

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ

Кафедра економіки і торгівлі

На правах рукопису

КРАЙВАНОВИЧ МІЛАН ОЛЕКСІЙОВИЧ

**ЧИННИКИ ТА НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОЇ
ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА**

Спеціальність 070 Підприємництво та торгівля

Освітньо-професійна програма

«Підприємництво, торгівля та організація бізнесу»

Робота на здобуття освітнього рівня «Магістр»

Науковий керівник

ІУХІЛОВ КОСТЯНТИН ВОЛОДИМИРОВИЧ,

доктор економічних наук,

доктор педагогічних,

професор

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

Протокол № _____

засідання кафедри економіки і торгівлі від _____ 2025 р.

завідувач кафедри

_____ проф. Іваниця О.М.

ЛУЦЬК – 2025

АНОТАЦІЯ

Актуальність дослідження обумовлена ключовою роллю доходу та прибутку у забезпеченні фінансової стійкості підприємства та необхідністю розробки ефективних напрямів їх оптимізації в умовах ринкової економіки. Метою роботи є комплексне вивчення теоретичних засад формування, розподілу та використання прибутку, а також обґрунтування практичних рекомендацій щодо підвищення рівня доходу на досліджуваному підприємстві. У процесі дослідження систематизовано теоретичні основи розрахунку прибутку та рентабельності, проведено детальний аналіз фінансового стану та формування прибутку об'єкта дослідження, обґрунтовано принцип максимізації прибутку, а також розроблено конкретні шляхи його збільшення та рекомендації щодо оптимізації прибутковості у короткостроковому та довгостроковому періодах, що має суттєве практичне значення для вдосконалення системи фінансового управління підприємством.

Ключові слова: Прибуток, Дохід, Рентабельність, Фінансовий стан, Оптимізація прибутку, Максимізація, Розподіл, Короткостроковий період, Довгостроковий період.

ANNOTATION

The relevance of the research is determined by the critical role of revenue and profit in ensuring the financial stability of the enterprise and the need to develop effective directions for their optimization within a market economy. The goal of the work is a comprehensive study of the theoretical foundations of profit formation, distribution, and utilization, as well as the substantiation of practical recommendations for increasing the revenue level at the investigated enterprise. During the research, the theoretical foundations for calculating profit and profitability were systematized, a detailed analysis of the financial status and profit formation of the object of study was conducted, the principle of profit maximization was substantiated, and specific ways to increase it and recommendations for optimizing profitability in the short-term and long-term periods were developed, which has significant practical importance for improving the enterprise's financial management system.

Key Words: Profit, Revenue, Profitability, Financial condition, Profit optimization, Maximization, Distribution, Short-term period, Long-term period.

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ І ВИКОРИСТАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ

- 1.1. Основи формування прибутку підприємства 6
- 1.2. Розрахунок прибутку, сутність і методи обчислення рентабельності 15
- 1.3. Розподіл і використання прибутку 20

РОЗДІЛ 2 ОЦІНКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ТА ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

- 2.1. Загальна характеристика об'єкта дослідження 26
- 2.2. Оцінка фінансового стану підприємства 31
- 2.3. Формування прибутку на досліджуваному підприємстві 38

РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ТА ЧИННИКИ ЗБІЛЬШЕННЯ ПРИБУТКУ

- 3.1. Максимізація прибутку як одна з головних цілей підприємства 45
- 3.2. Оптимізація прибутку в короткостроковому та довгостроковому періодах 57

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Актуальність дослідження зумовлена фундаментальною роллю прибутку в системі ринкових відносин та його визначальним значенням для забезпечення сталості, розвитку та конкурентоспроможності будь-якого підприємства. У умовах динамічного зовнішнього середовища постійних змін законодавчої бази та зростаючої конкуренції, ефективного формування, розподілу та використання прибутку є критичною передумовою фінансового благополуччя та інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання.

Кругообіг коштів починаючи від вкладення у виробництво і завершуючи отриманням виручки від реалізації продукції, є безперервним процесом, що забезпечує не лише відшкодування витрат, а й формування доходів і прибутку. Саме прибуток виступає головним джерелом для:

- Розширення та модернізації матеріально-технічної бази виробництва.
- Фінансування інвестиційної та інноваційної діяльності.
- Виконання соціальних зобов'язань перед працівниками та суспільством.
- Своєчасного виконання фінансових зобов'язань перед державою, банками та іншими контрагентами.

Отже, забезпечення зростання прибутку або його стабілізація на належному рівні є ключовою стратегічною ціллю діяльності підприємства, а методичний та практичний інструментарій його аналізу та управління потребують постійного вдосконалення.

Метою магістерської роботи є комплексне дослідження теоретичних засад та практичних аспектів формування і використання прибутку підприємства в сучасних ринкових умовах, розробка та наукове обґрунтування практичних рекомендацій щодо збільшення прибутковості діяльності досліджуваного суб'єкта господарювання.

Для досягнення поставленої мети визначено наступні завдання:

1. Систематизувати теоретичні положення та уточнити економічну сутність категорій «прибуток» та «бензобельність», а також проаналізувати вітчизняну та зарубіжну практику їх формування, розподілу та використання.

2. Провести ґрунтовний аналіз фінансових результатів діяльності підприємства, оцінити динаміку та структуру прибутку (валового, операційного, чистого) та показників рентабельності.

3. Визначити основні чинники, що впливають на зміну обсягу та рівня прибутковості досліджуваного підприємства.

4. Розробити та обґрунтувати конкретні шляхи та резерви збільшення прибутку, спрямовані на підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності.

Об'єктом дослідження є фінансово-господарська діяльність АТ „Луцьк Фудз”.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та організаційно-практичних аспектів формування, розподілу та використання прибутку підприємства в умовах ринкової економіки.

Методологічною основою роботи слугують загальнонаукові методи пізнання, зокрема системний підхід, методи економічного аналізу (горизонтальний, вертикальний, факторний), методи статистичного аналізу (групування, порівняння, динамічних рядів) та методи фінансового моделювання при обґрунтуванні рекомендацій.

Інформаційною базою дослідження є нормативно-правові акти України, що регулюють питання оподаткування та фінансів підприємств, наукова література, монографії, статті вітчизняних та зарубіжних вчених, а також дані фінансової бухгалтерської та статистичної звітності АТ „Луцьк Фудз” за досліджуваний період.

Практична значущість роботи полягає у можливості використання розроблених рекомендацій та пропозицій керівництвом АТ „Луцьк Фудз” для вдосконалення системи управління прибутком, оптимізації його розподілу та пошуку внутрішніх резервів підвищення прибутковості, що, в кінцевому підсумку, забезпечить зміцнення його фінансового стану.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ І ВИКОРИСТАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Основи формування прибутку підприємства

Прибуток є однією з основних категорій товарного виробництва. Це передусім виробнича категорія, що характеризує відносини, які складаються в процесі суспільного виробництва.

Поняття прибутку безпосередньо пов'язана з наявною категорією «витрати виробництва». Прибуток - це та частина додаткової вартості продукту, що реалізується підприємством, яка залишається після покриття витрат виробництва. Відособлення частини вартості продукції у вигляді витрат виступає грошовим виразом собівартості продукції.

Додатковий продукт - це вартість, створена виробниками понад вартість необхідного продукту. Додатковий продукт властивий усім суспільно-економічним формаціям і є однією з важливих умов їхнього успішного розвитку.

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

Отже, об'єктивна основа існування прибутку пов'язана з необхідністю першочинного розподілу додаткового продукту. Прибуток - це форма прояву вартості додаткового продукту.

Таким чином, прибуток є об'єктивною економічною категорією. Тому його формування визначають об'єктивні процеси, що відбуваються в суспільстві, у сфері виробництва й розподілу валового внутрішнього продукту.

Водночас прибуток - це підсумковий показник, результат фінансово-господарської діяльності підприємств як суб'єктів господарювання. Тому прибуток відображає її результати і зазнає впливу багатьох чинників. Є особливості у формуванні прибутку підприємств залежно від сфери їхньої діяльності, галузі господарства, форми власності, розвитку ринкових відносин.

На формування прибутку як фінансового показника роботи підприємства, що відбивається в бухгалтерському обліку, в офіційній звітності суб'єктів господарювання, впливає встановлений порядок визначення фінансових результатів діяльності; обчислення собівартості продукції (робіт, послуг); зазначеного господарських витрат; визначення прибутків (збитків) від фінансових операцій іншої діяльності.

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

Прибуток - це показник, що формується на мікрорівні. Прибуток народного господарства - це результат діяльності окремих підприємств, галузей економіки, розвитку окремих сфер, структурних зрушень в економіці, змін у порядку обліку фінансових результатів.

Зміни в обсягах прибутку підприємств різних галузей економіки за 1995-1998 роки свідчать про складні процеси, що відбуваються в окремих галузях економіки і пов'язані зі зміною обсягів виробництва й реалізації продукції (робіт, послуг), зміною ефективності господарювання; розвитком ринкових відносин; ціноутворенням.

Узагальнюючим фінансовим показником діяльності підприємства є його прибуток. Протягом тривалого часу загальна сума, отримана підприємством, прибутку визначалась як балансовий прибуток. Найбільш повне, на нашу думку, визначення балансового прибутку було дано в статистичному щорічнику України за 1996 рік: «Балансовий прибуток - загальна сума прибутку підприємства від усіх видів діяльності за звітний період, отримана як на території України, так і за її межами, що відображена в його балансі і включає прибуток від реалізації продукції (робіт, послуг), в тому числі продукції допоміжних і обслуговуючих виробництв, що не мають окремого балансу, основних фондів, нематеріальних активів, цінних паперів, валютних цінностей, інших видів фінансових ресурсів та матеріальних цінностей, а також прибуток від орендних (лізингових) операцій, роялті, а також позареалізаційних операцій».

Отримання балансового прибутку було пов'язане з кількома напрямками діяльності підприємства (рис. 1.1).

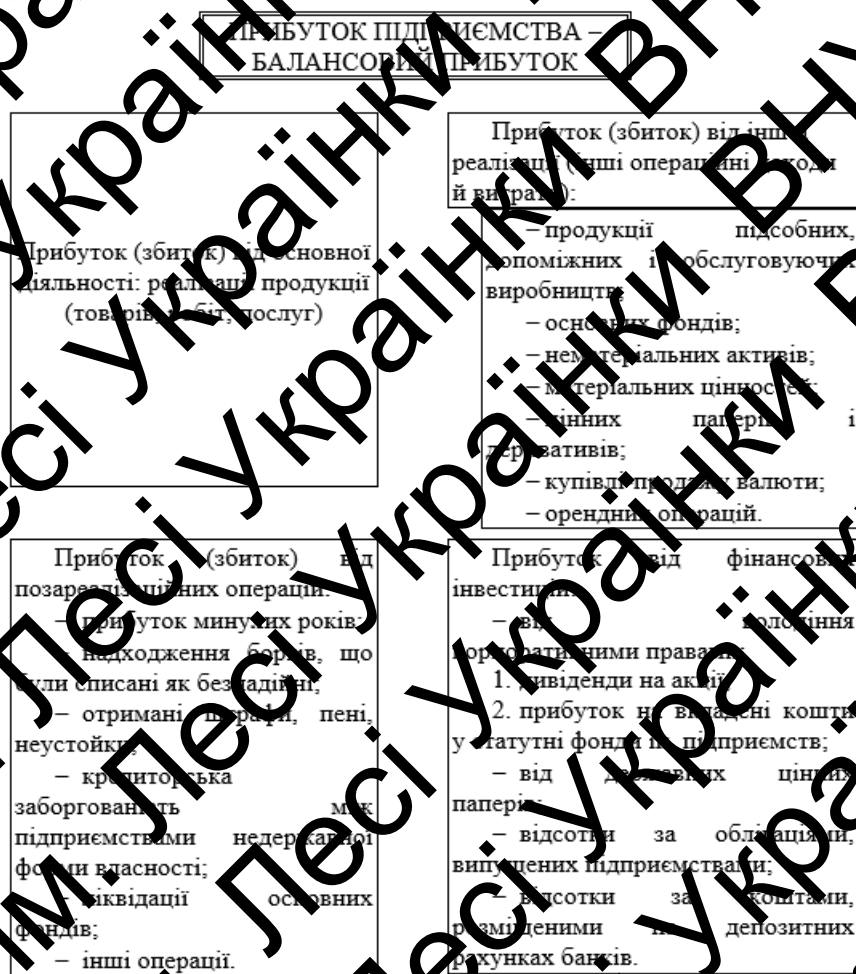


Рис. 1.1. Структурно-логічна схема формування прибутку підприємства до реформування бухгалтерського обліку і фінансової звітності та введення національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку

По-перше, це основна діяльність. Її результатом є прибуток від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг). Як правило, цей прибуток займає основну питому вагу в складі балансового прибутку. Прибуток від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) визначається відніманням з виручки від реалізації суми податку на додану вартість, акцизного збору, ввізного мита, митних зборів, а також витрат, що включилися в собівартість реалізованої продукції (робіт, послуг). Залежно від сфери, виду діяльності підприємства мали місце деякі особливості формування цього прибутку, методики його розрахунку.

По-друге, ця діяльність ще не є основою для даного підприємства, але пов'язана з реалізацією матеріальних і нематеріальних цінностей, деяких послуг. Її визначали як прибуток від іншої реалізації.

Прибуток від іншої реалізації міг бути отриманий за реалізації на сторону продукції підсобних, допоміжних і обслуговуючих виробництв. У цьому разі прибуток розраховувався так само, як і від реалізації продукції основної діяльності. Прибуток від реалізації основних фондів (групи 1), нематеріальних активів розраховувався відніманням від ціни їх реалізації ПДВ витрат з реалізації і залишкової їх вартості. Прибуток від реалізації цінних паперів обчислювався як різниця між ціною їх реалізації і ціною придбання. При цьому ціни реалізації включали витрати, пов'язані з реалізацією (комісійний збір).

Склад і обсяг прибутку від іншої реалізації міг значно коливатись на окремих підприємствах і в окремі періоди.

По-третє, це діяльність, пов'язана зі здійсненням фінансових інвестицій.

На обсяг названого прибутку справляв вплив обсяг фінансових інвестицій, їхнє спрямування і структура, умови оподаткування. Слід зазначити, що з другого півріччя 1997 року прибуток, отриманий від володіння корпоративними правами та державними цінними паперами суб'єктами господарювання, оподатковується.

По-четверте, це діяльність, пов'язана з отриманням позареалізаційних прибутків і виникненням позареалізаційних витрат (збитків) підприємств.

До них включали:

- 1) прибутки і збитки минулих років, що були виявлені у звітному періоді;
- 2) невідшкодовані збитки від надзвичайних ситуацій (стихійних лих, пожеж, аварій);
- 3) надходження боргів, списаних раніше як безнадійні;
- 4) штрафи, пені, неустойки, що надходили за порушення господарських договорів суб'єктами господарювання у зв'язку із застосуванням фінансових санкцій;
- 5) штрафи, отримані за несвоєчасне погашення податкового кредиту з державного бюджету;
- 6) кредиторська заборгованість між підприємствами недержавної форми.

вчасності, щодо якої минув термін позовної давності;

7) дебіторська заборгованість, щодо якої минув термін позовної давності;

8) прибуток від завищення ціни тарифів;

9) курсова різниця від операцій в іноземній валюті;

10) прибуток (збиток) від ліквідації основних засобів;

11) вартісна різниця відвантаженої та отриманої частини виконаного повністю бартерного контракту;

12) прибуток (збиток) від цільової діяльності.

Слід звернути увагу, що отримання прибутку суб'єктами господарювання було пов'язане з діяльністю не тільки на території України, а й за її межами.

Засоби або майно, отримані підприємством безкоштовно, до складу прибутку не включалися.

З прийняттям Закону «Про внесення змін і доповнень в Закон України "Про оподаткування прибутку підприємств"» від 22 травня 1997 року податкові адміністрації здійснюють контроль за правильністю визначення оподаткованого прибутку. Установлена методика визначення оподаткованого прибутку безпосередньо не зв'язана з формуванням прибутку підприємств як фінансового результату їхньої діяльності.

Однак посилення контролю за формуванням прибутку з боку податкових органів не зменшує значення цього показника для підприємства. Прибуток залишається джерелом сплати податків, формування фінансових ресурсів підприємств. Тому формування загального прибутку, його збільшення мають важливе значення для кожного підприємства - суб'єкта господарської діяльності. Управління цими процесами займає важливе місце у фінансовому менеджменті.

З впровадження реформування бухгалтерського обліку і фінансової звітності в Україні з 2000 р. відповідно до міжнародних стандартів відбуваються зміни в методиці визначення прибутку підприємств. На рис. 1.2 показано схему формування прибутку підприємства з урахуванням змін у бухгалтерському обліку та звітності.

Облік і визначення фінансових результатів - прибутку (збитку) здійснюється за такими видами діяльності підприємства: звичайна діяльність, у тому числі

операційна, та інша звичайна діяльність: діяльність, пов'язана з виникненням надзвичайних подій. У свою чергу, операційна діяльність поділяється на основну та іншу операційну діяльність.

Отримання прибутку від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) залежить від здійснення основної діяльності суб'єктів господарювання. Прибуток є складовою частиною виручки від реалізації. Однак на відміну від виручки надходження якої на поточний рахунок підприємства фіксується регулярно, обсяг отриманого прибутку визначається тільки за певний період (квартал, рік) на підставі даних бухгалтерського обліку.

Реально формування прибутку на підприємстві відбувається з мру реалізації продукції. Згідно із законодавчими актами України момент реалізації визначається за датою відвантаження продукції (товарів), а для робіт (послуг) - за датою фактичного виконання (надання) таких або за датою зарахування коштів покупцем на банківський рахунок постачальника.

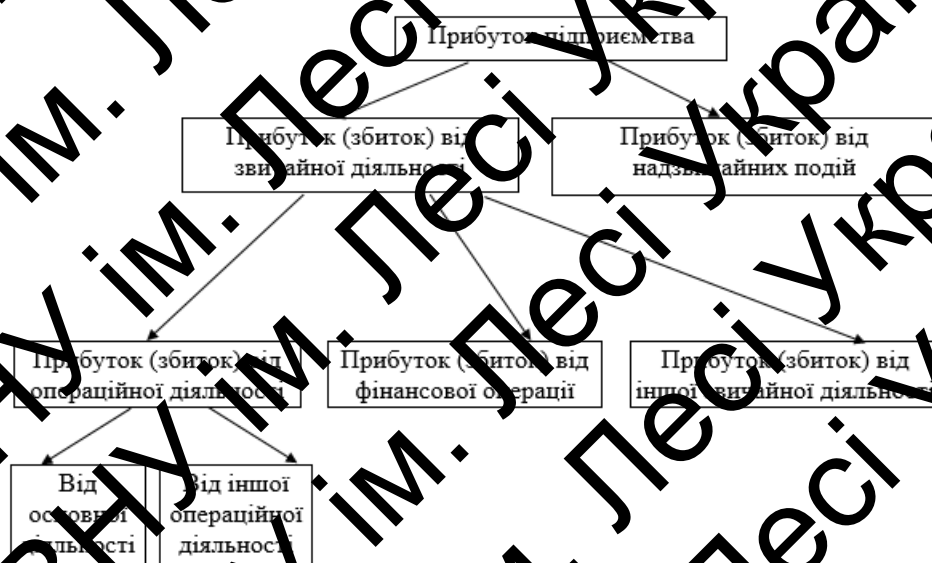


Рис.1.2. Структурно-логічна схема формування прибутку підприємства відповідно до національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку в Україні

Однак незалежно від визначення моменту реалізації в законодавчих актах реальне формування на підприємстві прибутку від реалізації продукції має місце тільки за умови, коли така відбувається насправді, тобто коли кошти від покупця

надходять на банківський рахунок постачальника.

Визначення моменту реалізації за датою відвантаження товарів і встановлення податкових зобов'язань підприємств згідно з цією датою може призводити до використання оборотних коштів підприємств на сплату податків, погіршення їхнього фінансового стану.

Прибуток від реалізації продукції безпосередньо залежить від двох основних показників: обсягу реалізації продукції та її собівартості. На зміну обсягу реалізації продукції впливає зміна обсягу виробництва, залишків нереалізованої продукції, частки прибутку в ціні продукції (рентабельність продукції) (див. рис. 1.3).

Треба звернути увагу на те, що зміна обсягу виробництва, залишків нереалізованої продукції справляють вплив не тільки на обсяг реалізації продукції, а й на її собівартість, оскільки змінюються умовно-постійні витрати (за зміни обсягу виробництва продукції); витрати на зберігання продукції, інші витрати (за зміни залишків нереалізованої продукції).

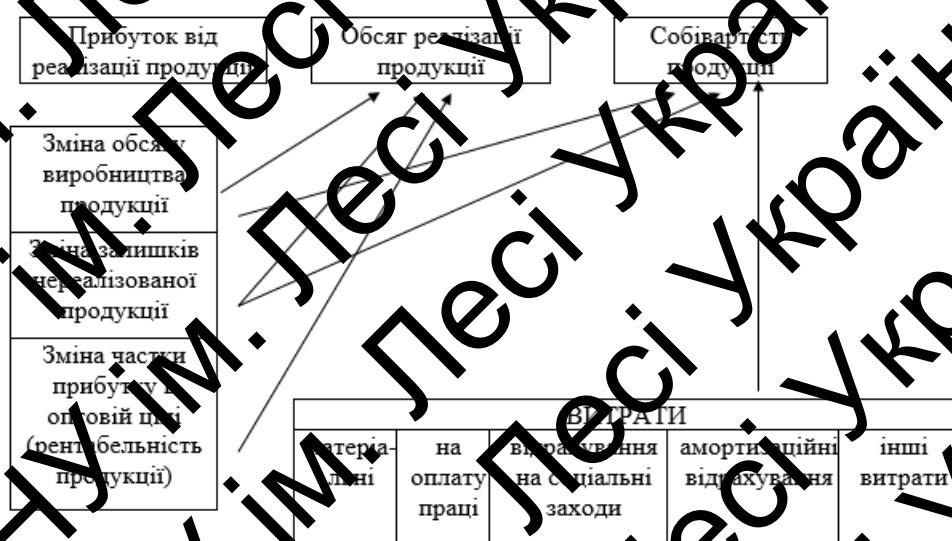


Рис. 1.3. Структурно-логічна схема формування прибутку від реалізації продукції

Істотний вплив на обсяг реалізації продукції, а також і на прибуток від реалізації справляє розмір прибутку, що включається в ціну виробів. За умов формування ринкової економіки державного регулювання рентабельності продукції, як правило, уже нема. Отже, створюється можливість збільшення

прибутку підприємства за рахунок збільшення частки прибутку в ціні окремих виробів. Цьому сприяє брак належної конкуренції, монополічне становище деяких підприємств у виробництві та реалізації багатьох видів продукції.

Отже, можна зробити висновок, що можливості підприємств впливати на обсяг прибутку від реалізації змінюючи обсяги виробництва продукції, залишки нереалізованої продукції, рентабельність, є досить суттєвими.

Розглянемо вплив на формування прибутку собівартості продукції (робіт, послуг). Собівартість є узагальнюючим, якісним показником діяльності підприємств, показником її ефективності. Є певні особливості у формуванні собівартості продукції (робіт, послуг) залежно від сфери діяльності, галузі господарства.

Узагальнено можна дати таке визначення собівартості. Собівартість продукції (робіт, послуг) – це виражені в грошовій формі поточні витрати підприємства на їх виробництво (виконання).

Витрати на виробництво продукції утворюють виробничу собівартість.

Як уже було сказано, підприємство може суттєво впливати на формування собівартості. Однак при цьому необхідно взяти до уваги таке.

По-перше, склад (перелік) витрат, що їх можна відносити на собівартість, регламентований законодавством. Протягом 1996 р. Постановами Кабінету Міністрів України були затверджені «Типові положення з питань планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) у промисловості, сільському господарстві, будівництві, торгівлі, собівартості науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт».

На основі «Типових положень» розроблені галузеві, відомчі положення, інструкції, що визначають порядок визначення планової і фактичної собівартості продукції (робіт, послуг).

Витрати виробництва, що включаються в собівартість продукції (робіт, послуг), групуються за такими елементами:

- матеріальні витрати;
- витрати на оплату праці;

- відрахування на соціальні заходи;
- амортизація основних фондів і нематеріальних активів;
- інші витрати.

Що-друге, у складі витрат, що включуються в собівартість, розмір деяких із них також регулюється державою встановленням нормативів відрахувань. Це передусім стосується таких елементів витрат:

- відрахування на соціальні заходи (державне пенсійне страхування, соціальне страхування, страхування на випадок безробіття);
- амортизація основних засобів і нематеріальних активів;
- витрати на фінансування ремонту й поліпшення основних фондів;
- інші витрати (податки на землю і на транспортні засоби, відрахування в Державний інноваційний фонд, комунальний податок).

Випливає, що підприємства на названі елементи витрат обмежені. Однак і виважений через належне управління показником, до якого застосовуються встановлені нормативи відрахувань: витрати на оплату праці, структура і джерела виплати; вартість основних виробничих фондів, що належать підприємству, їх структура і джерела формування.

У Законі «Про оподаткування прибутку підприємств» від 22 травня 1997 року і прийнятих до нього доповненнях не згадується категорія «собівартість», бо розрахунок оподаткованого прибутку базується на обчисленні валового доходу і його наступному корисуванні. Однак з цього не слід робити висновку про ліквідацію собівартості як показника діяльності підприємства, що поспішили оголосити деякі економісти після прийняття названого закону.

Без обчислення собівартості неможливо визначити фінансовий результат виробничо-господарської діяльності підприємства. Скорочення витрат на виробництво продукції, тобто зниження її собівартості, є важливим фактором збільшення прибутку від реалізації. Цього можна досягти за рахунок використання численних факторів, що впливають на скорочення витрат на виробництво продукції. Для цього необхідно знати: повний перелік указаних витрат; особливості складу і формування витрат з урахуванням сфери й галузі діяльності

підприємства.

Слід зазначити, що чинні підприємства всіх форм власності отримали більше самостійності в прийнятті рішень щодо формування собівартості. Однак вони не можуть порушувати чинних законодавчих і нормативних документів, що регламентують ці питання.

Відповідно до положень (стандартів) бухгалтерського обліку, що набули чинності з 2000 року (зокрема за положенням бухгалтерського обліку 9 «Запаси»), собівартість реалізованої продукції складається з виробничої собівартості продукції, яку було реалізовано протягом звітного періоду, нерозподілених постійних загальновиробничих витрат та наднормативних виробничих витрат.

До виробничої собівартості продукції (робіт, послуг) включають: прямі матеріальні витрати; прямі витрати на оплату праці; інші прямі витрати; загальновиробничі витрати.

Перелік і склад статей калькулювання виробничої собівартості продукції (робіт, послуг) устатковується підприємством.

Витрати, пов'язані з операційною діяльністю, які не включаються до виробничої собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), поділяються на: адміністративні витрати; витрати на збут; інші операційні витрати.

1.2. Розрахунок прибутку, сутність і методи обчислення рентабельності

Управління формуванням прибутку від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) передбачає розрахунок його планового обсягу. Планування, прогнозування суми прибутку суб'єктів господарювання необхідні для складання коротких і перспективних фінансових планів.

Визначення суми прибутку від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) має певні особливості залежно від сфери діяльності суб'єкта господарювання: виробничої сфери; торгівлі; сфери послуг.

У виробничій сфері особливості в розрахунку прибутку від реалізації продукції підприємств і сільськогосподарськими підприємствами, будівельними

організаціями, підприємствами транспорту. У сфері послуг будуть особливості визначення прибутку від надання послуг комерційними банками, страховими компаніями, інвестиційними фондами, підприємствами торгівлі.

На підприємствах виробничої сфери можуть бути використані три методи розрахунку прибутку від реалізації продукції:

- 1) прямого розрахунку;
- 2) за показником витрат на одиту тривню продукції;
- 3) економічний (аналітичний) метод.

Метод прямого розрахунку. Прибуток розраховується за окремими видами продукції, що виробляються і реалізуються. Для розрахунку необхідні такі вихідні дані:

1. Перелік і кількість продукції відповідної номенклатури (асортименту), що планується до виробництва і реалізації.
2. Собівартість одиниці продукції.
3. Ціна одиноїдї продукції (ціна виробника).

Розрахунок прибутку на підставі показника витрат на 1 грн. продукції. Це укрупнений метод. Може застосовуватись по підприємству в цілому за розрахунку прибутку від випуску, реалізації всієї продукції. Передбачається використання даних про виробничі витрати та реалізацію продукції за попередній період, а також очікувану їх зміну, що прогнозується в наступному періоді.

Економічний (аналітичний) метод. Може використовуватись для розрахунку прибутку від випуску (реалізації) продукції. Він відрізняється від уже розглянутих методів розрахунку прибутку тим, що дає змогу визначити не тільки загальну суму прибутку, а й вплив на неї зміни окремих чинників: обсягу виробництва (реалізації) продукції; собівартості продукції; рівня оптових цін і рентабельності продукції; асортименту та якості продукції.

Розрахунок прибутку цим методом здійснюється окремо за порівнянною і непорівнянною продукцією в плановому періоді. Порівнянна продукція – це продукція, що вироблялася в попередньому періоді. Непорівнянна продукція – це продукція, що не вироблялася на підприємстві в попередньому періоді.

Розрахунок прибутку за порівнянною продукцією здійснюється в такій

послідовності: визначається очікуваний базовий прибуток і базова рентабельність продукції; порівнянна продукція планового періоду визначається за собівартістю періоду, що передував плановому, виходячи з рівня базової рентабельності продукції розраховується прибуток за порівнянною продукцією в плановому періоді; розраховується вплив окремих чинників на зміну прибутку в періоді, що планується.

Розрахунок базового прибутку здійснюється на підставі звітних або очікуваних даних за попередній період. Базовий прибуток - це прибуток від випуску (реалізації) продукції в періоді, що передував плановому. За його розрахунку здійснюється коригування звітної, очікуваної прибутку з урахуванням чинників, що на нього вплинули тоді, але не діятимуть у періоді, що планується: зміна оптових цін, припинення випуску окремих видів продукції, зміна рентабельності окремих видів продукції, зниження їх собівартості. Від точного розрахунку базового прибутку залежить точність усіх наступних розрахунків.

Прибуток від випуску (реалізації) непорівнянної продукції може бути розрахований методом прямого розрахунку, якщо є відповідні вихідні дані. За браком таких прибуток розраховується для всієї непорівнянної продукції з використанням показника середньої рентабельності продукції підприємства.

Слід зазначити, що в тому разі, коли розрахунок прибутку розглянутими вище методами здійснений виходячи із загального випуску продукції, окремо розраховується прибуток від реалізації продукції. При цьому враховується обчислена сума прибутку від випуску продукції, а також зміна прибутку в залишках нереалізованої продукції. Може бути використана така формула розрахунку:

$$П_{рп} = П_{зпп} + П_{зпн} - П_{зкп}, \quad (1.1)$$

де $П_{рп}$ - прибуток від реалізації продукції;

$П_{зпп}$ - прибуток у залишках нереалізованої продукції на початок планового періоду;

$П_{вп}$ - прибуток від випуску продукції;

$П_{зкп}$ - прибуток у залишках нереалізованої продукції на кінець

планового періоду.

Прибуток у залишках нереалізованої продукції можна розраховувати за методом прямого розрахунку, якщо є відповідні вихідні дані. Проте, як правило, дуже складно визначити асортимент, перелік виробів у залишках, особливо на кінець періоду, що планується.

Тому частіше прибуток у залишках нереалізованої продукції розраховується за показником рентабельності продукції. При цьому прибуток у залишках нереалізованої продукції на початок планового періоду обчислюється множенням собівартості цих залишків на середню рентабельність продукції на підприємстві в попередньому періоді (або в четвертому кварталі попереднього року за розрахунку прибутку на плановий рік).

Прибуток у залишках нереалізованої продукції на кінець планового періоду можна розраховувати множенням їхньої собівартості на середню рентабельність продукції на підприємстві в період, що планується (або в четвертому кварталі планового року за розрахунку прибутку на плановий рік).

Із розглянутих методів обчислення прибутку метод прямого розрахунку практично може бути використаний на підприємствах різних сфер діяльності і галузей економіки. Щодо аналітичного методу розрахунку і методу з використанням показника витрат на 1 грн. продукції, то методологія й окремі положення можуть бути застосовані також і на підприємствах сфери послуг.

Абсолютна сума прибутку, отримана підприємством, утім числі прибуток від основної діяльності, є дуже важливими показниками. Однак вони не можуть характеризувати рівень ефективності господарювання. За інших однакових умов більше суму прибутку отримає підприємство, яке володіє більшим капіталом, використовує більше живої і матеріалізованої праці, більше виробляє і реалізує продукції (робіт, послуг).

Прибуток - це частина отриманого на вкладений капітал чистого доходу підприємства, що характеризує його винагороду за ризик підприємницької діяльності. Щоб зробити висновок про рівень ефективності роботи підприємства, отриманий прибуток необхідно порівняти зі здійсненими витратами.

По-перше, витрати можна розглядати як поточні витрати діяльності

підприємства, тобто собівартість продукції (робіт, послуг).

Тут можливі різні варіанти визначення поточних витрат і прибутку, що використовуються у розрахунках.

По-друге, витрати можна розглядати як авансовану вартість (авансований капітал) для забезпечення виробничої та фінансово-господарської діяльності підприємства. Тут також можливі різні варіанти визначення авансованої вартості і визначення прибутку, що береться для розрахунків.

Співвідношення прибутку з авансованою вартістю або поточними витратами характеризує таке поняття, як рентабельність. У найширшому, найгальнішому розумінні рентабельність означає прибутковість або доходність виробництва і реалізації всієї продукції (робіт, послуг), чи окремих видів її; доходність підприємств, організацій, установ у цілому як суб'єктів господарської діяльності; прибутковості різних галузей економіки.

Рентабельності безпосередньо пов'язана з отриманням прибутку. Однак її не можна ототожнювати з абсолютною сумою отриманого прибутку. Рентабельність це відносний показник, тобто рівень прибутковості, що виражається у відсотках.

Різні варіанти рішень, що приймаються при визначенні прибутку, поточних витрат, авансованої вартості, для розрахунку рентабельності, зумовлюють наявність значної кількості показників рентабельності.

У подальшому наведено класифікацію показників рентабельності. Обчислення рентабельності окремих видів продукції (робіт, послуг) може ґрунтуватися на показниках прибутку від їх випуску або реалізації. При цьому поточні витрати можуть братися в таких варіантах: собівартість продукції (виробнича); собівартість продукції за виключенням матеріальних витрат (заново створена вартість); вартість продукції в цінах виробника (вартість за мінусом непрямих витрат). Для розрахунку рівня рентабельності підприємств можуть використовуватися: загальний прибуток; прибуток від реалізації продукції (робіт, послуг), тобто від основної діяльності. При цьому прибуток міститься авансованою вартістю, яку можна визначати в різних варіантах (весь капітал підприємства, власний капітал, позичковий капітал, основний капітал, оборотний капітал).

Для розрахунку рентабельності галузей економіки береться загальна сума прибутку, отримана підприємствами, об'єднаннями, іншими госпрозрахунковими формуваннями, що входять у відповідну галузь економіки. На рівень рентабельності галузі впливатиме наявність у ній низькорентабельних і збиткових підприємств.

1.3. Розподіл і використання прибутку

Прибуток є важливим показником ефективності виробничо-господарської діяльності, а також джерелом формування централізованих і децентралізованих фінансових ресурсів.

Отриманий підприємством прибуток може бути використаний для задоволення різноманітних потреб.

По-перше, він спрямовується на формування фінансових ресурсів держави, фінансування бюджетних видатків. Це досягається вигуленням у підприємств частини прибутку в державний бюджет.

По-друге, прибуток є джерелом формування фінансових ресурсів самих підприємств і використовується ними для забезпечення господарської діяльності.

Отже, отриманий підприємством прибуток є об'єктом розподілу. У розподілі прибутку можна виділити два етапи. Перший етап - це розподіл загального прибутку. На цьому етапі учасниками розподілу є держава й підприємства. У результаті розподілу кожний з учасників одержує свою частку прибутку. Пропорція розподілу прибутку між державою і підприємствами має важливе значення для забезпечення державних потреб і потреб підприємств. Це одне з принципових питань реалізації фінансової політики держави, від правильного вирішення якого залежить розвиток економіки в цілому.

Пропорції розподілу прибутку між державою (бюджетом) і підприємством складаються під впливом кількох чинників. Істотне значення при цьому має податкова політика держави щодо суб'єктів господарювання. Ця політика реалізується з сумі податків, що сплачуються за рахунок прибутку, у визначенні

об'єктів оподаткування, ставках оподаткування, у порядку надання податкових пільг.

Другий етап – це розподіл і використання прибутку, що залишився в розпорядженні підприємств після здійснення платежів до бюджету. На цьому етапі можуть створюватися за рахунок прибутку цільові фонди для фінансування відповідних витрат.

На рис. 1.4 зображено схему розподілу балансового прибутку підприємства до реформування бухгалтерського обліку і фінансової звітності відповідно до міжнародних стандартів. З неї можна зробити висновок, що на обсяг прибутку який залишався в розпорядженні підприємства, впливали: абсолютна сума отриманого балансового прибутку, платежі в бюджет, здійснювані за рахунок прибутку (реєнні платежі, податок на прибуток).

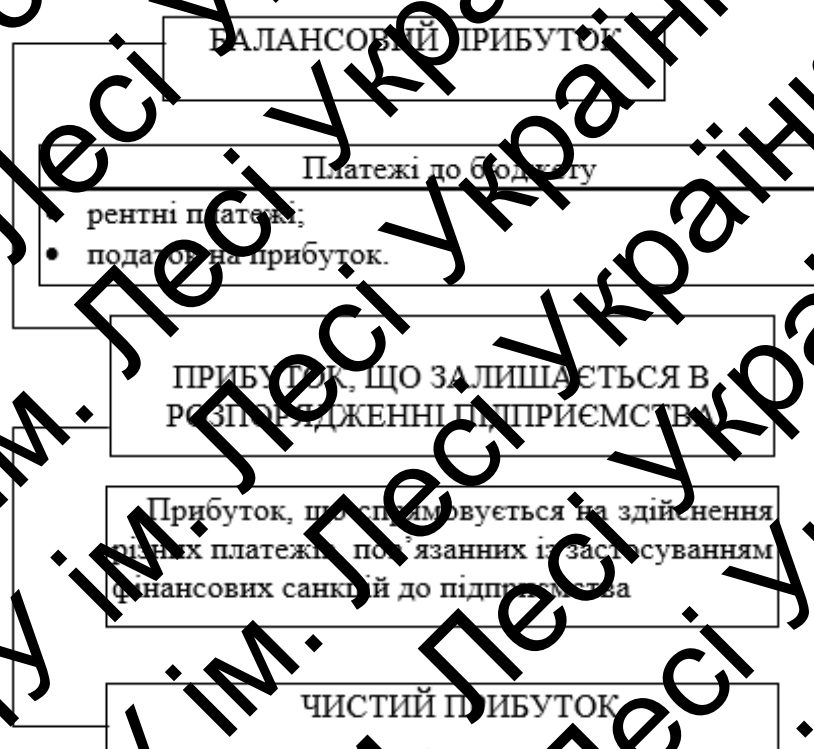


Рис. 1.4. Структурно-логічна схема розподілу балансового прибутку до реформування бухгалтерського обліку і фінансової звітності відповідно до міжнародних стандартів

Прибуток, що залишався в розпорядженні підприємства, не дорівнював чистому прибутку. Чинні нормативні акти визначали, що за рахунок прибутку підприємства повинні були сплачувати штрафи в таких випадках:

- за порушення господарських договорів із суб'єктами господарювання;
- за несвоєчасне подання в податкову адміністрацію необхідних розрахунків;
- за затримку перерахування коштів до бюджету і державних цільових фондів;
- за приховування прибутку від оподаткування, заниження інших податків;
- за недотримання встановлених лімітів забору води або використання води без укладання відповідної угоди (це стосується використання води з державних водогосподарських систем);
- за прострочен банківські позички;
- за невиконання квоти з створення робочих місць для інвалідів;
- за інші порушення.

Порушенням особливостей фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання у різних сферах економіки стягуються за рахунок прибутку й інші штрафи. Особливо це стосувалося комерційних банків, страхових компаній. Отже, чистий прибуток – це частина прибутку, що залишався в підприємстві після сплати податків та можливих штрафів (унаслідок застосування фінансових санкцій).

Використання чистого прибутку підприємство могло здійснювати через попереднє формування цільових грошових фондів або спрямовуючи кошти безпосередньо на фінансування витрат. Можливий також був розподіл чистого прибутку частково через попереднє формування цільових фондів, а частково шляхом безпосереднього фінансування витрат.

На рис. 1.5 зображено структурно-логічну схему використання чистого прибутку підприємства, до введення національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку.

За рахунок чистого прибутку підприємство формувало ряд цільових фондів, кошти яких спрямовували на фінансування певних витрат задоволення відповідних потреб. Використання чистого прибутку на виплату дивідендів здійснювалося безпосередньо.

Принципове значення в розподілі чистого прибутку мало досягнення

оптимального співвідношення між фондом нагромадження і фондом споживання.



рис. 1.5. Структурно-логічна схема використання чистого прибутку до реформування бухгалтерського обліку та фінансової звітності відповідно до міжнародних стандартів

Ці фонди умовні, безпосередньо на підприємстві вони не утворювалися, а їхню

вартість можна було встановити на підставі розрахунків використання прибутку на фінансування певних витрат чи заходів. За адміністративної системи управління економікою здійснювалось державне регулювання співвідношення фондів нагромадження і споживання.

Після ліквідації адміністративної системи управління використання чистого прибутку (напрямок і пропорції) визначалися самостійно кожним суб'єктом господарювання. Відповідно до Закону «Про оподаткування прибутку підприємств» від 28 грудня 1994 року з 1995, 1996, 1997 (перше півріччя) державне регулювання використання чистого прибутку здійснювалось досить активно і в основному суто економічними інструментами, зокрема:

- зменшенням суми податку на прибуток (до 20%) у разі використання прибутку на фінансування реконструкції та модернізації активної частини основних фондів;
- зменшенням оподатковуваного прибутку (до 10% від суми балансового

прибутку) за умови використання прибутку на збільшення власних оборотних коштів (копії зберігались тільки на державні підприємства);

— зменшенням оподаткованого прибутку на суму прибутку, спрямованого на покриття витрат для утримання об'єктів соціально-культурного призначення, а також витрат на благодійну діяльність.

Згідно із Законом України «Про оподаткування прибутку підприємств» від 22 травня 1997 р. державне регулювання використання чистого прибутку підприємств здійснюється зменшенням оподаткованого прибутку на суму витрат із чистого прибутку: на утримання й експлуатацію об'єктів соціальної інфраструктури (якщо відповідні об'єкти соціальної інфраструктури були на балансі підприємства і утримувались ним на час набуття чинності закону про оподаткування прибутку); на благодійну діяльність (не більше 4% від суми оподаткованого прибутку).

Структурно-логічна схема розподілу й використання прибутку підприємств зображена на рис. 1.6.



Рис. 1.6. Структурно-логічна схема розподілу й використання прибутку підприємства відповідно до національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку

Започаттям аналізу прибутку підприємства є підрахунок резервів його можливого росту. Ними, наприклад, можуть бути:

- використання резервів росту обсягу реалізації продукції;
- використання можливостей покращення якості продукції;
- використання резервів підвищення цін на продукцію підприємства та інші;
- використання резервів зниження собівартості;
- скорочення збитків від іншої реалізації;
- скорочення збитків від фінансової діяльності.

ОЦІНКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ТА ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ НА АТ “ЛУЦЬК ФУДЗ”

2.1. Загальна характеристика об'єкта дослідження

Відкрите акціонерне товариство “Луцьк Фудз” засноване 26 липня 2001р. на базі відкритого акціонерного товариства “Луцький завод продоварів” з статутним фондом у розмірі 282220грн. 112880 простих іменних акцій номінальною вартістю 0,25 грн.

Товариство має самостійний баланс, поточний та інші рахунки, виключаючи валютний в установах банків, касажу, штам, фірмовий знак та інші реквізити.

Товариство створювалось з метою отримання прибутку від виробничої комерційної діяльності та використання його в інтересах учасників товариства задоволення споживчого ринку в продукції та послугах за профілем своєї діяльності, розширення асортименту продукції, підвищення її конкурентоспроможності та іншої діяльності, яка не суперечить законодавству України.

Предметом діяльності АТ “Луцьк Фудз”:

- мобілізація коштів як внутрішніх так іноземних інвесторів шляхом випуску та розповсюдження цінних паперів та операцій з ними на фондовому ринку;
- виробництво широкого асортименту продуктів харчової промисловості;
- розробка родовищ мінеральних та прісних вод;
- виробництво алкогольних та слабоалкогольних напоїв;
- застосування с/г-сировини від фізичних та юридичних осіб;
- торгівельна діяльність в оптовій та роздрібній мережах;
- випуск цінних паперів та їх реалізація;
- відкриття фірмових магазинів та кафе-барів;
- виробництво продуктів виробничо-технічного, господарського та іншого промислового призначення;
- здійснення інших видів діяльності не заборонених чинним.

Метою діяльності АТ "Луцьк Фудз" є

- об'єднання матеріальних, трудових та фінансових ресурсів об'єктів господарювання та акціонерів для здійснення ефективної діяльності товариства, одержання прибутків, задоволення матеріальних та соціальних потреб його учасників;
- участь у прискореному формуванні фондового ринку та ринку послуг;
- вивчення перспективного попиту;
- інші цілі, які не суперечать чинному законодавству.

В статуті підприємства закладено досить широкі можливості розширення діяльності у сфері та галузі економіки, які межують та мають виробничо-комерційні зв'язки із теперішньою фактичною діяльністю товариства. Це свідчить про певний рівень ринкової участі та перспективи, які закріплено в статуті підприємства.

Коротка історична довідка про підприємство.

В січні 1945 року була прийнята постановою обкому партії про створення рай харчокомбінату і Луцького міського харчокомбінату. Виробництво, що знаходилось на території АТ "Луцьк Фудз" відносилось до Луцького районного райхарчокомбінату і починалось як великий консервний цех. Тут маринували овочі, переробляли фрукти, варили варення.

1962-63 рр. З метою укрупнення виробництва і розширення асортименту Луцький райхарчокомбінат і міський харчокомбінат об'єднують в одне підприємство - Луцький міський харчокомбінат.

У 1963 р. на території заводу зупиняють консервне виробництво. В той же час розширюють сироповарочний цех. Проіснував цей цех 2 роки. У 1967 році на території заводу переносять цех по виробництву хрону і гірчиці і вводять будівлю по виробництву виноматеріалів. В той же час продовжували сульфитувати яблучне пюре. Взимку в дуже великих масштабах варили повидло.

В 1976 році приєднують макаронну фабрику і вперше з'являється назва Луцький завод продоводів.

1976-78 рр. послідовно приєднують цех безалкогольних напоїв в.м. Рожище і дільницю в смт. Торчик.

У 1982 році завод починає будувати власний цех безалкогольних напоїв.

У 1985 році було побудовано цех і освоєно виробництво мінеральних вод, які видобуваються з двох свердловин.

В 1998 році вмонтовано технологічну лінію по випуску та розливу напоїв газованих безалкогольних в пляшки ПЕТ.

В 2000 році в рамках інвестиційного проекту вмонтовано та пущено в дію лінію по виробництву маргаринів м'яких в Ново волинському цеху.

В 2001 році «АТ «Луцький завод продтоварів» перейменовують у «АТ «Луцьк Фудз»».

Протягом 1999-2003 років суттєво оновлено матеріально-технічну базу «АТ «Луцьк Фудз», збільшено кількість телефонних ліній, придбано парк офісної техніки, проведено ремонтні виробничих та господарських приміщень, збільшено парк автомобілів.

5 січня 2019 року на ринок було введено суббренд мінеральної води «Джерело здоров'я» та «Лучеська» оптимального для споживача об'єму, а також розпочато розлив спеціально підготовленої пом'якшеної питної води у ємності 5 л та 19 л.

У грудні 2019 року з виробничого конвеєра зійшла перша партія натуральних соків: «Оцет натуральний 6%-ий винний», «Оцет натуральний 6%-ий яблучний», «Оцет натуральний 6%-ий яблучний», «Оцет натуральний 6%-ий на травах» та «Оцет натуральний 6%-ий спиртовий».

У березні 2020 року було зареєстровано нову торгову марку «Рідний край», під якою випускаються товари-продукти та столові оцти.

3 грудня 2022 року компанія АТ «Луцьк Фудз» виготовляє новий продукт - гірчицю, яка представлена двома видами: «Гірчиця з хроном» та «Гірчиця Руська копчена».

У квітні 2023 року АТ «Луцьк Фудз» виводить на ринок новинку - майонез ТМ «Руна» з асортименту: «Європейський преміум», «Провансаль класичний» та «Салатний». З червня 2023 року підприємство пропонує споживачам смачні кексички: «Ласкавий», «Шашличний», «Гострий».

Про продукцію підприємства можна з впевненістю сказати, що вона створена

для смакового задоволення споживачів, у яких за півстоліття уже сформовано думку про продукт, а знак ТМ «Руна» ідентифікується як смак, якість, довіра.

Гарантом якості нашої продукції – дотримання високої культури та гігієни виробництва, використання лише якісної сировини. На підприємстві впроваджено систему управління якістю ДСТУ ISO 9001-2001.

Сьогодні АТ «Луцьк Фудз» активно впроваджує інноваційні проекти вдосконалює технології виробництва, застосовує найсучасніше обладнання та вікові традиції зберігає найцінніше.

Компанія співпрацює з понад 40 дистрибуційними агенціями, має налагоджені контакти з великими торговельними мережами.

Вищим органом управління АТ «Луцьк Фудз» є збори учасників, виконавчим органом є директор. Контроль за фінансово-господарською діяльністю товариства здійснюється ревізійною комісією, склад якої затверджується зборами учасників.

БАТ «Луцьк Фудз» проводить активну фінансову політику, що проявляється у наявності декількох гривневих та валютних поточних рахунків у різних банках, активному залученню банківських позик, здійсненні факторингових операцій та операцій з векселями.

На підприємстві є 6 діючих цехів: два цехи по виробництву соусів, цех по виробництву олії харчової, цех по виробництву маргарину, цех безалкогольних напоїв, цех по виробництву пюре з фруктів та овочів.

Підприємство має 3 склади, гараж, токарну майстерню, адміністративний корпус, допоміжні приміщення, мікробіологічну лабораторію.

Структура товариства за видами діяльності зображена на рис.2.1.

Протягом трьох останніх років економічні показники діяльності підприємства покращились. З кожним роком зростало виробництво продукції як у кількісному так і у вартісному виразі. Проте виробництво продукції характеризується високим рівнем нерівномірності, що обумовлено як сезонністю попиту на продукцію підприємства, так і недосконалістю планування, а також коливанням кон'юнктури ринку.

Використання матеріальних ресурсів збільшилось як у номенклатурі використаних товарно-матеріальних цінностей, так і в кількісному та

варіантному виробництві. При чому слід відмітити наявність відносної економії сировини та, в цілому, відсутність відходів сировини, а також відходів та браку переробним підприємствам.

На фоні збоїв у виробничій сфері фінансовий стан підприємства погіршився. Підприємство на короткостроковому проміжку часу є практично неліквідним, на довгостроковому проміжку часу хоч і з труднощами, але здатне покрити всі свої зобов'язання.

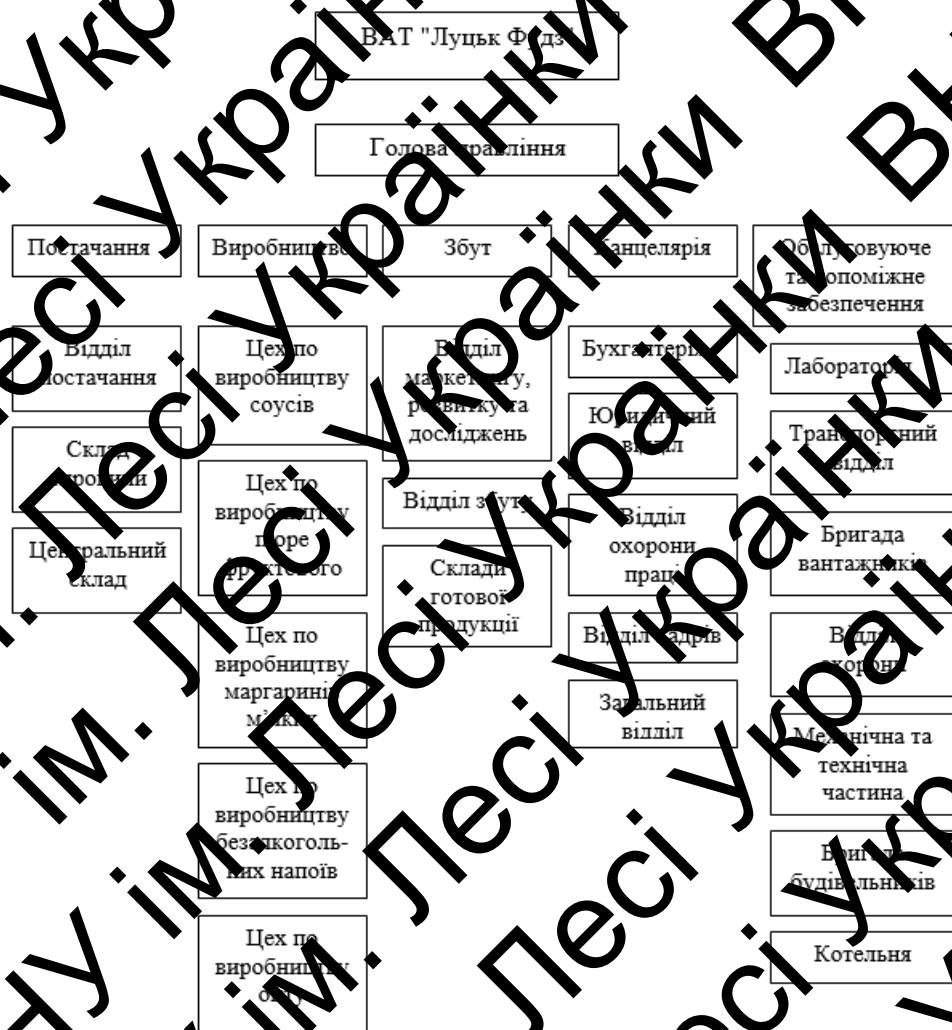


рис. 2.1. Структура підрозділів ПАТ "Луцьк Фудз"

Протягом 2022-2024 років собівартість продукції значно скоротилась. За результатами 2024 року робота підприємства була більш прибутковою порівнюючи з 2022 роком.

Середня заробітна плата на підприємстві зростає, але скоротилась середньоспискова чисельність працюючих. Підвищилась продуктивність праці.

2.2. Оцінка фінансового стану АТ «Луцьк Фудз»

Фінансовий стан підприємства значною мірою залежить від доцільності та правильності виділення фінансових ресурсів у активи. У процесі функціонування підприємства величина активів і їх структура постійно змінюються. Якісні зміни у структурі майна підприємства можна охарактеризувати за допомогою вертикального та горизонтального аналізу звітності (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Горизонтальний аналіз балансу АТ «Луцьк Фудз» 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, %
Актив					
I. Необоротні активи	44661,6	33579,7	28670	-15991,6	-35,8%
II. Оборотні активи	23511,1	30298,9	37841	14330,9	60,9%
III. Витрати майбутніх періодів	814,9	378,1	118	-696,8	-85,5%
Баланс	68993,5	65256,7	66629	-2364,5	-3,4%
Пасив					
I. Власний капітал	27129,6	21803,7	20826	-6303,6	-23,2%
III. Довгострокові зобов'язання	18066,1	18465,7	20000	1333,9	7,1%
IV. Поточні зобов'язання	23897,8	27987,3	25803	2605,2	11,2%
Баланс	68993,5	65256,7	66629	-2364,5	-3,4%

Горизонтальний аналіз балансу показує, що протягом даного періоду відбулось зменшення вартості майна АТ «Луцьк Фудз» на 2364,5 тис. грн. (-3,4%) за 2022-2024 роки. В досліджуваному періоді спостерігається зменшення таких розділів як необоротні (35,8%) та збільшення оборотних активів (60,9%) в активі а також зменшення власного капіталу (23,2%) та збільшення поточних зобов'язань (11,2%) та довгострокових зобов'язань на 7,1%.

Для дослідження структури балансу даного товариства проаналізуємо структуру балансу (табл. 2.2.)

Вертикальний аналіз балансу АТ «Луцьк Фудз»

Розділ балансу	Питома вага у валюті балансу, %			Відхилення 2022-2024 рр., %
	2022 рік	2023 рік	2024 рік	
	2	3	4	5
Актив				
I. Необоротні активи	64,7%	53,0%	43,0%	-21,7%
II. Оборотні активи	34,1%	46,4%	56,8%	22,7%
III. Витрати майбутніх періодів	1,2%	0,6%	0,2%	-1,0%
Баланс	100,0%	100,0%	100,0%	x
Пасив				
I. Власний капітал	39,3%	28,8%	31,3%	-8,1%
II. Забезпечення наступних витрат і платежів				
III. Довгострокові зобов'язання	27,1%	28,3%	30,0%	3,0%
IV. Поточні зобов'язання	33,6%	42,9%	38,7%	5,1%
V. Доходи майбутніх періодів				
Баланс	100,0%	100,0%	100,0%	x

Найбільшу питому вагу в структурі активів АТ «Луцьк Фудз» у 2024 році займають оборотні активи. Значна частка також необоротних активів. За період, що аналізується, спостерігається зміна цих пропорцій, в бік зменшення частки необоротних фондів (з 64,7% в 2022 р. до 43,0% в 2024 р.) і збільшення частки оборотних (з 34,1% в 2022 р. до 56,8% в 2024 р.).

В структурі пасивів АТ «Луцьк Фудз» найбільша частка поточних зобов'язань і спостерігається її збільшення протягом періоду з 33,6% до 38,7%. Питома вага довгострокових зобов'язань за досліджуваний період зросла з 27,1% до 30,0%.

Частка власного капіталу у структурі пасивів скоротилась за 2022-2024 роки з 39,3% до 31,3%.

Для характеристики майнового стану підприємства доцільно використовувати також наступні показники (табл. 2.3):

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

Показники, наведені в табл. 2.3 свідчать, що на протязі періоду, що

аналізується АТ «Луцьк Футз» мало достатній робочий капітал тобто власні оборотні кошти для забезпечення своєї діяльності. А той факт що у 2024р. порівняно з 2022р. цей показник скоротився лише на 3,4%, свідчить, що даже підприємство володіє фінансовими ресурсами для розширення діяльності та інвестування в майбутньому.

Таблиця 2.3

Розрахунок показників майнового стану

БАТ «Луцьк Футз» 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.	46 993,5	65 250,7	66 629,0	-2 364,5	3,4%
Робочий капітал, тис. грн.	319,3	2 311,6	120 388,9	11 718,7	3670,1%
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,3	0,4	0,5	0,0	x
Коефіцієнт придатності основних засобів	0,7	0,6	0,7	0,0	x
Коефіцієнт мобільності активів	0,5	0,9	1,3	0,8	x

Показники, наведені в табл. 2.3 свідчать про певний знос основних засобів, тому що коефіцієнт зносу і придатності основних засобів у 2024 році становили відповідно 0,3 і 0,7.

Частку мобільних виробничих фондів у валові балансу характеризує частка оборотних виробничих активів яка на протязі періоду, який аналізується постійно збільшується, що безумовно позитивно для підприємства.

На наступному етапі проаналізуємо ліквідність балансу АТ „Луцьк Футз”. Аналіз ліквідності балансу здійснюється через порівняння коштів за активом які згруповано за мірою їхньої ліквідності (в порядку її зменшення) із зобов’язаннями за пасивом, об’єднаними за термінами їхнього погашення (в порядку зростання термінів сплати). 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);

Агрегований баланс АТ «Луцьк Фудз» 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
1	2	3	4	5	6	7	8
Абсолютно ліквідні активи (A1)				Короткострокові пасиви (П1)			
Грошові кошти та їх еквіваленти	10,5	326,2	498	Векселі видані	4262,2	0,1	0
Поточні фінансові інвестиції	0	0	0	Кредиторська заборгованість	1739,3	26136,3	23158
Сума	10,5	326,2	498	Поточні зобов'язання	462,4	691,6	166
				Сума	22463,9	26828	24800
Легкорезалізовувані активи (A2)				Середньострокові пасиви (П2)			
Векселі отримані	3925,7	134,4	2694	Короткострокові кредити банків	0	0	0
Дебіторська заборгованість	11676,8	15050,8	24935	Інші поточні зобов'язання	733,9	1159,3	1003
Інші оборотні активи	15,8	18,8	47	Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	0	0	0
Витрати майбутніх періодів	814,6	378,1	118	Додатки майбутніх періодів	0	0	0
Сума	15533,1	17882,1	26804	Сума	733,9	1159,3	1003
Середньореалізовувані активи (A3)				Довгострокові пасиви (П3)			
Засоби в т.ч.				Довгострокові кредити банків	18666,1	18465,7	20000
- виробничі запаси	6151,5	11209,6	8510	Довгострокові фінансові зобов'язання	0	0	0
- незавершене виробництво	593,7	424,4	673	Інші довгострокові зобов'язання	0	0	0
- готова продукція	1693,1	760,8	1413	Забезпечення наступних виплат і платежів	0	0	0
- товари	370	73,9	61	Сума	18666,1	18465,7	20000
Сума	8788,3	12468,7	10657				
Важкорезалізовувані активи (A4)				Постійні пасиви (власні кошти) (П4)			
Основні засоби (по залишковій вартості)	12719,2	12325	20832	Статутний капітал	16000	16000	16000
Нематеріальні активи	1,3	24,6	10	Премиї капітал	0	0	0
Незавершене будівництво	10,8	21,8	11	Інший додатковий капітал	1248	1248	1248
Довгострокові фінансові інвестиції	34930,3	22208,9	4488	Резервний капітал	10,7	10,7	10,7
Довгострокова дебіторська заборгованість	0	0	3538	Нерозподілений прибуток	9870,9	1545	3167
Інші необоротні активи	0	0	0				
Сума	44661,6	34579,7	28670	Сума	27229,6	11803,7	20826
Баланс (A5)	64992,5	65256,7	66829	Баланс (П5)	64992,5	65256,7	66829

A2 - активи, що легко реалізуються (дебіторська заборгованість та інші легкорезалізовувані активи);

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

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

Пасиви балансу групуються в порядку настання терміну оплати в такі групи:

П1 - найтерміновіші пасиви (кредиторська заборгованість та інші найтерміновіші пасиви);

П2 - короткострокові пасиви (короткострокові кредити та позикові кошти);

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

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

Баланс вважається ліквідним, якщо: $A1 > P1$; $A2 > P2$; $A3 > P3$; $A4 > P4$.

Для визначення ліквідності балансу слід порівняти підсумки згрупованих активів і пасивів (табл. 2.4).

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 відповідній групі. Для того, щоб проаналізувати ліквідність балансу, представимо зведені в групи статті балансу в наступному вигляді (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Згрупований баланс ліквідності АТ "Луцк Фул" за 2022-2024 роки

Актив	2022 рік, тис. грн.	2024 рік, тис. грн.	Пасив	2022 рік, тис. грн.	2024 рік, тис. грн.	Платіжний надлишок (+) або нестача (-)	
						2022 рік, тис. грн.	2024 рік, тис. грн.
A1	10,5	498	П1	22463,9	24800	22453,4	-24302
A2	15533,1	26804	П2	733,5	1003	14799,2	25801
A3	8088,3	1857	П3	18666,1	20000	-9877,8	-9343
A4	24061,6	28370	П4	27229,6	20836	-17532	-784
БА	68993,5	66029	БП	68993,5	66029	x	x

У нашому випадку баланс не являється абсолютно ліквідним, оскільки лише

друга група активів (легкорезалізовувані активи) покриває короткострокові зобов'язання (друга група пасивів). Усі інші групи не відповідають вимогам ні у 2022 році, ні у 2024 році. Про незадовільний стан ліквідності підприємства свідчить той факт, що потреба підприємства в коштах перевищує їх реальні надходження.

Аналіз ліквідності здійснюється на підставі порівняння обсягу поточних зобов'язань з наявністю ліквідних коштів. Результати розраховуються як коефіцієнти ліквідності (табл. 2.6).

Таблиця 2.6
Розрахунок коефіцієнтів ліквідності та платоспроможності
ВАТ «Луцьк Фудз» за 2022-2024 роки

Показник	Нормативні значення	2022 рік	2023 рік	2024 рік	Абсолютне відхилення		
					2023 - 2022	2024 - 2023	2024 - 2022
Коефіцієнт покриття	>1	1,01	1,08	1,17	0,1	0,4	0,5
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,6-0,8	0,53	0,64	1,05	0,0	0,4	0,4
Коефіцієнт проміжної ліквідності		0,72	0,67	1,11	0,0	0,4	0,4
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,2-0,25	0,001	0,01	0,02	0,0	0,0	0,0
Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії)	> 0,5	0,9	0,29	0,31	-0,1	0,0	-0,1
Коефіцієнт фінансування	< 1	1,54	2,47	2,20	0,9	-0,3	0,7
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	> 0,1	0,01	0,08	0,47	0,1	0,4	0,5
Коефіцієнт маневреності власних коштів	> 0,5	0,06	0,15	0,61	0,1	0,4	0,5
Коефіцієнт фінансової залежності	< 1	2,44	3,47	3,20	0,9	-0,3	0,7

Показники наведені в табл. 2.6 свідчать, що АТ «Луцьк Фудз» не забезпечені нормальним рівнем ліквідності. Аналізуючи наведені дані можна зробити наступні висновки. Коефіцієнт покриття впродовж періоду, що аналізується мав тенденцію до зростання і знаходився більше рекомендованого значення, що безумовно є позитивним для підприємства. Позитивним моментом є те, що за два роки

коефіцієнт швидкої ліквідності постійно зростає, та знаходився в межах нормативного значення. Коефіцієнт абсолютної ліквідності, як видно з розрахунків, залишається практично таким на протязі 2022-2024 років та не досягнув нормативного значення.

Коефіцієнт фінансової залежності становить більше 1. У 2022 році даний коефіцієнт становив 2,54, а вже у 2024 році - 3,20. Як бачимо, відбувається втрата фінансової незалежності товариства в зв'язку з наявністю короткострокових кредитів комерційних банків. Оцінка фінансової стійкості підприємства має на меті об'єктивний аналіз величини та структури активів і пасивів підприємства визначення на цій основі міри його фінансової стабільності й незалежності.

Оцінку фінансової стійкості підприємства доцільно здійснювати на підставі комплексу показників (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Розрахунок показників фінансової стійкості та стабільності
ВАТ «Луцьк Фудз» за 2022-2024 роки

Найменування показників	2022 рік	2023 рік	2024 рік	Абсолютне відхилення		
				2023 - 2022	2024 - 2023	2024 - 2022
Коефіцієнт фінансової стабільності	0,65	0,40	0,45	-0,24	0,05	-0,19
Коефіцієнт залежності підприємства від довгострокових зобов'язань	0,69	0,99	0,96	0,29	-0,02	0,27
Відношення заборгованості до капіталізації	0,41	0,50	0,49	0,09	-0,01	0,08
Коефіцієнт співвідношення позикових та власних коштів	1,54	2,47	2,29	0,93	-0,17	0,66
Коефіцієнт довгострокового залучення капіталу	0,41	0,50	0,49	0,09	-0,01	0,08
Коефіцієнт структури залученого капіталу	0,45	0,40	0,44	-0,05	0,04	-0,01

Показники наведені в табл. 2.7 свідчать, що фінансова стійкість ВАТ «Луцьк Фудз» знаходиться на низькому рівні. Одним з важливих показників

фінансового стану підприємства, його незалежності від позичених засобів є коефіцієнт фінансової стабільності. Даний коефіцієнт становив 0,65 у 2022 році, в 2023 році – 0,4, а в 2024р. – 0,45. Будь-який з цих показників є меншим за своє нормативне значення, а це свідчить про низький рівень фінансової стійкості підприємства. Як бачимо, коефіцієнт залежності підприємства від довгострокових зобов’язань постійно зростає з 0,69 до 0,96.

2.3. Формування прибутку на досліджуваному підприємстві

Основним узагальнюючим показником господарської діяльності АТ «Луцьк Фудз» є прибуток як різниця між доходами підприємства та витратами на виробничу і комерційну діяльність.

Проаналізуємо структуру доходів та витрат АТ «Луцьк Фудз» (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

Аналіз структури доходів АТ «Луцьк Фудз»
за 2022 - 2024 роки

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 (товарів)	82 877,6	67,1%	87 327,1	66,7%	94 916,0	67,0%
Інші операційні доходи	4 440,9	3,6%	7 929,0	6,1%	7 802,0	5,5%
Інші фінансові доходи	35 052,8	29,2%	25 755,3	19,7%	22 962,0	16,2%
Інші доходи	171,2	0,1%	9 893,8	7,6%	15 873,0	11,2%
Дохід від участі в капіталі	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0	0,0%
Незвичайні доходи	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0	0,0%
Всього доходів:	122 541,6	100%	130 916,2	100%	141 553,0	100%

Основна сума доходів АТ «Луцьк Фудз» формується за рахунок реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), причому питома вага цієї статті доходів є практично незмінною (66,7%-67,1%). Наступною важливою статтею доходів є інші

фінансові доходи, частка яких зменшилась за 2022-2024 роки з 29,2% до 16,2%.

Повелика частка інших операційних доходів спостерігається у 2022 році – 3,6% у 2023 році 6,1%, у 2024 році – 5,5%). Це доходи від операційної біржиди, реалізації оборотних та необоротних активів, від безоплатно одержаних активів. Отже, прибуток АТ «Луцьк Фудз» формується в основному в результаті виробничої діяльності. На наступному етапі проведемо аналіз диміла доходів даного товариства. (табл. 2.9)

Таблиця 2.9

Динаміка доходів АТ «Луцьк Фудз»
за 2022-2024 роки

Показник	2022 рік, тис. грн.	2023 рік, тис. грн.	2024 рік, тис. грн.	2022-2024 роки	
				Абсолютне відхилення, тис. грн.	Відносне відхилення, %
Чистий дохід від реалізації продукції (послуг)	82 877,6	87 327,1	94 916,0	12 038,4	14,5%
Інші операційні доходи	4 440,0	7 939,0	7 802,0	3 362,0	75,7%
Інші фінансові доходи	36 052,8	25 715,3	22 962,0	-10 390,8	-26,3%
Інші доходи	171,2	9 894,8	15 873,0	15 701,8	9171,6%
Всього доходів:	123 541,6	130 916,2	141 553,0	18 011,4	14,6%

Як бачимо з табл. 2.9, чистий дохід від реалізації продукції зріс за досліджуваний період з 82877,6 тис. грн. до 94916 тис. грн. або на 12038,4 тис. грн. Інші фінансові доходи скоротились з 36052,8 тис. грн. у 2022 році до 22962 тис. грн. у 2024 або на 36,3%.

Інші операційні витрати зросли за досліджуваний період з 4440,0 у 2022 році до 7802,0 у 2024 році. Як бачимо, відбулося зростання інших операційних доходів на 3362,0 тис. грн. або на 75,7%.

Стосовно загальної суми доходів АТ «Луцьк Фудз», то за 2022-2024 роки їх сума зроста на 18011,4 тис. грн. або на 14,6 % у відносному вираженні.

Далішим продовженням аналізу формування прибутку даного товариства буде аналіз структури т динаміки витрат.

Структура та динаміка витрат АТ «Луцьк Фудз»
за 2022-2024 рр.

Показник	2022 рік		2023 рік		2024 рік		2022-2024 рр.	
	Сума, тис. грн.	%	Сума, тис. грн.	%	Сума, тис. грн.	%	Абсолютне відхилення, грн.	Відносне, %
Собівартість реалізованої продукції	916,0	58,0%	889,3	50,9%	820,0	49,7%	-1	-2%
Адміністративні витрати	246,7	2,0%	254,0	1,9%	326,0	2,4%	834,3	33%
Витрати на збут	7324,4	6,4%	681,7	7,7%	1305,0	9,5%	5480,6	70%
Інші операційні витрати	2950,4	2,4%	7690,7	5,5%	8970,0	4,8%	6019,6	204%
Фінансові витрати	37	0,3%	29	0,2%	26	0,2%	-11	-1%
Інші витрати	146,8	0,3%	17	0,0%	17	0,0%	1	5080%
Податок на прибуток від звичайної діяльності	13,3	0,0%	36,6	0,0%	55,0	0,4%	581,7	4374%
РАЗОМ:	122386,1	100%	139242,1	100%	139531,0	100%	17144,9	14%

Найбільшу питому вагу (58 % в 2022 р., 50,9 % в 2023 та 49,7% 2024 рр.) в структурі витрат АТ «Луцьк Фудз» займає собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг). Стабільними є адміністративні витрати, вони займають незначну частку (2,0-2,4%). Витрати на збут коливаються в межах від 6,4% до 9,5%. Значний ріст даної статті витрат пояснюється широкомасштабною рекламною компанією для завоювання нових ринків збуту та розширення частки ринку АТ «Луцьк Фудз» в Україні.

На протязі періоду, що аналізується, також спостерігаємо незначну частку інших операційних витрат (2,4%-2,6%). Це собівартість реалізованих виробничих запасів, майнових комплексів, суми штрафів, витрати на утримання об'єктів соціально-культурного призначення, витрати, пов'язані з виконанням умов колективного договору. Фінансові витрати займають значну питому вагу від загальної суми витрат (в 2022 році – 30,9%, у 2023 р. – 21,2%, в 2024 р. – 18,7%). Фінансові витрати пояснюються наявністю кредитів у даного товариства.

Стосовно динаміки витрат АТ «Луцьк Фудз» то за 2022-2024 роки відбулося зростання майже усіх статей витрат, а саме:

- собівартість реалізованої продукції зменшилась – на 1616,0 тис. грн. (2%);
- адміністративні витрати зросли – на 824,3 тис. грн. (33%);
- витрати на збут зросли – на 5484,6 тис. грн. (70%);
- інші операційні витрати зросли – на 6019,8 тис. грн. (104%);
- фінансові витрати зменшились – на 11761 тис. грн. (31%).

Як бачимо загальна сума витрат за період, що аналізується зросла з 122386,1 тис. грн. у 2022 році до 139531 тис. грн. у 2024. Звідси загальне збільшення витратної частини АТ «Луцьк Фудс» за 2022-2024 роки становило 17144,9 тис. грн. або на 14%. /загальною чи вище приведені дані, можна зробити висновок, що загальна сума доходів АТ «Луцьк Фудс» протягом періоду постійно зростає. В той же час зростають і витрати, щоправда в більшій мірі. Тому протягом періоду, що аналізується, зростає збиткова та дохідна діяльність.

Підприємство володіє, користується і розпоряджається прибутком 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 за 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. 2.11 наведено формування прибутку АТ „Луцьк Фудс” за 2022-2024 роки.

Таблиця 2.11

Аналіз формування чистого прибутку АТ «Луцьк Фудс»
за 2022-2024 роки

Показник	2022 рік	2023 рік	2024 рік	2022-2024 рр.	
				Абсолютне відхилення	Відносне відхилення, %
Загальна сума доходів, тис. грн.	122 541,6	120 945,2	141 553,0	18 011,4	14,6%
Загальна сума витрат, тис. грн.	122 386,1	139 542,0	139 531,0	17 144,9	14,0%
Чистий прибуток (збиток), тис. грн.	1 155,5	-8 325,9	2 022,0	866,5	75,0%
Рентабельність, %	0,9%	-6,0%	1,4%	0,5%	x

Як бачимо з даних, наведених в табл. 2.11 відносне збільшення загальної суми доходів за 2022-2024 роки становило 14,6%, а загальної суми витрат 14%. Стосовно

числового прибутку, то його розмір становив 11 555,5 тис. грн., -8325,9 тис. грн. та 2 022,0 тис. грн. відповідно у 2022, 2023 та 2024 роках.

Як бачимо з даних, рентабельність за 2022-2024 роки зросла з 0,9% до 1,4%.

Прибуток АТ «Луцьк Фудз» є одним з основних показників підприємства в ринкових умовах господарювання та виступає стратегічною метою підприємства, реалізація якої є обов'язковою для забезпечення нормальних умов функціонування підприємства.

Аналіз формування прибутку проводиться поетапно. На кожному етапі розглядається певний фактор впливу на накопичення прибутку.

Для кращого аналізу формування прибутку розглянемо детальний аналіз фінансових результатів на АТ «Луцьк Фудз» за 2022 – 2024 роки (див. табл. 2.12.).

Таблиця 2.12

Факторний аналіз прибутку ВАТ «Луцьк Фудз» за 2022-2024 роки

Показник	2022 рік, тис. грн.	2023 рік, тис. грн.	2024 рік, тис. грн.	2022-2024, гр.	
				абсолютне відхилення, тис. грн.	відносне відхилення, %
Чистий дохід (виручка)	82877,6	87327,1	99414,6	12 038,4	14,5%
Сопіварність реалізованої продукції	70950,0	70 899,3	69 320,0	-1 616,0	-2,3%
Головий прибуток (збиток)	11 441,6	16 427,8	25 596,0	12 654,4	114,3%
Інші операційні доходи	4 440,0	7 929,0	7 802,0	3 362,0	75,7%
Адміністративні витрати	2 461,7	2 654,3	3 286,0	824,3	33,5%
Витрати на збут	7 824,4	10 681,7	12 385,0	5 480,9	70,0%
Інші операційні витрати	2 950,4	7 690,7	8 910,0	6 099,6	204,0%
Інші фінансові доходи	36 052,8	25 755,3	22 962,0	-13 000,8	-36,3%
Інші доходи	17 112,2	9 894,8	15 873,0	15 701,8	917,6%
Фінансові витрати	32 853,5	29 576,7	26 092,0	-11 761,5	-31,1%
Інші витрати	346,8	17 708,8	17 913,0	17 616,2	5079,6%
Прибуток (збиток) до оподаткування	1 168,8	-8 289,3	2 611,0	1 448,2	123,9%
Податок на прибуток	3,3	36,6	595,0	581,7	4373,7%
Чистий прибуток (збиток):	1 155,5	-8 325,9	2 022,0	866,5	75,0%

Проаналізувавши дані табл. 2.12 бачимо, що прибуток товариства за 2022-2024 роки зріс на 866,5 тис. грн. або на 75% у відносному вираженні.

Причиною зростання прибутку, на мою думку, зумовлене досить значним збільшенням виручки від реалізації товарів та послуг на 12038,4 тис. грн. та іншим

походив на 15701,8 тис. грн.

Важливу роль у збільшенні розміру отриманого прибутку, зіграла також стратегія цінової політики.

На формування прибутку в основному вплинули внутрішні фактори, які залежать від діяльності підприємства. Для кращого дослідження впливни та динаміки прибутку, доцільно проаналізувати отримання прибутку та рентабельність підприємства за 2022-2024 роки. (див. табл. 2.12)

Таблиця 2.13

Показники прибутку та рентабельності
АТ «Луцьк Фудз» за 2022-2024 рр.

Найменування показників	Нормативне значення	2022 рік	2023 рік	2024 рік	Абсолютне відхилення		
					2023 - 2022	2024 - 2023	2024 - 2022
Чистий прибуток, тис. грн.	макс.	1 155,5	-8 325,9	2 325,6	-9 481,4	10 347,9	866,5
Рентабельність власного капіталу, %	> 0 збільшення	4,07%	-36,25%	10,20%	40,32%	46,46%	6,13%
Рентабельність активів, %	> 0 збільшення	1,68%	-2,40%	3,87%	-14,08%	15,47%	1,39%
Рентабельності операційної діяльності, %	> 0 збільшення	1,39%	-9,53%	2,13%	-10,92%	11,66%	0,74%

Як бачимо, на протязі 2022-2024 років величина прибутку збільшувалася.

Оцінюючи виробничу ефективність АТ «Луцьк Фудз», варто відмітити факт річкового збільшення рівня рентабельності операційної діяльності з 1,39% у 2022 рік до 2,13% у 2024 рік.

Варто відмітити зростання рентабельності власного капіталу з 4,07% у 2022 році до 10,20% у 2024 році.

Фінансове становище підприємства поки що можна вважати задовільним. Керівництво підприємства планує для кращої роботи та отримання прибутків в майбутньому:

- розширити ринки збуту;

- створити спеціалізовані магазини реалізації власної продукції;
- збільшити асортимент виробів власного виробництва.

В разі ефективного впровадження даних заходів можна прогнозувати поступове зростання рівня прибутковості АТ «Луцьк Фудз».

Мідбиваючи підсумки, можна зробити висновок, що АТ «Луцьк Фудз» є потужним підприємством Волинської області, яке має досить значний потенціал для подальшого розвитку.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ТА ЧИННИКИ ЗБІЛЬШЕННЯ ПРИБУТКУ

3.1. Максимізація прибутку як одна з головних цілей підприємства

Для більшості підприємств основне джерело прибутку пов'язано з його виробничою і підприємницькою діяльністю. Ефективність його використання залежить від значної кон'юнктури ринку і уміння адаптувати розвиток виробництва до досвідно-змінної кон'юнктури. Величина прибутку залежить від правильності вибору виробничого профілю підприємства по випуску продукції (вибір продуктів, що користуються стабільним або високим попиту); від створення конкурентоздатних умов продажу своїх товарів і надання послуг (ціна, терміни поставки, обслуговування покупців, післяпродажне обслуговування і т.д.); від об'ємів виробництва (чим більше об'єм виробництва, тим більше має прибутку); від зниження витрат виробництва.

Окрім виробничої і підприємницької діяльності джерелом утворення прибутку підприємства може бути його монопольне положення по випуску тієї або іншої продукції або унікальності продукту. Це джерело підтримується за рахунок постійного вдосконалення технології, оновлення продукції, забезпечення її конкурентоспроможності, що випускається.

На зміну прибутку впливають дві групи чинників: зовнішні і внутрішні. До зовнішніх чинників відносяться природні умови, транспортні умови; соціально-економічні умови; рівень розвитку зовнішньоекономічних зв'язків; ціни на виробничі ресурси і ін.

Внутрішніми чинниками зміни прибутку можуть бути основні чинники (об'єм продажів, собівартість продукції, структура продукції і витрат, ціна продукції); неосновні чинники, пов'язані з порушенням господарської дисципліни (неправильне встановлення цін, порушення умов праці і якості продукції, ведучі до штрафів і економічних санкцій і ін.). При виборі шляхів збільшення прибутку орієнтуються в основному на внутрішні чинники, що впливають на величину прибутку. Збільшення прибутку підприємства може бути досягнуте за рахунок

збільшення випуску продукції; поліпшення якості продукції; продажі зайвого устаткування; іншого майна або злочинного в оренду; зниження собівартості продукції за рахунок більш раціонального використання матеріальних ресурсів, виробничих потужностей і площ, робочої сили і робочого часу; диверсифікації виробництва; розширення ринку продажів і т.п.

Як економічна категорія прибуток підприємства відображає чистий дохід створений у сфері матеріального виробництва. На рівні підприємства чистий дохід приймає форму прибутку. Прибуток як економічна категорія виконує певні функції. Прибуток характеризує економічний ефект одержаний в результаті діяльності підприємства. Наявність прибутку на підприємстві означає, що його доходи перевищують всі витрати, пов'язані з його діяльністю. Прибуток володіє стимулюючою функцією, одночасно будучи фінансовим результатом і основним елементом фінансових ресурсів підприємства. Частина чистого прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства після сплати податків і інших обов'язкових платежів, повинна бути достатньою для фінансування розширення виробничої діяльності, науково-технічного і соціального розвитку підприємства, матеріального заохочення працівників. Прибуток є одним з джерел формування бюджетів різних рівнів.

Дослідження процесу ухвалення фірмою рішень про об'єми виробництва і максимізації прибутку на конкурентних ринках, на яких діє безліч покупців і продавців однорідної продукції є актуальною. Тут є певний вплив умов ринку на рішення фірми про ціну і об'єм випуску продукції згідно теорії організації ринку.

Крім економісти аналізують основні функції і прибутковість підприємницьких фірм, вони допускають ряд спрощень з приводу цілей фірми. По-перше, передбачається, що фірма пропонує один продукт, а по-друге, те, що єдиною метою фірми є максимізація прибутку від продажу одного продукту в кожному періоді. Основна ідея максимізації прибутку допомагає пояснити закон поведінки конкурентної фірми.

Конкуренція є необхідним елементом ринкового механізму. Проте її характер може бути різним, що істотно впливає на спосіб досягнення ринкової

рівноваги. Найефективнішою вважається ситуація досконалої конкуренції. Вважається, що на ринку або в галузі існує досконала конкуренція, якщо виконуються декілька умов.

1. На ринку існує безліч дрібних фірм-продавців, кожна з яких має дуже невелику частку загального випуску товарів (1% об'єму продажів за будь-який даний період часу).

2. Продукція цієї фірми стандартизована, або однорідна для покупців.

3. Існує вільний вхід і вихід з ринку: не існує бар'єрів для входу на ринок і труднощів з припиненням діяльності в галузі.

4. Фірми не цікавляться виробничими рішеннями один одного, оскільки не розуміють діяльність конкурентів як загрозу власній частці продажів.

5. Фірми мають рівний доступ до інформації про ціни, технології і вірогідний прибуток і абсолютно здатні реагувати на зміну умов переміщення вживаних ресурсів.

На конкурентному ринку покупцям все одно, продукцію якої фірми вибрати. Перші дві умови гарантують, що жоден з продавців не може вплинути на ціну продукту через власну малу частку загалом, об'єму продажів. Фірма не в змозі змінити пропозицію продуктів на ринку так, щоб змінилася ринкова ціна. Тому продавці в умовах конкуренції приймають ціну ззовні як задану величину.

Очевидно, що в реальному житті не існує ринків або галузей, що повністю відповідають всім ознакам.

Конкурентна фірма - це та, яка пропонує свою продукцію на конкурентному ринку.

Фірми не можуть вплинути на ціну через свою малу частку продажів. Це справедливо, оскільки фірма в будь-яких умовах підлегла простому правилу: змінити ціну можна, змінивши об'єм пропонованої продукції. Тому крива попиту для конкурентної фірми, що проводить один продукт, виглядає як горизонтальна лінія. Це видно на рисунку (3.1). Основна проблема - не плутати криву попиту з попитом фірми і криву ринкового попиту, яка має традиційний низхідний характер.

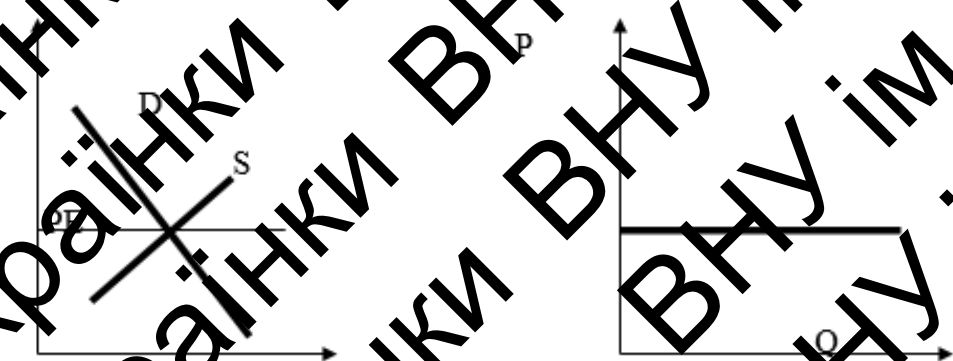


Рис. 3.1 Крива попиту:

- 1) конкурентний ринок;
- 2) попит на продукцію конкурентної фірми

Особливість кривої попиту визначається:

- 1) незначністю частки продажів фірм: якщо вони змінюватимуть свій об'єм виробництва, то ринкова пропозиція S настільки зсунеться, що не надасть дії на ціну;
- 2) тим, що товари є повними замінниками і попит на них нескінченно еластичний за ринковою ціною.

Основна ідея, яка лежить в основі поведінки фірми - це максимізація прибутку. Фірма пропонує один продукт, витрати якого коливаються залежно від об'єму виробництва, а продукт продається за поточною ринковою ціною. В цій ситуації фірмі нічого не залишається робити, як вибрати об'єм продажів, який максимізував би її прибуток. Вважається, що це той об'єм продажів, який забезпечить максимум прибутку і буде оптимальним.

Оптимальний об'єм випуску - це об'єм, який дозволить фірмі одержати максимальний прибуток.

Фірма одержує прибуток, реалізуючи власну продукцію.

Таким чином, фірма повинна вирішувати три питання:

1. Чи варто продавати цей товар?
2. Якщо стоїть, то до яких меж?
3. Який прибуток при цьому буде одержаний?

При вирішенні цих питань вона повинна пам'ятати, що:

- в короткостроковому періоді фірма, нічого не виробляючи ($Q=0$), терпить збитки, рівні її постійним витратам;
- доцільно продовжити виробництво, якщо вона може одержати або економічний прибуток, або збиток, який менше ніж її постійні витрати.

Перший припускає порівняння сукупного доходу і сукупних витрат, а другий

- порівняння граничного доходу і граничних витрат. Сукупний дохід (TR) - це сума, одержана фірмою від проданого товару і об'єму продажів:

$$TR = P \cdot Q, \quad (3.1)$$

де P - ціна;

Q - об'єм продажів.

Середній дохід (AR) - це дохід продавця від реалізованої одиниці продукції. В той же час для покупця це є ціною товару.

$$AR = TR / Q, \quad (3.2)$$

де TR - сукупний дохід;

Q - об'єм продажів.

Граничний дохід (MR) - це додатковий дохід, який прийде останньої додатковою проданою одиницею продукції:

$$MR = \Delta TR / \Delta Q \quad (3.3)$$

При конкуренції крива попиту на продукцію є абсолютно еластичною і поки на ціну не впливає кількість одиниць товару, що продається фірмою, граничний дохід від продажу додаткової одиниці продукції буде рівний ціні.

Оскільки $P = \text{const}$, зміна в сукупному доході буде наступною:

$$\Delta TR = \Delta(PQ) = \Delta P \cdot Q, \quad (3.4)$$

де Q - об'єм випуску;

P - ціна.

Тому для конкретної фірми $MR=P(\Delta Q/\Delta Q)=P$.

Згідно першому методу прибуток знаходиться як різниця сукупного доходу і сукупних витрат (див. рис.3.2).

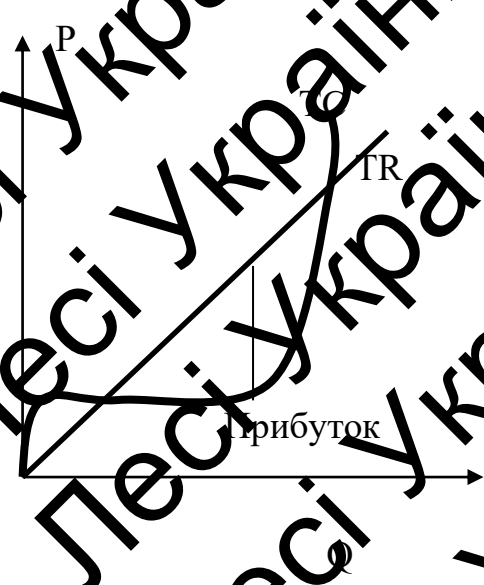


Рис. 3.2. Сукупний дохід, сукупні витрати і прибуток

Нахил прямої сукупного доходу постійний, оскільки постійний граничний дохід, рівний ціні товару. При малих об'ємах виробництва прибуток негативний, дохід не покриває постійні і змінні витрати. При $Q=0$ фірма терпить збитки в розмірі постійних витрат. У міру збільшення об'єму (Q) прибуток стає позитивним і зростає, поки не досягне певного об'єму, точка максимуму, після чого прибуток починає знижуватися, відображаючи випереджаюче зростання сукупних витрат.

Помітимо, що нахил кривої TC спочатку зменшується, а потім збільшується. Це означає, що граничні витрати знижуються при початку випуску і зростає у міру збільшення виробництва. Якщо фірма з якихось причин продовжує збільшувати виробництво після досягнення оптимального об'єму, то кожна додаткова вироблена одиниця вже скорочуватиме наближий прибуток через зростаючі граничні витрати і зведе її швидко до нуля.

Фірма досягає максимального прибутку в точці, в якій $MR=MC$. А ці

рівність є не що інше, як умова максимізації прибутку.

Тут підключається другий спосіб визначення максимуму прибутку. Поки граничний прибуток як різниця між MR і MC позитивний, загальна маса прибутку збільшується. Фірми збільшують випуск до тих пір, поки не досягнуть рівності $MR=MC$.

Оскільки для конкурентної фірми $MR=P$, то фірма одержує максимум прибутку тоді, коли випуск продукції встановлюється в точці, де $P=MC$.

Таким чином, порівнюючи показники сукупного доходу і сукупних витрат, граничного доходу і граничних витрат, ми можемо зробити наступні висновки:

Фірма максимізувала свій прибуток при такому об'ємі виробництва, коли сукупний дохід перевищує загальні витрати на максимальну величину, тобто коли $P=MR=MC$. Будь-яке виробництво за ситуації, коли сукупний дохід буде вище за сукупні витрати, забезпечує фірмі економічний прибуток.

Точки перетину графіків - це точки критичного об'єму виробництва, з межами яких фірма терпить збитки або припиняє виробництво.

В даний час при аналізі фактичної собівартості продукції, що випускається, виявлення резервів і економічного ефекту від її зменшення використовується розрахунок по економічних чинниках. Економічні чинники якнайповніше охоплюють всі елементи процесу виробництва - засоби, предмети праці і сама праця. Вони відображають основні напрямки роботи колективів підприємств по зниженні собівартості, підвищенні продуктивності праці, впровадженню передової техніки і технології, краще використання устаткування, здійснення заготівлі і краще використання предметів праці, скорочення адміністративно-управлінських і інших невикорисованих витрат, скорочення браку і ліквідація непродуктивних витрат і втрат.

Збільшення прибутку може відбутися при створенні автоматизованих систем управління, використанні ЕОМ, модернізації існуючої техніки і технології.

Зменшуються витрати в результаті комплексного використання сировини, вживання економічних заміників, повного використання відходів у виробництві.

Великий резерв містить в собі і вдосконалення продукції, зменшення її

матеріаломісткості і трудомісткості, зниження ваги машин і устаткування, зменшення газаритних розмірів і ін.

Певчі резерви збільшення приросту закладені в усуненні або скороченні витрат, які не є необхідними при нормальній організації виробничого процесу (наднормативна витрата сировини, матеріалів, палива, енергії, доплати робітникам за відступ від нормальних умов праці і наднормовності, платежі по регресивних позовах і т.п.). Вищелення цих зайвих витрат вимагає особливих методів і уваги колективу підприємства. Їх можна виявити проведенням спеціальних обстежень і одноразового обліку, при аналізі даних нормативного обліку витрат на виробництві, ретельному аналізі планових і фактичних витрат на виробництво.

Значні резерви закладені в зниженні витрат на підготовку і освоєння нових видів продукції і нових технологічних процесів, в зменшенні витрат пускового періоду по цехах і об'єктах, що знов вводяться в дію. Вплив на собівартість товарної продукції змін в розміщенні виробництва аналізується тоді, коли один і той же вид продукції виготовляється на декількох підприємствах, що мають неоднакові витрати в результаті вживання різних технологічних процесів. При цьому доцільно провести розрахунок оптимального розміщення окремих видів продукції по підприємствах з урахуванням використання існуючих потужностей, зниження витрат виробництва і на основі зіставлення оптимального варіанту з фактичним виявити резерви.

Сериозним резервом зниження собівартості продукції є розширення спеціалізації і кооперації. На спеціалізованих підприємствах з масовим виробництвом собівартість продукції значно нижче, ніж на підприємствах, що виробляють цю ж продукцію в невеликих кількостях. Розвиток спеціалізації вимагає встановлення і найраціональніших кооперованих зв'язків між підприємствами.

Зниження собівартості продукції забезпечується перш за все за рахунок підвищення продуктивності праці. Із зростанням продуктивності праці скорочуються витрати праці з розрахунку на одиницю продукції, а отже, зменшується питома вага заробітної платні в структурі собівартості.

із зростанням об'єму випуску продукції прибуток підприємства збільшується не тільки за рахунок зниження собівартості, але і внаслідок збільшення кількості продукції, що випускається. Таким чином, чим більший об'єм виробництва, тим за інших рівних умов більше сума одержуваного підприємством прибутку.

Матеріальні витрати, як відомо, в більшості галузей промисловості займають велику питому вагу в структурі собівартості продукції, тому навіть незначне заощадження сировини, матеріалів, палива і енергії при виробництві кожної одиниці продукції в цілому підприємству дає помітний ефект.

Основною умовою збільшення прибутку є сировина і матеріали на виробництво одиниці продукції, поліпшення конструкцій виробів, вдосконалення технології виробництва, використання прогресивних видів матеріалів, впровадження технічно обґрунтованих норм витрат матеріальних цінностей.

Для більшості підприємств основне джерело прибутку пов'язано з його виробничою і підприємницькою діяльністю. Ефективність його використання залежить від знання кон'юнктури ринку і уміння адаптувати розвиток виробництва до постійно змінної кон'юнктури. Величина прибутку залежить від правильності вибору виробничого профілю підприємства по випуску продукції (вибір продуктів, що користуються стабільним або високим попитом), від створення конкурентоздатних умов продажу своїх товарів і надання послуг (ціна, терміни поставки, обслуговування покупців, післяпродажне обслуговування і т.д.), від об'ємів виробництва (чим більше об'єм виробництва, тим більше маса прибутку); від зниження витрат виробництва.

Окрім виробничої і підприємницької діяльності джерелом утворення прибутку підприємства може бути його монополіє положення по випуску тієї або іншої продукції або унікальності продукту. Це джерело підтримується за рахунок постійного вдосконалення технології, оновлення продукції, забезпечення її конкурентоспроможності, що випускається.

На зміну прибутку впливають дві групи чинників: зовнішні і внутрішні. До зовнішніх чинників відносяться природні умови, транспортні умови;

соціально-економічні умови; рівень розвитку зовнішньоекономічних зв'язків; ціни на виробничі ресурси і ін.

Внутрішніми чинниками зміни прибутку можуть бути основні чинники (об'єм продажів, собівартість продукції, структура продукції і витрати на продукцію); неосновні чинники, пов'язані з порушенням господарської дисципліни (неправильне встановлення цін, порушення умов праці і якості продукції, ведучі до штрафів і економічних санкцій і ін.). При виборі шляхів збільшення прибутку орієнтуються в основному на внутрішні чинники, що впливають на величину прибутку. Збільшення прибутку підприємства може бути досягнуте за рахунок збільшення випуску продукції; поліпшення якості продукції; продажі зайвого устаткування і іншого майна або плачі його в оренду; зниження собівартості продукції за рахунок більш раціонального використання матеріальних ресурсів, виробничих потужностей і площ, робочої сили і робочого часу; диверсифікації виробництва; розширення ринку продажів і т.д.

Основна ідея, яка лежить в основі поведінки фірми — це максимізація прибутку. Фірма пропонує один продукт, витрати якого коливаються залежно від об'єму виробництва, а продукт продається за поточною ринковою ціною. В цій ситуації фірмі нічого не залишається робити, як вибрати об'єм продажів, який максимізував би її прибуток. Вважається, що це той об'єм продажів, який забезпечить максимум прибутку і буде оптимальним.

Оптимальний об'єм випуску — це об'єм, який дозволяє фірмі одержати максимальний прибуток.

Фірма одержує прибуток, реалізуючи власну продукцію.

Таким чином, фірма повинна вирішувати три питання:

1. Чи варто продавати цей товар?
2. Якщо стоїть, то, до яких меж?
3. Який прибуток при цьому буде одержаний?

При вирішенні цих питань вона повинна пам'ятати, що:

— в короткостроковому періоді фірма нічого не виробляє ($Q=0$), терпить збитки, рівні її постійним витратам;

доцільно продовжити виробництво, якщо вона може одержати або економічний прибуток, або збиток, який менше ніж її постійні витрати;

— доцільно випустити такий обсяг продукції, при якому вона одержуватиме максимальний прибуток або нестиме мінімальні втрати.

Є два основні підходи для визначення фірмою того, чи варто виробляти і в якій кількості, щоб максимізувати прибуток.

Перший припускає порівняння сукупного доходу і сукупних витрат, а другий - порівняння граничного доходу і граничних витрат.

1. Резерви зростання прибутку (П) внаслідок використання резервів обсягу реалізації продукції (Р).

2. Резерви зростання прибутку внаслідок використання резервів собівартості продукції.

3. Резерви, пов'язані з ліквідацією збитків від іншої реалізації та інших позареалізаційних затрат.

Проведені дослідження свідчать про наявність певних факторів які впливають на формування і розподіл прибутку підприємств. До них можна віднести зовнішні і внутрішні. До зовнішніх можна віднести: чинне законодавство (податкова політика), ринок збуту (потреби даного ринку на ризик), конкурентноздатність продукції, а до внутрішніх: ефективне планування, організація і управління виробництвом певного виду продукції, ефективна організація праці найманих працівників. Це можна виразити схемою (рис.3.3).

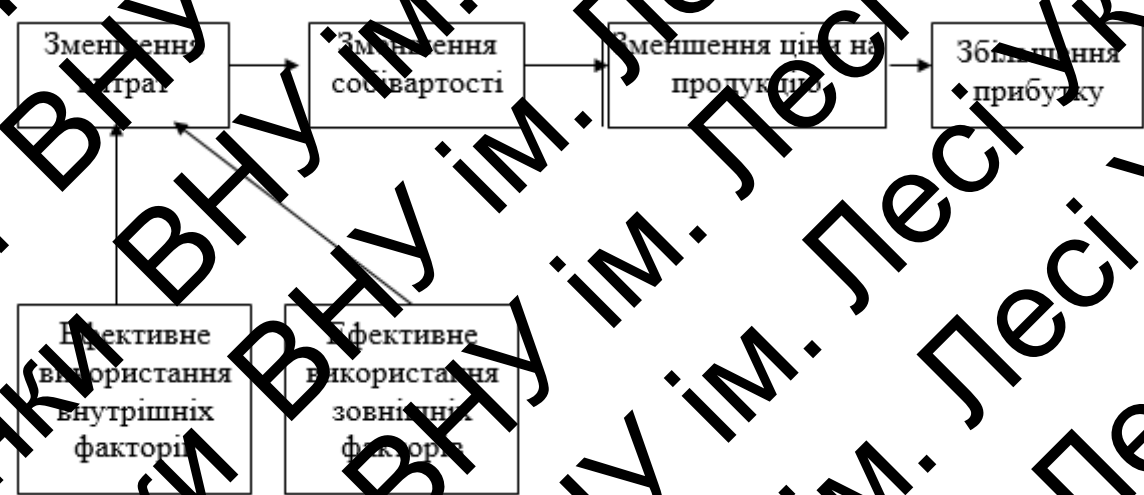


Рис.3.3 Вплив факторів на формування прибутку

Пропонується наступна схема для аналізу впливу чинників на прибуток підприємства (див.рис.3.4).



Рис. 3.4. Схема впливу чинників на прибуток підприємства

Отже кожне прибуткове підприємство по-перше має робочі місця, по-друге справно сплачує податки і збори до державного і місцевого бюджету.

Підприємство повинно правильно вибирати виробничу спрямованість на випуск певних видів продукції, створювати конкурентноспроможні умови продажу своїх товарів, що призведе до рівномірного отримання прибутку і стабільної діяльності.

3.2. Оптимізація прибутку в короткостроковому та довгостроковому періодах

Досягнення максимального прибутку і мінімальних збитків можливе при ринкових обставинах і цінах, на які конкурентна фірма не в силах вплинути. При умові виконання фірмою умови рівноваги $P=MR=MC$.

На рисунку (3.5) змальована ситуація, коли фірма при ринковій ціні, що склалася, здатна одержувати економічний прибуток.

Знаходимо точку перетину ціни і граничних витрат, опускаємо перпендикуляр на кіс OX знаходимо рівноважний об'єм виробництва. Висота прямокутника - $(P-AC)$, тобто прибуток на одиницю продукції.

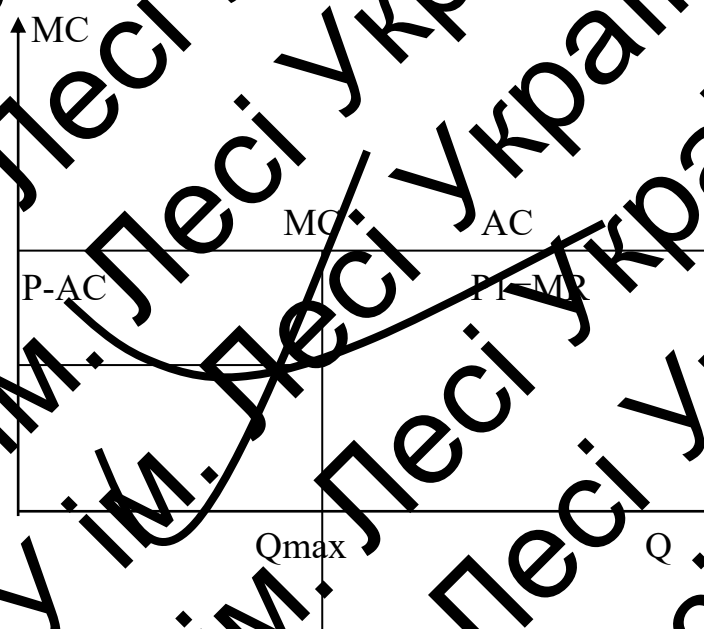


Рис. 3.5. Отримання економічного прибутку в короткостроковому періоді

Висота прямокутника - вироблена кількість продукції.

Отже, $\text{прибуток} = (P-AC) \cdot Q$.

Економічний прибуток це різниця між сукупним доходом і сумою явних і неявних витрат. Фірма її одержує, якщо ціна склалася вище за середні витрати.

Отримання економічного прибутку, тобто надприбутки, можливе тільки в короткостроковому періоді, коли інші фірми, привернуті цією обставиною, не до

галузі почати виробляти аналогічний продукт. Випуск Q_{max} не встигає увійти в таблицю, що означає, що на одиницю продукції доводиться максимум прибутку. Цей показник не можна використовувати як критерій отримання загального максимального прибутку, де $(P-AC)$ максимально, не співпадає з точкою рівноваги. В точці рівноваги фірма не досягає мінімально можливих середніх витрат і розцінює це не повинне бути метою фірми. Мета фірми в іншому.

На рисунку (3.6) змальована інша ситуація. Ціна складається на рівні середніх загальних витрат. В точці рівноваги $P=AC$ і прибуток на одиницю продукції рівний нулю, тобто економічний прибуток $(P-AC) \cdot Q=0$. Для фірми ця ситуація звичайна. Фірма покриває всі витрати і одержує нормальний прибуток, який є прибутком, від якого власник фірми відмовився, використавши власні ресурси в своїй фірмі. Вона альтернативною власністю ресурсів, що належать власнику фірми. Кожний з чинників виробництва в цій ситуації має відповідну винагороду.

Проте, фірма може опинитися і в збитку, оскільки її прибуток залежить від ціни на її продукт, а ціна у свою чергу реагує тільки на ринковий попит і пропозицію. На рисунку (3.7) змальована ситуація, коли фірма терпить збитки, але продовжує працювати. Прямокутник це втрати. Ціна не покриває середні загальні витрати (AC), але проходить вищим за середні змінні витрати (AVC). Виробляється більш вигідним продовжувати виробництво, тому що в стані рівноваги фірма мінімізує свої втрати. При ціні P_3 фірма намагається понизити ці втрати, оскільки вона одержує деякий дохід, що покриває змінні витрати і частину постійних.

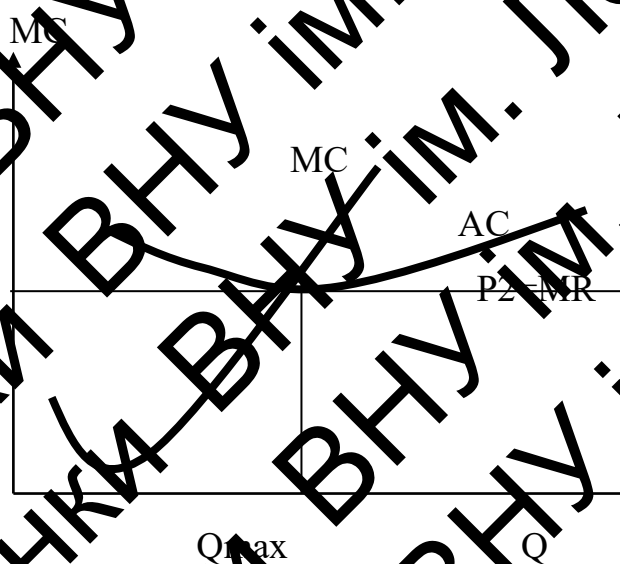


Рис. 3.6. Робота на рівні самоокупності і нормальний прибуток в короткостроковому періоді

Якщо ціна нижче за мінімальні середні загальні витрати, то встановлюється обсяг випуску, відповідний рівню $P=MC$, можна мінімізувати втрати.



Рис. 3.7. Конкурентна фірма, що несе втрати

Рисунок (3.8) показує ситуацію, при якій ціна опустилася до рівня середніх змінних витрат (AVC). Точка, де $P=\min AVC$, - точка припинення діяльності фірми.

В цій ситуації фірма несе втрати у розмірі постійних витрат, а якщо ціна впаде нижче за мінімальні середні змінні витрати ($\min AVC$), то втрати перевищать і постійні витрати, що спричинить припинення діяльності фірми.

Понесені безповоротні витрати перестають бути альтернативними і при прийнятті рішення про стратегію бізнесу їх ігнорують. Ми припускаємо, що фірма при тимчасовому припиненні діяльності не має нагоди покрити постійні витрати, тобто вони стають безповоротними, фірма, ухвалюючи рішення про обсяг випуску, може їх ігнорувати.

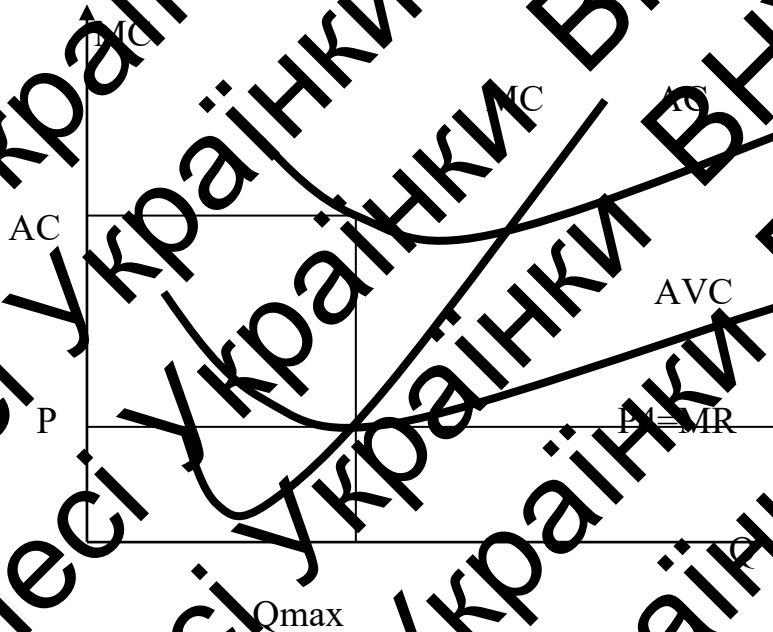


Рис. 3.6. Точка припинення операції фірми

Таким чином, умови роботи фірми в короткостроковому періоді:

- фірма одержує економічний прибуток в короткостроковому періоді, якщо $P > \min AC$;
- одержує нормальний прибуток, якщо $P = \min AC$;
- продовжує діяльність, але терпить збитки, якщо $PR > AVC$, $PQ < AVC(Q)$ і, отже, $P > AVC$;
- точка припинення діяльності фірми $P = \min AVC$;

Крива пропозиції фірми в короткостроковому періоді - частина кривої її граничних витрат, що лежить вище за криву середніх змінних витрат. Фактично крива пропозиції фірми - це частина кривої MC вище $\min AVC$, тому що крива пропозиції - це зв'язок між ціною і кількістю продукції, причому конкурентна фірма, щоб максимізувати прибуток, завжди виробляє до тих пір, поки ціна не порівняється з граничними витратами. Отже, динаміка зміни граничних витрат і порівняння з ціною дає право розглядати криву MC на відрізку вище за мінімальні середні змінні витрати як криву пропозиції.

Короткостроковий період - тимчасовий відрізок в перебігу якого фірма не

зможі кількісно змінити всі свої виробничі чинники.

В довгостроковому періоді у фірмі є можливість пристосуватись до умов, що змінилися, піти з галузі або навпаки розширити виробництво. В умовах конкуренції фірма вважає, що поточні ціни – кращий прогноз для майбутніх цін. Якщо Q_1 – ринноważний випуск в короткостроковому періоді при ціні P_1 , то умова рівноваги $SMC_1 = P_1 = MR_1$. В цьому випадку фірма одержує економічний прибуток (малий прямокутник на рисунку 3.9). Цей прибуток викликає два основні процеси:



Рис.3.9. Рівновага фірми в довгостроковому періоді

По-перше, фірми цієї галузі намагаються одержати велику міру прибутку і розширюють у зв'язку з цим масштаб виробництва, при цьому об'єм Q_3 відповідає точці, в якій $P_1 = LMC = SMC_2$, прибуток такий чином можна збільшити (великий прямокутник на рисунку 3.9). При Q менше Q_3 MR більше MC , тобто є можливість розширити виробництво.

По-друге, економічний прибуток – це сигнал для входження в галузь нових фірм в довгостроковому періоді. Нові фірми прийдуть, старі розширять свою діяльність. Отже, пропозиція в галузі, як видно на рисунку (3.9), збільшиться з S_1 до S_2 , що принесе з собою ціну у бік пониження при тому ж попиті. Ціна знизиться з P_1 до P_2 .

В результаті фірми галузі виявляються в стані довгострокової рівноваги і кожна з них зможе мати тільки нормальний прибуток при ціні P_2 .

В довгостроковому періоді процес входу і виходу з галузі відбувається лише тоді, коли ціна і середні сукупні витрати зрівнюються.

Таким чином, в довгостроковому періоді конкурентна фірма максимізує свій прибуток при такому об'ємі виробництва, коли $LAC = P = MC$.

Довготривала рівновага на конкурентному ринку з вільним входом і виходом призводить до того, що фірми вибирають найефективнішу технологію і масштаби виробництва.

Крива пропозиції в довгостроковому періоді має більш пологий вигляд і зберігає позитивний нахил. Це зв'язано з тим, що деякі ресурси виробництва доступні лише в обмеженій кількості і з тим, що різні фірми мають різні витрати виробництва. Наприклад, розглянемо ринок ремонтних послуг. Кожний ретує на цей ринок, але витрати фірми неоднакові. Люди працюють з різним темпом, та і альтернативне використання часу для одних вище, ніж для інших. При будь-якій даній ціні в галузь вступлять фірми з низькими витратами. Для збільшення об'єму пропозиції ринок повинен привертати нових охочих працювати в галузі. Оскільки нові фірми мають більш високі витрати, то їх приєднання до галузі буде при високій ціні. Таким чином, ринкова крива пропозиції має позитивний нахил. В цьому випадку ціна ринку – це середні сукупні витрати граничної фірми, яка покинула б ринок при падінні ціни нижче за цей рівень. Фірми з більш високими витратами ввійдуть на ринок тільки за умови підвищення ціни. Таким чином, крива пропозиції швидше всього буде не горизонтальною, а висхідною, відображаючи той чинник, що зростання ціни необхідне для збільшення об'єму пропозиції.

Оскільки фірми легше входять на ринок і виходять з нього в довгостроковому періоді, ніж в короткостроковому, крива пропозиції в довгостроковому періоді звичайно більш еластична в порівнянні з короткостроковим періодом.

Крива довгострокової пропозиції галузі для галузі з постійними витратами буде горизонтальною. Зростання ринкового попиту на продукцію конкуренції викличе зростання ціни. Ціна, вищезначуща від MC , забезпечить економічний прибуток. В галузь спрямуються нові фірми. За рахунок них збільшиться пропозиція, що зробить вплив на ціну, яка знизиться до початкового рівня. Крива ЗЛ – крива довгострокової пропозиції галузі.

Аналогічно галузь реагує на зменшення попиту.

Якщо ціни на різні види витрат не змінюються у міру зміни об'єму випуску галузі, то довгострокова крива пропозиції буде абсолютно еластична, як на рисунку (3.10). В галузі, для якої характерне зростання витрат, довгострокова крива пропозиції буде висхідною, а в галузі з зростаючими витратами – матиме негативний нахил.

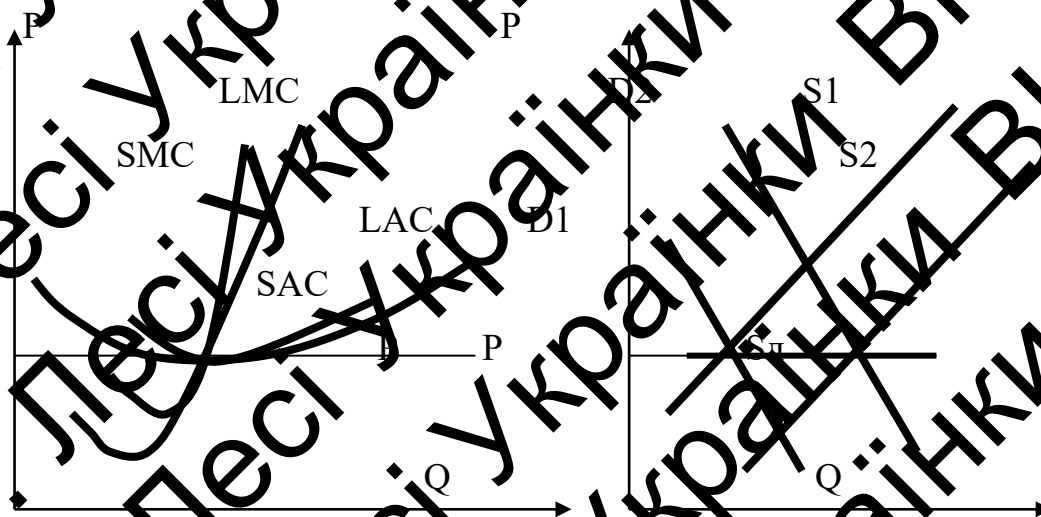


Рис. 3.10. Реакція галузі з постійними витратами на збільшення попиту в довгостроковому періоді

На рисунку (3.9) показана ситуація, коли виробництво розширюється у галузі зростаючих витрат, що викликає збільшення цін на деякі ресурси, які в ній використовуються. Крива LAC зсувається вгору. Первинне збільшення попиту зображається в зсуві кривої D . Ціна в результаті стала вище за сукупні середні витрати і в галузь спрямувалися інші фірми. За рахунок них збільшилася пропозиція в галузі. Але нова рівновага досягається при ціні P_2 . Якщо ціна повернеться на первинний рівень, фірми покинуть галузь, оскільки матимуть збитки. В результаті форма ринкової кривої пропозиції галузі із зростаючими витратами буде висхідною.

Довгостроковий період – часовий відрізок, в перебігу якого фірма здатна змінити всі чинники виробництва.

Проаналізувавши поведінку конкурентних фірм, прагнучих до максимального

рівня прибутку встановили, що кожний, хто придбає продукцію на такому ринку, може бути упевнений, ціна, яку він платить, близька до витрат. Для фірм ціна рівна граничним витратам, що відповідає задачі максимізації прибутку. Якщо фірми вільно йдуть і криють в галузі, то ціна рівна середнім сукупним витратам.



Рис. 3.11. Реакція галузі із зростаючими витратами на збільшення попиту в довгостроковому періоді

Таким чином, умови роботи фірми в короткостроковому періоді:

1. фірма одержує економічний прибуток в короткостроковому періоді, якщо $P > \min AC$;
2. одержує нормальний прибуток, якщо $P = \min AC$;
3. продовжує діяльність, але терпить збитки, якщо $TR > TC$, $PQ > AVC(Q)$ і, отже, $P > AVC$;
4. точка припинення діяльності фірми $P = \min AVC$;

Оскільки фірми перше входять на ринок і виходять з нього в довгостроковому періоді, ніж в короткостроковому, крива пропозиції в довгостроковому періоді звичайно більш еластична в порівнянні з короткостроковим періодом.

Фірма максимізує свій прибуток при такому об'ємі виробництва, коли сукупний дохід перевищує загальні витрати на максимальну величину, тобто коли $P = MR = MC$. Будь-яке виробництво за ситуації, коли сукупний дохід буде вище за сукупні витрати, забезпечує фірмі економічний прибуток.

ВИСНОВКИ

65

Прибуток є об'єктивною економічною категорією. Тому на його формування впливають об'єктивні процеси, що відбуваються в суспільстві, у сфері виробництва й розподілу вального внутрішнього продукту.

Водночас прибуток – це підсумковий показник, результат фінансово-господарської діяльності підприємств як суб'єктів господарювання. Тому прибуток відбиває її результати і зазнає впливу багатьох чинників. Є особливості у формуванні прибутку підприємств залежно від сфери їхньої діяльності, галузі господарства, форми власності, розвитку ринкових відносин.

На формування абсолютної суми прибутку підприємства впливають: ефективність його фінансово-господарської діяльності; сфера діяльності; галузь господарства; установлені законодавством умови обліку фінансових результатів. Прибуток – це показник, що формується на мікрорівні. Прибуток народного господарства – це результат діяльності окремих підприємств, галузей економіки, розвитку окремих сфер, структурних зрушень в економіці, змін у порядку обліку фінансових результатів.

Об'єктом дослідження обрано АТ „Луцьк Фудз”. Основними видами діяльності даного товариства є виготовлення продуктів харчування.

На основі аналізу економічних показників діяльності можна зробити ряд висновків.

Протягом 2022-2024 років відбулось зменшення вартості майна АТ „Луцьк Фудз” на 2364,5 тис. грн. (3,4%). Суттєво скоротились оборотні активи (35,8%) та збільшились оборотні (60,9%). Зменшився власний капітал (23,2%) та збільшились поточні зобов'язання (11,2%) та довгострокові зобов'язання на 71%.

На протязі періоду, що аналізується АТ „Луцьк Фудз” має достатній робочий капітал тобто власні оборотні кошти для забезпечення своєї діяльності. А той факт, що у 2024р. порівняно з 2022р. цей показник скоротився лише на 3,4%, свідчить, що дане підприємство володіє достатніми фінансовими ресурсами для розширення діяльності в майбутньому.

Баланс АТ „Луцьк Фудз” не вважається абсолютно ліквідним, оскільки дані

група активів (легкорезалізовувані активи) покриває короткострокові зобов'язання (друга група пасивів). Усі інші групи не відповідають вимогам ні у 2022 році, ні у 2024 році.

Коефіцієнт покриття впродовж періоду, що аналізується мав тенденцію до зростання і знаходився більше рекомендованого значення, що безумовно є позитивним для підприємства. Позитивним моментом є те, що за два роки коефіцієнт швидкої ліквідності постійно зростає, та знаходився в межах нормативного значення. Коефіцієнт абсолютної ліквідності, як видно з розрахунків, залишається практично сталим на протязі 2022-2024 років та не досягнув нормативного значення.

Коефіцієнт фінансової залежності становив більше 1. У 2022 році даний коефіцієнт становив 2,54, а вже у 2024 році - 3,20. Як бачимо, відбувається втрата фінансової незалежності товариства в зв'язку з наявністю короткострокових кредитів комерційних банків.

Відносна збільшення загальної суми доходів за 2022-2024 роки становило 14,6%, а загальної суми витрат 14%. Чистий прибуток у 2024 році склав 2022 тис. грн. і зріс в порівнянні з 2022 роком на 75%. В результаті цього рентабельність зросла з 0,9% у 2022 році до 1,4% у 2024 році.

В цілому АТ «Луцьк Фудз» є досить потужним підприємством харчової галузі, має значний потенціал для подальшого розвитку.

Необхідними умовами зростання прибутку на підприємстві є:

- реформування податкового законодавства (держава може піти шляхом зниження податкового навантаження, що стимулюватиме вивільнення коштів підприємства для інвестицій, або застосування гнучкої системи податкових пільг і податкових канікул для інноваційних інвестицій);

- збільшення джерел інвестування — внутрішні заощадження і залучення зовнішніх ресурсів, що матиме як наслідок фінансове оздоровлення підприємства в цілому;

- розвиток системи правових гарантій захисту інвестора за допомогою кредитування; застави майна та страхування інвестиційних ризиків;

— поліпшення технологічної інфраструктури, використання науково-технологічних досягнень світового рівня;

— створення повноцінного функціонування ринку матеріально-технічних ресурсів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

68

1. Біла О. Г. Профінансовий капітал – передумова ліквідності підприємства. *Фінанси України*. 2018. № 10. С. 56–61.
2. Білик М. Д. Управління дебіторською заборгованістю підприємства. *Фінанси України*. 2018. № 12. С. 24–36. URL: <http://www.finukr.org.ua/docs/2018/12/24.pdf> (дата звернення: 04.12.2025).
3. Дем'яненко Г. Є. Економічна безпека торговельного підприємства: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.07.05 / Донец. держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Донецьк, 2018. 19 с. URL: <http://i.donduet.edu.ua/handle/123456789/2202> (дата звернення: 04.12.2025).
4. Василь О. Д. Теорія фінансів: підручник. Київ: ІНЭС, 2000. 416 с.
5. Ховначар Р. І. Планування діяльності підприємства. *Фінанси України*. 2019. № 1. С. 21–27. URL: <http://www.finukr.org.ua/docs/2019/1/21.pdf> (дата звернення: 04.12.2025).
6. Зиадаг А. Маркетинговий підхід до управління торговельних підприємств. *Торгівля і ринок України: темат. зб. наук. пр. з пробл. торгівлі і громад. харчування*. 1999. Вип. 9, т. 2. С. 12–16.
7. Ізмайлєва К. В. Фінансовий аналіз: навч. посіб. Київ: МАУП, 2001. 152 с. URL: <https://library.tneu.edu.ua/images/stories/zmist/2014/2/4/7.pdf> (дата звернення: 04.12.2025).
8. Ковалівська К. В. Фінансова стійкість акціонерного товариства як умова його економічного розвитку. *Фінанси України*. 2019. № 2. С. 101–104. URL: <http://www.finukr.org.ua/docs/2019/2/101.pdf> (дата звернення: 04.12.2025).
9. Козак В. Г., Козак Г. Л. Аналіз фінансового стану акціонерного товариства. Київ: Аграр. наука, 2000. 172 с.
10. Коробов М. Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств: навч. посіб. Київ: Знання, 2000. 316 с.
11. Котляр М. Л. Аналіз фінансового стану підприємства. *Фінанси України*. 2019. № 5. С. 99–104. URL: <http://www.finukr.org.ua/docs/2019/5/99.pdf> (дата звернення: 04.12.2025).

12. Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій. Затв. Наказом Агентства з питань запобігання банкрутству від 23 лютого 1998 № 22. *Держ.с. інформ. бюл. про приватизацію*. 1998. № 7. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0022370_98#text (дата звернення: 04.12.2025).
13. Мипага О. В. Ліквідність як елемент фінансового управління підприємства. *Фінанси України*. 2018. № 10. С. 62–68. URL: <http://www.finukr.org.ua/docs/2018/10/62.pdf> (дата звернення: 04.12.2025).
14. Попович П. Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання: підручник. Тернопіль: Екон. сумка, 2001. 354 с.
15. Ремньова Л. М. Управління ліквідністю та платоспроможністю підприємства як складова його фінансового менеджменту. *Актуальні проблеми економіки*. 2019. № 2. С. 86–90. URL: http://ap.econeu.edu.ua/files/2_2019/86.pdf (дата звернення: 04.12.2025).
16. Рєпіна І. М. Антикризисне фінансове управління підприємством: навч. посіб. Київ: Центр учб. літ., 2004. 220 с.
17. Сокириська І. Г. Діагностика фінансового забезпечення діяльності підприємства. *Фінанси України*. 2018. № 11. С. 88–97. URL: <http://www.finukr.org.ua/docs/2018/11/89.pdf> (дата звернення: 04.12.2025).
18. Сорока Р. С. Фактори впливу на забезпеченість торговельних підприємств оборотним капіталом. *Фінанси України*. 2018. № 10. С. 76–82. URL: <http://www.finukr.org.ua/docs/2018/10/76.pdf> (дата звернення: 04.12.2025).
19. Терещенко О. О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: навч. посіб. Київ: ІНТУ, 2018. 120 с. URL: https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/24021/FinSlr_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y (дата звернення: 04.12.2025).
20. Фуцалі Г. В. Залучення кредитних ресурсів підприємствами малого бізнесу у сфері торгівлі. *Фінанси України*. 2018. № 10. С. 84–91. URL: <http://www.finukr.org.ua/docs/2018/10/84.pdf> (дата звернення: 04.12.2025).