

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»**

Факультет менеджменту та маркетингу

Кафедра економіки і підприємництва

До захисту допущено:

Завідувач кафедри

_____ Світлана ТУЛЬЧИНСЬКА

«__» _____ 2023 р.

Дипломна робота

на здобуття ступеня бакалавра

за освітньо-професійною програмою «Економіка бізнес-підприємства»

спеціальності 051 «Економіка»

**на тему: «Економічне обґрунтування напрямів зростання прибутковості
діяльності підприємства»**

Виконала:

студентка IV курсу, групи УЕ-91

Кашпуренко Тетяна Олександрівна _____

Керівник:

к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки і підприємництва

Кириченко Сергій Олександрович _____

Консультант з економічно-математичного підрозділу:

к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки і підприємництва

Кузьмінська Наталія Леонідівна _____

Рецензент:

к.е.н, доцент, доцент кафедри міжнародної економіки

Корогодова Олена Олександрівна _____

Засвідчую, що у цій дипломній роботі
немає запозичень з праць інших авторів
без відповідних посилань.

Студентка _____

Київ – 2023 року

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
Факультет менеджменту та маркетингу
Кафедра економіки і підприємництва

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Спеціальність – 051 «Економіка»

Освітньо-професійна програма «Економіка бізнес-підприємства»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Світлана ТУЛЬЧИНСЬКА

«__» _____ 2022 р.

ЗАВДАННЯ

на дипломну роботу студентці
Кашпуренко Тетяні Олександрівні

1. Тема роботи «Економічне обґрунтування напрямів зростання прибутковості діяльності підприємства», керівник роботи Кириченко Сергій Олександрович, к.е.н., доцент, затверджені наказом по університету від «31» травня 2023 р. №2077-с.

2. Термін подання студентом роботи 09.06.2023 р.

3. Вихідні дані до роботи: річна фінансова звітність, статистичні дані, статут та інша економічна та технічна інформація з обраної теми, аналітичні матеріали виробничого та фінансово-економічного відділів підприємства.

4. Зміст роботи:

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність поняття «прибутковість», його класифікація та значення під час ведення діяльності підприємства

1.2. Фактори впливу на підвищення прибутковості діяльності підприємства

1.3. Методичні підходи до аналізу та оцінювання показників прибутковості діяльності підприємства

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНЮВАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ЗВЯГЕЛЬХЛІБ»

2.1. Загальна характеристика та господарсько-правові засади функціонування ПрАТ «Звягельхліб»

2.2. Аналіз фінансово-економічного стану ПрАТ «Звягельхліб»

2.3. Оцінювання прибутковості та чинників її формування на підприємстві ПрАТ «Звягельхліб»

2.4. Кореляційно-регресійна модель залежності прибутковості від чинників її формування на підприємстві ПрАТ «Звягельхліб»

РОЗДІЛ 3. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ЗВЯГЕЛЬХЛІБ»

3.1. Напрями підвищення прибутковості діяльності ПрАТ «Звягельхліб»

3.2. Забезпечення зростання прибутковості ПрАТ «Звягельхліб» шляхом впровадження лінії з виробництва тортів та готових десертів

3.3. Забезпечення зростання прибутковості ПрАТ «Звягельхліб» шляхом заміни низькопродуктивного та високо витратного устаткування

3.4. Оцінка економічної ефективності реалізації запропонованих заходів зі зростання прибутковості діяльності ПрАТ «Звягельхліб»

5. Перелік ілюстративного матеріалу: презентація дипломної роботи.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 2, пункт 2.4	к.е.н., доц. Кузьмінська Н.Л.		
Нормоконтроль	к.е.н., доц. Кривда О.В.		

7. Дата видачі завдання 13.10.2022 р.

Календарний план

№ з/п	Назва етапів виконання дипломної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Затвердження теми дипломної роботи науковим керівником	22.10.2022 р.	
2	Написання розділу 1 дипломної роботи	30.01.2023 р.	
3	Написання розділу 2 дипломної роботи	20.03.2023 р.	
4	Написання розділу 3 дипломної роботи	10.05.2023 р.	
5	Проведення попереднього захисту дипломної роботи	24.05.2023 р.	
6	Перевірка дипломної роботи на плагіат	01.06.2023 р.	
7	Рецензування дипломної роботи	08.06.2023 р.	
8	Подання дипломної роботи на кафедру	09.06.2023 р.	
9	Захист дипломної роботи	20.06.2023 р.	

Студентка

Тетяна КАШПУРЕНКО

Керівник

Сергій КИРИЧЕНКО

РЕФЕРАТ

Дипломна робота Кашпуренко Тетяни Олександрівни на тему «Економічне обґрунтування напрямів зростання прибутковості діяльності підприємства», спеціальність 051 «Економіка», освітня програма «Економіка бізнес-підприємства», Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Київ, 2023 рік.

Обсяг дипломної роботи становить 117 сторінок та складається зі вступу, 3 розділів, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків. Кількість ілюстрацій – 16, таблиць – 44, додатків – 3 та бібліографічних найменувань – 44.

Метою роботи є економічне обґрунтування теоретичних та практичних рекомендацій щодо напрямів зростання прибутковості діяльності вітчизняних підприємств.

При виконання роботи було використано емпіричний, загально-логічний, аналітичний, статистичний, описовий методи та метод економіко-математичного моделювання.

У дипломній роботі було досліджено загальне фінансово-економічне становище та рівень прибутковості ПрАТ «Звягельхліб», а також теоретичні аспекти факторів впливу на прибутковість. На основі цього було сформовано два проєкти, що сприятимуть її збільшенню, що були прийняті до реалізації (довідка впровадження №215 від 15.05.2023 р.).

Об'єктом дослідження виступає процес формування прибутку під час ведення діяльності підприємством.

Предмет – сукупність теоретичних, методичних та практичних підходів, що забезпечують зростання прибутковості діяльності.

Ключові слова: прибутковість, види прибутку, напрями підвищення прибутковості, фінансово-економічний стан, рентабельність.

ABSTRACT

Diploma thesis by Tetiana Kashpurenko on the topic «Economic substantiation of directions for increasing the profitability of enterprise activities», specialty 051 «Economics», educational program «Business Enterprise Economics», National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute», Kyiv, 2023.

The volume of the thesis consists of 117 pages and includes an introduction, 3 chapters, general conclusions, a list of references, and appendices. It contains 16 illustrations, 44 tables, 3 appendices, and 44 bibliographic references.

The aim of the thesis is to provide economic justification for theoretical and practical recommendations on the directions for increasing the profitability of domestic enterprises.

In the course of the research, empirical, logical, analytical, statistical, descriptive methods, and economic-mathematical modeling method were used.

The thesis examines the overall financial and economic situation and the level of profitability of PJSC «Zviahelhlib» as well as theoretical aspects of factors influencing profitability. Based on this, two projects were developed to contribute to its increase, which were accepted for implementation (Implementation Certificate No. 215 dated 15.05.2023).

The object of the research is the process of profit formation during the enterprise's activities.

The subject encompasses a set of theoretical, methodological, and practical approaches that ensure the growth of activity profitability.

Keywords: profitability, types of profit, directions for increasing profitability, financial and economic condition, profit margin.

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	12
1.1. Сутність поняття «прибутковість», його класифікація та значення під час ведення діяльності підприємства.....	12
1.2. Фактори впливу на підвищення прибутковості діяльності підприємства	19
1.3. Методичні підходи до аналізу та оцінювання показників прибутковості діяльності підприємства	26
Висновки до розділу 1	33
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНЮВАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ЗВЯГЕЛЬХЛІБ»	34
2.1. Загальна характеристика та господарсько-правові засади функціонування ПрАТ «Звягельхліб».....	34
2.2. Аналіз фінансово-економічного стану ПрАТ «Звягельхліб»	38
2.3. Оцінювання прибутковості та чинників її формування на підприємстві ПрАТ «Звягельхліб».....	49
2.4. Кореляційно-регресійна модель залежності прибутковості від чинників її формування на підприємстві ПрАТ «Звягельхліб»	59
Висновки до розділу 2	64
РОЗДІЛ 3. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ЗВЯГЕЛЬХЛІБ».....	66
3.1. Напрями підвищення прибутковості діяльності ПрАТ «Звягельхліб»	66
3.2. Забезпечення зростання прибутковості ПрАТ «Звягельхліб» шляхом впровадження лінії з виробництва тортів та готових десертів.....	74
3.3. Забезпечення зростання прибутковості ПрАТ «Звягельхліб» шляхом заміни низькопродуктивного та високовитратного устаткування.....	86
3.4. Оцінка економічної ефективності реалізації запропонованих заходів зі зростання прибутковості діяльності ПрАТ «Звягельхліб»	95
Висновки до розділу 3	100

	7
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	102
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	105
ДОДАТКИ.....	111

ВСТУП

На сучасному етапі розвитку економічного середовища, якому характерними є невизначеність та нестабільність, які спричинені різними внутрішніми та зовнішніми факторами, гострою стала проблема прибутковості діяльності підприємств. Ще більшого посилення вона набула з початком повномасштабного вторгнення, яке створило багато перешкод та витрат для суб'єктів господарювання. Тому нині необхідним є пошук та обґрунтування можливих шляхів підвищення рівня прибутковості, чим і обумовлюється **актуальність обраної теми дипломної роботи.**

Ступінь розробки наукової проблеми. Проблеми формування доходів та витрат підприємств, їх фінансово-економічний стан, значення прибутковості та перспективи її зростання завжди активно досліджувалися вітчизняними науковцями. Зокрема, досить глибоко зазначена тематика висвітлювалася в наукових роботах таких авторів, як О. Вовк, А. Ковальчук, Я. Комісаренко, А. Джулай [2] (дослідження ролі прибутку в розвитку підприємства), О. Круковська [12] (аналіз формування та використання прибутку), Ю. Шейко [13] (пошук шляхів підвищення рентабельності підприємств) та інші.

Метою дослідження виступає економічне обґрунтування теоретичних та практичних рекомендацій щодо напрямів зростання прибутковості діяльності вітчизняних підприємств.

Для досягнення поставленої мети було сформовано ряд **завдань дипломної роботи**, зокрема:

- 1) обґрунтувати сутність та роль прибутку під час ведення діяльності суб'єкта господарювання;
- 2) проаналізувати методичні підходи оцінювання прибутковості діяльності підприємства;
- 3) охарактеризувати фактори впливу на формування прибутку;
- 4) визначити основні напрями та способи підвищення прибутковості діяльності підприємства;

- 5) провести загальну характеристику та аналіз фінансово-економічного стану ПрАТ «Звягельхліб»;
- 6) розробити систему заходів із забезпечення зростання прибутковості ПрАТ «Звягельхліб»;
- 7) оптимізувати процеси, які стримують зростання прибутку на підприємстві шляхом виявлення та обґрунтування напрямів, що забезпечать підвищення прибутковості його діяльності;
- 8) визначити вплив запропонованих заходів на фінансово-економічний стан аналізованого суб'єкта господарювання та доцільність їх впровадження.

Для теми роботи «Економічне обґрунтування напрямів зростання прибутковості діяльності підприємства» **об'єктом дослідження** виступає процес формування прибутку під час ведення діяльності підприємством.

При цьому **предметом дипломної роботи** є сукупність теоретичних, методичних та практичних підходів, що забезпечують зростання прибутковості діяльності.

Базою дослідження виступає ПрАТ «Звягельхліб».

Під час виконання дипломної роботи були використані такі **методи дослідження**, як емпіричний (порівняння), загально-логічний (аналіз, систематизація, узагальнення), аналітичний, статистичний (таблиці, графіки), описовий та економіко-математичне моделювання.

Практичне значення отриманих результатів дипломної роботи полягає у формуванні й економічному обґрунтуванні пропозицій стосовно проведення диверсифікації виробництва шляхом впровадження нового виду продукції, а також заміни одного з основних видів обладнання – печей, задіяних у виробництві, на більш продуктивне та менш затратне.

Основні результати дослідження були позитивно оцінені менеджментом ПрАТ «Звягельхліб» та вже використовуються в їхній практичній діяльності (згідно з довідкою впровадження №215 від 15.05.2023 р.).

Апробація. Основні теоретичні положення та практичні результати дипломної роботи презентувалися на XXI Міжнародній науково-практичній

конференції «Розвиток підприємництва як фактор росту національної економіки» (Київ, 23 листопада 2022 року), XVI Міжнародній науковій конференції здобувачів вищої освіти «Проблеми розвитку економіки підприємства: погляд молоді» (Харків, 10 березня 2023 року), а також були опубліковані у фахових економічних виданнях «Економіка та суспільство : електронний журнал» (квітень 2023 року) та електронний журнал «Ефективна економіка» (травень 2023 року).

Публікації:

1. Макалюк І. В., Кашпуренко Т. О. Вплив російської військової агресії на становище аграрних підприємств. Розвиток підприємництва як фактор росту національної економіки : матеріали XXI Міжнародної науково-практичної конференції 23 листопада 2022 року. Київ : ІВЦ «Політехніка», 2022. С. 60.
2. Поліщук С. В., Кашпуренко Т. О. Маржинальний аналіз як один з чинників вирішення проблеми оцінки прибутковості підприємства. Розвиток підприємництва як фактор росту національної економіки : матеріали XXI Міжнародної науково-практичної конференції 23 листопада 2022 року. Київ : ІВЦ «Політехніка», 2022. С. 128.
3. Кириченко С. О., Кашпуренко Т. О. Інвестування як фактор збільшення прибутковості підприємства. Проблеми розвитку економіки підприємства : погляд молоді : Матеріали XVI Міжнародної наукової конференції здобувачів вищої освіти (м. Харків, 10 березня 2023 року). – Х.: ХНАДУ. – 2023. С. 62-64.
4. Макалюк І. В., Кашпуренко Т. О., Баранніков М. О. Становище підприємств аграрного сектору України в умовах війни: фінансово-інвестиційні аспекти. *Економіка та суспільство : електронний журнал*, № 49, 2023. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-7>.
5. Кривда О. В., Кашпуренко Т. О. Ризики впровадження штучного інтелекту на підприємствах. БІЗНЕС, ІННОВАЦІЇ, МЕНЕДЖМЕНТ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ: зб. тез доп. IV Міжнар. наук.-практ. конф., м.

Київ, 20 квіт. 2023 р. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2023. С. 126.

6. Кириченко С. О., Кашпуренко Т. О. Диверсифікація виробництва як спосіб збільшення прибутковості підприємств у сучасних умовах. *Ефективна економіка*, № 5, 2023. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.5.53>.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність поняття «прибутковість», його класифікація та значення під час ведення діяльності підприємства

Кожен підприємець як при зародженні ідеї про створення власної справи, так і безпосередньо при її впровадженні в життя ставить собі за мету отримання прибутку. Звідси можна стверджувати, що здатність отримувати прибуток після оплати витрат є ключовою функцією будь-якої організації. Отримання прибутку є ознакою того, що компанія успішна і може продовжувати свій розвиток в майбутньому.

Без отримання прибутку жодне підприємство не зможе проіснувати в довгостроковій перспективі. Тому визначення рівня поточної та минулої прибутковості, а також прогнозування майбутньої є дуже важливим аспектом.

Прибутковість вимірюється доходами й витратами. Дохід – це гроші, отримані від діяльності підприємства. Витрати – це вартість ресурсів, використаних або спожитих під час діяльності підприємства [1, с. 411].

Прибуток – це залишок доходу, також відомий як частина доходу, що залишилася після того, як компанія здійснила всі витрати [2, с. 38].

Різні підприємства по-різному формулюють місце прибутку у своїй загальній місії. Проте, незалежно від того, яке саме місце він займає, прибуток є принципово важливим для загального успіху бізнесу.

Прибутковість вимірюється за допомогою звіту про прибутки та збитки. По суті, це перелік доходів і витрат протягом певного періоду часу (зазвичай рік) для всього бізнесу.

Звіт про прибутки та збитки – це зведення всіх доходів і витрат підприємства за певний період [3, с. 17]. Це один із найважливіших фінансових документів, які створює бізнес, оскільки він регулярно використовується інвесторами та менеджерами для оцінки фінансового стану бізнесу.

Інформаційний файл звіту про доходи підприємства містить простий аналіз звіту про доходи. Звіт про прибутки та збитки традиційно використовується для вимірювання прибутковості бізнесу за минулий звітний період. Проте проформа звіту про прибутки та збитки вимірює прогнозовану прибутковість бізнесу на наступний звітний період. Бюджет можна використовувати, коли необхідно спрогнозувати прибутковість для конкретного проєкту або частини бізнесу.

У капіталістичній системі, де фірми конкурують одна з одною за продаж своїх товарів, економістів цікавило питання про те, звідки беруться прибутки. Карл Маркс, наприклад, стверджував, що прибуток виникає з надлишкової праці, яку власники бізнесу вилучають у працівників. Сучасні мислителі вважають, що прибуток компенсує ризик, який беруть на себе підприємці, відкриваючи бізнес. Інші стверджують, що прибуток виникає внаслідок неефективних ринків і недосконалої конкуренції [4, с. 117-118].

У малому бізнесі прибуток зазвичай надходить безпосередньо власнику або власникам компанії. Державні корпорації виплачують певну суму прибутку акціонерам у вигляді дивідендів. Власник бізнесу може зберегти гроші або реінвестувати їх у компанію, щоб сприяти подальшому зростанню та збільшенню прибутку.

Як уже зазначалося раніше, часто отримання прибутку є основною метою діяльності більшості підприємств. Така важливість предмета дослідження пояснюється не лише бажанням підприємця до збагачення, хоча й даний аспект є важливим, особливо для власників малого бізнесу. Разом зі збільшенням масштабу компанії, ще більше розширюється і спектр різноманітних взаємопов'язаних факторів. До таких можна віднести наступні:

1. Зміцнення державного бюджету. Кожне підприємство під час провадження діяльності сплачує ряд податків до державного бюджету. Одним із таких є податок на прибуток, базова (основна) ставка якого згідно Податкового кодексу України (ст. 136 п.1) становить 18% [5]. Тобто, податок на прибуток є одним із джерел формування державного бюджету. Таким чином, можна

стверджувати, що чим вищі прибутки отримуватимуть підприємства, тим більше коштів надходитиме до бюджету країни, що у свою чергу дасть змогу до розвитку держави та зміцненню її економіки.

2. Підвищення інвестиційної привабливості. Даний критерій слід розглядати з двох сторін – як із боку самого підприємства, так і з боку галузі чи країни в цілому. Інвестори завжди звертатимуть увагу на результати діяльності компанії, адже саме вони дають змогу швидко визначити наскільки ефективно компанія веде діяльність. Високоприбуткові підприємства завжди будуть мати гарний імідж, що у свою чергу посилюватиме роль галузі, а відповідно і держави, за рахунок залучення іноземного капіталу.

3. Поліпшення ділової активності підприємства. Отримання прибутку дозволяє збільшувати частку нерозподіленого прибутку, що призводить до розширення можливостей підприємства. Так, за рахунок використання цих коштів компанія матиме змогу проводити модернізацію обладнання, цехів, підвищувати кваліфікацію та навички працівників, впроваджувати нові техніко-технологічні розробки та інновації, а також вести додаткову інвестиційну діяльність.

4. Заспокоювання інвесторів. Позитивний результат показує, що компанія є «здоровою» та працює добре. Перегляд позитивного звіту про прибутки компанії, яку вони підтримують, може переконати інвесторів, що вони зробили мудрий вибір, коли інвестували в підприємство. Оскільки збільшення прибутку зазвичай означає збільшення дивідендів на акції для інвесторів, здатність компанії отримувати прибуток безпосередньо приносить їм користь. Коли компанія показує прибуток квартал за кварталом, інвестори з меншою ймовірністю продаватимуть свої акції, цим самим забезпечуючи постійну підтримку компанії.

5. Збільшення вартості акцій компанії. Фондовий ринок функціонує на основі звітних прибутків і прогнозованих прибутків великих публічних компаній. Кожного кварталу компанії оголошують свої доходи або прибутки. Як правило, якщо прибутки компанії хороші, вартість її акцій зростає. Компанії

також можуть повідомляти про заходи щодо підвищення прибутковості як частину свого прогнозу майбутніх прибутків, що також може позитивно вплинути на вартість акцій компанії [6, с. 85-89].

6. Забезпечення розвитку та зростання підприємства. Прибуток – це капітал, який компанії можуть використовувати для різноманітних цілей, наприклад, для утримання робочого місця чи обладнання, заміни чи модернізації транспортних засобів чи інших дороговартісних предметів або інвестування в нові продукти, послуги чи працівників. Збільшуючи виробництво або персонал, компанія може продовжувати збільшувати свою частку ринку та ще більше примножувати свої прибутки. Маючи великі прибутки, підприємства можуть розраховувати на подальше процвітання.

7. Зростання рівня рентабельності підприємства. Даний показник напряду залежить від прибутковості компанії, оскільки саме прибуток у різних проявах закладено в основу його розрахунку. Тобто, при зростанні позитивного значення остаточного результату діяльності підприємства, збільшуватиметься і його рентабельність, що сприятиме економічній доцільності ведення діяльності.

8. Підвищення ефективності діяльності підприємства. На основі перерахованих вище факторів, можна стверджувати, що всі вони здійснюватимуть позитивний вплив на функціонування та розвиток компаній, а тому зростатиме й ефективність діяльності, розширюватимуться можливості, а також покращуватиметься їх імідж.

Керівники компанії та зовнішні зацікавлені сторони можуть розглянути, чи є прибуток або зростання кращим показником здоров'я компанії. Рентабельність, позначена позитивним результатом, означає, що компанія заробляє більше, ніж витрачає. Це результат діяльності компанії та означає, що компанія має стабільну основну функцію. Зростання є результатом корпоративних рішень щодо розширення, або шляхом найму більшої кількості співробітників, диверсифікації продуктів або виходу на нові ринки.

Компанії, які є прибутковими, але не розвиваються, можуть не запропонувати інвесторам можливість отримати великі прибутки, тоді як

компанії, що ростуть надто швидко, несуть ризик збитків для інвесторів. Вирішуючи, куди розмістити свої гроші, інвестори зазвичай враховують і прибутковість, і тенденції зростання. Компанія з прибутковою історією та амбітним планом розвитку може бути ідеальною можливістю для інвестування.

Отже, на основі поданого матеріалу, можна стверджувати, що від прибутку наряду залежатиме успіх компанії, її конкурентоспроможність на ринку, імідж перед інвесторами, споживачами чи конкурентами, а також подальші можливості та розвиток.

Слід зауважити, що під час здійснення аналізу діяльності підприємства, його фінансового стану та фінансової стійкості, платоспроможності та конкурентоспроможності, інших показників ефективності діяльності, одним із ключових показників є прибуток.

У залежності від різних факторів, прибуток може класифікуватися:

1. За видами діяльності:
 - прибуток від операційної діяльності;
 - прибуток від інвестиційної діяльності;
 - прибуток від фінансової діяльності.
2. За джерелами утворення:
 - прибуток від реалізації продукції;
 - прибуток від реалізації активів;
 - прибуток від позареалізаційних операцій.
3. За складом:
 - прибуток від звичайної діяльності;
 - валовий (загальний, маржинальний) прибуток;
 - операційний прибуток;
 - надзвичайний прибуток;
 - чистий прибуток.
4. За напрямками використання:
 - прибуток для перерахування в бюджет;
 - прибуток для споживання;

– капіталізований прибуток [7, с.29].

Під час проведення економічного аналізу результатів діяльності основну увагу зазвичай приділяють трьом видам прибутку – валовому, операційному та чистому. Усі їх можна знайти у звіті про прибутки та збитки. Кожен тип прибутку дає керівництву, менеджерам, аналітикам та іншим зацікавленим сторонам цінне уявлення про стан компанії, більше інформації про її ефективність, особливо в порівнянні з конкурентами та періодами часу.

Валовий (загальний, маржинальний) прибуток – це дохід компанії, отриманий від ведення підприємницької діяльності, за вирахуванням собівартості проданих товарів, тобто різниця між загальним доходом та загальними витратами [8, с. 146].

Продажі є першою статтею у звіті про прибутки та збитки, а собівартість проданих товарів зазвичай вказується трохи нижче.

Валовий прибуток зазвичай є першим видом прибутку, зазначеним у звіті про прибутки та збитки, і часто є найвищим показником. Даний показник допомагає компаніям побачити, скільки грошей вони заробили після врахування прямих витрат, пов'язаних із створенням продукту чи послуги. Його розрахунок [9, с. 73] проводиться наступним чином:

$$Pr = TR - TC, \quad (1.1)$$

де Pr (profit) – валовий (загальний) прибуток;

TR (total revenue) – валовий (загальний) дохід (виручка від реалізації);

TC (total costs) – валові (загальні) витрати (собівартість реалізованої продукції).

Операційний прибуток є нижчим за валовий прибуток у звіті про фінансові результати. Він враховує як собівартість реалізованої продукції, так і вартість операційних витрат й амортизацію. Його також називають прибутком до сплати відсотків і податків.

Операційний прибуток допомагає підприємствам оцінити, як прямі витрати, такі як оплата праці та обладнання, і непрямі витрати, як-от оренда

будівлі та комунальні послуги, зменшують прибуток. Для обчислення операційного прибутку використовується формула [10, с. 469]:

$$EBIT = Pr - OPEX - A, \quad (1.2)$$

де *EBIT* (earnings before interest and taxes) – операційний прибуток;

OPEX (operating expenses) – операційні витрати;

A (amortisation) – амортизація.

Чистий прибуток – це дохід, що залишився після обліку всіх витрат підприємства, включаючи податки та витрати на відсотки.

Чистий прибуток – це остаточний розрахунок прибутку у звіті про прибутки та збитки, також відомий як кінцевий результат, оскільки він знаходиться в нижній частині звіту про фінансові результати. Підсумок справді демонструє, наскільки здоровий бізнес, показуючи, скільки доходу залишається після оплати всіх витрат і виплат. Даний показник обчислюється за наступною формулою [11, с. 194]:

$$NPr = EBIT - IE - T, \quad (1.3)$$

де *NPr* (net profit) – чистий прибуток;

IE (interest expense) – витрати на відсотки;

T (taxes) – податки.

Також для розрахунку чистого прибутку використовують формулу на основі значення валового прибутку [12, с. 103]:

$$NPr = Pr - T, \quad (1.4)$$

де *T* (tax) – податок на прибуток.

Підсумок показує компанії, наскільки прибутковою вона була протягом певного періоду та скільки вона має доступних дивідендів і нерозподіленого прибутку. Те, що зберігається, можна використати для погашення боргів, фінансування проєктів або реінвестування в розвиток компанії. Збільшення розміру прибутку є ознакою того, що компанія розвивається, тоді як скорочення прибутку може бути негативним сигналом.

Для ефективного оперування динамікою зміни прибутковості необхідно визначити фактори, що впливають на її розмір.

1.2. Фактори впливу на підвищення прибутковості діяльності підприємства

Метою більшості підприємств є збільшення прибутку та уникнення збитків. Це рушійна сила ринкової економіки. Мета отримання прибутку спонукає підприємства створювати нові унікальні творчі продукти та послуги. Потім вони реалізують їх споживачам. Найголовнішим є те, що компанії повинні робити все це максимально ефективним способом. Більшість економістів погоджуються з тим, що мотив прибутку є найефективнішим способом розподілу економічних ресурсів.

Загалом, існує дуже велика кількість різноманітних за своїм характером факторів, що впливають на прибуток підприємства. Деякі з них є такими, які можна контролювати. Проте існують інші, які контролювати трохи важче, майже або ж взагалі неможливо. Якщо зосередитися на речах, які можна контролювати, щоб збільшити прибуток, то можна отримати контроль над цими факторами. Проте для цього доведеться їх регулярно аналізувати, щоб була змога вносити необхідні зміни в діяльність компанії для подальшої максимізації зусиль.

Сутність прибутковості полягає в доходах підприємств та їх витратах, причому дохід напряму залежить від ціни та кількості проданого товару чи наданої послуги. Зважаючи на це, можна зробити висновок, що, по суті, є лише два шляхи збільшення прибутку: збільшити дохід або скоротити витрати.

Дохід може бути збільшений шляхом підвищення цін, збільшення кількості клієнтів або розширення асортименту та обсягу реалізації робіт, товарів чи послуг, що продаються кожному споживачу.

Звичайно, передумовою отримання прибутку є встановлення ціни, що повністю покриватиме всі витрати на виробництво та реалізацію товару чи послуги. Це основа, без дотримання якої підприємець зазнає краху. Разом із тим, слід звернути увагу на ціну конкурентів та визначити поточні ринкові ставки в галузі. Таким чином можна буде визначити чи є підприємство конкурентоспроможним, визначити спосіб, що приноситиме найвищий

прибуток для компанії або ж вжити заходів до покращення системи ціноутворення на підприємстві.

Підвищення ціни дасть змогу збільшити дохід, якщо є достатній попит на представлений вид товару. Проте, таке рішення повністю працюватиме лише на монопольному ринку, коли в клієнтів не буде іншого вибору, а в умовах конкурентного середовища, воно може по різному сприйматися споживачами. Так, з одного боку, зростання ціни може бути зумовлене підвищенням якості продукції, її унікальними властивостями тощо, тобто, іншими словами, це буде збільшувати довіру серед клієнтів, які будуть готові витратити більший розмір коштів, але й отримуватимуть якісніші товари чи послуги. З іншого боку, зростання ціни може викликати непорозуміння між виробником та споживачем, обурення останнього, його відмова від користування товарами чи послугами компанії та перехід до конкурентів. Таким чином, можна зробити висновок, що клієнти повинні мати потребу в продукті настільки, щоб платити більш високу ціну за товар.

Розширення клієнтської бази може коштувати для підприємства чималих зусиль та коштів, оскільки, по-перше, це вимагає більше маркетингу (безпосередньо для залучення споживачів) та, по-друге, тягтиме за собою збільшення обсягів продажів, тобто при збільшенні доходу, одночасно будуть зростати й витрати. Тому вкрай важливим аспектом перед прийняттям такого рішення є визначення можливості отримання потенційної майбутньої вигоди, яка зможе забезпечити не просто збільшення доходу, а й прибутку.

Збільшення асортименту товарів чи послуг також у більшості випадків призводить до появи нових витрат. Так, підприємству необхідно буде створити нову ідею для впровадження, розробити маркетингову стратегію та провести рекламну кампанію, а можливо навіть і залучити нових працівників, обладнання тощо. Тому даний захід повинен бути детально вивчений керівництвом підприємства, планово-економічним та фінансовим відділами для визначення доцільності та ефективності його впровадження.

Розширення кількості товарів, що продаються кожному клієнту, обходиться дешевше. Для цього потрібно достатньо добре розуміти свого клієнта, щоб знати, які саме супутні товари йому можуть знадобитися. Наприклад, таку хитрість часто використовують у супермаркетах під час розміщення товарів на полицях: біля закусок та сніків завжди будуть знаходитися стенди з різними алкогольними та безалкогольними напоями, біля фруктів та сирів – вино, поблизу кондитерських виробів – чай та кава.

Кожен з розглянутих вище заходів має право на існування та є ефективним за певних умов. Тому завданням підприємства є дослідження своїх можливостей, цільової аудиторії та потреб для вибору та прийняття найбільш оптимальних рішень.

Зниження витрат є хорошим методом, проте часто ним починають зловживати, що може призвести до протилежного бажаному результату. Скорочення витрат робить компанію більш прибутковою, більш рентабельною та більш ефективною а, отже, і більш конкурентоспроможною. Коли витрати зменшуються, підприємство може знижувати ціни, щоб зайняти більшу частку ринку та залучити нових споживачів. Компанія також може використовувати цю ефективність для покращення обслуговування та швидшого реагування.

Усі витрати поділяються на постійні та змінні. Відповідно до їх назв, постійними називають такі витрати, розмір яких не змінюється разом зі зміною обсягу виробництва. А змінні витрати – це витрати, які змінюються залежно від обсягу виробництва.

Вплив на прибутковість підприємства шляхом зниження витрат буде ґрунтуватися саме на зміну двох зазначених понять. Так, наприклад, при зростаючому рівні виробництва, а відповідно доходів та прибутковості, частка постійних витрат у загальних витратах знижується і навпаки. Тому можна зробити висновок, що при зростанні виручки від реалізації товару змінні витрати необхідно переводити в постійні. Якщо ж спостерігається ситуація, коли виручка знижується, то навпаки необхідно постійні витрати переводити у змінні [13, с. 108]. Наприклад, це може відбуватися за рахунок переведення працівників на

відрядну форму оплати праці або навпаки, в залежності від необхідного кінцевого результату. Тобто, бачимо, що збільшити прибуток підприємства можливо за різних обставин, оперуючи для цього витратами.

Як показує практика, найбільшою статтею бюджету зазвичай є оплата праці, яка відноситься до постійних витрат. Тому підприємства, які хочуть швидко збільшити прибуток, часто приймають рішення про звільнення працівників. Проте воно буває вкрай небезпечним. Так, компанія може втратити цінні навички та знання, знизити свій імідж серед наявних та потенційних працівників. Якщо до такого методу вдасться достатня кількість підприємств, це може призвести до економічного спаду. Оскільки компанії масово звільнять працівників, при цьому нових робочих місць створювати не будуть, доходи та рівень життя населення знижуватиметься. Це, у свою чергу, сприятиме зниженню попиту на різні товари й послуги. Те ж саме відбувається, коли підприємства передають робочі місця в країни з низькими витратами.

Тобто, можна зробити висновок, що хоч даний захід і має право на існування, проте до нього потрібно ставитися з особливою обережністю. Найбільш доцільним є його впровадження при низькій ефективності організації праці на підприємстві, наприклад, коли обсяги виробництва не потребують використання повної потужності компанії та відповідно й завантаженості робочих місць. Також даний захід може бути використаний при низькому рівні робочої дисципліни працівників, неналежного виконання обов'язків та завдань для зменшення витрат на неефективний персонал.

Більш лояльним способом зниження витрат на оплату праці є переведення працівників на відрядну форму. Прийняття такого рішення є доцільним при вже згаданому раніше недобросовісному ставленні до своїх обов'язків. Це допоможе і знизити витрати, і підвищити відповідальність працівників, що у свою чергу, призведе до зростання продуктивності праці. Останнє забезпечить зменшення часу виробництва одиниці товару, цим самим сприятиме зростанню загального обсягу виробництва одним працівником, що у свою чергу, також сприятиме підвищенню прибутковості.

Здійснювати вплив на обсяг витрат можна і за рахунок коригування собівартості виробництва. Цього можна досягти шляхом зниження цін на сировину, отримання знижок, проте важливо не знизити при цьому її якість. Також можна впроваджувати нові, більш економні способи виробництва продукції, змінювати її рецептуру та технологію.

Ще одним способом збільшення прибутку може слугувати диверсифікація виробництва. Вважається, що саме вона є основним чинником запобігання банкрутства компанії, неефективних витрат, збитків. Диверсифікація виробництва також допомагає зменшити ризики за рахунок їх розподілу між різними видами товарів чи діяльності в цілому [14].

Збільшити рівень прибутковості підприємства можна також шляхом ведення не лише операційної, а й фінансової чи інших видів діяльності. Так, інвестування часто є ефективним засобом зростання прибутку фірми, оскільки воно допомагає не лише примножити надходження, а й зберегти власні кошти від негативного впливу інфляції [15, с. 62-63].

Вище було розглянуто методи збільшення прибутковості підприємства, які базувалися на прямому втручанні у доходи та витрати, хід виробництва, його реструктуризацію. Проте існують і такі заходи, які безпосередньо не впливатимуть на об'єкт дослідження, а лише стимулюватимуть його зміну непрямым шляхом. Розглянемо деякі з них.

Досить важливим аспектом є проблема, яка має вирішальне значення для отримання прибутків – це рівень конкуренції на ринку. Іноді трапляється так, що навіть якщо ціна встановлена правильно, через надто сильну конкуренцію прибуток зменшується. Але це можна подолати, шляхом створення потужної рекламної кампанії, яка була б краща, ніж у конкурентів. Крім того, перед її розробкою та запуском, обов'язково слід провести порівняльний аналіз конкурентів, щоб проаналізувати й регулярно контролювати їхні стратегії. Через підтримання конкурентоспроможності таким шляхом можна отримати конкурентну перевагу на ринку.

У сучасну епоху жорстокої конкуренції кожному підприємцю стало важливо продавати свій продукт, регулярно впроваджуючи різноманітні нові та ефективні маркетингові стратегії, щоб залучити більше клієнтів і, у свою чергу, збільшити прибутковість бізнесу. Однак це також означає пряме навантаження на прибуток компанії. Отже, перед використанням даного методу управління слід переконатися, що будь-яка маркетингова стратегія, яку вони приймуть для підприємства, не лише базується на цільовому ринку та клієнтах, але також має бути синхронізована зі збільшенням доходів від продажів і прибутків, а не повинна знецінювати їх.

Ще одним фактором впливу на прибутковість може виступати імідж бренду. Він формується з часом за допомогою ефективної маркетингової стратегії, ставленню до працівників та споживачів товарів та послуг підприємства, корпоративної соціальної відповідальності та багатьох інших факторів. Звичайно й сам прибуток також впливає на формування іміджу компанії. Проте його подальша підтримка викликатиме довіру як у споживачів, так і в партнерів чи інвесторів, а тому дозволить зберігати конкурентну позицію на ринку та відповідно збільшувати позитивний фінансовий результат діяльності.

Важливою умовою збереження рівня прибутковості та його подальшого зростання в нинішньому мінливому середовищі є необхідність моніторингу наявних та потенційних ризиків. Попереднє визначення останніх дасть змогу уникнути або ж зменшити можливі негативні наслідки, спричинені їх появою. Особливо важливими є ризики, які можна контролювати, адже завдяки контролю та вчасного вжиття заходів можна буде їх запобігти. Дещо складніша ситуація виникає з ризиками, які неможливо передбачити або можливо передбачити, але майже не можливо контролювати чи впливати на них. Вони дійсно можуть створити серйозну небезпеку як для рівня прибутковості, так і для функціонування бізнесу в цілому. Яскравим прикладом такого виду ризику є політична ситуація в Україні нині.

Отже, завдяки проведеному дослідженню можна встановити, що головною умовою підтримання рівня прибутку та його зростання є необхідність в проведенні аналізу та контролю за фінансовим станом підприємства. Підприємцям, економістам, менеджерам потрібно періодично проводити характеристику витрат та доходів, джерел їх виникнення, досліджувати загальний стан підприємства, шукати слабкі місця у виробництві для подальшого уникнення надмірних та неефективних втрат, які в майбутньому можуть призвести до зниження рентабельності бізнесу, появи збитків. І чим раніше такі будуть виявлені, тим менш руйнівними будуть наслідки й легше буде їх подолати. Також підприємствам слід постійно здійснювати пошук нових шляхів для покращення ефективності діяльності та збільшення прибутку.

Крім того, як було визначено у роботі, достатньо хороший бізнес, який приносить прибуток, може забезпечити кращий імідж на ринку та може легко привести більше клієнтів, а також залучити бажані інвестиції чи фінансування від інвесторів, і все це є додатковим у подальшому стимулюванні зростання бізнесу та його прибутковості. Отже, можна стверджувати, що досягнення достатньо високого рівня прибутку є і повинно бути основною метою кожного підприємства чи організації, оскільки це впливає на їх зростання та довгострокове виживання на ринку.

Також варто зазначити, що жоден із розглянутих факторів не є окремим вирішенням проблеми прибутковості. Усі вони працюють разом в комплексі, тому перш ніж приймати рішення щодо застосування будь-якого з них, необхідно спланувати бажані результати від їх впровадження та провести детальний аналіз їх впливу на діяльність підприємства. І лише порівнявши бажаний результат з розрахованим, можна приймати остаточне рішення щодо доцільності того чи іншого заходу.

Варто пам'ятати, що невеликі зміни від сукупності різних факторів у діяльності підприємства часто призводять до великих змін у прибутку. Тому, окрім чинників впливу, необхідно також проводити оцінку рівня прибутковості підприємства для подальшого визначення шляхів її зростання.

1.3. Методичні підходи до аналізу та оцінювання показників прибутковості діяльності підприємства

Прибуток – основний показник фінансово-господарської діяльності суб'єкта господарювання. Він відображає чистий дохід, створений під час функціонування компанії. Прибуток можна сприймати як фінансовий результат, а також як важливий складовий елемент фінансових ресурсів підприємства. Аналіз прибутку та рентабельності підприємства грає ключову роль в оцінці результату діяльності компанії. Крім того, показники проведеного аналізу дозволяють оцінити фінансову стабільність організації та ступінь її надійності.

Планування прибутку починається після розрахунку планової собівартості виробництва та реалізації продукції з економічних елементів витрат. Однак прибуток буває різних видів, а на її величину і значення впливають різні чинники. На основі цього сформувалась широка методологічна база визначення рівня прибутковості підприємства.

Найбільш широким методом дослідження показників та визначення прибутковості суб'єкта господарювання є вертикальний і горизонтальний аналізи прибутку. Сутність даного методу полягає у встановленні структури (вертикальний) і тенденцій (горизонтальний) зміни основних показників, які характеризують прибутковість. На основі даного методу аналізу відбувається загальне визначення бухгалтерського прибутку, що дає змогу як встановити ефективність діяльності підприємства, так і перевірити прозорість його функціонування [16, с. 108].

Основною перевагою даного методу є його універсальність, оскільки дослідження проводиться лише на основі показників фінансової звітності, які є загальнодоступними. Дана особливість сприяє розповсюдженню методу серед інвесторів, які знаходяться на етапі визначення доцільності інвестування, оскільки, як зазначалось раніше, необхідна для аналізу інформація розміщена в загальному доступі.

Проте застосування вертикального і горизонтального методів аналізу є поверхневим, оскільки на основі результатів неможливо визначити вплив факторів на формування прибутку, вплив величини прибутку на загальний рівень діяльності підприємства тощо.

Для підвищення ґрунтовності досліджень прибутковості методом вертикального і горизонтального аналізів доцільним є додавання порівняльного характеру, а саме співставлення основних показників структури й динаміки прибутку як з основними конкурентами досліджуваного підприємства, так і з середньогалузевими показниками, що в подальшому дозволить провести ранжування ефективності діяльності серед конкурентів.

У цілому можна встановити, що проаналізований метод є широким, проте недостатньо глибоким, тому здебільшого використовується інвесторами та не дає змогу приймати змістовні управлінські рішення.

Більш поглибленим методом дослідження є аналіз рентабельності. Показники даної групи відображаються не лише структуру і тенденції зміни прибутковості, а і їх відносне значення.

Рентабельність як показник відображає достатність прибутку у порівнянні з іншими конкретними величинами, які здійснюють вплив на фінансово-господарську діяльність суб'єкта господарювання. При розрахунку коефіцієнтів рентабельності прибуток співставляється з факторами, що мають найбільш значний та видимий вплив на його отримання. До таких відносяться доходи, витрати, різні види ресурсів, капітал.

Зазвичай показники рентабельності поділяються на три групи:

- показники рентабельності капіталу (активів);
- показники рентабельності продукції;
- показники рентабельності, визначені на основі потоків грошових коштів [17, с. 189-192].

Головною перевагою визначення прибутковості методом визначення рентабельності підприємства є масштабованість й адаптивність дослідження, оскільки, як було зазначено вище, аналіз може проводити як на рівні загальної

прибутковості підприємства, так і за окремим напрямками діяльності, що частково додає факторності дослідженню. Результати досліджень за даним методом дозволяють формувати управлінські рішення, що підвищує ефективність використання методу в комерційних умовах.

На відміну від попередньо розглянутого методу значення рентабельності є відносним показником, що дозволяє проводити порівняння прибутковості підприємств різних масштабів. У сучасних ринкових умовах, при яких «важкі гіганти» все частіше й частіше уступають «новачкам ринку», застосування методу визначення рентабельності набуває актуальності.

Як зазначалось раніше, даний метод є масштабованим, тому при поглибленні аналізу підвищується основний недолік застосування, а саме обмеженість доступу інформації. У цілому можна встановити, що аналіз рентабельності є адаптивним методом, який дозволяє ефективно проводити оцінку прибутковості на різних рівнях за певних умов доступності інформації.

Факторний аналіз прибутку від реалізації продукції дозволяє формувати основні чинники впливу на прибутковість діяльності підприємства, тому даний метод найбільш активно використовується для визначення ефективності діяльності із подальшою оптимізацією [18, с. 568]. Основна мета проведення такого аналізу – знайти способи збільшити прибутковість фірми.

Факторний аналіз дозволяє визначити загальну зміну прибутку в поточному періоді стосовно попереднього (базового) періоду або зміну фактичних показників прибутку стосовно плану, а також вплив на ці зміни наступних факторів:

- обсяг продажу продукції;
- собівартість продукції, що реалізується;
- ціни реалізації;
- асортимент продукції, що реалізується [19, с. 208].

Таким чином, за допомогою факторного аналізу можна встановити обсяг продажів, собівартість або ціну реалізації, які збільшать прибуток компанії, а факторний аналіз за асортиментом продукції, що реалізується, дасть можливість

виявити товар, який продається найкраще, і товар, що користується найменшим попитом.

Найпоширенішим та результативним методом такого аналізу прийнято вважати метод ланцюгових підстановок, який дозволяє визначити вплив окремо взятих факторів на обсяги прибутку. При цьому дуже важливо визначити фактори у кількісному та вартісному вираженні та виявити їх взаємозв'язок.

Існує кілька способів проведення факторного аналізу, а саме:

- детермінований чи функціональний – цей спосіб дозволяє визначити вплив на прибуток від продажів кожного фактору;
- кореляційний – за допомогою цього способу можна визначити вплив факторів, що мають імовірнісний характер; цей спосіб дозволяє спрогнозувати можливість розвитку [20, с. 60-61].

Аналіз «витрати – обсяг – прибуток» – це інструмент управлінського планування та контролю, в основі якого лежить взаємозв'язок постійних і змінних витрат, обсягу виробництва, доходу, прибутку [21, с. 128]. Даний аналіз дозволяє знайти найбільш вигідне співвідношення між змінними витратами, постійними витратами, ціною та обсягом виробництва продукції та часто використовується для короткострокового планування та оцінки альтернативних рішень. Більш того, він є ключовим фактором у процесі прийняття багатьох управлінських рішень, що стосуються питань визначення асортименту виробів, що випускаються, обсягу виробництва тощо.

Завдяки тому, що аналіз передбачає поділ постійних і змінних витрат, стає можливим визначити нижні межі ціни продукції чи замовлення, зіставити прибутковості різних видів продукції, вибрати оптимальну з економічного погляду технологію виробництва, визначити точку беззбитковості, запас міцності підприємства та зробити висновки про деякі інші аспекти діяльності.

Аналіз «витрати – обсяг – прибуток» іноді називають маржинальним аналізом або аналізом точки беззбитковості. Так, для обчислення точки беззбитковості використовують такі основні методи:

1. Графічний метод. У даному випадку знаходження точки беззбитковості базується на побудові комплексного графіка «витрати – обсяг – прибуток». При цьому точкою беззбитковості буде точка, що знаходиться в місці перетину графіків валового прибутку й сукупних витрат. У цій точці дохід від реалізації, що отримується підприємством, дорівнює його сукупним витратам, при цьому прибуток рівний нулю, тобто, якщо компанія реалізує продукції менше порогового обсягу продажу, вона отримує збиток [22, с. 126].

2. Метод рівнянь ґрунтується на обчисленні прибутку за формулою:

$$Pr = TR - VC - FC, \quad (1.5)$$

де Pr (profit) – валовий (загальний) прибуток;

TR (total revenue) – валовий (загальний) дохід (виручка від реалізації);

VC (variable cost) – змінні витрати;

FC (fixed cost) – постійні витрати.

3. Метод маржинального доходу доцільний у разі, коли показник прибутку залежить від маржинального доходу. І щоб підняти прибуток, можна вдаватися до таких способів, як зниження ціни продажів, збільшення постійних витрат та збільшення обсягу, пропорційна зміна змінних, постійних витрат та обсягу випуску продукції [23, с. 512].

Однією з особливостей маржинального аналізу доходу і, відповідно, прибутковості є застосування двох основних підходів, а саме директ-костингу (direkt costing) та абзорпшен-костингу (absorption costing).

Абзорпшен-костинг (калькуляція з повним розподілом витрат) передбачає визначення собівартості продукції з розподілом всіх витрат між реалізованою продукцією і залишками товару. Причому в рамках цього методу може обчислюватися виробнича чи повна собівартість. Калькуляція з повним розподілом витрат має на увазі розрахунок виробничої собівартості на основі прямих та непрямих загальновиробничих витрат, що розподіляються у собівартість продукції [24, с. 261].

Основною особливістю системи директ-костинг є розрахунок собівартості продукції за змінними витратами. Ця система спирається передусім не так на

функціональну класифікацію витрат, як у їхнє ставлення до рівня ділової активності. Собівартість обчислюється за змінною частиною витрат. У цій системі тільки змінні витрати будуть вважатися витратами на продукт, тобто брати участь в обчисленні запасів та прибутку відповідно до руху фізичних одиниць продукції [25, с. 355-356].

Отже, на основі проведеного аналізу методу «витрати – обсяг – прибуток» можна встановити, що він має широкий спектр інструментів дослідження. Варіативність підходів визначення прибутковості дозволяє використовувати даний метод в залежності від сформованих умов. Аналіз двох основних калькуляційних моделей, а саме директ-костингу й абсорпшен-костингу дозволив зробити висновок, що трактування прибутковості може відрізнитись в залежності від встановленого алгоритму його розрахунку, що виокремлює бухгалтерський і фактичний прибутки на підприємстві.

Кореляційно-регресійний аналіз прибутковості дозволяє встановити основні взаємозалежності чистого прибутку та структури балансу підприємства. На основі формування моделі відбувається визначення рівня взаємопов'язаності показників, що дозволить не лише оцінювати наявні результати прибутковості, але й проводити оптимізацію і прогнозування подальшої величини прибутку підприємства [26, с. 146].

У якості основних залежностей використовуються наступні моделі:

1. «Чистий прибуток – активи». Дана система відображає взаємозв'язок між чистим прибутком і сукупними активами. Даний факт обумовлюється основною природою активів, а саме забезпечення діяльності. При незмінній ставці рентабельності товарів і послуг збільшення активів має призводити до збільшення абсолютної величини прибутку. Проте дана тенденція спостерігається не завжди. Так, при структурних коливаннях на ринку можуть відбуватись суперечки, при яких величина активів залишаються незмінними, проте прибутковість буде мати спадну тенденцію.

2. «Чистий прибуток – пасиви». Зв'язок чистого прибутку з пасивами характеризується залежністю величини прибутку від грошових ресурсів, які

забезпечують функціонування підприємства. Дана система характеризується двонаправленістю та потребує детального аналізу. Наприклад, прибутковість минулого періоду перерозподіляється в пасиви досліджуваного періоду, тому може скластись помилкові значення високого рівня регресивності між даними.

3. «Чистий прибуток – рух грошових коштів». Дана модель поєднує попередні системи, оскільки відбувається більш широкий спектр дослідження чинників виникнення прибутку. Так, основні грошові потоки поділяються на «вхідні», тобто дохід, і «вихідні», тобто витрати, що безпосередньо характеризує структуру формування прибутковості підприємства.

У цілому використання даного методу є доцільним у разі виявлення високої залежності показника прибутку від іншої величини, що дає змогу проводити планування діяльності на основі зміни результуючого значення. У сучасних умовах прибутковість має одразу декілька чинників формування взаємозв'язку з іншими показниками, проте швидкі тенденції зміни ринків роблять використання даного методу «одномоментним», оскільки протягом більш тривалого періоду можуть відбуватись певні структурні зміни як на підприємстві, так і поза ним.

На основі проведеного дослідження основних методів аналізу прибутковості було визначено, що на даному етапі розвитку підприємництва спостерігається широка сформована науково-методична база визначення величини прибутків, які розподіляються за джерелами отримання інформації, характеристикою отриманих результатів, можливістю прийняття управлінських рішень і суб'єктивністю при визначенні прибутку компанії.

Структура формування прибутковості підприємства має широкий спектр, відповідно і методологія також адаптується під сучасні вимоги ринку, саме тому протягом дослідження спостерігались методи, які є пристосованими для використання інвесторами, керівниками. Результати дослідження за одними методами можуть бути основною для ґрунтовних управлінських рішень, за іншими – відображають лише фактичну інформацію без основної системи формування прибутку.

Висновки до розділу 1

Під час виконання даного розділу було неодноразово доведено важливість прибутковості не лише для отримання вигоди, а й для можливості його подальшого існування. Прибуток є запорукою будь-яких змін в житті підприємства, адже від нього залежить можливість розвитку, розширення, модернізації виробництва та технологій. Разом з тим, він впливає на формування іміджу компанії на ринку та піднімає довіру в очах інвесторів, стимулюючи приток капіталу від останніх.

У розрізі обраної теми було визначено, що для зростання прибутковості підприємства необхідно постійно проводити його фінансовий аналіз для визначення слабких місць та потреб компанії. На його основі буде базуватися подальший вибір комплексу заходів і прийняття рішень стосовно шляхів покращення наявної ситуації.

Підвищення прибутковості завжди ґрунтуватиметься на основі збільшення доходів та зменшення витрат фірми, оскільки саме вони є умовою забезпечення прибутку. У роботі також було доведено, що найефективнішим буде використання саме низки заходів для підвищення прибутковості, а не лише якогось конкретного, адже зазвичай зміна в одному аспекті тягне за собою широкий ряд змін в інших.

В останньому пункті розділу було описано основні методичні підходи до аналізу і визначення прибутковості підприємства. Так, вдалося встановити, що нині існує досить широка та потужна науково-методична база, яка дає змогу проаналізувати як окремо кожен вид прибутку по підприємству в цілому, так і за окремими видами діяльності чи товарів.

У цілому можна зробити висновок, що правильний підхід до формування прибутку підприємства та планування його зростання у майбутніх періодах з урахуванням внутрішніх і зовнішніх факторів стимулюватиме розвиток компанії, підвищуватиме конкурентоспроможність на ринку та підтримуватиме існування в довгостроковій перспективі.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНЮВАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ЗВЯГЕЛЬХЛІБ»

2.1. Загальна характеристика та господарсько-правові засади функціонування ПрАТ «Звягельхліб»

Виробництво хліба має велике значення для суспільства, що зумовлено рядом причин. До таких, перш за все, необхідно віднести те, що він є одним з найосновніших продуктів харчування людей у всьому світі, оскільки містить в собі значну кількість різноманітних корисних поживних речовин (вуглеводи, білки, мінерали, вітаміни), а тому є важливим джерелом формування енергії в організмі людини.

Виробництво хліба є важливим також з економічної точки зору, оскільки, будучи важливою галуззю промисловості, воно дозволяє створювати багато робочих місць, завдяки чому знижується рівень безробіття в країні, підвищувати платоспроможність населення за рахунок виплати заробітної плати, поповнення державного бюджету через сплату податків. Цим самим відбувається сприяння забезпеченню стабільності економіки держави.

Крім того, хліборобство має потужне соціокультурне значення. Багато народів та культур позиціонують хліб як головний символ дружби, миру, співпраці та злагоди, тому він є важливою складовою багатьох релігійних та національних обрядів.

На основі всіх зазначених факторів, можна стверджувати, що виробництво хліба є важливою галуззю для суспільства не лише для забезпечення власних потреб, а й для посилення економіки та забезпечення соціокультурного розвитку.

Лідером на ринку виробництва хліба в Україні є столичний завод ПАТ «Київхліб». Йому належить близько 15 % усього ринку хлібобулочних виробів в Україні та майже 70 % ринку столиці [27].

В Житомирській області до п'ятірки найбільших виробників хліба та хлібобулочних виробів відноситься ПрАТ «Звягельхліб», на основі якого й базуватиметься подальше дослідження обраної теми.

Приватне акціонерне товариство «Звягельхліб» – підприємство харчової промисловості України, що займається виробництвом та реалізацією хлібобулочних виробів у Житомирській області.

Хлібозавод має глибоку історію існування, яка розпочалася ще в 1944 році, коли місто було визволене від фашистів та постала нагальна потреба в забезпеченні мешканців міста та району хлібом. Проте будівництво саме нового сучасного заводу, який можна відвідати сьогодні, розпочалося в 1991 році під керівництвом діючого нині генерального директора. Його потужність складає 65 тон продукції на добу.

Проектування будівлі проводилося Харківським проектним інститутом зернопереробної промисловості. Фінансування будівництва нового заводу відбувалося за рахунок коштів державного бюджету та Житомирського об'єднання хлібопекарної промисловості «Житомирхліб» [28].

Хлібозавод розташований в місті Звягель на Житомирщині та займає площу 300 гектарів. Він має регіональне значення, оскільки є одним з найбільших постачальників хлібобулочних виробів по всій області та входить в п'ятірку найбільших хлібозаводів. Обсяги виробництва ПрАТ «Звягельхліб» становлять близько 20 % від загального обсягу виробництва хліба та хлібобулочних виробів у всій Житомирській області.

Станом на 2022 рік підприємством випущено 3 099 832 простих бездокументарних іменних акцій номінальною вартістю 0,25 гривень. Усі вони випущені та існують в електронній формі. Власниками великих пакетів акцій є генеральний директор Портянко Сергій Федорович (якому належить 2 172 917 штук або 70,10 %), Рижкова Марія Сергіївна та Портянко Андрій Сергійович (по 212 391 штук або по 6,85 %).

ПрАТ «Звягельхліб» здійснює лише операційну діяльність за наступними видами:

– основний: виробництво хліба та хлібобулочних виробів, виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання;

- інші: виробництво сухарів та сухого печива, виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок тривалого зберігання, роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами [28].

Фінансової та інвестиційної діяльності підприємство не здійснює.

Перевагою ПрАТ «Звягельхліб» є висока якість товару, оскільки вся задіяна у виробництві сировина є натуральною та має відповідні сертифікати якості, а всі постачальники є надійними та перевіреними часом. Крім того, підприємство швидко адаптується до різних політичних, соціальних та економічних умов, що дозволяє ефективно вести діяльність. Так, у зв'язку з розповсюдженням COVID-19 уся продукція стала випускатися в упакованому вигляді, що забезпечує безпеку споживачів.

Підприємство не зупиняється у своєму розвитку. Так, з кожним роком на ПрАТ «Звягельхліб» відбувається вдосконалення рецептури, оновлення технологічних ліній, посилення контролю якості та розширення асортименту продукції, у якій, станом на 2022 рік, входить 110 найменувань. Основну частку виробництва (93,5 %) та реалізації складають хлібобулочні вироби (зокрема, вироби простої та поліпшеної рецептури) (табл. 2.1), але також наявні й здобно-булочні вироби (6,5 %).

Таблиця 2.1 – Обсяги виробництва та реалізації основних видів продукції ПрАТ «Звягельхліб» у 2022 році

Основні види продукції	Обсяг виробництва у			Обсяг реалізації у		
	натуральній формі, т	грошовій формі, тис. грн	відсотках до всієї виробленої продукції	натуральній формі, т	грошовій формі, тис. грн	відсотках до всієї виробленої продукції
1	2	3	4	5	6	7
Хліб «Звягельський особливий», подовий	543,1	13020,2	15,6	543,4	12556,5	15,6
Батон новгородський	173,7	5594,9	5,0	173,9	5279,5	5,0
Батон новгородський нарізаний	526,3	17241,9	15,1	527,1	16683,2	15,1

Продовження таблиці 2.1

1	2	3	4	5	6	7
Хліб «Обідній позвягельські», подовий нарізаний	498,0	14841,8	14,3	498,4	14377,5	14,3
Хліб «Пшеничний звягельський», формовий	556,9	14244,4	16,0	557,5	13789,7	16,0

Джерело: складено автором на основі бухгалтерської звітності підприємства

ПрАТ «Звягельхліб» має велику кількість нагород за свої досягнення, зокрема, дипломи «Гран-Прі», кубки та золоті медалі національного та міжнародного рівня, якими нагороджена велика кількість продукції аналізованого підприємства.

Хлібозавод має стратегічне значення в регіоні, оскільки не лише забезпечує його продуктами харчування, а й створює велику кількість робочих місць (станом на 2022 рік середня чисельність працівників ПрАТ «Звягельхліб» становила 182 особи). Незважаючи на сучасне складне становище, підприємство у 2022 році підвищило рівень середньої заробітної плати на 12,0 %, у порівнянні з попереднім роком.

Разом з тим, аналізоване підприємство веде активну соціальну діяльність, сприяє розвитку спорту та культури в місті та регіоні, допомагає потребуючим, бере участь в міських заходах. Підприємство усвідомлює свою відповідальність перед своїми споживачами, а тому девіз ПрАТ «Звягельхліб» наголошує: «Жодної копійки прибутку на здоров'ї споживача!» [28].

Відповідно до потреб виробництва, у 2022 році, підприємством було профінансовано навчання 11 працівників, які взяли участь у профілюючих семінарах та підвищенні кваліфікації.

Метою підприємства є досягнення максимально можливих результатів у всіх сферах діяльності шляхом оптимального використання всіх ресурсів, ефективного управління, оперативного та точного виконання завдань і забезпечення високого рівня продуктивності праці.

2.2. Аналіз фінансово-економічного стану ПрАТ «Звягельхліб»

Фінансовим станом підприємства називають взаємодію всіх складових системи фінансових відносин суб'єкта господарювання, включаючи виробничо-господарські фактори. Дане поняття характеризується сукупністю показників, що відображають ефективність використання й розміщення, а також наявність фінансових ресурсів компанії [29, с. 98].

Проведення аналізу фінансово-економічного стану підприємства є невід'ємною складовою оцінки ефективності його діяльності, планування та організації подальшої роботи, визначення напрямків покращення фінансового стану та, відповідно, шляхів збільшення прибутковості.

Оцінка фінансово-економічного стану передбачає здійснення аналізу майнового стану підприємства, його ділової активності, ліквідності, фінансової стійкості та платоспроможності. Кожна з перерахованих складових характеризується рядом показників, значення яких відображають поточний стан суб'єкта господарювання, вказують на наявність проблем та потенційні джерела їх виникнення.

Першим етапом проведення аналізу фінансово-економічного стану ПрАТ «Звягельхліб» є аналіз його майнового стану, а також оцінка ефективності використання основних засобів.

Загалом, майновий стан є однією з основних характеристик фінансово-економічного стану підприємства, що демонструє розміщення, склад, структуру, динаміку та стан майна, тобто активів, та капіталу, тобто пасивів, суб'єкта господарювання, і змінюється з часом через вплив внутрішніх та зовнішніх факторів [30, с. 9].

До основних показників, що характеризують майновий стан підприємства відносяться фондомісткість, фондівіддача, фондоозброєність та коефіцієнти, що характеризують ефективність використання основних засобів (табл. 2.2). Формули для їх розрахунку та нормативні значення представлено у додатку А (табл. А1).

Таблиця 2.2 – Аналіз майнового стану ПрАТ «Звягельхліб»

Показник	Роки			Абсолютне відхилення, +, -	
	2020	2021	2022	2021 до 2020	2022 до 2021
Фондомісткість	0,210	0,217	0,216	0,007	-0,001
Фондовіддача	4,766	4,602	4,623	-0,164	0,021
Фондоозброєність	95,080	108,105	129,781	13,025	21,676
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,417	0,443	0,428	0,025	-0,014
Коефіцієнт придатності основних засобів	0,583	0,557	0,572	-0,025	0,014
Коефіцієнт вибуття основних засобів	0,031	0,072	0,075	0,041	0,004
Коефіцієнт оновлення основних засобів	0,113	0,076	0,157	-0,037	0,081
Коефіцієнт приросту основних засобів	0,159	0,015	0,174	-0,144	0,160

Джерело: складено автором на основі бухгалтерської звітності підприємства

Проаналізувавши подані в табл. 2.2 результати, можна побачити, що майже усі показники відповідають їх нормативним значенням, проте тенденція їх зміни не завжди відповідає бажаній. Так, значення фондомісткості має загальну тенденцію до зростання, а фондовіддача – до зниження, хоча бажаний результат повинен бути протилежний. Така ситуація відбулася через зниження зростання вартості основних фондів. Це свідчить про те, що підприємство стало більш капіталоемним.

Рівень фондоозброєності зростає з 95,080 у 2020 році до 129,781 у 2022 році, що є позитивним фактором, адже свідчить про проведення додаткових інвестиції у свій розвиток та зростання ефективності використання основних засобів завдяки тому, що кожен працівник має доступ до більшої кількості основних засобів, що може позитивно вплинути на продуктивність.

Коефіцієнти зносу та придатності основних засобів показують, що вартість активів підприємства є відносно стабільною (рис. 2.1), їх значення відповідають прийнятним. Проте вони є досить близькими до порогових. Тому можна зробити висновок, що керівництву підприємства слід контролювати дану ситуацію для запобігання погіршення ефективності використання основних засобів в подальшому та прикладати якомога більше зусиль для покращення рівня майнового стану.

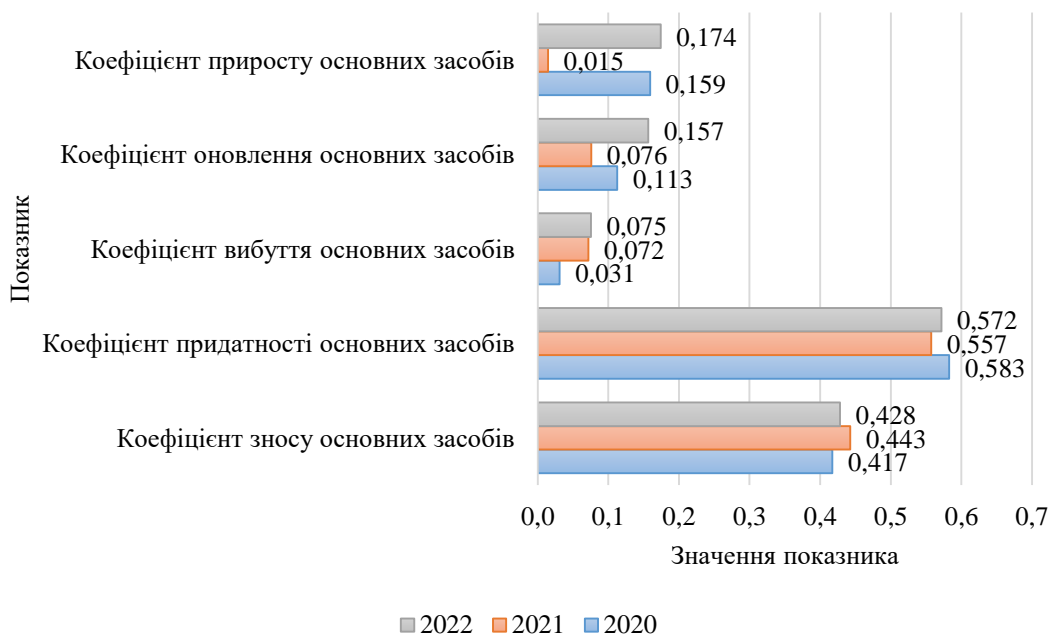


Рисунок 2.1 – Динаміка зміни показників ефективності використання основних засобів ПрАТ «Звягельхліб»

Джерело: побудовано автором за даними табл. 2.2

Низькі значення коефіцієнта вибуття та високі значення коефіцієнта оновлення свідчать про те, що підприємство старається зберігати свої основні засоби та проводити їх регулярне оновлення та модернізацію. Причому перший показник протягом усього аналізованого періоду є меншим за другий, тобто їх значення відповідають нормі. Коефіцієнт приросту основних засобів має загальну тенденцію до зростання (з 0,159 до 0,174) та є більшим 0, що підтверджує правдивість попередніх висновків.

Загалом, за проведеним аналізом можна зробити висновок про збільшення виробничих потужностей досліджуваного підприємства. Використання основних засобів підприємства є достатньо ефективним. Однак, необхідно звернути увагу на показники фондомісткості та фондівдачі, з метою забезпечення стійкого розвитку та конкурентоспроможності на ринку.

Одним з основних засобів оцінки того, наскільки ефективно суб'єкти господарювання використовують наявні ресурси в нестабільних економічних умовах, є оцінка та аналіз їх ділової активності. Дане поняття можна розглядати в широкому та вузькому розумінні. У першому випадку – це сукупність

можливостей підприємства, спрямованих на підвищення його конкурентоспроможності та покращення загального становища на ринку. У вузькому розумінні ділова активність характеризує виробничу та комерційну діяльність підприємства при аналізі його діяльності [31, с. 247-248].

Аналіз ділової активності підприємства дає змогу визначити динаміку розвитку та продуктивність компанії в умовах ринкової економіки. При цьому до основних завдань такого дослідження відносять прийняття управлінських рішень щодо покращення економічного становища суб'єкта господарювання.

Для проведення дослідження ділової активності підприємства було обрано ряд показників (табл. 2.3), методика розрахунку яких представлена в додатку А (табл. А2).

Таблиця 2.3 – Аналіз ділової активності ПрАТ «Звягельхліб»

Показник	Роки			Абсолютне відхилення, +, -	
	2020	2021	2022	2021 до 2020	2022 до 2021
Коефіцієнт оборотності активів	2,876	2,781	2,672	-0,095	-0,109
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	9,885	8,120	7,087	-1,765	-1,033
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	29,161	22,921	19,108	-6,240	-3,814
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	12,165	9,469	7,916	-2,695	-1,554
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	3,766	3,944	4,046	0,178	0,102
Коефіцієнт оборотності основних засобів	4,082	4,249	4,337	0,167	0,088
Коефіцієнт оборотності запасів	15,917	14,351	12,255	-1,566	-2,095
Тривалість одного обороту, дн.	126,923	131,246	136,583	4,323	5,337
Тривалість одного обороту дебіторської заборгованості, дн.	12,517	15,924	19,102	3,407	3,178
Тривалість одного обороту кредиторської заборгованості, дн.	30,005	38,545	46,110	8,540	7,565
Тривалість операційного циклу, дн.	27,558	42,588	53,268	15,030	10,680

Джерело: складено автором на основі бухгалтерської звітності підприємства

За отриманими даними можна побачити, що ряд показників має загальну тенденцію до зниження, причому її характер, у більшості випадків, є негативним. Так, коефіцієнт оборотності активів та коефіцієнт оборотності оборотних активів стабільно знижувалися протягом досліджуваного періоду. Така ситуація

спричинена стабільним зростанням активів при одночасному сповільненні темпів приросту доходів підприємства, що відбулося через зростання собівартості продукції на основі інфляційних процесів та загальній економічній нестабільності, спричиненій пандемією COVID-19 та впливом сучасного політичного становища України.

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості приймає високі значення впродовж аналізованого періоду, причому йому також характерне скорочення впродовж 2020-2022 років. У цілому отримані показники свідчать про затримку проведення розрахунків з покупцями. Разом з тим, отримане значення свідчить і про стимулювання збуту завдяки надання споживачам товару в кредит. Швидкість обертання кредиторської заборгованості зменшувалася протягом усіх аналізованих років, що відбулося через зростання зобов'язань підприємства.

Коефіцієнт оборотності власного капіталу зростав увесь досліджуваний період (на 0,178 у 2021 році та на 0,102 у 2022 році, порівняно з попередніми). Така динаміка є позитивною ознакою та вказує на підвищення ефективності використання власного капіталу підприємства.

Коефіцієнт оборотності основних засобів також мав позитивну тенденцію зміни своїх значень. Його зростання свідчить про поліпшення ефективності використання основних засобів аналізованого підприємства.

Коефіцієнт оборотності запасів із кожним роком скорочував свої значення, що може свідчити про зниження ефективності їх використання. Хоча в цілому отримані значення є доволі високими, що дозволяє підприємству залишатися в зоні безпеки.

Якщо характеризувати показники тривалості одного обороту, то всі вони зростали протягом аналізованого періоду (рис. 2.2), що вважається негативною тенденцією для ефективності діяльності, оскільки може свідчити про погіршення організації виробництва та управління на підприємстві, а також про зростання кількості днів, за які продається товар, що у випадку ПрАТ «Звягельхліб» є

особливо критичним, оскільки майже вся продукція аналізованого підприємства нетривалого зберігання.

Так, тривалість операційного циклу збільшилася майже вдвічі (з 27,558 у 2020 році до 53,268 у 2022), що пов'язано з постійним ростом суми запасів та зростанням дебіторської заборгованості. Тому для зниження аналізованого показника потрібно провести детальний аналіз саме двох згаданих складових та поліпшити управління ними. Якщо оптимізувати політику товарного кредитування та формування запасів, то можна зменшити їх середньорічний рівень, що в результаті позитивно вплине на фінансовий результат діяльності аналізованого підприємства.



Рисунок 2.2 – Динаміка показників ділової активності ПрАТ «Звягельхліб»

Джерело: побудовано автором за даними табл. 2.3

Загалом, проведений аналіз ділової активності показав, що ПрАТ «Звягельхліб» веде ефективну діяльність. Проте дослідження також показало негативну динаміку змін по більшості розрахованих показників. Хоч їх рівень є допустимим, проте керівництву слід звернути увагу на становище, що склалося, для подальшої оптимізації використання фінансових та інших видів ресурсів з метою запобігання подальшого погіршення ділової активності.

Аналіз фінансово-економічного стану підприємства включає в себе визначення його ліквідності, тобто можливості якнайшвидше перетворювати свої активи в готівкові грошові кошти, не втрачаючи при цьому їх вартості, та здатності суб'єкта господарювання розраховуватися за короткостроковими борговими зобов'язаннями [32, с. 234].

Для забезпечення абсолютної ліквідності необхідно, щоб виконувалася наступна умова: сума високоліквідних, швидколіквідних та повільноліквідних активів повинна бути більшою або рівною сумі найбільш термінових, короткострокових та довгострокових пасивів відповідно. При цьому величина важколіквідних активів, навпаки, повинна бути меншою або рівною величині постійних пасивів [33, с. 222-223].

Аналіз ліквідності ПрАТ «Звягельхліб» проведемо шляхом порівняння структури активів та пасивів, а також за показниками ліквідності (табл. 2.4), методика розрахунку яких представлена в додатку А (табл. А3).

Таблиця 2.4 – Аналіз ліквідності ПрАТ «Звягельхліб»

Показник	Роки			Абсолютне відхилення, +, -	
	2020	2021	2022	2021 до 2020	2022 до 2021
Активи, тис. грн:					
високоліквідні (А1)	2298,800	3861,300	3809,000	1562,500	-52,300
швидколіквідні (А2)	2974,100	4962,200	5761,400	1988,100	799,200
повільноліквідні (А3)	3501,000	4805,400	5712,300	1304,400	906,900
важколіквідні (А4)	21384,500	21623,400	26139,300	238,900	4515,900
Пасиви, тис. грн:					
найбільш термінові (П1)	7129,600	7483,100	9358,600	353,500	1875,500
короткострокові пасиви (П2)	0,000	4673,600	4512,700	4673,600	-160,900
довгострокові пасиви (П3)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
постійні пасиви (П4)	23028,800	23095,600	27550,700	66,800	4455,100
Показники ліквідності:					
коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,322	0,318	0,275	-0,005	-0,043
коефіцієнт поточної ліквідності	1,231	1,121	1,102	-0,110	-0,019
коефіцієнт швидкої ліквідності	0,752	0,732	0,698	-0,020	-0,034

Джерело: складено автором на основі бухгалтерської звітності підприємства

Проаналізувавши отримані дані, можна дійти висновку, що ліквідність підприємства є відмінною від абсолютної, оскільки не всі зазначені раніше умови виконуються. Так, високоліквідні активи є значно нижчими за найбільш

термінові пасиви. Тобто, можна зробити висновок про проблеми з поточною платоспроможністю ПрАТ «Звягельхліб».

Разом з тим, хоч усі інші умови виконуються, різниця між швидколіквідними активами та короткостроковими пасивами стрімко знижується з кожним роком. Крім того, сума важколіквідних активів щорічно зростає, займаючи при цьому найбільшу частку в загальній структурі активів. Таке явище є досить небезпечним, тому керівництву слід взяти заходів щодо поліпшення ситуації.

Розраховані коефіцієнти ліквідності (рис. 2.3) також підтвердили отримані висновки. Показник абсолютної ліквідності, хоч і перевищує мінімально допустиме значення (0,2), проте постійно знижується, що може призвести до обмеженої можливості погашення поточної заборгованості у найближчий момент часу.

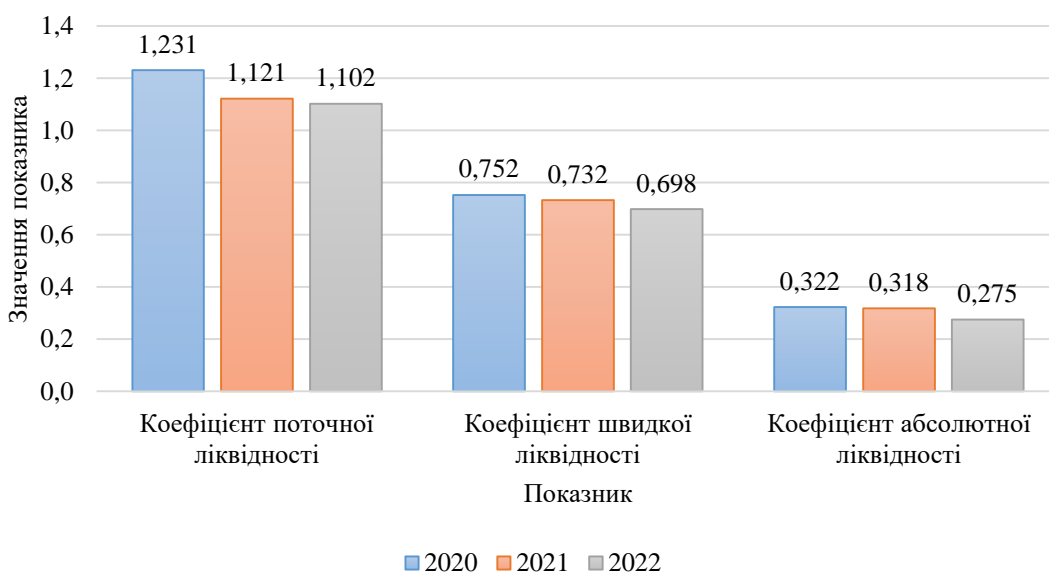


Рисунок 2.3 – Динаміка зміни показників ліквідності ПрАТ «Звягельхліб»

Джерело: побудовано автором за даними табл. 2.4

Коефіцієнт поточної ліквідності показує, що поточні активи аналізованого підприємства мають змогу покрити короткострокові зобов'язання. А коефіцієнт швидкої ліквідності приймає доволі високі значення, тому можна стверджувати, що ПрАТ «Звягельхліб» спроможне вчасно розраховуватися за його короткостроковими зобов'язаннями за допомогою високоліквідних активів.

Разом з тим, кожному із охарактеризованих показників властива загальна тенденція до зниження впродовж 2020-2022 років. Тобто ліквідність підприємства з часом знижується.

На основі результатів проведеного аналізу ліквідності ПрАТ «Звягельхліб» можна побачити, що підприємство має певні проблеми у розрізі даного питання. Під час дослідження було виявлено, що ліквідність підприємства є відмінною від абсолютної, що спричинено високою часткою важколіквідних активів у їх загальній структурі, при низькій частці високоліквідних.

Останнім кроком аналізу фінансово-економічного стану є дослідження платоспроможності й фінансової стійкості підприємства.

Фінансовою стійкістю називають здатність суб'єкта господарювання функціонувати, розвиватися та підтримувати рівновагу між активами та пасивами у мінливому зовнішньому та внутрішньому середовищі, при цьому забезпечуючи йому постійну платоспроможність та інвестиційну привабливість у межах прийнятного рівня ризику [34, с. 48].

Формування та підтримка оптимального рівня фінансової стійкості є одним із найважливіших завдань у діяльності кожного суб'єкта господарювання. Вона формується в процесі всієї господарської діяльності і є ключовою складовою загальної стійкості підприємства, на яку впливають різноманітні фактори. Низький рівень фінансової стійкості означає, що компанія може стати неплатоспроможною, а нехтування цим може призвести до банкрутства. Водночас, високі показники фінансової стійкості можуть свідчити про неефективне ведення бізнесу.

Під платоспроможністю суб'єкта господарювання розуміють можливість вчасно та повністю розраховуватися за своїми зобов'язаннями [35, с. 17]. Дане поняття є дуже тісно пов'язаним з ліквідністю, тому їх часто ототожнюють. Незважаючи на це, кожне з них є окремим та описується різними показниками.

Результати аналізу платоспроможності та фінансової стійкості підприємства подані в табл. 2.5. Методика розрахунку використаних показників представлена в додатку А (табл. А4).

Таблиця 2.5 – Аналіз платоспроможності та фінансової стійкості ПрАТ «Звягельхліб»

Показник	Роки			Абсолютне відхилення, +, -	
	2020	2021	2022	2021 до 2020	2022 до 2021
Коефіцієнт автономії	0,764	0,655	0,665	-0,108	0,010
Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	0,236	0,346	0,336	0,110	-0,011
Коефіцієнт фінансової залежності	1,310	1,526	1,503	0,217	-0,023
Коефіцієнт фінансового левериджу	0,310	0,526	0,503	0,217	-0,023
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,071	0,064	0,051	-0,008	-0,013
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами	0,187	0,108	0,092	-0,079	-0,016
Коефіцієнт забезпеченості запасів і витрат власними оборотними коштами	0,482	0,311	0,252	-0,170	-0,060
Коефіцієнт фінансової стабільності	3,230	1,900	1,986	-1,330	0,086

Джерело: складено автором на основі бухгалтерської звітності підприємства

Коефіцієнт автономії, незважаючи на зниження його значення у 2021 році (рис. В1, додаток В), вказує на забезпеченість аналізованого підприємства власним капіталом та незалежність від зовнішніх джерел фінансування. Проте скорочення рівня даного показника є негативним фактором. Доповненням коефіцієнта автономії є коефіцієнт концентрації позикового капіталу, динаміка змін якого свідчить про підвищення частки позикових коштів у 2021 році та зниження заборгованості у 2022 році. Загалом, його значення є прийнятними та свідчать про стійке положення компанії.

Коефіцієнт фінансової залежності має допустимі значення, проте його зростання у 2021 році свідчить про збільшення частки позикових коштів, що робить підприємство більш залежним від кредиторів.

Коефіцієнт фінансового левериджу впродовж усього періоду приймає допустимі значення, проте у 2021-2022 роках вони дещо перевищують бажане (0,5). Спостерігається тенденція до зростання даного показника: хоч у 2022 році відбулося зниження його значення, проте воно є значно вищим рівня 2020 року, що свідчить про зростання ризику вкладання капіталу в компанію, оскільки на 1 гривню вкладених власних коштів в активи припадає 0,503 гривні позикових.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу, окрім того, що має досить низькі значення, знижується протягом усього періоду. Тобто, на фінансування оборотних активів припадає дуже мала частка власних коштів. Це негативно впливає на платоспроможність підприємства.

Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами відповідає нормативному значенню, проте спадна тенденція його змін є небажаною. Коефіцієнт забезпеченості запасів і витрат власними оборотними коштами свідчать про недостатність оборотних коштів та, відповідно, про зниження платоспроможності підприємства.

Коефіцієнт фінансової стабільності приймає високі значення протягом 2020-2022 років та вказує на можливість покриття заборгованостей власним капіталом. Проте у 2022 році спостерігався його значний спад (на 1,330), що є негативною ознакою.

Загалом, можна стверджувати, що ПрАТ «Звягельхліб» має достатній рівень платоспроможності, оскільки майже всі показники лежать в межах допустимих значень. Проте аналіз показав, що спостерігається негативна динаміка їх зміни, що може призвести до погіршення платоспроможності та фінансової стійкості підприємства.

Проведений аналіз показав, що фінансово-економічний стан ПрАТ «Звягельхліб» знаходиться на високому рівні. Загалом можна стверджувати про ефективне використання основних засобів, що забезпечує підтримку майнового стану на належному рівні.

Аналіз ділової активності також підтвердив ефективність ведення діяльності. Рівень ліквідності та платоспроможності ПрАТ «Звягельхліб» є доволі високими, що забезпечує підприємству фінансову стійкість. Було виявлено певні негативні фактори впливу на згадані складові, а саме зростання короткострокової заборгованості в останньому аналізованому періоді, що погіршило фінансово-економічний стан. Разом з тим, було визначено, що ліквідність підприємства не є абсолютною через перевищення найбільш термінових пасивів над високоліквідними активами.

2.3. Оцінювання прибутковості та чинників її формування на підприємстві ПрАТ «Звягельхліб»

Прибутковість є одним із найважливіших чинників впливу на функціонування підприємства, оскільки може забезпечити розширення виробництва, його модернізацію, освоєння нових технологій, покращити становище суб'єкта господарювання на ринку, створити позитивний імідж компанії, сформувати привабливість перед інвесторами, підтримувати економічну безпеку підприємства та посилювати його конкурентні позиції на ринку збуту.

Проведення аналізу прибутковості суб'єкта господарювання є важливим етапом оцінки його діяльності, оскільки дослідження динаміки зміни чистого фінансового результату за певний період та пошук чинників впливу (як позитивних, так і негативних) на його формування дозволить виявити наявні загрози та попередити виникнення потенційно можливих.

На формування прибутковості підприємства впливають дві основні групи факторів:

- 1) внутрішні, тобто ті, які безпосередньо залежать від діяльності суб'єкта господарювання;
- 2) зовнішні, тобто ті, які не залежать від діяльності суб'єкта господарювання.

До першої групи факторів можна віднести рівень доходів та витрат підприємства, обсяги виробництва та реалізації товарів, асортимент продукції, ефективність цінової політики, маркетингової стратегії, ефективність використання ресурсів суб'єкта господарювання та ефективність його діяльності в цілому тощо.

Для того, щоб більш детально зрозуміти масштаби підприємства, розглянемо динаміку зміни обсягів виробництва та реалізації продукції аналізованого підприємства протягом 2020-2022 років (табл. 2.6).

Таблиця 2.6 – Динаміка зміни обсягів виробництва та реалізації продукції
ПрАТ «Звягельхліб»

Показник	Роки			Абсолютне відхилення, +, -	
	2020	2021	2022	2021 до 2020	2022 до 2021
Обсяги виробництва продукції, тис. грн	93800,0	98500,0	109200,0	4700,0	10700,0
Обсяги виробництва продукції, т	4522,0	3812,0	3481,0	-710,00	-331,00
Обсяги реалізації продукції, тис. грн	86728,6	90955,0	102450,9	4226,4	11495,9
Обсяги реалізації продукції, т	4520,7	3810,3	3480,3	-710,40	-330,00

Джерело: складено автором на основі бухгалтерської звітності підприємства

З отриманої таблиці видно, що протягом усього аналізованого періоду спостерігалася спадна динаміка зміни обсягів виробництва та реалізації у натуральному вираженні, при цьому обсяги виробництва зовсім незначно перевищували обсяги реалізації (рис. 2.4), тому можна стверджувати про мінімальні втрати. Проте в грошовому вимірі спостерігалася зростання обсягу виготовленої та реалізованої продукції протягом усього аналізованого періоду. Така ситуація склалася через зростання вартості сировини, матеріалів, інших статей витрат на основі інфляційних процесів в економіці.



Рисунок 2.4 – Динаміка зміни обсягів виробництва та реалізації продукції

Джерело: побудовано автором за даними табл. 2.6

Як зазначалося в першому розділі даної роботи, основними чинниками формування прибутку будь-якого суб'єкта господарювання є його доходи та витрати, адже саме їх співвідношення визначає остаточний результат діяльності. Першим кроком проаналізуємо динаміку зміни доходів на аналізованому підприємстві (табл. 2.7).

Таблиця 2.7 – Динаміка зміни доходів ПрАТ «Звягельхліб», тис. грн

Показник	Роки			Абсолютне відхилення, +, -	
	2020	2021	2022	2021 до 2020	2022 до 2021
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	86728,6	90955,0	102450,9	4226,4	11495,9
Інші операційні доходи	504,2	857,3	960,3	353,1	103,0
Інші доходи	308,7	237,3	239,8	-71,4	2,5
Разом доходи	87541,5	92049,6	103651,0	4508,1	11601,4

Джерело: складено автором на основі бухгалтерської звітності підприємства

З отриманої таблиці видно, що основним джерелом отримання доходу є реалізація продукції, яка складає понад 98 % від загального обсягу доходів компанії протягом усього аналізованого періоду. Інші операційні доходи та інші доходи приймають дуже низькі значення, що зумовлено специфікою роботи аналізованого підприємства, оскільки ні фінансової, ні інвестиційної діяльності воно не веде.

Розглядаючи динаміку зміни представлених показників, можна побачити, що майже за усіма видами доходів спостерігається загальна тенденція до зростання. Лише інші доходи знижуються на 71,4 тисячі гривень у 2021 році, порівняно з 2020, а в 2022 їх значення зростає на 2,5 тисячі гривень, проте так і не досягаючи рівня 2020 року. Це більшою мірою було зумовлено скороченням обсягів виробництва продукції протягом досліджуваного періоду, а також політичним та економічним становищем країни у цей період.

Загалом, загальний річний обсяг доходу ПрАТ «Звягельхліб» зростає впродовж всього аналізованого періоду, що є позитивним фактором.

Наступним кроком доцільно розглянути динаміку зміни витрат суб'єкта господарювання (табл. 2.8) для подальшого уявлення про формування прибутку та найбільш вагомій статті витрат, що впливають на його розмір.

Таблиця 2.8 – Динаміка зміни витрат ПрАТ «Звягельхліб», тис. грн

Показник	Роки			Абсолютне відхилення, +, -	
	2020	2021	2022	2021 до 2020	2022 до 2021
1	2	3	4	5	6
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	54326,5	58410,0	63300,6	4083,5	4890,6
Інші операційні витрати	29321,9	31614,3	33980,1	2292,4	2365,8
Інші витрати	172,7	270,6	696,0	97,9	425,4
Разом витрати	83821,1	90294,9	97976,7	6473,8	7681,8

Джерело: складено автором на основі бухгалтерської звітності підприємства

З отриманої таблиці видно, що впродовж аналізованого періоду спостерігалось зростання усіх представлених витрат, що було пов'язано зі зростанням собівартості виробництва на основі інфляційних процесів. Найбільшими витратами є собівартість реалізованої продукції, яка займає майже 65 % у загальній структурі витрат, та інші операційні витрати, що складають близько 35 %. На інші витрати припадає менше 1 %.

Загалом, можна побачити, що тенденція зміни розглянутих показників є подібною. Основною статтею доходів є виручка від реалізації продукції, а основною статтею витрат – собівартість реалізованої продукції. Їх різниця є значною (рис. 2.5), що дозволяє формувати високий рівень валового прибутку.

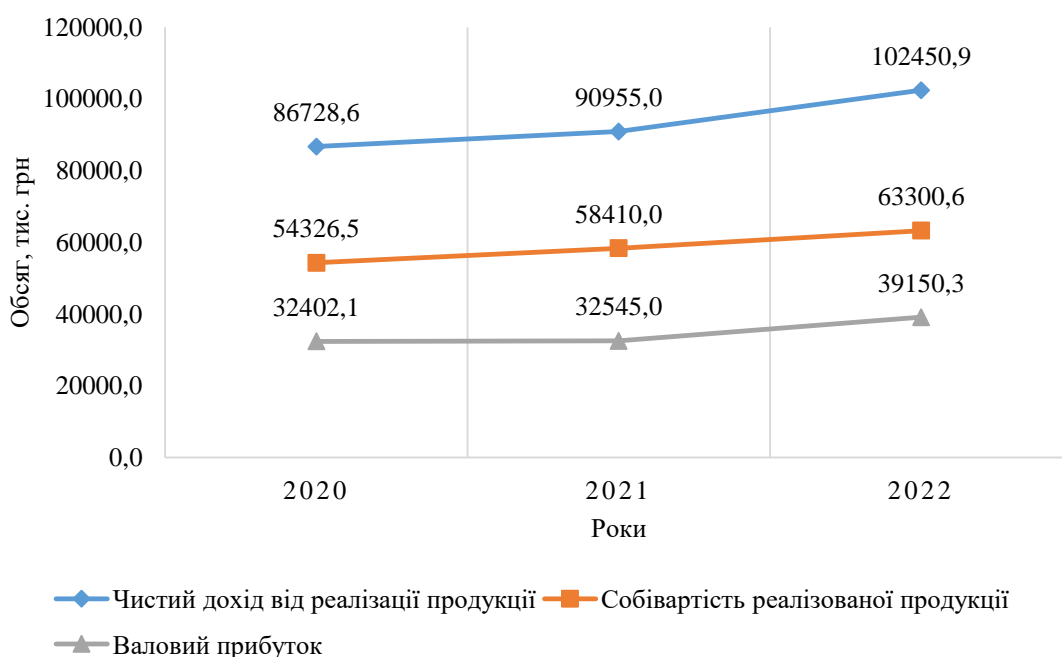


Рисунок 2.5 – Динаміка зміни обсягу валового прибутку ПрАТ «Звягельхліб»

Джерело: побудовано автором за даними табл. 2.7-2.8

При цьому різниця між загальною сумою доходів та загальною сумою витрат підприємства не є значною, хоча перші все ж переважають, що й дозволяє підприємству отримувати прибуток. Така ситуація пов'язана з рядом факторів, зокрема, специфікою галузі та економічним становищем.

Для більш детального розуміння складу витрат та їх впливу на формування прибутковості, розглянемо структуру собівартості продукції (табл. 2.9).

Таблиця 2.9 – Аналіз складових собівартості реалізованої продукції ПрАТ «Звягельхліб», тис. грн

Склад витрат	Роки			Абсолютне відхилення, +, -	
	2020	2021	2022	2021 до 2020	2022 до 2021
Основна сировина	14994,1	15770,7	15445,3	776,6	-325,4
Допоміжна сировина	3313,9	3621,4	4367,7	307,5	746,3
Основна зарплата	8257,6	7242,8	7786,0	-1014,8	543,1
Загальновиробничі витрати	6573,5	6658,7	7216,3	85,2	557,5
Адміністративні витрати	5758,6	5957,8	6393,4	199,2	435,5
Витрати на збут	11354,2	12324,5	13356,4	970,3	1031,9
Інші витрати	4074,5	6834,0	8735,5	2759,5	1901,5

Джерело: складено автором на основі бухгалтерської звітності підприємства

Майже всі складові собівартості мають зростаючу тенденцію, що пов'язано з інфляційними процесами та збільшенням вартості на сировину, комплектуючі, роботи й послуги, підставою чому стало політичне становище країни, яке мало негативний вплив на економічні процеси. Єдиною статтею витрат, яка знизилася у 2021 році є основна зарплата, що було спричинено скороченням чисельності працівників підприємства, а в 2022 – основна сировина, що відбулося через зниження обсягів виробництва.

Сама ж структура собівартості реалізованої продукції у відсотковому вираженні не зазнала значних змін (рис. 2.6). Так, найбільша частка у структурі витрат припадає на основну сировину (спостерігалось скорочення з 27,6 % до 24,4 %), також високу частку у загальній структурі приймають витрати на збут (близько 21,0 %).

Найбільших змін зазнали інші витрати, які зросли з 7,5 % у 2020 році до 13,8 % у 2022 році (на 6,3 %). Майже незмінними протягом аналізованого періоду залишалися витрати на збут, допоміжну сировину, загальновиробничі та адміністративні витрати.

Загалом, на основі отриманих результатів проведеного дослідження, можна стверджувати, що структура собівартості реалізованої продукції не зазнала значних змін протягом 2020-2022 років.

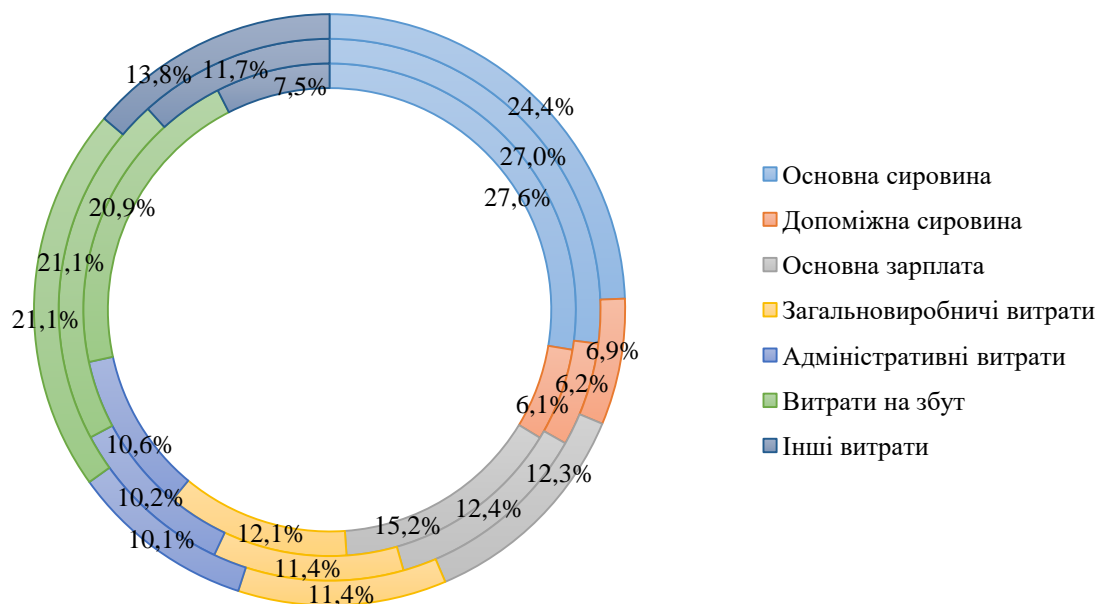


Рисунок 2.6 – Структура собівартості реалізованої продукції

Джерело: побудовано автором за даними табл. 2.9

Примітка: ближче до центру зображено дані за 2020 рік, зовні – за 2022 рік

Охарактеризувавши рівень доходів та витрат підприємства, можна провести дослідження рівня прибутковості ПрАТ «Звягельхліб» (табл. 2.10). Формули розрахунків кожного виду прибутку були розглянуті в першому розділі роботи (див. п. 1.1, формули 1.1-1.4).

Таблиця 2.10 – Аналіз динаміки зміни різних видів прибутку ПрАТ «Звягельхліб», тис. грн

Показник	Роки			Абсолютне відхилення, +, -	
	2020	2021	2022	2021 до 2020	2022 до 2021
Валовий прибуток	32402,1	32545,0	39150,3	142,9	6605,3
Операційний прибуток	3720,4	1754,7	5674,3	-1965,7	3919,6
Податок на прибуток	679,0	362,9	1062,7	-316,1	699,8
Чистий прибуток	3041,4	1391,8	4611,6	-1649,6	3219,8

Джерело: складено автором на основі бухгалтерської звітності підприємства

За отриманими даними можна зробити висновок про скорочення всіх видів прибутку у 2021 році (за винятком валового, який зріс на 142,9 тисяч гривень).

Проте у 2022 році всі види прибутку зросли (зокрема, чистий прибуток на 3219,8 тисяч гривень).

Оскільки ПрАТ «Звягельхліб» є суб'єктом малого підприємництва, то наявний рівень чистого прибутку можна вважати високим. Причому в 2022 році спостерігається різке його зростання після попереднього скорочення у 2021 році (рис. 2.7). Причинами таких змін, у більшій мірі, є зростання цін на продукцію, яку реалізує підприємство, через зростання її якості, а також ефекту масштабу, який дозволив підприємству використовувати свої ресурси більш ефективно, зосереджуючись на більш прибутковій продукції.

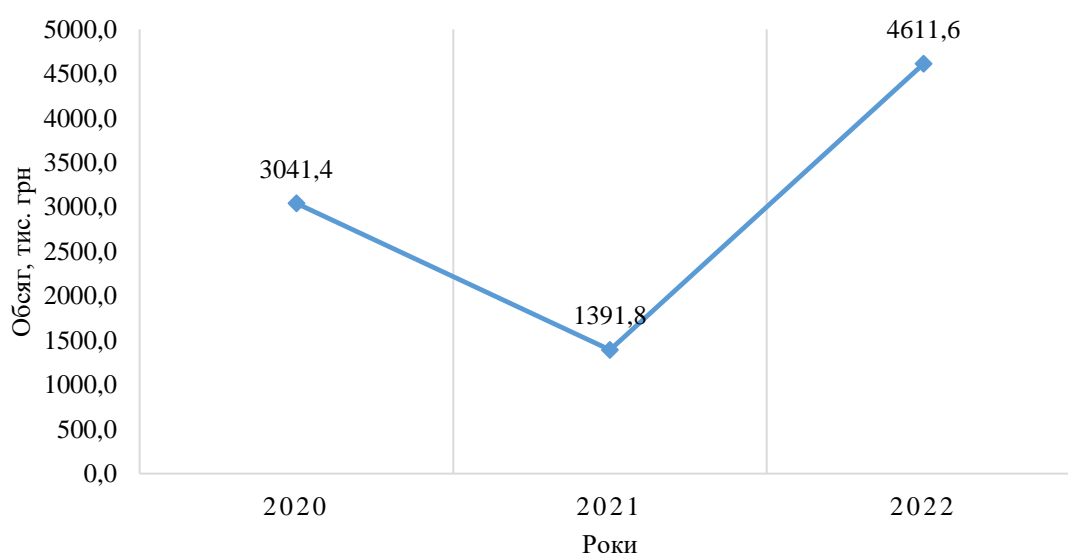


Рисунок 2.7 – Динаміка зміни чистого прибутку ПрАТ «Звягельхліб»

Джерело: побудовано автором за даними табл. 2.10

Для збереження конкурентних позицій та їх посилення підприємство веде ефективну асортиментну політику. Так, з кожним роком з'являються нові види продукції, вдосконалюється її рецептура та модернізується технологія виробництва (табл. 2.11).

Таблиця 2.11 – Аналіз асортименту продукції ПрАТ «Звягельхліб»

Види продукції	Значення, найменувань		
	2020	2021	2022
Хлібобулочні вироби	27	34	33
Здобно-булочні вироби	57	71	77
Всього найменувань, з них:	84	105	110
продукція, знята з виробництва	1	0	0
нові види продукції	6	21	5

Джерело: складено автором на основі бухгалтерської звітності підприємства

Бачимо, що впродовж останніх трьох років підприємство впроваджувало нові види продукції (6, 21 та 5 найменування відповідно), при цьому в 2020 році було знято з виробництва 1 найменування продукції, що було пов'язано з її нерентабельністю. У 2021 та 2022 роках таких скорочень не спостерігалось.

Одним із методів оцінки прибутковості (див. п. 1.3) є аналіз рентабельності (табл. 2.12), формули представлені в табл. А5 (додаток А).

Таблиця 2.12 – Аналіз рентабельності ПрАТ «Звягельхліб»

Показник	Роки			Абсолютне відхилення, +, -	
	2020	2021	2022	2021 до 2020	2022 до 2021
Показники рентабельності капіталу (активів):					
рентабельність активів	10,1	4,3	12,0	-5,9	7,8
рентабельність основних засобів	15,5	6,5	19,5	-9,0	13,0
рентабельність власного капіталу	13,5	6,0	18,2	-7,5	12,2
Показники рентабельності продукції:					
рентабельність реалізації 1	37,4	35,8	38,2	-1,6	2,4
рентабельність реалізації 2	3,5	1,5	4,5	-2,0	3,0
рентабельність продукції	59,6	55,7	61,8	-3,9	6,1
Показники, розраховані на основі потоків грошових коштів:					
рентабельність обороту	4,3	1,9	5,5	-2,4	3,6
рентабельність сукупного капіталу	12,4	5,4	14,8	-7,0	9,4
рентабельність власного капіталу (розрахована по чистому припливі коштів)	16,6	7,6	22,4	-9,0	14,8
рентабельність виробництва	18,9	8,2	24,0	-10,7	15,8

Джерело: складено автором на основі бухгалтерської звітності підприємства

За отриманими результатами відразу ж можна побачити скорочення кожного розрахованого показника у 2021 році та зростання у 2022. Оскільки рентабельність у 2022 році перевищила значення у 2020 році, можна стверджувати про позитивні зміни в ефективності діяльності (рис. В2).

Загалом, зниження рентабельності ПрАТ «Звягельхліб» у 2021 році пов'язане зі збільшенням витрат на виробництво з одночасним зменшенням попиту на продукцію, складнощами в управлінні запасами та витратами на виробництво, а також із зовнішніми факторами, а саме економічними коливаннями, інфляційними процесами тощо.

Зростання усіх показників рентабельності у 2022 році свідчить про позитивні зміни в діяльності підприємства. Це відбулося через підвищення цін на продукцію, збільшення прибутку ПрАТ «Звягельхліб» та оптимізацію

виробничих процесів у компанії, що дозволило підвищити якість продукції та ефективність діяльності.

Для подальшого покращення рентабельності хлібозаводу необхідно й надалі приділяти увагу таким аспектам як оптимізація виробничих процесів, покращення якості продукції, управління запасами та витратами на виробництво. Також можуть бути корисні заходи з просування та маркетингу продукції, щоб збільшити попит на неї, що у свою чергу сприятиме збільшенню прибутку.

Друга група факторів впливу на формування прибутковості залежить від зовнішнього середовища підприємства. Сюди можна віднести економічні коливання, політичну ситуацію, демографічні чинники, державне регулювання цін на товари споживчого кошика, до яких і відносяться хлібобулочні вироби, рівень конкуренції на ринку та інші макроекономічні чинники впливу. Деякі з них представлено в табл. 2.13.

Таблиця 2.13 – Зовнішні чинники впливу на формування прибутковості ПрАТ «Звягельхліб»

Показники	Роки			Абсолютне відхилення, +, -	
	2020	2021	2022	2021 до 2020	2022 до 2021
Споживання хліба та хлібобулочних виробів, кг/ос./міс.	8,5	7,9	7,5	-0,6	-0,4
Середня чисельність населення Житомирської області, тис. ос.	1201,9	1187,3	1177,6	-14,6	-9,7
Середня чисельність населення Звягельського району, тис. ос.	167,0	166,4	164,9	-0,5	-1,5
Кількість діючих конкурентів на ринку, од.	14,0	12,0	14,0	-2,0	2,0
Індекс споживчих цін, %	105,0	110,0	126,6	5,0	16,6

Джерело: складено автором на основі даних [36, 37]

Перш за все, варто звернути увагу, що споживання хліба та хлібобулочних виробів характеризується щорічним зниженням. Це зумовлено рядом факторів. Наприклад, зміною смаків споживачів на основі популяризації тренду здорового харчування, оскільки все більше людей відмовляються від споживання хліба та інших борошняних виробів, замінюючи їх більш дієтичними продуктами.

Політична ситуація, що склалася, значною мірою відобразилася й на економічному середовищі країни. Рівень платоспроможності населення впав, що знизило попит на продукцію підприємства. Значне зростання рівня інфляції у 2022 році (до 126,6 %) спричинило зростання цін, які збільшили дохід та, відповідно, прибуток. Інфляція також спричинила подорожчання сировини, енергії та інших комплектуючих, необхідних для виробництва, що збільшило витрати підприємства.

Разом з тим, конкуренція на ринку незначно змінювалася. Так, число діючих конкурентів на ринку спочатку скоротилося на 2 у 2021 році, а потім зросло на 2 у 2022 році, що не мало помітного відображення на показниках діяльності підприємства.

Окрім того, чисельність населення як в районі, який є основним каналом збуту, так і в області, де підприємство також реалізує свою продукцію, залишалася майже незмінною (рис. 2.8).

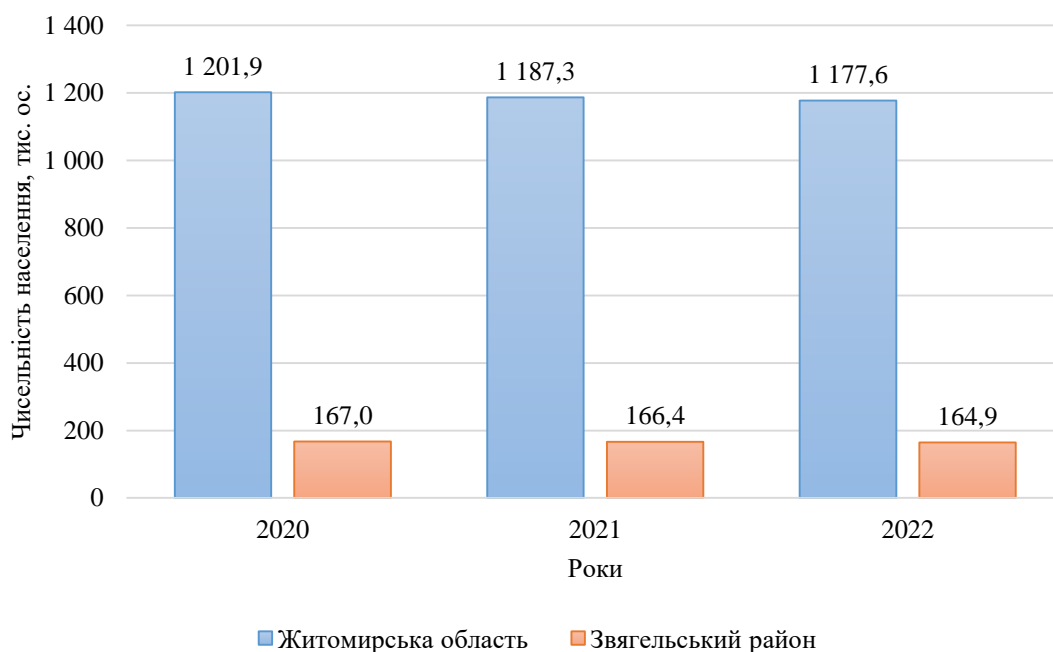


Рисунок 2.8 – Динаміка зміни чисельності населення

Джерело: побудовано автором за даними табл. 2.13

Загалом, оскільки підприємство збільшило свій прибуток, навіть попри сучасне складне становище, що вдалося завдяки ефективному управлінню, то його діяльність є доцільною.

2.4. Кореляційно-регресійна модель залежності прибутковості від чинників її формування на підприємстві ПрАТ «Звягельхліб»

Для більш детального дослідження залежності прибутковості від чинників її формування на аналізованому підприємстві доцільним є проведення факторного аналізу, який виявить потенційні способи збільшення прибутку компанії, що дозволить не лише покращити фінансові результати, а й оптимізувати діяльність.

Факторний аналіз можна проводити декількома способами (див. п. 1.3). Для більш широких та точних висновків проведемо його на основі побудови кореляційно-регресійної моделі залежності прибутковості від чинників її формування, яка дозволить виявити тісноту кореляційного зв'язку, визначити вплив кожного фактору на розмір прибутку підприємства та оцінити зміну результативного показника від зміни факторних ознак.

Основною проблемою при побудові зазначеної моделі є визначення факторів, які потрібно включити до неї. У нашому випадку необхідно проаналізувати головні чинники, що впливають на результативну ознаку, якою виступає чистий прибуток ПрАТ «Звягельхліб». Причому, аналіз потрібно провести так, щоб зміни останньої могли бути пояснені за рахунок коливання факторних ознак. Для цього використаємо модель «Чистий прибуток – рух грошових коштів» (див. п. 1.3).

Припустимо, що зв'язок між результативною та факторними ознаками описується за допомогою лінійного рівняння регресії:

$$y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3 + a_4x_4, \quad (2.1)$$

де y – чистий прибуток, тис. грн;

x_1 – витрати на сировину, тис. грн;

x_2 – загальновиробничі витрати, тис. грн;

x_3 – адміністративні витрати, тис. грн;

x_4 – витрати на збут, тис. грн;

a_0 – вільний член рівняння регресії;

a_i – коефіцієнти рівняння регресії, які характеризують кількісний вплив на результуючий показник зміни величини відповідного факторного показника на одиницю його виміру ($i = \overline{1,4}$).

Сформуємо таблицю вхідних даних для проведення кореляційно-регресійного аналізу (табл. 2.14).

Таблиця 2.14 – Основні фінансові показники діяльності ПрАТ «Звягельхліб» у 2017-2022 роках

Показник	Роки					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Чистий прибуток, тис. грн	3937,0	4650,3	5171,0	3041,4	1391,8	4611,6
Витрати на сировину, тис. грн	18822,4	20439,1	20598,1	18308,0	19392,1	19813,1
Загальновиробничі витрати, тис. грн	4475,3	5758,2	6622,8	6573,5	6658,7	7216,3
Адміністративні витрати, тис. грн	2939,6	4305,7	5444,2	5758,6	5957,8	6393,4
Витрати на збут, тис. грн	9169,9	10842,1	11898,6	11354,2	12324,5	13356,4

Джерело: складено автором на основі бухгалтерської звітності підприємства

Для того, щоб виявити основні фактори, що впливають на чистий прибуток ПрАТ «Звягельхліб», необхідно здійснити кореляційний аналіз окремих фінансових показників діяльності аналізованого підприємства. Для цього використаємо функцію MS Excel («Дані – Аналіз даних – Кореляція»). Результати подано в табл. 2.15:

Таблиця 2.15 – Результати кореляційного аналізу прибутковості ПрАТ «Звягельхліб»

Показник	Чистий прибуток	Витрати на сировину	Загальновиробничі витрати	Адміністративні витрати	Витрати на збут
Чистий прибуток	1,000				
Витрати на сировину	0,580	1,000			
Загальновиробничі витрати	-0,088	0,236	1,000		
Адміністративні витрати	-0,226	0,106	0,988	1,000	
Витрати на збут	-0,071	0,322	0,965	0,951	1,000

Джерело: складено на основі аналізу даних табл. 2.14 у MS Excel

Для визначення тісноти зв'язку між досліджуваними ознаками було використано шкалу Чеддока (табл. 2.16). Характеристика тісноти зв'язку чистого прибутку з факторними ознаками наведена в табл. 2.17.

Таблиця 2.16 – Шкала Чеддока

Значення коефіцієнта кореляції	Характеристика тісноти зв'язку
До 0,3	Практично відсутній
0,31-0,5	Слабкий
0,51-0,7	Помітний
0,71-0,9	Сильний (або тісний)
0,91-0,99	Дуже сильний (або дуже тісний)

Джерело: [38, с. 20]

Таблиця 2.17 – Характеристика тісноти зв'язку чистого прибутку з факторними ознаками

Показник	Витрати на сировину	Загальновиробничі витрати	Адміністративні витрати	Витрати на збут
Чистий прибуток	помітний	практично відсутній	практично відсутній	практично відсутній

Джерело: складено автором на основі даних табл. 2.15, 2.16

З отриманих результатів кореляційного аналізу (табл. 2.17) можна зробити висновок, що між чистим прибутком та витратами на сировину спостерігається помітний зв'язок, а між чистим прибутком та загальновиробничими, адміністративними витратами та витратами на збут зв'язок практично відсутній.

Згідно з одержаними результатами кореляційного аналізу, можна стверджувати, що в даному випадку мультиколінеарність наявна ($r_{ij} \neq 0, i \neq j$), але помірна ($r_{ij} < r_{yx, \max}, i \neq j$).

З метою визначення форми зв'язку між досліджуваними ознаками необхідно здійснити регресійний аналіз. Для цього використаємо MS Excel («Дані – Аналіз даних – Регресія»). Результати подано в табл. 2.18 та 2.19.

Таблиця 2.18 – Регресійна статистика

Показник	Значення
Множинний R	0,9774
R-квадрат	0,9553
Нормований R-квадрат	0,7764
Стандартна помилка	657,0626

Джерело: складено на основі аналізу даних табл. 2.14 у MS Excel

Скоригований коефіцієнт детермінації становить 0,7764 (табл. 2.18), тобто, можна стверджувати, що зміна результативної ознаки на 77,64 % спричинена зміною факторних.

Результати дисперсійного аналізу представлені в табл. 2.19.

Таблиця 2.19 – Результати дисперсійного аналізу

Показник	df	SS	MS	F	Значимість F
Регресія	4	9223283,033	2305820,758	5,341	0,312
Залишок	1	431731,216	431731,216		
Усього	5	9655014,248			

Джерело: складено на основі аналізу даних табл. 2.14 у MS Excel

За результатами дисперсійного аналізу можна стверджувати про надійність одержаної моделі: згідно критерію Фішера $f^* = 5,341 > f_{табл} = 0,312$, де $f_{табл} = F(1-0,95; m; n-m-1)$, тобто рівняння регресії (його коефіцієнти) значиме (на 95 %), а вплив випадкових факторів відсутній.

Згідно результатів регресійного аналізу (табл. 2.20), оскільки для кожного з аналізованих показників Р-значення є меншим 0,5, то коефіцієнти можна вважати ненульовими, а тому можна стверджувати, що факторні ознаки впливають на результативну.

Таблиця 2.20 – Результати регресійного аналізу

Показник	Стандартна помилка	t-статистика	Р-значення	Нижнє 95 %	Верхнє 95 %
Чистий прибуток	6678,485	-1,030	0,491	-91733,889	77982,496
Витрати на сировину	0,817	-1,744	0,331	-11,799	8,951
Загальновиробничі витрати	4,007	3,456	0,179	-37,069	64,763
Адміністративні витрати	3,366	-3,445	0,180	-54,362	31,174
Витрати на збут	0,986	1,055	0,483	-11,492	13,572

Джерело: складено на основі аналізу даних табл. 2.14 у MS Excel

З метою проведення оцінки статистичної значимості параметрів регресії використовується t -критерій (табл. 2.20), де при значеннях t -статистики, менших за $t_{табл}(0,95; n-m-1)=0,078$, природа формування параметрів a_i вважається випадковою, а в інших випадках параметри вважаються статистично значимими. Звідси, можна зробити висновок, що природа параметрів a_1 (пов'язаний з ознакою витрати на сировину) та a_3 (пов'язаний з ознакою адміністративні

витрати) випадкова, а параметри a_2 (загальновиробничі витрати) та a_4 (витрати на збут) є статистично значимими.

За даними, представленими у табл. 2.20, надійними інтервалами для параметрів лінії регресії є:

$$\begin{aligned} -11,799 &\leq a_1^* \leq 8,951; \\ -37,069 &\leq a_2^* \leq 64,763; \\ -54,362 &\leq a_3^* \leq 31,174; \\ -11,492 &\leq a_4^* \leq 13,572. \end{aligned}$$

При цьому, рівняння множинної регресії має наступний вигляд:

$$\hat{y} = -6875,697 - 1,424x_1 + 13,847x_2 - 11,594x_3 + 1,040x_4. \quad (2.2)$$

Отже, при зростанні витрат на сировину на одиницю, чистий прибуток зменшиться на 1,424 одиниці, при зростанні загальновиробничих витрат на одиницю, чистий прибуток збільшиться на 13,847 одиниць, при зростанні адміністративних витрат на одиницю, чистий прибуток зменшиться на 11,594 одиниці, а при зростанні витрат на збут на одиницю, чистий прибуток зросте на 1,040 одиниць. Найбільший вплив на розмір чистого прибутку зумовлює зростання загальновиробничих та адміністративних витрат на одиницю.

Для дослідження впливу зміни питомої ваги факторної ознаки на результуючу за умови відсутності впливу інших факторних ознак, необхідно розрахувати коефіцієнти еластичності [38, с. 22]:

$$\varepsilon_i = a_i \frac{\bar{x}_i}{\bar{y}}, \text{ де } i = \overline{1,4}. \quad (2.3)$$

Звідси, маємо: $\varepsilon_1 = -7,3$, $\varepsilon_2 = 22,7$, $\varepsilon_3 = -15,7$, $\varepsilon_4 = 3,1$.

Отже, при зростанні витрат на сировину на 1 %, чистий прибуток зменшиться на 7,3 %, при зростанні загальновиробничих витрат на 1 %, чистий прибуток збільшиться на 22,7 %, при зростанні адміністративних витрат на 1 %, чистий прибуток зменшиться на 15,7 %, а при зростанні витрат на збут на 1 %, чистий прибуток збільшиться на 3,1 %. Таким чином, найбільший вплив на розмір чистого прибутку виникає при зростанні загальновиробничих та адміністративних витрат на 1 %.

Висновки до розділу 2

Проведений аналіз різних показників діяльності ПрАТ «Звягельхліб» показав, що підприємство є конкурентоспроможним та веде ефективну діяльність, що забезпечує йому отримання прибутку.

Так, під час характеристики майнового стану вдалося встановити, що підприємство ефективно використовує свої основні засоби, вчасно списує та оновлює обладнання. Проте показники фондомісткості та фондівдачі, хоч і мають прийнятні значення, характерні негативною тенденцією змін, на що слід звернути увагу для уникнення пов'язаних з цим ризиків.

Під час аналізу ділової активності ПрАТ «Звягельхліб» було виявлено збільшення тривалості операційного циклу протягом усього аналізованого періоду, що може свідчити про погіршення організації виробництва та управління на підприємстві. Для поліпшення ситуації було запропоновано провести детальний аналіз запасів та дебіторської заборгованості, оскільки оптимізація політики товарного кредитування та формування запасів сприятиме зменшенню їх середньорічного рівня, що в результаті позитивно вплине на ділову активність підприємства.

Аналіз ліквідності ПрАТ «Звягельхліб» показав, що підприємство має деякі проблеми з ліквідністю. По-перше, її рівень не є абсолютним. Така ситуація була спричинена високою часткою важколіквідних активів у їх загальній структурі, при низькій частці високоліквідних. По-друге, показники ліквідності з кожним роком знижуються, що свідчить про її зниження. Проте всі вони відповідають нормативним значенням, а тому на даному етапі можна стверджувати, що ПрАТ «Звягельхліб» має достатній рівень ліквідності.

Під час дослідження було встановлено, що аналізоване підприємство має достатній рівень платоспроможності, оскільки майже всі показники лежать в межах допустимих значень. Проте спостерігається негативна динаміка їх зміни, що може призвести до погіршення платоспроможності та фінансової стійкості

підприємства в майбутньому, якщо не вжити необхідних заходів для поліпшення ситуації.

Загалом, хоч ПрАТ «Звягельхліб» і має певні проблеми, які були виявлені під час проведення дослідження його діяльності, проте, можна стверджувати, що фінансово-економічний стан підприємства є доволі високим та забезпечує підприємству фінансову стійкість та конкурентоспроможність.

Під час оцінювання прибутковості було виявлено, що її рівень після зниження у попередніх роках, значно зріс у 2022 році, попри складне економічне становище. Така ж ситуація спостерігалася з показниками рентабельності. Це свідчить про ефективність прийняття управлінських рішень та швидкому й вчасному реагуванню на зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі.

Зокрема, було проаналізовано вплив внутрішніх та зовнішніх чинників на формування прибутковості. Так, було визначено, що структура собівартості залишалася майже незмінною, проте обсяг витрат постійно зростає, що, більшою мірою, було пов'язано зі зростанням вартості сировини. Разом з тим, темп приросту доходів був вищим за темп приросту витрат у 2022 році, що й дозволило збільшити рівень прибутку.

Також було визначено, що підприємство веде активну асортиментну політику, з кожним роком збільшуючи кількість продукції та враховуючи потреби споживачів. Крім того, постійно посилюється контроль за якістю продукції, що забезпечує її конкурентоспроможність на ринку.

Найбільш вагомими зовнішніми чинниками впливу на прибутковість підприємства виявилися економічна ситуація в країні (зокрема, її погіршення від впливу коронавірусної кризи та повномасштабного вторгнення окупантів).

Факторний аналіз, який був проведений на основі розробки кореляційно-регресійної моделі залежності прибутковості від чинників її формування на підприємстві, показав як кожна з розглянутих ознак вплине на рівень прибутку. Найбільший вплив при цьому здійснюватимуть зміни загальнопромислових та адміністративних витрат.

РОЗДІЛ 3. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ЗВЯГЕЛЬХЛІБ»

3.1. Напрями підвищення прибутковості діяльності ПрАТ «Звягельхліб»

Прибутковість підприємства формується за рахунок двох типів операцій, а саме вхідних грошових потоків, тобто доходів, а також вихідних – витрат. Саме тому дослідження оптимізаційної системи ПрАТ «Звягельхліб» буде базуватись на даних підходах.

Підвищення прибутковості, особливо в сучасних реаліях, є важливим аспектом діяльності кожного суб'єкта підприємництва, що підкреслює актуальність роботи. Негативні зовнішні чинники, які склались на ринку, посилюють проблематику даного питання.

У першу чергу, прибуток є джерелом доходу для підприємців та інвесторів, а тому вони зацікавлені у його зростанні. Також отримання прибутку вказує на ефективність діяльності підприємства та його можливість продовжувати функціонування в майбутньому.

Прибутковість підприємства є не лише показником ефективності функціонування, а й одним з важелів економічної безпеки суб'єкта господарювання, що в умовах нестабільності національної економіки є запорукою «виживання» підприємства.

Зважаючи на політичну ситуацію в країні та її багатоаспектний негативний вплив на ведення діяльності вітчизняними підприємствами, вкрай важливим завданням для науковців, менеджерів та керівників компаній є пошук шляхів та методів підвищення рівня прибутковості суб'єктів господарювання в умовах, що склалися. Це дозволить не лише отримувати вигоду від діяльності, а й підтримуватиме економіку країни, яка нині переживає складні часи, її імідж та можливості.

Оптимізаційна система дохідної частини підприємства є важко регульованою, оскільки наявні інструменти та умови ринку не дозволяють

ефективно впливати на розмір доходу шляхом інтенсифікації. Так, ПрАТ «Звягельхліб» має обмежений ринок функціонування, а саме Житомирську область, що суттєво знижує масштаб споживання. Проте на обраному ринку підприємство є одним із лідерів та займає високі позиції на ринку за рахунок випуску високоякісної свіжої продукції.

Для аналізованого підприємства існує декілька шляхів підвищення прибутковості діяльності. Проведемо характеристику основних.

Розширення ринків збуту. Даний захід дозволяє розширити наявну базу споживачів, що за умови фіксованої рентабельності позитивно відобразиться на абсолютному значенні прибутку підприємства. Також збільшення обсягів реалізації призведе до збільшення обсягів виробництва, що позитивно відобразиться й на ефекті масштабу виробництва. Даний оптимізаційний напрямок є найбільш розповсюдженим, а також дозволяє суттєво збільшити обсяги реалізації продукції. Проте застосування даного методу є доцільним не для кожного економічного сектору. Так, виробництво хліба є сталим і сформованим, а сама продукція займає верхні позиції в трикутнику Маслоу. Саме тому наразі розширення збуту за рахунок вільного входу на ринок не є можливим, а особливості виробництва, зокрема невисокий термін зберігання, суттєво обмежується конкурентне становище у порівнянні з місцевими компаніями-виробниками.

Розширення обсягів збуту на ринку Житомирської області. Даний захід дозволяє підвищити прибутковість за рахунок кількісної інтенсифікації продажів, що дозволяє нівелювати конкуренцію із підприємствами інших регіональних спрямувань. Також використання наявного лідерського становища ПрАТ «Звягельхліб» дозволить суттєво знизити витрати на реалізацію даного проєкту за рахунок зниження вартості маркетингу і PR, тому у порівнянні з попередньою рекомендацією даний напрямок є більш пристосованим під умови функціонування підприємства.

Головним бар'єром, який не дозволяє ефективно впровадити даний захід, є специфіка продукції, оскільки нині хліб є основною споживчою кошику

кожного покупця, тому збільшення реалізації на місцевому ринку без розширення його внутрішньої структури є неможливою, а також може призвести до суттєвого насичення ринку і, відповідно, подальшого спаду.

Для підтвердження даного припущення доцільним є аналіз обсягів реалізації хліба та хлібобулочних виробів на ринку Житомирської області за останні роки. Для визначення масштабу ринку доцільним є проведення паралелі з чисельністю населення, яке проживало в області (рис. 3.1).

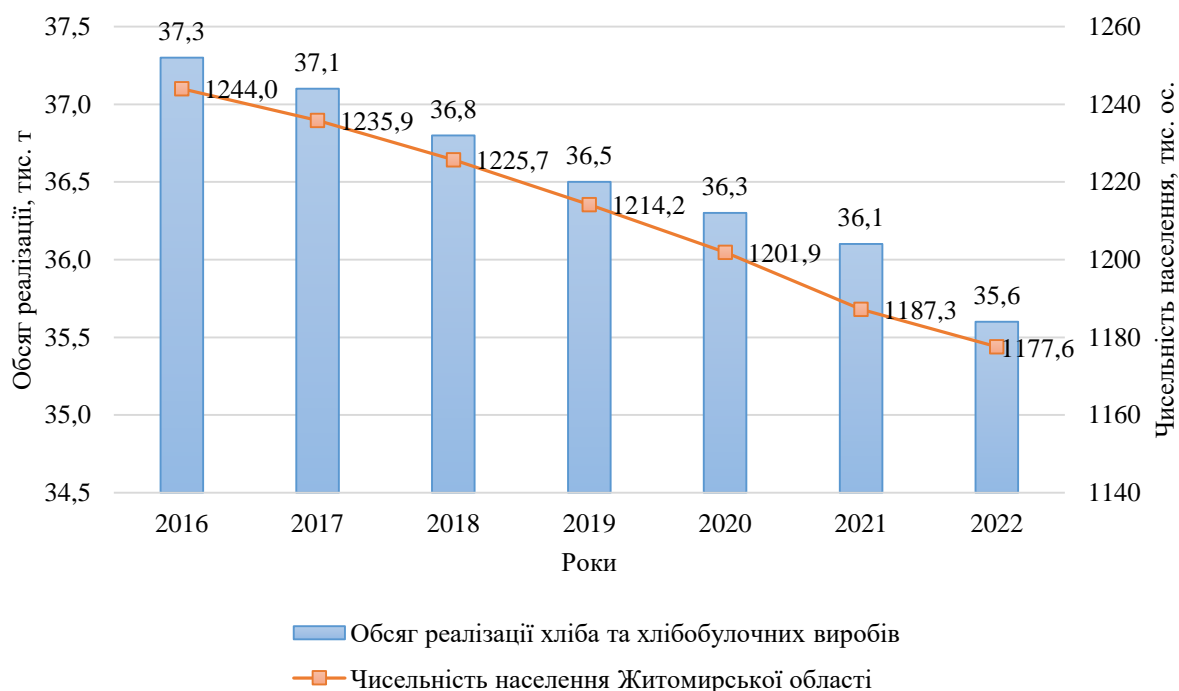


Рисунок 3.1 – Співвідношення обсягів реалізації хліба та хлібобулочних виробів та чисельністю населення в Житомирській області

Джерело: побудовано автором на основі даних [37]

Отже, з наведеного графіку можна встановити, що ринок реалізації хліба має пряму залежність від обсягів наявного населення. Якщо враховувати той факт, що ПрАТ «Звягельхліб» є одним із лідерів ринку та займає високі позиції на ринку Житомирської області, підвищення прибутковості за рахунок збільшення обсягів продажу не є доцільним, оскільки витрати на впровадження необхідних заходів будуть вищими за фактичний результат, який може бути досягнуто.

Розширення асортименту збуту також дозволяє підвищити дохідну частину прибутку на основі інтенсифікації, проте не кількісної, а якісної. Даний

напрямок передбачає диверсифікацію виробництва підприємства за рахунок впровадження як нових номенклатурних одиниць, так і галузей діяльності в цілому. Такий план дій дозволить уникнути основного бар'єру, а саме обмеження максимального обсягу споживачів регіонального сектору, використати лідерські позиції компанії з найбільшою ефективністю, а також збільшити абсолютний рівень дохідності ПрАТ «Звягельхліб». Саме на основі цього подальші оптимізаційні заходи будуть базуватись на даному принципі підвищення прибутковості підприємства.

В якості основного напрямку, за рахунок якого буде диверсифікуватися виробництво та розширюватися асортиментний ряд продукції буде виробництво тортів та готових десертів. Виробництво зазначених видів товарів включає широкий спектр інгредієнтів. Оскільки підприємство ПрАТ «Звягельхліб» має високі масштаби функціонування, закупівлі необхідних обсягів для виробництва тортів і готових десертів стане основою отримання конкурентних переваг серед місцевих виробників. Конкуренція з національними підприємствами є суттєвим навантаженням на обрану компанію, проте регіональна орієнтація дозволить надавати найсвіжішу продукцію, а високий рівень концентрації контрагентів, які постачають необхідну для виробництва тортів продукцію, дозволить зробити систему забезпечення виготовлення нововведених товарів ефективною та конкурентоспроможною.

В якості основного недоліку можна виділити ризик недостатньо ефективної реалізації відносно високовартісного проєкту, проте проведення глибокого маркетингового дослідження і формування якісної маркетингової і збутової політики дозволить нівелювати негативні чинники впливу на проєкт.

Для глибокого проєктного аналізу доцільним є проведення дослідження на основі ключових проєктних напрямків.

Для встановлення основних особливостей та визначення доцільності впровадження проєкту необхідним є виявлення сильних та слабких сторін останнього. SWOT-аналіз дозволить встановити наявні позиції підприємства на

момент реалізації проєкту і, відповідно, випуску готової оновленої продукції на ринок (табл. 3.1).

Таблиця 3.1 – SWOT-аналіз виробництва та реалізації тортів і готових десертів для ПрАТ «Звягельхліб»

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
1) розширення конкурентних позицій (захват вільної долі ринку); 2) посилення іміджу бренду (підвищення споживчого масштабу в очах покупців); 3) збільшення обсягів вхідних грошових потоків на основі збільшення асортименту продукції; 4) підвищення стабільності функціонування внаслідок диверсифікації діяльності.	1) додаткові витрати у період економічної нестабільності; 2) ризики недостатньої окупності інвестицій; 3) розмиття іміджу бренду як основного виробника хліба; 4) збільшення ринків потенційної конкуренції.
Можливості (O)	Загрози (T)
1) збільшення прибутку підприємства на основі зростання дохідної частини; 2) розширення ринків збуту за межі регіональних; 3) підвищення асортименту продукції, яка виробляється на підприємстві; 4) посунення конкурентів за рахунок більш стабільного становища підприємства.	1) від'ємна дохідність реалізованого проєкту; 2) вплив негативних зовнішніх чинників на реалізацію проєкту; 3) зниження попиту на торти й готові кондитерські вироби; 4) зміни смаків та уподобань регіональних споживачів.

Джерело: складено автором на основі власного дослідження

На основі дослідження сильних і слабких сторін проєкту можна встановити, що потенційно ПрАТ «Звягельхліб» може отримати суттєві конкурентні переваги у разі успішної реалізації проєкту, а також підвищити прибутковість за рахунок дохідної частини.

Основні слабкі сторони зводяться до необхідності проведення якісного маркетингового дослідження, яке має відповісти на одне головне питання: «Чи зацікавлені місцеві споживачі до придбання тортів виробництва ПрАТ «Звягельхліб»?», тому для визначення доцільності проєкту буде проведено маркетинговий аналіз із визначенням ефективності запропонованих впроваджень.

Аналіз можливостей і загроз відображає вплив нестабільного середовища на підприємство, проте високий рівень ризиків передбачає отримання високого рівня прибутку.

Отже, дохідна частина прибутку є невід’ємною частиною оптимізаційних методів, спрямованих на підвищення ефективності діяльності підприємства ПрАТ «Звягельхліб».

Наступним головним напрямком підвищення прибутковості є зниження витратної частини функціонування підприємства. Загалом, можна виділити такі основні типи витрат як виробнича собівартість, загальновиробничі витрати, адміністративні витрати, витрати на збут та інші операційні витрати. Тому доцільним є аналіз балансової структури витратної частини обраного підприємства, що дозволить встановити найбільш доцільні напрямки оптимізаційних заходів (рис. 3.2.).

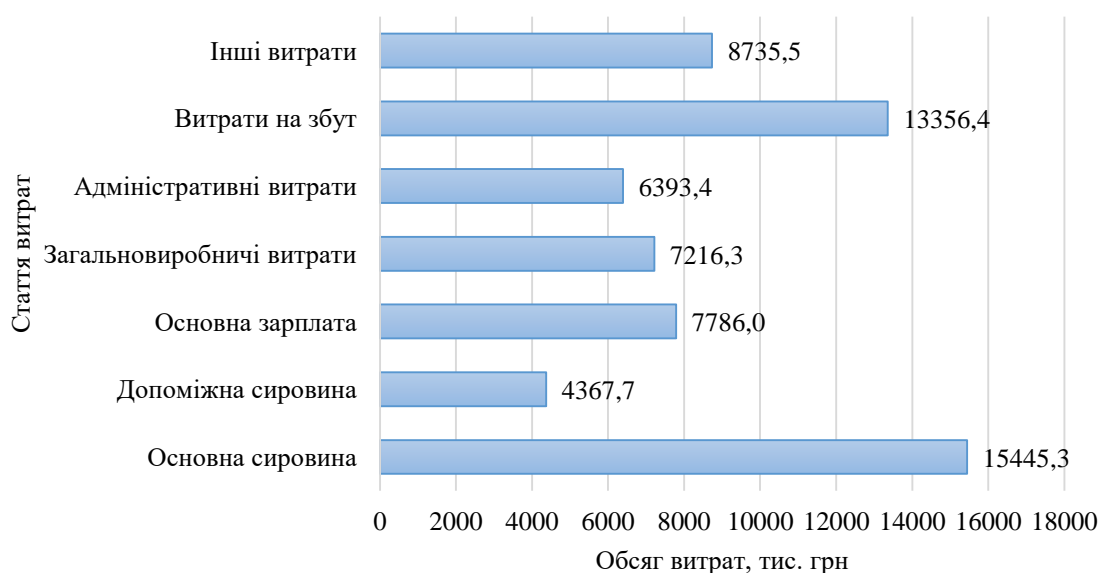


Рисунок 3.2 – Структура витрат ПрАТ «Звягельхліб» у 2022 році

Джерело: побудовано автором на основі бухгалтерської звітності підприємства

Виробнича собівартість має безпосередній вплив на кінцеву вартість продукту, оскільки повністю включається у витратну частину ціни. Оптимізація даного напрямку витрат передбачає регулювання закупівельних цін основної сировини та матеріалів. Оскільки ПрАТ «Звягельхліб» має високі обсяги виробництва і реалізації, підприємство має змогу отримувати додаткові переваги від довгострокового співробітництва з основними контрагентами, тому фактична база постачальників є стабільною.

Загальновиробничі витрати включають витрати на обслуговування та експлуатацію обладнання, фонд оплати праці робітників виробничого спрямування тощо. Головною особливістю оптимізації даного напрямку витрат є комплексний вплив, оскільки зміна даної статті призведе до зниження повної собівартості не лише окремої номенклатурної одиниці, а й до оптимізації витрат усього виробництва. А як показав регресійний аналіз (див. п 2.4), дана стаття витрат має найбільший вплив на чистий прибуток аналізованого підприємства.

Поглиблене дослідження структури формування загальновиробничих витрат на підприємстві ПрАТ «Звягельхліб» дозволило встановити, що виробництво є фондовантаженим, тому регулювання витрат на роботу обладнання дозволить суттєво покращити загальну ефективність функціонування компанії.

Предметний аналіз, який проводився протягом переддипломної практики, дозволив встановити, що підприємство активно використовує обладнання, основним паливом для якого є газ, саме тому доцільним є заміна газових печей на печі, що живляться від електроенергії.

Даний захід дозволить суттєво знизити витрати на роботу обладнання, оскільки світовий досвід відображає високу економічну ефективність використання електроенергії у порівнянні з приладами нафто-газового живлення. Також впровадження таких проєктів дозволить суттєво підвищити екологічну складову роботи підприємства, яке знаходиться в центрі крупнонаселеного міста.

Притаманною сучасним реаліям перевагою від впровадження проєкту є макроекономічний фактор, а саме зниження залежності роботи компанії від енергоресурсів, які наразі є дефіцитними внаслідок відмови цивілізованих країн від використання ресурсів країни-агресора. Отже, реалізація даного заходу має широкий спектр переваг.

Основними недоліками є тимчасова зупинка роботи підприємства, що в умовах утримання лідерських позицій може призвести до дестабілізації збутової політики. Проте вона є недовготривалою, а тому для вирішення даної проблеми

варто одноразово в день встановлення обладнання на декілька годин раніше розпочати виробничу зміну, що дозволить виготовити продукцію та задовольнити попит споживачів та уникнути втрати денного доходу від реалізації продукції.

Адміністративні витрати відповідають за роботу апарату управління підприємством. Саме дана стаття, на основі досвіду національних компаній, характеризується найбільшою неоптимізованістю функціонування. Для підприємства ПрАТ «Звягельхліб» така тенденція не була притаманна, що пояснюється попереднім проведенням оптимізаційних заходів із фіксацією отриманих результатів. Даний факт суттєво виокремлює обрану компанію, а також надає конкурентні переваги, які стають основною стабільності функціонування всього підприємства.

Збутові витрати є однією зі складових процесу реалізації продукції. Дана величина включається в ціну продукції, тому її зниження дозволяє отримувати більш високу рентабельність за умови незмінної виробничої собівартості. Особливістю структури даної статті на підприємстві ПрАТ «Звягельхліб» є орієнтація на регіональний ринок, тому логістичні витрати є невисокими і важкокоригованими, отже, формування оптимізаційної політики в даному напрямку не є доцільним.

Інші операційні витрати включають значення, які не можуть бути віднесені до попередніх статей. Особливістю інших операційних витрат є високий рівень бухгалтерської суб'єктивності їх визначення, тому дані витрати не можуть бути ефективно оптимізовані.

Отже, проведене дослідження основних оптимізаційних напрямків для підвищення прибутковості функціонування ПрАТ «Звягельхліб» дозволило визначити, що доцільним є комплексні заходи, спрямовані як на зниження витрат, так і на збільшення доходу. Така система дозволить не лише найбільш ефективно впровадити дані проекти, а й підготувати підґрунтя для подальшого підвищення ефективності діяльності підприємства.

3.2. Забезпечення зростання прибутковості ПрАТ «Звягельхліб» шляхом впровадження лінії з виробництва тортів та готових десертів

Для визначення фактичної ефективності оптимізаційних методів на обраному підприємстві доцільним є проведення глибокого аналізу запропонованих у попередньому пункті заходів.

Попередньо було визначено, що для обраного підприємства, яким виступає ПрАТ «Звягельхліб», найбільш оптимальним проектом з підвищення прибутковості за рахунок дохідної частини є розширення асортименту продукції. У якості товару було обрано торти і готові десерти. Даний вибір обумовлюється поєднанням багатьох факторів, на основі яких його було зроблено. Так, зниження термінів зберігання тортів за рахунок все більшого використання натуральних продуктів призводять до неможливості та недоцільності транспортування і зберігання продукції, яка має малий термін зберігання. У даному випадку доцільним є наповнення регіональних ринків від місцевих виробників, яким і є ПрАТ «Звягельхліб».

Сутність проекту полягає в закупівлі необхідного обладнання, сировини й матеріалів, а також залучення працівників для конвеєрного виробництва тортів і готових десертів на базі підприємства. Обсяги виробництва будуть розраховані на випуск на регіональному ринку, а збутова система буде підкріплювати це. Зручне географічне розташування у місті Звягель, який є фактичним центром Житомирської області, дозволить мінімізувати транспортно-заготівельні витрати, а також отримати конкурентні переваги внаслідок постачання найсвіжішої продукції.

Головною особливістю проекту є використання вже сформованого іміджу компанії як одного з лідерів на ринку Житомирської області, що дозволить уникнути етап формування іміджу продукції на ринку за рахунок прогнозованого ажіотажу після повної реалізації проекту.

Підприємство ПрАТ «Звягельхліб» має широкий спектр вільних виробничих потужностей внаслідок попередньо проведених оптимізаційних

заходів і модернізацій, які призвели до скорочення необхідного місця для розташування устаткування.

Сучасні тенденції нестабільності діяльності підприємств змушують максимально широко аналізувати наявні ризики проєкту ще на етапі його розробки, тому доцільним є проведення аналізу як самих дестабілізуючих чинників, так і шляхів їх подолання для реалізації у подальшому.

Найбільшу загрозу наразі несуть економічні ризики, які полягають у суттєвих коливаннях ринку, що може призвести до недостатньої окупності проєкту або до повної збитковості запропонованих заходів. Також треба включити ризики входу конкурентів на ринок та ризики міжгалузевої конкуренції, що призведе до економічних проблем конкретного підприємства (ПрАТ «Звягельхліб»). Подорожчання основної сировини та матеріалів може негативно вплинути на цінову політику продукції, а також суттєво знизить рентабельність продажів тортів і готових десертів.

До політичних ризиків слід віднести військові події, які включають непередбачуваність в усіх спектрах функціонування проєкту. Російська військова агресія постійно дестабілізує ринок та погіршує оточуючі умови, до яких можуть адаптуватись не всі суб'єкти господарювання.

Основним технічними ризиками можуть стати інфраструктурні проблеми функціонування виробничої лінії. Так, нестабільність електропостачання, перепади напруги та інші зовнішні технічні чинники призводять до підвищеного навантаження на захисну систему обладнання. Разом з тим, дефіцит обслуговуючих товарів, які переважно випускаються в Китаї, може призвести до унеможливлення обслуговування виробничої лінії для тортів.

Відповідні ризики формують головну загрозу для проєкту, а саме інвестиційні чинники. Так, невідповідність очікувань акціонерів підприємства з алгоритмами реалізації проєкту може негативно відобразитись на стабільності протікання запропонованого заходу.

Загалом, можна стверджувати, що дане підґрунтя потребує високої кількості розрахунків для уникнення непередбачуваних обставин після

ініціювання заходів і проєктних механізмів. Даний факт дозволить і суттєво знизити негативні чинники, і посилити позиції проєкту перед акціонерами.

Для визначення мінімального рівня якості та ефективності проєкту доцільним є аналіз конкурентів і формування оптимального рівня співвідношення витрат на реалізацію проєкту з якістю отриманих результатів.

Основними конкурентами на ринку є ТОВ «Київський БКК», яке постачає торти й готові кондитерські вироби у роздрібні мережі області, а також ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен», яка має високий імідж як серед регіональних споживачів, так і для національних, а також ТОВ «Кондитерський дім «Вацак», який займає потужні позиції на ринку Житомирської області (в тому числі, міста Звягеля), тому відповідна стратегія має базуватись на посуненні продукції даних підприємств.

Для визначення методів і шляхів отримання конкурентних переваг доцільним є факторна оцінка основних показників (табл. 3.2).

Таблиця 3.2 – Аналіз конкурентів ринку тортів та готових десертів для ПрАТ «Звягельхліб»

Показник	«БКК»	«Рошен»	«Вацак»	Оптимальні значення
Ціна, грн	100-400	250-500	100-300	100-250
Термін зберігання, діб	5	3	5	5
Довіра регіональних споживачів, балів	2	4	4	5
Свіжість на полицях магазинів, балів	4	3	5	5
Асортимент, од.	12	7	25	10

Джерело: побудовано автором на основі даних [39-41]

На основі даних розрахунків можна встановити, що основні конкуренти ринку Житомирської області мають спеціалізацію на певних показниках. Так, компанія «БКК» характеризується як виробник тортів середньої якості і середньої ціни. «Рошен» займає позиції умовно преміальних товарів, а компанія «Вацак» – навпаки, орієнтується на масові продажі. Саме тому після реалізації проєкту з розширення асортименту, ПрАТ «Звягельхліб» має орієнтуватись на ціні тортів до 250 гривень, термін зберігання має становити 5 днів, проте доцільним є оптимізація системи логістики для пропозиції найсвіжіших виробів. Відповідно, свіжість на полицях магазинів буде становити 5 балів, а довіра

регіональних споживачів буде базуватись як на основі іміджу місцевого виробника, так і на основі вже наявної сформованої бази позитивних відгуків про аналізовану компанію.

Наступним обов'язковим етапом є визначення планових обсягів споживання на основі маркетингового аналізу.

Так, продукція від ПрАТ «Звягельхліб» має найбільшу популярність серед мешканців Житомирської області, оскільки позиціонує себе як всім відома народна компанія. Саме тому ринком реалізації буде обрано Житомирську область. Доцільним є визначення загального розміру ринку та, на основі даних розрахунків, формування частки ПрАТ «Звягельхліб» на даному ринку (рис. 3.3).

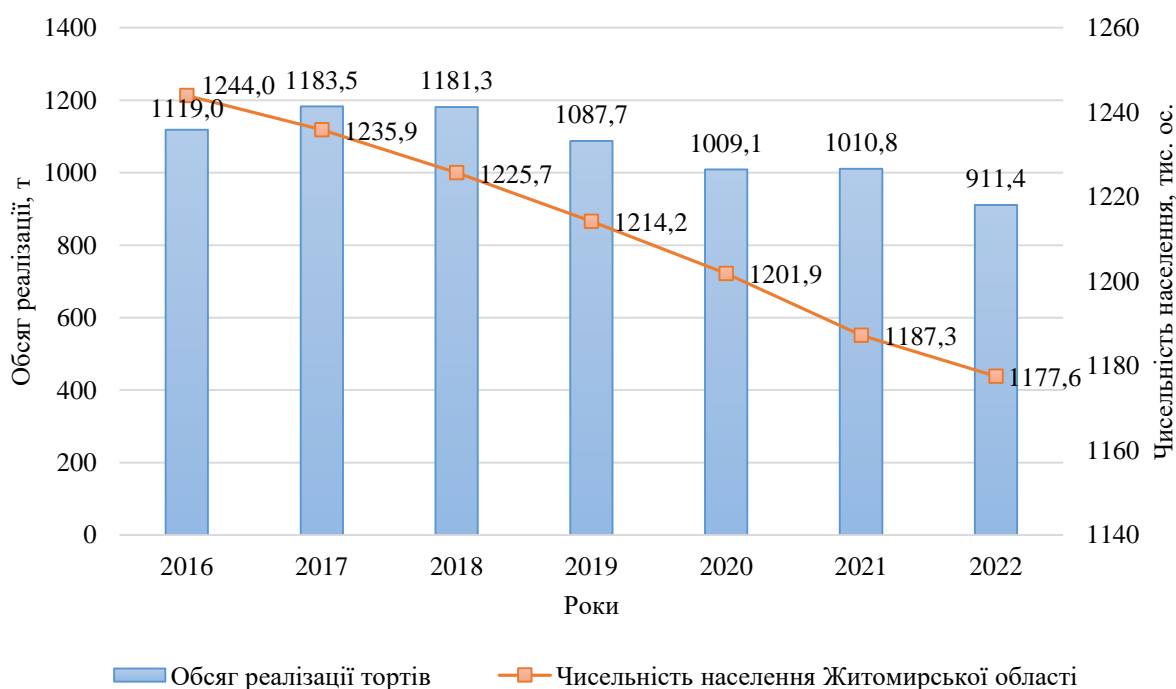


Рисунок 3.3 – Обсяги реалізації тортів у Житомирській області у співвідношенні з чисельністю населення

Джерело: побудовано автором на основі власного маркетингового дослідження

На основі маркетингового дослідження, яке проводилось підприємством ПрАТ «Звягельхліб» протягом проходження переддипломної практики можна встановити, що загальний обсяг ринку в 2022 році становив 911,4 тон тортів. Нині підприємство займає суттєві ринкові позиції як виробник хлібобулочних виробів, тому плановий обсяг ринку при вході на полиці магазинів буде становити 12,5 %. Дана величина була узгоджена із технологом, менеджерами та

керівництвом підприємства, та прийнята за песимістичний обсяг, тому подальші дослідження будуть базуватись на величині 113,9 тон на рік або 9,5 тон на місяць. При цьому вага одного торта складатиме 1,5 кілограми, а обсяг виробництва – близько 210 штук на день. Саме дана продуктивність обладнання є необхідною для ефективного функціонування виробництва на початкових етапах проєкту.

Відповідно на основі інформації, яка була отримана з попереднього дослідження буде сформовано базу обладнання, яке буде використовуватись на ПрАТ «Звягельхліб». Дотримання балансу між виробничою потужністю і фактичними обсягами реалізації дозволить оптимізувати витрати на реалізацію і функціонування проєкту без втрати ефективності виробництва.

ПрАТ «Звягельхліб» буде орієнтовано на виробництво бісквітних тортів, оскільки вони мають термін зберігання до п'яти днів, проте найбільш високі показники споживчих якостей відображають протягом перших трьох днів. Також бісквітні торти характеризуються невисокою вартістю у поєднанні з яскравим смаком, тому вибір даного типу тортів є найбільш оптимальним.

Основною сировиною для виробництва бісквітних тортів є борошно, цукор, яйця (меланж), вершкове масло, какао, шоколад, а також різні топінги та інші додаткові інгредієнти (табл. 3.3).

Таблиця 3.3 – Структура вартості сировини для виробництва тортів

Сировина	Обсяг сировини на 1 т тортів, кг	Вартість 1 кг сировини, грн	Обсяг сировини, кг/міс.	Витрати, грн	
				на місяць	на рік
1	2	3	4	5	6
Борошно пшеничне вищого сорту	220,9	15,4	2097,1	32295,0	387539,9
Цукор білий кристалічний	404,5	19,1	3840,1	73345,0	880140,2
Меланж	179,0	232,0	1699,0	394173,1	4730076,9
Масло вершкове	146,1	194,0	1387,4	269147,0	3229764,1
Какао-порошок	37,9	186,0	360,0	66957,6	803491,4
Цукор ванільний	1,1	176,0	10,1	1771,1	21252,9
Коньяк	3,8	288,0	36,1	10389,5	124674,0
Чорний шоколад	4,1	375,0	38,9	14596,0	175152,0
Топінг	2,6	95,0	24,7	2344,9	28138,2
Всього	1000,0	1580,5	9493,2	865019,1	10380229,8

Джерело: складено автором на основі дослідження ринку

Завдяки проведеному аналізу вдалося встановити, що найбільшу частку у загальній структурі сировини у натуральному вираженні складає цукор. Також високі значення приймають борошно, меланж та вершкове масло. Такий розподіл інгредієнтів пояснюється рецептурою аналізованої продукції.

При цьому найбільш дорогавартісною сировиною є чорний шоколад та коньяк, проте в загальній структурі витрат (рис. 3.4) їх частка є доволі низькою (1,7 % та 1,2 % відповідно), що пояснюється дуже низьким значенням їх вмісту в готовому продукті.

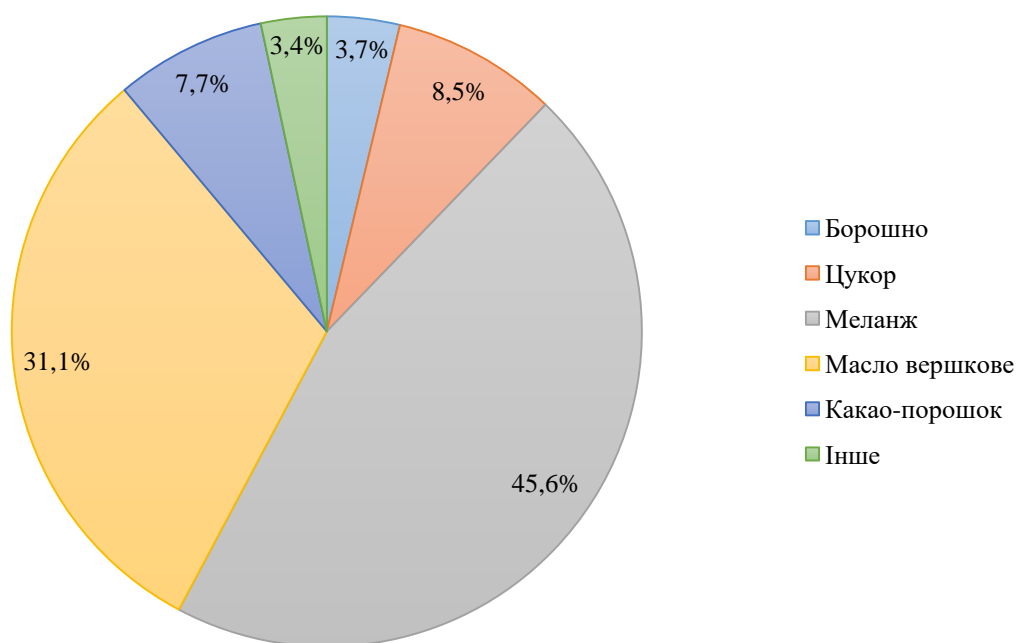


Рисунок 3.4 – Структура вартості сировини для виробництва тортів

Джерело: побудовано автором за даними табл. 3.3

Майже половину витрат (45,6 %) із загальної структури припадає на меланж (суміш, виготовлена на основі яєчних білків та жовтків), оскільки він є одним із головних інгредієнтів для виготовлення бісквіту. Значну частку також займає масло вершкове (31,1 %) через його високий вміст у готовому виробі та відповідно високу вартість, у порівнянні з іншими компонентами.

Ванільний цукор, шоколад, коньяк та топінги використовуються в дуже малому об'ємі лише для додаткового підсилення смаків, просочення бісквітів та прикрашання готових виробів, а тому їх частки є дуже низькими і в сумі складають 3,4 % від загального обсягу витрат.

Постачальниками необхідної сировини будуть діючі контрагенти, з якими аналізоване підприємство співпрацює протягом тривалого періоду, оскільки вони є перевіреними та надійними, а вся їх продукція має відповідні сертифікати якості. Основними з них є ТОВ «Вілія Продукт», ТОВ «Полісся-Зернотрейд», ТОВ «Бакалія-Дріжджі-Сервіс» та ТОВ «Радема».

Також варто зазначити, що пакування тортів здійснюватиметься в картонні коробки, що замовлятимуться у регіонального виробника. Це дозволить максимально знизити їх вартість за рахунок насиченості ринку, оскільки Житомирська область має великий ресурсний потенціал в даній сфері, та, відповідно, високий рівень конкуренції. Дешевшою буде й доставка матеріалів. Виготовлення пакування здійснюватиме ТОВ «Житомирський картонний комбінат». При цьому його ціна становитиме 2,1 гривні за штуку.

Наступним кроком визначення вартості запропонованого проекту є вибір необхідного обладнання та розрахунок його амортизації (табл. 3.4).

Таблиця 3.4 – Розрахунок вартості обладнання для виробництва тортів

Вид обладнання	Ціна, грн/од.	Кількість, од.	Загальна вартість, грн	Строк корисного використання, міс.	Амортизація, грн/рік
1	2	3	4	5	6
Кондитерська лінія CAKELINE	647438,0	1,0	647438,0	66,0	117716,0
Конвекційна піч GGM Gastro	483555,0	4,0	1934220,0	60,0	32237,0
Міксер GMG300L	149333,0	2,0	298666,0	52,0	5743,6
Холодильна вітрина PVT900	96451,0	4,0	385804,0	44,0	8768,3
Кондитерський стіл	2780,0	2,0	5560,0	52,0	106,9
Ваги	2846,0	4,0	11384,0	36,0	316,2
Стелаж	4759,0	4,0	19036,0	65,0	292,9
Візок	3447,0	2,0	6894,0	48,0	143,6
Пекарський інвентар	1745,0	4,0	6980,0	24,0	290,8
Всього	-	27,0	3315982,0	-	165615,3

Джерело: складено автором на основі дослідження ринку

Проведений аналіз діючих на вітчизняному ринку виробників та імпортерів кондитерського обладнання дозволив встановити, що найбільш надійними є німецькі компанії, оскільки їх обладнання має високу якість. Також на ринку діють компанії, які займаються його технічним обслуговуванням, а

запчастини та складові не є дефіцитними, що в разі виникнення поломки дасть змогу забезпечити швидке відновлення роботи. Тому все обране для встановлення обладнання буде саме від німецького виробника. Постачальником при цьому буде вітчизняна компанія ТОВ «Бакіто», яка спеціалізується на промисловому обладнанні для виробництва та випічки обраного виду продукції. Перевагою співпраці із зазначеним підприємством є його надійність, а також надання послуг із введення обладнання в експлуатацію та його подальшого сервісного обслуговування.

Так, обрана кондитерська лінія CAKELINE призначена для виробництва тортів різної форми, зокрема круглої, якими й будуть торти виробництва ПрАТ «Звягельхліб». Вона побудована за механізмом конвеєра та складається з розпилювача сиропу (для просочення коржів), машини для висадки крему та начинок між коржами (причому підходить для будь-яких видів крему та начинок), пресу (для досягнення потрібної висоти торта), автоматичної машини для вирівнювання поверхні торта кремом та додаткових пристроїв для декорування та глазурування кондитерського виробу [42].

Для випічки бісквітів було прийнято рішення про встановлення електричної конвекційної печі, оскільки вона забезпечить максимальну якість кондитерських виробів, а також буде найбільш ефективною з точки зору продуктивності роботи, оскільки час та рівномірність випікання є більш оптимальними, ніж в газових печах.

Загалом, за даними табл. 3.4, видно, що для встановлення лінії з виробництва тортів необхідно придбати 27 одиниць обладнання, загальною вартістю 3 315 982 гривні. При цьому амортизація, яка нараховується прямолінійним методом (який використовується на ПрАТ «Звягельхліб»), складатиме 165 615,3 гривні.

Обладнання, залучене до даного проекту, є електричним. Тому наступним кроком необхідно провести обчислення вартості електроенергії, яка буде використана під час діяльності лінії (табл. 3.5), з метою проведення повного розрахунку собівартості виробництва готового вихідного продукту.

Таблиця 3.5 – Розрахунок вартості електроенергії, що необхідна для виробництва тортів

Вид обладнання	Споживання, кВт/год	Час роботи, год/міс.	Кількість, шт.	Споживання, кВт/міс.	Витрати, грн	
					на місяць	на рік
Кондитерська лінія CAKELINE	8,2	90,0	1,0	738,0	4634,6	55615,7
Конвекційна піч GGM Gastro	12,0	120,0	4,0	5760,0	36172,8	434073,6
Міксер GMG300L	3,0	45,0	2,0	270,0	1695,6	20347,2
Борошнопросіювач Лу ХПП/1	0,6	30,0	1,0	18,0	113,0	1356,5
Холодильна вітрина PVT900	4,2	720,0	4,0	12096,0	75962,9	911554,6
Всього	28,0	-	12,0	18882,0	118579,0	1422947,5

Джерело: складено автором на основі аналізу технічних характеристик обладнання

Проведений аналіз показав, що найбільші витрати на оплату електроенергії пов'язані з використанням холодильних вітрин, оскільки вони мають найдовший час роботи для забезпечення належного зберігання продукції, а також мають високий рівень споживання.

Другими за об'ємом витрат є конвекційні печі, які мають дуже високий рівень потужності (12 кВт/год), а також тривалий час роботи, що й спричиняє високий рівень витрат, який разом із холодильними установками становить 94,6 % від загального обсягу витрат на оплату електроенергії.

Варто зазначити, що вся лінія побудована шляхом використання обладнання, яке живиться саме від електроенергії, а не від природного газу, що робить її екологічною та незалежною від вичерпних природних джерел отримання енергії та від дефіциту газу, спричиненого воєнними діями.

Для організації роботи буде залучено 13 працівників, які будуть працювати на виробничій лінії, контролювати автоматизованими процесами, а також виконувати ручні процеси (табл. 3.6).

Таблиця 3.6 – Розрахунок фонду заробітної плати

Посада	Кількість, ос.	Зарплата, грн/міс.	ЄСВ, грн/міс.	Фонд оплати праці, грн	
				на місяць	на рік
1	2	3	4	5	6
Технолог	1,0	15000,0	3300,0	18300,0	219600,0
Кондитер для крему	2,0	12000,0	2640,0	29280,0	351360,0
Кондитер для тіста	2,0	12000,0	2640,0	29280,0	351360,0

Продовження таблиці 3.6

1	2	3	4	5	6
Кондитер на лінію	4,0	12500,0	2750,0	61000,0	732000,0
Пакувальник	4,0	9500,0	2090,0	46360,0	556320,0
Всього	13,0	61000,0	13420,0	184220,0	2210640,0

Джерело: складено автором на основі проведеного дослідження

Для того, щоб правильно та ефективно розробити та організувати виробничий процес, було прийнято рішення про виділення робочого місця технолога, який контролюватиме якість сировини, технології виробництва продукції та весь її життєвий цикл в цілому. Оскільки на нього покладатиметься найбільше обов'язків, його заробітна плата буде найвищою серед усього персоналу лінії.

Оскільки лінія з виробництва тортів є автоматизованою, то для самого процесу виробництва достатньо 8 кондитерів, причому 2 з них будуть відповідати за процес замішування тіста, ще 2 – за приготування крему, а інші безпосередньо працюватимуть за конвеєром. Останнім етапом буде відбуватися пакування тортів, на яке відведено 4 робочих місця.

Таким чином, загальний фонд оплати праці (з відрахуваннями на соціальні заходи) становитиме 184 220 гривень на місяць або ж 2 210 640 гривень на рік.

Оскільки ПрАТ «Звягельхліб» забезпечене власними коштами, фінансування проєкту відбуватиметься шляхом залучення внутрішніх джерел, тобто джерел, на які має право власності суб'єкт підприємницької діяльності. Під час функціонування підприємства внутрішні джерела фінансування включають прибуток та амортизаційні відрахування [43, с. 330].

Оскільки під час ведення діяльності ПрАТ «Звягельхліб» щорічно отримувало прибуток, який значно зріс у 2022 році, можна стверджувати, що у підприємства достатньо власних джерел фінансування для покриття витрат на реалізацію запропонованого проєкту.

На основі проведеного дослідження сформуємо структуру прогнозованих доходів та витрат проєкту (табл. 3.7) за перший рік діяльності виробничої лінії для подальшого визначення результатів та доцільності його впровадження на ПрАТ «Звягельхліб».

Таблиця 3.7 – Аналіз доходів та витрат проєкту

Показник	Квартал				Всього за рік
	I	II	III	IV	
Обсяг продажу, шт.	8354,0	18227,0	22784,0	26582,0	75947,0
Чистий дохід від реалізації товарів (з ПДВ), грн	2088500,0	4556750,0	5696000,0	6645500,0	18986750,0
ПДВ, грн	417700,0	911350,0	1139200,0	1329100,0	3797350,0
Чистий дохід від реалізації товарів (без ПДВ), грн	1740416,7	3797291,7	4746666,7	5537916,7	15822291,7
Всього витрат, грн, з них:	1916010,0	3454597,6	4164849,3	4758325,6	14293782,6
– сировина і матеріали	1141825,3	2491255,1	3114068,9	3633080,4	10380229,8
– фонд оплати праці	552660,0	552660,0	552660,0	552660,0	2210640,0
– електроенергія	156524,2	341507,4	426884,3	498031,6	1422947,5
– водопостачання	578,5	1262,1	1577,7	1840,6	5258,9
– амортизаційні відрахування	41403,8	41403,8	41403,8	41403,8	165615,3
– інші витрати	23018,2	26509,1	28254,6	31309,1	109091,1
Фінансовий результат до оподаткування, грн	-175593,4	342694,0	581817,4	779591,0	1528509,1
Податок на прибуток, грн	0,0	93291,7	104727,1	140326,4	275131,6
Чистий прибуток, грн	-175593,4	249402,3	477090,3	639264,6	1253377,4

Джерело: складено автором на основі розрахунків за даними табл.3.3-3.6

Як видно з представлених розрахунків, найбільшою статтею витрат є матеріальні витрати (рис. 3.5), оскільки саме від них залежить якість готової продукції, а як зазначалося раніше, виробництво тортів буде базуватися лише на якісній натуральній продукції, яка є дороговартісною, що й спричиняє такий розподіл витрат. Їх частка становить 72,6 % в загальній структурі витрат.

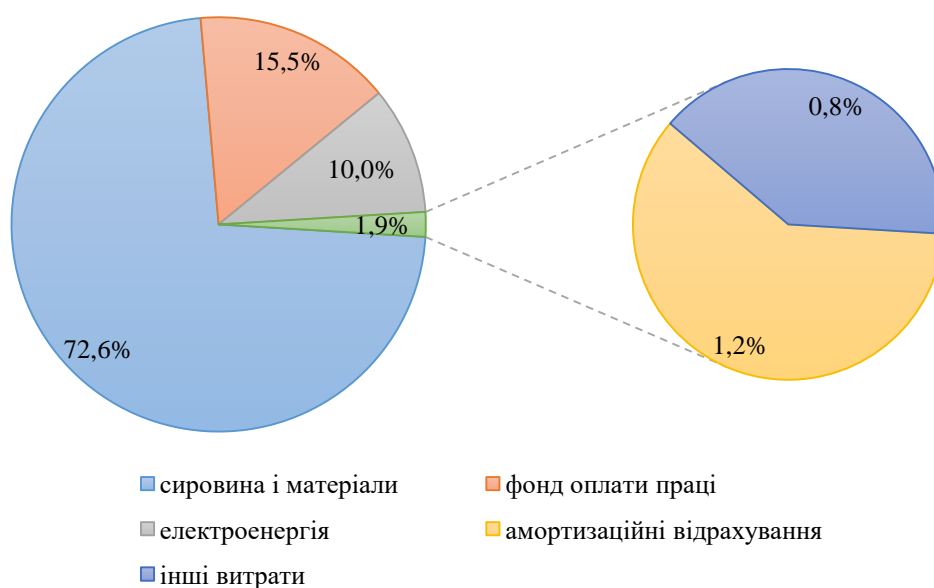


Рисунок 3.5 – Структура річних витрат діяльності проєкту

Джерело: побудовано автором за даними табл. 3.7

Також з розрахунків видно, що в перший квартал діяльності виробничої лінії спостерігається отримання збитку в розмірі 175 593,4 гривні. Проте вже з другого кварталу ситуація значно поліпшується і чистий результат від діяльності стає додатнім (249 402,3 гривні) з подальшим стабільним зростанням (рис. 3.6).

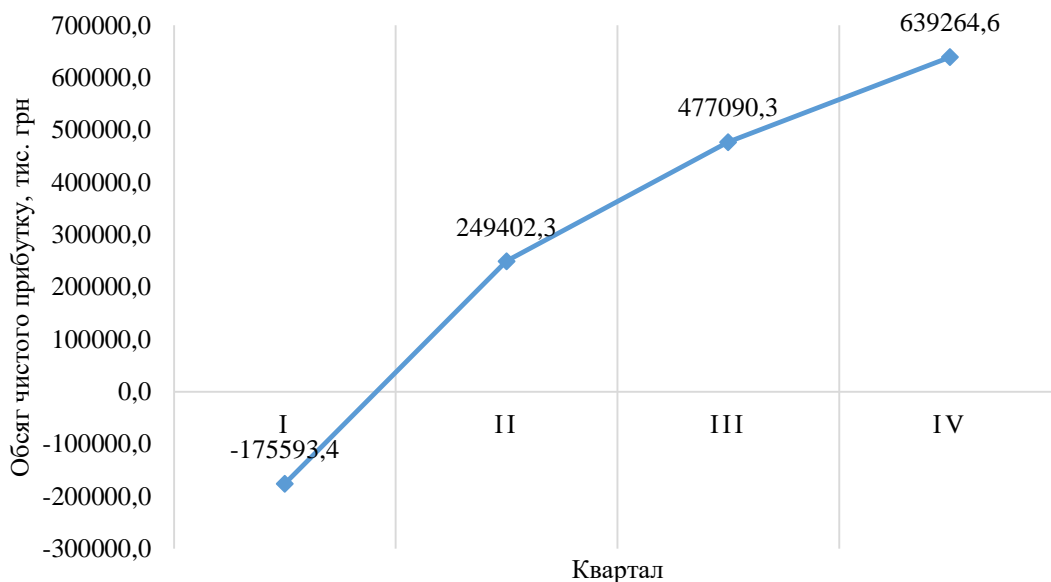


Рисунок 3.6 – Динаміка зміни чистого прибутку від реалізації проєкту

Джерело: побудовано автором за даними табл. 3.7

Різке стабільне зростання чистого прибутку спостерігається протягом усього аналізованого періоду. Така ситуація пояснюється поступовим нарощування темпів реалізації тортів через поступове звикання та поширення продукції серед споживачів. Загалом річний розмір чистого прибутку, за даними розрахунків, становить 1 253 377,4 гривні, що є дуже високим значенням, у порівнянні з фактичними результатами діяльності компанії.

Загальна сума інвестицій для реалізації запропонованого заходу становить 3 315 982,0 гривні. Зважаючи на великий ряд переваг від його реалізації, визначених при проведенні аналізу, можна зробити висновок, що встановлення лінії з виробництва тортів може бути доцільною.

Для прийняття остаточного рішення щодо впровадження запропонованого заходу, далі в роботі буде проведено аналіз показників ефективності інвестицій, що дозволить зробити висновки про доцільність проведення диверсифікації продукції на ПрАТ «Звягельхліб».

3.3. Забезпечення зростання прибутковості ПрАТ «Звягельхліб» шляхом заміни низькопродуктивного та високовитратного устаткування

Зважаючи на сучасне становище економічного середовища країни, для вітчизняних виробників важливим завданням є оптимізація витрат, що виникають внаслідок ведення діяльності, адже від них напряду залежить фінансовий стан підприємства.

Високий рівень невизначеності спричиняє виникнення нових ризиків, що змушує проводити пошук нових можливих джерел зниження витрат з метою зменшення собівартості виробництва продукції. Інфляційні процеси в країні значно підвищили ціни на сировину та ресурси, що зробило виробництво хліба та хлібобулочних виробів значно дорожчим. Так, за даними бухгалтерської звітності підприємства, спостерігалось значне зростання цін на основну та допоміжну сировину (дріжджі – на 65,6 %, цукор – на 34,5 %, маргарин – на 73,5 %, яйця курячі – вище, ніж у 3 рази). Крім того, спостерігалось збільшення тарифів на паливо-мастильні (від 75,0 до 90,0 %) та пакувальні (на 40,5 %) матеріали. Саме тому гострою постає проблема зменшення собівартості готової продукції підприємства разом зі збереженням наявного рівня її якості.

Зменшення собівартості продукції має важливе значення для бізнесу, оскільки це дозволяє підвищити рентабельність підприємства. Чим менше коштує виготовлення продукту, тим більше прибуток може отримати підприємство за одиницю продукції.

Крім того, зменшення собівартості продукції може допомогти зберегти конкурентну перевагу на ринку. Якщо підприємство може виготовляти продукцію за меншу ціну, ніж його конкуренти, то воно може пропонувати продукцію за більш привабливою ціною та отримувати більший попит на свої товари, особливо в сучасних умовах зниження рівня доходів населення.

Також зменшення собівартості може допомогти збільшити обсяг виробництва, оскільки воно дозволяє підприємству знизити ціну своєї продукції

та збільшити попит на неї. Більший обсяг виробництва може в свою чергу дозволити підприємству збільшити свої прибутки та розвиватися.

Таким чином, зменшення собівартості продукції є важливим елементом в управлінні бізнесом, який може позитивно впливати на рентабельність, конкурентоспроможність та розвиток підприємства.

При проходженні переддипломної практики було виявлено, що найбільш «вузьким місцем» виробництва є печі (табл. 3.8). Причому на трьох виробничих лініях (із чотирьох наявних) встановлено устаткування, основним видом палива для якого є природний газ. Крім того, деякі з них є досить застарілими, що спричиняє високий рівень витрат на їх постійний ремонт. Тому було прийнято рішення про розробку проекту з усунення даного «вузького місця» шляхом заміни газових печей на електричні.

Таблиця 3.8 – Продуктивність основного обладнання з виробництва хліба та хлібобулочних виробів

Вид обладнання	Кількість, од.	Продуктивність одиниці, кг/год		Обсяг виробництва, т/рік	
		максимальна	фактична	максимальний	фактичний
Борошнопросіювач Лу ХПМ/1	2,0	894,1	596,1	5221,5	3481,0
Дозатор рідких компонентів ДЖК-10	4,0	441,1	298,0	5151,9	3481,0
Дозатор водозмішувачий ДВЗ-1	4,0	411,0	298,0	4800,3	3481,0
Машина тістомісильна І8-ХТА	4,0	422,3	298,0	4932,6	3481,0
Шафа ферментаційна MIWE GR	6,0	284,7	198,7	4988,3	3481,0
Тістодільник ХДФ-М36	4,0	446,7	298,0	5218,0	3481,0
Тістоокруглювач	4,0	439,3	298,0	5131,0	3481,0
Печі, з них:	7,0	371,9	344,8	3754,9	3481,0
– піч «Термотехніка»	3,0	46,8	44,6	614,9	585,6
– піч ротаційна MIWE roll-in 3.0 (e+)	2,0	200,0	181,5	2044,0	1854,5
– піч подова MIWE Ideal ID 5.1820-T	2,0	125,1	118,8	1096,0	1040,8
Пакувальна термоусадочна машина REPLAY 55 EVO	1,0	1813,2	1192,1	5294,6	3481,0
Напівавтоматична кліпсувальна машина	1,0	1831,1	1192,1	5346,8	3481,0

Джерело: складено автором на основі дослідження виробничої лінії

За поданими в таблиці 3.8 даними, можна підтвердити правильність попередніх тверджень: «вузьким місцем» при виробництві продукції виявився етап випікання хліба та хлібобулочних виробів, що відбулося за рахунок низького рівня продуктивності наявних на підприємстві печей, які не дають змогу збільшити обсяги виробництва, оскільки фактичний обсяг виробництва незначно нижчий від максимально можливого (3 481,0 та 3 754,9 тони відповідно). Причому на підприємстві встановлено три типи печей:

1. Піч «Термотехніка», основним видом палива для якої є природній газ. Вона використовується майже на повну потужність (585,6 тон з 614,9 можливих), що перешкоджає збільшенню обсягів виробництва, а відповідно й обсягів реалізації продукції. Загалом таких печей встановлено три. При цьому продуктивність кожної є найнижчою серед усіх інших печей, оскільки вони є застарілими та мають дуже високий рівень зносу.

2. Піч ротаційна MIWE roll-in 3.0 (e+), яка живиться від електроенергії. Даного обладнання налічується дві одиниці. Вони мають найвищу продуктивність серед усіх наявних на виробництві печей. Їх сумарний річний обсяг виробництва готової продукції становить 1 854,5 тони, що перевищує сумарну фактичну продуктивність усіх інших печей.

3. Піч подова MIWE Ideal ID 5.1820-T (2 одиниці), основним видом палива для якої є природній газ. Дане устаткування також використовується майже на повну потужність (1 040,8 тони з 1 096,0 можливих), а його продуктивність є нижчою у порівнянні з електричними печами.

Отже, під час аналізу устаткування було виявлено, що лише один вид печей (MIWE roll-in 3.0 (e+)) є електричним, а всі інші – газові. При цьому продуктивність перших є значно вищою серед усіх зазначених через коротший час приготування готових виробів. Зважаючи на це, заміна обладнання для випікання продукції буде базуватися на пошуку таких засобів, які живляться від електроенергії.

Дане рішення було прийняте з декількох причин. По-перше, як показало проведене дослідження, електричні печі мають вищу продуктивність, у

порівнянні з газовими, через коротший час, необхідний для випікання хлібобулочних виробів.

По-друге, оскільки ПрАТ «Звягельхліб» велику частку уваги приділяє якості готової продукції, то використання електричних печей є одним із варіантів її покращення. Так, якість хліба чи інших борошняних виробів, виготовлених в електричних печах, є значно вищою, ніж тих, які випікаються в газових. Це обумовлено фізичними властивостями, характеристиками та особливостями будови обладнання.

По-третє, в останні роки зростає увага до проблем енергоефективності та екологічної безпеки. Одним зі способів зменшення відповідальності за забруднення довкілля є перехід з використання газу на електроенергію. Це має багато переваг, включаючи зниження викидів в атмосферу. Крім того, електроенергія може бути вироблена з відновлювальних джерел енергії, таких як сонячна та вітрова енергія, що дозволяє зменшити залежність від нестійких запасів природного газу. У цьому контексті перехід з газу на електроенергію є важливим кроком для досягнення стійкого та екологічно безпечного розвитку.

По-четверте, зважаючи на сучасне політичне становище України, перехід на використання обладнання, що живиться електроенергією, дозволить знизити залежність підприємства від енергоресурсів, які нині є дефіцитними, внаслідок відмови цивілізованих країн від співпраці з країною-агресоркою. З огляду на це, прийняте рішення є актуальним. Звичайно, у сучасних реаліях не можна залишити без уваги ризик дефіциту електроенергії, пов'язаний з руйнуванням об'єктів критичної інфраструктури. Проте, як показала практика, його вдалося подолати.

Отже, зважаючи на всі зазначені вище твердження, реалізація запропонованого проєкту характеризується широким рядом переваг. На основі цього, було прийнято рішення про встановлення більш продуктивного, екологічно чистого та високоякісного обладнання – електричних печей.

Для того, щоб дослідити економічну доцільність проєкту, необхідно проаналізувати ринок електричних печей, їх продуктивності та порівняти їх з

наявними на підприємстві. Крім того, потрібно визначити рівень річних витрат від використання наявного (табл. 3.9) та нового обладнання для визначення можливості скорочення собівартості виробництва продукції.

Таблиця 3.9 – Характеристика газових печей ПрАТ «Звягельхліб»

Модель печі	Ціна, грн/од.	Витрати палива, м ³ /год	Строк корисного використання, р.	Амортизація, грн/р.	Витрати, грн/кг
«Термотехніка»	1546378,0	3,4	15,0	103091,9	3,1
MIWE Ideal ID 5.1820-T	1501731,0	2,7	12,0	125144,3	2,4

Джерело: складено автором на основі дослідження обладнання

Проведене дослідження показало, що рівень витрат на 1 кілограм готової продукції при використанні печі «Термотехніка» становить 3,1 гривні, а при використанні печі MIWE Ideal ID 5.1820-T – 2,4 гривні. Така велика різниця зумовлена високим рівнем витрат на обслуговування першої, що пов'язано з її низькою продуктивністю та високим рівнем зношеності.

Для ефективності прийняття рішення стосовно доцільності заміни проаналізованих печей на електричні, необхідно визначити яким буде рівень витрат на 1 кілограм готової продукції при використанні електрпечей.

Відповідно до асортименту продукції, що виробляється підприємством, необхідним є використання двох типів печей, а саме подових (для виробництва подового хліба) та ротаційних. Це пов'язано з наявним асортиментом товарів та їх специфікою виробництва. Даний факт буде взято до уваги при виборі обладнання виробничої лінії.

Оскільки станом на 2022 рік у загальній структурі виробництва частка подового хліба складає 29,9 %, то необхідно провести заміну двох наявних газових подових печей на електричні. Якщо характеризувати ротаційні печі, то доцільною є заміна лише газових, яких налічується три, оскільки інші дві є електричними.

Проведене під час проходження переддипломної практики дослідження й аналіз ринку виробників та імпортерів обладнання для випічки хліба та хлібобулочних виробів дозволили сформуванню переліку найбільш оптимальних для ПрАТ «Звягельхліб» варіантів печей (табл. 3.10).

Таблиця 3.10 – Тендерна таблиця електричних печей для заміни наявних

Модель печі	Ціна, грн/од.	Продуктивність, кг/год	Потужність, кВт/год	Строк корисного використання, р.
Печі ротатійні:				
MIWE roll-in 3.0 (e+)	1945146,0	200,0	75,0	15,0
FD-100 Fimak	774859,0	250,0	93,0	13,0
Forni FIORINI ROTOR FR PLATFORM	896337,0	255,0	75,0	15,0
SP MEDIO E Real Forni	789370,0	120,0	45,0	11,0
Печі подові:				
BE5c 15.30 ElettroReal Real Forni	1363682,0	180,0	65,0	17,0
ZE5c 10.00 ElettroReal Real Forni	1111620,0	175,0	47,0	15,0

Джерело: складено автором на основі дослідження ринку

Для вибору необхідних оптимальних варіантів обладнання, розрахуємо витрати, що спричинятимуться використанням обраних видів печей (табл. 3.11), та порівняємо їх із поточними витратами.

Таблиця 3.11 – Розрахунок витрат від використання електричних печей

Модель печі	Потужність, кВт/год	Амортизація, грн/р.	Витрати, грн/кг
Печі ротатійні:			
MIWE roll-in 3.0 (e+)	75,0	129676,4	2,4
FD-100 Fimak	93,0	59604,5	2,3
Forni FIORINI ROTOR FR PLATFORM	80,0	59755,8	2,0
SP MEDIO E Real Forni	45,0	71760,9	2,4
Печі подові:			
BE5c 15.30 ElettroReal Real Forni	65,0	80216,6	2,3
ZE5c 10.00 ElettroReal Real Forni	60,0	74108,0	2,2

Джерело: складено автором на основі розрахунків за даними табл. 3.10

Перш за все, із представлених позицій видно, що всі запропоновані варіанти є менш витратними при роботі в розрахунку на 1 кілограм готової продукції, ніж газові печі, що нині встановлені на виробничих лініях. Охарактеризуємо детальніше кожну, для прийняття рішення:

– ротатійна піч MIWE roll-in 3.0 (e+): перевагою є перевірена якість обладнання, практичний досвід його використання та наявний постачальник, проте недоліком є високий рівень витрат на 1 кілограм готової продукції, у порівнянні з іншими варіантами;

- ротаційна піч FD-100 Fimak: характерною перевагою є високий рівень виробничої продуктивності одиниці обладнання, проте воно має занадто високий рівень споживання електроенергії;
- ротаційна піч Forni FIORINI ROTOR FR PLATFORM: має високий рівень продуктивності виробництва, проте більші габарити, порівняно з наявними печами, що потребують додаткової площі;
- ротаційна піч SP MEDIO E Real Forni: характеризується найнижчими витратами електроенергії серед усіх аналізованих моделей, проте має низьку продуктивність, а за рівнем витрат на 1 кілограм готової продукції відповідає наявним електропечам;
- подова піч BE5c 15.30 ElettroReal Real Forni: перевагою її використання є висока продуктивність, проте й витрати на її купівлю та використання є вищими;
- подова піч ZE5c 10.00 ElettroReal Real Forni: її продуктивність є дещо нижчою, у порівнянні з попередньою моделлю, проте вона має нижчий рівень витрат електроенергії та низькі витрати у розрахунку на 1 кілограм готової продукції.

Проведене дослідження показало, що серед представлених ротаційних печей, модель MIWE roll-in 3.0 (e+), яка нині встановлена на підприємстві, є однією з найдорожчих в обслуговуванні. При цьому найбільш оптимальною є ротаційна піч Forni FIORINI ROTOR FR PLATFORM, оскільки її використання дозволить отримати вигоду у зв'язку зі зниженням витрат на 1 кілограм готової продукції з 3,1 гривні, що виникають при використанні печі «Термотехніка», до 2,0 гривень. При цьому висока продуктивність роботи дозволить сформувати запас виробничих потужностей, що при зростанні попиту на ринку, дасть змогу задовольняти потреби споживачів. Недолік, пов'язаний із габаритами обладнання, нівелюється через достатню кількість площі на виробничій лінії для його встановлення.

Для заміни подових печей найбільш оптимальним варіантом є встановлення моделі ZE5c 10.00 ElettroReal Real Forni, оскільки вона має

необхідну продуктивність (яка дозволить формувати резерв виробничої потужності), оптимальний рівень споживання електроенергії та низький рівень витрат на 1 кілограм продукції (2,2 гривні).

Таким чином, потенційна вигода від використання електричних печей, у порівнянні з газовими через, зниження собівартості виробництва становитиме 1 280 011,8 гривні за рік.

Ротаційна піч італійського виробника Forni FIORINI ROTOR FR PLATFORM має продуктивність виробництва 255 кілограмів на годину проти печі «Термотехніка» з продуктивністю 46,8. Тобто встановлення однієї запропонованої моделі повністю покриє максимально можливий обсяг виробництва трьох наявних, а також збільшить максимальну продуктивність. Це відбувається за рахунок збільшення загальної площі для випікання, яка складається із 20 листів розміром 60 на 80 сантиметрів кожен. Крім того, дана модель має велику кількість програм випікання, що дозволяє підбирати під кожен одиницю асортименту необхідну функцію.

Подова піч ZE5c 10.00 ElettroReal італійського виробника Real Forni має продуктивність 175 кілограмів за годину, що на 39,9 % вища, ніж у наявних газових печей. Це пов'язано зі збільшенням загальної площі подів.

Таким чином, для усунення «вузького місця» необхідно придбати одну ротаційну піч Forni FIORINI ROTOR FR PLATFORM та дві подових ZE5c 10.00 ElettroReal Real Forni. Така кількість обладнання, разом із двома наявними електричними ротаційними печами, дозволить як забезпечити виробництво необхідного обсягу продукції, так і збільшить максимально можливий річний обсяг випуску на 47,2 %. Перевагою такого рішення також є те, що всі обрані моделі належать одному виробнику (Real Forni), що значно спрощує як закупівлю, так і майбутнє обслуговування обладнання.

Придбання здійснюватиметься за принципом трейд-ін, що дозволить знизити розмір початкових вкладень на купівлю обладнання до 1 870 000,0 гривень, що будуть отримані в кредит під 22,7 % річних, загальний термін кредитування становитиме 1 рік, а періодичність погашення – 1 місяць.

Для визначення додаткових витрат, що виникатимуть внаслідок кредитування проєкту, сформуємо графік погашення кредиту (табл. 3.12).

Таблиця 3.12 – Графік погашення кредиту згідно з виплатою банківського відсотка

Період (місяць)	Сума основного боргу на початок періоду, грн	Платежі за відсотками, грн	Виплата основної суми, грн	Борг на кінець періоду, грн
1	1870000,0	35374,2	155833,3	1714166,7
2	1714166,7	32426,3	155833,3	1558333,3
3	1558333,3	29478,5	155833,3	1402500,0
4	1402500,0	26530,6	155833,3	1246666,7
5	1246666,7	23582,8	155833,3	1090833,3
6	1090833,3	20634,9	155833,3	935000,0
7	935000,0	17687,1	155833,3	779166,7
8	779166,7	14739,2	155833,3	623333,3
9	623333,3	11791,4	155833,3	467500,0
10	467500,0	8843,5	155833,3	311666,7
11	311666,7	5895,7	155833,3	155833,3
12	155833,3	2947,8	155833,3	0,0
Усього	-	229932,1	1870000,0	-

Джерело: складено автором на основі проведених розрахунків

На основі проведеного дослідження сформуємо структуру прогнозованих доходів та витрат (табл. 3.13) за перший рік діяльності проєкту.

Таблиця 3.13 – Аналіз доходів та витрат проєкту

Показник	Квартал				Всього за рік
	I	II	III	IV	
Чистий дохід від реалізації продукції, грн	434015,6	455626,3	439418,3	471834,4	1800894,6
Всього витрат, грн, з них:	119902,0	118370,7	118631,3	113581,2	470485,2
– оплата відсотків по кредиту	57483,0	57483,0	57483,0	57483,0	229932,1
– амортизаційні відрахування	51993,0	51993,0	51993,0	51993,0	207971,8
– інші витрати	10426,0	8894,7	9155,3	4105,2	32581,3
Фінансовий результат до оподаткування, грн	314113,6	337255,7	320787,0	358253,2	1330409,4
Податок на прибуток, грн	56540,5	60706,0	57741,7	64485,6	239473,7
Чистий прибуток, грн	257573,2	276549,6	263045,3	293767,6	1090935,7

Джерело: складено автором на основі розрахунків за даними табл. 3.9-3.12

Проведений аналіз дозволив встановити, що реалізація проєкту зі зміни обладнання збільшить розмір чистого прибутку на 1 090 935,7 гривні. Тобто, буде досягнуто головну мету, на яку й було зосереджено увагу при розробці запропонованого заходу.

3.4. Оцінка економічної ефективності реалізації запропонованих заходів зі зростання прибутковості діяльності ПрАТ «Звягельхліб»

Оцінка економічної ефективності реалізації проекту є важливим інструментом для будь-якого підприємства, яке прагне збільшити свою прибутковість та знизити витрати, оскільки її результат є вирішальним фактором для успіху бізнесу та його конкурентоспроможності.

Проведення оцінки економічної ефективності проекту дозволяє підприємству визначити, чи варто вкладати кошти в конкретний проект. Вона дозволяє врахувати всі витрати та доходи, пов'язані з реалізацією заходу, і визначити, чи буде він прибутковим. Така оцінка допомагає підприємству уникнути ризиків та зберегти ресурси, які можуть бути витрачені безнадійно.

Окрім того, оцінка економічної ефективності може допомогти компанії виявити потенційні джерела зниження витрат та підвищення ефективності виробництва. Це може стати фактором, що забезпечить підприємству підвищення рівня прибутковості та зміцнення конкурентних позицій.

Таким чином, проведення оцінки економічної ефективності є важливим етапом при прийнятті рішення щодо доцільності реалізації проекту. Даний захід дозволяє виявити потенційні ризики та небезпеки, а також знайти шляхи для підвищення ефективності виробництва, прибутковості діяльності та забезпечення конкурентоспроможності на ринку.

Для визначення ефекту від кожного запропонованого проекту, сформуємо порівняльну таблицю фактичних та прогнозованих значень на основі звіту про фінансові результати за 2022 рік (табл. 3.14).

Таблиця 3.14 – Економічний ефект від реалізації запропонованих заходів

Назва рядка	Код рядка	Значення, тис. грн:		
		фактичне (2022 р.)	при диверсифікації продукції	при заміні печей
1	2	3	4	5
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	102450,9	118273,2	102450,9
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(63300,6)	(77644,8)	(62020,6)

Продовження таблиці 3.14

1	2	3	4	5
Інші операційні доходи	2120	960,3	960,3	960,3
Інші операційні витрати	2180	(33980,1)	(33980,1)	(33980,1)
Інші доходи	2240	239,8	239,8	239,8
Інші витрати	2270	(696,0)	(696,0)	(696,0)
Разом доходи	2280	103651,0	119473,3	103651,0
Разом витрати	2285	(97976,7)	(112320,9)	(96696,7)
Фінансовий результат до оподаткування	2290	5674,3	7152,4	6954,3
Податок на прибуток	2300	(1062,7)	(1287,4)	(1251,8)
Чистий прибуток (збиток)	2350	4611,6	5865,0	5702,5

Джерело: складено автором на основі проведених розрахунків

За отриманими даними видно, що впровадження обох проєктів здійснюватиме позитивний вплив на прибутковість ПрАТ «Звягельхліб», оскільки остання зростатиме на 27,2 % та 23,7 % відповідно. Так, при впровадженні першого проєкту з розширення асортименту продукції, такий результат запезпечується завдяки суттєвому зростанню чистого доходу від реалізації продукції (на 15,4 %). У другому випадку, тобто при заміні обладнання, зростання прибутку зумовлене зниженням собівартості виробництва (на 2,0 %), що спричинене скороченням загальновиробничих витрат (на 17,7 %).

На основі проведеного дослідження та розробки проєктів було встановлено, що капітальні інвестиції для проведення диверсифікації виробництва становлять 3 315 982,0 гривні, а для заміни устаткування для випічки на електричне – 1 870 000,0 гривень. Причому перший проєкт реалізуватиметься за рахунок внутрішніх джерел фінансування, а другий – шляхом залучення позикових коштів, а саме короткострокового кредиту в банку під 22,7 % річних).

Для можливості визначення доцільності інвестицій у запропоновані проєкти, необхідно визначити також ряд показників їх ефективності. Для цього сформуємо таблицю з вихідними даними (табл. 3.15, 3.16), що необхідні для проведення розрахунків. Прогнозні значення за кожним проєктом розраховані у відповідності до рівня попиту на ринку, визначеного під час проведення дослідження.

Таблиця 3.15 – Вихідні дані для розрахунку показників ефективності проекту диверсифікації виробництва

№ п/п	Показник	Розрахунок (джерело)	Значення по роках		
			2024	2025	2026
1	2	3	4	5	6
1	Чистий дохід від реалізації продукції, грн	табл. 3.7	15822291,7	17420343,1	19336580,9
2	Матеріальні витрати, грн	табл. 3.7	10380229,8	10504792,5	11387195,1
3	Фонд оплати праці, грн	табл. 3.7	2210640,0	2237167,7	2425089,8
4	Інші операційні витрати, грн	табл. 3.7	1537297,5	1606747,4	1741714,2
5	Амортизація обладнання, грн	табл. 3.7	165615,3	165615,3	165615,3
6	Усього витрат, грн	p.2 + p.3 + p.4 + p.5	14293782,6	14514322,9	15719614,4
7	Прибуток до оподаткування, грн	p.1 – p.6	1528509,1	2906020,2	3616966,5
8	Податок на прибуток, грн	p.7 × 18%	275131,6	523083,6	651054,0
9	Чистий прибуток, грн	p.7 – p.8	1253377,4	2382936,6	2965912,5
10	Грошовий потік, грн	p.5 + p.9	1418992,8	2548551,9	3131527,8
11	Ставка дисконту, %	задана величина	15,0	15,0	15,0
12	Дисконтний множник	$\frac{1}{(1+r)^n}$	0,9	0,8	0,7
13	Дисконтований грошовий потік, грн	p.10 × p.12	1233906,7	1927071,4	2059030,4

Джерело: складено автором на основі розрахунків за даними табл.3.7

Таблиця 3.16 – Вихідні дані для розрахунку показників ефективності проекту заміни газових печей на електричні

№ п/п	Показник	Розрахунок (джерело)	Значення по роках		
			2024	2025	2026
1	2	3	4	5	6
1	Чистий дохід від реалізації продукції, грн	табл. 3.13	1800894,6	1835111,6	1883742,0
2	Амортизація обладнання, грн	табл. 3.13	207971,8	207971,8	207971,8
3	Витрати на оплату відсотків по кредиту, грн	табл. 3.13	229932,1	0,0	0,0
4	Інші витрати, грн	табл. 3.13	32581,3	34471,0	36849,5
5	Всього витрат, грн	p.2 + p.3 + p.4	470485,2	242442,8	244821,3
6	Прибуток до оподаткування, грн	p.1 – p.5	1330409,4	1592668,8	1638920,7
7	Податок на прибуток, грн	p.6 × 18%	239473,7	286680,4	295005,7
8	Чистий прибуток, грн	p.6 – p.7	1090935,7	1305988,4	1343915,0
9	Грошовий потік, грн	p.2 + p.8	1298907,5	1513960,2	1551886,8
10	Ставка дисконту, %	задана величина	15,0	15,0	15,0

Продовження таблиці 3.16

1	2	3	4	5	6
11	Дисконтний множник	$\frac{1}{(1+r)^n}$	0,9	0,8	0,7
12	Дисконтований грошовий потік, грн	$p.9 \times p.11$	1129484,8	1144771,4	1020390,8

Джерело: складено автором на основі розрахунків за даними табл. 3.13

На основі отриманих значень розрахуємо показники ефективності кожного із запропонованих проектів (табл. 3.17).

Таблиця 3.17 – Розрахунок показників ефективності проектів

Показник	Формула розрахунку	Умова забезпечення вигоди	Значення за проектом:	
			диверсифікація	заміна печей
Чиста теперішня вартість, грн	$\sum_{k=1}^n \frac{CF_k}{(1+r)^k} - IC$	> 0	1904026,5	1424646,9
Внутрішня норма дохідності, %	$0 = \sum_{k=1}^n \frac{CF_k}{(1+IRR)^k} - IC$	$>$ ставки дисконту (15 %)	24,2	35,4
Модифікована внутрішня норма дохідності, %	$\sqrt[n]{\frac{\sum_{k=1}^n CF_k \times (1+r)^{n-k}}{\sum_{j=0}^m \frac{IC_j}{(1+r)^j}}} - 1$	$>$ ставки дисконту (15 %)	33,8	38,9
Індекс дохідності інвестицій	$\frac{\sum_{k=1}^n \frac{CF_k}{(1+r)^k}}{IC}$	> 1	1,6	1,8
Період окупності, років	$\frac{IC}{\overline{CF}}$	-	1,9	1,7
Чиста рентабельність, %	$\frac{ЧП}{\overline{CB}}$	-	5,0	6,0

Джерело: складено автором на основі розрахунків за даними табл. 3.15-3.16

За отриманими даними можна зробити висновок про доцільність впровадження запропонованих проектів на підприємстві, оскільки всі показники виконують умови забезпечення вигоди. Так, чиста теперішня вартість як першого (1 904 026,5 гривні), так і другого (1 424 646,9 гривні) проекту є дуже високою, що робить його привабливим для інвестування.

Підтверджують даний висновок також показники внутрішньої норми дохідності (24,2 % та 35,4 % відповідно) та модифікованої внутрішньої норми дохідності (33,8 % та 38,9 % відповідно), які є більшими за ставку дисконтування (15,0 %). Варто зазначити, що модифікована внутрішня норма дохідності є точнішою при відображенні вартості та прибутковості проекту, а те, що її

значення для обох заходів є вищими за перший згаданий показник, робить запропоновані шляхи підвищення прибутковості ще більш привабливими. Індекс дохідності інвестицій при цьому становить 1,6 для встановлення виробничої лінії та 1,8 для заміни обладнання, що свідчить про доцільність інвестування коштів у згадані заходи.

Період окупності першого проекту складає 1,9 роки, а другого – 1,7 роки, що є оптимальним значенням, особливо враховуючи розмір прибутків, які вони приносять вже з перших років впровадження, розрахованих при песимістичному плануванні обсягів реалізації.

Таким чином, впровадження проекту зі встановлення лінії з виробництва тортів та готових десертів є доцільним, оскільки вже в перший рік його реалізації чистий прибуток збільшиться на 28,1 % від рівня чистого прибутку, що був отриманий у 2022 році. Саме ж зростання чистого фінансового результату діяльності сприятиме збільшенню рентабельності діяльності підприємства, поліпшенню рівня його фінансового стану, підвищенню рівня економічної безпеки та забезпеченню можливостей для майбутнього розвитку та модернізації аналізованого суб'єкта господарювання.

Також, варто зазначити, що в майбутньому обране обладнання для реалізації проекту дозволить забезпечити розширення асортименту продукції шляхом виготовлення більшої кількості видів тортів, а також тістечок, печива та інших готових десертів. Це, у свою чергу, сприятиме розширенню ринків збуту, посиленню конкурентоспроможності, що дасть змогу збільшити частку ринку, яку займає ПрАТ «Звягельхліб», та забезпечить зростання прибутковості підприємства.

Аналогічні висновки можна зробити і про проект, спрямований на заміну газових печей на електричні, який дозволить збільшити чистий прибуток на 32,9 % шляхом зниження собівартості виробництва.

При цьому рентабельність діяльності становитиме 5,0 % та 6,0 % відповідно, у порівнянні з 4,5 %, що спостерігалось у 2022 році. Тому можна стверджувати про ефективність реалізації даних проектів.

Висновки до розділу 3

У даному розділі дипломної роботи було розглянуто можливі напрями зростання прибутковості діяльності ПрАТ «Звягельхліб» та, на їх основі, сформовано відповідні заходи. Два найбільш оптимальних серед них було обрано як бізнес-ідеї, що стали основою для створення, розробки та обґрунтування проєктів, що сприятимуть зростанню прибутковості аналізованого підприємства.

З огляду на отримані результати економіко-математичного обґрунтування ефективності інвестування коштів у розроблені проєкти можна стверджувати про раціональність та доцільність впровадження кожного з них на ПрАТ «Звягельхліб».

Так, під час аналізу доцільності проведення диверсифікації виробництва шляхом встановлення нової виробничої лінії для виробництва тортів та готових десертів, за допомогою SWOT-аналізу було визначено, що сильні сторони проєкту перекривають слабкі, а загрози є незначними в порівнянні з можливостями. Аналіз потенційних ризиків проєкту показав, що навіть у сучасних умовах реалізація заходу є доцільною. Крім того, вдалося встановити, що його впровадження дозволить знизити деякі ризики, зокрема, ризик залежності від однорідного виду продукції, який останнім часом загострювався, оскільки рівень споживання хліба знижувався протягом аналізованого періоду.

Загалом, встановлення виробничої лінії дозволить підприємству розширити асортимент продукції, залучити нові сегменти ринку, посилити свої конкурентні позиції, збільшити кількість споживачів продукції та забезпечити стабільне зростання прибутку в майбутньому.

Аналіз доцільності заміни наявного газового обладнання на електричне дозволив встановити, що прийняття такого рішення дозволить зменшити залежність ПрАТ «Звягельхліб» від використання природного газу та його імпортерів, здійснити екологізацію виробництва, збільшити продуктивність виробництва, підвищити якість готової продукції та збільшити розмір прибутку

підприємства шляхом удосконалення виробничого процесу та зниження витрат на ремонт й утримання старого обладнання. Крім того, знизиться також і ймовірність виробничих затримок та аварій, спричинених нестабільною роботою застарілого та зношеного устаткування.

Завдяки встановленню нового обладнання для випічки борошняних виробів буде усунуто виявлене під час дослідження виробничих ліній «вузьке місце», що дозволить збільшити обсяги виробництва продукції у разі виникнення такої потреби, що має високу ймовірність у зв'язку з інформацією стосовно прийняття великої кількості переселенців у межах області.

Оскільки розраховані показники ефективності інвестиційних вкладень (чиста теперішня вартість, внутрішня норма дохідності, індекс дохідності інвестицій, період окупності тощо) в обидва запропоновані проекти приймають високі значення, можна стверджувати, що вони є перспективними та можуть сприяти підвищенню прибутковості діяльності підприємства, що і було їх основною метою. Таким чином, впровадження проектів позитивно відобразиться на фінансово-економічному стані підприємства та збільшить його рентабельність. Слід зазначити, що розробка проектів, аналіз витрат та результатів реалізації цих заходів були проведені з урахуванням конкретних сучасних умов та потреб ПрАТ «Звягельхліб».

У цілому, дослідження показало, що запропоновані заходи є ефективними для підвищення прибутковості діяльності аналізованого підприємства, яким виступає ПрАТ «Звягельхліб», проте важливо не забувати про проведення постійного моніторингу та аналізу ринкових умов та конкурентного середовища, які є мінливими в сучасних умовах, щоб вчасно реагувати на зміни та залишатися конкурентоспроможним на ринку. Також, необхідно забезпечувати ефективне управління проектами та постійний жорсткий контроль за їхнім виконанням, щоб мінімізувати можливість появи ризиків, що здійснюватимуть негативний вплив на діяльність підприємства, та досягти максимальних результатів від їх реалізації.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Під час теоретичного дослідження теми дипломної роботи було визначено сутність, роль та значення прибутку для підприємства, проведено детальний аналіз факторів, що впливають на прибутковість підприємства, а також запропоновано конкретні стратегії та напрями для підвищення її рівня. У рамках дослідження були визначені ключові елементи, які впливають на прибутковість підприємства, такі як ефективне управління фінансами, оптимізація виробничих процесів, підвищення якості продукції або послуг, маркетингові стратегії, інновації та розробка нових продуктів, ефективне управління ресурсами та ризиками.

Завдяки визначенню факторів впливу на прибутковість підприємства вдалося встановити, що двома основними способами підвищення прибутковості суб'єкта господарювання є оптимізація розміру доходів або витрат. Саме даний висновок був використаний у подальшій розробці проєктів, що дозволили аналізованому підприємству, яким у розрізі дипломної роботи виступає ПрАТ «Звягельхліб», збільшити чистий прибуток.

У практичній частині роботи, проведена загальна характеристика фінансово-економічного стану аналізованого підприємства показала, що в цілому хлібозавод має оптимальні та високі значення показників діяльності, особливо зважаючи на середньогалузеві значення. Проте було виявлено, що за деякими показниками простежується негативна тенденція зміни (хоч їх значення залишаються в межах норми), тому було зроблено відповідні висновки в межах розділів. Зокрема, вдалося встановити, що хоч рівень ліквідності ПрАТ «Звягельхліб» знаходиться на високому рівні (за розрахованими значеннями коефіцієнтів ліквідності), проте остання є відмінною від абсолютної через невідповідність однієї з необхідних умов, а саме спостерігалось перевищення суми найбільш термінових пасивів над сумою високоліквідних активів. Тому доцільною є оптимізація витрат підприємства, покращення управління запасами, розширення обсягів реалізації товарів та збільшення генерації прибутку.

Оцінка прибутковості ПрАТ «Звягельхліб» показала, що її рівень знижувався впродовж 2020-2021 років, проте у 2022 спостерігалось її стрімке зростання, яке було пов'язане зі зростанням темпів приросту доходу над темпами приросту витрат підприємства через зростання цін на продукцію. Зростання прибутку попри складне економічне становище свідчить про ефективність прийняття управлінських рішень, а також про швидке та своєчасне реагування на зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі.

З метою підвищення прибутковості ПрАТ «Звягельхліб», на основі усіх раніше отриманих результатів, було запропоновано два проєкти та проведено загальну характеристику та аналіз доцільності впровадження кожного з них. При їх розробці враховувалися сучасні умови та потреби ПрАТ «Звягельхліб».

Проведене дослідження факторів впливу на прибуток показало, що з кожним роком споживання хліба та хлібобулочних виробів в регіоні, де аналізований суб'єкт господарювання веде свою діяльність (Житомирська область), знижується. Даний факт впливає на отримання прибутку підприємством, оскільки щорічний обсяг виробництва також знижується у зв'язку зі скороченням попиту. Для того, щоб запобігти зниженню доходів, компанія щорічно вводить нові види продуктів у свій асортимент. Саме на основі даної проблеми було сформовано один зі шляхів щодо зростання прибутку підприємства.

Так, було прийнято рішення щодо проведення диверсифікації виробництва на ПрАТ «Звягельхліб» шляхом виходу на нові ринки збуту та розширенню кола споживачів, що дозволяє вирішити проблему зниження попиту на продукцію, яка нині виготовляється підприємством. Даний захід дозволить збільшити дохід підприємства, що у свою чергу, збільшить і розмір його чистого прибутку.

Крім зниження споживання хліба, яке негативно впливає на діяльність підприємства, зважаючи на сучасну нестабільність та невизначеність економічного середовища, що спричинені довготривалими негативними впливами коронавірусної кризи та повномасштабного вторгнення окупантів на територію України, відбувалися інфляційні процеси, що значно збільшили ціни

на сировину та необхідні для виробництва матеріали та послуги. Крім того, виникало багато ризиків та викликів для діяльності компанії, які потребували швидкої реакції. Тому актуальним завданням сьогодні є зниження собівартості виробництва продукції зі збереженням її якості.

Другим проектом, що націлений на вирішення вищезазначеної проблеми, є зміна наявного на виробничих лініях устаткування, а саме заміна газових печей на електричні. Оскільки дослідження показало, що процес випічки хліба є «вузьким місцем» через низьку потужність обладнання та високий рівень зносу деяких печей. Тому доцільним є їх заміна на більш продуктивне та менш затратне устаткування, яким виявилися електричні печі.

Загалом на реалізацію обох проектів необхідно здійснити інвестиції 5 185 982,0 гривні. При цьому спостерігатиметься зростання загального розміру чистого прибутку на 2 812 763,0 гривні вже в перший рік після впровадження запропонованих заходів, тобто на 60,9 % вище рівня 2022 року, що є дуже високим результатом.

Показники ефективності інвестицій у зазначені заходи підтвердили висновки щодо доцільності їх реалізації. Було визначено, що терміни окупності обох проектів становлять менше 2 років.

Разом з тим, зростання прибутковості сприятиме підвищенню рентабельності ПрАТ «Звягельхліб», покращенню фінансової стійкості та платоспроможності підприємства. Реалізація запропонованих заходів також дозволить оптимізувати організацію виробництва, знизити тривалість операційного циклу, розширити обсяги реалізації продукції, знизити собівартість виробництва та збільшити прибутковість ПрАТ «Звягельхліб», що й було початковою метою розробки даних заходів. Тобто, можна стверджувати про доцільність реалізації обох проектів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Романюк С., Белова І. М. Витрати як базова складова управлінського обліку. Вектори розвитку науки і бізнесу в глобальному середовищі: тренди та перспективи : матеріали Нац. наук.-практ. конф. 7 листопада 2019 року. Тернопіль: ФОП Осадца Ю. В., 2019. С. 411.
2. Вовк О. М., Ковальчук А. М., Комісаренко Я. І., Джулай А. В. Прибуток та рентабельність як детермінанти розвитку підприємства. *Modern Economics*. 2020. № 21. С. 38.
3. Крюкова І. О., Зубаха А. О. Зарубіжна практика управління розподілом прибутків і збитків у товариствах. Актуальні проблеми теорії та практики менеджменту : матеріали XI Міжнар. наук.-практ. конф. 27 травня 2022 року. Одеса: Державний університет «Одеська політехніка», 2022. С. 17.
4. Черничко, Т. В., Ковач, К. Т. Прибуток як основний параметр оцінки фінансового стану підприємства. 2019. URL: http://dspace.s.msu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/4853/1/Profit_as_main_parameter_assessing_financial_condition_enterprise.pdf (дата звернення: 09.12.2022).
5. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 року [Електронний ресурс] / Офіційний веб-сайт Державної податкової служби України. URL: <https://tax.gov.ua/nk/> (дата звернення: 09.12.2022).
6. Павлюк О. О., Красновська Є. Г., Шопперт Я. Д. Чому прибуток акціонерів є основною ціллю бізнесу? Сучасні аспекти модернізації науки: стан, проблеми, тенденції розвитку : матеріали XX Міжнар. наук.-практ. конф. 07 травня 2022 р., м. Бухарест (Румунія). С. 85-89.
7. Гурбик Ю. Ю., Біляєв С. С., Хитрова, Г. О. Класифікація видів прибутку на підприємстві. *Science, research, development*. № 34, 2020. С. 29.
8. Ашмаріна І. С., Круковська О. В. Формування і використання прибутку підприємства. Науково-економічні аспекти розвитку підприємств аграрної сфери: облік, оподаткування і контроль : матеріали Всеукр. наук.-практ. інтернетконф. 21-22 листопада 2019 рік, Херсон: ДВНЗ «ХДАУ», 2019. С. 146.

9. Окренець В. Трактуювання прибутку в обліково-інформаційному забезпеченні підприємств. *Вісник економіки*. 2022. Вип. 3. С. 73. URL: <https://doi.org/10.35774/visnyk2022.03.065> (дата звернення: 10.12.2022).

10. Белінська С., Крисіна І. Фінансово-облікове забезпечення формування прибутку суб'єктів господарювання. Актуальні питання вдосконалення судовоекспертної та правоохоронної діяльності : зб. матер. засід. №1 постійно діючої Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Кропивницький, 24 вересня 2021 р.). Кропивницький: ТОВ «Центрально-Українське видавництво», 2021. С. 469.

11. Цюцяк І., Цюцяк А. Використання прибутку: порядок облікового відображення та оподаткування операцій. 2022. *Економічний аналіз*. Том 32. № 3. С. 194.

12. Круковська О. В. Формування і використання прибутку підприємства. The II International Science Conference on Science and practical Technologies, January 26-29, 2021, Luxembourg, Luxembourg. С. 103.

13. Шейко Ю. О. Підвищення рентабельності підприємств сфери послуг. *Економічний форум*. 2021. № 3. С. 108.

14. Кириченко С. О., Кашпуренко Т. О. Диверсифікація виробництва як спосіб збільшення прибутковості підприємств у сучасних умовах. *Ефективна економіка*, № 5, 2023. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.5.53> (дата звернення 25.05.2023).

15. Кириченко С. О., Кашпуренко Т. О. Інвестування як фактор збільшення прибутковості підприємства. Проблеми розвитку економіки підприємства : погляд молоді : Матеріали XVI Міжнародної наукової конференції здобувачів вищої освіти (м. Харків, 10 березня 2023 року). – Х.: ХНАДУ. – 2023. С. 62-63.

16. Кардашева А. А. Особливості аналітичних процедур у процесі оцінки фінансового стану та перспектив діяльності підприємства. The 1th International scientific and practical conference “Current issues of science and integrated technologies” (January 10-13, 2023) Milan, Italy. International Science Group. 2023. С. 108.

17. Єпіфанова І. Ю., Гуменюк В. С. Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності. *Економіка та суспільство*. 2016. Вип. 3. С. 189-192.

18. Порсюрора І. П. Факторний аналіз прибутку та прогнозування поточних витрат бізнес-структури. The 11th International scientific and practical conference “Innovations and prospects of world science” (June 22-24, 2022) Perfect Publishing, Vancouver, Canada. 2022. С. 568.

19. Сорока М. М., Ткачук Г. Ю. Факторний аналіз прибутку підприємства як інструмент оцінювання його інвестиційної привабливості. *Наука майбутнього*. № 2 (6), 2020. С. 208.

20. Рокіцька А. Особливості застосування кореляційного аналізу в умовах ризику та невизначеності. Забезпечення сталого розвитку фінансової системи України в умовах глобалізації: зб. тез учасників II Всеукр. наук.-практ. інт.-конф. молодих вчених та здобувачів вищої освіти (м. Кам'янець-Подільський, 20 травня 2021 року). Кам'янець-Подільський: Подільський державний аграрно-технічний університет. 2021. С. 60-61.

21. Поліщук С. В., Кашпуренко Т. О. Маржинальний аналіз як один з чинників вирішення проблеми оцінки прибутковості підприємства. Розвиток підприємництва як фактор росту національної економіки : матеріали XXI Міжнародної науково-практичної конференції 23 листопада 2022 року. Київ : ІВЦ «Політехніка», 2022. С. 128.

22. Харченко І. В., Романюк Л. М. Бухгалтерська та реальна точка беззбитковості. Напрями економічного зростання та інноваційного розвитку підприємства : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. студ., аспірантів та молодих учених, 16 квіт. 2020 р. / Центральноукраїн. нац. техн. ун-т. – Кропивницький : РВЛ ЦНТУ, 2020. – С. 126.

23. Дубовикова С. О. Маржинальний аналіз в управлінні діяльністю підприємства. Бухгалтерський облік, контроль та аналіз в умовах інституційних змін : Збірник наукових праць Всеукраїнської науково-практичної конференції. м. Полтава, 27 жовтня 2022 р. Полтава, 2022. С. 512.

24. Яценко В. Еволюціонування системи обліку витрат і калькулювання собівартості продукції. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. Вип. 1, 2020. С. 261.

25. Томашевська О. А. Особливості системи обліку витрат «direct-costing». Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції (присвяченої 100-річчю від Дня народження професора Турченка Михайла Михайловича): Управління розвитком соціально-економічних систем, 15-16 червня 2022 року. Харків: ДБТУ, 2022. С. 355-356.

26. Гоблик В. В., Мицик П. П., Кошеля Д. І. Кореляційно-регресійний аналіз діяльності суб'єктів підприємництва та їх кластерних утворень. *Міжнародний науковий журнал «Освіта і наука»*. 2022. № 1 (32). С. 146.

27. Офіційний сайт ПАТ «Київхліб». URL: <https://kyivkhib.ua/> (дата звернення: 05.02.2023).

28. Офіційний сайт ПрАТ «Звягельхліб». URL: <http://nvhlib.com.ua/> (дата звернення: 05.02.2023).

29. Чепка В. В., Свідерська І. М., Гавриленко Ю. О. Фінансовий стан підприємства: *Теоретичні основи. Інвестицій: практика та досвід*. 2021. № 19. С. 98. URL: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2021.19-20.96> (дата звернення: 11.02.2023).

30. Мельник Т. Ю., Свірко С. В. Теоретико-методичні основи оцінювання майнового стану підприємства. *Економіка, управління та адміністрування*. 2022. № 1 (95). С. 9. URL: [https://doi.org/10.26642/jen-2022-1\(95\)-8-16](https://doi.org/10.26642/jen-2022-1(95)-8-16) (дата звернення: 11.02.2023).

31. Соловей Н., Гудима В. Аналіз ділової активності підприємства як основа підвищення ефективності його діяльності. *Молодий вчений*. 2020. № 1 (65). С. 247-248. URL: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-1-65-56> (дата звернення: 11.02.2023).

32. Ткачук А. О. Коефіцієнтний метод оцінки аналізу ліквідності підприємства. *Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ*. Вінниця:

Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. Вип. 68. С. 234. URL: http://www.vtei.com.ua/konfa/23_05_19/7_68.pdf#page=233 (дата звернення: 12.02.2023).

33. Лопатовська О., Пономарьова К. Сучасна методика аналізу ліквідності та платоспроможності підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. № 5, Том 1. С. 222-223. URL: [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-310-5\(1\)-36](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-310-5(1)-36) (дата звернення: 12.02.2023).

34. Шнуренко Н. О., Циклаурі Н. К. Оцінка платоспроможності та фінансової стійкості підприємств. *Цифрове суспільство: фінанси, економіка, управління: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції*. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2021. С. 48.

35. Болгов В. Є., Витяганець І. М. Забезпечення фінансової стійкості та платоспроможності як важлива ціль внутрішньофірмового бюджетування. *Економіка і організація управління*. 2022. № 1 (41). С. 17. URL: <https://doi.org/10.31558/2307-2318.2022.1.2> (дата звернення: 12.02.2023).

36. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 13.02.2023).

37. Державна служба статистики України. Головне управління статистики у Житомирській області. URL: <http://www.zt.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 13.02.2023).

38. Дипломне проектування: написання, оформлення та захист атестаційних робіт для здобувачів вищої освіти [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальності 051 Економіка, ОПП Економіка бізнес-підприємства / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: А.В. Гречко, В.М. Марченко, Н.Л. Кузьмінська, О.В. Кривда. – Електронні текстові дані (1 файл: 1,3 Мбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 66 с.

39. Офіційний сайт ТОВ «Київський БКК». URL: <https://kyivbkk.com/> (дата звернення: 03.04.2023).

40. Офіційний сайт ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен». URL: <https://www.roshen.com/ua> (дата звернення: 03.04.2023).

41. Офіційний сайт ТОВ «Кондитерський дім «Вацак». URL: <https://vatsak.com.ua/> (дата звернення: 03.04.2023).

42. Офіційний сайт ТОВ «Бакіто». Каталог. Обладнання. Лінія для формування тортів. URL: <https://bakito.com/catalog/inshe-kondyterske-obladnannya/liniya-dlya-formuvannya-tortiv/> (дата звернення: 04.04.2023).

43. Основи підприємницької діяльності : підручник / за редакцією д.е.н., проф. В. М. Марченко. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. Вид-во «Політехніка», 2022. С. 330.

44. Кривда О. В., Кашпуренко Т. О. Ризики впровадження штучного інтелекту на підприємствах. БІЗНЕС, ІННОВАЦІЇ, МЕНЕДЖМЕНТ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ: зб. тез доп. IV Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 20 квітня 2023 р. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2023. С. 126.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Таблиця А.1 – Показники майнового стану підприємства

Показник	Формула розрахунку	Нормативне значення
Фондомісткість	$\frac{\text{Вартість основних засобів}}{\text{Вартість виробленої продукції}}$	зниження
Фондовіддача	$\frac{\text{Вартість виробленої продукції}}{\text{Вартість основних засобів}}$	зростання
Фондоозброєність	$\frac{\text{Вартість основних засобів}}{\text{Середньооблікова чисельність працівників}}$	зростання
Коефіцієнт зносу основних засобів	$\frac{\text{Сума зносу основних засобів}}{\text{Вартість основних засобів}}$	< 0,5
Коефіцієнт придатності основних засобів	$1 - \text{Коефіцієнт зносу основних засобів}$	> 0,5
Коефіцієнт вибуття основних засобів	$\frac{\text{Вартість виведених основних засобів}}{\text{Вартість основних засобів}}$	-
Коефіцієнт оновлення основних засобів	$\frac{\text{Вартість введених основних засобів}}{\text{Вартість основних засобів}}$	> коефіцієнта вибуття
Коефіцієнт приросту основних засобів	$\frac{\text{Вартість введених} - \text{Виведених основних засобів}}{\text{Вартість основних засобів}}$	> 0

Джерело: складено автором на основі даних [29-30]

Таблиця А2 – Показники ділової активності підприємства

Показник	Формула розрахунку
1	2
Коефіцієнт оборотності активів	$\frac{\text{Чистий дохід від реалізації продукції}}{\text{Середньорічна вартість активів}}$
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	$\frac{\text{Чистий дохід від реалізації продукції}}{\text{Середньорічна вартість оборотних активів}}$
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	$\frac{\text{Чистий дохід від реалізації продукції}}{\text{Дебіторська заборгованість}}$
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	$\frac{\text{Чистий дохід від реалізації продукції}}{\text{Кредиторська заборгованість}}$
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	$\frac{\text{Чистий дохід від реалізації продукції}}{\text{Власний капітал}}$
Коефіцієнт оборотності основних засобів	$\frac{\text{Чистий дохід від реалізації продукції}}{\text{Середньорічна вартість основних засобів}}$
Коефіцієнт оборотності запасів	$\frac{\text{Собівартість реалізованої продукції}}{\text{Запаси}}$
Тривалість одного обороту, дн.	$\frac{\text{Кількість днів у періоді}}{\text{Коефіцієнт оборотності активів}}$
Тривалість одного обороту дебіторської заборгованості, дн.	$\frac{\text{Кількість днів у періоді}}{\text{Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості}}$

Продовження таблиці А2

1	2
Тривалість одного обороту кредиторської заборгованості, дн.	$\frac{\text{Кількість днів у періоді}}{\text{Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості}}$
Тривалість операційного циклу, дн.	$\text{Тривалість обороту запасів} + \text{тривалість обороту дебіторської заборгованості}$

Джерело: складено автором на основі даних [31]

Таблиця А3 – Показники ліквідності підприємства

Показник	Формула розрахунку	Нормативне значення
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	$\frac{\text{Грошові кошти} + \text{Короткострокові вкладення}}{\text{Сума короткострокової заборгованості}}$	> 0,2
Коефіцієнт поточної ліквідності	$\frac{\text{Вартість оборотних активів}}{\text{Сума короткострокової заборгованості}}$	≥ 1,5
Коефіцієнт швидкої ліквідності	$\frac{\text{Вартість оборотних активів} - \text{Запаси}}{\text{Сума короткострокової заборгованості}}$	≥ 0,5

Джерело: складено автором на основі даних [32]

Таблиця А4 – Показники платоспроможності та фінансової стійкості

Показник	Формула розрахунку	Нормативне значення
Коефіцієнт автономії	$\frac{\text{Власний капітал}}{\text{Валюта балансу}}$	≥ 0,5, збільшення
Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	$\frac{\text{Залучений капітал}}{\text{Валюта балансу}}$	≤ 0,5, зниження
Коефіцієнт фінансової залежності	$\frac{\text{Валюта балансу}}{\text{Власний капітал}}$	≤ 2, зменшення
Коефіцієнт фінансового левериджу	$\frac{\text{Залучений капітал}}{\text{Власний капітал}}$	≤ 0,5, критичне – 1
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	$\frac{\text{Власні оборотні кошти}}{\text{Власний капітал}}$	> 0, збільшення
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами	$\frac{\text{Власний капітал} - \text{Необоротні активи}}{\text{Оборотні активи}}$	> 0, збільшення
Коефіцієнт забезпеченості запасів і витрат власними оборотними коштами	$\frac{\text{Власний капітал} - \text{Необоротні активи}}{\text{Запаси і затрати}}$	≥ 0,5
Коефіцієнт фінансової стабільності	$\frac{\text{Власний капітал} + \text{Довгострокові зобов'язання}}{\text{Валюта балансу}}$	> 1

Джерело: складено автором на основі даних [34-35]

Таблиця А5 – Показники рентабельності підприємства

Показник	Формула розрахунку
1	2
Рентабельність активів	$\frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Середньорічна вартість активів}} \times 100\%$

Продовження таблиці А5

1	2
Рентабельність основних засобів	$\frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Середньорічна вартість основних засобів}} \times 100\%$
Рентабельність власного капіталу	$\frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Середньорічна вартість власного капіталу}} \times 100\%$
Рентабельність реалізації 1	$\frac{\text{Валовий прибуток}}{\text{Чистий дохід від реалізації продукції}} \times 100\%$
Рентабельність реалізації 2	$\frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Чистий дохід від реалізації продукції}} \times 100\%$
Рентабельність продукції	$\frac{\text{Валовий прибуток}}{\text{Собівартість реалізованої продукції}} \times 100\%$
Рентабельність обороту	$\frac{\text{Чистий приплив коштів}}{\text{Чистий дохід від реалізації продукції}} \times 100\%$
Рентабельність сукупного капіталу	$\frac{\text{Чистий приплив коштів}}{\text{Середньорічна вартість активів}} \times 100\%$
Рентабельність власного капіталу (розрахована по чистому припливі коштів)	$\frac{\text{Чистий приплив коштів}}{\text{Середньорічна вартість власного капіталу}} \times 100\%$
Рентабельність виробництва	$\frac{\text{Чистий приплив коштів}}{\text{Середньорічна вартість основних фондів}} \times 100\%$

Джерело: складено автором на основі даних [17]

ДОДАТОК Б

Таблиця Б1 – Баланс на кінець 2020-2022 років

Актив	Код рядка	Значення за період, тис. грн		
		2020	2021	2022
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи	1000	10,6	37,6	30,0
первісна вартість	1001	134,5	155,0	152,0
накопичена амортизація	1002	123,9	117,4	122,0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	126,8	23,5	357,6
Основні засоби:	1010	21247,1	21562,3	25678,0
первісна вартість	1011	36449,3	38679,4	44913,0
знос	1012	(15202,2)	(17117,1)	(19235,0)
Довгострокові біологічні активи	1020	0,0	0,0	0,0
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	0,0	0,0	0,0
Інші необоротні активи	1090	0,0	0,0	73,7
Усього за розділом I	1095	21384,5	21623,4	26139,3
II. Оборотні активи				
Запаси:	1100	3413,2	4727,1	5603,1
у тому числі готова продукція	1103	40,0	76,2	20,4
Поточні біологічні активи	1110	0,0	0,0	0,0
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	2433,9	2839,4	2854,8
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	68,2	120,1	12,1
у тому числі з податку на прибуток	1136	0,0	0,0	0,0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	472,0	2002,7	2894,5
Поточні фінансові інвестиції	1160	0,0	0,0	0,0
Гроші та їх еквіваленти	1165	2298,8	3861,3	3809,0
Витрати майбутніх періодів	1170	70,3	74,1	100,5
Інші оборотні активи	1190	17,5	4,2	8,7
Усього за розділом II	1195	8773,9	13628,9	15282,7
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0,0	0,0	0,0
Баланс	1300	30158,4	35252,3	41422,0

Пасив	Код рядка	Значення за період, тис. грн		
		2020	2021	2022
1	2	3	4	5
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	775,0	775,0	775,0
Додатковий капітал	1410	0,0	0,0	0,0
Резервний капітал	1415	226,5	226,5	226,5

Продовження таблиці Б1

1	2	3	4	5
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	22027,3	22094,1	26549,2
Неоплачений капітал	1425	(0,0)	(0,0)	(0,0)
Усього за розділом I	1495	23028,8	23095,6	27550,7
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	0,0	0,0	0,0
III. Поточні зобов'язання				
Короткострокові кредити банків	1600	0,0	4597,6	4445,6
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0,0	0,0	0,0
товари, роботи, послуги	1615	3235,0	3761,8	4500,2
розрахунками з бюджетом	1620	1089,7	1026,0	1505,2
у тому числі з податку на прибуток	1621	102,0	0,0	352,9
розрахунками зі страхування	1625	314,4	259,7	321,3
розрахунками з оплати праці	1630	1191,6	1048,7	1220,2
Доходи майбутніх періодів	1665	0,0	76,0	67,1
Інші поточні зобов'язання	1690	1298,9	1386,9	1811,7
Усього за розділом III	1695	7129,6	12156,7	13871,3
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0,0	0,0	0,0
Баланс	1900	30158,4	35252,3	41422,0

Джерело: дані бухгалтерської звітності ПрАТ «Звягельхліб»

Таблиця Б2 – Звіт про фінансові результати за 2020-2022 роки

Назва рядка	Код рядка	Значення за період, тис. грн		
		2020	2021	2022
1	2	3	4	5
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	86728,6	90955,0	102450,9
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(54326,5)	(58410,0)	(63300,6)
Інші операційні доходи	2120	504,2	857,3	960,3
Інші операційні витрати	2180	(29321,9)	(31614,3)	(33980,1)
Інші доходи	2240	308,7	237,3	239,8
Інші витрати	2270	(172,7)	(270,6)	(696,0)
Разом доходи	2280	87541,5	92049,6	103651,0
Разом витрати	2285	(83821,1)	(90294,9)	(97976,7)
Фінансовий результат до оподаткування	2290	3720,4	1754,7	5674,3
Податок на прибуток	2300	(679,0)	(362,9)	(1062,7)
Чистий прибуток (збиток)	2350	3041,4	1391,8	4611,6

Джерело: дані бухгалтерської звітності ПрАТ «Звягельхліб»

ДОДАТОК В

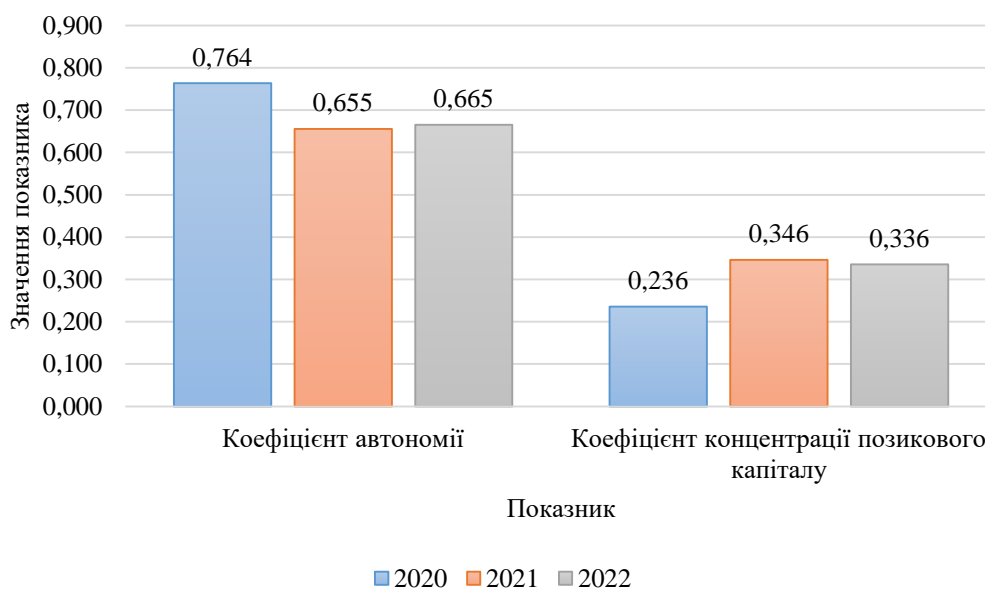


Рисунок В1 – Динаміка зміни показників фінансової стійкості

Джерело: побудовано автором за даними табл. 2.5

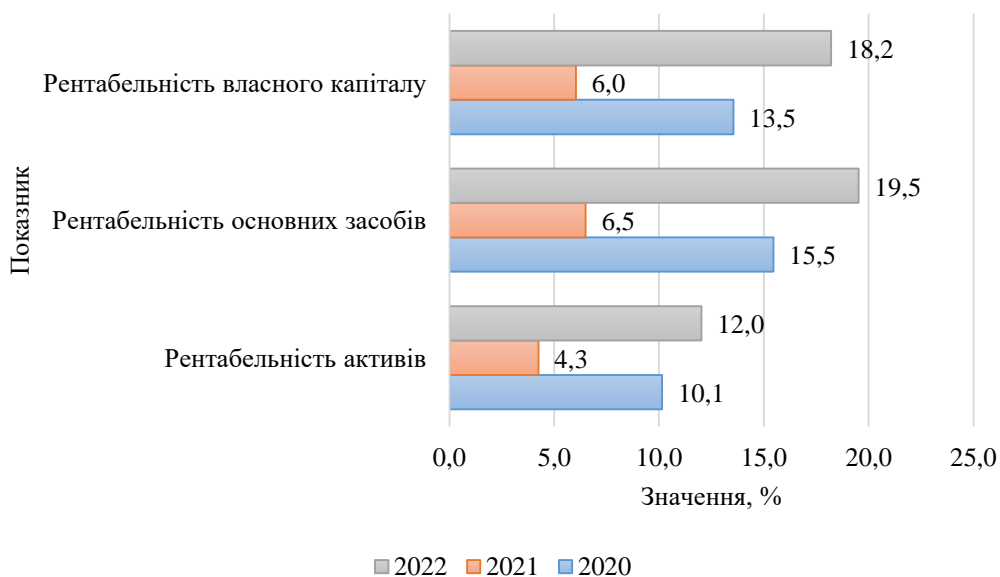


Рисунок В2 – Динаміка зміни показників рентабельності капіталу

Джерело: побудовано автором за даними табл. 2.12