу, складу постачальників (каналів отримання

товарів) шляхом застосування методу відсоткових чисел.

6. Оцінка невикористаних можливостей з отримання доходів. Для виконання цього етапу аналітичної роботи потрібна інформація про ціни продажу окремих видів та різновидів товарів на підприємствах-аналогах та конкурентних або інформація про ціни придбання за альтернативними каналами товаропостачання. При наявності такої інформації розраховуються невикористані можливості зростання доходів підприємства за рахунок удосконалення політики товаропостачання (зменшення ціни закупівлі) або цінової політики використання можливостей збільшення ціни реалізації. Оцінка невикористаних можливостей отримання доходів проводиться вибірково, за товарними групами, що мають для підприємства найбільш вагомое значення.

7. Аналіз достатності формування доходів. Достатність формування доходів оцінюється в цілому за підприємством на основі аналізу напрямів використання отриманих доходів (на оплату податків, покриття постійних та змінних витрат, формування чистого прибутку). Для цього визначаються обсяги, динаміка та вагома вага кожного напрямку використання доходів у загальному обсязі їх формування, аналізуються показники доходності витрат та прибутковості доходів. Оцінка достатності формування доходів дозволяє зробити висновок щодо виконання вимог самоокупності та самофінансування розвитку підприємства.

На практиці здійснюють зовнішній і внутрішній аналіз доходів.

Саме внутрішній аналіз дозволяє вивчити механізми досягнення підприємством максимальних прибутків. Важливо використовувати як зовнішній, так і внутрішній аналізи. Комплексний підхід до вивчення доходів дозволяє приймати обґрунтовані управлінські рішення, сприяє вибору кращого варіанта дій на перспективу. Комплексний підхід до аналізу доходів відіграє вирішальну роль у питаннях конкурентної політики підприємства. Окремо виділяють вид аналізу, який пов'язаний із вивченням минулих тенденцій. Він називається ретроспективним, а аналіз, пов'язаний із прогнозами, називають перспективним.

Важливе значення має оцінка доходів від реалізації товарів і послуг. Якщо план доходів не складається, тоді порівнюють фактичний результат із попереднім періодом. При аналізі доходів від реалізації товарів і послуг потрібно дати оцінку

рівня надбавок за основними товарними групами і виявити причини їх зміни. Можливо також проаналізувати роль різних елементів надбавок за товарами і товарними групами (витрати обігу, податки, що входять у ціну прибутку) і провести дослідження за основними товарними групами на предмет оцінки можливостей підвищення частки прибутку і зниження рівня поточних затрат за рахунок економії окремих їх видів.

Кожному підприємству доцільно проводити розрахунки впливу зміни структури товарообігу і рівня надбавок на сукупний дохід від діяльності.

Наступним етапом аналізу є оцінка причини зміни доходів порівняно з минулим періодом.

Використання методу прямих техніко-економічних розрахунків передбачає наявність інформації про обсяги продажу товарів за окремими товарними групами та рівень валового доходу або обсягу угод на закупівлю товарів за окремими контрастами, рівень цін закупівлі та прогнозованих цін реалізації.

У першому випадку розрахунок планового розміру валового доходу здійснюється шляхом множення планового обсягу товарообороту конкретної товарної групи на плановий рівень валового товарообороту (надбавки) у цій товарній групі, поділений на 100.

Плановий рівень валового доходу за товарними групами визначається, виходячи з розрахункового розміру надбавки, шляхом ділення величини надбавки на 100 плюс надбавка помножена всього на 100.

Під час використання інформації про комерційні угоди розрахунок планового розміру валового доходу здійснюється шляхом множення кількості товарів, які закуповуються за конкретною комерційною угодою, на різницю між ціною реалізації та ціною закупівлі з цієї комерційної угоди.

Доходи від посередницької діяльності підприємств планують, виходячи з обсягів цієї діяльності та прийнятої форми оплати за послуги підприємства.

Доходи від перепродажу матеріальних цінностей невласного виробництва, які також відносяться до посередницької діяльності, плануються, як правило, виходячи з обсягів здійснення таких операцій і запланованої маржі (різниці в цінах).

Доходи підприємства від здачі майна в оренду (лізингу) плануються, виходячи з умов орендної або лізингової угоди щодо форми та розміру орендної плати – фіксованої суми, козвзюної суми, відсотка від чистоті виручка або прибутку, натуральної форми плати тощо.

Загальний план отримання доходів розраховується як сума їх планового розміру за всіма джерелами формування.

Витрати обігу як економічна категорія вимагають вивчення впливу процесів їх формування при здійсненні господарської діяльності, визначення тенденцій їх розвитку та закономірностей кількісної оцінки факторів, що обумовлюють їх обсяг та рівень.

Інформаційною основою проведення аналізу витрат обігу підприємства є матеріали бухгалтерської звітності ф. № 2 «Звіт про фінансові результати», ф. № 1 «Баланс», статистичної звітності ф. № 3 «Звіт про витрати обігу», (первинні документи, пов'язані із здійсненням витрат, оборотні відомості, бухгалтерські розрахунки, на яких здійснюється аналітичний облік витрат).

Аналіз витрат обігу підприємства проводиться з декілька етапів, які передбачають проведення такої аналітичної роботи:

1. Загальної оцінки змін у розмірі та рівні витрат обігу, які відбулися порівняно з попередніми аналітичними періодами. Вона ведеть до бази розрахунку абсолютного відхилення в обсязі, рівні витрат та темпів зростання (приросту) окремих показників (див. формули (1.1), (1.2)).

2. Аналізу змін в обсязі та рівні витрат обігу за статтями витрат, а також у структурі витрат обігу. Такий аналіз дозволяє виявити зміни в розмірі витрат за окремими статтями, а також зміни в структурі витрат. Дослідження структури витрат, питомої ваги окремих статей в їх загальному обсязі дає змогу визначити найбільш і найбільш критичні статті витрат, зміни в яких визначають тенденцію у розвитку витрат у цілому на підприємстві.

3. Аналізу змін в обсязі та рівні змінних та умовно-постійних витрат підприємства. Для виконання цього етапу дослідження проводиться групування витрат залежно від їх еластичності до товарообороту. Отримана інформація надає можливість визначити зміни в обсязі та рівні змінних та умовно-постійних витрат

знання яких потрібне для управління не тільки витратами, але й обсягом товарообороту підприємства (визначення «точки беззбитковості»).

4. Аналізу змін в обсязі, рівні та складі витрат за іншими класифікаційними ознаками.

5. Кількісної оцінки факторів, що впливають на формування витрат обігу в цілому на підприємстві та за окремими статтями витрат обігу. У ході проведення цього етапу аналітичної роботи на базі різних методичних прийомів аналізу проводиться оцінка впливу на обсяг та рівень витрат обігу таких факторів, як:

1. обсяг товарообороту підприємства;
2. рівень цін на товари, що реалізуються підприємством;
3. чисельність працюючих;
4. середня заробітна плата;
5. швидкість обертання товарних запасів;
6. асортиментна структура товарообороту;
7. склад товарообороту за формами продажу товарів;
8. продуктивність праці за окремими підрозділами підприємства;
9. ефективність використання площі за окремими підрозділами підприємства.

Методичним інструментарієм дослідження впливу факторів з 1 по 5 є метод ланцюгових підстановок, а факторів 6-7 – метод відсоткових чисел, факторів 8-9 – метод групування.

Для більш ґлибокого дослідження впливу окремих факторів на витрати обігу підприємства може також застосовуватися кореляційно-регресійний аналіз. Це, перш за все, визначення залежності між витратами обігу, товарооборотом, чисельністю працюючих, вартістю основних виробничих фондів та товарними запасами.

Кількісна оцінка впливу окремих факторів є необхідним етапом аналітичної роботи, оскільки вона дає можливість оцінити якість управління процесом формування витрат підприємства, його можливостей щодо скорочення обсягу та рівня витрат за рахунок мобілізації внутрішніх резервів.

Останній, 6 етап – це оцінювання ефективності управління процесом

формування витрат обігу підприємства. Виконання цього етапу дослідження дає можливість визначити абсолютні та відносні зміни в розмірі показників ефективності управління витратами.

Розрахунок планових витрат здійснюється відповідно до угод про купівлю та продаж товарів, а також згідно із запланованими заходами щодо розширення обсягів товарообороту та поліпшення якості обслуговування споживачів. Для розрахунку плану витрат обігу використовують таку інформацію: обсяг та структуру товарообороту, виробничу програму, штатний розклад, показники розвитку матеріально-технічної бази, місцезнаходження постачальників, види транспорту, яким транспортуватиметься товар, чинні на відповідний період ставки, тарифи, розцінки, норми та інші розрахункові показники, які використовує підприємство для внутрішньопідприємчого планування, матеріали аналізу витрат обігу в цілому і за окремими статтями поточного року, кварталу, місяця.

Обґрунтування плану витрат обігу підприємства може проводитися такими методами:

1. методом прямих техніко-економічних розрахунків;
2. факторно-аналітичним методом;
3. економіко-математичним методом;
4. методом імітаційного моделювання;
5. методом оптимального моделювання.

Метод прямих техніко-економічних розрахунків є найбільш трудомістким методом планування, який дає змогу отримати найбільш точний результат на основі мобілізації всіх можливих резервів скорочення обігу витрат. Оскільки кожна стаття витрат обігу є комплексною, планові розрахунки проводяться окремо за кожним елементом витрат, який включається до тієї чи іншої статті. Планування витрат обігу методом прямих техніко-економічних розрахунків потребує значного обсягу детальної інформації, що ускладнює процес його практичного застосування.

Більш простим та поширеним є використання факторно-аналітичного методу оцінки планового розміру витрат підприємства. Розрахунок витрат обігу за загальною сумою за цією методикою базується на визначенні суми, виходячи з рівня змінних та обсягу умовно постійних витрат, які фактично склалися у

звітному періоді з урахуванням впливу на їх розмір окремих факторів, що будуть мати місце в плановому періоді. Дія цих факторів може бути обумовлена змінами у зовнішньому середовищі (що має враховувати підприємство в процесі розробки плану) або управлінськими рішеннями самого підприємства щодо мобілізації можливих резервів скорочення розмірів витрат (на основі розробки плану заходів щодо управління окремими факторами, які залежать від діяльності підприємства).

Розробка плану витрат обігу на базі використання економіко-математичних методів передбачає встановлення та формалізацію залежності між розміром витрат обігу та обсягом окремих факторів. Використання розробленої економіко-математичної моделі на плановий період дає змогу визначити прогнозне значення витрат обігу залежно від часу або зміни факторів, які очікуються на базі використання комп'ютерної технології обробки інформації за допомогою стандартної функції Тренд.

Використання багатоваріантних планових розрахунків витрат обігу може проводитися шляхом комп'ютерного імітаційного моделювання. Стандартна функція імітації комп'ютерного імітаційного моделювання дає можливість розробити варіанти плану витрат обігу на основі зміни окремих факторів (обсягу товарообороту, чисельності працівників, розміру основних фондів, товарних запасів та інших факторів).

У процесі планування витрат обігу підприємства може бути здійснена також розробка та реалізація оптимізаційних задач. Розв'язання цих задач може забезпечувати оптимальний підбір асортиментної структури товарообороту, його складу, ресурсного потенціалу підприємства, за якого з урахуванням інших існуючих обмежень і вимог забезпечується мінімізація витрат обігу або їх дотримання на певному рівні.

При практичному вирішенні цих завдань, підприємство повинно провести аналіз:

1. суми і рівня витрат за загальним обсягом і в розрізі окремих статей;
2. розміру зміни рівня витрат обігу за загальним обсягом й окремими статтями в динаміці;
3. темпів зміни (зменшення чи підвищення) рівня витрат шляхом віднесення

розміру зміни до рівня витрат базового періоду

4. суми економії чи перерозходу, що визначається шляхом множення розміру зміни (в % до товарообороту) витрат обігу звітного періоду порівняно з базовим періодом чи їх плановими показниками на величину товарообороту звітного періоду;

5. частки витрат обігу в доходах підприємства;

6. даних про ефективність поточних затрат, вирахованих як відношення товарообороту до витрат оборотання і як відношення прибутку до витрат оборотання (рентабельність поточних затрат) за звітний період, у динаміці і стосовно інших підприємств, аналогічних показників з торгівлі в цілому у регіоні та галузі.

Після визначення рівня витрат обігу за загальним обсягом і окремими статтями, порівняння їх у динаміці на підприємстві потрібно зробити такі розрахунки:

1. відхилення фактичних витрат обігу від плану і даних за минулий період (як правило, економії позначають «-», а перевитрата «+»);

2. зміни загальної суми витрат обігу звітного року порівняно з минулим.

Потім визначають темп зміни рівня витрат обігу звітного року порівняно з планом і минулим роком. Ці показники характеризують певдкість змін фактичного рівня витрат за загальним обсягом і окремими статтями порівняно з планом чи тим періодом, з яким порівнюють показники звітного періоду.

Кожному підприємству слід брати до уваги вплив обсягу товарообороту на рівень витрат обігу (змінні і умовно - постійні).

Далі аналіз витрат обігу здійснюється в розрізі окремих статей, порівнюючи фактичні витрати з планом і минулим роком. Так, вплив на величину витрат на перевезення здійснює зміна величини середньої відстані перевезення, перегляд тарифів, збільшення обсягів перевезення вантажів, використання дешевших чи дорожчих видів транспортних засобів тощо.

Визначають вплив інших факторів, пов'язаних з ефективнішим використанням транспортних засобів.

На величину транспортних розходів впливають і такі фактори, як порядок оплати за користування транспортними засобами, обсяг і клас вантажів, які

перевозяться, за гажооборот у тоннокілометрах, вістий перевезення, наявність власного транспорту, відшкодування розходів з перевезення окремих товарів за рахунок бюджету місцевих органів влади. У загальних витратах значне місце займають проценти (відсотки) за користування кредитом. Платежі за кредитами банків включаються у витрати обігу у фактичій сумі, що припадає на реалізовані товари.

Окремо аналізуються витрати на оплату праці. Метою аналізу є оцінка ефективності використання трудових ресурсів. Такий аналіз ведеться за:

- ефективністю використання робочої сили шляхом вивчення чисельності працівників за сплатом рівнем кваліфікації в динаміці порівняно з іншими періодами;

- за оплатою праці шляхом вивчення форм і систем оплати праці, обґрунтуванням їх вибору підприємством, оцінкою розмірів розходів на оплату праці в відсотках до товарообороту, з їх часткою в сукупних витратах обігу в динаміці, у порівнянні з аналогічними підприємствами.

Отже, аналіз доходів на підприємстві - це оцінка результатів діяльності підприємства, вивчення основних причин їх змін у динаміці. В свою чергу аналіз витрат - це оцінка їх позитивної раціональності використання і виявлення можливостей щодо їх економії у поточному та перспективному періодах. Раціональним вважається таке використання затрат, яке сприяє покращенню кінцевих результатів, тобто безперервне зростання товарообігу із збільшенням прибутків.

В умовах ринкової економіки основним показником господарської діяльності підприємства є прибуток. Це пов'язано з тим що для підприємства, яке несе повну матеріальну відповідальність за результати своєї торгово-господарської діяльності, основною метою є не забезпечення найбільшого обігу товарообороту, а отримання максимальних можливих прибутків. Прибуток представляє собою різницю між сукупними доходами і сукупними витратами підприємства, або між ціною реалізації та собівартістю продукції, товарів, послуг.

Прибуток характеризує кінцевий результат діяльності підприємства.

Прибуток як економічний показник дозволяє поєднати економічні інтереси держави, підприємства як господарюючого суб'єкта, працівників і власника підприємства. Вирішення цього завдання, перш за все, пов'язане з пропорціями розподілу та використання прибутку.

Об'єктом економічних інтересів держави є частина прибутку, яка виплачується у вигляді податків та обов'язкових платежів.

Економічний інтерес підприємства як товаровиробника знаходить своє узагальнення в обсязі прибутку, який залишається у розпорядженні підприємства і використовується для вирішення виробничих та соціальних завдань його розвитку.

Економічний інтерес працівників підприємства пов'язаний передусім з розміром прибутку, який спрямовується на матеріальне зрощення, соціальні виплати та соціальний розвиток. Власники підприємства цікавлять в першу чергу розмір фонду виплати дивідендів, а, отже, та частина прибутку, яка пов'язана з виробничим розвитком, відповідно, приростом капіталу підприємства.

У зв'язку з тим, що прибуток є єдиним джерелом реалізації економічних інтересів усіх перелічених сторін, жодна з них не може мати пріоритетів в задоволенні, оскільки це призведе до обмеження інтересів інших сторін. Наприклад, надмірний податок з прибутку підприємства знижує економічну зацікавленість підприємства у його збільшенні, що призводить до зменшення надходжень до бюджету.

Прибуток є якісним показником, оскільки в його розмірі відображається змінна обсягу товарообороту, доходів підприємства, рівня використання ресурсів, величини витрат оборотних. Таким чином, прибуток синтезує всі сторони діяльності підприємства, характеризує ефективність його господарської діяльності в цілому. Для розкриття економічного змісту прибутку використовують різні класифікації.

Оскільки прибуток показує абсолютний ефект діяльності без урахування використаних при цьому ресурсів, він доповнюється показником рентабельності. Маса прибутку може зростати при недостатньому використанні ресурсів підприємства, порушенні режиму економії.

Рентабельність - це відносний показник ефективності роботи підприємства. У

загальний форм він обчислюється як відношення прибутку до витрат. Рентабельність має ряд модифікацій. Передусім слід виділити рентабельність застосованих ресурсів (капіталу) і рентабельність продукції (витрат на виробництво).

Оскільки це відносний показник, він визначається у відсотках. Рівень рентабельності може бути визначений як відсоткове відношення суми одержаного прибутку до будь-якого показника: обсягу товарообороту, величини витрат обігу, середнього розміру основних фондів і оборотних коштів, суми фонду оплати праці тощо. В умовах ринкової економіки та різноманітних форм власності виникає потреба в оцінці рентабельності капіталу:

Рентабельність характеризується системою показників. Першим і основним показником є рентабельність товарообороту (продажів), яка визначається шляхом ділення прибутків підприємства на товарооборот. Тут виділяють окремо рентабельність роздрібного підприємства, рентабельність оптового підприємства і рентабельність підприємства громадського харчування. Цей показник використовується для оцінки результатів господарської діяльності підприємств. Він показує розмір прибутку на одиницю товарообороту або частку прибутку в ціні товару.

Недолік цього показника полягає в тому, що він не характеризує економічної ефективності використання ресурсів підприємства, оскільки не відображає залежності між одержаним прибутком і величиною факторів виробництва, які використовуються. Показники абсолютної суми прибутку і його рівня до обороту можуть бути високими навіть при недостатньо ефективному використанні основних фондів та оборотних коштів наявності їх і понаднормативних залишків.

Показник рівня рентабельності обороту орієнтує торгове підприємство на продаж товарів з високою торговельною наповнюваністю, що в умовах дефіцитного ринку стимулює звуження асортименту товарів, які реалізуються, поліпшення рівня задоволення попиту покупців.

Рентабельність витрат обігу (поточних витрат). Визначається як відношення суми прибутку до суми витрат обігу. Цей показник використовується при оцінці ефективності поточних витрат підприємства, їх окупності та показує розмір

прибутку на одиницю витрат збергання підприємства.

Рівень рентабельності дозволяє визначити прибутковість реалізації окремих товарів, що потрібно для встановлення економічно обґрунтованих розмірів надбавок (знижок). Цей показник теж має недоліки. Він не стимулює найбільш ефективного використання виробничих фондів підприємства, оскільки не відображає всієї величини фондів і оборотних коштів, які використовуються.

3. Рентабельність виробничих фондів підприємства. Цей показник визначається як відношення балансового прибутку до середньої вартості основних фондів і оборотних коштів. Він використовується для оцінки ефективності використання виробничих фондів підприємства і показує розмір прибутку в розрахунку на 100 одиниць основних фондів і оборотних коштів. Динаміку рентабельності виробничих фондів обумовлюють зміни рівнів фондів, а також оборотності оборотних коштів, а також рентабельність товарообороту. Цей показник рівня рентабельності узагальнює всі сторони господарської діяльності підприємства, тим самим найбільш повно виражає ефективність його роботи. У цьому показнику враховується вся сукупність засобів підприємства і відображається ефективність їх використання. Можна розраховувати і частковий показники, які характеризують відповідно рентабельність основних фондів і рентабельність оборотних коштів.

4. Рентабельність трудових ресурсів характеризується двома показниками:

- прибутком у розрахунку на одного працівника підприємства, обчислений як відношення суми прибутку до середньстатистичної чисельності працівників підприємства;
- прибутком у розрахунку на одиницю витрат, пов'язаних з утриманням трудових ресурсів (фонд споживання, витрати на підготовку кадрів, охорону праці тощо).

5. Рентабельність вкладень у підприємство (активів). Цей показник характеризує прибуток у розрахунку на одиницю майна, яке знаходиться у розпорядженні підприємства, визначається як відношення балансового прибутку до вартості майна, яке знаходиться в розпорядженні підприємства.

6. Рентабельність власного капіталу. Цей показник характеризує розмір прибутку, який власник підприємства одержує на одиницю коштів, що вкладені в підприємство, та служить критерієм для оцінки кошування акцій підприємства на біржі. Порівняння рентабельності вкладень в підприємство (активів) з рентабельністю власного капіталу дозволяє визначити ефективність умов залучення позикових коштів. Якщо різниця в рівні рентабельності менша за розмір відсотків за позикові фінансові кошти, що використовуються, то залучення позикових коштів неаціонально, оскільки це обмежує інтереси власника підприємства.

7. Рентабельність функціонуючого капіталу. Цей показник характеризує розмір прибутку у розрахунку на кожні 100 одиниць функціонуючого капіталу. Під останнім розуміють розмір власного капіталу, який реально брав участь в одержанні прибутку.

8. Рентабельність перманентного капіталу. Цей показник рентабельності характеризує прибутковість використання капіталу, який знаходиться в тривалому (довгочасному) розпорядженні підприємства. Величина перманентного капіталу становить суму всіх джерел власних коштів і довгострокових кредитів підприємства.

Досягнення мети діяльності підприємства пов'язано з глибоким знанням та оцінкою досягнутих результатів. Найчастіше головною метою формується як досягнення відповідного рівня рентабельності на вкладений капітал і відповідно отримання певної маси чистого прибутку. Маса прибутку підприємства залежить, з одного боку, від величини доходів, що одержує підприємство, з другого - від розмірів витрат обігу. Формування доходів і витрат підприємства обумовлюється передусім обсягами його діяльності (товарообороту), а також асортиментною, ціновою політикою і ресурсним забезпеченням товарообороту.

Аналіз прибутковості підприємства починається з дослідження динаміки прибутку та рентабельності, оцінки факторів, що обумовлюють їх величину, а також визначення достатності прибутку для вирішення завдань виробничого і соціального розвитку підприємства. Аналіз прибутку базується на використанні таких джерел інформації: форма № 3 «Звіт про фінансові результати», форма №

Кр. «Звіт про товарообіг», форма № 1 «Баланс»

Аналіз формування та використання прибутку підприємства проводиться в декілька етапів.

Перший етап зводиться до аналізу обсягів та динаміки формування балансового прибутку в цілому за підприємством. На цьому етапі визначають абсолютні та відносні зміни в обсязі отриманого балансового прибутку, визначаються та аналізуються джерела його формування, а саме прибуток від діяльності, іншої реалізації, позареалізаційних операцій, обчислюється вклад кожного джерела в формування загального обсягу прибутку.

Другий етап - це аналіз динаміки прибутковості обороту підприємства. Рівень прибутковості обороту підприємства визначається порівнянням прибутку від реалізації товарів та товарообороту і показує розміри формування прибутку на одиницю товарообороту або питому вагу прибутку в цій реалізації товарів. Аналіз прибутковості обороту передбачає обчислення рівня показника та його порівняння з рівнем, досягнутим у попередніх періодах.

Третій етап - це оцінка факторів, які впливають на обсяг прибутку від реалізації товарів та обумовлюють зміни в його обсязі. Обсяг прибутку підприємства від реалізації товарів залежить від великої кількості факторів, найважливішими з яких є обсяг товарообороту в поточних цінах; фізична маса товарів, що реалізуються; індекс цін реалізації товарів; рівень вазового доходу; рівень витрат обігу; рівень прибутковості обороту).

Наведені фактори дають можливість кількісно оцінити вплив кожного фактора, що включено до переліку.

Четвертий етап зводиться до аналізу рівня прибутковості використання ресурсів та капіталу підприємства. Зміна рівня прибутковості використання ресурсів та капіталу підприємства є суттєвим резервом зростання або фактором зниження загального обсягу балансового прибутку підприємства. Кількісна оцінка впливу цього фактора може здійснюватися на базі застосування такої залежності: Балансовий прибуток дорівнює обсягу капіталу, що використовується, помноженому на прибутковість використання відповідної групи ресурсів чи капіталу підприємства у відсотках до обсягу.

П'ятий етап – це оцінка ступеня досягнення мінімального та нормального обсягу прибутку. Для проведення цієї роботи попередньо розраховується обсяг відповідних показників, який потім порівнюється з фактичними обсягами отримання прибутку. Оцінка ступеня досягнення проводиться на основі розрахунку коефіцієнта досягнення. Це відношення обсягу прибутку, ступінь досягнення якого оцінюється, до фактичного обсягу отриманого прибутку.

Шостий етап – це оцінка резервів зростання прибутку на перспективу. Він зводиться до дослідження факторів, які впливають на прибуток, є край потрібним, оскільки дозволяє не тільки дати кількісну оцінку їх впливу в ретроспективному періоді, але й використати виявлені взаємозв'язки для обґрунтування можливої зміни прибутку в перспективі. Моделювання можливих мін дії факторів у перспективі та їх вплив на зростання (чи зменшення) прибутку підприємства можна здійснити з допомогою математичного моделювання впливу окремих факторів на зміну обсягів отримання прибутку.

Отже, в першому розділі роботи ми дослідили основні теоретичні та методологічні засади формування доходів і витрат на підприємствах. Діяльність підприємства пов'язана з визначенням головної мети, яка формулюється як досягнення повного рівня рентабельності на вкладений капітал і отержання прибутку.

Відомо, прибуток підприємства залежить, з одного боку від величини доходів, що отержує підприємство, з другого боку, від розмірів витрат обсягу. Формування доходів і витрат підприємства пов'язано передусім з обсягами його діяльності – обсягом товарообороту, а також асортиментною, ціновю політикою, ресурсним забезпеченням товарообороту.

Отже, доходи – це надходження підприємства від усіх видів діяльності, отриманого (накопиченого) протягом звітного періоду в грошовій, матеріальній або нематеріальній формах як на території України так і за її межами. Витрати – це сума будь-яких виплат підприємства у грошовій, матеріальній або нематеріальній формах як компенсація вартості товарів (робіт, послуг), які придбаються (виготовляються) підприємством для подальшого використання у власній господарській діяльності.

РОЗДІЛ 2

ОЦІНКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ТА РІВНЯ ДОХІДНОСТІ ВАТ „ВОЛОДИМИР-ВОЛИНСЬКИЙ КОМБІНАТ МОЛОЧНИХ ПРОДУКТІВ”

2.1. Загальна характеристика та аналіз основних фінансово-економічних показників діяльності ВАТ „Володимир-Волинський КМП”

Підприємство було створене в 1945 р. і спочатку називалося "Володимир-Волинський маслозавод". У 1977 р. після реконструкції і розвитку, на його базі створений комбінат молочних продуктів. На підприємстві розпочали виготовлення сухого знежиреного молока, масла, цільногомолочної продукції (пастеризоване молоко, кефір, ряжанка, сметана). В 1996 р. було створено ВАТ "Володимир-Волинський комбінат молочних продуктів".

Зараз потужність виготовлення дозволяє переробляти до 200 т молока на добу. На заводі функціонують три основні цехи: цех по виготовленню сухого молока, цех по виготовленню масла, цех по виготовленню продукції із цільного молока. А також допоміжні споруди: котельня, компресорна, механічний цех, електротех, лабораторія.

В період з 1991 до 2022 року на підприємстві було реконструйовано наступні ділянки: замінені технологічні лінії фасовки в цеху по виготовленню продукції із цільного молока; установлена додаткова лінія в цеху по виготовленню масла; проведена заміна лінії пастеризації вершків, замінені сепаратори. Також була проведена реконструкція цеху по виготовленню сухого молока і замінені фасувальна лінія.

Зараз на підприємстві виготовляють мажирне солодке-вершкове 72,5% та 82,5% жирності, сухе знежирене та сухе цільне молоко.

Мета діяльності товариства – сучасна ефективна, прибуткова підприємницька діяльність в галузі забезпечення господарюючих та інших суб'єктів, населення в потребах та послугах в інтересах акціонерів, трудового колективу та індустріально-аграрного розвитку району.

Товариство може займатись будь-якою підприємницькою діяльністю, яка не суперечить чинному законодавству України.

Товариство є юридичною особою з дня його державної реєстрації, має самостійний баланс, розрахунковий, валютний та інші рахунки у банках, печатку, кутовий штамп, бланки, символіку, інші реквізити.

Товариство самостійно здійснює господарську діяльність у відповідності з чинним законодавством України, веде бухгалтерський облік, складає статистичну та іншу звітність в особі, передбаченому чинним законодавством України.

Товариство має право:

- укладати угоди, контракти, договори на придобання майнових і немайнових прав (договори купівлі-продажу, підряду, страхування майна, перевезення, зберігання, доручення і комісії), виступати позивачем і відповідачем у суді, арбітражному суді і третейському суді;

- самостійно продавати, переказувати, обмінювати, здавати в оренду юридичним і фізичним особам засоби виробництва та інші цінності, а також списувати їх з балансу у встановленому порядку;

- купувати, орендувати, приймати безкоштовно з постійне або тимчасове користування, в борг, в обмін або на інших законних підставах майно, що належить іншим юридичним і фізичним особам (як українським, так і іноземним);

- самостійно здійснювати зовнішню економічну діяльність у відповідності з чинним законодавством;

- входити в асоціації та інші добровільні об'єднання як в Україні, так і за її межами;

створювати, як на території України, так і за її межами свої філії та представництва, а також дочірні підприємства, підприємства і банкі, брати участь у створенні господарських товариств, купувати акції та інші цінні папери інших товариств та організацій;

- здійснювати випуск цінних паперів;

- встановлювати ціни (тарифи) на продукцію виробничо-технічного призначення, товари народного вжитку, послуги, на які не поширюються централізовано затверджені ціни (тарифи), за погодженням із замовником

встановлювати надбавки (скидки) до централізовано встановлених цін за виконання податкових вилог по зміні споживчих властивостей і комплектації продукції;

- визначати форми, системи в розміри оплати праці, структуру управління, проводити тарифікацію, визначити оптимальний режим роботи, порядок надання вихідних днів і відпусток в межах чинного законодавства;

- виконувати інші дії, необхідні для досягнення мети і реалізації напрямків діяльності товариства.

Товариство зобов'язане:

- здійснювати свою діяльність у відповідності до чинного законодавства та

Статуту;

- нести відповідальність за укладені угоди, контракти, договори.

Товариство несе відповідальність по своїх зобов'язаннях лише у межах свого майна і не відповідає за майнові зобов'язання акціонерів.

Прибуток товариства утворюється з надходжень від господарської діяльності після покриття матеріальних та прирівняних до них витрат і витрат на оплату праці.

З балансового прибутку товариства оплачуються проценти за кредити банків та по облігаціям, а також сплачуються передбачені чинним законодавством України податки та інші платежі до бюджету. Чистий прибуток, отриманий після зазначених вище платежів, залишається у повному розпорядженні товариства.

Товариство створює:

- резервний фонд;
- фонд виплати дивідендів;
- фонд розвитку виробництва;
- фонд матеріального заохочення та соціального розвитку;
- фонд викупу власних акцій.

Резервний фонд товариства створюється у розмірі не меншому 25% статутного фонду. Резервний фонд використовується для покряття витрат, пов'язаних з відшкодуванням збитків та позапланових витрат. Резервний фонд створюється шляхом щорічних відрахувань в розмірі не менше 5% від чистого прибутку товариства до отримання необхідної суми. Рішення про використання коштів фонду приймається правлінням товариства.

Товариство здійснює управлінний і бухгалтерський облік результатів своєї роботи, а також проводить статистичну звітність і подає її в установленому чинним законодавством України порядку і обсязі органам державної статистики та іншим органам. Перед поданням річного звіту загальним зборам акціонерів для завершення він повинен бути перевірений контрольно-ревізійною комісією.

Товариство може бути ліквідоване у наступних випадках:

- згідно рішення загальних зборів акціонерів;
- на підставі рішення суду або арбітражного суду;
- в інших випадках, передбачених чинним законодавством України.

Основні фінансово-економічні показники господарської діяльності АТ „Володимир-Волинський комбінат молокопродуктів” за 2022-2024 роки подано в табл. 2.1.

Таблиця 2.

Основні фінансово-економічні показники господарської діяльності АТ „Володимир-Волинський комбінат молокопродуктів” за 2022-2024 роки

Показники	2022 рік	2023 рік	2024 рік	2022-2024 рр.	
				Абсолютне відхилення, тис.грн.	Відносне відхилення, %
1	2	3	4	5	6
Вручка від надання послуг, тис.грн.	24 545,9	48 039,3	51 028,0	26 482,1	107,9%
Собівартість наданих послуг, тис.грн.	19 897,5	35 743,0	29 516,0	9 618,1	48,3%
Прибуток (збиток), тис.грн.	-567,8	1 876,8	1 001,0	1 568,8	276,3%
Вартість основних засобів, тис.грн.	1 048,6	9 345,5	8 285,0	4 236,4	104,6%
Статутний капітал, тис.грн.	1 022,9	1 022,9	1 022,0	0,1	0,0%
Чисельність працівників, чел.	124,0	148,0	105,0	-19,0	-15,3%
Фонд оплати праці, тис.грн.	1 068,0	1 513,1	1 579,0	511,0	47,8%
Продуктивність праці, тис.грн./чел.	23,0	31,8	35,3	9,3	40,6%
Фонд віддачі, грн./грн.	0,782	0,191	0,1041	-0,9	-116,8%

Отже, виходячи з даних табл. 2.1., можна зробити висновок, що на підприємстві протягом 2022-2023 років прослідковується значне нарощення обороту. Так за період з 2022 по 2024 рік виручка від реалізації продукції зросла на 107,9% при одночасному зростанні собівартості реалізованої продукції лише на 48,5%. Це зумовило збільшення прибутку від реалізації продукції підприємства на 1568,8 тис. грн. Варто відмітити зростання загальної суми майна товариства з 4048,6 тис. грн. у 2022 році до 8265 тис. грн. у 2024 році, або на 104,6%. На підприємстві спостерігається зростання трудової активності за досліджуваний період, що відображається на показнику продуктивності праці. Так, на підприємстві протягом 2022-2024 років продуктивність праці зросла на 40,6 %.

Протягом аналізованого періоду підприємство зменшує чисельність працівників з 124 до 105 чоловіків відповідно у 2022 році та у 2024 роках.

Таким чином, початкове ознайомлення з господарською діяльністю підприємства свідчить про зростання його економічної активності.

2.2 Оцінка фінансового та майнового стану досліджуваного товариства

Фінансовий стан підприємства значною мірою залежить від доцільності та правильності вкладення фінансових ресурсів у активи. У процесі функціонування підприємства величини активів і їх структура постійно змінюються. Якісні зміни в структурі майна підприємства можна охарактеризувати за допомогою вертикального та горизонтального аналізу звітності (табл.2.2).

Горизонтальний аналіз балансу показує, що протягом даного періоду відбулося зростання вартості майна ПА «Володимир-Волинський КМП» на 25237,6 тис. грн. (277,8%) за 2022-2024 роки. В досліджуваному періоді спостерігається збільшення усіх розділів активів: як необоротних (на 4411,8 тис. грн.) , так і оборотних активів (на 20828,1 тис. грн. або на 415,8%).

Пасиви товариства також збільшились. Так, власний капітал за досліджуваний період зріс з 120,9 тис. грн. у 2022 році до 10112 тис. грн. у 2024 році. Як бачимо, відбулося зростання власного капіталу на 9891,1 тис. грн. або на 4477%. Поточні

зобов'язання за 2022-2024 роки зросли на 16723,9 тис. грн або на 297,7%

Таблиця 2.2

Горизонтальний аналіз балансу АТ «Володимир-Волинський КМП»
за 2022-2024 роки

Розділ балансу	Значення показників у відповідному періоді			2022-2024 рр.	
	2022 рік, тис. грн.	2023 рік, тис. грн.	2024 рік, тис. грн.	Абсолютне відхилення, тис. грн.	Відносне відхилення, %
Активи					
I. Необоротні активи	4072,2	3415,8	8481	4411,8	108,3%
II. Оборотні активи	5008,9	31228,3	25837	20828,1	415,8%
III. Витрати майбутніх періодів	2,3			-2,3	-100,0%
Баланс	9083,4	40644,1	34321	25237,6	277,8%
Пасиви					
I. Власний капітал	220,9	9110,9	10112	9891,1	4477,6%
II. Забезпечення наступних витрат і платежів					
III. Довгострокові зобов'язання	3243,4	2043,6	1864	-1279,4	-40,5%
IV. Поточні зобов'язання	5619,1	29489,1	22345	16725,9	297,7%
V. Доходи майбутніх періодів					
Баланс	9083,4	40644,1	34321	25237,6	277,8%

Для дослідження структури балансу даного товариства проаналізуємо структуру балансу (табл. 2.3.).

Найбільшу питому вагу в структурі активів АТ «Володимир-Волинський КМП» займають оборотні активи. Значна частка також необоротних активів. За період, що аналізується, спостерігається значна зміна цих пропорцій в бік збільшення частки оборотних фондів (з 55,2% в 2022 р. до 75,3% в 2024 р.) і зменшення частки необоротних (з 44,8% в 2022 р. до 24,7% в 2024 р.).

В структурі пасивів АТ «Володимир-Волинський КМП» найбільшу частку займають поточні зобов'язання, частка яких збільшується з 61,9% у 2022 році до 65,1% у 2024 році. Частка власного капіталу у загальній сумі пасивів коливається від 2,4% до 29,5% відповідно у 2022 році та у 2024 році.

Для детальності аналізу майнового стану, проаналізуємо структуру основних засобів АТ «Володимир-Волинський КМП» за 2024 рік (табл. 2.4)

Вертикальний аналіз балансу

ПАТ «Володимир-Волинський КМП»

Розділ балансу	Питома вага у валюті балансу, %			Відхилення 2023/2024 рр., %
	2022 рік	2023 рік	2024 рік	
Актив				
I. Необоротні активи	44,8%	23,2%	24,7%	-20,1%
II. Оборотні активи	55,2%	76,8%	75,3%	20,1%
III. Витрати майбутніх періодів				
Баланс	100,0%	100,0%	100,0%	x
Пасив				
I. Власний капітал	29,4%	29,4%	29,5%	27,0%
II. Забезпечення наступних витрат і платежів				
III. Довгострокові зобов'язання	35,7%	5,0%	5,4%	-80,3%
IV. Поточні зобов'язання	61,9%	72,6%	65,1%	3,2%
V. Доходи майбутніх періодів				
Баланс	100,0%	100,0%	100,0%	x

Як бачимо з даних таблиці, найбільшу питому вагу у структурі основних засобів займають будівни та споруди 70,3%. Науочною вагомою складовою складови основних засобів товариства є машини та обладнання – 15,2%. Інші основні засоби займають 12,9%.

Таблиця 2.4

Структура основних засобів

ПАТ «Володимир-Волинський КМП» за 2024 рік

Найменування групи основних засобів	Залишкова вартість основних засобів за 2024 рік, тис. грн	Частка до загальної суми основних засобів, %
Земельні ділянки	57,0	0,7%
Будинки, споруди та передавальні пристрої	5 828,0	70,3%
Машини та обладнання	1 261,0	15,2%
Транспортні засоби	70,0	0,8%
Інструменти, прилади, інвентар (меблі)	2,0	0,0%
Інші основні засоби	1 067,0	12,9%
РАЗОМ:	8 285,0	100%

Для характеристики майнового стану підприємства доцільно використовувати також наступні показники (табл. 2.5).

- 1. Сума господарських коштів.
- 2. Робочий капітал.
- 3. Коефіцієнт зносу основних засобів.
- 4. Коефіцієнт придатності основних засобів.
- 5. Коефіцієнт мобільності активів.

Таблиця 2.5

Розрахунок показників майнового стану

ВАТ «Володимир Волинський РМП» за 2022-2024 роки

Назва показника	Значення показника			2022-2024 рр.	
	2022 рік	2023 рік	2024 рік	Абсолютне відхилення, тис. грн.	Відносне відхилення, %
Сума господарських коштів, тис. грн.	9 683,4	40 644,1	34 321,0	25 237,6	277,8%
Робочий капітал, тис. грн.	-610,2	1 738,6	3 492,0	4 102,2	-672,3%
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,65	0,86	0,87	0,23	x
Коефіцієнт придатності основних засобів	0,35	0,14	0,13	-0,23	x
Коефіцієнт мобільності активів	1,23	3,3	3,05	1,81	x

Показники, наведені в табл. 2.5 свідчать, що на протязі періоду, що аналізується ВАТ «Володимир Волинський РМП» має достатній робочий капітал тобто власні оборотні кошти для забезпечення своєї діяльності. Показники, наведені в таблиці свідчать про значний знос основних засобів тому що коефіцієнт зносу і придатності основних засобів у 2024 році становили відповідно 0,87 і 0,13. Частку мобільних виробничих фондів у валюті балансу характеризує частка оборотних виробничих активів які на протязі періоду, який аналізується постійно збільшується з 1,23 у 2022 році до 3,05 у 2024 році, що безумовно є позитивно для підприємства.

Агрегований баланс АГ «Володимир-Волинський ЛПД»
за 2022-2024 роки

Статті активу балансу	Значення, тис. грн.			Статті пасиву балансу	Значення, тис. грн.		
	2022 рік	2023 рік	2024 рік		2022 рік	2023 рік	2024 рік
	2	3	4		5	6	7
Абсолютно ліквідні активи (A1)				Короткострокові пасиви (П1)			
Грошові кошти та їх еквіваленти	248,1	420,4	378	Векселі видані			
Поточні фінансові інвестиції				Кредиторська заборгованість	1316,9	1728,6	20929
Сума	248,1	420,4	378	Поточні зобов'язання	562,8	244,1	289
				Сума	1879,7	17382,7	21218
Ликвідовувані активи (A2)				Середньострокові пасиви (П2)			
Векселі одержані				Короткострокові кредити банків		846	
Дебиторська заборгованість	4459,6	21486	24905	Інші поточні зобов'язання	3735,4	3461	1127
	2	3	4		5	6	7
Інші оборотні активи	16,7	32,4	33	Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями			
Втрачені майбутніх періодів	2,3			Додаткові витрати наступних періодів			
Сума	4478,6	21518	25248	Сума	3735,4	3461	1127
Середньореалізовані активи (A3)				Довгострокові пасиви (П3)			
Запаси:				Довгострокові кредити банків			
- виробничі запаси	206,8	251,3	211	Довгострокові фінансові зобов'язання			
- незавершене виробництво				Інші довгострокові зобов'язання	3243,4	2043,5	1864
- готова продукція		8854,4		Зобов'язання наступних періодів і платежів			
- товари	127	183,8					
Сума	284,5	9289,5	211	Сума	3243,4	2043,5	1864
Важкоресурсовувані активи (A4)				Постійні пасиви (власні кошти) (П4)			
Основні засоби (по залишковій вартості)	4048,6	3245,1	8285	Статутний капітал	1022,9	122,9	1023
Нематеріальні активи				Пайовий капітал			
Незавершене будівництво	23,6	70,7	119	Інший додатковий капітал	5121	9674,6	1002
Довгострокові фінансові інвестиції				Резервний капітал			
Довгострокова дебіторська заборгованість				Нерозподілений прибуток	-4314	1282,6	87
Інші необоротні активи							
Сума	4072,2	9415,8	8484	Сума	222,9	9110,9	10112
Баланс (АБ)	9083,4	40644,1	24321	Баланс (ПБ)	9083,4	40644,1	24321

Залежно від ступеня ліквідності, тобто швидкості їх перетворення на грошові кошти, активи підприємства підрозділяють на такі групи:

A1 - найліквідніші активи (усі грошові кошти підприємства, та короткострокові фінансові вкладення);

A2 - активи, що легко реалізуються (дебіторські заборгованості та інші легко реалізовувані активи);

A3 - активи, що повільно реалізуються (запаси та витрати II розділу балансу, а також довгострокові фінансові вкладення, малоцінні та швидкозношувані предмети, готова продукція тощо);

A4 - активи, що важко реалізуються (основні фонди, нематеріальні активи, незавершені капітальні вкладення, обладнання, устаткування).

Пасиви балансу групуються в порядку терміну оплати в такі групи:

П1 - найтерміновіші пасиви (кредиторські заборгованості та інші найтерміновіші пасиви);

П2 - короткострокові пасиви (кредити до 1 року та позикові кошти);

П3 - довгострокові пасиви (довгострокові кредити та позикові кошти);

П4 - постійні пасиви (джерела власних коштів I розділу пасиву).

Баланс вважається ліквідним, якщо: $A1 > П1$; $A2 > П2$; $A3 > П3$; $A4 < П4$.

Для визначення ліквідності балансу слід порівняти підумки згрупованих активів і пасивів (табл.2.6).

Таблиця 2.7

Актив	2022 рік, тис. грн.	2024 рік, тис. грн.	П	2022 рік, тис. грн.	2024 рік, тис. грн.	Платіжний надлишок (+) або нестача (-)	
						2022 рік, тис. грн.	2024 рік, тис. грн.
A1	248,1	37,1	П1	1883,7	20318,1	-1635,6	-20840
A2	1773,6	2534,1	П2	3175,4	1127,1	743,2	2412,1
A3	282,5	211,1	П3	223,4	166,1	-29,8,9	-1653,1
A4	4072,2	8084,1	П4	220,9	1012,2	3251,3	1628,1
Б	9083,4	34321	Б	9083,4	34321	x	x

Баланс вважається ліквідним, якщо кожна група активу потімню або майже повністю покриває групу пасивних зобов'язань підприємства. Така оцінка ліквідності звичайно не є вичерпною, оскільки кожна пасивна група балансу може виявитись забезпеченою зовсім іншими активними цінностями, ніж ті, що вказані

у співставній групі.

Для того, щоб проаналізувати ліквідність балансу, переставимо зведені в групи статті балансу в наступному вигляді (табл. 2.7).

Баланс вважається ліквідним, якщо кожна група активу повністю або майже повністю покриває групу пасивних зобов'язань підприємства. Така оцінка ліквідності звичайно не є вичерпною, оскільки кожна пасивна група балансу може виявитись забезпеченою зовсім іншими активними цінностями, ніж ті, що вказані у співставній групі.

У нашому випадку баланс не є абсолютно ліквідним, оскільки лише друга група активів (легко реалізовувані активи) покриває короткострокові зобов'язання (друга група пасивів).

Аналіз ліквідності здійснюється на підставі порівняння обсягу коротких зобов'язань з наявністю ліквідних коштів. Результати розраховуються як коефіцієнти ліквідності (табл. 2.8):

Таблиця 2.8
Розрахунок показників ліквідності та платоспроможності
ВАТ «Володимир Володимирський КМП» за 2022-2024 роки

Показник	Нормативне значення	2022 рік	2023 рік	2024 рік	Абсолютне відхилення		
					2023 - 2022	2024 - 2023	2024 - 2022
Коефіцієнт покриття	> 1	0,89	1,06	1,16	0,2	0,1	0,3
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,6-0,8	0,84	0,74	1,13	-0,1	0,4	0,3
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,2-0,25	0,04	0,01	0,02	0,0	0,0	0,0
Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії)	$> 0,5$	0,02	0,22	0,29	0,2	0,1	0,3
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	$> 0,1$	0,11	0,06	0,16	0,2	0,1	0,29
Коефіцієнт фінансової залежності	< 1	41,12	4,46	3,39	-36,7	-1,1	-37,7

Показники, наведені в табл. 2.8 свідчать, що ВАТ «Володимир Володимирський КМП» не забезпечене нормальним рівнем ліквідності. Аналізуючи наведені дані

можна зробити наступні висновки. Коефіцієнт покриття вирословж періоду, що зріс на 0,3 до 1,16 при нормативі більше 1.

Коефіцієнт швидкої ліквідності за період, що аналізується, зріс на 0,3 та знаходився вище нормативного значення, що є характерним для нормальних умов роботи підприємства. Негативним моментом є те, що за два роки коефіцієнт абсолютної ліквідності не досягнув нормативного значення 0,2.

Коефіцієнт фінансової незалежності, який при нормальних умовах роботи підприємства повинен становити більше 0,5, у нашому випадку зріс з 0,02 до 0,29. Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами зрвс за досліджуваний період з 0,11 до 0,16 або на 0,29. Оцінка ділової активності підприємства має на меті об'єктивний аналіз величини та структури активів і пасивів підприємства і визначення на цій основі міри його фінансової стабільності й незалежності.

Оцінку ділової активності підприємства доцільно здійснювати на підставі комплексу показників (табл. 2.9):

Таблиця 2.9

Показники ділової активності
ВАТ «Богодимир-Волинський КМП» за 2022-2024 роки

Найменування показників	Нормативні значення	2022 рік	2023 рік	2024 рік	Абсолютне відхилення		
					2023 - 2022	2024 - 2023	2024 - 2022
Коефіцієнт оборотності активів	Збільшення	8	1,6	0,9	-0,2	-0,7	-1,0
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	Збільшення	11,8	4,3	1,7	-7,7	-2,5	-10,1
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	Збільшення	3,2	3,1	1,4	-0,1	-1,7	-1,8
Строк погашення дебіторської заборгованості, дні	Зменшення	113	118	238	5	140	145
Строк погашення кредиторської заборгованості, днів	Зменшення	30	87	215	57	128	185
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	Збільшення	4,9	7,5	0,5	-57,5	-1,3	-58,8
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	Збільшення	28,2	8,6	3,4	-14,6	-5,2	-24,8

Показники, наведені в табл. 2.9 свідчать, що за 2022-2024 роки коефіцієнт оборотності активів зменшився з 1,8 до 0,9, що є негативним фактом для діяльності товариства. Варто відмітити зростання термінів погашення дебіторської та кредиторської заборгованостей. Так строк погашення дебіторської заборгованості зріс з 113 днів у 2022 році до 258 днів у 2024 році, а термін погашення кредиторської заборгованості – з 30 днів до 215. Також понижився коефіцієнт оборотності матеріальних запасів з 6,9 до 6,2.

У наступному підрозділі проаналізуємо формування чистого прибутку та опинимо рівень рентабельності АТ «Володимир-Волинський КМП».

2.3. Аналіз доходів, витрат та рентабельності досліджуваного підприємства

Основним загальноючим показником господарської діяльності АТ «Володимир-Волинський КМП» є прибуток як різниця між доходами підприємства та витратами на виробничу та комерційну діяльність.

Проаналізуємо динаміку доходів АТ «Володимир-Волинський КМП» (табл. 2.10).

Таблиця 2.10
Динаміка доходів АТ «Володимир-Волинський КМП»
за 2022-2024 рр.

Показник	2022 рік, тис. грн.	2023 рік, тис. грн.	2024 рік, тис. грн.	2022-2024 рр.	
				Абсолютне відхилення, тис. грн.	Відносне відхилення, %
Чистий дохід від реалізації продукції (послуг)	20 454,9	40 074,4	32 758,0	12 303,1	60,1%
Інші операційні доходи	291,9	1 725,3	3 081,0	2 789,1	955,5%
Інші доходи	1 805,7	51,2	128,0	-1 667,7	-92,4%
Всього доходів:	22 552,5	41 861,5	33 977,0	13 424,5	59,5%

Основна сума доходів АТ «Володимир-Волинський КМП» формується за

рахунок реалізації молочної продукції. Чистий дохід зріс за досліджуваний період з 20454,9 тис. грн. до 32758 тис. грн. або на 12303,1 тис. грн. (60,1%). Інші операційні доходи також збільшилися з 291,9 тис. грн. у 2022 році до 3081 тис. грн. у 2024 або в десять разів. Інші доходи скоротилися за 2022-2024 роки на 1667,7 тис. грн. або на 92,4%. Стосовно загальної суми доходів АТ «Володимир-Волинський КМП», то за 2022-2024 роки їх сума зросла на 13414,5 тис. грн. або на 59,5% у відносному вираженні. На наступному етапі проаналізуємо структуру доходної частини досліджуваного товариства за 2022-2024 роки.

Таблиця 2.11

Структура доходів АТ «Володимир-Волинський КМП»
за 2022-2024 pp.

Показник	2022 рік		2023 рік		2024 рік	
	Сума, тис. грн.	Питома вага, %	Сума, тис. грн.	Питома вага, %	Сума, тис. грн.	Питома вага, %
Чистий дохід від реалізації продукції (послуг)	20 454,9	90,7%	40 074,4	95,7%	32 758,3	91,1%
Інші операційні доходи	291,9	1,3%	1 735,9	4,1%	3 081,0	8,6%
Інші доходи	1 805,7	8,0%	51,2	0,1%	138,0	0,4%
Всього доходів	22 552,5	100%	41 861,5	100%	35 977,0	100%

Таблиця 2.12

Структура та динаміка витрат АТ "Володимир-Волинський КМП"
за 2022-2024 роки

Показник	2022 рік		2023 рік		2024 рік		2022-2024 pp.	
	Сума, тис. грн.	%	Сума, тис. грн.	%	Сума, тис. грн.	%	Абсолютне збільшення, тис. грн.	Відносне, %
Собівартість реалізованої продукції	19 897,9	86,1%	35 743,0	89,4%	29 516,0	84,4%	9 618,1	48%
Адміністративні витрати	994,4	4,3%	1 267,2	3,2%	1 260,0	3,6%	265,6	27%

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Витрати на збут	595,1	2,1%	761,1	1,9%	1 028,0	2,9%	1 333,0	108%
Інші операційні витрати	1 455,3	2,0%	1 442,4	3,3%	2 504,0	7,2%	2 048,7	450%
Фінансові витрати	0,0	0,0%	606,1	1,6%	604,0	1,7%	604,0	
Інші витрати	1 265,5	5,5%	146,6	0,4%	9,0	0,0%	-1 256	-99%
Податок на прибуток від звичайної діяльності	13,2	0,1%	23,6	0,1%	55,0	0,2%	42,8	351%
РАЗОМ:	23 120,3	100%	39 990,7	100%	34 976,0	100%	11 855	51%

Як бачимо, з табл. 2.11 чистий дохід від реалізації продукції займає основну питому вагу у загальній сумі доходів даного товариства. Так, за 2022-2024 роки питома вага доходу від реалізації продукції зросла з 90,7 до 95,1%.

Частка інших операційних доходів коливається від 1,3% до 8,6 відповідно у 2022 році та у 2024 році. Питома вага інших доходів за досліджуваний період скоротилась з 8% до 0,4%.

Логічним продовженням аналізу формування прибутку даного товариства буде аналіз структури та динаміки витрат (табл. 2.12).

Найбільшу питому вагу (86,1% у 2022 р., 89,4% в 2023 та 84,4% 2024 рр.) в структурі витрат АТ «Володимир-Волинський КМП» займає собівартість реалізованої продукції. На протязі періоду, що аналізується також спостерігаємо значну частку інших витрат (5,5%-6,4%). Частка адміністративних витрат коливається в межах від 4,3% до 3,6% відповідно у 2022 та 2024 роках.

Стосовно динаміки витрат АТ «Володимир-Волинський КМП» то за 2022-2024 роки відбулося зростання усіх статей витрат крім інших витрат, а саме:

- собівартість наданих послуг зросла – на 9618,1 тис. грн. (48%);
- адміністративні витрати зросли – на 265,6 тис. грн. (21%);
- витрати на збут зросли – на 533 тис. грн. (108%);
- інші операційні витрати зросли – на 2048,7 тис. грн. (450%);
- інші витрати зменшилися – на 1256 тис. грн. (-99%).

Як бачимо загальна сума витрат за період, що аналізується зросла з 23120,3 тис. грн. у 2022 році до 34976 тис. грн. у 2024. Звідси загальне збільшення витратно

частини АТ «Володимир-Волинський КМП» за 2022-2024 роки становило 11855 тис. грн. або на 51%.

Узагальнюючи вище приведені дані, можна зробити висновок, що загальна сума доходів АТ «Володимир-Волинський КМП» протягом періоду постійно зростає. В той же час зростають і витрати, проте в меншій мірі. Тому протягом періоду, що аналізується, спостерігається збільшення прибутковості товариства.

Підприємство володіє, користується і розпоряджається майном відповідно до порядку, встановленого засновником.

Отриманий підприємством загальний прибуток є об'єктом розподілу. На першому етапі розподілу його учасниками виступають підприємство та держава. З суми загального прибутку сплачується податок на прибуток з ставкою 25%. Сума, що залишається в розпорядженні підприємства становить чистий прибуток. Другий етап розподілу - використання чистого прибутку. Сума прибутку спрямовується на виплату дивідендів, поповнення статутного капіталу. В табл. 2.13. наведено формування прибутку АТ «Володимир-Волинський КМП» за 2022-2024 роки.

Таблиця 2.13

Аналіз формування чистого прибутку

ВАТ «Володимир-Волинський КМП» за 2022-2024 роки

Показник	2022 рік	2023 рік	2024 рік	2022-2024 рр.	
				Абсолютне відхилення	Відносне відхилення, %
Загальна сума доходів, тис. грн.	22 552,5	41 861,5	55 977,0	13 424,5	59,5%
Загальна сума витрат, тис. грн.	23 120,3	39 996,7	34 976,0	11 855,7	51,3%
Чистий прибуток (збиток), тис. грн.	-567,8	1 870,8	1 001,0	1 568,8	276,3%
Рентабельність, %	-2,5%	4,7%	2,9%	53%	x

Як бачимо з даних, наведених в табл. 2.13 відносне збільшення загальної суми доходів за 2022-2024 роки становило 59,5%, а загальної суми витрат 51,3%.

Стосовно чистого прибутку, то його розмір становив -567,8 тис. грн., 1870,8 тис. грн. та 1001 тис. грн. відповідно у 2022, 2023 та 2024 роках. Як бачимо, відбулося зростання загальної суми чистого прибутку на 1568,8 тис. грн. або на 276,3% у

відносному вираженні.

Рентабельність у 2022 році становила -2,5%, у 2023 році – 4,7%, у 2024 році – 2,9%. Додатково проаналізуємо показники рентабельності АТ «Володимир-Волинський КМП» за 2022-2024 роки.

Таблиця 2.14

Показники рентабельності АТ «Володимир-Волинський КМП»
за 2022-2024 роки

Найменування показників	Нормативне значення	2022 рік	2023 рік	2024 рік	Абсолютне відхилення		
					2023 - 2022	2024 - 2023	2024 - 2022
Чистий прибуток, тис. грн.	> 0	-567,8	1 870,8	1 801,0	2 438,6	-69,8	1 568,8
Рентабельність власного капіталу, %	збільшення	-78,2%	40,1%	10,4%	118,3%	-29,7%	88,6%
Рентабельність активів, %	збільшення	-5,1%	7,5%	2,7%	12,6%	-4,9%	7,7%
Рентабельності операційної діяльності, %	збільшення	-2,8%	7,7%	8,1%	7,4%	0,6%	5,8%
Рентабельність реалізованої продукції, %	збільшення	-8,1%	-1,5%	-2,8%	7,08%	-14,2%	-4,1%

Як бачимо, з даних таблиць, рентабельність власного капіталу зросла з -78,2% до 10,4%. Також відбулося зростання рентабельності активів з -5,1% до 2,67% або на 7,8%.

Рентабельність операційної діяльності зросла за 2022-2024 роки на 5,8%.

Отже підсумовуючи вищевикладений матеріал, можемо зробити висновок, що АТ «Володимир-Волинський КМП» є прибутковим підприємством з нормальним рівнем рентабельності.

ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ ЗРОСТАННЯ ДОХОДІВ АТ „ВОЛОДИМИР-ВОЛИНСЬКИЙ КМП”

3.1. Максимізація прибутку на основі комбінованих моделей функцій попиту й витрат

Максимізація прибутку є головною метою фінансового менеджменту на підприємстві. Ціна та обсяг реалізації продукції – одні з найважливіших параметрів, що визначають прибуток підприємства, тому їх оптимізація – першочерговим завданням фінансового менеджменту. Досить цікавим, на нашу думку, є метод визначення оптимальної ціни та відповідного обсягу реалізації продукції на основі комбінованих моделей функцій попиту й витрат.

Функція попиту у даному разі – це залежність обсягу реалізації продукції, або попиту, від ціни одиниці продукції. У відповідності із відомим законом попиту обсяг реалізації продукції (попит) перебуває в оберненій залежності від ціни на продукцію. Кожне рішення щодо зміни ціни на продукцію або збільшення (зменшення) обсягів реалізації продукції має бути відповідним чином проаналізовано, мають бути чітко визначені його наслідки для ефективності діяльності підприємства.

Модель функції попиту являє собою найбільш формалізований апарат для такого аналізу. Для побудовання функції попиту, по-перше, проводяться заміри зміни попиту залежно від ціни. Для заміру попиту здійснюється його оцінка при різних цінах (експериментальним шляхом на основі контрольного продажу або на основі накопичених даних), у ході якої з'ясовується реакція споживачів на зміну ціни. Далі з'ясовується еластичність попиту за ціною. Отримана інформація обробляється засобами кореляційного аналізу, і в результаті отримуємо модель функції попиту у такому загальному вигляді (цей вигляд моделі зумовлений тим, що функція попиту з постійною еластичністю є лінійною спадаючою функцією):

$$P = a \cdot Q + b \quad (3.1)$$

де P — ціна одиниці продукції;

Q — обсяг попиту,

a, b — коефіцієнти, що характеризують еластичність попиту й визначаються із застосуванням методу кореляційного аналізу.

На основі функції попиту (3.1) можна побудувати функцію валових доходів підприємства:

$$\begin{aligned} R &= P \cdot (a \cdot Q + b) \cdot Q \\ R &= a \cdot Q^2 + b \cdot Q, \end{aligned} \quad (3.2)$$

де K — валові доходи від реалізації продукції підприємства.

На обсяг попиту, окрім ціни, впливає ще цілий ряд факторів, а саме: смаки та прихильності споживачів, кількість споживачів та їхні грошові доходи, ціни на аналогічні й пов'язані між собою товари, сподівання щодо руху цін тощо.

На основі приведених вище функцій попиту й валових доходів можна визначити оптимальну ціну та обсяг реалізації продукції, що максимізують валові доходи підприємства. Однак максимізація доходів не завжди означає максимізацію прибутку підприємства. З метою визначення оптимальних параметрів виробництва необхідно здійснити комбінований аналіз функцій попиту й витрат. Функція витрат у даному разі — це залежність між обсягом реалізації продукції та обсягом витрат на виробництво (реалізацію) продукції. Необхідно врахувати таку закономірність, що при збільшенні обсягу реалізації витрати на одиницю продукції зменшуються. Це зумовлено наявністю умовно-постійних витрат, які при зростанні обсягу реалізації продукції перерозподіляються між більшим обсягом продукції.

Необхідно також враховувати період аналізу. З метою аналізу розрізняють, коперше, релевантний (або короткостроковий) період, тобто певний інтервал зміни обсягу реалізації продукції, у межах якого збільшення (зменшення) обсягу реалізації продукції не призводить до зміни умовно-постійних витрат на весь випуск продукції.

та умовно-змінних витрат на одиницю продукції. Збільшення обсягу реалізації продукції у рамках релевантного періоду досягається за рахунок зростання сумарних умовно-змінних витрат: збільшення використання сировини й матеріалів, споживання інших ресурсів, збільшення закупівлі товарів на продаж тощо.

Мо-друге, нерелевантний (або довгостроковий) період, тобто інтервал зміни обсягу реалізації продукції, що перевищує релевантний, у межах якого збільшення (зменшення) обсягу реалізації продукції викликає необхідність зміни сумарних умовно-постійних витрат і умовно-змінних витрат на одиницю продукції.

Граничний обсяг виробництва – це такий обсяг, при перевищенні якого відбувається зростання умовно-постійних витрат на весь випуск продукції та умовно-змінних витрат на одиницю продукції.

Зміна сумарних умовно-постійних витрат при цьому відбувається за рахунок збільшення (зменшення) виробничої потужності підприємства, чисельності робітників, апарату керівництва, отримання (повернення) кредитів тощо. Умовно-змінні витрати на одиницю продукції при значному збільшенні обсягу реалізації продукції зростають, тому що погіршується ефективність використання всіх ресурсів відповідно до закону зменшення віддчі від ресурсів.

Граничний обсяг виробництва визначається запасом виробничої потужності підприємства, чисельністю працюючих, величиною апарату керівництва, достатністю капіталу, видом ресурсів, що використовує підприємство, технологічним рівнем виробництва.

Представимо ряд моделей, що дають змогу максимізувати прибуток підприємства. У релевантному (короткостроковому) періоді функцію витрат можна зобразити формулою:

$$E = c \cdot Q + d, \quad (3.3)$$

де E – валові витрати на весь випуск продукції;

c – умовно-змінні витрати на одиницю продукції;

d – умовно-постійні витрати на весь випуск.

У релевантному (довгостроковому) періоді функція валових витрат набуває вигляду:

$$E = f \cdot Q + c \cdot Q + d, \quad (3.4)$$

де f – коефіцієнт, що впливає швидкість зростання сумарних умовно-постійних витрат і умовно-змінних витрат на одиницю продукції та визначається із застосуванням методу кореляційного аналізу або методу експертних оцінок.

3.2. Резерви збільшення величини прибутку на підприємстві

Кожне виробниче підприємство будує свою діяльність з орієнтацією на прибуток, одержання якого пов'язане з необхідністю виготовлення продукції і послуг, яких потребує споживач. Основна мета підприємства одержання сталого прибутку, який є вихідним показником та пошук резервів його зростання.

Резерви збільшення суми прибутку визначають за кожним видом продукції та послуги. Основними їхніми джерелами є:

- збільшення обсягу реалізації продукції;
- належний вибір структури асортименту;
- зниження собівартості;
- підвищення ціни та якості виготовленої продукції та послуг, що надаються;
- реалізація їх на вигідніших ринках збуту та за більш оптимальні строки;
- інші джерела резервів збільшення прибутку.

За ринкових умов господарювання всі підприємства здобули повну оперативну самостійність у виборі того, якої і скільки продукції випускати, з ким співпрацювати, кому продавати свої виробы, як організовувати і планувати виробничі процеси. Зрозуміло, що свободу дій спрямовано, передусім, на врахування кон'юнктури ринку, його потреб і вимог.

Для визначення резервів зростання прибутку за рахунок збільшення обсягу реалізації продукції необхідно виявлення даніше резерв зростання обсягу реалізації

продукції помножити на фактичний прибуток з розрахунку на одиницю продукції відповідного виду:

$$P_{\text{факт}} = \sum (P_{\text{факт}} \cdot \Pi_{il}^{\text{факт}}). \quad (3.5)$$

Правильно вибрана стратегія виробництва і належні обсяги випуску продукції забезпечують бажаний обсяг реалізації і відповідні прибутки. Одним із важливих напрямків оптимізації обсягу випуску і продажу продукції є визначення його в асортиментно-структурному розрізі. Адже сума прибутку залежить не лише від обсягу продажу виробів, ціни і собівартості виробів, але й від їх асортименту та структури.

Асортимент – це сукупність різновидів продукції кожного найменування, що відрізняються відповідними техніко-економічними показниками. Структура – це співвідношення (здебільшого у відсотках) окремих виробів у загальному обсязі виробництва. Зміна асортименту проти планового веде до асортиментних, а структури випуску – структурних зрушень.

Структура асортименту – це співвідношення у відсотках окремих різновидів продукції конкретного найменування, які характеризуються відповідними споживчими показниками, у загальному обсязі її виробництва чи продажу підприємством.

Очевидно, що з розвитком ринку та конкуренції актуальність проблеми вибору оптимальної структури асортименту продукції, для отримання максимального можливого прибутку, зростає. У цій ситуації було б доречно скористатися відповідними моделями. Зокрема, відома модель Л. Канторовича:

$$F(x) = \sum_{i=1}^n C_i \cdot X_i \rightarrow \max, \quad (3.5)$$

де C_i – прибуток від продажу одиниці i -го виду продукції;

X_i – кількість i -го виду продукції,

M – асортимент продукції.

З погляду математичної постановки завдання ця модель не викликає сумнівів. Але для практичного її застосування необхідно розв'язати низку непростих проблем, а саме: ввести у модель обмеження щодо місткості ринку і частки підприємства в ній, ресурсів, виробничих потужностей підприємства тощо. Однак, якщо асортимент продукції підприємства включає десятки і навіть сотні найменувань, то практично відсутня об'єктивна вхідна інформація, необхідна для проведення оптимізаційних асортиментних розрахунків. Крім того, подібні розрахунки досить трудомісткі, навіть в умовах їх автоматизації. Не менш важливою перешкодою на шляху використання математичних моделей для оптимізації структури асортименту продукції є некоректність їх з точки зору залежності між обсягами продукції, змінними та постійними витратами і прибутком. Ми розділяємо точку зору О.С. Орлова, який відмічає це на вдавану простоту й логічність моделі є сумнівні коректності розрахунків по ній із позиції взаємозв'язків показників у системі “обсяг – прибуток – витрати”. Розрахунок за цією моделлю не викликав би ніяких сумнівів, якби прибуток із зростанням обсягів виробництва збільшувався точно в такій же пропорції. Однак відомо, що прибуток із зростанням обсягів виробництва збільшується в більш високій пропорції.

Розрахунок оптимального асортименту за цією моделлю призведе, по-перше, до досить глибокого зниження маси прибутку і, по-друге, до вибору не оптимального варіанта.

Теоретично для вирішення проблеми вибору оптимальної структури асортименту продукції придатна модель максимізації маржинального прибутку:

$$F(x) = \sum_{i=1}^m MP_i \cdot ПОВ \rightarrow \max, \quad (3.6)$$

де MP – маржинальний прибуток одного виробу i -го виду;

$ПОВ$ – постійні витрати в цілому по підприємству.

Однак практичне застосування моделі максимізації маржинального прибутку

ускладнюється через відсутність на підприємствах об'єктивної планової публікової інформації щодо поділу витрат на змінні і умовно-постійні. Переважна більшість підприємств при плануванні та обліку витрат виробництва і собівартості продукції виділяють у калькуляціях прями і накладні витрати. Залежно від обсягів виробництва їх називають змінними та постійними. На підприємствах до змінних витрат відносять витрати основних матеріалів і комплектуючих виробів, заробітну плату основних виробничих робітників з нарахуваннями, паливо на технологічні цілі, втрати від браку. Витрати на управління та обслуговування виробництва вважають постійними і при калькулюванні собівартості окремих видів виробів їх розподіляють пропорційно основній заробітній платі основних виробничих робітників. Аналогічний механізм розподілу й адміністративних витрат та витрат на збут, які практики традиційно називають накладними.

У цій ситуації оптимізацію структури асортименту продукції доцільно проводити за критерієм рентабельності.

Показник рентабельності продукції як головний при формуванні та оптимізації структури асортименту був прийнятим за умов адміністративно-командної системи управління. Здавалося б, що за умов конкурентного ринку критерій оптимізації структури асортименту продукції повинен бути іншим. При його виборі потрібно враховувати низку факторів, і в першу чергу призначення продукції підприємства, насиченість ринку, тип виробництва та його організаційно-технічний рівень, технологію виготовлення виробів, можливість її удосконалення тощо. Зокрема, Є.Г. Гясних пропонує для оптимізації асортименту використовувати критерій максимального доходу і обґрунтовує цей вибір відповідними умовними розрахунками стосовно підприємства легкої промисловості. Ця пропозиція слушна для підприємств легкої промисловості, де у структурі собівартості виробів порівняно незначна частка постійних витрат.

Результати пояснюються тим, що у чисельник розрахункової формули, крім прибутку, включені постійні витрати, до яких віднесені загально-виробничі адміністративні витрати і витрати на збут, а в знаменник формули включені лише змінні витрати. Під мати на увазі, що такий поділ витрат на змінні і постійні є некоректним. Але існуюча на підприємстві система обліку та планування не

дозволяє проводити більш точні розрахунки.

Вибір варіанта структури асортименту профільних виробів слід проводити з урахуванням попиту на них місткості ринку, частини ринку підприємства, виробничих можливостей підприємства та інших чинників.

Основним напрямом оптимізації структури асортименту виробів, як показують проведені нами дослідження, є збільшення частини ринку підприємства та пошук нових ринків збуту. Збільшення частини ринку підприємства є складною проблемою, її необхідно вирішувати поступово протягом прохотніх років.

Отже, оптимізація асортименту продукції є важливим фактором збільшення прибутку.

Процес оптимізації асортименту продукції для підприємства в такій послідовності:

- обчислення структури асортименту виробів по номенклатурних групах;
- вибір основних номенклатурних груп, частка яких у загальному обсязі виробництва становить 20% і більше;
- вибір з кожної основної номенклатурної групи декількох видів виробів, частина яких найбільша у групі;
- обчислення і аналіз рентабельності кожного виду профільного виробу;
- обчислення критичного (беззбиткового) і можливого обсягу продажу кожного виду виробу;
- обчислення суми прибутку по кожному виду виробу;
- коригування частини кожного виду виробу у загальному обсязі виробництва за результатами аналізу розрахунків та впливу на структуру асортименту продукції основних внутрішніх і зовнішніх факторів.

В оптимізації структури асортименту продукції безпосередню участь повинні брати всі управлінські підрозділи кожний в межах своїх прав і компетенції.

Формування та реалізація цінової політики потребує більш чіткого розуміння процесу впливу цінової діяльності в умовах ринку на формування прибутку вітчизняних підприємств. Сучасний аспект даної проблеми пояснюється в основному двома причинами. По-перше, в сучасній теорії оцінки прибутковості підприємств ще існують

певні невизначеності стосовно значення цінової діяльності. Певною мірою це зумовлено тим, що одним із найважливіших питань теорії ефективності слід визнати критеріальний підхід, оскільки при різних критеріях мають місце різні показники економічної ефективності як підприємницької, так і цінової діяльності. По-друге, ціна значною мірою впливає на результативність діяльності підприємства, але до цього часу в даному питанні не досягнуто єдності думок щодо оцінки ефективності даного процесу в умовах конкретного підприємства. Тому виникає об'єктивна потреба в дослідженні даної проблеми.

На сьогодні згідно діючого в суспільному виробництві загального підходу до визначення рівня економічної ефективності величина показника ефективності розраховується на основі співставлення результату, одержаного в процесі конкретної діяльності суб'єкта економіки та відповідних витрат. При оцінці економічної ефективності діяльності підприємств може використовуватися загальний показник ефективності, що являє собою відношення прибутку від конкретної діяльності до величини відповідних витрат. При цьому слід мати на увазі, що одержання максимального прибутку є метою всієї діяльності підприємства.

З іншого боку, прибуток на підприємстві виступає як головний ориєнтир, критерій та стимул підприємницької діяльності. Так, в ньому знаходять своє вираження результати впровадження нових прогресивних технологій, покращення якості продукції, удосконалення процесу організації виробництва, використання системи маркетингового інструментарію з метою стимулювання збуту продукції тощо. Більш того, прибуток підприємства акумулює в собі результати всіх напрямків його діяльності. З даному разі інтегральний ефект визначає собою суму потоків прибутку за прийнятий період оцінки ефекту. Відповідним чином це слід враховувати при використанні прибутку в процесі оцінювання економічної ефективності конкретного напрямку діяльності підприємства.

Проведені дослідження свідчать, що доцільність використання прибутку при оцінюванні цінової діяльності підприємства зумовлена рядом його особливостей. По-перше, він є однією з основних складових частин ціни, а прогнозна величина його об'єктивно враховується при її формуванні. По-друге, він акумулює в собі результати реалізації продукції за визначеною ціною. По-третє, величина його тісно пов'язана

витратами. По-четверте, на величину прибутку впливають рівень якості продукції та її дефіцитність на ринку, що знаходить своє відображення в конкурентоспроможності продукції. По-п'яте, він обумовлює рівень активної позиції підприємства на ринку. По-шосте, прибуток може використовуватись як наочний показник ефективності при безпосередньому порівнянні варіантів. По-сьоме, він є одним з головних критеріїв оптимізації економічних процесів.

Результативність маркетингової діяльності підприємства значною мірою залежить від рівня ціни на продукцію, який визначається відповідно до вибраного напрямку цінової політики. В умовах вільного ринку ціни на продукцію підприємств встановлюється з урахуванням особливостей конфігури ринку, структури маркетингового середовища, ступеня цінового ризику в процесі реалізації продукції та інших чинників, що впливають на процес ринкового ціноутворення. Складність ціноутворення в сучасних умовах полягає в тому, що рівень цін значною мірою залежить від особливостей ринку, на якому функціонує підприємство. На рівень цін впливає велика кількість чинників (не пов'язаних між собою, часто різноспрямованих), деякі з яких піддаються впливу (наприклад, економічні), деякі — не піддаються (наприклад, політичні, соціально-психологічні).

В сучасних умовах ціна товарів (робіт, послуг), що встановлює підприємство, повинна відповідати двом основним вимогам. По-перше, вона має забезпечувати отримання прибутку, достатнього для нормального функціонування та розвитку підприємства. По-друге, ціна повинна відповідати уявленням споживачів про призначення, якість, цінність продукції та стимулювати її придбання на ринку. З урахуванням такого рівня ціни повинна визначатися величина прибутку підприємства в процесі його планування на визначену перспективу.

В ринкових умовах кожне підприємство веде свою діяльність з метою одержання прибутку. При цьому мінімальний рівень ціни на продукцію повинен покривати всі його витрати. В іншому разі йому не має сенсу продовжувати випуск продукції за такою ціною. Більш того, коли мається на увазі, що ціна дорівнює витратам, то не можна визначити, що ж є причиною, а що наслідком. В цілому, на розмір доходу від реалізації продукції найбільше впливають кількість проданих одиниць продукції, ціна на неї та величина витрат підприємства.

У процесі вибору методичного підходу до обґрунтування прибутку підприємства за основу прийнятий напрям оптимізації його величини за рахунок вдосконалення цінової політики.

Стосовно рівня ціни на продукцію в процесі обґрунтування величини прибутку підприємства необхідно мати також на увазі, що при незмінному рівні ціни на продукцію навіть саме незначне зниження або зростання рівня витрат призводить відповідно до збільшення або зменшення величини прибутку. Певною мірою від величини витрат та рівня ціни на продукцію залежать обсяги її реалізації на ринку. Ефективність цінової діяльності може бути оцінена за допомогою різноманітних показників, основними з яких є фінансові. Базовим критерієм в даному разі виступає співвідношення між вибором від реалізації продукції на ринку та сукупними витратами підприємства. Більше того, при порівнянні альтернативних варіантів величина отриманого прибутку може використовуватися як критерій ефективності.

Розглядаючи оптимізацію прибутку внаслідок зниження собівартості продукції.

Собівартість продукції відображає досягнутий техніко-організаційний рівень виробництва, а отже, й економічні показники його діяльності. Значення собівартості надзвичайно велике. Вона впливає на розмір прибутку, а отже, на величину коштів, що спрямовуються на вирішення соціальних проблем працівників підприємства. Через це зниження собівартості продукції є одним з першочергових завдань кожного трудового колективу. Основні чинники зниження собівартості можна об'єднати в такі групи.

1. Підвищення науково-технічного рівня виробництва і продуктивності праці. Цьому сприяють механізація та автоматизація виробничих процесів, застосування сучасної техніки, модернізація виробничих процесів та діючого устаткування, впровадження нових технологій.

2. Поліпшення організації виробництва й праці, зниження собівартості за рахунок застосування прогресивних методів виробництва, кращого використання робочого часу, уникнення невиробничих витрат.

3. Оптимізація обсягів виробництва, структури випуску продукції за рахунок

нових моделей, ефективнішого використання виробничих фондів, транспортних засобів, застосування об'єктованого ціноутворення.

4. Удосконалення управління виробництвом і його здешевлення, поліпшення якості продукції.

Резервами зниження собівартості є також зменшення норм витрачання сировини й матеріалів, економія від заміни сировини матеріалами дешевшими; повніше використання вторинних ресурсів і супутніх продуктів; економне витрачання заробітної плати; вдосконалення комерційних зв'язків із постачальниками сировини й паливно-енергетичних ресурсів.

Підрахунок резервів збільшення прибутку за рахунок зниження собівартості продукції і послуг робиться у такий спосіб: попередньо виявлений резерв зниження собівартості продукції кожного виду помножуємо на планований обсяг її продажів з урахуванням резервів його зростання.

$$P \uparrow P_c \equiv \sum (P \uparrow C_i (VPP_i, P \uparrow VPP_i)) \quad (4.6)$$

Істотним резервом зростання прибутку є також поліпшення якості товарної продукції. Його підраховують у такий спосіб: плановану зміну частки кожного сорту (кондиції) множать на відпускну ціну відповідного сорту, результати додають і отриману зміну середньої ціни множать на планований обсяг реалізації продукції.

Особливе значення в підвищенні ефективності виробництва, досягненні якості економічного зростання є посилення творчого змісту праці, підвищення її культури. Радикальне підвищення культури праці і виробництва – потужні і постійно діючі фактори зростання ефективності суб'єктів господарювання, примноження кінцевих результатів, їхня активізація, включення в єдину систему соціально-економічних перетворень є важливою умовою досягнення зростання економіки України.

У сучасних умовах господарювання першорядне значення має організація реалізації продукції. Одна з лем економіки свідчить: виготовляти будь-який товар – це порівняно просто, а ось його продати – дуже складно. Важливий принцип

виконання підприємств – виробити те, що можна продати, а не навпаки – продати те, що виробляє підприємство.

Українах з розвинутою ринковою економікою при реалізації товарів народного споживання, керуються тим, що стандарт якості виробів знаходиться більш або менш на одному рівні. Тому особливе значення набувають інші сторони задоволення бажань споживачів: гарний естетичний вигляд, красива форма і зовнішнє оформлення, простота в експлуатації, відомість торгової марки, пресний виробник, гарантійний строк, безперебійне постачання запасних частин, дешевий ремонт і якісне обслуговування.

Оскільки в теперішній час купівельна спроможність більшої частини населення низька, а фінансовий стан багатьох суб'єктів господарювання незадовільний, то доцільно, на наш погляд, більше уваги приділяти реалізації продукції на експорт, розвитку зовнішньоекономічних зв'язків.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства в сучасному світі стає виключно актуальною важливою складовою частиною всієї його роботи. Об'єктивно це зумовлено поглибленням і розвитком світових господарських зв'язків, процесу міжнародного розподілу праці. В таких умовах важливо навчитися працювати з орієнтацією на зовнішній ринок, враховуючи вимоги до якості продукції, кон'юнктури, динаміку потреб, розміщення і потенційні можливості конкурентів. Важливо, щоб зовнішньоекономічна діяльність здійснювалась на основі валютної самостійності і самофінансування, а її результат став складовою частиною господарської діяльності підприємства і активно сприяв збільшенню обсягів реалізації.

У зовнішньоекономічній діяльності можна виділити такі відносно самостійні сфери:

- розробка і проведення рекламних заходів, участь у міжнародних ярмарках і виставках, організація спеціалізованих виставок;
- вивчення кон'юнктури відповідних товарних ринків;
- посередницькі послуги;
- операції з експорту та імпорту товарів і послуг, які становлять основу зовнішньоекономічної діяльності.

Для того, щоб підприємством випускати конкурентоспроможну продукцію, яка б користувалась попитом на зарубіжних ринках, слід приділяти велику увагу ресурсозбереженню. Зниження ресурсоемності виробництва на базі економічного і раціонального використання всіх видів природних, паливно-енергетичних і матеріальних ресурсів, підвищення ефективності використання виробничих фондів, зниження матеріалоемності продукції, що виробляється є однією з важливих умов підвищення ефективності виробництва.

Збільшення обсягів реалізації продукції на експорт сприятиме зростанню валютних надходжень і доходів держави. Для успішного ведення зовнішньої економічної діяльності підприємства повинні випускати високоякісну продукцію, яка б користувалась попитом за кордоном. Тому питанням підвищення якості продукції слід приділяти значну увагу.

Щоб випускати надійну і ефективну в експлуатації продукцію, кожне підприємство повинно зкати кращі зразки аналогічних виробів у промислових розвинених країнах і робити з цього висновки в практичній роботі. Необхідно вже на стадії проектування передбачити створення конструкцій нових машин, які не тільки відповідають кращим світовим зразкам, але і перевершують їх. На цьому етапі слід аналізувати тисячі патентів розвинених країн, сотні періодичних видань, вивчати інші інформаційні матеріали, що дає можливість постійно визначати найсуттєвіші параметри кращих зарубіжних аналогів і співставляти їх з показниками вітчизняних моделей.

Технічний рівень і якість продукції, що випускається, безпосередньо залежать від дотримання встановлених вимог на всіх стадіях розробки і виробництва цієї продукції. Відхилення від тих чи інших вимог призводить до випуску недоброякісної продукції.

В організації роботи з підвищення технічного рівня і якості продукції, що виробляється, забезпечення її конкурентоспроможності на світовому ринку, провідна роль повинна належати керівникам підприємств. Це впливає зі змісту зафіксованих у міжнародних стандартах з питань управління якістю продукції функцій загального (організаційного) управління, як включають політику в сфері якості.

Від організаторських здібностей, ініціативи, підприємливості господарств

керівників, уміючи створити необхідні рішення і забезпечити їхнє виконання в умовах недостатньо організованого середовища, створити здорове, творче середовище в колективі задля досягнення найкращих результатів діяльності, багато в чому залежить від продукції, яка буде конкурентною на світовому ринку.

Значну роль для оптимізації прибутку відіграє планування і маркетинг. Планування і маркетинг є провідними функціями економічної діяльності підприємства. Завдання планування – забезпечити зв'язок між працівниками підприємства та його керівництвом, які містять увесь технологічний ланцюжок: наукові дослідження і розробки, виробництво і збут продукції. Ці діяльності повинні базуватися на виявленні та прогнозуванні споживчого попиту, аналізі й оцінці наявних ресурсів, тобто на маркетингу. Звідси випливає необхідність породження планів маркетингу з плануванням економічної діяльності підприємства, яке полягає у комплексному дослідженні ринку, визначенні номенклатури продукції, що буде виготовлятися. Цією метою вивчаються потреби покупців, в якій мірі враховані в продукції вимоги споживачів до її надійності, якості, рівня ціни, умов поставки. Після визначення номенклатури продукції аналізується і прогнозується реальний платоспроможний попит на неї, вивчаються нові ринки збуту і нові споживачі. На основі прогнозу збуту складається план виробництва та інші плани економічної діяльності підприємства.

З метою підвищення ефективності економічної діяльності підприємства повинно досліджувати вплив на величину прибутку таких важливих економічних факторів, як ціна продукції, витрати виробництва, обсяг реалізованої продукції. Керівництво підприємства перед початком виробництва продукції повинно мати уявлення, на який прибуток можна розраховувати, як вирішити проблему оптимізації прибутку. З маржинального аналізу випливає, що максимального прибутку можна досягнути при рівності граничного доходу граничним витратам. Важливо визначити, при яких співвідношеннях обсягу виробництва продукції, її ціни та витрат, що перебувають у певній залежності одне від одного, настає рівність граничного доходу граничним витратам.

В дипломному проєкті досліджувались теоретичні аспекти формування доходу та витрат підприємства, обґрунтовані значення та необхідність аналізу, його методика.

Характерною ознакою аналізу є об'єктивна оцінка ефективності виробничо-фінансової діяльності підприємства. Прибутковість і конкурентоспроможність є основними критеріями оцінки виробничо-господарської діяльності кожного підприємства. В економічному аналізі використовується кінцевий фінансовий результат діяльності підприємства – це прибуток. Аналіз і оцінка прибутку здійснюється шляхом зіставлення відповідних показників з показниками попереднього звітного періоду для того, щоб визначити зміну показників і тенденцію цієї зміни.

Дослідження формування і використання доходів проводилось на матеріалах АТ „Володимир-Волинський КМП”.

В ході проведеного аналізу фінансово-господарської діяльності АТ „Володимир-Волинський КМП” можна зробити наступні висновки.

Протягом 2022-2024 років відбулось зростання капіталу майже АТ „Володимир-Волинський КМП” на 25237,6 тис. грн. (277,89%) за 2022-2024 роки. В досліджуваному періоді спостерігається збільшення усіх розділів активів: як оборотних (на 4411,8 тис. грн.), так і оборотних активів (на 20823,1 тис. грн. або на 415,8%). Пасиви товариство також збільшились. Так, власний капітал за досліджуваний період зріс з 2340,9 тис. грн. у 2022 році до 10112 тис. грн. у 2024 році. Як бачимо, відбулося зростання власного капіталу на 9891,1 тис. грн. або на 4477%. Поточні зобов'язання за 2022-2024 роки зросли на 16725,9 тис. грн. або на 293,7%.

ВАТ «Володимир-Волинський КМП» мало достатньо власних оборотних коштів для забезпечення своєї діяльності. Показники свідчать про значний знос основних засобів - коефіцієнт зносу і придатності основних засобів у 2024 році становили відповідно 0,87 і 0,13. Частку мобільних виробничих фондів у валюті балансу характеризує частка оборотних виробничих активів яка на протязі періоду

який аналізується постійно збільшується з 1,25 у 2022 році до 3,05 у 2024 році, що безумовно є позитивно для підприємства.

В 2022-2024 роках суттєво змінились показники фінансового стану підприємства. Коефіцієнт покриття зріс з 0,3 до 1,16 (норматив > 1).

Коефіцієнт швидкої ліквідності за період, що аналізується зріс на 0,3 та знаходився вище нормативного значення, що є характерним для нормальних умов роботи підприємства. Негативним моментом є те, що за два роки коефіцієнт абсолютної ліквідності не досягнув нормативного значення 0,5.

Коефіцієнт фінансової незалежності (нормативне значення 0,5) склав 0,29.

Загальна сума витрат за період, що аналізується зросла з 231203 тис. грн. у 2022 році до 34976 тис. грн. у 2024. Звідси загальне збільшення витратної частини АТ «Володимир-Волинський КМП» за 2022-2024 роки становило 11855 тис. грн. або на 51%.

В цілому витрати за 2022-2024 роки зросли на 51,3%. Відносне збільшення загальної суми доходів за 2022-2024 роки становило 59,5%.

Найбільшу питому вагу в структурі витрат АТ «Володимир-Волинський КМП» займає собівартість реалізованої продукції (86,1% в 2022 р., 89,4% в 2023 та 84,4% 2024 рр.). Частка адміністративних витрат скоротилась з 4,3% (2022 рік) до 4,3% (2024 рік). В цілому за 2022-2024 роки відбулося зростання всіх статей витрат.

Суттєво відрізнялись по роках величина прибутку. Якщо в 2022 році товариство зазнало збитків у сумі 567,8 тис. грн., то в 2023-2024 роках чистий прибуток склав відповідно 1970,8 тис. грн. та 1001 тис. грн. Така динаміка прибутку вплинула на показники рентабельності.

Рентабельність власного капіталу зросла з -78,9% у 2022 році до 10,4% у 2024 році. Відбулося зростання рентабельності активів з -5,4% до 2,67% або на 7,8%. Рентабельність операційної діяльності зросла за 2022-2024 роки на 5,8% і склала 3,1%.

Отже підсумовуючи вищевикладений матеріал, можна зробити висновок, що АТ «Володимир-Волинський КМП» є прибутковим підприємством з нормальним рівнем рентабельності.

Разом з тим на підприємстві існує досить багато проблем, вирішення яких суттєво вплине на покращення результатів діяльності. Для збільшення загальної суми доходів підприємства, на мою думку, необхідно збільшити асортимент продукції.

Для збільшення розміру доходу на підприємстві пропоную проводити глибокий аналіз даної категорії за такими напрямками:

3. аналіз загального обсягу та складу доходів;
4. аналіз обсягу та джерел формування валового доходу (від реалізації товарів) підприємства;
5. аналіз зміни рівня валового доходу;
6. оцінка рівня доходності інших видів діяльності підприємства;
7. кількісна оцінка факторів, що обумовлюють зміну обсягу формування валового доходу;
6. оцінка невикористаних можливостей з отримання доходів;
7. аналіз достатності формування доходів.

Отже, розглядаючи доходи підприємства в системі показників його економічного розвитку, слід зазначити, що це найважливіший фінансовий показник, який є джерелом покриття поточних витрат та формування прибутку підприємства. Від його розміру залежить оплата праці, формування чисельності та складу працівників, податкова політика, можливість розвитку матеріально-технічної бази, фінансування відтворювальних процесів, виплати дивідендів тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку №16 «Витрати». Затверджено наказом Міністерства фінансів України від 31.12.1998 № 318. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-99#Text>
2. Бень Т. Г., Довбня С. Б. Інтегральна оцінка фінансового стану підприємства. *Фінанси України*. 2002. № 6. С. 21–25.
3. Білик М. П. Сутність та оцінка фінансового стану підприємства. *Фінанси України*. 2020. № 3. С. 30–32.
4. Задорожний І.З. Управлінський облік фінансових результатів у будівництві. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2021. № 12. С. 26.
5. *Економіка підприємства* : підручник / за заг. ред. Й. М. Петровича. Львів : Новий Світ-2000, 2019. 420 с.
6. *Економіка підприємства* : підручник / за заг. ред. С. В. Покропивного. Київ : КНЕУ, 2008. 375 с.
7. Грішкова О. А. *Економіка праці та соціально-трудова відносини* : підручник. Київ : Знання, 2004. 616 с. URL: <https://repository.ldufk.edu.ua/items/3710376a-feb8-4cdd-955c-d4366758b37b>
8. Гладкий О. Б. *Економіка та організація діяльності об'єднань підприємств* : навч. посібник. Київ : КНЕУ, 2005. 260 с.
9. Світлична В. Ю. *Економіка підприємства* : навч. посібник. Харків : УНУМІ, 2010. 115 с.
10. Ізмайлова К. В. *Фінансовий аналіз*. Київ : МАУП, 2001. 256 с.
11. Ізмайлова К. В. *Фінансовий аналіз у будівництві* : навч. посібник для студентів ВНЗ. Київ : Кондор, 2022. 236 с. URL: <http://condor.knu.ua/book/financial-analysis-in-construction/>
12. Квашніцька Р. С. *Управлінський облік* : підручник. Київ : Кондор, 2016. 308 с. URL: <https://ciblib.pubip.edu.ua/server/api/core/bitstreams/5691a1f8-49d3-42dd-bb5e-a1526144e7b/content>
13. Корсиков М. Я. *Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємства* : навч. посібник. 2-ге вид., стер. Київ : Знання, 2001. 280 с.

14. Крушель С. Г. Оцінка фінансового стану підприємства. *Фінанси України*. 2002. № 8. С. 5–7.

15. Кунцевич В. О. Підходи до діагностики фінансового потенціалу підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2020. № 1. С. 16–17.

16. Марин З. О., Луценко І. М. *Економіка підприємства : навч. посібник*. Київ : Знання, 2019. 338 с.

17. Маяковська Т. П., Бондар Н. М. *Економіка підприємства : навч. посібник для студентів вищ. навч. закладів*. Київ : МАУП, 2003. 215 с.

18. *Методичні рекомендації з формування собівартості будівельно-монтажних робіт (наказ редакція)*. Київ : УкрТДП «Екобуд», 2019. 185 с.

19. Мних Є. В. *Економічний аналіз : підручник*. Київ : Центр навчальної літератури, 2003. 412 с.

20. Миколаєв В. П. *Введення в ринкову економіку будівництва*. Київ : Будівельник, 1998. 143 с.

21. *Нормативно-правові документи з питань будівництва : збірник / упоряд. М. І. Камлик*. Київ : Атака, 2003. 528 с.

22. Попович П. Я. *Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання : підручник*. Тернопіль : Економічна думка, 2019. 338 с.

23. Тарасенко Н. В. *Економічний аналіз : навч. посібник*. 3-тє вид., перероб. Львів : Новий Світ – 2000, 2019. 417 с.

24. Тіщенко О. М. *Економіка будівництва : навч. посібник*. Харків : УНУМІ, 2008. 202 с.

25. Саєнко О. С. *Фінансовий менеджмент : навч. посібник*. Київ : ЦНЛ, 2020. 396 с. URL: <https://pib.dachniki.com/19230919/finansoviy-menedzhment-sayenko>

26. Гал Чалко Ю. С. *Витрати підприємства : навч. посібник*. Київ : ЦУЛ, 2002. 656 с.

27. Шушпакор С. Б. *Фінансовий аналіз : навч. посібник*. Київ : Кондор, 2020. 200 с. URL: <https://condor.kiev.ua/book/finansoviy-analiz-navchalniy-posibnik-2/>