

СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ А. С. МАКАРЕНКА

ФІЗИКО-МАТЕМАТИЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА БІЗНЕС-ЕКОНОМІКИ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Чжен Тін

ШЛЯХИ ТА НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ
УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Спеціальність: 051 «Економіка»

Галузь знань: 05 Соціальні та поведінкові науки

Кваліфікаційна робота

на здобуття освітнього ступеню магістра

Науковий керівник

_____ В.А. Омеляненко

доктор економічних наук, професор
кафедри бізнес-економіки та
адміністрування

« ____ » _____ 2024 року

Виконавець

здобувач вищої освіти групи 562і

郑庭

_____ Чжен Тін

« ____ » _____ 2024 року

Суми 2024

**СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені А.С.МАКАРЕНКА**

Інститут, факультет Фізико-математичний
Кафедра Бізнес-економіки та адміністрування
Рівень вищої освіти магістр
Спеціальність 051 Економіка
Освітньо-професійна програма Економіка

ЗАТВЕРДЖУЮ
**Завідувач кафедри бізнес-економіки
та адміністрування**

_____ д.е.н., професор Божкова В.В.
«__» _____ 2024 р.

**З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ**

Чжен Тін

1. Тема роботи: «Шляхи та напрямки удосконалення процесу управління прибутком підприємства»

Керівник роботи: доктор економічних наук, проф. Омеляненко В.А.
Затвержені наказом від «__» _____ 202_ року, № _____

2. Строк подання студентом роботи «__» _____ 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи:

мета дослідження: розробка системи управління ефективністю компанії та рекомендації щодо її впровадження.

об'єкт дослідження: ефективне управління прибутком бізнесу.

предмет дослідження: теоретичні питання, принципи, логіка, методи та практичні аспекти створення процесів управління фінансами підприємства.

4. Зміст роботи (перелік питань, які потрібно розробити):

Розділ 1. Теоретичні основи управління прибутком підприємства

Розділ 2. Аналіз управління прибутком ТОВ «ЄВРОБУД»

Розділ 3. Шляхи та напрямки удосконалення процесу управління прибутком підприємства

5. Перелік графічного (ілюстративного) матеріалу (із чітким зазначенням обов'язкових складових): робота містить 7 таблиць і 10 рисунків.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1.	Омельяненко В.А.		郑庭
2.	Омельяненко В.А.		郑庭
3.	Омельяненко В.А.		郑庭

7. Дата видачі завдання «__» __ 202__ року.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ в/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітки
1.	Вибір теми магістерської роботи, ознайомлення з науковою літературою за темою дослідження		виконано
2.	Обговорення та затвердження теми магістерської роботи та наукового керівника на засіданні кафедри, наказом ректора університету		виконано
3.	Отримання консультації в керівника, накопичення матеріалів для написання теоретичної частини дослідження, розробка плану роботи, визначення об'єкта, предмета, мети, гіпотези, завдань дослідження, критеріїв оцінювання		виконано
4.	Робота над теоретичною частиною магістерської роботи, аналіз літературних джерел. Розробка та апробація методики дослідної роботи		виконано
5.	Подання теоретичної частини магістерської роботи для першого читання науковим керівником		виконано
6.	Усунення зауважень, урахування рекомендацій наукового керівника щодо першого розділу роботи.		виконано
7.	Подання другого розділу експериментально-дослідної частини магістерської роботи на перевірку науковому керівнику		виконано
8.	Подання третього розділу методологічної частини магістерської роботи на перевірку науковому керівнику		виконано
9.	Урахування рекомендацій наукового керівника, збагачення роботи додатковими дослідженнями, підготовка загальних висновків		виконано
10.	Доопрацювання магістерської роботи з урахуванням рекомендацій після передзахисту		виконано
11.	Подання магістерської роботи науковому керівнику та рецензенту на підготовку відгуку та рецензії, подання електронної версії магістерської роботи		виконано
12.	Подання на кафедру остаточного варіанта магістерської роботи, переплетеного та підписаного магістрантом, науковим керівником і рецензентом		виконано

Науковий керівник _____ д. е. н., проф. Омельяненко В.А.

(підпис)

Здобувач _____

郑庭

Чжен Тін

(підпис)

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА	8
1.1. Економічна сутність прибутку та концепції його формування	8
1.2. Порядок формування і використання прибутку на підприємстві	16
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ТОВ «ЄВРОБУД»	36
2.1. Загальна характеристика підприємства	36
2.2. Аналіз формування прибутку на підприємстві ТОВ «Євробуд»	41
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ТА НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА	48
3.1. Співвідношення ціни і витрат - інструмент збільшення доходу	46
3.2. Моделювання бізнес-процесу управління прибутковістю підприємства в умовах динамічного розвитку економіки	56
ВИСНОВКИ	62
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	65

ВСТУП

Економіка України поступово трансформується в ринкову, що характеризується зміною різних форм влади, вільним підприємництвом, усіма його формами конкуренції, ринковими цінами, високими прибутками та іншими видами ринкової економіки. Як наслідок, це складна, не до кінця вивчена економічною наукою структура, важлива для системи складових ринкової економіки.

В епоху економічних змін відбуваються суттєві зміни в брендингу продукції – зростає його роль в економічному процесі. В умовах нового економічного розвитку країни і створення самостійності підприємств продукт набув нового значення, тому що він функціонує в ринкових умовах, а не тому, що він є основним джерелом економічного розвитку. Продукт поєднує інтереси уряду, власників і працівників підприємства з основною силою ринкової економіки.

Прибуток компанії є метою організації. В наш час відбуваються зміни у способах управління бізнесом. Ці зміни представляють нову сферу продуктивності для компанії. Як наслідок, це важливо для ефективного управління всім підприємством і маркуванням, зокрема, необхідно вдосконалювати існуючі інструменти управління та розробляти нові, сумісні з новими економічними умовами – підприємствами України. Ступінь точності системи управління грошовими коштами залежить від ефективності засобів управління грошовими коштами підприємства.

Актуальність назви магістерської статті полягає в тому, що основою економічного розвитку в умовах ринкової економіки є прибуток – найважливіший показник успішності підприємства, джерело його важливої роботи. Однак не можна вважати, що планування та проектування продукту обмежуються корпоративними інтересами. Не меншу стурбованість викликають держава (фінанси), комерційні банки, інвестиційні структури, акціонери та інші фінансові власники.

Одним із шляхів забезпечення сталого функціонування підприємства є впровадження ефективного аналізу та інтегрованих методів управління прибутком підприємства через оптимізацію розподілу ресурсів підприємства, насамперед грошових потоків, та продовження господарських зв'язків. Він необхідний для роботи організацій і підприємств і забезпечує безперервне виробництво і продаж продукції.

Метою роботи є розробка системи управління ефективністю компанії та рекомендації щодо її впровадження.

Для досягнення мети дослідження були поставлені такі науково-практичні завдання:

- розглянуто теоретичні основи структури системи управління фінансами підприємства;
- визначено культурні аспекти управління фінансами компанії;
- знайти шляхи фінансового оздоровлення компанії на основі управління результатами діяльності;
- проаналізовано всі наявні ресурси ТОВ «Євробуд» та надано конкретні вказівки щодо їх використання;
- визначити основні принципи процесу визначення найкращої ціни продукції підприємства;
- підготувати процедуру порівняння доходів і витрат, які має отримати підприємство, і для цього визначено всі необхідні фактори;
- виявити основні причини збільшення доходів і зменшення витрат.

Поліпшення фінансового менеджменту компанії означає вибір найкращого співвідношення доходів і витрат для фінансових відносин, що призводить до підвищення продуктивності через аналіз і управління грошима та іншими ресурсами компанії.

Удосконалення управління грошима базується на концепції грошей, яка пов'язана з концепцією грошей. Вони є унікальним універсальним товаром, який використовується як загальний стандарт, що виражає вартість усіх інших товарів. Гроші виконують функції обміну, платежу, вимірювання вартості,

накопичення багатства, світової валюти. В умовах ринкової економіки ця частина економіки набуває нової додаткової функції, від якої залежить і ефективність і правильність використання грошей, і ефективність окремих частин підприємства, і виробництва в цілому. прикраса

Об'єкт дослідження – ефективне управління прибутком бізнесу.

Предмет дослідження є теоретичні питання, принципи, логіка, методи та практичні аспекти створення процесів управління фінансами підприємства.

Теоретичною та практичною метою дипломної роботи є вивчення та творча оцінка основних досягнень вітчизняної та зарубіжної науки в управлінні фінансами підприємства. Дана робота показує правдиве відображення фінансового стану підприємства, відповідно до методів, які використовуються для торговельних компаній та будівельних компаній та конкретних ідей щодо впровадження деяких ефективних методів забезпечення та покращення фінансового стану підприємства.

Структура роботи – вступ, три частини, що містять розв'язання основних проблем дослідження, стислий виклад висновків за результатами роботи та список використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

1.1. Економічна сутність прибутку та концепції його формування

Прибуток є важливою складовою загальної економіки та основною метою підприємницької діяльності. Йому належить важлива роль, яка показує багато економічних відносин у відтворювальному процесі та забезпечує соціальний розвиток підприємства.

Термін «прибуток» є спірною областю для багатьох вчених. Вивчення його економічної сутності сягає XVII ст. серед багатьох економічних концепцій - концепція прибутку, представлена економістами, є однією з найскладніших. Тому проблема його встановлення зумовлена найважливішими проблемами економік та господарської діяльності загалом.

Протягом століть економісти досліджували сутність поняття «прибуток» і викладали різні принципи його побудови. Одні автори в економічній літературі розглядають його як дохід у формі заробітної плати, фінансів і ренти, а інші — як фонд капіталу. Прибуток визначається в марксистській літературі як видозмінена форма додаткової вартості, створена найманною працею. У Сполучених Штатах та інших країнах з розвиненою ринковою економікою загальний принцип полягає в тому, що продуктивність є винагородою за підприємницькі здібності. Водночас, на думку багатьох авторів, капітал є основним джерелом прибутку. Відповідно ми узагальнили основні поняття економічної цінності продукту, представлені в таблиці. 1.1

Сучасні підходи щодо трактування сутності прибутку

Автор	Концепції економічної сутності прибутку
Т. Мен	Вважав, що прибуток є різницею між продажною і покупною ціною товару
У. Петті	Джерелом прибутку визначав виробництво
А. Сміт	Прибуток розглядав у вигляді продукту праці, який привласнюється власником засобів виробництва
Д. Рікардо	Вважав, що прибуток – це складова частина вартості, яка створюється працею
Ж.Б. Сей	Розглядав прибуток як винагороду підприємця за його промислові здібності
К. Маркс	Відповідно до його концепції, прибуток – це надлишок виручки над витратами капіталу, який безоплатно привласнюється власником засобів виробництва
Й. Шумпетер	Вважав, що прибуток – це винагорода за підприємницьку діяльність, тобто вартісний вираз того, що створює підприємець.
Ф. Найт	Сверджував, що прибуток є винагородою підприємця за прийняття рішень в умовах невизначеності
Е. Чемберлен	Монопольним прибутком вважав додаткову частину загального прибутку, джерелом якої є реалізована в ціні монополія
П. Самуельсон	Визначав прибуток як дохід від факторів виробництва, винагороду за підприємницьку діяльність та впровадження нововведень
А. Бабо	Прибуток розгляд як різницю, відхилення та залишок

Розвиток уявлень про природу грошей починається з формуванням меркантилізму, головним лідером якого в Англії є Т. Мейн. Торговці розглядали зовнішню торгівлю як джерело прибутку. Вони стверджували, що прибуток виходить від поділу обігу і визначає, що він є різницею між цінами купівлі та продажу товарів.

А його витоки в XVII ст. в Англії класична школа політичної економії, її засновник Вільям Петті, стверджує походження «виробниче» блага, його джерелом є не сфера розподілу, а праця, виробництво. Враховуючи, що працівник у процесі праці отримує не всю створену ним вартість, а той мінімум життя, Петті розглядає питання про додатковий продукт, який перетворюється для нього на блага. У. Петті не розглядав гроші як окрему одиницю, а пов'язував їх з ренною, яка розглядалася у двох проявах: рента від землі та рента від грошей (грошей), створюючи основний образ додаткового продукту.

Тому У. Петті та його близькі соратники вирішили, що дохід був у формі орендної плати та прибутку від виробництва іншого продукту від операції.

У XVIII ст, згідно з ученням У. Петті, який розвивав школу фізіократів, його дослідження були спрямовані на сферу праці. Сказали, що це лише сільськогосподарська продукція. Найважливішою формою додаткової вартості є земельна рента, яку фізіократи називають «чистим продуктом», який є результатом додаткової праці працівника [10, 25].

Провідним економічним теоретиком XVIII століття був Адам Сміт. Розглядаючи теорію прибутку А. Сміта, слід підкреслити, що на відміну від торговців, які вважають, що продукт створюється в зоні обігу, і фізіократів, які були пов'язані з сільським господарством, А. Сміт першоджерелом виділяє лише працю. продуктивність.

Основні поняття трудової теорії вартості розвинув А. Сміт у своїй праці «Дослідження про природу та причини багатства», опублікованій у 1776 р. Він вважає, що багатство є результатом ролі, яку отримує господар методів виробництва. У цьому контексті вчений каже, що «вартість, яку працівники

додають до товарів зводиться до двох частин, одна — це ціна, яку їм сплачують, інша — це результат «тих, хто їх обробляє з цілого», у вигляді товарів і заробітної плати». А. Сміт також говорить, що «прибуток капіталу визначається ціною капіталу, використаного в роботі, і вона відрізняється від витрат». Окрім праці та прибутку, іншим цінним фактором, що визначає обмінний курс товару, є рента [13, 46].

Відповідно А. Сміт дійшов висновку, що заробітна плата, рента і прибуток є трьома основними джерелами доходу і мінової вартості.

Давид Рікардо, представник класичної політичної економії XVIII — початку XIX століття. Є прихильником і продовжувачем теорії трудової вартості А. Сміта. Як і А. Сміт, Д. Рікардо говорив, що тільки дія дає результат. На думку Рікардо, прибуток і витрати є не активами, а частиною вартості, створеної працею. Аналізуючи відношення прибутку до ціни, він дійшов висновку, що зростання цін призводить до падіння прибутку і навпаки, прибуток збільшується за рахунок зниження цін [11].

Погляди А. Сміта і Д. Рікардо покладені в основу створення концепції капітального продукту, згідно з якою продукт є результатом заміни людської праці капіталом і здійснення ним речей, які неможливо зробити людською працею.

У своїй праці «Дослідження природи і причин багатства», опублікованій у 1776 р., А. Сміт розвинув основні поняття трудової теорії вартості. Він вважає, що продукт є результатом праці, який отримує власник засобів виробництва. На цій підставі вчений говорить, що «вартість, додана робітниками до зменшених благ... у двох частинах, одна з яких виплачує їм заробітну плату, інша є результатом роботодавця з усього капіталу, який він надав у форма товарів і заробітної плати». На думку А. Сміта, «прибуток капіталу визначається ціною капіталу, використаного в роботі, і сильно відрізняється від цін». Окрім праці та прибутку, ще одним вартісним фактором, що визначає обмінний курс товару, є рента [13, 46].

Виходячи з цього, А. Сміт зробив висновок, що ціни, рента і прибуток є трьома первинними джерелами доходу і мінової вартості.

Прихильником і продовжувачем теорії трудової вартості А. Сміта є представник класичної політичної економії XVIII — початку XIX ст., Давид Рікардо. Як і А. Сміт, Д. Рікардо говорив, що лише праця корисна. За Рікардо, прибуток і витрати є не ресурсами, а компонентами вартості, створеної працею. Аналізуючи відношення прибутку до ціни, він зробив висновок, що зростання цін зменшить прибуток і навпаки, прибуток збільшиться за рахунок зниження цін [11].

Ідеї А. Сміта та Д. Рікардо покладені в основу створення концепції капітального продукту, згідно з якою продукт є результатом заміни людської праці капіталом та його виконанням роботи, яка не може бути виконана жодною особою. . працювати

Тому концепція створення продукту А. Сміта і Д. Рікардо заклала основи концепції трудової вартості, на той час вона ще не була перевірена як корисна концепція.

Пізніше концепція капітального продукту переросла в концепцію трьох факторів виробництва - праці, капіталу і землі, творцем якої був Ж.Б. Я стверджував, що ці аспекти виробництва мають особливе значення для створення доходів капіталістів і землевласників. Він розглядав гроші як винагороду підприємцю за його виробничу майстерність у процесі поєднання всіх елементів виробництва [10].

У середині 800-х років була розроблена теорія додаткової вартості К. Маркса. У вигляді зміненої форми додаткової вартості результатом є продукт, що є метою споживчої праці та ознакою позитивного розвитку виробництва капіталу. Прибуток — це перевищення доходу над капітальними витратами, який вільно розподіляється власниками засобів виробництва. К. Маркс вважав, що надлишки продукції створюються у сфері виробництва і реалізуються у сфері обігу як джерело прибутку.

Перетворення додаткової вартості на прибуток пов'язане з тим, що капіталіст авансує свій капітал не тільки на оплату праці, а й на придбання засобів виробництва, не маючи можливості виробляти і створювати залишкову вартість. Тому «додаткова вартість, продукт усіх капітальних благ, набуває форми перетвореного продукту» [5, 43].

Тому для К. Маркса прибуток є результатом експлуатації найманих робітників капіталом, а відносини «капіталізм — робітник» є основою відносин капіталістичного суспільства.

Слід зазначити, що марксистська теорія прибутку, заснована на експлуатації праці капіталом, та інші теорії «способу виробництва» XVIII-XIX століть дійшли до трактування доходу за кваліфіковану управлінську діяльність, тобто форма компенсації. Це означає, що до 20 століття економічне мислення не мало окремого поняття прибутку [7, 21].

Відсутність вчення про походження блага пояснює феномен тлумачення цієї частини в економічних теоріях аж до 20 століття, або відсутність раціонального зв'язку між двома основними групами проблем – структурою продукту та його функцією у підприємницькій діяльності. Зважаючи на це, у галузі досліджень ще не вирішені проблеми ефективного використання та розподілу виробничих ресурсів у ринковій економіці, пов'язані з поняттям ефективності праці – бізнесу. Тільки в XX ст. Коли починає з'являтися конкретна концепція продукту, виділяють три основних джерела її походження:

- послідовне інтегрування технічної, комерційної та адміністративної діяльності в господарську діяльність;
- компенсація очікуваного та неочікуваного ризику;
- монополія – низька конкуренція в різних її формах [17].

У той час була популярна теорія доходу Й. Шумпетера. У своїй праці «Теорія економічного розвитку» він розвинув концепцію прибутку як результату інноваційної діяльності. У науковій теорії Й. Шумпетера вперше вводиться теорія винахідника, винахідника, який запровадив нові комбінації

різних сторін виробництва, тобто творчості. У той же час він запропонував нові речі для зміни ділової та фінансової практики, а саме відкриття нових торгових ринків і розвиток нових джерел сировини, створення нових продуктів і революційні зміни в управлінні, і технології виробництва.

З огляду на це, за словами Й. Шумпетера, гроші є ціною для ведення бізнесу, що означає «вираз вартості того, що створює чи реалізує підприємець» [18].

Іншу концепцію продукту розробив Ф. Найт, який поєднав створення продукту з бізнес-процесом, але з іншими факторами, а саме фактором бізнес-проблеми. У своїй теорії він розрізняє два типи ризику: ризик, який можна розрахувати і застрахувати, і несподіваний ризик, який неможливо розрахувати (невизначеність). За Найтом, нерівність і перевага не пов'язані поняття. Тому, згідно з його теорією, гроші є винагородою підприємця за вирішення ситуацій невизначеності [6].

Згадайте, що частина економістів поєднує та поєднує концепції походження продукту Ф. Найта та Й. Шумпетера. Оскільки ризик ділиться на 2 категорії: пасивний ризик і творчий ризик. Їхні ідеї лягли в основу концепції прибутку, яку підтримувала більшість економістів.

Товарний капітал в умовах монополістичної конкуренції Е. Чемберлен. Він стверджував, що влада невеликої кількості великих виробників на промисловому ринку призводить до структури ринку та цінової політики, яка показує, що ціна висока. Тому при реалізації товару монополіст отримує додаткову частину загального доходу, яка є джерелом контролю над ціною [15, 55].

У країнах з розвинутою ринковою економікою продуктивність пов'язана не лише з вартістю життя. Тому, за словами П. Самуельсона, результат є «дуже значущою частиною». Він розглядає дохід від виробничих одиниць, витрати на ведення бізнесу та впровадження технології як джерело прибутку. Прибуток включає також різницю між очікуваним і фактичним доходом через невизначеність (ризик), індивідуальний дохід тощо. [12, 16].

У 1985 р. французький економіст А. Бабо узагальнив сучасні уявлення щодо тем цього розділу у своїй праці «Прибуток». Він каже, що "перевага - це різниця, різниця, баланс". Дослідники бачать, що "річ" хороша в доходах від продажів. Водночас багато суперечок виникає, коли намагаються визначити складові цієї «речі» [1, 8].

Сучасні західні економісти визначають продуктивність шляхом вимірювання добробуту, тобто швидкості покращення добробуту економічного суб'єкта протягом певного періоду часу. Тому, за словами Дж. Хікса, «мета визначення грошей у бізнесі — дати уявлення про гроші, які люди можуть витратити на їжу, не будучи бідними. Згідно з цією ідеєю, прибуток людини слід визначати як максимальну суму, яку він може витратити протягом тижня, за умови, що його добробут наприкінці даного тижня не зменшиться порівняно з початком. Це єдине визначення продукту, на нашу думку, можна застосувати до будь-якої комерційної організації.

Фахівці Американського інституту бухгалтерського обліку мають іншу думку щодо доходу, вони стверджують, що «Прибуток... це дохід, отриманий шляхом вирахування собівартості проданих товарів, інших витрат і збитків з доходу або грошових коштів...» [19]. Однак експерти Американського інституту дипломованих бухгалтерів вважають, що «чистий прибуток (чистий збиток) — це перевищення (відсоток) виручки над витратами за звітний період...» [20].

На сучасному етапі розвитку економіки більшість економістів визначають прибуток від господарської діяльності як перевищення доходів над витратами.

Зокрема, С.Ф. Покропивний, Л.І.Шваб та Н.М.Бондар розглядають усі виробничі витрати підприємства та частину коштів, що залишаються після оплати господарської діяльності.

О. О. Гетьман та В. М. Шаповал дійшли висновку, що «прибуток — це різниця між ціною закупівлі та ціною продукції (товарів, робіт, послуг), сумою одержаних грошей і ціною за виробництво та реалізацію продукції» [4].

Визначення, які показують суто кількісний характер прибутку на основі порівняння доходів і витрат, але приділяють мало уваги економічним деталям.

У цьому контексті вважаємо за необхідне розглянути визначення грошей І. О. Бланка, яке пов'язане з ризиком. Тому, на думку вченого, «прибуток — це чистий дохід підприємця від вкладеного капіталу, виражений фінансово, який являє собою його ціну за ризик підприємницької діяльності, а д — різницю між загальним доходом і всіма витратами на його процес.» [2, 15].

Отже, можна констатувати, що в економічній літературі категорії «вигода» приділяється більше уваги, але єдиного визначення вигоди наразі немає, оскільки головне базується на цілях, які ставлять перед собою її користувачі. Вивчивши розвиток ідей вчених про економіку виробництва, неможливо точно сказати, яка з наведених теорій є найбільш правильною, оскільки вони багато в чому пояснюють проблеми та їх загальність. Спостереження - це нова концепція продукту, яка ще не завершена та потребує подальших досліджень.

1.2. Порядок формування і використання прибутку на підприємстві

Загальним фінансовим показником діяльності компанії є її прибуток. Тривалий час загальна сума отриманих підприємством коштів визначалася як прибуток балансу. Найкраще визначення фінансових доходів дає Статистичний збірник України за 1996 рік. "Збалансований прибуток - сукупний прибуток підприємства від усіх видів діяльності за звітний період, зазначений на його балансі на території України та за її межами, а також дохід від реалізації продукції, послуг), дохід від допоміжні підприємства та служби без спеціальних фондів, основні засоби, нематеріальні активи, облігації, цінні папери, інші форми фінансових ресурсів і матеріальних активів, а також рентна (податкова) діяльність, платежі та невиконана діяльність.»

Рентабельність балансу вплинула на деякі аспекти діяльності підприємства (рисунок 1.1).

По-перше, це головне завдання. Прибуток — це прибуток від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг). Як завжди, ця валюта отримала основну питому вагу в балансі. Прибуток від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) визначається шляхом вирахування з виручки від реалізації податку на додану вартість, акцизного збору, ввізного мита, податків і зборів. Реалізована продукція (роботи, послуги). За галуззю, видом діяльності підприємства, деякими аспектами структури цього продукту, методикою його розрахунку.

По-друге, для даного підприємства це непрофільна діяльність, але пов'язана з реалізацією матеріальних і нематеріальних цінностей, деяких послуг. Прибуток визнається за іншими покупками.

Продажі продукції в допоміжних, допоміжних і сервісних галузях можуть отримати вигоду від додаткових продажів. При цьому таким же чином розраховувався дохід від реалізації продукції основної діяльності. Прибуток від продажу основних засобів (розділ 1) розраховано шляхом вирахування ціни придбання основних засобів, ПДВ, вартості придбання та залишкової вартості від ціни продажу. Прибуток від продажу цінних паперів розраховувався як різниця між ціною купівлі та ціною продажу. При цьому витрати, пов'язані з продажем (комісійні витрати), були виключені з ціни продажу.

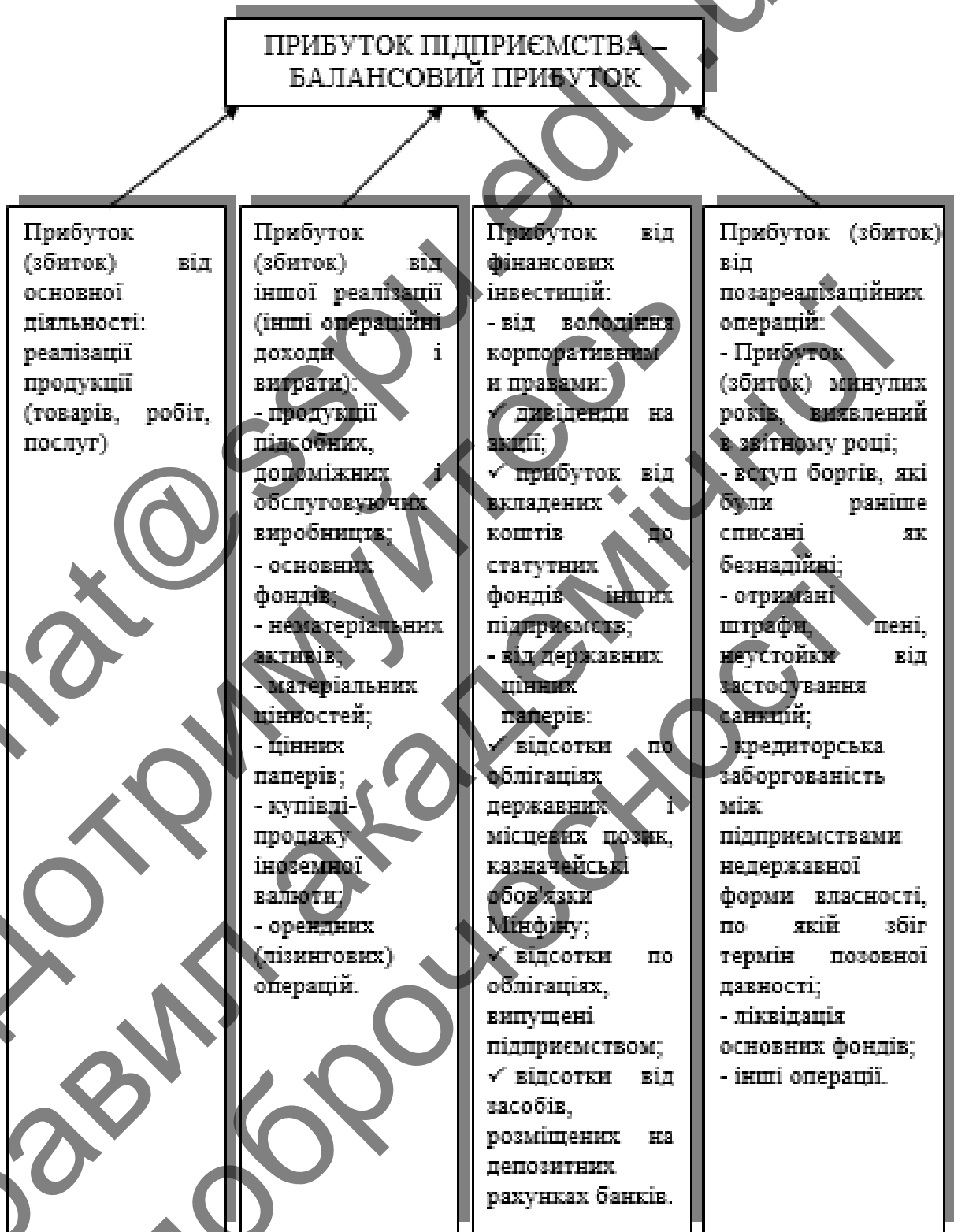


Рис. 1.1. Схема формування прибутку підприємства до реформування бухгалтерського обліку

Склад і сума доходу від інших продажів можуть відрізнятися між окремими суб'єктами господарювання та за окремими періодами.

По-третє, це робота, пов'язана з здійсненням фінансових вкладень. У результаті суб'єкти господарювання отримують прибуток у вигляді дивідендів на акції шляхом інвестування в юридичний капітал інших суб'єктів господарювання (результат володіння корпоративними правами); У вигляді грошей на державних облігаціях, корпоративних облігаціях, облігаціях банків. Кількість цього продукту та його питома вага продукції в балансі збільшилися, що призвело до зростання ринкової економіки та фондового ринку.

Підраховано, що на величину прибутку впливають розмір фінансових вкладень, їх характер і структура, умови оподаткування. Нагадаємо, що з другого півріччя 1997 р. оподатковуватиметься прибуток від володіння підприємствами правами компаній і державних банків.

По-четверте, це функція нереалізованих прибутків і виникнення витрат (збитків) на підприємствах. Вони включали:

- у період моніторингу також виявлено прибутки і збитки минулих років;
- невідшкодовані збитки від надзвичайних подій (стихійного лиха, лісових пожеж, аварій);
- введення боргів, які раніше були списані як безнадійні;
- штрафи, пені, які отримують суб'єкти господарювання за порушення господарських договорів, пов'язані із застосуванням грошових стягнень;
- пеня за несвоєчасну сплату податкової заборгованості з державного бюджету;
- зобов'язання між громадськими організаціями, строк позовної давності яких минув;
- заборгованість із строком давності;
- внаслідок підвищення цін і ставок;
- курс відрізняється від операцій в іноземних валютах;
- прибуток (збиток) від реалізації довгострокових активів;
- різниця у вартості поставленої частини та акцепту виконаного господарського договору;
- прибуток (збиток) від нормальної діяльності.

Слід зазначити, що прибутковість господарських підприємств пов'язана з діяльністю не лише на території України, а й за її межами.

Матеріали чи товари, які компанія надає безкоштовно, не є частиною продукту [39, с. 66-68].

З прийняттям Закону "Про внесення змін до Закону України" "Про податок на прибуток" від 22 травня 1997 року податкова адміністрація контролює право визначення розміру податку.

Однак слабкий контроль виробництва з боку податкових органів не зменшує значення цього показника для підприємства. Прибуток є джерелом податків і створює фінансові ресурси для підприємців. Тому для підприємства важливим є створення загального прибутку та його зростання – принцип господарської діяльності.

З 2016 року з реформуванням бухгалтерського обліку та фінансової звітності в Україні за міжнародними стандартами змінився порядок визначення прибутку підприємств. На рис. 1.2 описана програма розвитку продукту підприємства з урахуванням змін в обліку та звітності.

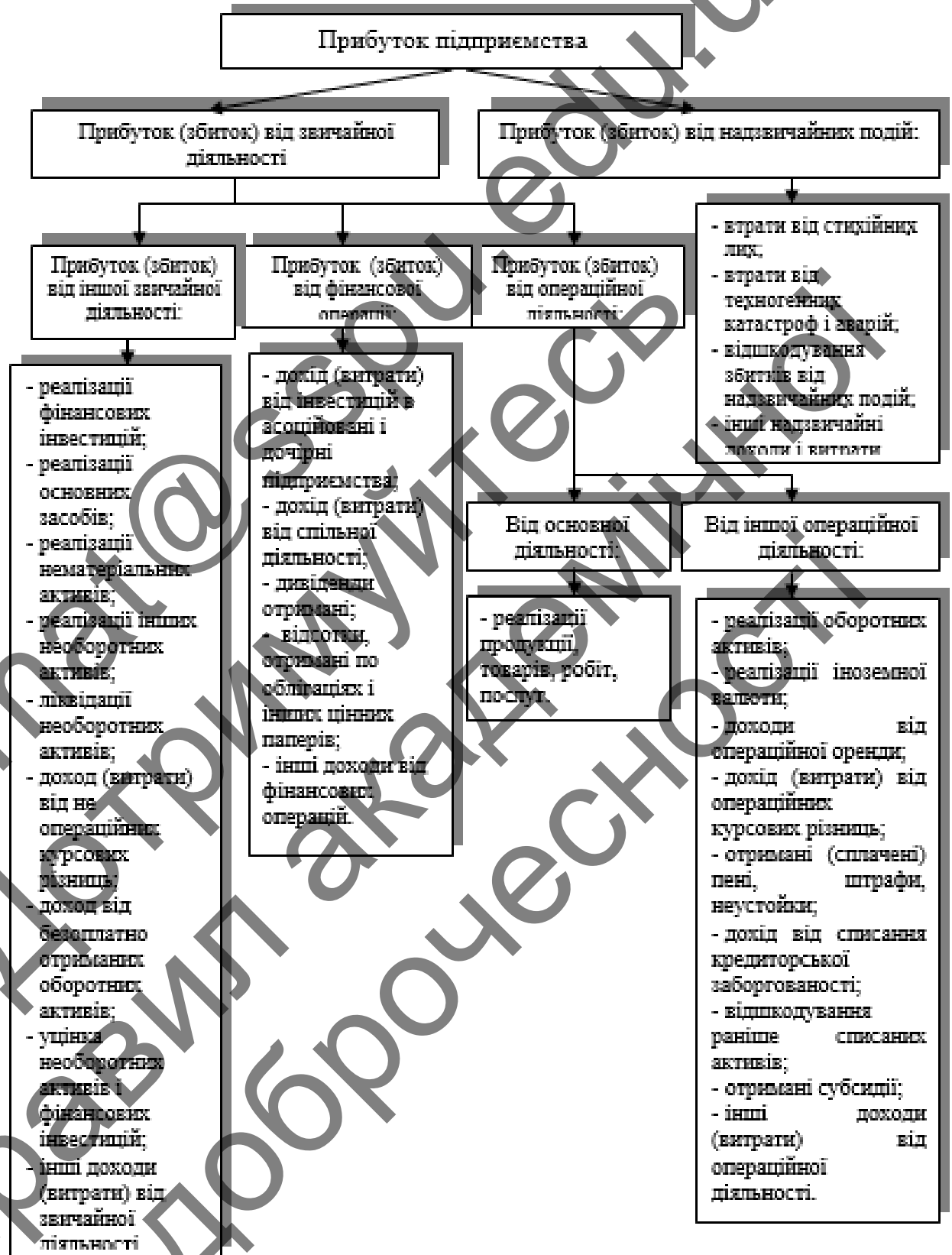


Рис. 1.2. Схема формування прибутку підприємства відповідно до національних положень (стандартами) бухгалтерського обліку в Україні

Облік і визначення економічного прибутку - економічний прибуток досягається від таких видів господарської діяльності: звичайна діяльність, у тому числі адміністративна та інша звичайна діяльність; діяльність, пов'язана зі створенням важливих тем. Управлінська діяльність поділяється на основну діяльність та іншу управлінську діяльність [39, с.

Отримання прибутку від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) залежить від реалізації основних завдань підприємств. Прибуток є частиною виручки від реалізації. Але на відміну від прибутку, який обліковується на поточному рахунку підприємства, грошова сума визначається за період (квартал, рік) за даними бухгалтерського обліку.

Створення реальних продуктів в компанії відбувається в момент їх продажу. Відповідно до законодавства України датою виконання вважається дата поставки продукції (товарів), а щодо робіт (послуг) - дата фактичного виконання (поставки), тобто передачі або зарахування замовнику гроші постачальнику. Банківський рахунок.

Однак, незалежно від визначення терміну реалізації в судовому порядку, фактичний прибуток від реалізації продукції в компанії буде лише тоді, коли це станеться, тобто якщо гроші клієнта підуть до банку. рахунок постачальника.

Встановлення дати виконання робіт на день поставки товарів та встановлення податкових зобов'язань підприємств на цю дату призведе до використання оборотних коштів підприємств на сплату податків та їх незадовільного фінансового стану.

Прибуток від продажів безпосередньо залежить від двох основних показників: обсягу реалізації товару та його ціни. На зміну обсягу реалізації продукції впливає зміна обсягу виробництва, залишків нереалізованої продукції та частини, що входить до ціни продукції (прибуток від продукції).

Слід звернути увагу на те, що зміна обсягу виробництва та залишків нереалізованої продукції впливає на обсяг реалізації продукції, а також на її ціну, оскільки зобов'язання та ціна змінюються (у разі значної зміни

продукції); витрати на обслуговування товару, інші витрати (залишок нереалізованої продукції зміниться).

На рис. 1.3 показано структуру і логіку формування прибутку від реалізації продукції.

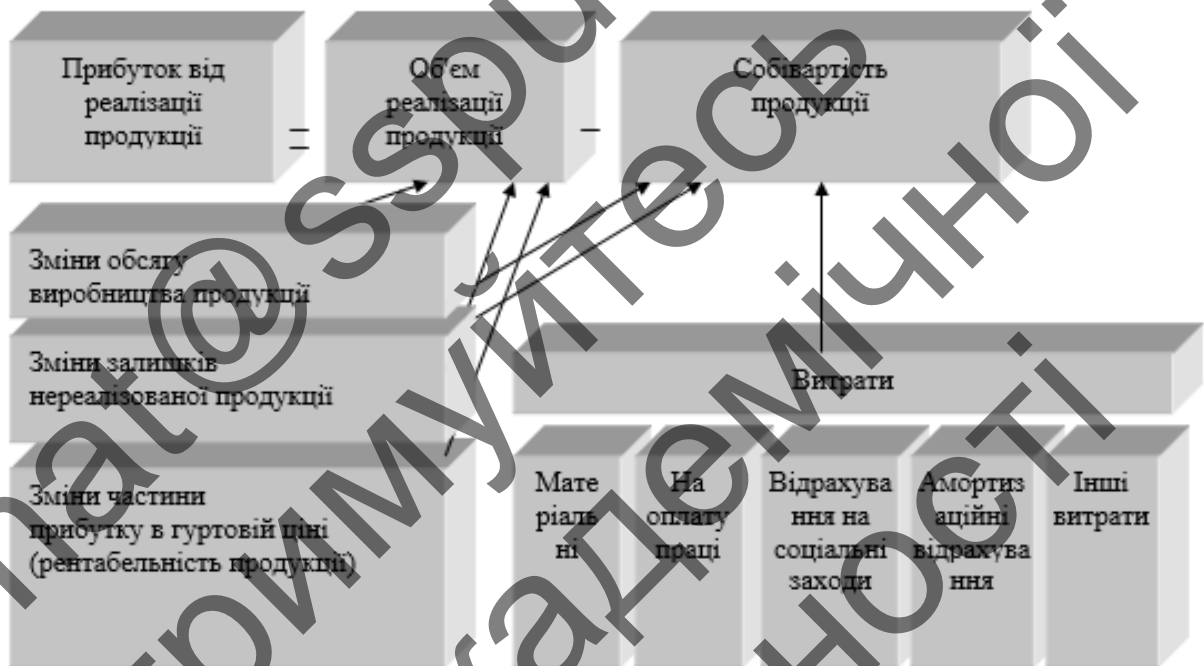


Рис. 1.3. Схема формування прибутку від реалізації продукції

Величина прибутку, закладена в ціну продукції, істотно впливає на обсяг реалізації продукції, а також на прибуток від реалізації. В умовах розвитку ринкової економіки, як правило, відсутнє державне регулювання рентабельності продукції. Тому можна збільшити прибуток підприємства за рахунок збільшення його частки в ціні окремих товарів. Цьому сприяє недостатня економічна конкуренція та монопольне становище окремих компаній у виробництві та реалізації багатьох видів продукції.

Отже, можна зробити висновок, що здатність підприємств впливати на розмір прибутку від реалізації шляхом зміни обсягу виробництва, залишків нереалізованої продукції та її рентабельності є відносно значною.

Розглянемо вплив витрат виробництва (роботи, послуги) на прибуток. Собівартість є загальним і якісним показником діяльності підприємства, показником його ефективності. Є певна специфіка при формуванні собівартості продукції (робіт, послуг) відповідно до сфери діяльності та сфери економіки.

У загальному вигляді можна дати наступне визначення собівартості. Собівартість продукції (робіт, послуг) - це звичайні витрати підприємства, пов'язані з її виробництвом (виконанням), виражені в грошовій одиниці.

Витрати на виготовлення продукції являють собою витрати виробництва.

Вже було сказано, що підприємство може істотно впливати на формування власних витрат. Однак слід враховувати наступні моменти.

По-перше, нормативно регулюється склад (перелік) витрат, які можуть бути віднесені до власних витрат. У 1996 р. постановами Кабінету Міністрів України «Типове положення з питань планування, розрахунків і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) у промисловості, сільському господарстві, будівництві, торгівлі, науково-дослідних і дослідно-конструкторських роботах».

На базі галузевого «Типового положення» складено відомчі положення та інструкції, якими визначено порядок визначення планової та фактичної собівартості продукції (робіт, послуг).

Витрати на виробництво, які включаються в ціну продукції (робіт, послуг), групуються за такими елементами: матеріальні витрати, витрати на оплату праці, збори на соціальні заходи, амортизація довгострокових активів і нематеріальних активів, інші витрати.

По-друге, в межах витрат, що входять до фактичних витрат, розмір деяких також регулюється державою, яка встановлює нормативи скорочення. Зокрема, це стосується наступних елементів витрат:

- знижка на соціальні заходи (одноразовий страховий внесок);
- амортизація довгострокових і нематеріальних активів;

- витрати на фінансування ремонту та оцінку довгострокових активів;
- інші витрати (податки на землю та транспортні засоби, збори до Державного інноваційного фонду, комунальний податок).

Вплив підприємств на зазначені вище елементи витрат обмежений. Але це можливо і за умови правильного управління показниками, на які поширюються встановлені норми зниження: вартість оплати праці, її структура та джерела оплати; витрати основних виробничих фондів, що належать підприємству, їх структуру та джерела створення.

Закон «Про оподаткування прибутку підприємств» від 22 травня 1997 р. із змінами та доповненнями не згадує категорію «собівартість», оскільки розрахунок оподаткованого прибутку здійснюється на основі розрахунку валового доходу та його подальшого коригування. Однак це не слід розглядати як усунення вартості володіння як показника ділової активності, як поспішно заявили деякі економісти після прийняття згаданого закону.

Без калькулювання фактичних витрат неможливо визначити фінансовий результат виробничо-господарської діяльності підприємства. Зниження собівартості продукції, тобто зниження їх закупівельної ціни, є важливим чинником збільшення прибутку від реалізації. Цього можна досягти, використовуючи багато факторів, що знижують витрати виробництва. Для цього необхідно знати: повний перелік питомих витрат; специфіка складу та формування витрат з урахуванням району та сфери діяльності підприємства.

Однак вони не можуть підняти законодавчі та нормативні документи, які регулюють ці питання.

Згідно з методиками (стандартами) бухгалтерського обліку, які набрали чинності з 2016 року (зокрема, рахунок № 9 «Запаси»), собівартість реалізованої продукції — це собівартість продукції, реалізованої в звітному періоді, а не розподілена. собівартість виробництва і витрати на виготовлення.

Витрати на виробництво товару (роботи, послуги) становлять:

- вартість сировини;

- справедлива компенсація витрат на оплату праці;
- інші прямі витрати;
- загальновиробничі витрати.

Перелік та склад документів калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) визначається підприємством.

Витрати, пов'язані з адміністративною діяльністю, які не включаються до собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), поділяються на:

- експлуатаційні витрати
- ціна закупівлі;
- інші адміністративні витрати [39, с. 69-73].

Прибуток від діяльності (основний) визначається як сума грошових коштів та інших операційних доходів за вирахуванням операційних витрат, витрат на збут продукції та інших операційних витрат.

Інші операційні витрати також включають:

- доходи від управління орендою майна;
- дохід від операційної різниці в курсах валют;
- виплата компенсації за раніше зношені активи;
- доходи від реалізації оборотних активів тощо.

До складу операційних витрат входять загальногосподарські витрати, пов'язані з управлінням і обслуговуванням виробництва: основні і додаткові витрати на адміністративний (управлінський) персонал і відрахування на соціальне страхування; Витрати на відрядження адміністративного обладнання підприємства; витрати на утримання довгострокових активів, інших матеріальних довгострокових активів загальногосподарського призначення (амортизація, ремонт, опалення, освітлення, водопостачання тощо); плата за послуги зв'язку тощо

Собівартість реалізованих товарів становить:

- витрати, пов'язані з реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг);
- витрати на утримання частин, пов'язаних із реалізацією продукції;
- витрати на рекламу товару;

- ціни на пакувальні матеріали;
- плата за оплату послуг споживачів;
- вартість транспортування готової продукції тощо.

Інші адміністративні витрати включають:

- вартість виробничих запасів;
- сумнівна (безнадійна) заборгованість;
- втрати від уцінки запасів та операційних курсових різниць;
- економічні санкції;
- знижки для забезпечення майбутніх операційних витрат;
- інші витрати.

Прибуток від операційної діяльності враховується при визначенні прибутку від виробничо-фінансової (нормальної) діяльності підприємства.

Прибуток від виробничо-фінансової діяльності (звичайний) підприємства визначається як сума прибутку від діяльності, доходу від капітальних вкладень, доходу та інших доходів після вирахування витрат, пов'язаних з доступом до капіталу, фінансових витрат, та інші витрати.

При цьому доходи від участі в капіталі включають доходи від інвестицій у дочірні або спільні підприємства.

Інші фінансові доходи включають комісійні, відсотки та інші доходи від фінансових інвестицій.

Інші доходи включають:

- доходи від реалізації інвестицій та необоротних активів;
- доходи від курсових різниць, які вони не контролюють, та інші доходи, що є результатом звичайної діяльності підприємства, але не пов'язані з його управлінською діяльністю.

До складу фінансових витрат входять витрати на сплату відсотків за користування кредитом, отриманим під облігації, випущені на основі фінансового лізингу, та інші витрати підприємства, пов'язані із залученням позикового капіталу.

Збитки, що виникають від інвестицій у компанію, групу чи асоційовані підприємства, розглядаються як частина вартості участі в капіталі.

Інші витрати.

- відшкодування здійснених фінансових інвестицій, необоротних активів, додаткових будівель
- втрати від неконтрольованої різниці цін
- втрати від знецінення інвестицій та довгострокових активів
- інші витрати, пов'язані зі звичайною діяльністю, не пов'язані з управлінською діяльністю компанії.

Прибуток (прибуток, збиток) від виробничо-фінансової (звичайної) діяльності є основним додатком для визначення кінцевого прибутку (збитку) підприємства [31, с. 59-60].

Аналіз фінансових результатів підприємства включає як обов'язкову частину спочатку оцінку змін кожного показника за аналізований період; по-друге, оцінка структури показників результату та змін у структурі; по-третє, вивчення, принаймні дуже загального, динаміки зміни показників у різні періоди спостереження; по-четверте, виявлення причин і причин зміни показників продукції та їх кількісна оцінка.

Аналіз товару безпосередньо пов'язаний з порядком його створення.

Процес розрахунку доходу (збитку) можна розділити на наступні етапи:

- Визначенням доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) називають різницю між сумою доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) і сумою ПДВ, податку на споживання, інших зборів або конвертації податки та інші відрахування з доходу.

- Розрахунок прибутку: визначається як різниця між сумою доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) і сумою витрат на виробництво і реалізацію продукції, робіт, послуг, що входять до ціни. .

- Визначення фінансового прибутку - прибутку (збитку) від операцій: розраховується як сума валового прибутку (збитку) та інших операційних доходів без операційних витрат, продажів та інших операційних витрат.

- Розрахунок прибутку (збитку) від звичайної діяльності до оподаткування (фінансовий інтерес): розраховується як сума прибутку (збитку) від операційної діяльності, доходу від фінансової діяльності та виробництва та витрат від фінансової та інвестиційної діяльності.

- Розрахунок прибутку (збитку) від звичайної діяльності: виконується як сума прибутку (збитку) від звичайної діяльності до оподаткування та податку на прибуток.

- Визначення чистого прибутку (збитку): сума прибутку (збитку) від нормальної діяльності, доходи від надзвичайної діяльності мінус витрати від надзвичайних подій.

- Нерозподілений прибуток компанії – це сума прибутку, яка була передана назад компанії, або сума збитків, які не були покриті.

Виходячи з виробничої послідовності підприємства, проводиться аналіз його характеристик, метою якого є оцінка динаміки показників балансу та чистого прибутку, а також визначення ступеня впливу різних аспектів на фінансові продукти. , у тому числі: збільшення (зменшення) собівартості продукції; збільшення (зменшення) обсягу продажу; покращити його якість і розширити різноманітність; ефективний знак; виявлення резервів підвищення продуктивності праці тощо.

Аналіз результатів господарської діяльності підприємства починається з оцінки динаміки показників балансу та чистого прибутку за розглянутий період. При цьому порівнюються основні фінансові показники з минулими, визначаються відхилення від вихідного значення показника та визначаються показники, які найбільше впливають на баланс і прибуток [16, с. . 68-69].

Управління виробництвом від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) включає розрахунок його планового обсягу. Планування та прогнозування розміру прибутку торговельних підприємств має важливе значення при складанні поточних і перспективних фінансових планів.

Визначення розміру прибутку від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за конкретними аспектами в залежності від мети комерційного підприємства: місце виробництва, торгівля, місце роботи.

У будівництві статистика доходів включає особливі статті від реалізації продукції промислових і сільськогосподарських підприємств, будівельних організацій і транспортних підприємств. У сфері послуг це впливає на інформацію щодо визначення прибутку від надання послуг комерційними банками, страховими компаніями, інвестиційними фондами та комерційними компаніями.

На підприємствах виробничої сфери можна застосовувати три методи розрахунку прибутку від реалізації продукції: прямий розрахунок на основі індексу собівартості продукції на гривню, економічний (аналітичний) метод.

Метод прямого розрахунку. Прибуток розраховується виходячи з виду виробленої та реалізованої продукції. Для розрахунку необхідні такі первинні дані:

Для виробництва та реалізації планується перелік та кількість продукції з відповідним маркуванням (фото).

Собівартість одиниці продукції.

Вартість одиниці (собівартість виробника).

Цей спосіб розрахунку використовується для дрібних виробів. Метод дуже точний, але займає багато часу при продажу великої кількості товарів. Крім того, неможливо визначити вплив окремих факторів на користь.

Розрахунок прибутку на основі співвідношення ціни за 1 грн. Прибуток Це тривалий процес. Його можна застосувати до всього підприємства, коли підраховується прибуток від доставки та реалізації всієї продукції. Очікується, що дані будуть використані для витрат на виробництво та реалізацію продукції за попередній період, а також їх очікуваних і очікуваних змін у наступному періоді.

Економічний метод (аналітичний). За ним можна розрахувати прибуток від поставки (реалізації) продукції. Він відрізняється від розглянутих раніше

методів розрахунку прибутку тим, що дозволяє визначити не тільки загальну суму грошей, але й вплив на зміни окремих статей: обсягу виробництва (реалізації) продукції; вартість будівництва; рівень оптових цін і прибуток; асортимент і якість продукції.

Прибуток розраховується за допомогою цього спеціального методу для порівнянних і непорівнянних прибутків протягом зазначеного періоду. Порівняльні результати – це результати, отримані в минулому. Незбалансовані прибутки - це прибутки, які не були отримані в компанії в минулому.

Розрахунок виручки для аналогічних товарів здійснюється в такому порядку:

- визначення очікуваного початкового прибутку та початкового прибутку продукції;
- випуск продукції у встановленому періоді порівнюється з цінами періоду до встановленого періоду;
- на основі базового рівня виходу продукту розраховуються результати для тих самих продуктів у вказаний період;
- розраховується вплив окремих факторів на зміну продукту в заданому періоді.

Базовий прибуток розраховується на основі звітної або очікуваної інформації за попередній період. Основний прибуток - це прибуток від виробництва (реалізації) продукції в період до встановленого періоду. Згідно з його розрахунком, очікуваний прибуток коригується з урахуванням того, що відбулося з ним у той час, але не відбулося у встановлений період: зміни торгових цін, припинення виробництва окремих видів продукції, зміни в ефективності окремих видів продукції, зниження відпускнуої ціни. Від правильності розрахунку базового доходу залежить точність наступних розрахунків.

Прибуток від продажу (реалізації) нестандартної продукції можна розрахувати за правильною методикою розрахунку за наявності правильних

вхідних даних. Якщо ні, прибуток для непорівнянних прибутків розраховується з використанням середньої норми прибутку підприємства.

Слід зазначити, що якщо розрахунок прибутку розглянутими вище методиками здійснюється виходячи з обсягу виробництва, то дохід від реалізації продукції розраховується окремо. При цьому враховується сума прибутку від виробництва, а також зміна прибутку в залишках нереалізованої продукції.

Вигоду від решти непроданої продукції можна розрахувати за допомогою належного статистичного методу, якщо доступні достатні первинні дані. Проте, як правило, визначити вид, перелік продукції в балансі дуже важко, особливо на кінець зазначеного періоду.

Тому прибуток зазвичай розраховується в залишках нереалізованої продукції на основі норми прибутку продукції. При цьому прибуток у залишку нереалізованої продукції на початок планового періоду розраховується шляхом множення ціни цих фунтів на середній прибуток від виробництва в попередньому періоді (або в четвертому кварталі попереднього року на основі про розрахунок прибутку за плановий рік).

Прибуток залишків нереалізованої продукції на кінець планового періоду можна розрахувати шляхом множення її собівартості на середній прибуток продукції по підприємству за фіксований період (у четвертому кварталі фіксованого року шляхом розрахунку суми за вказаний рік).

Запропонована методика розрахунку доходу може бути використана при правильній методиці розрахунку на підприємствах різних сфер діяльності та сфер економіки. Для аналітичного методу розрахунку та методу, що використовує цінник 1 грн. продукції, то специфічні методи та вимоги можуть бути використані у сфері послуг [39, с. 73-77].

Кінцевим продуктом підприємства є норма прибутку від виробничо-фінансової діяльності (звичайна), скоригована на нереалізовані доходи та витрати.

До позареалізаційні коштів також відносяться:

- страхове відшкодування за втрату майна внаслідок стихійного лиха, пожеж чи катастроф, спричинених діяльністю людини;
- кошти, отримані на покриття збитків, завданих стихійним лихом;
- інші негрошові доходи.

Позареалізаційні витрат включають:

- неоплачені збитки від втрати майна внаслідок стихійного лиха, пожеж, техногенних катастроф;
- витрати на заходи щодо запобігання стихійному лиху;
- збитки від інших шахрайських операцій.

Загальна концепція створення кінцевого продукту компанії наведена на рис. 1.4 [31, с. 61-62].

Фактичний розмір прибутку, який отримує підприємство, в тому числі прибутку від основної діяльності, є дуже важливим показником. Однак передбачити рівень економічної ефективності вони не можуть. За рівних умов компанія з великим капіталом буде мати високі прибутки, використовувати більше життя і праці, виробляти і продавати продукцію (роботи, послуги).

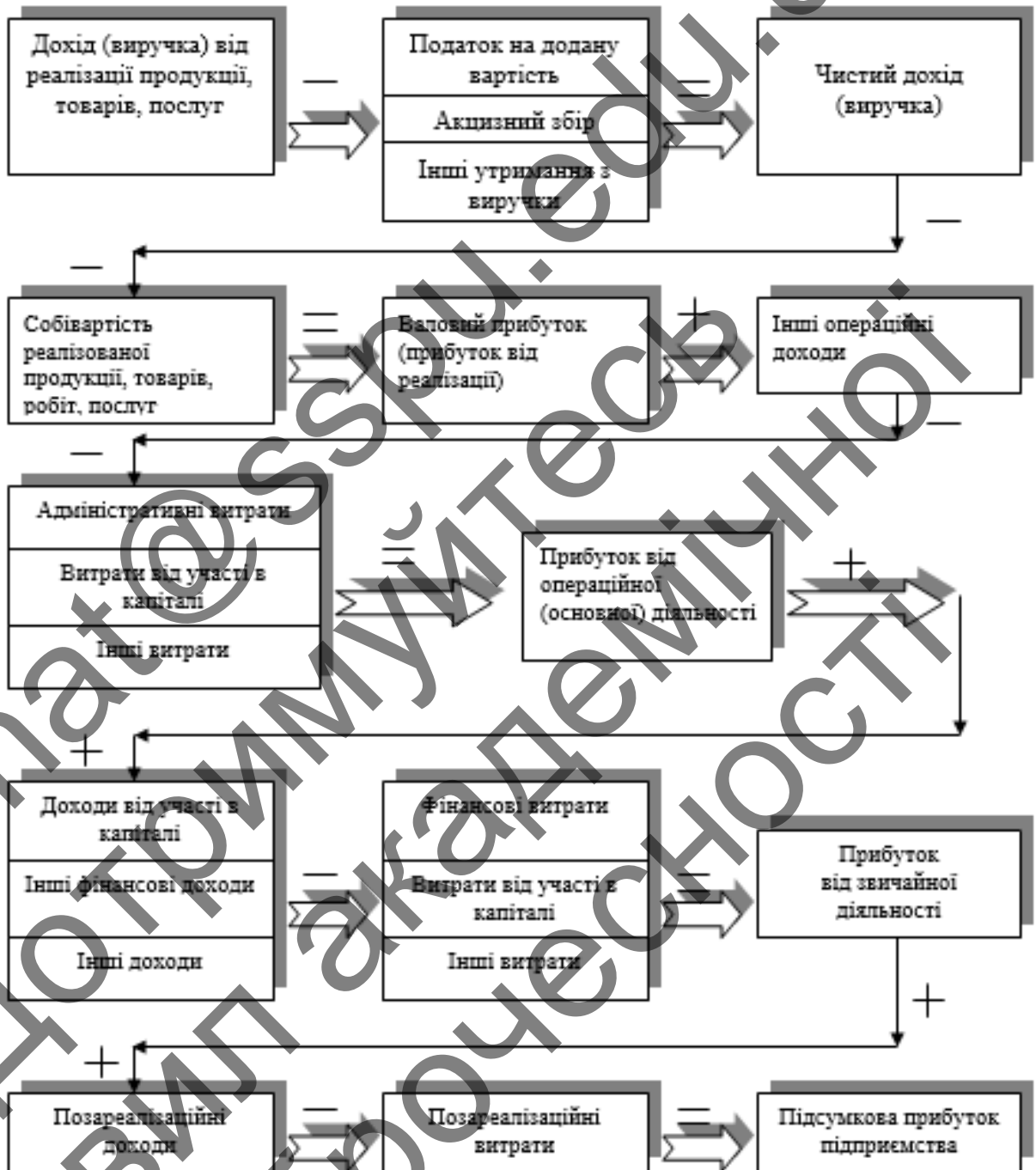


Рис. 1.4. Схема формування підсумкового прибутку підприємства

Прибуток - це частина доходу компанії від капіталу, яка представляє її витрати на ведення бізнесу.

Щоб визначити рівень ефективності компанії, необхідно порівняти отримані результати з понесеними витратами.

По-перше, витрати, які можна врахувати, це звичайні витрати компанії, тобто витрати на виробництво (праця, послуги). У розрахунках використовуються різні способи визначення витрат і вигод.

По-друге, собівартість можна розглядати як витрати на аванс (авансовий капітал), спрямований на забезпечення виробничої та фінансово-господарської діяльності підприємства. Також можливі різні варіанти визначення вартості вкладу та визначення очікуваного доходу.

Співвідношення прибутку до початкових витрат і поточних витрат показує прибутковість проекту. У загальному сенсі, прийнятому багатьма, ефективність означає ефективність або результативність виробництва і продажу всіх продуктів (послуг, послуг) або окремих видів; ефективність діяльності всіх установ, організацій та закладів як основи господарської діяльності; ефективності різних галузей економіки.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ТОВ «ЄВРОБУД»

2.1. Загальна характеристика підприємства

Товариство з обмеженою відповідальністю «Євробуд» засноване 15 травня 1995 року є суб'єктом малого підприємництва. Підприємство, яке працює на індивідуальній та самоокупній основі, має відокремлене майно, окремий банківський рахунок і виконує свої зобов'язання.

Вищим органом Товариства є Рада директорів Засновників або особа, яка їх представляє за довіреністю. До складу ради директорів виробників з правом дорадчого голосу входить директор компанії, який представляє її працівників. Організація надає послуги в сфері будівельно-монтажних робіт.

Організаційна структура ТОВ «Євробуд» на кінець 2017 року виглядає наступним чином (див. рисунок 2.1).

Отже, підприємство – це ручна структура управління, яка поєднує в собі переваги лінійних структур і робочих структур і базується на єдиноначальності та реалізації функцій управління спецтехнікою підприємства. У такій структурі управління вся влада належить лідеру, який очолює визначену групу. При розробці конкретних питань і підготовці відповідних рішень, проектів і планів вони підтримуються спеціальним інструментом, який знаходиться в робочих підрозділах (управліннях, відділах, управліннях тощо). У цьому випадку відділи функціональної інфраструктури знаходяться у підпорядкуванні головного лінійного керівника. Керівники робочих підрозділів реалізують свої рішення через генерального директора, (на його посаді) безпосередньо через відповідних керівників адміністративних служб.

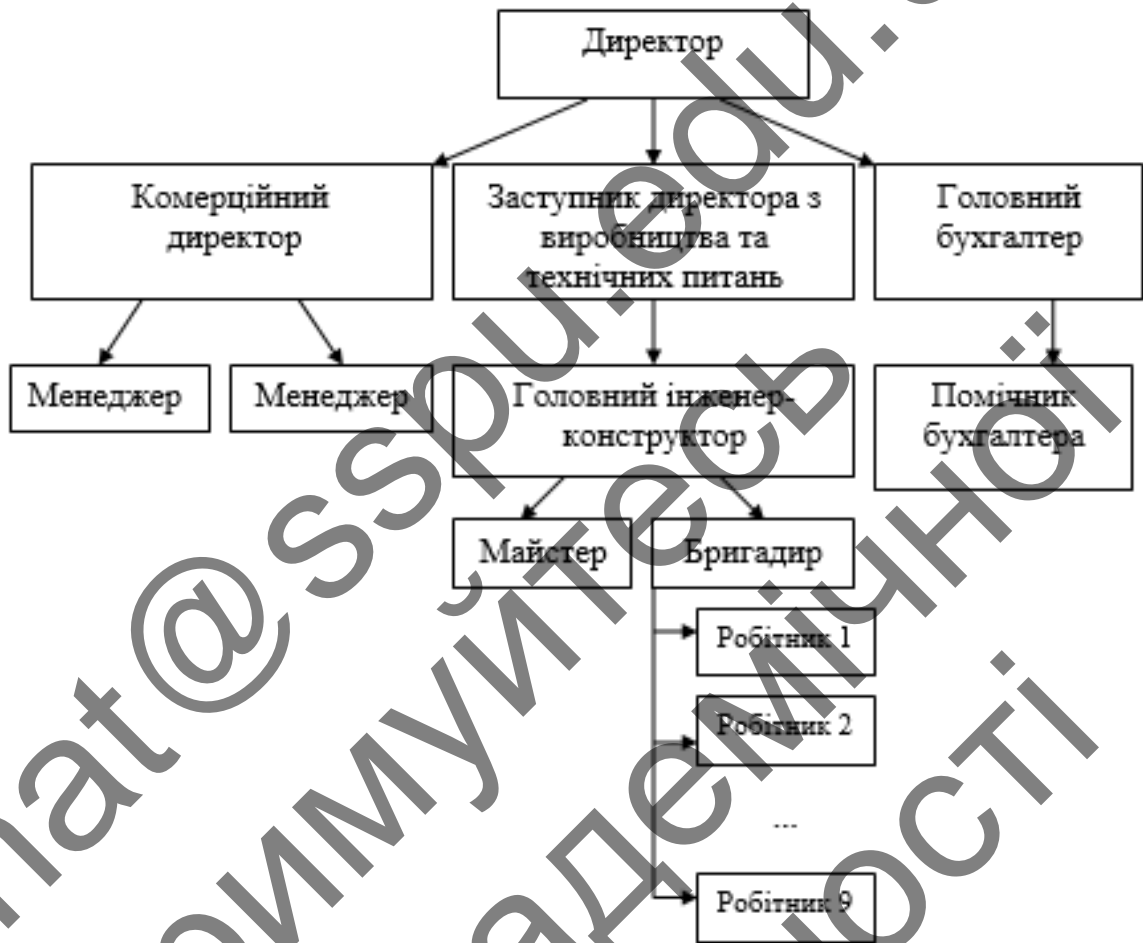


Рис. 2.1 Схема організаційної структури ТОВ «Євробуд»

Структурна структура організації - це сукупність основних обслуговуючих підрозділів, допоміжних підрозділів організації, які організують переробку входу системи в її вихід - готовий продукт. Оскільки це невелике підприємство, його виробничий процес спрощений і представлений лише одним цехом, який займається проектуванням і виготовленням продукції та її випробуванням.

Основна мета ТОВ «Євробуд», що дозволяє виконувати всі види робіт, пов'язані з будівництвом будинку під ключ, на умовах, узгоджених з клієнтом.

Система управління розробляється окремим структурним підрозділом, яка готується та затверджується головою правління.

Компанія має функціональну матричну структуру управління. Наочно показано взаємодію окремих осіб і працівників підприємства від керівника до керівників правильної роботи на будівельному майданчику.

Найбільше їх навантаження припадає на фінансово-економічні фактори. Від платоспроможності покупця залежить графік виконання робіт і зацікавленість компанії в будівництві.

Наступні соціально-політичні чинники за впливом - ситуація в країні та державна політика щодо заробітної плати та податків переважно координують діяльність компанії та мають регулювати український ринок, не приховуючи своїх прибутків.

Штучні та технічні речі, на наш погляд, тривіальні. У цьому відношенні Україна досягла стабільної та конкурентоспроможної позиції. Майже всі співробітники та керівники знають і розуміють використання нових технологій.

Однак варто звернути увагу на іншу причину – психологічну. Вона поєднує в собі все, що свідчить про масштабність українських підприємств, і є компанією, готовою працювати на міжнародному ринку.

Види конструкції.

Ювелірне виробництво — галузь матеріального виробництва. Будівлі та споруди, що зводяться на землі, є основним фондом народного господарства як виробничого, так і невиробничого призначення. Іншими важливими предметами капітального виробництва є машини, інструменти та обладнання.

Розрізняють такі типи будівництва: промислове, комунікаційне, сільське, житлове та житлове.

Промислове будівництво - це комплекс будівельно-монтажних робіт, виконання яких забезпечує впровадження нових і прибудову, нові споруди або технічне оснащення діючих установ, цехів, споруд та всіх галузей матеріального виробництва.

Транспорт включає будівництво та реконструкцію залізниць і доріг, водний, повітряний і трубопровідний транспорт.

Сільське будівництво — будівництво будівель і споруд, необхідних для ведення сільського господарства, а також для задоволення культурно-побутових потреб і забезпечення сільського населення новим житлом.

У житлових і штучних будинках будують квартири, громадські будинки та інші будівлі.

Методи здійснення будівництва.

Існує три способи ведення бізнесу з клієнтами: контрактний, комерційний та інтегрований.

Будівельно-монтажні та спеціальні роботи виконує підрядна будівельна організація або монтажне управління, яке за договором з продавцем набуває матеріально-технічну базу, будівельників і виробничі роботи за плату. Цей спосіб будівництва є найбільш ефективним і економічним, де використовуються новітні технології і передові методи будівельних робіт за допомогою машин і сучасних методів будівництва; якісне виробництво та інтеграційні роботи; скоротити терміни капітального освоєння, процес встановлення та постачання будівельних матеріалів.

Господарський спосіб - це виконання всіх будівельних робіт і безпосередньо монтажних робіт силами і методами підприємства, організації чи організації, необхідних у проекті, без участі генеральної підрядної будівельної організації, що будується.

Господарське будівництво здійснюється силами відділу (управління) інвестиційного розвитку підприємства, його корекцій та інших організованих для цього цехів. Для організації спеціальних подій і заходів компанія купує компанії з організації заходів і спеціальний договір, а також укладає субпідрядні договори зі спеціальними майстернями.

Такі ж вимоги стосуються специфікації та якості будівництва, виконаного господарським шляхом і за договором.

Інтегрований метод поєднує в собі елементи перших двох, тобто. j. будівельне будівництво господарським способом за участі підрядника

будівельних робіт або нарядів у роботі робочої групи на підставі прямих розпоряджень.

Трудові ресурси - На підприємстві працює 19 осіб. Пошук співробітників здійснюється через Біржу праці, після чого проводяться офіційні заходи на основі дослідження, співбесіди та проходження випробувального терміну. Що стосується кількості працівників, то їх кількість постійно змінюється, так у 2019 році буде 17 працівників, у 2020 році – 10 та у 2021 році – 15 працівників. Для системи оплати дана компанія використовує щомісячну оплату, оплата не залежить від кількості робочих днів у місяці. До середньомісячної заробітної плати нараховуються премії та бонуси, визначені правилами компанії. Отже, середньомісячна заробітна плата становить 9500 грн.

У компанії немає відділу продажів, але одним із обов'язків менеджерів з продажу є залучення нових клієнтів.

ТОВ «Євробуд» (ліцензія АВ 193559) працює на будівельному ринку Сумської області з 1995 року та надає своїм клієнтам широкий спектр послуг у сфері інвестиційного будівництва, будівництва будівель і споруд, декоративного оздоблення, оздоблювальних робіт, механічні деталі, покрівля, вода та каналізація, опалення та інші послуги.

Клієнтами ТОВ «Євробуд» за понад 20 років роботи є:

1. ТОВ "Універсал" - нове будівництво, будівництво реконструкція та експлуатаційні приміщення
2. ТОВ «Сервісбуд». з - будівництво складів промислових товарів;
3. ТОВ «Кварц» - будівництво, реконструкція та управління;
4. ПА "Бета" - будівництво, реконструкція;
5. Медичний центр «Медібест» - інвестиції в будівництво;
6. ВАТ «ДМЗ», ЗАТ ММЗ «Істіль» (Україна) - відновлення виробничих потужностей;
7. Комерційна лінія - нове будівництво та завершення будівельних робіт;
8. Розважальний центр «Піраміда» 1';

9. Основне будівництво 9-ти поверхового житлового будинку;
10. Велике будівництво 10-поверхової адміністративної будівлі апеляційного суду;
11. Оновлення сайту групи аналітичного аналізу ТОВ «УКРТЕХІНТЕКС» (Україна);
12. Повний комплекс робіт по капітальному ремонту будівлі ЗАТ «УКРТЕХІНТЕКС».
13. З 2021 році компанія також є генеральним підрядником з технічного будівництва виробничого цеху ЗАТ «УКРТЕХІНТЕКС» (Україна) до монтажу установки пожежогасіння та охолодження канадської компанії CAN-ENG, де проводились будівельно-монтажні роботи, а також виконано роботи на промислових об'єктах, монтаж технічного обладнання та засобів технічного зв'язку;
14. Мережі магазинів «Сам Маркет».

2.2. Аналіз формування прибутку на підприємстві ТОВ «Євробуд»

Аналіз фінансових результатів підприємства починаємо з оцінки динаміки результату діяльності та чистого прибутку за звітний період.

При цьому порівнюються основні фінансові показники за попередній та звітний періоди, розраховуються відхилення від вихідного значення показника та робиться висновок про суттєвий вплив показників на вигоду від готівкових ярмарків вакансій.

Розглянемо основні показники ТОВ «Євробуд» за 2020 та 2021 роки, отримані на основі поточної звітності (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Базові показники, тис. грн.

Показники	2020 рік	2021 рік
Доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	983,4	1134,6
Податок на додану вартість	163,9	189,1
Чистий доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	819,5	945,5
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	663,4	630,5
Валовий прибуток (збиток)	156,1	315,0
Адміністративні витрати	102,3	238,3
Інші операційні витрати	0,2	1,1
Прибуток (збиток) від операційної діяльності	53,6	75,6
Доход від участі в капіталі	45,8	42,0
Інші доходи	43,2	65,1
Фінансові витрати	10,7	15,8
Інші витрати	52,6	68,3
Прибуток (збиток) від звичайної діяльності до оподаткування	79,3	98,6

Зробимо кількісну оцінку, як деякі чинники впливають на прибуток від реалізації товару.

Таблиця 2.2

Вплив на прибуток деяких чинників

Показник	На початок року (по базису)	По базису на фактично реалізовану продукцію	На кінець року (фактичні дані)
Виручка від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	819,5	852,3	945,5
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	663,4	709,1	630,5
Валовий прибуток	+ 156,1	+ 143,2	+ 315,0

Для оцінки динаміки показників прибутку наведено таблицю 2.3, в якій використані дані фінансової інформації підприємства з форми № 2 «Звіт про прибуток від операційної діяльності» за 2020 та 2021 роки.

Таблиця 2.3

Динаміка показників прибутку від звичайної діяльності і чистого прибутку

Показники	2020 рік	2021 рік	Відхилення
Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	983,4	1134,6	+ 151,2
Податок на додану вартість	163,9	189,1	+ 25,2
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	819,5	945,5	+ 126,0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	663,4	630,5	- 32,9
Валовий прибуток (збиток)	156,1	315,0	+ 158,9
Адміністративні витрати	102,3	238,3	+ 136,0
Інші операційні витрати	0,2	1,1	+ 0,9
Прибуток (збиток) від операційної діяльності	53,6	75,6	+ 22,0
Дохід від участі в капіталі	45,8	42,0	- 3,8
Інші доходи	43,2	65,1	+ 21,9
Фінансові витрати	10,7	15,8	+ 5,1
Інші витрати	52,6	68,3	+ 15,7
Прибуток (збиток) від звичайної діяльності до оподаткування	79,3	98,6	+ 19,3
Податок на прибуток від звичайної діяльності	23,8	29,6	+ 5,8
Прибуток (збиток) від звичайної діяльності	55,5	69,0	+ 13,5
Чистий прибуток (збиток)	55,5	69,0	+ 13,5

З даних таблиці 2.3 випливає, що прибуток від звичайної діяльності, що відноситься до 2020 року, у 2021 році зріс на 19,3 тис. грн., що також призвело до збільшення чистого прибутку на 13,5 тис. грн.

Обсяг податкових надходжень збільшився в основному за рахунок збільшення прибутку від реалізації продукції та зниження собівартості реалізованої продукції.

Проблеми другого рівня пов'язані з розміром оподаткованого доходу: дохід оподатковується за ставками, відмінними від податку на прибуток; сума, що вилучається до резервного фонду; сума позитивного утримання з доходу.

Вплив другого та наступного пункту наказу на суму податку на прибуток розраховується за формулою:

$$\Delta\Pi_i = (\Delta\Pi_{\text{доход}} * СП) / 100 \quad (2.1)$$

де $\Delta\Pi_i$ – приріст податку на прибуток за рахунок і-го чинника;

$\Delta\Pi_{\text{доход}}$ – приріст оподаткованого прибутку за рахунок і-го чинника;

СП – ставка податку, %.

З таблиці 2.4 видно, що основними факторами, які вплинули на збільшення податкових надходжень є: збільшення доходу від реалізації продукції на 37,8 тис. грн. грн., зниження ціни реалізованої продукції на 9,87 тис. грн. грн, додати ще суму на 6,57 тис. грн.

Таблиця 2.4

Розрахунок впливу чинників на зміну оподаткованого прибутку ТОВ «Євробуд»

Чинник зміни оподаткованого прибутку	Розрахунок впливу	Зміна суми податку
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	126,0 x 0,3	+ 37,80
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	32,9 x 0,3	+ 9,87
Валовий прибуток	158,9 x 0,3	+ 47,67
Адміністративні витрати	136,0 x 0,3	- 40,80
Інші операційні витрати	0,9 x 0,3	- 0,27
Прибуток (збиток) від операційної діяльності	22,0 x 0,3	+ 6,60
Дохід від участі в капіталі	3,8 x 0,3	- 1,14
Інші доходи	21,9 x 0,3	+ 6,57
Фінансові витрати	5,1 x 0,3	- 1,53
Інші витрати	15,7 x 0,3	- 4,71
Прибуток (збиток) від звичайної діяльності до оподаткування	19,3 x 0,3	+ 5,79

Проте збільшення операційних витрат на 40,8 тис. грн., а також фінансові витрати та інші витрати – зменшать податкові надходження.

Сума прибутку, що залишається в господарській організації, впливає на всі податки, які сплачує компанія, незалежно від податкової бази. Однак деякі податки, наприклад акцизний збір, мають опосередкований вплив на чистий прибуток – через витрати виробництва та прибуток від продажів – і впливають на чистий прибуток іншими способами.

Розмір податкової пільги за окремими видами податків залежить від бази оподаткування та ставки податку. Таким чином, зміна доходу в результаті сплати податку включає низку різниць у результаті зміни бази оподаткування та зміни ставки податку.

Зведений податок на прибуток ТОВ «Євробуд» представлено в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Аналіз податку на прибуток ТОВ «Євробуд», тис. грн.

Показник	2020 рік	2021 рік	Відхилення
1. Прибуток від звичайної діяльності до оподаткування	79,3	98,6	19,3
2. Оподатковуваний прибуток	79,3	98,6	19,3
3. Ставка податку на прибуток	18%	18%	-
4. Сума податку на прибуток	23,8	29,6	5,8

Сума прибуткового податку зросла на 5,8 тис. грн., на стільки ж збільшився чистий прибуток. На суму податку вплинуло збільшення податкових надходжень на суму:

$$\Delta H(NB) = (\Delta P_n * CH_0) / 100 = (19,4 * 30\%) / 100\% = 5,9 \text{ тис. грн.}$$

Сума прибуткового податку зросла на 5,8 тис. грн. внаслідок збільшення кінцевого прибутку на 19,3 тис. грн.

Крім очікуваного, на величину прибутку впливають фактори, що утворюють валовий прибуток (вторинні фактори).

За даними таблиці 2.6 вплив чинників другого порядку на чистий прибуток показаний в таблиці 2.7.

Таблиця 2.6

Дані для аналізу чистого прибутку ТОВ «Євробуд», тис. грн.

Показник	2020 рік	2021 рік	Відхилення
Прибуток від реалізації	156,1	315,0	+ 158,9
Інші операційні витрати	0,2	1,1	+ 0,9
Адміністративні витрати	102,3	238,3	+ 136,0
Позареалізаційні доходи	89,0	107,1	+ 18,1
Позареалізаційні витрати	63,3	84,1	+ 20,8
Прибуток від звичайної діяльності	79,3	98,6	+ 19,3
Податок на прибуток	23,8	29,6	+ 5,8
Чистий прибуток	55,5	69,0	+ 13,5
Питома вага чистого прибутку, %	70	70	-

Таблиця 2.7

Аналіз чинників зміни чистого прибутку ТОВ «Євробуд», тис. грн.

Чинник	Алгоритм розрахунку	Розрахунок	Розмір впливу
Зміна чистого прибутку у тому числі за рахунок:	$\Delta\Pi_{\text{ч}} = \Pi_{\text{ч}}^1 - \Pi_{\text{ч}}^0$	69,0 - 55,5	+ 13,5
Валовому прибутку	$\Delta\Pi_{\text{в}} (\Pi_{\text{в}}) = \Delta\Pi_{\text{в}} * D_{\text{оп.ч}}$	158,9*70:100	+ 111,2
Інших операційних витрат	$\Delta\Pi_{\text{в}} = \Delta O_{\text{в}} * D_{\text{оп.ч}}$	0,9*70:100	- 0,6
Адміністративних витрат	$\Delta\Pi_{\text{в}} (A_{\text{в}}) = \Delta A_{\text{в}} * D_{\text{оп.ч}}$	136,0*70:100	- 95,2
Позареалізаційні доходи	$\Delta\Pi_{\text{в}} (B_{\text{Д}}) = \Delta B_{\text{Д}} * D_{\text{оп.ч}}$	18,1*70:100	+ 12,7
Позареалізаційні витрати	$\Delta\Pi_{\text{в}} (B_{\text{В}}) = \Delta B_{\text{В}} * D_{\text{оп.ч}}$	20,8*70:100	- 14,6

Аналіз виробництва показує, що ТОВ «Євробуд» багато зробило для підвищення ефективності виробництва. Таким чином, за 2021 рік компанія досягла таких результатів:

1. Прибуток від реалізації продукції (робіт, послуг) досяг суми 945,5 тис. грн.
2. Ціна реалізованої продукції - 630500 грн.
3. Сума коштів - 315000 грн.
4. На суму виручки від звичайної діяльності, яка склала 98600 грн., вплинули: збільшення прибутку від реалізації продукції, зменшення собівартості продукції.

Відповідно до аналізу ТОВ «Євробуд» фінансовий результат зріс. Так у 2020 році він становитиме 79,3 тис. грн, а у 2021 році – 98,6 тис. грн.

На зміну товару вплинули такі фактори: ціна, кількість, обсяг продажів. Асортимент послуг і продуктів зміцнить позиції ТОВ «Євробуд» на ринку і збільшить обсяг продажів.

РОЗДІЛ 3.

ШЛЯХИ ТА НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Співвідношення ціни і витрат - інструмент збільшення доходу

Найкраще співвідношення ціни продукції і витрат на виробництво і реалізацію є одним із шляхів збільшення прибутку підприємства. Розберемо фактори, що впливають на ціну товару. Це показано на запропонованій схемі (див. рис. 3.1):



Рис. 3.1. Фактори ціноутворення

Зростання цін на високоякісну сировину.

Це підвищення впливає на ціну товару. Подорожчання товару відбувається одночасно з подорожчанням сировини, з якої він виготовлений. Звичайно, це один з основних факторів, що впливають на ціну товару. Що робити в цьому випадку? Як зменшити витрати та збитки компанії в цій ситуації? Ви можете почати оптовий продаж високоякісної сировини за

низькими цінами в найкоротші терміни без процесу інфляції. Підприємство повинно забезпечити сировину. Щоб отримати якісну сировину, необхідно вміти контролювати її споживання. Це знижує собівартість виробленого продукту. Зверніть увагу, що вартість високоякісних матеріалів відбувається в періоди швидкої інфляції та зростання цін на енергоносії. Всі ці фактори слід враховувати при покупці якісної сировини оптом.

Витрати на маркетингові заходи.

Із зростанням витрат на маркетинг зростає і вартість продукту. Із загостренням економічної кризи суспільство та підприємства стикаються зі зниженням заробітної плати, зростанням собівартості торгівлі та зниженням ціни на пропонований до продажу продукт. Це зменшить дохід компанії. Ви повинні ретельно розрахувати та спланувати свої витрати та вибрати розумні маркетингові методи, які дозволять вашій компанії отримувати прогнозований дохід. Витрати на маркетинг включають витрати на рекламу та участь у виставках, а також дослідження збутового попиту, дослідження потенційних територій збуту та багато іншого. ТОВ «Євробуд» широко використовує діяльність з проведення різноманітних демонстрацій та візуальних тестів своєї продукції, але компанія не має аналітиків, які могли б прорахувати ефективність цих заходів та прийняти наступні маркетингові рішення. офісу, що веде до розширення ринку збуту.

Підвищення ціни на нову техніку.

Таке підвищення може відбутися в період посилення інфляційних процесів. Тому важливо передбачити ситуацію. Це необхідно, якщо компанія купує нове обладнання в період стабілізації національної валюти. Зниження цін на комунальні послуги може відбутися з часом і значно знизити рівень бізнесу та населення. У конкурентному середовищі кожна компанія хоче, щоб її продукція була надійною, конкурентоспроможною та доступною за ціною. Розглянемо параметри оптимальної ціни товару. Це показано на схемі нижче (див. рис. 3.2).

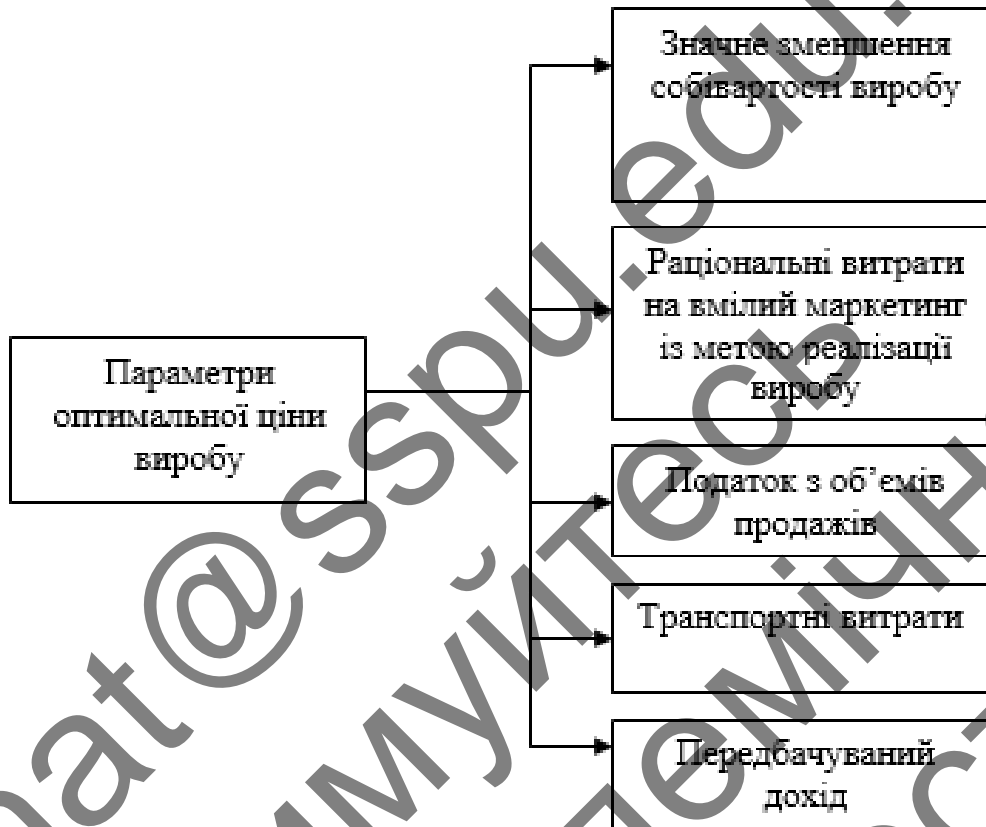


Рис. 3.2. Параметри оптимальної ціни виробу

1. Значне зниження собівартості продукції.

Реорганізація підприємств, чисельність працівників, придбання нового обладнання, створення економіко-аналітичної групи, ліквідація собівартості виробництва, розробка та використання інтелектуальної маркетингової стратегії, зниження податкового навантаження. без порушення чинних нормативних документів – все це сприятиме значному здешевленню будівельного продукту. Як правило, чим нижча ціна товару, тим нижча його продажна ціна. Якщо продукт є конкурентоспроможним і діє чесно, його реалізація буде більш успішною. Усі компанії, які бажають домінувати на ринку збуту, наголошують на низькій собівартості кінцевого продукту.

2. Розумні ціни для інтелектуального маркетингу для продажу продукту.

Термін «інтелектуальний маркетинг» був введений автором цих слів у книзі «Аналітична економіка сучасного підприємства». Вміла торгівля

передбачає низькі витрати, а її основна мета - швидко продати товар з низьким ризиком. Будь-яка компанія, яка намагається заощадити фінансові ресурси, застосовуватиме розумні маркетингові стратегії, зосереджуючись на кожному інвестованому доларі. Серед різноманітних стилів і технік мистецтва маркетингу виберіть один або декілька, які мають значний вплив на успішний продаж вашого продукту. Якщо розумний маркетинг не приносить результатів, потрібно знайти причину, тому що багато покупців і продавців не мають ресурсів. Компанії та громадськість не можуть придбати пропоновані продукти. Насправді ефективність розумного ринку багато в чому залежить від економічної ситуації в країні.

3. Вартість доставки.

Витрати на доставку є додатковим тягарем на ціну товару і зростають. Зниження витрат на автомобіль досягається за рахунок економії бензину. При експорті великої кількості продукції у визначений район слід передбачити ринки збуту та уникнути транспортних витрат. Доцільно створити таку ситуацію, коли клієнт забирає готову продукцію зі складу підприємства власним автотранспортом, але багато клієнтів ТОВ «Євробуд» не мають власного транспорту, і компанії нічого не залишається, як використовувати його. . носити або використовувати. послуги індивідуальних підприємців.

4. Орієнтовний дохід.

Компанія прогнозує очікувані доходи на основі даних маркетингової служби та економіко-аналітичної групи. Ці дані показують силу продажів і попиту, вказівку на конкурентоспроможність виробленого продукту, його основні потреби тощо. Гроші нібито обіцяні у вартості товару, але це не завжди відповідає дійсності, тому що компанія не має щоб реалізувати свою продукцію, вона лежить на складах. При прогнозуванні очікуваних доходів слід враховувати економічне становище країни, а також витрати населення та установ. Не плануйте занадто багато, коли багато компаній мають фінансові труднощі, а суспільство вже є неплатоспроможним. Цей план слід вважати дуже хорошим, низький дохід, конкуренція, проблемні ситуації та багато

іншого. При цьому компанія імпортує свою продукцію в рентабельні зони збуту і може планувати хороший прибуток, якщо товар користується попитом у населення і невисокою ціною. Завдяки швидкому надходженню грошей компанія зароблятиме більше, якщо продаватиме більше. ТОВ «Євробуд» також спробує скористатися таким методом, який дозволить отримати більше капіталу, ніж багато грошей. Природно, що зниження цін призводить до збільшення обсягу продажів. Розглянуто та проаналізовано джерела зниження цін на продукцію як фактори стимулювання зростання продажів. Це показано на даній схемі (див. рис. 3.3).

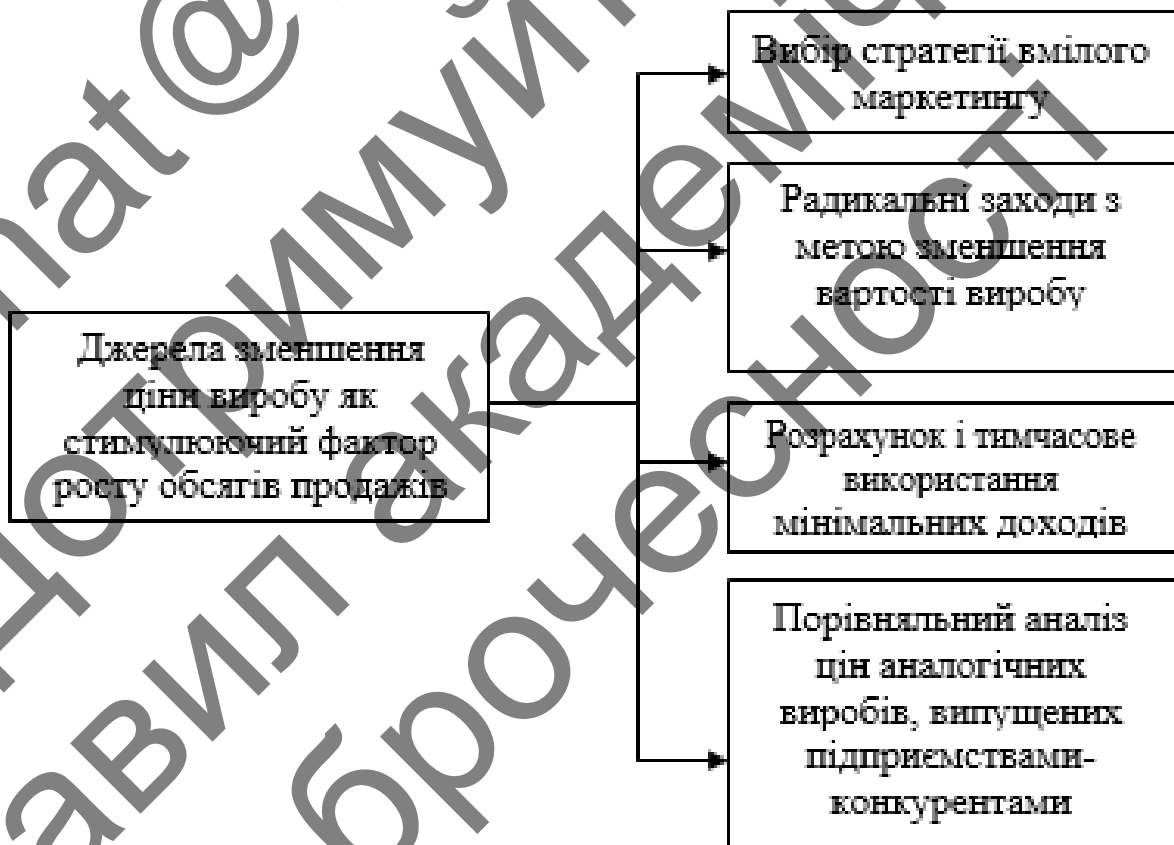


Рис. 3.3. Джерела зниження ціни

1. Вибір розумної маркетингової стратегії.

Усі компанії хочуть збільшити обсяг продажів і витратити менше грошей на маркетинг. Коли компанія заробляє багато грошей і витрачає мало, можна говорити про раціональне використання грошей і своєрідний розумний

маркетинг. Важливо вибрати один із розумних маркетингових шляхів, який принесе велику користь компанії. Це може включати демонстрації, невеликі оголошення в газетах або рекламні щити. Але для ТОВ «Євробуд» це ще далеко не все, адже, на мою думку, однією з найбільших проблем підприємства є недостатня якість продукції, що випускається. Є чудові товари, які демонструються на виставці, але ті, що продаються, не такої якості.

Цілком природно, що компанія пробує всі види інтелектуального маркетингу і вибирає один з них - найвигідніший, витрати повинні бути низькими і в той же час витрати високими. Шляхом проб і помилок компанія повинна вибрати правильну розумну маркетингову стратегію. Низькі витрати на маркетингові заходи дозволяють знизити собівартість продукту. Оскільки ринок є дуже важливою інвестицією, він є одним із основних джерел зміни ціни продукту.

2. Критичні заходи, спрямовані на зниження собівартості продукції.

Тут мова йде про реструктуризацію компанії, скорочення керівного та допоміжного персоналу, посилення процесів, пов'язаних із ліквідацією дрібних і великих робочих місць, запровадження менеджменту в компанії та виконання командних умов, підтримання сильної економіки для споживання ресурсів і ресурсів тощо.

Ці важливі дії значно здешевлять товар, а ціна виставленого на продаж товару значно знизиться.

3. Розрахунок і тимчасове використання мінімального доходу.

Коли компанія планує отримати очікуваний дохід, вона враховує економічну ситуацію, ціни бізнес-партнерів і резидентів, чинне законодавство та багато інших факторів. Для деяких компаній природно планувати низькі продажі під час економічної кризи. Розумне використання невеликої суми грошей дозволяє успішно вести свій бізнес. Мінімальний дохід можна витратити на впровадження нових технологій, реструктуризацію компанії, відкриття нового виду бізнесу та багато іншого. Важливо, щоб вони сприяли успішному фінансовому оздоровленню компанії. Ціна представлено до

продажу товару невисока. Тут основна увага приділяється збільшенню обсягу продажів більших продуктових ліній.

1. Порівняльний аналіз цін на аналогічну продукцію фірм-конкурентів.

Це дозволяє компанії контролювати ціни на свою продукцію. Аналіз порівняння цін може виявити, що продажна ціна продукції, виробленої компанією, висока. А при порівнянні слід показати шляхи, якими можна здешевити товар. Встановлюючи нижчу ціну на свій продукт, ніж у конкурентів, компанія перебуває у кращому становищі, якщо її продукти представлені з характеристиками вищої якості. Тому порівняльний аналіз витрат може бути одним із основних джерел зниження собівартості продукту. Таким чином можна знизити собівартість виробу. Загальні витрати компанії включають витрати на виготовлення продукту та витрати на продаж продукту:

$$\text{Взаг.} = \text{В1} + \text{В2} \quad (3.1)$$

де Взаг. – загальні витрати підприємства,

В1 – витрати на виготовлення продукції,

В2 – витрати на реалізацію продукції.

Витрати на збут продукції представлені на діаграмі нижче (див. рис. 3.4).

Проблеми у ТОВ «Євробуд» цілком закономірні. Тому що було допущено багато помилок у фінансовій стратегії компанії. Для успішної роботи необхідно провести реорганізацію компанії шляхом скорочення адміністративного та допоміжного персоналу.

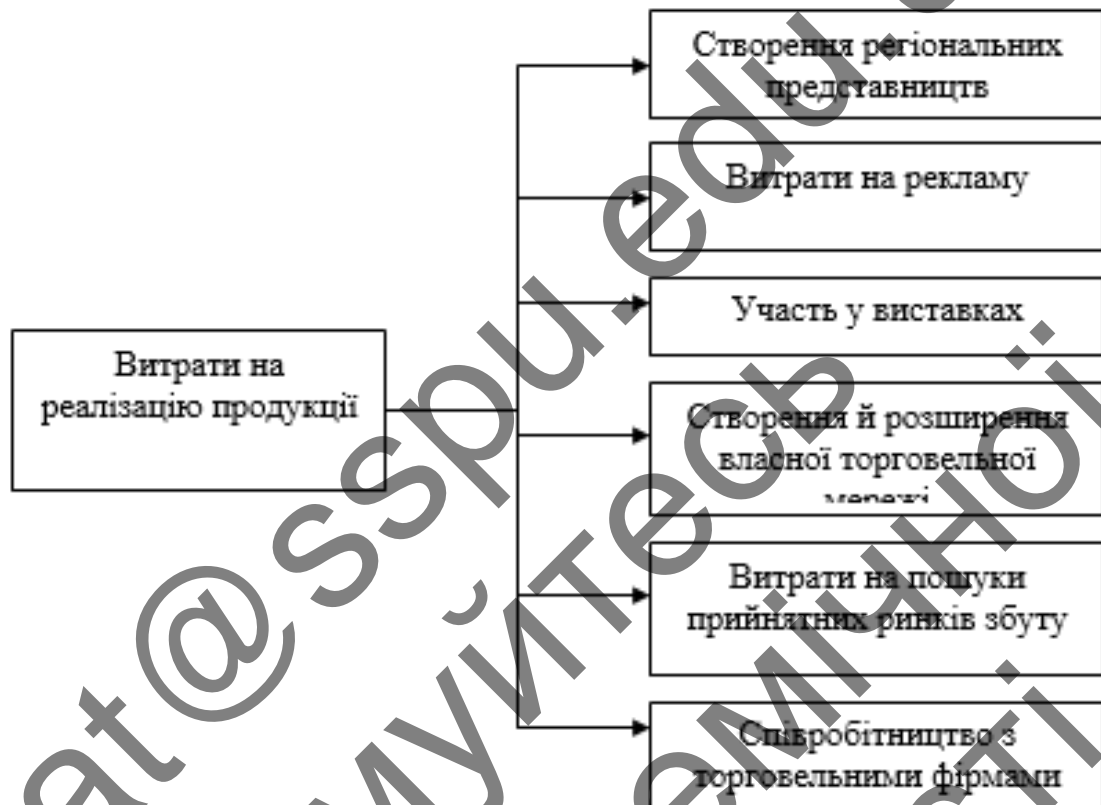


Рис. 3.4. Витрати на реалізацію продукції

Завдяки цьому вдасться знизити ціну та відпускну вартість продукції. Так як він якісно поступається імпорту і закладам, то треба, якщо він дешевший.

Це збільшить обсяг продажів. Чому б не витратити більше на маркетинг? Відповідь проста.

Клієнта влаштовує не висока ціна товару і його якість, а різниця в якості. При цьому вироблена продукція може бути найбільш конкурентоспроможною за умови поліпшення її якісних характеристик і зниження ціни реалізації. Однією з причин давньої проблеми є перевитрати. У разі кризи спрацював старий метод: чим вища ціна угоди, тим більше грошей. Тому через обмеженість фінансових ресурсів вони не намагалися збільшити витрати на комерційну діяльність у разі несплати.

Необхідно перевірити обґрунтованість ціни та витрат. Через низьку ціну на пиво впали і продажні ціни. Але низька ціна в цій ситуації може покращити

бізнес збуту продукції. Наявні фінансові ресурси слід спрямовувати на цілі, які принесуть додатковий дохід, а саме: відкриття та розширення мережі власного бізнесу, впровадження нових послуг та видів робіт тощо.

3.2. Моделювання бізнес-процесу управління прибутковістю підприємства в умовах динамічного розвитку економіки

Розвиток ринкових відносин вимагає проведення нової фінансової політики, зміцнення та прискорення соціально-економічного розвитку, підвищення ефективності виробництва та зміцнення доходів і державного управління. Продуктивність відіграє важливу роль у забезпеченні ефективності виробництва та підвищенні прибутковості. Це одна з основних функцій у системі економічних показників і є незамінним принципом роботи компанії. Сьогодні прибуток для українських підприємств є не лише кінцевим фінансовим результатом, який свідчить про їх виробничо-господарську діяльність, але й важливим для нового розвитку та підтримки конкурентоспроможності. Адже підвищення продуктивності створить фінансову програму самофінансування підприємницької діяльності, здійснення відтворення, їх інвестування та творчого розвитку, виступатиме засобом стимулювання працівників, виконання зобов'язань перед бюджетом, банки, інші організації, вказують на ступінь господарської діяльності та фінансове становище підприємства.

Слід зазначити, що після двадцяти років адаптації до ринкового середовища у компаній немає гарантій зростання прибутку. Про це свідчить також той факт, що, незважаючи на зростання обсягів виробництва у 2021 році до 34,5% порівняно з попереднім роком, є велика кількість неприбуткових підприємств і майже 40% від загальної кількості [45]. Причиною такої статистики можна назвати складність подолання економічної кризи, орієнтацію більшості підприємств на внутрішній ринок, відсутність інвестицій, високу собівартість продукції через значне скорочення основних

фондів – 70-90 %. [32], необхідність проведення реформ на державному рівні, а також виявлення відсутності резервів і використання методів підвищення вигоди для управлінського рівня компанії.

Щоб прибуток продовжував зростати, ви повинні шукати невикористані сфери для збільшення, тобто резерви для зростання доходу. Резерви визнаються на стадіях планування та безпосереднього виробництва і реалізації продукції. Визначення резервів збільшення доходів базується на науковому методі розробки методів їх мобілізації [26].

Процес ідентифікації ресурсу складається з трьох частин:

1. Аналітичний етап – ідентифікація та кількісна оцінка ресурсів.
2. Фаза управління - розробка комплексу технічних, технічних, управлінських, економічних і соціальних заходів, необхідних для використання виявлених родовищ.
3. Фаза дії - реалізація дій і контроль виконання.

Резерв збільшення прибутку може бути отриманий у таких випадках:

- при збільшенні обсягів виробництва та реалізації продукції;
- за рахунок низьких витрат виробництва та реалізації
- впроваджувати результати науково-технічного прогресу;
- за рахунок кращої якості реалізованої продукції [15].

Розглянемо детальніше цю інструкцію на прикладах того, як розрахувати запаси на основі бази даних про собівартість і рентабельність.

1. Забезпечення збільшення прибутку за рахунок збільшення виробництва та реалізації продукції.
2. Іншим резервним шляхом збільшення прибутку є зниження витрат на виробництво і реалізацію продукції.

Щоб знайти та прийняти рішення про шляхи зниження виробничих витрат, вони аналізують інформацію для оцінки витрат на виробництво та реалізацію продукції шляхом порівняння рівня цін і прогресу стандартів і наукових стандартів щодо різних витрат. , нормативи використання виробничого обладнання, устаткування, нормативи непрямих матеріальних

витрат, капітальних вкладень тощо, отримані від адміністративно-технічної діяльності. Водночас слід враховувати, що існує багато порад щодо визначення інфляції, пов'язаних із виявленням резервів зниження самих витрат.

Перший крок – скорочення прямих матеріальних витрат.

Другий спосіб – економія витрат на оплату праці шляхом введення нових робочих місць (зниження трудомісткості).

Третім шляхом створення резервів підвищення продуктивності праці є скорочення поточних і постійних витрат, яке може бути досягнуто за рахунок збільшення обсягу виробництва.

Однак слід зазначити, що ці методи найважче застосовувати українським інжиніринговим фірмам, оскільки вони не мають достатньо власних ресурсів, іноземних фінансових інвестицій, державної підтримки для впровадження нових рішень. технологій.

3. Іншим способом визначення збільшення прибутку є покращення якості продукції.

Проте перелік методів створення резервів збільшення прибутку підприємств, які є важливим елементом підвищення ефективності їх роботи, можна віднести до традиційних методів.

Сьогодні з'явився новий метод, при якому збільшення прибутку компанії означає збільшення вартості її капіталу, що не обов'язково приносить прибуток. З огляду на це розглянемо розподіл шляхів підвищення продуктивності підприємства, як показано на рис. 3.5.

Прибуток, як джерело виробничого і соціального розвитку, відіграє важливу роль у стабілізації особистих фінансів підприємств, яка може визначатися величиною перевищення грошових коштів над витратами. Однак використання показника випуску недостатньо, щоб оцінити ефективність компанії, оскільки його наявність не означає, що компанія працює добре. Тому для визначення ефективності понесених витрат слід використовувати орієнтир – рівень ефективності (добре).

<p>1. Скорочення витрат</p> <p>1) виробництво або закупка деталей на стороні; 2) покупки не цінують окремі складові товари; 3) у конкурентів більш високі показники рентабельності продажів; 4) витрати на одиницю продукції стрімко зростають</p>	<p>2. Підвищення ціни</p> <p>1) прибутковість сегменту низька; 2) покупки високо оцінюють продукцію; 3) більш низькі ціни, ніж у конкурента; 4) якість та властивості продукції набагато вищі, ніж у конкурентів</p>	<p>3. Зниження ціни</p> <p>1) високі ціни конкурентів; 2) втрата частки ринку через ціни 3) мала ймовірність зниження цін конкурентами; 4) ціна – найбільш важливий показник для покуців; 5) висока прибутковість діяльності</p>
<p>11. Методи ринкової економіки</p> <p>1) аналіз бізнес середовища; 2) оцінка вартості капіталу; 3) вплив фінансового леверідажу 4) оцінка інвестицій</p>	<p>Шляхи підвищення прибутковості</p>	<p>4. Зміна структура діяльності</p> <p>1) прибутковість напрямків діяльності сильно відрізняється; 2) відносні частки ринку сегментів різні; 3) оцінки покуців різних сегментів різні; 4) можливість завоювання лідерства при концентрації на одному сегменті</p>
<p>10. Інновації</p> <p>1) успішність діяльності; 2) можливість використання закордонного досвіду; 3) можливість копіювання новітніх тенденцій</p>		<p>5. Розширення діяльності у суміжному сегменті</p> <p>1) можливість використання переваг та досвіду; 2) переваги у розмірах та прибутковості над конкурентами суміжних сегментів</p>
<p>9. Підвищення рівня якості та обслуговування</p> <p>1) низька якість продукції конкурентів; 2) незадоволення покуців продукцією на ринку; 3) низький рівень імітації</p>		<p>6. Розширення діяльності у існуючих сегментах</p> <p>1) ріст діяльності підприємства з більшими темпами, ріст ринку; 2) поглинання конкурентів; 3) досягнення більш високих цін (низьких витрат), ніж у будь-якого конкурента</p>
<p>8. Зміни в основній діяльності</p> <p>1) інтеграція з постачальниками або посередниками; 2) концентрація на тому виді діяльності, який має переваги перед головним конкурентом</p>	<p>7. Проникнення у нові сегменти</p> <p>1) наявність потужностей та резервів; 2) слабе конкурентне середовище; 3) нове бачення сегментів</p>	

Рис. 3.5. Декомпозиція шляхів підвищення прибутковості підприємств

Проблема корпоративної прибутковості включає питання отримання прибутку у виробництві, його структуру з точки зору послуг і розподілу, а також його використання для капіталу.

Для вирішення цієї проблеми необхідно систематично досліджувати рентабельність підприємств і фактори, що впливають на неї, а також постійно контролювати і створювати резерви збільшення прибутку, поєднувати різні шляхи підвищення рівня продуктивності праці.

Тому неправильна вказівка шляхів підвищення продуктивності підприємств стає вказівкою на план дій, спрямованих на підвищення продуктивності підприємств.

ВИСНОВКИ

В роботі проведений аналіз діяльності компанії ТОВ «Євробуд» з точки зору збільшення прибутку компанії шляхом поліпшення управління всіма активами компанії.

Вивчення методів, прийомів та використання компонентів підвищення продуктивності праці підприємств дозволяє зробити такі висновки:

1. Прибуток є основним показником здоров'я компанії. Розмір прибутку, який отримує компанія, залежить (серед іншого) від обсягу виробництва, на який впливає багато факторів. Тому якість роботи підприємства залежить від показника, який показує ступінь ефективності з тих чи інших причин виробництва. Це ознака ефективності.

2. Рівень прибутку всіх організацій і підприємств залежить від розміру прибутку, ринкового прибутку, собівартості продукції, розміру основних фондів і оборотних коштів. Основними факторами, що забезпечують підвищення продуктивності праці та прибутковості підприємства, є підвищення продуктивності праці працівників, повернення капіталу, економія ресурсів, рівень технологічного прогресу, тобто інженерія та інженерія технічних процесів потребують людина, роботи та вдосконалення. управління. Врахування цих речей компанією підвищить ефективність її діяльності.

3. При аналізі виробничого процесу показники ефективності можна об'єднати в наступні групи: показники продуктивності (складаються на основі розрахунків рівнів ефективності за кодом -Product); показники фондовіддачі (створюються на основі розрахунків рівнів рентабельності на основі зміни розміру та характеру попередніх інвестицій); та показники ефективності, розраховані за власними ресурсами (створені на основі розрахунку рівня ефективності, аналогічні показникам першої та другої груп, але замість грошей у розрахунках).

4. Управління продуктами – це процес розробки та прийняття ефективних управлінських рішень у всіх основних сферах створення,

розповсюдження та використання в компанії з метою збільшення життя нинішніх і майбутніх власників компанії. Основною метою фінансового менеджменту є визначення шляхів найкращої структури та найкращого розподілу з метою покращення розвитку роботи компанії та підвищення ринкової вартості.

5. Проаналізувавши науково-практичні результати вітчизняних дослідників, можна запропонувати перелік основних дій щодо управління результатами компанії, а саме: забезпечити, щоб сума отриманого прибутку дорівнювала потенціал компанії; господарське підприємство та ринкова ситуація; забезпечити найкращий баланс між рівнем прибутку, який необхідно отримати, та рівнем дозволеного ризику; забезпечення найвищої якості продукції; забезпечення постійного зростання ринкової вартості підприємства; збереження довгострокової конкурентоспроможності; підготовка фінансів і платоспроможності підприємства; підтримка залучення інвестицій.

6. Стратегія управління фінансами підприємства розробляється на основі однієї з основних стратегій з урахуванням періоду його життєвого циклу. У період буму основною стратегією є стратегія зростання. Як і в стратегії управління капіталом, рекомендується досягти точки беззбитковості, встановити мінімальний рівень прибутковості і досягти встановлених результатів. У період стабілізації вважається використання стратегії підтримки темпів зростання продукту з урахуванням інфляції. Розробка такої стратегії передбачає забезпечення сталого рівня прибутку. Під час рецесії потрібно тримати ринок. У таких ситуаціях, якщо є базова стратегія виживання, компаніям рекомендується використовувати одну зі стратегій управління готівкою: стратегію забезпечення мінімального рівня готівки або стратегію беззбитковості.

7. Для підвищення ефективності підприємства та його майбутнього стратегічного розвитку необхідно розробити стратегію управління бізнесом, спрямовану на покращення способів заробітку та використання грошей. Для

підвищення продуктивності підприємства перш за все необхідно проводити заходи щодо забезпечення збільшення трудових книжок, ефективного управління витратами, підвищення ефективності використання ресурсів і технічної бази, оптимізації структури і складу капіталу. роботи, підвищення продуктивності праці співробітників і вдосконалення системи управління компанією.

8. Основними шляхами вдосконалення об'єктивної структури структури та використання продукції підприємства є: визначення основного напрямку використання грошей – капіталізація грошей, що сприятиме підвищенню розвитку підприємства та покращенню економічних результатів. свою роботу та господарську діяльність з метою аналізу динаміки та властивостей продукції, отриманої в базовому періоді, виявлення ресурсів, які мають шанс збільшити продукцію та ефективного планування будівництва, розподілу та використання. гроші на майбутнє.

У другому розділі розглядаються аспекти фінансового менеджменту підприємства. У розділі також представлено реальний приклад управління продуктами на підприємстві в процесі планування. Початкове припущення полягає в тому, що він спробує реалізувати існуючий план, але як тільки він буде реалізований, бізнес не зможе збільшити свої прибутки і помре. Далі пропонується використати стратегічний план, що охоплює всю структуру ТОВ «Євробуд», враховуючи економічні та екологічні аспекти. Технологічних інновацій можна досягти, використовуючи великі обсяги іноземного фінансування. Стратегічне планування також враховує такі фактори, як стабільність цін, обсяг виробництва та зростання прибутку.

У третій частині роботи власника аналізуються всі наявні ресурси підприємства: інженерно-технічні працівники, уповноважені працівники, адміністративні працівники та помічники, вони мають і мають грошовий кредит, описуються ризики - їх правильне та доцільне використання. . , представить детальні рекомендації для ТОВ «Євробуд». У цьому ж розділі велику увагу приділено злагодженості роботи всіх членів робочої групи, що є

однією з причин підвищення результатів. Для компанії найважливішим кроком є визначення найкращої ціни, не дуже низької і не дуже високої, тобто знайти сферу, де можна отримати дохід від продажів і необхідну суму грошей. При розрахунку ціни враховуються такі фактори, як ціна високоякісної сировини, витрати на маркетинг, створення власної бізнес-мережі, невизначеність податкового законодавства та підвищення ціни на нове обладнання. Одним із головних недоліків продукції ТОВ «Євробуд» є те, що створювана продукція є продукцією спеціального призначення, яка не підходить багатьом клієнтам. Хоча кожен любить мати певну кількість продукції ТОВ «Євробуд». Крім того, компанія повинна навчитися балансувати свої доходи і витрати, а для доходів і витрат використовується аналітичне прогнозування. Для компанії ТОВ «Євробуд», було розраховано співвідношення балансових доходів і витрат, і в 2016 році було виявлено, що фінансовий стан компанії був кращим, ніж у 2017 році. У цьому розділі визначено п'ять важливих факторів, які збільшують дохід і зменшують витрати

I. Впровадження та розвиток нових технологій.

II. Легке накопичення енергії

III. Своєчасне постачання високоякісної сировини, запасних частин, комплектуючих та інших предметів, необхідних для безперебійної роботи підприємства.

IV. Незнання конкурентів.

V. Орієнтація на збільшення продажів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Амбарчян М. С. Прогнозування показників фінансової звітності банків на основі методів екстраполяції трендів / М. С. Амбарчян // Фінанси, облік і аудит. КНЕУ ім. Вадима Гетьмана. – 2016. – № 20. – С. 236-244
2. Базилінська О.Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика: навчальний посібник / О. Я. Базилінська. – 2-ге вид.. – К.: ЦУЛ, 2011. – 328 с.
3. Бержанір І.А. Рентабельність як основний показник оцінки діяльності підприємства / І.А. Бержанір, Ю.В. Улянич, Н.І. Гвоздей // Вісник ХНДАУ. – 2015. – № 1. – С. 261–265.
4. Білик М. Д. Фінансові результати діяльності малих підприємств: оцінка та прогнозування : монографія / М. Д. Білик, Т. О. Білик. – К. : ПанТот, 2012. – 280 с.
5. Блонська В. І. Прибуток – особливості його формування та використання в ефективному управлінні підприємством / В. І. Блонська, І. В. Паньків // Науковий вісник НЛТУ України. – 2016. - Вип. 21.5. – С.179 – 185.
6. Блонська В.І. Вдосконалення формування та використання прибутку підприємства / В.І. Блонська, О.І. Вужинська // Науковий вісник НЛТУ України. - 2018. - № 18.1. - С. 122-128.
7. Буркова Л.А. Дослідження економічної сутності понять «прибуток» та «фінансовий результат» та їх вплив на оцінку економічних результатів діяльності. Агросвіт. 2014. № 19. С. 50-57.
8. Верхоглядова Н. І. Зміст та значення прибутку як головної рушійної сили ринкової економіки Електронний ресурс / Н. І. Верхоглядова, С. Б. Ільїна, В. П. Шило// Економічний простір. – 2012. – № 18. – С. 180-192.
9. Висока О. Є. Економічна сутність прибутку та концепції його формування / О. Є. Висока // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. – 2014. – Вип. 17. – С. 293-299.
10. Войцеховська Ю. В. Методи прогнозування розвитку виробничого потенціалу підприємств [Електронний ресурс] / Ю. В. Войцеховська, В. В.

Войцеховська, А. Л. Висоцький. – Режим доступу : http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/14100/1/7_42-8_Vis_725_Ekonomika.pdf.

11. Гавалешко С. В. Рентабельність підприємства та шляхи її підвищення Електронний ресурс / С. В. Гавалешко // Економікс. – 2012. – № 10. – Режим доступу : www.rusnauka.com/10_DN_2012/Economics/10_106158.doc.htm

12. Грещак М. Г. Внутрішній економічний механізм підприємства: навч. посіб. / М.Г. Грещак, О.М. Гребешкова. – К.: КНЕУ. – 2010. – 103 с.

13. Дзюбенко Л. М. Організаційно-економічне забезпечення прибутковості підприємства / Л. М. Дзюбенко. – К., 2015. – 22 с.

14. Довбня С.Б. Методичні особливості показників рентабельності та розробка їх класифікації / С.Б. Довбня, О.Г. Пендик // Молодий вчений. – 2014. – № 5. – С. 94–97.

15. Економічна енциклопедія: у трьох томах, т. 2 / за ред. С.В. Мочерний та ін. – К.: вид. центр «академія», 2012. – 952 с.

16. Економічний аналіз господарської діяльності. / В.І. Іващенко, М.А. Болюх. – К.: ЗАТ «Нічлава», 2012. – 215 с.

17. Зінченко О.А. Визначення показників рентабельності на основі величини якості прибутку / О.А. Зінченко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2013. – № 28. – С. 150–155.

18. Зятюк Н.В. Теоретико-методологічні аспекти стратегії забезпечення прибутковості підприємства / Н.В. Зятюк // Культура народів Причорномор'я. – 2016. – № 154. – С. 27–31

19. Кайтанський І. С. Аналіз шляхів і резервів підвищення прибутковості хлібопекарської галузі України / І. С. Кайтанський, В. А. Самофатова, В. В. Олійник // Економіка харчової промисловості. – 2015. – № 1. – С. 33-37.

20. Касьяненко В. О. Моделювання та прогнозування економічних процесів: навч. посібник / В. О. Касьяненко, Л. В. Старченко. – Суми: ВТД «Університетська книга», – 185 с.

21. Кучер Л. Ю. Науково-теоретичні підходи до інтерпретації дефініції «прибутковість» / Л.Ю. Кучер Електронний ресурс. – Режим доступу : http://khntusg.com.ua/fles/sbornik/vestnik_99/06.pdf.

22. Линник О. І. Облік прибутку та визначення резервів забезпечення прибутковості підприємства / О. І. Линник, О. С. Задорожна // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХПІ». – 2015. – № 26 (1135). – С. 147-153.

23. Макеєнко А. Г. Інноваційна діяльність як один із факторів впливу на прибуток суб'єктів господарювання в Україні / А. Г. Макеєнко // Інвестиції: практика та досвід. – 2013. – № 13. – С. 62-65.

24. Мегедин Н. Р. Засади організації соціально-економічного розвитку сільськогосподарських підприємств. Економіка АПК. 2010. № 4. С. 104-108.

25. Мельник Л. Л. Економічна засади прибутковості сільського господарства: монографія. Дніпро: Свідлер А.Л., 2016. 346 с.

26. Мельник Л. Л. Теоретико-практичні засади дослідження прибутковості сільськогосподарських підприємств. Економіка та держава. 2016. № 5. С. 32-37.

27. Осипова Т. В. Теоретичні аспекти трактування прибутковості в сучасних умовах господарювання / Т.В. Осипова // Управління розвитком. 2012. – № 1. – С. 82–84.

28. Пилипчук О. В. Прибуток як узагальнений показник господарсько-фінансової діяльності підприємства / О. В. Пилипчук // Формування ринкових відносин в Україні. – 2015. – № 2. – С. 103 – 107.

29. Прокопа І. В. Структура сучасного аграрного виробництва в Україні: соціоекономічний та організаційний аспекти. Агроінком. 2012. № 7- 9. С. 24-31.

30. Романова, Т. В. Чинники, що впливають на збільшення прибутку підприємств України в сучасних умовах / Т. В. Романова, Є. О. Даровський // Ефективна економіка. – 2015. – №

31. Рябенко Г. М. Шляхи покращення фінансового стану підприємства / Г.М. Рябенко // всеукраїнський науково-виробничий журнал: інноваційна економіка. – 2012. – № 7. електронний ресурс. – режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/inek/2012_7/105.pdf.

32. Самойленко О. А. Методи оцінки фінансових ризиків Електронний ресурс / О. А. Самойленко. – Режим доступу : <http://www.confcontact.com/2008jule/samojlenko.htm>.

33. Серединська В. М. Економічний аналіз: навчальний посібник / В.М. Серединська, О.М. Загородна, Р.В. Федорович. – Тернопіль. : Видавництво Астон, 2010.

34. Сидяга Б. Механізми управління формуванням і використанням прибутку підприємствами / Б. сидяга // Галицький економічний вісник. – 2010. – № 1(26). – 41 с.

35. Синицький. А. А. Аналіз методів планування операційного прибутку промислового підприємства / А. А. Синицький // Економічні науки. Хмельницький національний університет. – 2012. – №. 20. – С. 21-25

36. Сисоева І. М. Моделі прогнозування прибутку підприємства в залежності від методів облікової політики / І. М. Сисоева. – Режим доступу : <http://intkonf.org/sisoeva-im-modeli-prognozuvannya-pributku-pidpriemstvavzalezhnosti-vid-metodiv-oblikovoyi-politiki>.

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

38. Супрун С. Д. Теоретичні аспекти визначення рентабельності / «Главбух». - 2010. - №1-2. - С. 156. 83

39. Ткаченко Т. П. Організаційно-економічний механізм забезпечення прибутковості підприємства / Т. П. Ткаченко // Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». - 2014. - № 11. - С. 192-197.

40. Хорунжий М. Й. Проблеми ціноутворення на сільськогосподарську продукцію. Економіка АПК. 2011. № 1. С. 57-61.
41. Чухно, А. Сучасна фінансово-економічна криза: природа, шляхи і методи її подолання. Економіка України. - К. : «Преса України». № 1 – 2010. – С. 4–13.
42. Шафорост Я. П. Сутність прибутку як економічної категорії: історичний аспект / Я. П. Шафорост // Наукові праці НДФІ. – 2011. – Вип. 1. – С. 155-163.
43. Шендерівська Л. П. Фактори впливу на прибуток поліграфічного підприємства / Л. П. Шендерівська // Економічний аналіз. – 2014. – Т. 16 (2). – С. 203-209.
44. Шуліков А. Е. Статистичне дослідження часових рядів цін на B2B-ринку / А. Е. Шуліков, М. А. Голованова // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 84 Харків : НАУ ХАІ, 2011. – № 2(14). – С.125 – 135.
45. Щука В. Г. Обґрунтування вибору факторів, які чинять вплив на чистий прибуток енергопостачального підприємства ПАТ «Хмельницькобленерго» для його моделювання / В. Г. Щука, Я. І. Щипанова // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2015. – № 1. – С. 105-108.
46. Ярошевич Н. Б. Фінанси підприємств : / Н.Б. Ярошевич. – К., 2012. – 341 с.