

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

(повне найменування вищого навчального закладу)

**ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ**

(назва факультету)

**КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ, ЛОГІСТИКИ ТА ІННОВАЦІЙ**

(повна назва кафедри)

**Пояснювальна записка**

до дипломної роботи

**МАГІСТРА**

(освітній ступінь)

на тему Управління формуванням прибутку підприємства

Виконав: студент 2 року навчання за  
освітнім ступенем «магістр»  
групи 8.03.073.010.20.1  
спеціальності 073 «Менеджмент»  
освітньо-професійної програми  
«Менеджмент організацій і адміністрування»

Проскура М. К.

(прізвище та ініціали)

Керівник к.е.н., доц. Велика О.Ю.

(прізвище та ініціали)

Рецензент Іванієнко І.В.

(прізвище та ініціали)

## РЕФЕРАТ

Дипломна робота містить 129 сторінок, 8 таблиць, 13 рисунків, перелік з 72 джерел, 6 додатків.

Метою роботи є узагальнення теоретичних положень та формування практичних рекомендацій, спрямованих на вдосконалення управління формуванням прибутку підприємства.

Об'єктом дослідження є процес управління формуванням прибутку підприємства. Предмет дослідження: теоретичне та методологічне забезпечення управління формуванням прибутку підприємства.

У першому розділі дипломної роботи надана сутнісна характеристика прибутку підприємства, встановлено етапи його формування. Розглянуто етапи управління формуванням прибутку підприємства та проаналізовано методичне забезпечення цього процесу.

У другому розділі дипломної роботи проведено комплексний аналіз діяльності ТОВ «Тубний завод», а саме техніко-економічний і фінансовий аналіз. Також проаналізовано динаміку його прибутку та структуру виручки як основного джерела формування прибутку заводу.

У третьому розділі дипломної роботи виявлено загальні проблеми управління формуванням прибутку та проведено дослідження особливостей формування прибутку підприємств в Україні. Обґрунтовано доцільність використання СVP-аналізу для удосконалення управління формуванням прибутку ТОВ «Тубний завод». Проведено розрахунки економічного ефекту від запропонованих заходів.

Одержані результати можуть бути використані у діяльності ТОВ «Тубний завод» для удосконалення управління формуванням його прибутку та встановлення напрямів його збільшення.

Ключові слова: прибуток, управління, формування, СVP-аналіз, постійні і змінні витрати

Рік написання – 2021, рік захисту – 2021.

## **ABSTRACT**

Thesis contains 129 pages, 8 table, 13 figures, 72 sources, 6 applications.

The purpose of the work is to generalize the theoretical provisions and the formation of practical recommendations aimed at improving the management of the formation of enterprise profits.

The object of study is the process of managing the formation of enterprise profits. Subject of research: theoretical and methodological support of enterprise profit management.

In the first section of the thesis the essential characteristic of the profit of the enterprise is given, the stages of its formation are established. The stages of enterprise profit generation management are considered and the methodological support of this process is analyzed.

In the second section of the thesis a comprehensive analysis of the activities of Ltd "Tube Plant", namely the technical, economic and financial analysis. The dynamics of its profit and the structure of revenue as the main source of profit of the plant are also analyzed.

The third section of the thesis deals with the general problems of profit management and conducted a study of the peculiarities of profit generation of enterprises in Ukraine. The expediency of using CVP-analysis to improve the management of profit formation of Ltd "Tube Plant" is substantiated. The economic effect of their realization was calculated.

The obtained results can be used in the activity of Ltd "Tube Plant" to improve the management of its profit formation and to establish the directions of its increase.

Keywords: profit, management, formation, CVP-analysis, fixed and variable costs

Year of writing – 2021, year of protect – 2021.

## ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА	11
1.1. Економічна сутність прибутку підприємства	11
1.2. Особливості управління формуванням прибутку підприємства	19
1.3. Аналіз методичного забезпечення управління формуванням прибутку підприємства	27
Висновки до розділу 1	38
РОЗДІЛ 2. КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ТУБНИЙ ЗАВОД»	40
2.1. Характеристика підприємства та аналіз техніко-економічних показників	40
2.2. Фінансовий аналіз діяльності підприємства	49
2.3. Аналіз прибутку підприємства	55
Висновки до розділу 2	59
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ПРИБУТКУ ТОВ «ТУБНИЙ ЗАВОД»	61
3.1. Проблеми управління формуванням прибутку підприємства	61
3.2. Обґрунтування використання СVP-аналізу для вдосконалення управління формуванням прибутку ТОВ «Тубний завод»	70
3.3. Розрахунок економічного ефекту від запропонованих заходів	80
Висновки до розділу 3	88
ВИСНОВКИ	90
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	92
ДОДАТКИ	100

## ВСТУП

Ринкова економіка визначає конкретні вимоги до системи управління підприємствами. Потрібно більш швидке реагування на зміни господарської ситуації для підтримки стійкого фінансового стану і постійного поліпшення виробництва відповідно до зміни ринкової кон'юнктури. В сучасних умовах підприємство самостійно планує власну діяльність і визначає перспективи розвитку, з урахуванням попиту на продукцію. Самостійно планованим показником в числі інших став прибуток. Його величина складається під впливом великої кількості різних факторів і відображає майже всі сторони діяльності підприємства. З цієї причини прибуток можна розглядати з позиції керованого об'єкта, який може бути підданий планування та прогнозування, обліку і аналізу, регулювання і контролю.

Прибуток підприємства є основною рушійною силою ринкової економіки, джерелом власних фінансових ресурсів, необхідних для забезпечення фінансово-господарської діяльності. Нестача фінансових ресурсів обмежує темпи зростання підприємства, спонукає його до здійснення запозичень, що у кінцевому підсумку, у разі неефективної боргової політики, може призвести до банкрутства. Прибуток є головною метою діяльності підприємства та основним чинником, що забезпечує його розвиток. Саме тому, питання формування прибутку в сучасних умовах набувають особливої актуальності.

Питання управління формуванням прибутку підприємства зайшли відображення у наукових працях вчених України та зарубіжжя, зокрема: І.А. Бланк, Ю.Ф. Брігхем, В.М. Гриньова, М. Ерхардт, В.О. Коюда, Л.Л. Куц, Н.Г. Пігуль, А.М. Поддерегін, С.Ф. Покропивний та інших.

Мета дипломної роботи полягає в узагальненні теоретичних положень та формуванні практичних рекомендацій, спрямованих на вдосконалення управління формуванням прибутку підприємства. Для досягнення цієї мети було поставлено та вирішено наступні завдання:

- дослідити економічну сутність прибутку підприємства;
- встановити особливості управління формуванням прибутку підприємства;
- проаналізувати методичне забезпечення управління формуванням прибутку підприємства;
- проаналізувати рівень прибутків вітчизняних підприємств;
- дослідити взаємозв'язок прибутків вітчизняних підприємств від розміру та джерел їх фінансових ресурсів;
- проаналізувати основні техніко-економічні та фінансові показники діяльності підприємства;
- проаналізувати динаміку та структуру прибутків підприємства;
- запропонувати шляхи щодо підвищення рівня прибутку підприємства;
- розрахувати економічний ефект від запропонованих заходів.

Об'єкт дослідження процес управління формуванням прибутку підприємства.

Предмет дослідження теоретичне та методологічне забезпечення управління формуванням прибутку підприємства.

Інформаційною базою є наукові статті, монографії та підручники вітчизняних та закордонних вчених економістів, законодавчо-нормативні акти, дані статистичної звітності підприємств України, статистичні та фінансова звітність ТОВ «Тубний завод».

Методи дослідження: теоретичні, а саме історичний, системний, формалізація, абстрагування і узагальнення; загально логічні методи, а саме аналогій, аналізу і синтезу, індукції і дедукції; метод кореляційно-регресійного аналізу.

Базою дослідження є товариство з обмеженою відповідальністю «Тубний завод» (ТОВ «Тубний завод»).

Наукова новизна одержаних результатів полягає у тому, що набули подальшого розвитку підходи щодо забезпечення управління формуванням

прибутку підприємства. Також було удосконалено сутність прибутку підприємства та класифікацію його видів.

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що запропоновано шляхи удосконалення управління прибутком підприємств на основі побудованої моделі залежності рівня прибутку від основних показників діяльності підприємства.

За результатами дослідження було опубліковано наукову статтю на тему «Особливості управління формуванням прибутку» у «Молодіжному віснику» № 2, 2021 р. (Додаток Е).

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

### **1.1. Економічна сутність прибутку підприємства**

Основною фінансовою категорією, що відображає позитивний фінансовий результат господарської діяльності підприємства, характеризує ефективність виробництва і свідчить про обсяг і якість виробленої продукції є прибуток.

Прибуток є одним з ключових показників, які характеризують результати господарської діяльності підприємства. Він виступає основним джерелом для фінансування його розвитку, забезпечення фінансової стійкості та платоспроможності підприємства. Отримання прибутку є головною метою підприємницької діяльності. Створення дієвого механізму управління прибутком на підприємстві сприятиме оптимізації його доходів і витрат, джерел фінансування, що дасть змогу забезпечити стабільний розвиток підприємства у довгостроковому періоді [26].

Сутність прибутку полягає в тому, що він є основним джерелом фінансування розвитку підприємництва, удосконалення його матеріально-технічної бази, забезпечення всіх форм інвестування. Вся діяльність підприємства спрямовується на те, щоб забезпечити зростання прибутку, який є підсумковим показником, результатом фінансово-господарської діяльності підприємства. Прибуток формується під впливом великої кількості взаємозалежних факторів, що впливають на результати діяльності підприємства по-різному: одні – позитивно, інші – негативно.

Серед зовнішніх факторів можна виділити такі: економічні умови господарювання; місткість ринку; платоспроможний попит споживачів; державне регулювання діяльності підприємства тощо. Особливе значення має рівень, динаміка і коливання платоспроможного попиту, тому що він визначає стабільність отримання прибутку.

Джерелами формування загального прибутку підприємства є:



прибуток від продажу основної продукції підприємства, який є головним складником загального прибутку;

прибуток від продажу майна, що не використовується підприємством;  
прибуток від позареалізаційних операцій [22].

Поняття та сутність категорії «прибуток» у більшості вчених описується по різному. Так, І.А. Бланк, який одним із перших в Україні використовує поняття співвідношення ризику і доходу, визначає прибуток як втілений у грошовій формі чистий дохід підприємця на вкладений капітал, що характеризує його винагороду за ризик здійснення підприємницької діяльності та є різницею між сукупним доходом і сукупними витратами у процесі здійснення цієї діяльності [7].

Брігхем С.Ф. [12] вважає прибуток є однією з основних категорій товарного виробництва. Це передусім виробнича категорія, яка характеризує відносини, що складаються у процесі суспільного виробництва.

А.М. Поддєрьогін [47] визначає прибуток як частину заново створеної вартості, виробленої і реалізованої, готової до розподілу. Таким чином, наголошується на важливості процесу реалізації виробленого продукту за кошти.

Також, визначення категорії «прибуток» висвітлено в П(С)БО 3 «Звіт про фінансові результати», де прибуток – це сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати [54]. Дане визначення сутності прибутку є досить лаконічним, проте не повністю висвітлює зміст даного терміну, характеризуючи поняття прибутку, насамперед з кількісного боку, що є очевидним, проте при цьому не розкривається його економічна природа.

Результати аналізу основних підходів до визначення сутності прибутку підприємства наведено у табл. 1.1.

Отже, підходи щодо визначення економічного змісту прибутку є досить неоднозначними і немає єдиного розуміння серед економістів, щодо природи прибутку. Дослідження різних точок зору вітчизняних та зарубіжних вчених економістів щодо походження, сутності прибутку, дозволяє уточнити його

визначення. Ми пропонуємо під прибутком розуміти частину доходу, що утворюється в результаті господарської діяльності підприємства, з вирахуванням усіх витрат і платежів, які підприємство понесло і сплатило під час виробництва і реалізації продукції (товарів, робіт, послуг).

Таблиця 1.1

## Аналіз підходів до визначення прибутку підприємства

Автор	Визначення
Поддєрьогін А.М., Білик М.Д., Буряк Л.Д. та ін. [68]	Прибуток – система економічних відносин між підприємцями (роботодавцями – власниками засобів виробництва) і найманими працівниками щодо виробництва, розподілу та привласнення створеної додаткової вартості, яка відособлюється у вигляді надлишку над витратами вкладеного капіталу. Кількісне визначення прибутку – це різниця між загальним доходом (валовим вииторгом) підприємства від реалізації продукції та сукупними витратами на її виробництво
Покропивний С.Ф. [48]	Прибуток - це та частина виручки, що залишається після відшкодування всіх витрат на виробничу й комерційну діяльність підприємства. Прибуток є основним джерелом фінансування розвитку підприємства, удосконалення його матеріально-технічної бази, забезпечення всіх форм інвестування
Андріяш А.С.[4]	Прибуток – це та частина вииторгу, що залишається після відшкодування всіх витрат на виробничу, комерційну, фінансову та інвестиційну діяльність підприємства, та слугує засобом відтворення і головним мотивом здійснення такої діяльності для власників підприємства в поточному і перспективному періоді, а також є основною характеристикою ефективності цієї діяльності
Гуменюк В.С. [17]	Прибуток – це кінцевий результат діяльності суб'єкта господарської діяльності, який визначається як різниця між валовим доходом і валовими витратами, отриманими впродовж здійснюваної ризикової та суспільно-корисної діяльності
Тарасенко Н.В. [58]	Прибуток - це важливий узагальнюючий показник оцінки ефективності функціонування кожного суб'єкта господарської діяльності, оскільки саме в прибутку акумулюються результати всіх сторін діяльності: виробництво і реалізація, якість і асортимент, ефективність використання виробничих ресурсів і собівартість
Філімоненко О.С. [67]	Прибуток - це частина чистого доходу, одна з його форм
Герашенко О.В. [71]	Прибуток – певна сума капіталу, що залишається підприємцю понад затрат виробництва та інших відрахувань в процесі господарювання
Курило Г.М. [71]	Прибуток – це різниця між виручкою (доходами) від реалізації продукції, витратами на її виробництво і податків

Не дивлячись на відмінності тлумачення категорії, можна знайти спільні риси та узагальнюючи різні точки зору вітчизняних і зарубіжних дослідників, відобразити нижче роль і значення прибутку підприємства в умовах ринкової економіки (рис. 1.1). Таким чином, прибуток підприємства виступає не лише як основа функціонування окремого підприємства, але і як база економічного розвитку держави в цілому.



Рис. 1.1. Роль прибутку підприємства в ринкових умовах [42]

Прибуток є одним із основних джерел доходу державного бюджету і фінансових ресурсів підприємства. Держава отримує свою частку у вигляді податку на прибуток, після чого підприємство отримує у розпорядження чистий прибуток, який використовується згідно з власними потребами. Використання чистого прибутку дає змогу підприємству розширювати діяльність за рахунок власних джерел фінансування. Розподіл чистого прибутку, зокрема в акціонерних товариствах, є основним питанням його дивідендної політики [42].

Прибуток як найважливіша категорія ринкових відносин виконує наступні функції:

1) оціночну. Прибуток підприємства використовується як оціночний показник, що характеризує ефект його господарської діяльності. Використання цієї функції повною мірою можливе тільки в умовах ринкової економіки, яка передбачає свободу встановлення цін, свободу вибору постачальника і покупця;

2) стимулюючу. Виконання цієї функції визначається тим, що прибуток є джерелом формування різних фондів стимулювання, фонд виробничого та соціального розвитку, фонд виплати дивідендів тощо;

3) розподільчу функцію. Її зміст полягає в тому, що прибуток використовується як інструмент розподілу чистого доходу суспільства на частину, що акумулюється в бюджетах різних рівнів та залишається в розпорядженні підприємства.

Водночас не виключена можливість наділення прибутку й іншими функціями [9].

Значну роль займає прибуток в розвитку підприємства та забезпеченні інтересів його власників і працівників. Величина прибутку впливає на формування фінансових ресурсів підприємства; збільшення ринкової вартості підприємства; ефективність виробничої діяльності; економічний розвиток держави, це зумовлює необхідність ефективного і безперервного управління ним. Управління прибутком являє собою процес розробки та прийняття ефективних управлінських рішень за всіма основними аспектами його формування та розподілу і використання на підприємстві з метою максимізації добробуту власників підприємства в поточному та перспективному періодах [27].

Отже, роздивляючись сутність прибутку, слід підкреслити такі його характеристики [25]:

а) прибуток являє собою форму доходу підприємця, якій здійснює певний вид діяльності. Ця зовнішня, найбільш проста форма вираження прибутку є разом з тим недостатньою для його повної характеристики, тому що як у ряді випадків активна діяльність в будь-якій галузі може бути і не

пов'язана з отриманням прибутку (наприклад, діяльність політична, благодійна і т. д.);

б) прибуток є формою доходу підприємця, який вклав свій капітал з метою досягнення певного комерційного успіху;

в) прибуток не є гарантованим доходом підприємця, що вклав свій капітал в той чи інший вид бізнесу. Він є результатом тільки вправного та успішного здійснення цього бізнесу. Але в процесі ведення бізнесу підприємець внаслідок своїх невдалих дій чи об'єктивних причин зовнішнього характеру може не тільки залишитися без очікуваного прибутку, але й повністю або частково втратити вкладений капітал. Тому прибуток є в певному розумінні і платою за ризик здійснення підприємницької діяльності;

г) прибуток характеризує не весь дохід, отриманий в процесі підприємницької діяльності, а тільки ту частину доходу, яка є «очищеною» від затрат, понесених на здійснення цієї діяльності. Іншими словами, у кількісному виразі прибуток є показником, що являє собою різницю між сукупним доходом і сукупними затратами у процесі здійснення підприємницької діяльності;

д) прибуток є вартісним показником, вираженим у грошовій формі. Така форма оцінки прибутку пов'язана з практикою узагальненого вартісного обліку усіх пов'язаних з ним основних показників – вкладеного капіталу, отриманого доходу, понесених затрат тощо, а також з діючим порядком його податкового регулювання.

Відповідно до стандартів бухгалтерського обліку [54], в процесі формування та використання прибутку виділяють:

валовий прибуток (збиток);

фінансовий результат від операційної діяльності;

фінансовий результат до оподаткування;

чистий фінансовий результат;

інший сукупний дохід до оподаткування;

інший сукупний дохід після оподаткування;

сукупний дохід.

Під формуванням прибутку розуміють його створення в процесі господарської діяльності підприємства. Етапи формування прибутку наведені на рис. 1.2.

+	Виручка від реалізації товарів
+	Виручка від реалізації робіт та послуг
-	Собівартість реалізованої продукції
=	Валовий прибуток
-	Адміністративні витрати, витрати на збут
±	Інші операційні витрати та доходи
=	Прибуток (збиток) від операційної діяльності
±	Інші доходи та витрати
=	Дохід до сплати процентів та податків
-	Фінансові витрати
-	Податок на прибуток
=	Чистий прибуток

Рис. 1.2. Етапи формування прибутку (складено за [26])

Управляти формуванням прибутку означає управляти обсягом реалізації продукції, тобто кількістю та ціною продукції, здійснювати діяльність з найменшими витратам [6].

Класифікація видів прибутку наведена у табл. 1.2.

Бухгалтерський прибуток являє собою різницю між доходами підприємства та зовнішніми його поточними витратами, що відображуються в бухгалтерському обліку.

Економічний прибуток являє собою різницю між сумою доходів, з одного боку, та сумою як зовнішніх, так і внутрішніх його поточних витрат, з іншого. При цьому внутрішні поточні витрати, не відображені

бухгалтерським обліком, оцінюються за альтернативною їх вартістю. Економічний прибуток завжди менший за бухгалтерський на величину внутрішніх поточних витрат [51, с. 92].

Таблиця 1.2

Класифікація прибутку підприємства (складено на основі [7, 20, 32, 34])

Ознака класифікації	Види прибутку
Характер відображення в обліку	Бухгалтерський прибуток Економічний прибуток
Основні види діяльності підприємства	Прибуток від операційної діяльності Прибуток від інвестиційної діяльності Прибуток від фінансової діяльності
Склад формуючих елементів	Маржинальний прибуток Валовий прибуток Чистий прибуток
Порядок визначення	Валовий прибуток Оподатковуваний прибуток Чистий прибуток
Характер оподаткування	Оподатковуваний прибуток Прибуток, що не є об'єктом оподаткування
Методика оцінки	Прибуток номінальний Прибуток реальний
Достатність рівня формування	Низький прибуток Нормальний прибуток Високий прибуток
Розмір	Мінімальний прибуток Цільовий прибуток Максимальний прибуток
Період формування	Прибуток попереднього періоду Прибуток звітного періоду Прибуток планового періоду
Характер використання	Прибуток, що капіталізується Прибуток, що споживається
Ступінь використання	Нерозподілений прибуток Розподілений прибуток
Значення підсумкового результату господарювання	Позитивний прибуток (прибуток в звичайному його розумінні) Від'ємний прибуток (збиток)

Відмінності між ринковою та балансовою вартістю впливають і на уявлення про прибуток. В загальноприйнятому сенсі прибуток визначається як сума, яку можна витратити за певний проміжок часу з збереженням рівня багатства на початок періоду. Іншими словами, прибуток – це обсяг

грошових коштів, що надійшли, що можуть бути витраченими і в результаті на кінець певного періоду залишиться стільки ж грошей скільки було на початок. В широкому сенсі саме цим визначенням користувався британський економіст, лауреат Нобелівської премії по економіці, Джон Р. Хікс в своїй класичній роботі „Вартість і капітал” (Value and Capital), присвяченій даній проблемі, і саме ним користуються сучасні економісти. Прийняте в бухгалтерському обліку визначення прибутку (income, earnings, profits) ігнорує не отримані прибутки та збитки, що зумовлені, наприклад, підвищенням або зниженням ринкового курсу акцій або зміною вартості майна за певний період [51, с. 94]. Крім того, в бухгалтерському обліку прибутку часто не приймається до уваги той факт, що, хоча як вирахування з прибутку для цілей оподаткування дозволяється враховувати витрати на виплату процентів по позикам, одночасно не дозволяється враховувати порівняні з ними по характеру витрати власного капіталу.

Існують ситуації, в яких прибуток є позитивним з точки зору бухгалтерського обліку, але підприємство не в змозі покрити свої основні витрати, у тому числі витрати на використання власного акціонерного капіталу.

## **1.2. Особливості управління формуванням прибутку підприємства**

Велика роль прибутку в розвитку підприємства і забезпеченні інтересів його власників, визначає необхідність ефективного управління ним. Так, управління прибутком являє собою процес розробки та прийняття ефективних управлінських рішень за всіма основними аспектами його формування та розподілу, і використання на підприємстві з метою максимізації добробуту власників підприємства в поточному та перспективному періодах [8].

Н.С. Бондаренко [11] зазначає, що під управлінням прибутком підприємства розуміють побудову системи управління, що враховує тактичні та стратегічні аспекти управління, спрямована на підвищення кінцевих



результатів діяльності суб'єкта господарювання, яку розглядають як сутність взаємопов'язаних елементів, кожний з яких виконує певну роботу, спільна дія котрих забезпечує досягнення механізму отримання прибутку заданої величини.

Т.А. Говорушко [16] розглядає процес управління прибутком підприємства як комплекс організаційно-управлінських заходів, методів та інструментів визначення і реалізації найбільш економічно ефективних управлінських рішень щодо формування, розподілу та використання фінансово-економічного результату діяльності підприємства для досягнення його цілей та мети створення.

Т.Є. Воронкова [15] вважає, що управління прибутком являє собою процес пошуку та прийняття управлінських рішень за всіма основними аспектами його формування, розподілу і використання на підприємстві.

С.Є. Николишин [42] визначає систему управління прибутком як сукупність взаємопов'язаних елементів, кожний з яких має функціональне призначення та спільна дія котрих за певних умов забезпечує досягнення механізму отримання прибутку заданої величини.

Таким чином, управління прибутком – це процес побудови та реалізації найбільш економічно ефективних рішень щодо питань формування, розподілу та використання фінансового результату господарської діяльності підприємства з метою забезпечення стійкого фінансового стану й ефективної діяльності підприємства у майбутньому.

Система управління прибутком дає змогу вирішувати такі завдання:

забезпечення максимізації розміру прибутку, що формується відповідно до ресурсного потенціалу підприємства;

забезпечення оптимальної пропорційності між рівнем прибутку і допустимим рівнем ризику;

забезпечення високої якості прибутку, що формується;

забезпечення виплат необхідного рівня доходу на інвестований капітал власникам підприємства;

забезпечення формування відповідного обсягу фінансових ресурсів за рахунок прибутку відповідно до завдань розвитку підприємства на майбутній період;

забезпечення постійного зростання ринкової вартості підприємства;

забезпечення ефективності програм участі персоналу щодо прибутку [48].

Управління формуванням прибутку є складовою системою загального управління прибутком (охоплює його розподіл), до завдань якої відносять: збільшення загального обсягу прибутку за рахунок збільшення його від основної та інших видів діяльності; зниження витрат у процесі формування прибутку, забезпечення стабільності в отриманні прибутку; розподіл одержання прибутку у часі [10, с. 181].

На рис. 1.3 показано місце управління формування прибутку у загальній системі управління прибутком підприємства.

С.М. Онисько та П.М. Марич розглядають процес формування прибутку як отримання певного фінансового результату суб'єкта підприємницької діяльності, який здійснює виробничу, комерційну, науково дослідницьку та іншу діяльність [44].

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

Існують два підходи до формування прибутку підприємства:

бухгалтерський підхід, якій передбачає, що прибуток формується як різниця між виручкою від реалізації продукції (товарів, послуг) і поточними витратами виробництва;

економічний підхід, якій передбачає, що прибуток формується як різниця між виручкою від реалізації та поточними витратами виробництва (реалізації), а також витратами втрачених можливостей, основою яких є альтернативний процентний дохід на капітал [8].

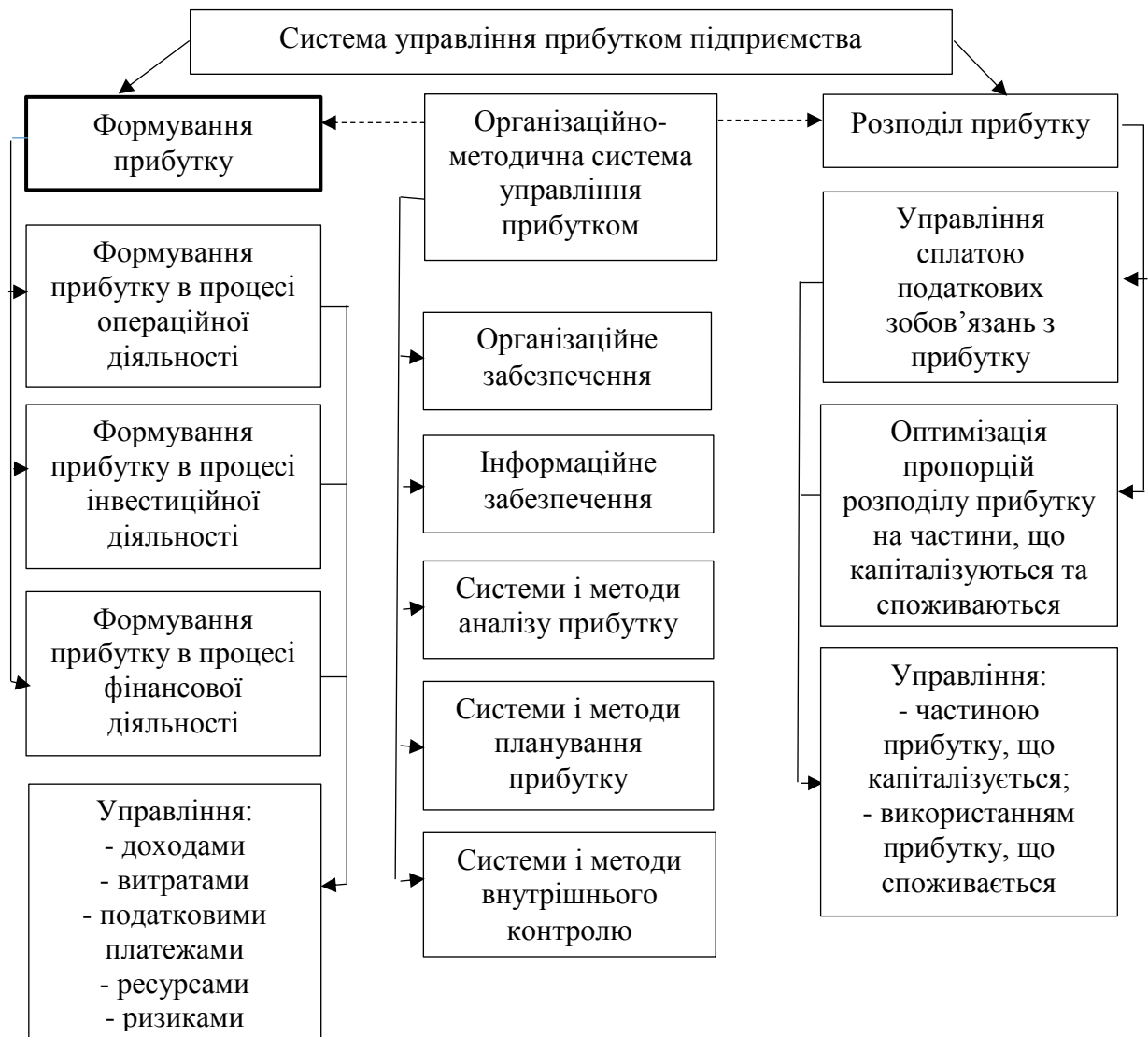


Рис. 1.3. Місце управління формуванням прибутку у загальній системі управління прибутком підприємства [46]

Формування прибутку підприємства пов'язане зі здійсненням операційної, фінансової та інвестиційної діяльності (рис. 1.4).

Прибуток від операційної діяльності формується в результаті здійснення операцій, пов'язаних із виробництвом або реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг), що є головною метою створення підприємства і забезпечують основну частку його доходу.

На величину прибутку підприємства також впливають результати від фінансової та інвестиційної діяльності. До фінансової належить діяльність, яка призводить до змін розміру і складу власного та позикового капіталу підприємства, до інвестиційної – діяльність, пов’язана з придбанням і реалізацією тих необоротних активів, а також тих фінансових інвестицій, які не є складовою частиною еквівалентів грошових коштів.



Рис. 1.4. Схема управління формуванням прибутку підприємства

Політика управління формуванням прибутку повинна бути спрямована на максимізацію розміру позитивного фінансового результату через виконання комплексу завдань, щодо забезпечення зростання обсягів діяльності, ефективного управління доходами й витратами, підвищення ефективності використання матеріально-технічної бази, підвищення продуктивності праці [48, с.316].

Значну частку прибутку підприємство отримує від операційної діяльності, тобто від операцій, пов'язаних з виробництвом або реалізацією продукції. Дуже мало підприємств зараз займається фінансовими та інвестиційними операціями. Проте, якщо вони наявні в діяльності підприємства, то розширюють коло джерел утворення прибутку.

На наш погляд, перш за все, у процесі управління формуванням операційного прибутку необхідно враховувати сукупність факторів, які впливають на його величину. Найважливішими чинниками є зміна обсягу виробництва й реалізації продукції. Падіння обсягів виробництва за сучасних економічних умов, враховуючи високі ціни, неодмінно веде до скорочення обсягу прибутку. Звідси висновок про необхідність вживати підприємству невідкладних заходів із забезпечення зростання обсягу виробництва й продуктивності праці.

Обсяг виробництва буде зростати за умов впровадження нової техніки, удосконалення технологій виробництва, використання прогресивних матеріалів. Хоч такий напрям і є достатньо затратним, однак за умови детального планування та вибору оптимальних варіантів, його застосування може бути ефективним і прибутковим.

Для покращення продуктивності праці підприємству варто використовувати різноманітні мотиваційні засоби: перевести якомога більше працівників на відрядну форму оплати праці, працівникам погодинної форми у більшому розмірі оплачувати роботу у понаднормативний час тощо.

На розмір обсягу реалізації продукції впливає зміна залишків нереалізованої продукції. Чим більше цих залишків, тим менший прибуток

від реалізації продукції. Величина нереалізованої продукції залежить від умов її реалізації, обумовлених банківською діяльністю. А, отже, щоб збільшити прибуток слід скоротити залишки нереалізованої продукції шляхом вдосконалення розрахунково-платіжних відносин між підприємствами.

Обсяг реалізації безпосередньо залежить від цінової політики підприємства. В ринкових умовах підприємства встановлюють вільні ціни на продукцію в залежності від конкурентоспроможності цієї продукції, попиту й пропозиції на аналогічну продукцію інших виробників. Вочевидь, справжній рівень цін визначається, передусім, якістю готової продукції. Проблема якості продукції в ряді галузей промисловості пов'язана з підвищенням надійності і тривалості використання виробів. Багато підприємств випускають продукцію з гарантією. Дослідження показали, що на сьогодні в багатьох випадках є сенс спрямувати зусилля на поліпшення ціноутворення. Це особливо справедливо, якщо прибутковість в розрахунку на одиницю продукції низька, адже тоді збільшення обсягу продажу не спричинить суттєвого зростання прибутку, відтак кращим варіантом буде зниження витрат і підвищення ціни.

Можна заперечити, що підвищення ціни зазвичай призводить до певного скорочення обсягу продажу. Але варто зазначити, що, по-перше, це трапляється не завжди, а, по-друге, навіть якщо це і станеться, то невеликим скороченням продажу можна пожертвувати, якщо він буде компенсований підвищеною ціною. В будь-якому разі зміна ціни прямо впливає на прибуток і збут.

Ще одним чинником, який безпосередньо впливає на величину прибутку підприємства, є зміна рівня собівартості. Цей чинник, в свою чергу, перебуває під впливом багатьох факторів. Загалом, при аналізі зміни рівня собівартості потрібно виявляти причини її зниження або підвищення для того, щоб розробити заходи зі скорочення рівня витрат на виробництво продукції й досягти збільшення за рахунок цього прибутку підприємства. У

практиці підприємницької діяльності застосовуються різні способи зниження собівартості. Безумовно, використовуються такі прийоми, як зменшення умовно-змінних і умовно-постійних витрат, а саме: економія паливно-сировинних ресурсів, матеріальних й трудових витрат (для цього необхідно проводити регулярно інвентаризацію запасів та обладнання, з метою виявлення надлишків та вдосконалювати техніко-економічні нормативи запасів), зниження частки амортизаційних відрахувань, скорочення адміністративних витрат тощо. Проте, слід пам'ятати, що зниження собівартості має межу, після якого вона вимагає зниження якості продукції. Щодо контролю за розподілом витрат підприємства фінансовому менеджеру доцільно використовувати нові методи управління витратами, такі як управлінський облік [41].

Ключовими завданнями управління формуванням прибутку підприємства є:

1. Визначення основних джерел його формування.
2. Забезпечення максимізації величини прибутку з урахуванням ресурсного потенціалу підприємства та ринкової кон'юнктури.
3. Забезпечення оптимального співвідношення між рівнем прибутковості підприємства та допустимим рівнем ризику.
4. Забезпечення максимізації ринкової вартості підприємства.
5. Забезпечення ліквідності активів та платоспроможності підприємства.
6. Забезпечення конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості підприємства у довгостроковому періоді тощо [38].

Таким чином, основною складовою загальної системи управління прибутком є його формування. До завдань управління формуванням прибутку відносять: збільшення загального обсягу прибутку за рахунок збільшення його від основної та інших видів діяльності; зниження витрат у процесі формування прибутку, забезпечення стабільності в отриманні прибутку; розподіл одержання прибутку у часі.





### **1.3. Аналіз методичного забезпечення управління формуванням прибутку підприємства**

Розмір прибутку – це найважливіший показник, що визначає фінансовий стан підприємства. Від нього залежить рівень рентабельності продажів і активів, оборотність активів, рух коштів, інвестиційна привабливість підприємства. Розмір прибутку на пряму залежить від обсягу отриманої виручки і тому, при управлінні формуванням прибутку підприємства ці показники необхідно розглядати комплексно.

Величина виручки від продажів функціонально залежить від двох груп факторів:

1) натуральний обсяг продажів і ціна на одиницю кожного виду продукції;

2) загальна сума витрат на продану продукцію і прибуток від продажів. Відповідно, виручку можна розглядати або як добуток натурального об'єму продажів на ціни по всій номенклатурі продукції, або як суму витрат і прибутку від продажів.

Для розгляду окремих аспектів управління виручкою і прибутком конкретну значимість здобуває одна з двох названих груп факторів, що формують виручку від продажів [53].

Якщо перед підприємством постає завдання досягнення визначеної суми виручки від продажів незалежно від одержуваного при цьому фінансового результату, використовується перша група факторів. Зрозуміло, фінансовий результат не повинний мати негативний знак. У випадку, коли необхідно забезпечити визначений прибуток від продажів, практичне значення має друга група факторів.

Однак у дійсності, як правило, одночасно зважуються задачі одержання і необхідної виручки, і необхідного прибутку від продажів, тому в розрахунках беруть участь обидві групи факторів, тим більше що вони взаємозалежні.

Для вирішення будь-яких питань, пов'язаних з управлінням виручкою і прибутком, важливо правильно визначити характер витрат на реалізовану продукцію. Мова йде про поділ усіх витрат на постійні і змінні, а також на прямі і непрямі.

Змінні витрати – це ті види витрат, величина яких змінюється пропорційно зміні обсягу виробництва і продажів у натуральних вимірниках. До них, як правило, відносяться витрати на сировину і матеріали, на оплату праці робітників-відрядників, на паливо, газ і електроенергію для виробничих цілей, тару й упакування тощо.

Постійні витрати – це види витрат, сума яких не залежить від натурального обсягу виробництва і продажів. Наприклад, амортизація основних фондів і нематеріальних активів, орендна плата, витрати по утриманню приміщень тощо.

Однак не випадково змінні і постійні витрати носять більш точні назви умовно-змінних і умовно-постійних. Умовність полягає в тому, що деякі види витрат, що традиційно прийнято вважати постійними, у визначених ситуаціях можуть поводитися як змінні, і навпаки.

Наприклад, істотний ріст обсягу виробництва і продажів може викликати необхідність у збільшенні виробничих площ, вартості устаткування. Тоді амортизація основних фондів, орендна плата поведуться як змінні витрати, але з одним застереженням: вони збільшуються з ростом натурального обсягу виробництва і продажів, однак не пропорційно цьому росту. У періоди, коли така ситуація має місце, доцільно враховувати названі витрати в складі змінних і визначати їхній приріст у розрахунку на кожен пункт приросту натурального обсягу виробництва і продажів [53].

Інший приклад. У складі фонду оплати праці робітників-відрядників можуть бути суми, пов'язані з оплатою простоїв. Ці суми не пов'язані напряму зі змінами натурального обсягів, отже, вони носять характер постійних витрат.

Таким чином, абсолютно придатного для всіх підприємств і всіх періодів їхньої діяльності переліку змінних і постійних витрат не існує. Але в кожному конкретному випадку фахівці підприємства можуть оцінити, збільшення яких витрат піде за збільшенням натурального обсягу виробництва і продажів і в якій пропорції. Тому точний поділ витрат на змінні і постійні важливий. Крім того, він необхідний, інакше не можна оцінювати вплив тих чи інших змін у попиті на продукцію на показник виручки і прибутку від продажів.

Розподіл витрат на прямі і непрямі здійснюється по ознаці можливості віднесення того чи іншого виду витрат до визначеного виду продукції, не користуючись при цьому умовними прийомами розподілу витрат. Витрати, здійснювані для виробництва і продажів тільки одного виду продукції, є прямими, всі інші – непрямими. Як правило, прямі витрати в основному є змінними, однак деякі види змінних витрат можуть виявитися непрямими (наприклад, витрати палива й електроенергії на технологічні потреби в приміщенні, де виробляється кілька видів продукції, та ін.).

Тільки прямі змінні витрати відносяться безпосередньо до даного виду продукції, всі інші витрати розподіляються по видах продукції умовно. Це означає, що при виборі тієї чи іншої ознаки розподілу загальна величина витрат на даний вид продукції може змінюватися. Названа обставина дуже важлива для встановлення меж можливого маневрування цінами на окремі види продукції. У цілому по підприємству виручка від продажів (за винятком прямих змінних витрат) являє собою маржинальний прибуток. Іншими словами, маржинальний прибуток – це сума постійних непрямих витрат і прибутку від продажів, що повинні міститися в складі виручки від продажів. У ціни на окремі види продукції відповідні частини маржинального прибутку включаються в залежності від стану попиту на кожен вид продукції. Фінансова доцільність продажів виду продукції визначається лише однією умовою: його вартість за продажними цінами повинна бути вище прямих змінних витрат [63].

Якщо підприємство виробляє і продає кілька видів продукції, попит на кожний з яких міняється по-різному, підприємство в межах наявних можливостей повинне змінити обсяг продажів окремих номенклатурних груп виробів для того, щоб виручка і прибуток від продажів у цілому по підприємству були не нижче необхідних розмірів.

Представимо залежність виручки і прибутку від співвідношення змінних і постійних витрат у базисному періоді і наступних змінах цін і натурального обсягу продажів у загальному виді. Введемо умовні позначення:

$V$  – виручка від продажів базисного періоду;

$ZB$  – змінні витрати базисного періоду;

$PB$  – постійні витрати базисного періоду;

$I_n$  – індекс зміни натурального обсягу продажів (співвідношення планового і базисного періодів);

$I_c$  – індекс зміни цін (аналогічно  $I_n$ ).

Збільшення виручки від продажів у наступному за базисним періоді можливо тільки за умови дотримання нерівності:

$$\begin{aligned} V \times I_c \times I_n &> V, \\ I_c \times I_n &> 1. \end{aligned} \tag{1.1}$$

Якщо відбувається падіння попиту на продукцію підприємства, нерівності, як правило, не дотримуються, і виручка від продажів знижується. Навпаки, при зростанні попиту нерівності можуть бути дотримані.

Практичне значення нерівність (1.1) має у випадках, коли підприємству необхідно збільшити виручку від продажів, маневруючи і цінами, і натуральним обсягом продажів таким чином, щоб зниження цін давало можливість збільшити натуральний обсяг продажів чи скорочення натурального обсягу продажів забезпечувало більш високі ціни.

Наприклад, підприємство планує збільшити натуральний обсяг продажів на 10% і може піти при цьому на зниження ціни. Яке максимально можливе зниження цін, щоб виручка від продажів при таких змінах збільшилася? Користаючись нерівністю (1.1), одержуємо:

$$1,1 \times I_{\text{ц}} > 1;$$

$$I_{\text{ц}} > 0,91.$$

Ціни можна знизити менш ніж на 9%. Зниження їх на 9% за інших рівних умов приведе до рівності виручки від продажів планового періоду і виручки базисного періоду. Але підприємство поставило за мету збільшення виручки, тобто воно може знизити ціни на 9% і менше. Якщо ж сполучення росту натурального обсягу продажів на 10% зі зниженням цін на 9% реально для конкретної ринкової ситуації, ціль досягнута. Якщо нереально, підприємство має бути готовим до зниження виручки від продажів, або прийняти інші індекси цін і натурального обсягу продажів.

Збільшення прибутку від продажів можливо при виконанні наступної нерівності:

$$\begin{aligned} V \times I_{\text{ц}} \times I_{\text{н}} - 3V \times I_{\text{н}} - ПВ > V - 3V - ПВ, \\ V (I_{\text{ц}} \times I_{\text{н}} - 1) - 3V (I_{\text{н}} - 1) > 0. \end{aligned} \quad (1.2)$$

Нерівність (1.2) показує, що, крім індексів цін і натурального обсягу продажів, на величину прибутку впливає співвідношення змінних витрат і виручки в базисному періоді. Скористаємося індексами з попереднього прикладу і проведемо розрахунок в умовах різного співвідношення змінних витрат і виручки в базисному періоді.

Для розрахунку показників наступного періоду прийняті  $I_{\text{н}} = 1,1$  і  $I_{\text{ц}} = 0,92$ . Виручка від продажів збільшиться, тому що умови нерівності (1.1) дотримані. Прибуток знизився, тому що не дотримані умови нерівності (1.2).

Як уже відзначалося, при зниженні цін і росту натурального обсягу продажів небезпека зменшення прибутку досить реальна. Однак чим нижче

частка змінних витрат у виручці, тим ця небезпека менше. Користуючись нерівністю (1.2), можна визначити, при якій частці змінних витрат ті ж  $I_n$  і  $I_c$  можуть забезпечити зростання прибутку від продажів. Позначивши суму змінних витрат через  $X$  одержуємо:

$$B \times (1,1 \times 0,92 - 1) > X (1,1 - 1);$$

$$X < 0,12 \times B.$$

Отже, передбачувана зміна цін і натурального обсягу продажів могла б привести до зростання прибутку від продажів тільки у випадку, якби змінні витрати в складі виручки склали менш 12%.

Нерівність (1.2) можна використовувати у всіх випадках, коли передбачається одночасна зміна цін і натурального обсягу продажів. Вона дозволяє:

1. Визначити динаміку виручки і прибутку від продажів при передбачуваних індексах змін цін і натурального обсягу продажів.
2. Розрахувати необхідний рівень одного з індексів, якщо відомий інший, щоб виключити втрати виручки і прибутку від продажів.
3. Прийняти рішення про доцільність продажів даних видів продукції при сформованих умовах попиту на них.

Ще одним методом аналізу прибутку є факторний аналіз. До чинників, що впливають на операційний прибуток, належать зміни:

- ціни на реалізовану продукцію;
- обсягів реалізації продукції;
- собівартості одиниці продукції;
- собівартості продукції за рахунок структурних зрушень у складі продукції.

Суть розрахунку впливу на операційний прибуток наведених чинників полягає в послідовному аналізі кожного з них, тобто припускається, що інші чинники у цей час на прибуток не впливають:

1. Вплив на прибуток змін ціни на реалізовану продукцію.

$$\Delta P^P = \sum_{i=1}^n Q_{1i} \cdot (P_{1i} - P_{0i}), \quad (1.3)$$

де  $Q_{1i}$  – обсяг реалізації  $i$ -го виду продукції у звітному періоді ( $i = 1 \div n$ );  
 $P_{1i}, P_{0i}$  – ціна реалізації  $i$ -го виду продукції у звітному та попередньому періодах відповідно.

Для кожного  $i$ -го виду продукції встановлюється, скільки можна одержати прибутку додатково завдяки реалізації обсягів виробництва у звітному періоді за цінами, що перевищують ціни в попередньому періоді.

2. Вплив на прибуток змін обсягів реалізації продукції:

$$\Delta P^Q = P_0 \cdot \left[ \frac{S_{1,0}}{S_0} - 1 \right], \quad (1.4)$$

де  $P_0$  – прибуток від реалізованої продукції за попередній період;  
 $S_{1,0}$  – фактична собівартість реалізованої продукції у звітному періоді, що розрахована в цінах і тарифах попереднього періоду:

$$S_{1,0} = \sum_{i=1}^n S_{0i} \cdot Q_{1i}$$

$S_{0i}$  – собівартість  $i$ -го виду продукції в попередньому періоді;  
 $Q_{1i}$  – обсяг реалізації  $i$ -го виду продукції в попередньому періоді;  
 $S_0$  – фактична собівартість реалізованої продукції в попередньому періоді:

$$S_0 = \sum_{i=1}^n S_{0i} \cdot Q_{0i}$$

$Q_{0i}$  – обсяг реалізації  $i$ -го виду продукції в попередньому періоді.

З'ясується, скільки додатково було отримано прибутку тільки завдяки збільшенню обсягів виробництва окремих видів продукції. Для зручності порівняння обсяги виражені через собівартість (з метою уникнення

впливу цінового чинника). Припускається, що пропорційно до зміни обсягів виробництва змінюється прибуток.

3. Вплив на прибуток змін у структурі реалізованої продукції

$$\Delta P^{Q'} = P_0 \cdot \left( \frac{V_{1,0}}{V_0} - \frac{S_{1,0}}{S_0} \right) \quad (1.5)$$

де  $V_{1,0}$  – обсяги реалізації продукції у звітному періоді за цінами попереднього періоду;

$V_0$  – виручка від реалізації продукції за попередній період,

4. Вплив на прибуток змін собівартості одиниці продукції:

$$\Delta P^S = \sum_{i=1}^n (S_{1i} - S_{0i}) \cdot Q_{1i} \quad (1.6)$$

де  $S_{1i}$  – собівартість  $i$ -го виду продукції у звітному періоді.

5. Вплив на прибуток змін собівартості продукції за рахунок структурних зрушень у складі продукції:

$$\Delta P^{SQ} = S_0 \cdot \frac{V_{1,0}}{V_0} - S_{1,0} \quad (1.7)$$

6. Сукупний вплив чинників на прибуток від реалізації продукції:

$$\Delta P^T = \Delta P^P + \Delta P^Q + \Delta P^{Q'} + \Delta P^S + \Delta P^{SQ} \quad (1.8)$$

7. Загальне збільшення операційного прибутку:

$$\Delta P = P_1 - P_0 = \Delta P^T + \Delta P^0 \quad (1.9)$$

де  $P_1$  – операційний прибуток за звітний період;



$\Delta P^0$  – збільшення інших операційних доходів.

Керівнику будь-якого підприємства на практиці приходиться приймати безліч різноманітних управлінських рішень. Кожне прийняте рішення, що стосується ціни, витрат підприємства, обсягу і структури реалізації продукції, в остаточному підсумку позначається на фінансових результатах підприємства. Простим і дуже точним способом визначення взаємозв'язку і взаємозалежності між цими категоріями є встановлення точки беззбитковості – визначення моменту, починаючи з якого доходи підприємства цілком покривають його витрати.

На підприємстві одним з інструментів менеджерів у процесі управління прибутком є аналіз беззбитковості виробництва чи аналіз співвідношення „витрати – обсяг – прибуток” (Cost – Volume – Profit; CVP-аналіз). Цей вид аналізу є одним з найбільш ефективних засобів планування, прогнозування і, відповідно, управління діяльністю підприємства. Він допомагає керівникам підприємств виявити оптимальні пропорції між змінними і постійними витратами, ціною й обсягом реалізації, мінімізувати підприємницький ризик.

Ключовими елементами CVP-аналізу виступають маржинальний доход, поріг рентабельності (точка беззбитковості), виробничий леверидж і запас міцності.

Маржинальний доход – це різниця між виручкою підприємства від реалізації продукції (робіт, послуг) і сумою перемінних витрат.

Поріг рентабельності (точка беззбитковості) – це показник, що характеризує обсяг реалізації продукції, при якому виручка підприємства від реалізації продукції (робіт, послуг) дорівнює всім його сукупним витратам, тобто це той обсяг продажів, при якому підприємство не має ні прибутку, ні збитку.

Виробничий леверидж – це механізм управління прибутком підприємства в залежності від зміни обсягу реалізації продукції.

Запас міцності – це відхилення фактичної виручки від реалізації продукції від граничного виторгу (порога рентабельності).

Для проведення аналізу беззбитковості виробництва необхідною умовою є розподіл витрат підприємства на постійні і змінні. Як відомо, постійні витрати не залежать від обсягу виробництва, а змінні – змінюються з ростом (зниженням) обсягу випуску і продажів. Для розрахунку розміру виручки, що покриває постійні і змінні витрати, виробничі підприємства у своїй практичній діяльності використовують такі показники, як величина і норма маржинального доходу.

Величина маржинального доходу показує внесок підприємства в покриття постійних витрат і одержання прибутку. Існує два способи визначення величини маржинального доходу:

1) з виторгу підприємства за реалізовану продукцію віднімають усі змінні витрати, тобто всі прямі витрати і частину накладних витрат (загальновиробничі витрати), що залежать від обсягу виробництва і відносяться до категорії змінних витрат;

2) величина маржинального доходу визначається шляхом додавання постійних витрат і прибутку підприємства.

Під середньою величиною маржинального доходу розуміють різницю між ціною продукції і середніх змінних витрат. Середня величина маржинального доходу відбиває внесок одиниці виробу в покриття постійних витрат і одержання прибутку.

Нормою маржинального доходу називається частка величини маржинального доходу у виторзі від реалізації (для окремого виробу) чи частка середньої величини маржинального доходу в ціні товару.

Використання цих показників допомагає швидко вирішити деякі задачі, наприклад, визначити розмір прибутку при різних обсягах випуску.

CVP-аналіз дозволяє відшукати найбільш вигідне співвідношення між перемінними і постійними витратами, ціною й обсягом виробництва продукції. Ситуації, що ми розглянули, свідчать, що головна роль у виборі

стратегії поводження підприємства належить величині маржинального доходу. Очевидно, що домагатися збільшення прибутку можна, збільшивши величину маржинального доходу. Досягти цього можна різними способами: знизити ціну продажу і відповідно збільшити обсяг реалізації; збільшити обсяг реалізації і знизити рівень постійних витрат, пропорційно змінювати перемінні, постійні витрати й обсяг випуску продукції. Крім того, на вибір моделі поводження підприємства також впливає величина маржинального доходу в розрахунку на одиницю продукції. Одним словом, у використанні величини маржинального доходу закладений ключ до вирішення проблем, пов'язаних з витратами і доходами підприємств.

Аналіз співвідношення „витрати–обсяг–прибуток” на практиці також називають аналізом точки беззбитковості. Цю точку також називають „критичною”, „мертвою”, чи точкою „рівноваги”. У літературі часто можна зустріти позначення цієї точки як ВЕР (аббревіатура „Break-even point”), тобто точка чи поріг рентабельності.

Виробничий леверидж (leverage у дослівному перекладі – важіль) – це механізм управління прибутком підприємства, заснований на оптимізації співвідношення постійних і змінних витрат. З його допомогою можна прогнозувати зміну прибутку підприємства в залежності від зміни обсягу продажів, а також визначити точку беззбиткової діяльності. Необхідною умовою застосування механізму виробничого левериджу є використання маржинального методу, заснованого на розподілі витрат підприємства на постійні і змінні. Чим більше питома вага постійних витрат у загальній сумі витрат підприємства, тим у більшому ступені змінюється величина прибутку стосовно темпів зміни виручки підприємства.

Виробничий леверидж визначається за допомогою наступної формули:

$$E_{\text{ВЛ}} = \frac{\text{МД}}{\text{П}} \quad \text{або} \quad (1.10)$$

$$E_{\text{ВЛ}} = \frac{\text{Впост} + \text{П}}{\text{П}} = 1 + \frac{\text{Впост}}{\text{П}}$$

де  $E_{\text{ВЛ}}$  – ефект виробничого левериджу;

МД – маржинальний доход;

Впост – постійні витрати;

П – прибуток.

Знайдене за допомогою формули (1.10) значення ефекту виробничого левериджу, надалі використовується для прогнозування зміни прибутку в залежності від зміни виторгу підприємства. Для цього застосовують наступну формулу:

$$E_{\text{ВЛ}} = \frac{\Delta \text{П}}{\Delta \text{В}} \quad (1.11)$$

де  $\Delta \text{П}$  – зміна прибутку, у %;

$\Delta \text{В}$  – зміна виручки, у %.

Виробничий леверидж є показником, що допомагає менеджерам вибрати оптимальну стратегію підприємства в управлінні витратами і прибутком. Величина виробничого левериджу може змінюватися під впливом ціни й обсягу продажів; змінних і постійних витрат; або їх комбінації.

Таким чином, використання розглянутих методів дозволить встановлювати фактори, що впливають на формування прибутку та моделювати його поведінку за різних варіантах управлінських рішень.

## Висновки до розділу 1

Прибуток є основною фінансовою категорією, що відображає позитивний фінансовий результат господарської діяльності підприємства,

характеризує ефективність виробництва і свідчить про обсяг і якість виробленої продукції. Прибуток підприємства виступає не лише як основа функціонування окремого підприємства, але і як база економічного розвитку держави в цілому.

Аналіз підходів щодо визначення економічного змісту прибутку показав, що вони є досить не однозначними і немає єдиного розуміння серед економістів, щодо природи прибутку. Дослідження різних точок зору вітчизняних та зарубіжних вчених економістів щодо походження, сутності прибутку, дозволило уточнити його визначення: прибуток – це частина доходу, що утворюється в результаті господарської діяльності підприємства, з вирахуванням усіх витрат і платежів, які підприємство понесло і сплатило під час виробництва і реалізації продукції (товарів, робіт, послуг).

Велика роль прибутку в розвитку підприємства і забезпеченні інтересів його власників, визначає необхідність ефективного управління ним. Основною складовою загальної системи управління прибутком є його формування. До завдань управління формуванням прибутку відносять: збільшення загального обсягу прибутку за рахунок збільшення його від основної діяльності; зниження витрат у процесі формування прибутку, забезпечення стабільності в отриманні прибутку тощо.

Розмір прибутку – це найважливіший показник, що визначає фінансовий стан підприємства. Важливим є дослідження факторів, що впливають на рівень прибутку, формування моделі їх взаємозв'язку для цілей подальшого планування розмірів прибутку та вибору ефективних управлінських рішень щодо його формування. Аналіз показав, що найбільшого поширення отримали методи факторного та індексного аналізу, та метод, що базується на розкладанні витрат на постійні та змінні, такий як аналіз беззбитковості.

## РОЗДІЛ 2. КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ТУБНИЙ ЗАВОД»

### **2.1. Характеристика підприємства та аналіз техніко-економічних показників**

Базою дослідження у роботі є ТОВ «Тубний завод». Він є виробником усіх видів туб: ламінатних, поліетиленових та алюмінієвих. За рахунок ефективного керівництва, професіоналізму та творчої ініціативи колективу протягом всього періоду свого існування підприємство утримує престиж одного з найкращих виробників на ринку упаковки в країнах СНД і Європі.

ТОВ «Тубний завод» пройшов декілька етапів розвитку, які наведено у табл. А.1. На сьогодні ТОВ «Тубний завод» є одним з лідерів ринку. Завод має в своєму розпорядженні найсучасніше обладнання, володіє найпередовішими технологіями. Унікальність підприємства полягає в тому, що споживач має можливість придбати всі необхідні види туб. Багатий виробничий досвід роботи й унікальні технології стали основою стабільності підприємства.

Розглянемо більш детально особливості туб, які виготовляє ТОВ «Тубний завод». Алюмінієві туби використовуються для фармації, продуктів харчування, побутової хімії, косметики. Вони мають надвисокі бар'єрні властивості у порівнянні із іншими видами туб, а також ідеально захищають вміст від світла. Недоліком алюмінієвих туб є обмеження у друці, а також те, що вони погано тримають форму при транспортуванні та використанні.

Виробництво алюмінієвих туб починається із дисків, так званих ронделів. Диски надходять до машини, де спеціальні преси формують тіло та горловину туби. Наступний крок – обрізання туби до необхідної довжини. На цьому етапі на горличко наноситься різьблення. У процесі формування алюміній стає жорстким, тому у подальшому тубу піддають процесу «змягчення». Таким чином туба стає більш еластичною. Процес проходить за температури близько 400°C. На наступному етапі (особливо він необхідний

для туб у фармації) на попередньо оброблену внутрішню поверхню наносять захисну плівку. Плівка слугує своєрідним бар'єром між поверхнею металу і вмістом. Далі оброблюють зовнішню поверхню туби, на яку буде нанесено зображення. У деяких випадках, щоб продукт не просочувався із запакованого кінця, «хвіст» туби ущільнюється спеціальним еластичним кільцем. На завершальному етапі накручується кришка. Кришка виготовляється із поліпропілена або поліетилену. Поліетиленові туби використовуються для косметики, засобів особистої гігієни, побутової хімії.

Пластикові туби (або екструзійні) широко використовуються у косметичній промисловості. Технологія виробництва екструзійних туб дозволяє зробити тубу безшовною, а також надає максимум можливостей із зовнішнього оформлення. Завдяки пружності матеріалу, пластикові туби не деформуються у процесі використання. Однак слід відмітити низькі бар'єрні властивості пластикових туб – через пластик легко просочується кисень та пара води. Тому у пластикові туби не упаковують багато видів продукції, для яких необхідні високі захисні властивості упакування (наприклад, у фармації). При виробництві поліетиленових туб суміш гранул поліетилену та концентрованого барвника поміщають до бункеру екструдеру, де вона за певного температурного режиму перетворюється у розплав. Далі з пом'якшеної суміші формують пластиковий «рукав». Отриманий рукав піддається водяному охолодженню. Потім його розрізають на відрізки необхідної довжини за допомогою ножа, що обертається. У подальшому заготівля подається на головочну машину, де формується плече із горнятком, яке одночасно приварюється до циліндричних відрізків. Готові туби подаються до накопичувача – до вузла для нанесення друку. На тубу наноситься малюнок (до восьми красок) і захисний шар лаку (матовий або глянцева), а також накручується ковпачок. За бажанням замовника на тубу може бути нанесено тиснення металізованою фольгою.

Ламінатні туби використовують для зубних паст, фармації, продуктів харчування, побутової хімії. Ламінат – матеріал для виробництва туб, який

складається з бар'єрного шару (знаходиться у середині), зовнішнього і внутрішнього поліетиленових шарів, а також двох адгезійних шарів. Що пов'язують і знаходяться поміж трьох основних шарів. Ламінат надійно захищає вміст туби від проникнення бактерій, води, світла, а також перешкоджає зворотному процесу – виділенню назовні активних складових продукту. Продукція, яка упакована у ламінатні туби, довго зберігається і не втрачає якості впродовж всього терміну. Ламінатні туби добре тримають форму при транспортуванні і використанні. Спочатку на згорнутий у рулони матеріал (ламінат) наносять зображення, після чого надрукований ламінат подається до тубного виробництва. Тут рулони розмотують і зварюють у «безмежну» трубу, яка розрізається на заготівлі певної довжини. Далі до заготівель приварюється плече (попередньо виготовлене або сформоване на цій стадії). За необхідності вихідний отвір туби заварюється захисною мембраною. Потім на отриману тубу накручується бушон (кришка, ковпачок).

ТОВ «Тубний завод» застосовує індивідуальні програми обслуговування клієнтів. Незалежно від обсягів замовлення партнеру приділяють максимум уваги на всіх етапах – від підготовки оригіналу-макета замовлення до відвантаження готової туби: рекомендації досвідчених дизайнерів, розрахунки вартості різних комплектацій туби, надання послуг доставки та багато іншого. Продумане обслуговування сприяє розширенню кола партнерів, робить відносини з ними більш стабільними.

У ТОВ «Тубний завод» впроваджено систему менеджменту якості. З метою підвищення задоволеності споживачів підприємство у 2004 р. пройдено сертифікацію у бюро VERITAS та отримано сертифікат по ISO 9001. У 2015 р. до стандарту ISO 9001 було внесено зміни і підприємство успішно пройшло ресертифікацію по ISO 9001 німецькою компанією TÜV SÜD.



Продукція заводу має Сертифікат відповідності Держстандарту України і Росії висновок СЕС, а також дозвіл для застосування алюмінієвих туб для фармпрепаратів в Україні, Росії та Білорусі.

Стратегічна мета ТОВ «Тубний завод» – своєчасне виробництво якісної продукції, яка відповідає вимогам та очікуванням замовника, із створенням гнучких умов співробітництва і сервісу, прихильності у будь-якій точці Європи та інших країн і регіонів. Основні напрями досягнення стратегічної мети:

- оптимізація системи управління якістю і підприємством шляхом реалізації принципу постійних поліпшень;

- безперервне підвищення якості продукції, що випускається, вивчення і впровадження передових технологій з постійним удосконаленням процесів і мінімізацією витрат;

- підвищення ефективності використання матеріальних, трудових та енергетичних ресурсів з метою зниження витрат на виробництво;

- вибір надійних постачальників якісної сировини і матеріалів на вигідній та довгостроковій основі;

- розвиток професіоналізму співробітників із створенням умов для професійного навчання, підвищення кваліфікації, стимулювання і мотивації;

- збільшення обсягів продажів і прибутку за рахунок розширення ринків збуту, підвищення експортних можливостей, залучення нових споживачів виробництвом конкурентоспроможної якісної продукції;

- реагування на зміни у міжнародному і національному законодавстві для того, щоб забезпечувати актуальність діяльності підприємства.

Керівництво ТОВ «Тубний завод» дуже уважно ставиться до своєї репутації як виробника високоякісної упаковки і тому вкладає багато зусиль та коштів для освоєння сучасних передових технологій. Загальна площа ТОВ «Тубний завод» становить 30 000 м<sup>2</sup> з них 5 000 м<sup>2</sup> – площа складу, 2 500 м<sup>2</sup> – вільна площа для подальшого розширення виробництва.

Значне збільшення обсягів випуску продукції, високі темпи освоєння нових технологій та ефективна виробнича підсистема забезпечують постійне розширення номенклатури виробів, а добре налагоджена маркетингова політика надає можливість ТОВ «Тубний завод» зберігати провідні позиції на ринку, а також інвестувати у розвиток і модернізацію виробництва, створювати нові робочі місця, зміцнювати свій авторитет, імідж і впевнено дивитися в майбутнє.

Організаційну структуру управління ТОВ «Тубний завод» наведено у Додатку А. Організаційна структура має гілки управління за певними напрямками, які очолюють директора, що підпорядковані генеральному директору. Організаційну структуру ТОВ «Тубний завод» можна визначити як лінійно-функціональну. Найбільш ефективно даний тип організаційної структури можна застосовувати на однопродуктових підприємствах, підприємствах з тривалими інноваційними процесами та середніх вузькоспеціалізованих підприємствах. Штат працівників, який у 1998 році становив 44 особи, збільшився і на сьогодні складає більше 400 осіб.

Виробництво оснащено сучасним обладнанням останнього покоління, що не має аналогів (Polytype, Madag, Labelman, AISA, Herlan, PSG). Для виробництва туб на підприємстві використовується лише найкраща сировина і матеріали відомих виробників: Neuman, Basell, Borealis, Huhtamaki, ZellerGmelin, Flint Inc, Sicpa, Valspar, Kurtz, PPG, які сертифіковані та дозволені до застосування для упаковки косметичної, харчової продукції, засобів особистої гігієни та фармпрепаратів. Основними постачальниками ТОВ «Тубний завод» є: сировина – Бельгія, ОАЕ; обладнання – Німеччина; лаки – Швейцарія; ковпачки – Росія; коробка, плівка пакувальна та ін. – Україна; фарби – Японія.

Робота підприємства здобула схвальні відгуки від провідних європейських виробників обладнання, таких як Polytype, Brayer, Madag, PSG, OMSO, які відзначили високий професіоналізм усіх співробітників заводу, їх командну роботу. На заводі запроваджена програма обміну досвідом, за якою

у ТОВ «Тубний завод» працювали спеціалісти компаній «Ям Інтернешнл», «Akzo-Nobel», «OMSO», PSG, PPG та ін.

Споживачами туб, що випускаються на ТОВ «Тубний завод», є підприємства України, Росії, Білорусі, Молдови, Норвегії, Швейцарії, Албанії, Лівану, Німеччини, Іспанії та інших країн. Продукція заводу високо оцінена провідними виробниками парфумерії, фармпрепаратів, продуктів харчування, побутової хімії.

ТОВ «Тубний завод» займає лідерські позиції на ринку упакування. За час плідної роботи підприємства було освоєно виробництво всіх видів туб: ламінатних, поліетиленових і алюмінієвих. Гнучке виробництво в замкнутому циклі дозволило скоротити терміни виконання замовлень, збільшити асортимент, зменшити партію поставки і зробити продукцію ТОВ «Тубний завод» пріоритетною на ринку упакування в цілому.

Виробництво оснащено найсучаснішим обладнанням останнього покоління, яке не має аналогів (Polytype, Madag, Labelman, AISA, Herlan, PSG). Для туб використовується тільки найкраща сировина і матеріали відомих виробників (Neuman, Basell, Borealis, Huhtamaki, Zeller-Gmelin, Flint Inc, Sicpa, Valspar, Kurtz, PPG), які сертифіковані і дозволені до застосування для упакування косметичної, харчової продукції, фармпрепаратів.

Продукцію, яка виробляється на підприємстві, високо оцінено провідними виробниками косметичних і фармацевтичних засобів, продуктів харчування та побутової хімії в Україні, країнах СНД, а також в Німеччині, Швеції та інших країнах Західної Європи. Виробництво лише в межах України перевищує 220 млн. одиниць продукції щорічно, що встановлює підприємство на місце світового лідера тубного ринку. Підприємство першим серед виробників пакувальних матеріалів ще в 2000 році було сертифіковано за системою Міжнародного стандарту забезпечення якості ISO 9001:2000.

Безумовно, підприємству, яке досягло лідерської позиції на національному ринку, потрібно знаходити клієнтів за межами країни. ТОВ

«Тубний завод» має представництва закордоном, що дає змогу розуміти ситуацію на всесвітньому ринку, а також у певних країнах окремо. Для пошуку потенційних клієнтів та задля поширення інформації щодо своєї продукції ТОВ «Тубний завод» активно веде виставкову діяльність, а саме приймає участь у виставках в: Україні – InterCHARM Україна, Італії – COSMOPROF, COSMOPAC, Росії – InterCHARM, Інтеркосметика, RosUpack, Іспанії – Packaging Innovation, HISPACK, Франції – PCD, Німеччині – Міжнародна виставка косметичної продукції Cosmetics Berlin, CosmeticBusiness, Польщі – Міжнародна виставка упакування та пакувальних матеріалів Cosmetic Business Poland. ТОВ «Тубний завод» має два Webсайти, один з яких орієнтований на іспанський ринок.

Споживачами продукції ТОВ «Тубний завод» є наступні компанії: Faberlic (Російська Федерація), ЗАТ «Вітекс» (Республіки Білорусь), Belkosmex (Республіки Білорусь), ТОВ «Орбіта СП» (Україна). Аналізуючи специфіку діяльності цих компаній, можна визначити деякі спільні риси – усі вони мають власні науково-дослідницькі лабораторії, що дозволяють контролювати якість власних товарів, та в той же час контролювати якість продукції, яку постачає ТОВ «Тубний завод». Вся продукція цих компаній випускається відповідно до чинних технічних нормативно-правових актів. Компанії, які займають лідерські позиції у своїх галузях, реалізують великі обсяги продукції на території не тільки країн СНД, але й по всьому світу. Найбільшу частину загального попиту на продукцію ТОВ «Тубний завод» генерують компанії, що функціонують саме в косметичній та фармацевтичній галузях, що зумовлено великою питомою вагою продуктів, які доцільно випускати саме в тубах.

Основні техніко-економічні показники ТОВ «Тубний завод» наведено у табл. 2.1.

Обсяг виручки у 2020 році склав 652116 тис. грн., що на 18,0% більше, ніж у 2019 році, що свідчить про збільшення обсягів продажів підприємства.

В свою чергу, собівартість реалізованої продукції збільшилась на 73671 тис. грн. або на 15,0% у 2020 році порівняно з 2019 роком та склала 564252 тис. грн. Це пов'язано, по-перше, зі зростанням обсягу товарної продукції та, по-друге, зі зростанням ціни на сировину та матеріали.

При цьому адміністративні витрати у 2020 році збільшились на 11,0% та склали 18828 тис. грн. Витрати на збут збільшились у 2020 році на 8,5%, що в абсолютному виразі становить 2637 тис. грн.

Таблиця 2.1

## Основні техніко-економічні показники ТОВ «Тубний завод»

№ з/п	Показники	Од. виміру	Період		Зміна	
			2019 рік	2020 рік	в абс. виразі (+,-)	в %
1	Виручка від реалізації продукції без ПДВ	тис. грн.	552502	652116	99614	18,0
2	Собівартість реалізованої продукції	тис. грн.	490581	564252	73671	15,0
3	Адміністративні витрати	тис. грн.	16958	18828	1870	11,0
4	Витрати на збут	тис. грн.	30910	33547	2637	8,5
5	Середньоспискова чисельність працівників	осіб	427	427	0	0,0
6	Фонд оплати праці	тис. грн.	82848	94195	11347	13,7
7	Фонд робочого часу	год.	854000	857416	3416	0,4
8	Прибуток від реалізації продукції	тис. грн.	61921	87864	25943	41,9
9	Вартість основних фондів	тис. грн.	139932	76359	-63573	-45,4
10	Первісна вартість основних фондів	тис. грн.	636094	607445	-28649	-4,5
11	Знос основних фондів	тис. грн.	496162	531086	34924	7,0
12	Матеріальні витрати	тис. грн.	338510	366266	27756	8,2

Середньоспискова чисельність працівників у звітному році не змінилась та становить 427 осіб.

Фонд оплати праці у 2020 році збільшився на 11347 тис. грн., що на 13,7% більше від обсягу попереднього року. Враховуючи стабільну середньоспискову чисельність працівників, можна стверджувати, що на підприємстві спостерігається підвищення середньої заробітної плати.

Прибуток від реалізації продукції у 2020 році становив 87864 тис. грн., що на 25 943 тис. грн. або на 41,9% більше, ніж у 2019 році.

Вартість основних фондів зменшилась у 2020 році на 45,4%, порівняно з 2019 роком (на 63573 тис. грн.) і склала 76359 тис. грн. При цьому дещо скоротилась їх первісна вартість – на 4,5% або на 28649 тис. грн., а знос дещо зріс – на 7,0% або на 34924 тис. грн.

Розрахуємо коефіцієнт зносу основних фондів заводу:

$$2019 \text{ рік } K_z = 496162 / 636094 = 0,78$$

$$2020 \text{ рік } K_z = 531086 / 607445 = 0,87$$

Отримали, що у 2019 році ступінь зносу основних фондів склала 78%. У 2020 році вона зросла до 87%, що є негативним чинником та свідчить про потребу у оновленні обладнання.

Матеріальні витрати у 2020 році зросли на 8,2% або на 27756 тис. грн. та склали 366266 тис. грн.

Для більш детального аналізу діяльності ТОВ «Тубний завод» необхідно розрахувати наступні показники: продуктивність праці, матеріаловіддача, матеріалоємність, фондівіддача, фондоємність, рентабельність виробництва продукції. Результат техніко-економічного аналізу основних показників діяльності ТОВ «Тубний Завод» представлений у табл. 2.2.

Таблиця 2.2

## Узагальнюючі техніко-економічні показники ТОВ «Тубний Завод»

№ з/п	Показники	Од. виміру	Період		Зміна	
			2019 рік	2020 рік	в абс. виразі (+,-)	у %
1	Продуктивність праці	грн./особа	1293,9	1527,2	233,3	18,0
2	Матеріаловіддача	грн/грн	1,6	1,8	0,1	9,1
3	Матеріалоємність	грн/грн	0,6	0,6	-0,1	-8,3
4	Фондовіддача	грн/грн	3,9	8,5	4,6	116,3
5	Фондоємність	грн/грн	0,3	0,1	-0,1	-53,8
6	Рентабельність виробництва продукції	%	12,6	15,6	2,9	-

Продуктивність праці у 2020 році становить 1527,2 грн на особу. Це на 18,0% більше, ніж у попередньому році. На зростання цього показника вплинуло збільшення загального обсягу виробництва.

Матеріаловіддача збільшилась на 9,1% у звітному році та становить 1,8, тобто на кожну гривню матеріальних витрат підприємство отримало 1,8 грн. виручки. У той же час, матеріалоємність зменшилась на 8,3% у звітному році та відповідно становить 0,6.

Фондовіддача у 2020 році становить 8,5 грн., що значно більше ніж у 2019 році. З кожної гривні основних фондів завод отримав у 2020 році 8,5 грн виручки, а у 2019 році лише 3,9 грн. Таке збільшення фондовіддачі пояснюється збільшенням обсягів виручки та суттєвим скороченням обсягів основних фондів. Фондоємність у звітному році становить 0,1, що на 53,8% менше, ніж у попередньому році.

Спостерігаємо збільшення показника рентабельності виробництва продукції на 2,9%. У 2020 році вона склала 15,6%, тобто з кожної гривні витрат завод отримав 15,6 копійок прибутку.

Система цих показників є однією з найбільш репрезентативних показників ефективності діяльності підприємства, тому і надалі слід намагатися досягати їх покращення.

## **2.2. Фінансовий аналіз діяльності підприємства**

Фінансовий аналіз діяльності заводу проводимо на основі його фінансової звітності за 2020 рік, яка наведена у додатку В.

Для проведення вертикального і горизонтального аналізу активів і пасивів підприємства складаємо укрупнений (агрегований) баланс. Результати аналізу подано у табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Результати вертикального та горизонтального аналізу балансу

ТОВ «Тубний завод»

Показник	Вхідні данні, тис. грн.		Результати горизонтального аналізу, %		Результати вертикального аналізу, %		
	на початок року	на кінець року	на кінець року	зміна	на початок року	на кінець року	зміна
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>Актив</b>							
I. Необоротні активи	157108	76868	48,9	-51,1	50,2	30,4	-19,8
Нематеріальні активи	74	46	62,2	-37,8	0,0	0,0	0,0
Незавершені капітальні інвестиції	17 102	463	2,7	-97,3	5,5	0,2	-5,3
Основні засоби	139 932	76 359	54,6	-45,4	44,7	30,2	-14,5
II. Оборотні активи	155 923	175 834	112,8	12,8	49,8	69,6	19,8
Запаси	111 617	117 698	105,5	5,5	35,7	46,6	10,9

Продовження табл. 2.3

1	2	3	4	5	6	7	8
Виробничі запаси	74 745	76 454	102,3	2,3	23,9	30,3	6,4
Незавершене виробництво	15 882	18 090	113,9	13,9	5,1	7,2	2,1
Готова продукція	20 931	22 578	107,9	7,9	6,7	8,9	2,2
Товари	59	576	↑	↑	0,0	0,2	0,2
Дебіт. заборгованість за продукцію	29 303	31 448	107,3	7,3	9,4	12,4	3,1
Дебіт. заборгованість за розрахунками	7 865	6 583	83,7	-16,3	2,5	2,6	0,1
Інша поточна дебіт. заборгованість	3 933	16 425	417,6	317,6	1,3	6,5	5,2
Гроші та їх еквіваленти	1 711	3 015	176,2	76,2	0,5	1,2	0,6
Витрати майбутніх періодів	26	35	134,6	34,6	0,0	0,0	0,0
Інші оборотні активи	1 468	630	42,9	-57,1	0,5	0,2	-0,2
III. Необоротні активи,...	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0
Баланс	313 031	252 702	80,7	-19,3	100,0	100,0	0,0
<b>Пасив</b>							
I. Власний капітал	103 180	94 579	91,7	-8,3	33,0	37,4	4,5
Зареєстрований (пайовий) капітал	60 000	60 000	100,0	0,0	19,2	23,7	4,6
Резервний капітал	2 301	2 939	127,7	27,7	0,7	1,2	0,4
Нерозподілений прибуток	40 879	31 640	77,4	-22,6	13,1	12,5	-0,5
II. Довгострокові зобов'язання	5 487	0	0,0	-100,0	1,8	0,0	-1,8
III. Поточні зобов'язання	204 364	158 123	77,4	-22,6	65,3	62,6	-2,7
Короткострокові кредити банків	6 242		0,0	-100,0	2,0	0,0	-2,0
Векселі видані	12 000		0,0	-100,0	3,8	0,0	-3,8
Поточна кредиторська заборгованість за товари	53 740	34 515	64,2	-35,8	17,2	13,7	-3,5



розрахунками бюджетом	з	1 049	2 807	267,6	167,6	0,3	1,1	0,8
розрахунками страхування	зі	936	1 116	119,2	19,2	0,3	0,4	0,1
розрахунками з оплати праці		3 292	4 011	121,8	21,8	1,1	1,6	0,5
Поточні забезпечення		4 009	5 042	125,8	25,8	1,3	2,0	0,7
Інші поточні зобов'язання		123 096	110 632	89,9	-10,1	39,3	43,8	4,5
IV. Зобов'язання, пов'...		0	0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Баланс		313 031	252 702	80,7	-19,3	100,0	100,0	0,0

За 2020 рік активи заводу зменшились (на -19,3 %), що свідчить про скорочення його діяльності, що є негативним чинником. Це зменшення відбулося за рахунок значного скорочення необоротних активів (на -51,1 %) при одночасному невеличкому зростанні оборотних активів (на + 12,8 %). Необоротні активи скоротилися за рахунок значного скорочення незавершених капітальних інвестицій (на -97,3%) та основних засобів (на -45,4 %). Оборотні активи зросли переважно за рахунок суттєвого збільшення іншої поточної дебіторської заборгованості (на +317,6 %) й грошей та їх еквівалентів (на +76,2 %).

В структурі активів ТОВ «Тубний завод» у 2019 році питома вага необоротних та оборотних активів була майже однаковою (50,2 % та 49,8 % відповідно). У 2020 році питома вага необоротних активів значно скоротилася і склала 30,4 %, а оборотних активів зросла до 69,6 %.

У структурі необоротних активів майже повністю переважають основні засоби. Незавершені капітальні інвестиції хоча й значно скоротилися у абсолютному вимірі, їх питома вага є не дуже значною.

Як негативний чинник слід відзначити, що коефіцієнт придатності основних фондів заводу у 2020 році складає лише 12,6%:

$$K = 1 - \frac{Знос}{ОФ_{первіс}} = 1 - \frac{531086}{607445} = 0,126.$$

У структурі оборотних активів у 2020 році переважають запаси (46,6% від загального обсягу активів заводу). У свою чергу, серед запасів найбільшу питому вагу мають виробничі запаси (30,3 % від загального обсягу активів).

Це може свідчити про нераціональну політику формування виробничих запасів заводу, затоварювання складів. Також високу питому вагу має дебіторська заборгованість за товари (12,4 % від загального обсягу активів). Це свідчить про великі обсяги заборгованості покупців заводу за отриману продукцію.

Розмір капіталу ТОВ «Тубний завод» зменшився у 2020 році на 19,3 %, що відповідає скороченню потреби у фінансуванні активів. Зменшення відбулося за рахунок скорочення обсягів усіх видів джерел фінансування – власних (на -8,3 %), позикових довгострокових (на -100 %), позикових короткострокових (на -22,6 %).

Власний капітал зменшився за рахунок скорочення нерозподіленого прибутку (на -22,6 %). Довгострокові зобов'язання скоротилися за рахунок скорочення інших довгострокових зобов'язань. Серед поточних зобов'язань скоротилися короткострокові кредити банків (на -100 %), векселі видані (на -100 %), поточна заборгованість за товари (на -35,8 %). Одночасно зросла заборгованість перед бюджетом (на 167,6 %).

У структурі пасивів заводу переважає позиковий капітал. Обсяги фінансування діяльності за рахунок власних коштів складають 33,0 % у 2019 році та 37,4 % у 2020 році. Це свідчить про фінансову залежність заводу та є негативним чинником. Основними джерелами формування власного капіталу є пайовий капітал та нерозподілений прибуток.

Позиковий капітал у 2020 році складається з поточної заборгованості. Її питома вага складає 62,6 %. У структурі заборгованості переважають інші поточні зобов'язання (43,8 % у загальному обсязі пасивів) та поточна заборгованість за товари (13,7 % у загальному обсязі пасивів).

В цілому за результатами горизонтального і вертикального аналізу можна зробити висновок, що у 2020 році завод є фінансово залежним, має потребу у оновленні основних фондів та реструктуризації виробничих запасів.

Далі проведемо аналіз фінансових показників ТОВ «Тубний завод». Результати розрахунку показників наведені у табл. 2.4.

У 2019 році платоспроможність заводу була не дуже високою, значення усіх показників нижче за їх нормативи. У 2020 році значення загального коефіцієнту покриття складало 1,11. Це свідчить про те, що завод мав дещо більше оборотних засобів ніж короткострокових зобов'язань, тобто був платоспроможним. Якщо розглядати поточний коефіцієнт покриття, то його значення становило 0,37, тобто у заводу не було достатньо коштів для погашення термінових боргів (строком до 3-х місяців). Також існує проблема з погашенням боргів до 1 місяця – значення показника абсолютної платоспроможності є значно нижчим за норматив та складає 0,02. Тобто завод може терміново погасити лише 2% своїх поточних боргів.

Таблиця 2.4

## Результати фінансового аналізу ТОВ «Тубний завод»

№	Показник	2019 р	2020 р
Показники оцінки платоспроможності та ліквідності			
1	загальний коефіцієнт покриття	0,76	1,11
2	поточний коефіцієнт покриття	0,22	0,37
3	показник абсолютної платоспроможності	0,01	0,02
4	показник співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості	0,55	0,91
5	розмір власних оборотних коштів	-53 928	17 711
Показники оцінки фінансової стійкості			
6	коефіцієнт автономії	0,33	0,37
7	коефіцієнт фінансування	2,03	1,67
8	показник поточної заборгованості	0,65	0,63
9	показник структури довгострокових вкладень	0,03	0,00
Показники оцінки оборотності коштів			
10	показник оборотності активів	1,77	2,58
11	показник оборотності дебіторської заборгованості	18,85	20,74
12	період обороту дебіторської заборгованості	20	18
13	показник оборотності кредиторської заборгованості	9,13	16,35
14	період обороту кредиторської заборгованості	40	23
Показники оцінки рентабельності			
15	показник рентабельності активів	4,1%	8,0%

16	показник рентабельності власного капіталу	12,4%	21,4%
17	показник рентабельності продажів	2,3%	3,1%

Значення показника співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості свідчить про те, що у 2019 та 2020 роках кредиторська заборгованість була більшою, ніж дебіторська. Тобто завод більше винен грошей своїм постачальникам, ніж йому винні його покупці. Якщо його покупці повернуть свої борги, завод не зможе за їх рахунок погасити свою кредиторську заборгованість перед постачальниками.

У 2019 році завод не мав власних оборотних котів, що є негативним чинником. У 2020 році ситуація покращилась, розмір власних оборотних коштів склав 17 711 тис. грн.

Показники оцінки фінансової стійкості дозволяють виявити рівень фінансового ризику, пов'язаного зі структурою джерел формування капіталу підприємства, відповідно і ступінь його фінансової стабільності в процесі майбутнього розвитку. У 2019 році завод фінансував свою діяльність за рахунок власного капіталу лише на 33%, тобто був фінансово залежним від зовнішніх джерел фінансування. У 2020 році ситуація дещо покращилась, питома вага власних коштів зросла до 37%. Але завод все ще залежить від зовнішніх джерел та є фінансово нестійким.

У 2020 році зовнішнє фінансування відбувається за рахунок короткострокових джерел, завод не використовує довгострокові позики.

Показники оцінки оборотності коштів характеризують наскільки швидко сформовані активи, капітал і його окремі елементи обертаються в процесі господарської діяльності підприємства. Певною мірою вони є індикатором його ділової активності.

У 2019 році оборотність активів складала 1,77, тобто на кожну гривню активів завод отримувал 1,77 грн виручки. У 2020 році ситуація покращилась – на кожну гривню активів завод отримувал 2,58 грн виручки.

Дебіторська заборгованість у 2020 році оберталась зі швидкістю 20,74 обертів на рік. Тобто дебітори розраховувались з заводом в середньому кожні 18 днів.

Швидкість обороту кредиторської заборгованості складала 16,35 обертів на рік. Завод розраховувався зі своїми кредиторами за надані у кредит товари в середньому кожні 23 дні.

Показники оцінки рентабельності характеризують здатність підприємства генерувати необхідний прибуток в процесі своєї господарської діяльності і визначають загальну ефективність використання активів і вкладеного капіталу.

Рентабельність активів заводу є не високою, він не дуже ефективно використовує свої кошти. Рентабельність активів у 2019 році складала 4,1 %, тобто на кожен гривню вкладену в активи завод отримувал 0,041 грн чистого прибутку. У 2020 році рентабельність активів склала 8,0 %.

Рентабельність власного капіталу у 2019 році складала 12,4 % та у 2020 році 21,4 %, що свідчить про ефективність вкладання коштів у підприємство в порівнянні з банківськими депозитами. Це пояснюється невеликими обсягами власних коштів заводу.

Рентабельність продажів показує, що з кожної гривні виручки завод отримувал у 2019 році 0,023 грн чистого прибутку, а у 2020 році 0,031 грн. Це є невисоким значеннями.

Таким чином, ТОВ «Губний завод» має проблеми з платоспроможністю та фінансовою стійкістю. Він потребує оновлення основних фондів та уваги до формування виробничих запасів та розрахунків з кредиторами. Ефективність використання коштів заводу є задовільною.

### **2.3. Аналіз прибутку підприємства**

Оцінка фінансових результатів підприємства відбувається за допомогою дослідження їх динаміки та структури. Проведемо аналіз

динаміки фінансових результатів ТОВ «Тубний Завод» й представимо його в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

## Основні фінансові результати ТОВ «Тубний Завод»

Показник	Вихідні данні, тис. грн.		Абсолютна зміна, тис. грн	Відносна зміна, %
	2019 р	2020 р		
1	2	3	4	5
Чистий дохід від реалізації продукції	552502	652116	99614	18,0
Собівартість реалізованої продукції	490581	564252	73671	15,0
Валовий прибуток	61921	87864	25943	41,9
Інші операційні доходи	10302	28835	18533	179,9
Адміністративні витрати	16958	18828	1870	11,0
Витрати на збут	30910	33547	2637	8,5
Інші операційні витрати	13174	35125	21951	166,6

## Продовження табл. 2.5

1	2	3	4	5
Фінансовий результат від операційної діяльності	11181	29199	18018	161,1
Інші фінансові доходи	3853	10	-3843	-99,7
Інші доходи	61	0	-61	-100,0
Фінансові витрати	265	4420	4155	1567,9
Фінансовий результат до оподаткування	14830	24789	9959	67,2
Витрати з податку на прибуток	2066	4590	2524	122,2
Чистий прибуток	12764	20199	7435	58,2

Динаміка фінансових результатів діяльності заводу свідчить про те, що у 2020 році підприємство знов наростило обсяги своєї діяльності, що привело до збільшення розмірів показників.

Чистий дохід ТОВ «Губний завод» у 2020 році збільшився на 18,0% та склав 652 млн. грн. При цьому собівартість реалізованої продукції мала таку ж динаміку, однак з дещо іншими темпами. Так у 2019 році собівартість скоротилася лише на 5 306 тис. грн. або на 1,1%, а у 2020 році зросла на 15% та склала 564 млн. грн. Такі коливання чистого доходу та собівартості вплинули на обсяги валового прибутку заводу. У 2019 році він скоротився на 21,1%, а у 2020 році збільшився на 41,9% та склав майже 88 млн. грн.

Така ж динаміка виявлена по іншим операційним доходам. Вони значно скоротились у 2019 році (на 50,1%) та значно зросли у 2020 році. Темпи зростання становили 179,9%, а сума інших доходів у 2020 році склала 28 835 тис. грн.

На відміну від інших показників, адміністративні витрати зростали з року в рік. У 2019 році – 17 млн. грн, а у 2020 році – майже 19 млн. грн. Темпи зростання у 2020 році склали 11,0%.

Витрати на збут у 2019 році скоротились на 4 489 тис. грн або на 12,7%. В 2020 році витрати на збут збільшились на 2 637 тис. грн або на 8,5%. Тобто темпи збільшення витрат на збут були меншими за темпи збільшення доходів заводу.

Інші операційні витрати у 2019 році скоротились майже у двічі та склали 13 174 тис. грн. У 2020 році встановлено значне зростання обсягів інших операційних витрат. Вони збільшилися на 166,6% та їх розмір склав 35 125 тис. грн.

Схожа динаміка виявлена за показником фінансового результату від операційної діяльності. У 2019 році скоротився на 52,5% до 11 181 тис. грн, а у 2020 році значно зріс – на 161,1 або на 18 018 тис. грн. Розмір прибутку від операційної діяльності у 2020 році склав близько 29 млн. грн.

Також значні коливання розмірів виявлено за показниками інших фінансових доходів, інших доходів та фінансових витрат. Однак ці показники за своїми абсолютними розмірами є незначними та суттєво не впливають на загальні результати ефективності роботи заводу.

В результаті скорочень обсягів продажів у 2019 році та їх збільшенні у 2020 році, маємо наступні фінансові результати діяльності ТОВ «Тубний завод» до оподаткування: 2019 рік – 14 830 тис. грн (або скорочення на 37,7%), 2020 рік – 24 789 тис. грн (або збільшення на 67,2%). Майже такі ж висновки можна зробити за показником чистого прибутку заводу. У 2019 році порівняно з 2018 роком чистий прибуток підприємства зменшився на 32,2%, а у 2020 році порівняно з 2019 роком цей показник підвищився на 58,2%, це пов'язано з тим, що підприємство розширює ринки збуту, а також збільшує випуск продукції.

Розглянемо динаміку прибутків заводу (рис. 2.1). Можна побачити, що прибутки заводу зростали з 2014 по 2016 роки. Потім відбулося їх скорочення, яке досягло найнижчих значень у 2019 році. У 2020 році завод поліпшив ефективність своєї діяльності, про що свідчать зростання обсягів його прибутків. Дещо по іншому себе веде крива нерозподіленого прибутку – її динаміка з року в рік негативна. Нерозподілений прибуток – це частина чистого прибутку, яку підприємство відкладає на накопичення та на фінансування свого розвитку. Скорочення нерозподіленого прибутку свідчить про те, що він спрямовувався на фінансування поточної діяльності



заводу. Також за цей час завод не робив капіталізацію отриманого чистого прибутку.

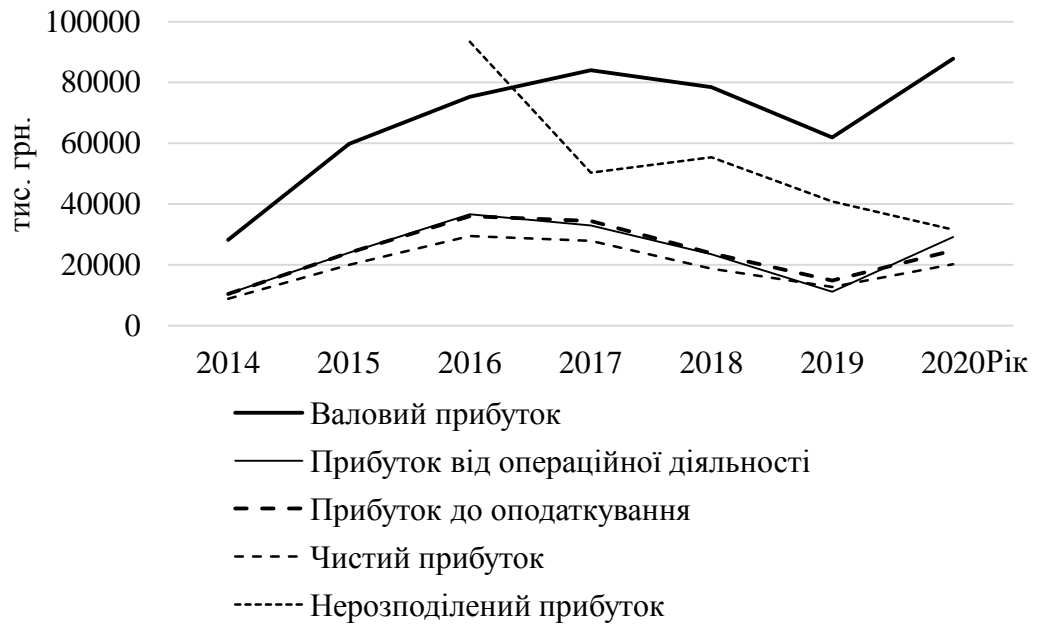


Рис. 2.1. Динаміка прибутків ТОВ «Тубний завод»

Розглянемо співвідношення різних видів прибутку заводу у 2020 році (рис. 2.2).

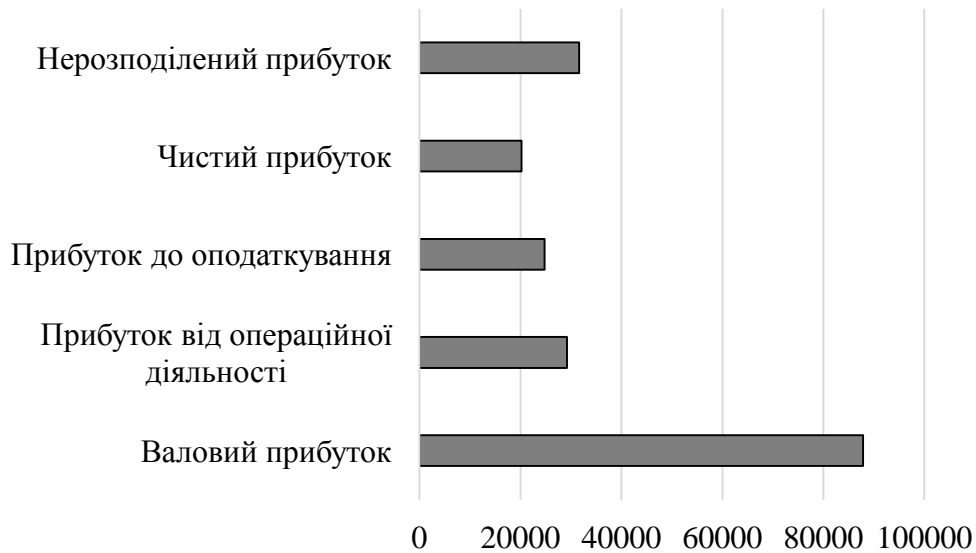


Рис. 2.2. Розмір прибутків ТОВ «Тубний завод» у 2020 році, тис. грн.

Як бачимо, найбільше значення (майже 89 млн. грн) має валовий прибуток. Це пояснюється тим, що валовий прибуток розраховується як

різниці між чистим доходом та виробничою собівартістю. Після того як було покрито адміністративні витрати та витрати на збут у заводу залишився прибуток від операційної діяльності у розмірі 29 млн. грн. Після оплати (отримання) коштів по фінансовій діяльності залишається прибуток до оподаткування у розмірі 24,8 млн. грн. Після сплати податку на прибуток залишається чистий прибуток у розмірі 20,1 млн. грн. Це кошти, які йдуть на винагороду співвласникам та які завод може витратити за своїми побажаннями. Зазвичай на споживання витрачається не вся сума чистого прибутку, його частина накопичується. У 2020 році розмір накопиченого (нерозподіленого) прибутку заводу склав 31,6 млн. грн.

Таким чином, було встановлено, що діяльність ТОВ «Тубний завод» є прибутковою та ефективною. Найнижча ефективність використання коштів заводу виявлена у 2019 році. У 2020 році ситуація значно покращилась. Однак низькою є рентабельність реалізованої продукції, яка показує відсоток чистого прибутку у виручці підприємства. Для заводу у 2020 році вона дорівнює 3,1%.

## **Висновки до розділу 2**

ТОВ «Тубний завод» є виробником усіх видів туб: ламінатних, поліетиленових та алюмінієвих. На сьогодні ТОВ «Тубний завод» є одним з лідерів ринку. Багатий виробничий досвід роботи й унікальні технології стали основою стабільності підприємства. У ТОВ «Тубний завод» впроваджено систему менеджменту якості. Продукція заводу має Сертифікат відповідності Держстандарту України і Росії висновок СЕС, а також дозвіл для застосування алюмінієвих туб для фармпрепаратів в Україні, Росії та Білорусі.

Виробництво оснащено найсучаснішим обладнанням останнього покоління, яке не має аналогів (Polytype, Madag, Labelman, AISA, Herlan, PSG). Для туб використовується тільки найкраща сировина і матеріали відомих виробників (Neuman, Basell, Borealis, Huhtamaki, Zeller-Gmelin, Flint

Inc, Sicpa, Valspar, Kurtz, PPG), які сертифіковані і дозволені до застосування для упаковки косметичної, харчової продукції, фармпрепаратів. Споживачами продукції є: Faberlic (Російська Федерація), ЗАТ «Вітекс» (Республіки Білорусь), Belkosmex (Республіки Білорусь), ТОВ «Орбіта СП» (Україна).

Результати проведеного SWOT-аналізу дозволило виявити основні проблеми, що стоять перед заводом: невисокий рівень маркетингових досліджень, політична й економічна нестабільність в країні.

Результати проведеного техніко-економічного аналізу діяльності заводу показали, що більшість показників покращились у 2020 році. Слід провести додаткові дослідження причин значного скорочення обсягів основних фондів.

Також було проведено аналіз динаміки основних показників ефективності діяльності заводу – прибутків та рентабельності. Було встановлено, що діяльність ТОВ «Тубний завод» є прибутковою та ефективною. Найнижча ефективність використання коштів заводу виявлена у 2019 році. У 2020 році ситуація значно покращилась. Однак низькою є рентабельність реалізованої продукції, яка показує відсоток чистого прибутку у виручці підприємства. Для заводу у 2020 році вона дорівнює 3,1%.

### **РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ПРИБУТКУ ТОВ «ТУБНИЙ ЗАВОД»**

#### **3.1. Проблеми управління формуванням прибутку підприємства**

Управління прибутком підприємства включає дві важливі системи: оперативну, яка повинна реагувати на поточні проблеми управління та забезпечувати прибуткову діяльність у короткотерміновому періоді та стратегічну, яка спрямована на формування стратегічних змін, що необхідні для зміни діючої стратегії управління прибутком підприємства з урахуванням відповідності його внутрішніх можливостей умовам зовнішнього середовища.

Структура механізму управління прибутком підприємства охоплює ринковий механізм регулювання, формування й використання прибутку, державне нормативно-правове регулювання із питань формування й розподілу прибутку, внутрішній механізм регулювання окремих аспектів формування, розподілу й використання прибутку, систему конкретних методів і прийомів здійснення управління прибутком.

Система організаційного забезпечення управління прибутком є взаємозалежною сукупністю внутрішніх структурних служб і підрозділів підприємства, які забезпечують розроблення й прийняття управлінських рішень щодо окремих аспектів формування та використання прибутку та несуть відповідальність за результати цих рішень. Останнім часом організаційне управління прибутком базується на формуванні більш ефективних структурних підрозділів підприємства – центрів відповідальності. Вихідним моментом створення системи управління прибутком, на основі виділення центрів (витрат, прибутку, інвестицій) відповідальності, є персоніфікація відповідальності за прийняття рішень [59].

Прибутковість підприємств за економічною сутністю пов'язана з отриманням прибутку та оцінюється різноманітними його зв'язками з

показниками капіталу, витрат, доходів, які є головними орієнтирами і водночас критеріями стану та ефективності виробництва [18].

При формуванні прибутку підприємства політика управління ним має бути спрямована на отримання максимального розміру позитивного фінансового результату. Це досягається через виконання комплексу завдань по зростанню обсягів діяльності підприємства, ефективного управління витратами підприємства, підвищенням ефективності використання його матеріально-технічної бази. Не менший вплив здійснюють і оптимізація складів підприємства, структура його обігових коштів та підвищення продуктивності праці його працівників.

Прибуток як найважливіша категорія ринкових відносин виконує оцінювальну, стимулюючу і госпрозрахункову функції. Водночас не виключена можливість наділення прибутку й іншими функціями. На формування прибутку як фінансового показника роботи підприємства, що відображається в офіційній звітності суб'єктів господарювання, впливає встановлений порядок визначення фінансових результатів діяльності; обчислення собівартості продукції (робіт, послуг); загальногосподарських витрат; визначення прибутків (збитків) від фінансових операцій та іншої діяльності. Отже, прибуток – важливий показник, що характеризує фінансовий результат діяльності підприємства.

Політика управління формуванням прибутку підприємства повинна бути спрямована на максимізацію розміру позитивного фінансового результату через виконання комплексу завдань щодо забезпечення зростання обсягів його діяльності, ефективного управління витратами, підвищення ефективності використання матеріально-технічної бази, оптимізації складу та структури обігових коштів, підвищення продуктивності праці та системи управління суб'єктом господарювання [60].

Під формуванням прибутку розуміють його створення в процесі господарської діяльності підприємства. Управляти формуванням прибутку

означає управляти обсягом реалізації продукції, тобто кількістю та ціною продукції, здійснювати діяльність з найменшими витратам [22].

Основною метою управління прибутком є пошук найбільш ефективних джерел його формування, напрямків розподілу й використання з метою забезпечення сталого розвитку підприємства та максимізації його ринкової вартості. Для вдосконалення управління прибутком доцільно використовувати етапи, які пропонують автори підручника І. Бланк, він виділяє чотири складові механізму управління прибутком підприємства, які представлено на рис. 3.1.



Рис. 3.1. Складові механізму управління прибутком підприємства [68]

Реалізація мети управління прибутком на підприємстві потребує вирішення таких завдань [68]:

1. Планування необхідного рівня прибутковості від операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства.
2. Виявлення резервів зростання прибутку підприємства.
3. Визначення припустимого рівня ризиків, пов'язаних із операційною та фінансово-інвестиційною діяльністю підприємства.

4. Забезпечення ефективного контролю за розподілом та використанням прибутку підприємства.

До основних принципів, що знаходяться в основі управління прибутком належать:

інтегрованість з загальною системою управління підприємством (у якій би сфері діяльності підприємства не ухвалювалось управлінське рішення, воно прямо або побічно впливає на прибуток, так як управління прибутком безпосередньо пов'язано з виробничим менеджментом персоналу, інвестиційним менеджментом, фінансовим менеджментом та іншими видами менеджменту);

комплексний характер формування управлінських рішень (управління прибутком повинне розглядатися як комплексна система дій, забезпечуючи розробку взаємозалежних управлінських рішень, кожне з яких вносить свій внесок в результативність формування і використання прибутку по підприємству);

високий динамізм управління (системі управління прибутком повинен бути властивий високий динамізм, що враховує зміну чинників зовнішнього середовища, ресурсного потенціалу, форм організації і управління виробництвом, фінансового стану і інших параметрів функціонування підприємства);

багатоваріантність підходів до розробки окремих управлінських рішень (реалізація цієї вимоги припускає, що підготовка кожного управлінського рішення у сфері формування, розподілу і використання прибутку повинна враховувати альтернативні можливості дій, вибір яких повинен бути заснований на системі критеріїв, що визначають політику управління прибутком підприємства);

орієнтованість на стратегічні цілі розвитку підприємства (якими б прибутковими не здавалися ті або інші проекти управлінських рішень в поточному періоді, вони повинні бути змінені, якщо вони вступають в суперечність з місією (головною метою діяльності) підприємства) [72].

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

Прибуток від операційної діяльності формується в результаті здійснення операцій, пов'язаних із виробництвом або реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг), що є головною метою створення підприємства і забезпечують основну частку його доходу. На величину прибутку підприємства також впливають результати від фінансової та інвестиційної діяльності. До фінансової належить діяльність, яка призводить до змін розміру і складу власного та позикового капіталу підприємства, до інвестиційної – діяльність, пов'язана з придбанням і реалізацією тих необоротних активів, а також тих фінансових інвестицій, які не є складовою частиною еквівалентів грошових коштів.

Ключовими завданнями управління формуванням прибутку підприємства є:

1. Визначення основних джерел його формування.
2. Забезпечення максимізації величини прибутку з урахуванням ресурсного потенціалу підприємства та ринкової кон'юнктури.
3. Забезпечення оптимального співвідношення між рівнем прибутковості підприємства та допустимим рівнем ризику.
4. Забезпечення максимізації ринкової вартості підприємства.
5. Забезпечення ліквідності активів та платоспроможності підприємства.
6. Забезпечення конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості підприємства у довгостроковому періоді тощо [30].

Проблеми формування фінансових ресурсів, пов'язані з особливостями організації виробничо-господарської і фінансової діяльності підприємств, державною регуляторною політикою щодо формування фінансових ресурсів підприємств, впливу зміни ринкової кон'юнктури, мають місце на кожному



підприємстві. Нестача фінансових ресурсів негативно впливає на виробничо-господарську діяльність підприємств, спричиняє виникнення та зростання заборгованостей перед суб'єктами господарювання, по оплаті праці та сплаті податків. При цьому зменшуються можливості фінансування подальшого розвитку підприємств, скорочуються надходження до бюджету.

За цих обставин важливого значення набуває формування в достатньому обсязі фінансових ресурсів підприємств. Ефективність функціонування підприємств у довгостроковому періоді, високі темпи їх розвитку, підвищення конкурентоспроможності великою мірою визначаються рівнем використання фінансових ресурсів. Тому одним із найважливіших напрямів фінансової політики підприємств на сучасному етапі є формування стратегії забезпечення фінансовими ресурсами, яка повинна бути спрямована на забезпечення високих темпів зростання прибутку, мінімізацію фінансових ризиків, забезпечення необхідної ліквідності. Вирішення цих питань у період розвитку ринкових відносин є однією із основних умов виживання підприємств, досягнення стійкого і збалансованого їх розвитку.

Аналіз динаміки чистого фінансового результату промислових підприємств в Україні (рис. 3.2) свідчить про те, що у 2019 році вони генерували чистий прибуток.

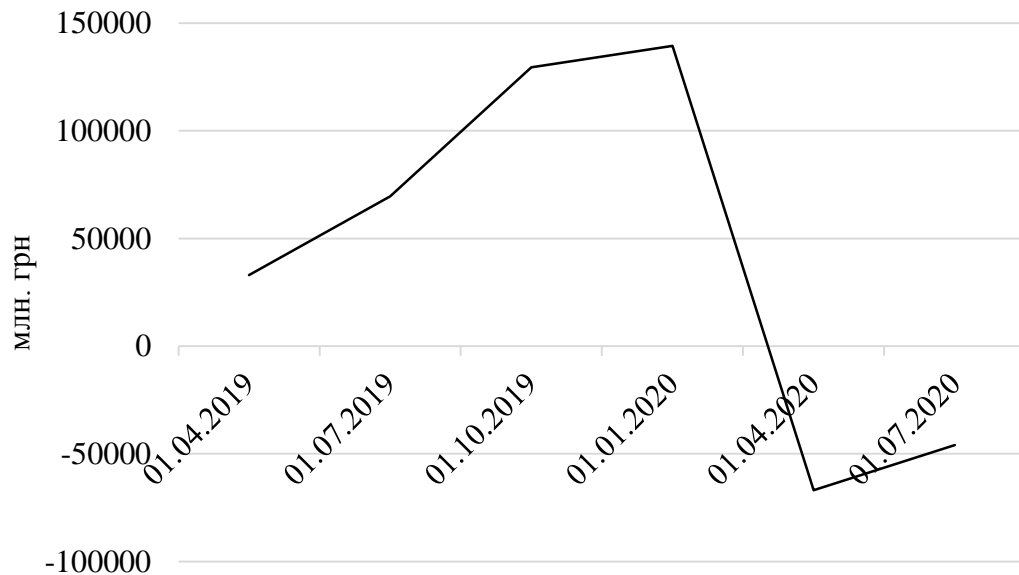


Рис. 3.2. Динаміка чистого фінансового результату промислових підприємств України (складено за даними [55])

У 2020 році ситуація значно погіршилась. Загальний фінансовий результат свідчить про наявність збитків у промислових підприємств України. Це можна пояснити проблемами, що викликані карантинними обмеженнями у зв'язку з пандемією короно вірусу в світі та у нашій країні.

Якщо дослідити кількість прибуткових промислових підприємств України (рис. 3.3), то можна побачити, що у 2020 році вона скоротилася. Так кінець 2019 року вона складала 71,7 % від загальної кількості промислових підприємств. При цьому розмір чистого прибутку складав 246 187 млн. грн. У першому кварталі 2020 року кількість прибуткових промислових підприємств скоротилася до 56,2 %, а розмір чистого прибутку впав до 37 255,2 млн. грн. У другому кварталі 2020 року кількість прибуткових промислових підприємств склала 60,8 %, а розмір чистого прибутку склав 62 175,7 млн. грн.

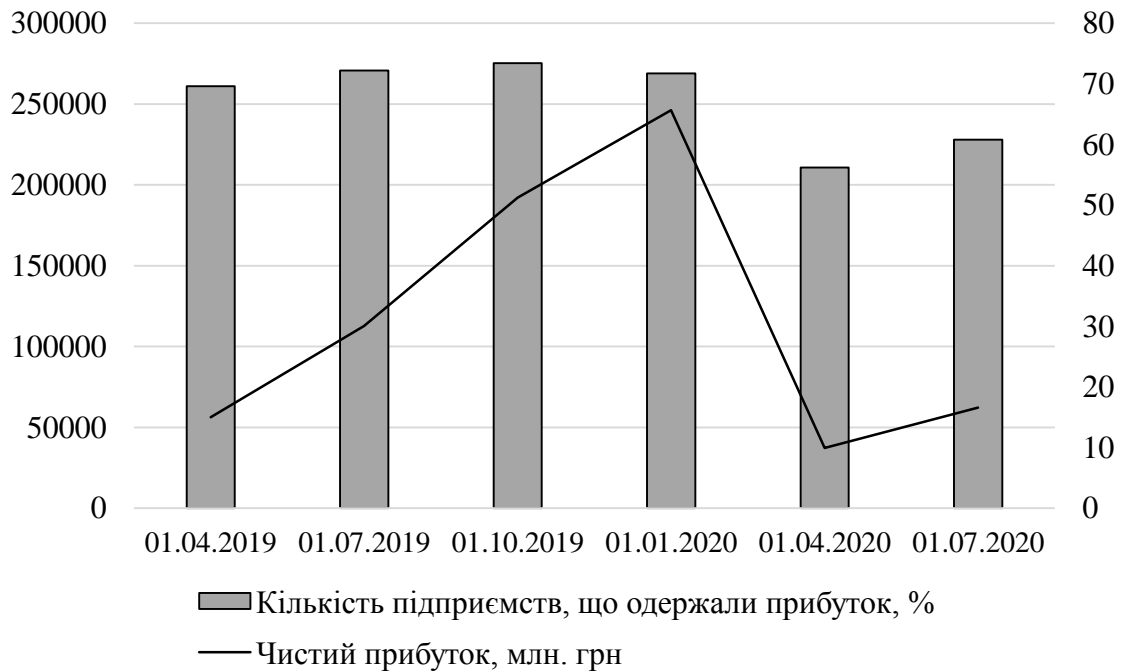


Рис. 3.3. Динаміка чистого прибутку промислових підприємств України (складено за даними [55])

Якщо дослідити кількість збиткових промислових підприємств України (рис. 3.4), то можна побачити, що у 2020 році вона зросла. Так кінець 2019 року вона складала 28,3 % від загальної кількості промислових підприємств.



Рис. 3.4. Динаміка чистого збитку промислових підприємств України (складено за даними [55])

При цьому розмір чистого збитку складав 106 807 млн. грн. У першому кварталі 2020 року кількість збиткових промислових підприємств зросла до 43,8 %, а у другому кварталі 2020 року склала 39,2 %. При цьому розмір збитків залишався майже на однаковому рівні та складав приблизно 105 млрд. грн.

Проаналізуємо наявність та ступінь взаємозв'язку між розміром капіталу (фінансових ресурсів) вітчизняних підприємств та обсягами чистого прибутку (збитку) від їх діяльності. Чистий прибуток обираємо як результуючий показник. Вихідні данні сформовано на основі даних Державного комітету статистики України [55] та подано у вигляді таблиці (Додаток Г, табл. Г.1). Встановлення взаємозв'язку між цими двома показниками проведемо за допомогою регресійного аналізу.

Розрахунки проводимо за допомогою сервісу "Пакет аналізу" у табличному редакторі Microsoft Excel 2013. Приклад використання інструменту пакету аналізу "Регресія" для встановлення взаємозв'язку між чистим прибутком та обсягами фінансових ресурсів промислових підприємств України наведено на рис. Г.1. В результаті було отримано наступні результати (рис. Г.2). Перш за все звертаємо увагу на отримані значення R-квадрату, коефіцієнту кореляції та коефіцієнтів рівняння. R-квадрат (R Square) – це коефіцієнт детермінації. У нашому випадку він дорівнює 0,164 або 16,4%. Це означає, що розрахункові параметри моделі на 16,4% пояснюють залежність між обсягами чистого прибутку та розміром фінансових ресурсів промислових підприємств. Це низьке значення коефіцієнту детермінації, яке свідчить про те що обсяги прибутку також залежать від інших чинників, а не тільки обсягів фінансових ресурсів промислових підприємств.

Коефіцієнт кореляції між показниками кількості та вартості виробів має більш високе значення та дорівнює 0,405. Тобто залежність між даними величинами більш висока. Позитивний знак коефіцієнту кореляції вказує на те, що зростання обсягів фінансових ресурсів приводить до зростання розмірів чистого прибутку підприємств. Це є економічно обґрунтованим висновком. Отримана регресійна модель має наступний вигляд:

$$Y = -148685 + 0,008 \cdot x,$$

де  $Y$  – чистий прибуток (збиток), млн. грн.;

$x$  – фінансові ресурси (капітал), млн. грн.

Таким чином, на основі отриманої моделі можна зробити висновок, що між розміром фінансових ресурсів та чистим прибутком промислових підприємств низький ступінь лінійного зв'язку. На розміри чистого прибутку впливають ще різні фактори, окрім обсягів фінансових ресурсів.

### **3.2. Обґрунтування використання CVP-аналізу для вдосконалення управління формуванням прибутку ТОВ «Тубний завод»**

Конкурентне середовище, в якому працює будь-яке підприємство, часто вимагає вирішення цілого переліку проблем, які вимагають прийняття спеціальних управлінських рішень, щодо: негайної зміни обсягу виробництва окремих видів продукції або його призупинення; здачі в оренду, що може виникнути при зменшенні прибутковості підприємства; обмежених сировинних ресурсів; невігідності виробництва окремих видів продукції. Тому, для прийняття необхідних рішень щодо вибору напрямків підвищення ефективності діяльності підприємства здійснюють аналіз поведінки витрат, досліджують як їх рівень у різних випадках буде впливати на рівень прибутковості. У цьому може допомогти CVP-аналіз (або, як його ще називають, маржинальний аналіз або аналіз беззбитковості).

CVP-аналіз «Cost (витрати) – Volume (обсяг продажів) – Profit (прибуток)» дозволяє визначити планові обсяги виробництва і продажу товару з погляду їх беззбитковості, що забезпечує прийняття оптимального управлінського рішення щодо оптимальної структури витрат, обсягу виробництва, що забезпечує їх відшкодування, щодо кількості продукції, яку необхідно продати для одержання бажаного прибутку, щодо впливу на нього цінової політики. Отже, це один із методів мінімізації витрат та оптимізації прибутку [58].

Використання цього аналізу дозволить приймати обґрунтовані управлінські рішення щодо напрямків підвищення ефективності діяльності підприємства. В загальному вигляді, ефективність – це співвідношення прибутків і витрат підприємства. А використання CVP-аналізу, у першу чергу, спрямовано на визначення оптимальних пропорцій та розмірів саме цих показників.

Маржинальний аналіз допомагає виявити оптимальні пропорції між витратами, ціною і обсягом реалізації, що дозволяє визначити для кожної

конкретної ситуації обсяг реалізації, що забезпечує беззбиткову діяльність. Ключовими показниками маржинального аналізу є [36]:

1) змінні витрати – витрати, що змінюються з зміною обсягу виробництва (витрати на сировину і матеріали, час роботи обладнання, трудовитрати і т.п.). У практиці маржинального аналізу прийнято вважати, що залежність між обсягом виробництва і змінними витратами є прямо пропорційною;

2) постійні витрати – витрати, які не залежать від обсягу виробництва (амортизація, орендна плата, страхові внески тощо);

Класифікація витрат на постійні і змінні широко використовується в мікроекономічному аналізі. По-перше, вона дає можливість ввести важливе для цілей економічного аналізу відмінність між умовами пропозиції в різні часові періоди. Так, короткостроковий період в економічній теорії характеризується тим, що використання протягом цього часу принаймні одного виробничого фактору залишається незмінним. У довгостроковому періоді змінними стають все чинники виробництва. Пропозиція в цьому випадку може повністю пристосуватися до змін попиту, що дозволяє фірмі досягти оптимального поєднання всіх задіяних факторів виробництва.

По-друге, розподіл витрат фірми на постійні і змінні грає дуже важливу роль тоді, коли керівництво фірми вирішує, продовжувати їй роботу або закрити провадження. При цьому необхідно виходити з того, що в короткостроковому періоді постійних витрат не уникнути, навіть якщо зовсім зупинити виробництво: за постійні фактори, без яких не може бути розгорнуто ніяке виробництво, фірма вже заплатила (або змушена буде заплатити навіть при повній зупинці виробництва). Зупинивши підприємство, фірма заощаджує тільки на змінних витратах. Тому, якщо змінні витрати покриваються за рахунок доходів від продажів, для фірми доцільно хоча б тимчасово, в очікуванні кращих часів, продовжувати виробництво, а всі доходи, одержувані понад змінних витрат, спрямовувати на відшкодування постійних витрат.

Суму постійних витрат і змінних витрат при даному обсязі виробництва називають валовими (загальними) витратами. Для прийняття обґрунтованих управлінських рішень виробники повинні знати не тільки загальну величину витрат, але і їх величину в розрахунку на одиницю випущеної продукції, тобто рівень середніх витрат фірми [70];

3) маржинальний дохід (маржинальний прибуток, внесок на покриття) виражається різницею між виручкою від продажу і сумою змінних витрат. Розрахунок маржинального доходу дає інформацію підприємству про величину виручки, яку необхідно отримати, щоб окупити постійні витрати і отримати прибуток [36]. Маржинальний прибуток розраховується наступним чином [56]:

$$\text{МП} = P \cdot Q - v \cdot Q = Q \cdot (P - v), \quad (3.1)$$

де  $P$  – ціна продажу товару, грн;

$Q$  – обсяг виробництва, од;

$v$  – змінні витрати на одиницю продукції, грн.

Якщо із маржинального прибутку відняти постійні витрати, то отримаємо величину прибутку:

$$\text{Pr} = \text{МП} - F, \quad (3.2)$$

де  $F$  – постійні витрати, грн.

4) критичний обсяг виробництва (поріг рентабельності, точка беззбитковості) – це мінімально допустимий обсяг продажів, який покриває всі витрати на виготовлення продукції, не приносячи при цьому ні прибутку, ні збитків [36]. Критичний обсяг виробництва  $Q^*$  може бути визначений як точка, в якій маржинальний прибуток дорівнює постійним витратам, тобто [56]:



$$Q^* = \frac{F}{\text{ПМП}}, \quad (3.3)$$

де ПМП – питомий маржинальний прибуток (маржинальний прибуток на одиницю продукції);

5) запас фінансової міцності виражається різницею між досягнутою фактичною виручкою від реалізації і порогом рентабельності. Якщо виручка від реалізації опускається нижче порога рентабельності, то фінансовий стан підприємства погіршується. При необхідності запас фінансової міцності можна розрахувати у відсотках до виручки від реалізації;

6) ефект виробничого (операційного) важеля проявляється у зміні прибутку в залежності від зміни обсягу реалізації і виробничих витрат. Показник розраховується як відношення маржинального доходу до прибутку [36]. Операційний важіль – це механізм управління прибутком підприємства, який оснований на оптимізації співвідношення постійних і змінних витрат. З його допомогою можливо прогнозувати зміни прибутку підприємства в залежності від зміни обсягу продажів, а також визначити точку беззбитковості підприємства.

Ефект операційного важеля виникає внаслідок неоднорідної структури витрат підприємства. Зміна змінних витрат прямо пропорційна змінам обсягів виробництва та виручці від реалізації, а постійні витрати впродовж тривалого періоду часу майже не реагують на зміни обсягів виробництва. Чим вище питома вага постійних витрат у загальній сумі витрат підприємства, тим більшою мірою зміниться прибуток з ростом виручки підприємства.

Ефект операційного важеля визначають за допомогою формули [56]:

$$E_{\text{ОВ}} = \frac{\text{МП}}{\text{Pr}}. \quad (3.4)$$

Замість детального аналізу поведінки кожної зі статей витрат, маржинальний аналіз використовує спрощений підхід, який полягає в тому,

що всі витрати діляться на дві категорії: змінні і постійні. Звичайно, на практиці жодна із статей витрат не є в точному сенсі постійною або точно пропорційною обсягу виробництва. Наприклад, постійні витрати змінюються внаслідок сезонних коливань або значних змін масштабів виробництва. Змінні витрати на одиницю продукції також можуть змінюватися, наприклад, при збільшенні обсягу випуску вартість сировини на одиницю продукції може знизитися за рахунок отримання оптових знижок від постачальників. Але для прийняття рішень з невеликим тимчасовим горизонтом таке спрощення виявляється цілком прийнятним, оскільки на короткому відрізку часу характер поведінки витрат, як правило, залишається незмінним [61].

CVP-аналіз дозволяють вирішити широкий спектр завдань в області маркетингу та менеджменту. Інструментарій CVP-аналізу застосовується для формування товарної та цінової політики підприємства в процесі розробки маркетингової стратегії, його рекомендують використовувати для вибору найкращого варіанту використання виробничих потужностей підприємства в рамках виробничого менеджменту, він корисний для обґрунтування інвестиційних рішень в рамках інвестиційного менеджменту, оскільки дозволяє оцінити можливі фінансові наслідки ділових рішень [35].

Маржинальний аналіз дозволяє на підставі розрахунку точки беззбитковості, що відсутня у методиках порівняльного, коефіцієнтного та кореляційного аналізу, визначати цілий перелік показників, які дають можливість вибору найбільш ефективних господарських рішень щодо:

- порогу (зони) безпеки, тобто наскільки можна скоротити обсяг продажів без ризику отримання збитку;
- оцінки варіантів управлінських рішень, орієнтованих на досягнення необхідної або можливої величини прибутку;
- визначення точки готівкової рівноваги, яка показує обсяг продажів, необхідних для покриття негрошових (амортизаційних) витрат у періоді;
- який обсяг продажів необхідний для досягнення певної величини прибутку після оподаткування;

– вибору варіанта технології виробництва [39].

Ухвалення рішення на основі маржинального аналізу полягає у відповіді на питання – збільшується чи зменшується в результаті сума маржинального прибутку.

Слід, однак, пам'ятати, що маржинальний аналіз є спрощеним інструментом, і йому притаманний ряд обмежень [61]:

маржинальний аналіз оперує спрощеною моделлю поведінки витрат, яка дає достовірні результати в короткостроковому періоді, але не може застосовуватися для прийняття довгострокових рішень, оскільки в довгостроковій перспективі жодні витрати компанії не є постійними. У довгостроковій перспективі ціна повинна покривати всі витрати, а не тільки змінні;

при наявності обмежень на обсяг виробництва, позитивна маржа, що генерується товаром, не завжди є достатньою підставою для прийняття рішення про його виробництво;

ціноутворення на підставі маржинального прибутку не застосовується в разі, якщо метою компанії є захоплення максимальної частки ринку.

Основні переваги та недоліки CVP-аналізу наведені у табл. 3.1.

Таким чином, можна побачити, що використання CVP-аналізу має більше переваг, ніж недоліків, та його застосування є доцільним при прийнятті управлінських рішень, спрямованих на підвищення ефективності діяльності підприємства.

Перше завдання, яке виникає в маржинальному аналізі, – це поділ (диференціація) сумарних витрат на випуск і реалізацію продукції на змінні і постійні. Існує кілька методів такого поділу, серед яких метод максимальної і мінімальної точки, графічний метод і метод найменших квадратів. Найбільш точним методом диференціації витрат є метод найменших квадратів [36].

Завдання кореляційного аналізу зводиться до встановлення напряму і форми зв'язку між ознаками, вимірюванню її тісноти і до оцінки достовірності вибірових показників кореляції.

Таблиця 3.1

## Переваги та недоліки CVP-аналізу (складено на основі [24, 50])

Переваги	Недоліки
дозволяє виявити оптимальні пропорції між змінними і постійними витратами, ціною і обсягом реалізації, мінімізувати підприємницький ризик	ґрунтується на значному числі припущень, що істотно обмежує його використання
дозволяє дати більш глибоку оцінку фінансових результатів і обґрунтувати рекомендації для вибору стратегічного розвитку підприємства	
придатний для короткострокового планування і прийняття рішень	відрізняється високою чутливістю кінцевого результату до змін факторів, що знижує надійність планування на основі цього методу
враховує ризик і невизначеність, властиві процесам планування прибутку і прийняття рішень, дозволяючи керівництву використовувати різні комбінації складових аналізу в ситуаціях "що, якщо"	
дозволяє приймати обґрунтовані рішення щодо ціноутворення	виникають складнощі в застосуванні методу, коли розглядається кілька видів продукції
дозволяє оперативно оцінювати умови забезпечення відсутності збитків	
забезпечу науковий підхід до управління виробництвом	

Кореляційний зв'язок – це узгоджена зміна двох ознак, що відображає той факт, що мінливість однієї ознаки знаходиться у відповідності з мінливістю іншої. Кореляційний зв'язок між ознаками може бути лінійним і нелінійним, прямим (позитивним) і зворотним (негативним). Пряма кореляція відображає однотипність у зміні ознак: зі збільшенням значень першого ознаки збільшуються значення й іншої, або зі зменшенням першої зменшується друга. Наприклад, чим вища кваліфікація робітника (розряд), тим вище рівень продуктивності праці. Зворотна кореляція вказує на збільшення першого ознаки при зменшенні другого або зменшення першого ознаки при збільшенні другого. Наприклад, чим вища продуктивність праці, тим нижче собівартість одиниці продукції. Ступінь кореляційного зв'язку визначається коефіцієнтом кореляції.

Завдання регресійного аналізу зводиться до вибору типу моделі (форми зв'язку), встановленню ступеня впливу незалежних змінних на залежну і визначенню розрахункових значень залежної змінної (функції регресії). За кількістю факторів, що включаються, моделі можуть бути однофакторними і багатофакторними (два і більше факторів).

Найбільш поширеною в економічному аналізі є парна регресія, яка розглядає вплив варіації фактору  $x$  на результативну ознаку  $y$  і представляє собою однофакторний кореляційний і регресійний аналіз. Алгоритм розрахунку при аналізі парної кореляції складається з наступних етапів:

етап 1 – відбір найбільш істотних факторів, що впливають на результативний показник (при відборі факторів враховуються причинно-наслідкові зв'язки між показниками і можливість їх кількісного виміру);

етап 2 – обґрунтування форми зв'язку;

етап 3 – вибір і рішення рівняння регресії;

етап 4 – оцінка точності отриманого рівняння [36].

Для вирішення завдання встановлення взаємозв'язку між постійними і змінними витратами використовується лінійна форма регресійного зв'язку, яка має наступний вигляд:

$$y = a \cdot x + b, \quad (3.5)$$

де  $y$  – сукупні витрати, грн;

$a$  – змінні витрати на одиницю продукції, грн/од;

$b$  – постійні витрати, грн;

$x$  – кількість продукції, од.

Параметри рівняння (3.5) знаходять методом найменших квадратів (метод вирішення систем рівнянь, при якому в якості рішення приймається точка мінімуму суми квадратів відхилень).

Для кількісної оцінки тісноти зв'язку використовується коефіцієнт кореляції (R). Виділимо основні аналітичні характеристики коефіцієнта кореляції [36]:

при відсутності зв'язку між фактором і результативним показником  $R=0$ ;

при прямому (позитивному) зв'язку коефіцієнт кореляції набуває позитивний (+) знак і знаходиться в межах від 0 до + 1;

при зворотному (негативному) зв'язку коефіцієнт кореляції приймає негативне (-) значення і знаходиться в межах від 0 до -1;

чим сильніше зв'язок між показниками, тим ближче величина коефіцієнта кореляції до 1.

У практичній діяльності при оцінці залежності між показниками використовують наступну градацію:

висока (тісний) ступінь взаємозв'язку – значення коефіцієнта кореляції R знаходяться в межах від 0,7 до 0,99;

середня ступінь взаємозв'язку: R від 0,5 до 0,69;

слабка ступінь взаємозв'язку: R від 0,2 до 0,49.

Як правило, методику CVP-аналізу використовують для підприємств, що виробляють і реалізують лише один вид продукції. Але на практиці існує багато підприємств, які виробляють кілька видів продукції. У таких випадках аналіз ускладнюється і ґрунтується на комбінації продажу. Комбінація продажу (Sales Mix) – співвідношення окремих видів продукції у загальному обсязі продажу. Дане співвідношення можна виразити у відсотках або у пропорції виробів.

Для визначення точки беззбитковості кожного виду продукції необхідно визначити величину маржинального доходу на одну умовну одиницю. Середньозважений маржинальний дохід (Weighted Average Contribution Margin) – сума величин маржинального доходу різних виробів, зважених за допомогою комбінації продажу їх. Тобто [69]:

$$WCM = \sum CM_i * SM_i, \quad (3.6)$$

де  $WCM$  – середньозважений маржинальний дохід;

$CM_i$  – маржинальний дохід на одиницю  $i$ -го виробу;

$SM_i$  – комбінація продажу.

Важливо відмітити, що зміна комбінації продажу впливає на величину точки беззбитковості таким чином [62]:

при збільшенні питомої ваги реалізованих одиниць з більшим маржинальним доходом на одиницю точка беззбитковості зменшується;

при збільшенні питомої ваги реалізованих одиниць з меншим маржинальним доходом на одиницю точка беззбитковості збільшується.

Як наслідок, прибуток  $i$ , відповідно, ефективність діяльності підприємства, збільшується при збільшенні питомої ваги реалізованих одиниць з більшим маржинальним доходом і навпаки. Менеджери багатьох західних підприємств віддають перевагу використанню норми маржинального прибутку, яка визначається як відношення маржинального прибутку до виручки. Це особливо зручно у тих випадках, коли підприємство випускає різномірну продукцію. При інших рівних умовах більш вигідним є збільшення обсягів виробництва тієї продукції, для якої норма маржинального прибутку найбільша. Норма маржинального прибутку показує, який вплив на маржинальний прибуток робить зміна суми виручки від реалізації.

Таким чином,  $CVP$ -аналіз встановлює співвідношення між найважливішими показниками, які характеризують діяльність будь-якого підприємства – витратами, обсягами та прибутком. За допомогою цього інструменту керівництво підприємства може прогнозувати величину прибутку, її зміну у порівнянні з існуючим рівнем і на основі цієї інформації приймати управлінські рішення щодо вибору напрямів підвищення ефективності діяльності підприємства.





### 3.3. Розрахунок економічного ефекту від запропонованих заходів

В наукових працях зарубіжних та вітчизняних авторів розрізняють поняття «економічного ефекту» й «економічної ефективності».

Так, ефект – це результат, що досягається за рахунок здійснення різних видів діяльності або проведення окремих заходів і операцій [1, 19, 37]. Економічний ефект – показник, що характеризує результат діяльності. Це абсолютний показник, вимірюваний у грошових одиницях, який можна підсумувати в просторі й часі [43, с. 297].

Ефективність – це складна багаторівнева категорія економічної науки [21, 24]. Вона має місце у всіх сферах і на всіх стадіях практичної діяльності людини. Вивчення її можливо як на рівні відтворення в цілому та його окремих фазах у всіх сферах національної економіки, так і на рівні господарюючих суб'єктів. Розуміння сутності ефективності пов'язано із двома основними моментами, що властиві ринковій економіці:

- 1) законом рідкості, обмеженості ресурсів;
- 2) наявністю конкуренції [21, с. 51-52].

Ефективність у найбільш загальному розумінні характеризує співвідношення отриманого ефекту та понесених витрат [21, 24].

Ефективність – це інтегрована економічна категорія, яка відображає виробничі відносини щодо економії сукупних затрат уречевленої та живої праці на отримання кінцевого позитивного результату.

Категорія "ефективність" на рівні підприємства характеризує зв'язок між величиною отриманого результату від його діяльності й кількістю інвестованих або витрачених у виробництві ресурсів. Підвищення ефективності можна досягти шляхом використання меншої кількості ресурсів для створення такого результату або за використанням такої самої кількості ресурсів чи більшого випуску з відносно меншою кількістю ресурсів для створення більшого результату.

Розкриттю сутності ефективності діяльності підприємства допоможе розмежування і визначення таких категорій: ефект; результат діяльності підприємства; ефективність діяльності підприємства; критерій ефективності.

Теорія ефективності розмежовує поняття ефекту і ефективності, розуміючи під першим результат тих чи інших заходів, а під другим – співвідношення ефекту і витрат, які його викликали. Але ефект не показує, вигідна певна справа чи ні, адже один і той же ефект може бути отриманий різними засобами, із різними витратами, і навпаки, однакові витрати можуть дати різні результати. Тому за ефектом не можна судити про ефективність діяльності підприємства. Потрібно зіставити ефект із витратами на його одержання й визначити, якою ціною він досягнутий. Якщо результати економічної діяльності перевищують витрати, то можна говорити про позитивний ефект, у протилежному випадку – це негативний ефект. Отже, економічний зміст ефективності полягає у збільшенні результату (ефекту) з одиниці затрат сукупної праці.

Слід зазначити, що є також відмінність між поняттями "результативність" та "ефективність". Видатний економіст П. Друкер підкреслював, що перший із них слід трактувати як "робити правильні речі", а другий – "робити речі правильно". По своїй суті результативність має цільову природу і належить до сфери оцінювання отриманих наслідків від реалізації господарських рішень чи діяльності за певний період. Водночас, ефективність використовується для характеристики використання виробничих ресурсів для досягнення поставлених цілей.

У зарубіжній практиці як синонім поняття "ефективність господарювання" застосовується термін "продуктивність системи виробництва та обслуговування", а під продуктивністю розуміють ефективне використання ресурсів (праці, капіталу, землі, матеріалів, енергії, інформації) для виробництва різноманітних товарів і послуг. Ознакою ефективності може бути досягнення мети виробничо-господарської діяльності підприємства з найменшими затратами уречевленої і живої праці.

Ефективність виробництва як економічна категорія відображає дію об'єктивних економічних законів, які проявляються в результативності виробництва. Вона є тією формою, в якій реалізується мета суспільного виробництва. Економічна ефективність показує кінцевий корисний ефект від застосування засобів виробництва і живої праці, а також сукупних їхніх вкладень. У підсумку поняття ефективності визначається об'єктивно діючим законом економії робочого часу, що є основоположною субстанцією багатства й мірилом витрат, необхідних для його нагромадження та використання суспільством.

Ефективність виробництва визначається співвідношенням між результатами господарської діяльності підприємства і використаними для одержання цих результатів матеріальними, трудовими та фінансовими ресурсами (витратами виробництва).

Відповідні види ефективності виробництва (діяльності) виокремлюються переважно на підставі одержуваних ефектів (результатів) господарської діяльності підприємства. У зв'язку з цим виникає необхідність навести сутнісно-змістову характеристику окремих видів ефективності.

Економічна ефективність означає виробництво певного (будь-якого) обсягу продукції з мінімальними витратами відповідних ресурсів. В американській літературі цей показник називається продуктивністю. Економічна ефективність виробництва – узагальнена економічна категорія, яка характеризується високою результативністю використання живої і уречевленої праці і показує кінцевий корисний результат від застосування всіх виробничих ресурсів й визначається порівнянням одержаних результатів і витрат виробничих ресурсів.

Для підвищення прибутку ТОВ «Губний завод» у параграфі 3.2 було обґрунтовано доцільність використання маржинального аналізу, сутність якого полягає в управлінні прибутком на основі розподілу витрат підприємства на постійні і змінні.

До найвідоміших методів розподілу витрат на постійні та змінні, що використовуються на практиці, належать [5]:

1) метод аналізу рахунків бухгалтерського обліку. Його суть полягає в аналізі кожного рахунку (субрахунку) витрат, а також відповідних первинних документів при певних значеннях обсягу діяльності з метою віднесення цих витрат до постійних або змінних. Оскільки деякі витрати неможливо віднести виключно до постійних або змінних, то цей метод передбачає також розподіл таких витрат на постійну та змінну складові;

2) графічний метод. Графічний метод полягає в тому, що дані (як правило, за останній рік) про понесені витрати заносять відповідно до обсягів діяльності в побудовану систему координат, по осі абсцис якої відкладається обсяг діяльності, а по осі ординат - витрати. Після цього візуально до перетину з віссю ординат будується пряма лінія, яка мінімально відхиляється від занесених у систему координат значень витрат;

3) метод найбільших-найменших витрат. Цей метод полягає в тому, що для розподілу витрат на постійні та змінні використовують тільки два значення обсягу діяльності та витрат: найбільше та найменше;

4) статистичний метод. Застосування цього методу розподілу витрат на постійні та змінні ґрунтується на використанні математичного методу найменших квадратів та встановленні параметрів лінії регресії.

Зараз завод використовує бухгалтерський метод розподілу витрат, коли фактичні щомісячні обсяги витрат списуються на фактичні щомісячні обсяги виробництва туб. При цьому розподіл постійних витрат за трьома видами туб (ламінат, алюміній та пластик) здійснюється пропорційно кількості виготовлених туб кожного виду. При цьому не враховуються відпускні ціни, прямі витрати на сировину та заробітну плату. Це призводить до викривлення результатів діяльності заводу, помилок у ціноутворенні та неможливості здійснювати планування прибутку підприємства.

Проведемо розподіл витрат на печать ламінатних туб різних діаметрів за допомогою статистичного методу. Вихідні дані наведені у табл. Д.1

додатку Д. Основні діаметри туб – 25 мм, 28 мм, 35 мм, 50 мм. Нанесення рисунків та написів на туби виконується на аналоговому обладнанні Labelmen. Витрати на печать включають витрати, пов'язані з підготовкою заказу – дизайнерська робота, виготовлення фотополімерної плівки та кліше, наладка обладнання. Ці витрати не залежать від обсягів туб у заказі (від тиражу). Також витрати на печать включають витрати на краску, ламінат, заробітну плату налащика, амортизацію тощо.

Розрахунок параметрів регресійних моделей здійснювався за допомогою Пакету аналізу, який є складовою частиною табличного редактору Excel. Результати розрахунків параметрів моделей наведено на рис. Д.1-Д.4. На основі отриманих результатів можна скласти рівняння, що описують витрати з їх розподілом на постійні та змінні.

Для ламінатних туб діаметром 25 мм функція витрат на печать заказу має наступний вигляд:

$$Y_{25}=119,06+0,477*x,$$

де 119,06 – постійні витрати на виготовлення 1000 туб, дол;

0,477 – змінні витрати на виготовлення 1000 туб, дол;

x – кількість туб у заказі, тис. шт.

Аналогічні рівняння отримані для туб діаметром 28, 35 та 50 мм:

$$Y_{28}=121,18+0,476*x;$$

$$Y_{35}=124,64+0,481*x;$$

$$Y_{50}=124,26+0,487*x.$$

Для усіх отриманих моделей коефіцієнти кореляції та детермінації наближаються до 1. Це свідчить про високу достовірність отриманих функцій витрат, а також про те, що на рівень витрат на печать істотно впливають лише обсяги виробництва. Вплив інших чинників є незначним. Моделі є адекватними та можуть використовуватися у подальших розрахунках. На основі отриманих рівнянь можливо планувати витрати на печать. Наприклад,

нехай очікується, що у наступному місяці ТОВ «Тубний завод» планує виконати заказ на 50 000 ламінатних туб 35-го діаметру. Тоді витрати на печать складатимуть:

$$Y_{35}=124,64+0,481*50 = 148,69 \text{ дол.}$$

Поряд з рівнянням функції витрат можливо використання графічного методу. Графік витрат на печать ламінатних туб 35-го діаметру, які користуються найбільшим попитом серед замовників, має наступний вигляд (рис. 3.5).

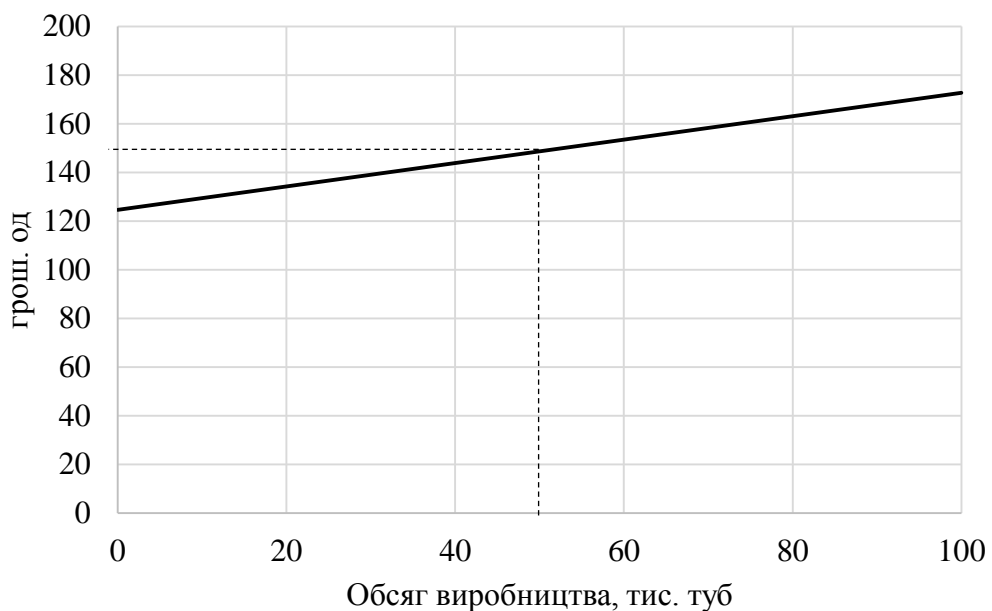


Рис. 3.5. Графік витрат на печать на тубах діаметром 35 мм

Використання функції витрат для планування витрат дозволить також більш зважено підходити до встановлення ціни заказу та дозволить планувати прибуток заводу.

Аналіз технологічного процесу нанесення печаті на ламінатні туби дозволив встановити, що витрати на печать залежать не тільки від обсягу заказу та діаметру туб, але й від довжини туби. Це, у першу чергу, пояснюється тим, що більша довжина потребує більшого витрачання ламінату та краски.

Використання Пакету аналізу у табличному редакторі Excel дозволило отримати наступну функцію витрат:

$$Y_{\text{печать}} = 112,58 + 0,298 * X_1 + 0,004 * X_2 + 0,478 * X_3,$$

де  $Y_{\text{печать}}$  – загальні витрати на печать;

$X_1$  – діаметр туби, мм;

$X_2$  – довжина туби, мм;

$X_3$  – кількість туб, тис. шт.

Розрахуємо вартість печаті на ламінатних тубах 35-го діаметру, довжиною 121 мм для заказу у 50 тис шт:

$$Y_{\text{печать}} = 112,58 + 0,298 * 35 + 0,004 * 121 + 0,478 * 50 = 147,39 \text{ дол.}$$

Таким чином, витрати на печать складуть 147,39 дол на 1000 туб.

Окрім витрат на печать, виготовлення туб пов'язано й з іншими витратами – формування туби, приєднання плечиків та ковпачків, перевірка на наявність браку, пакування. Ці витрати змінюються пропорційно кількості виготовлення туб та на відміну витрат на печать, не мають так званих витрат на замовлення. Тобто чим більше замовлення, тим менше в його собівартості буде частка витрат на печать (рис. 3.6).

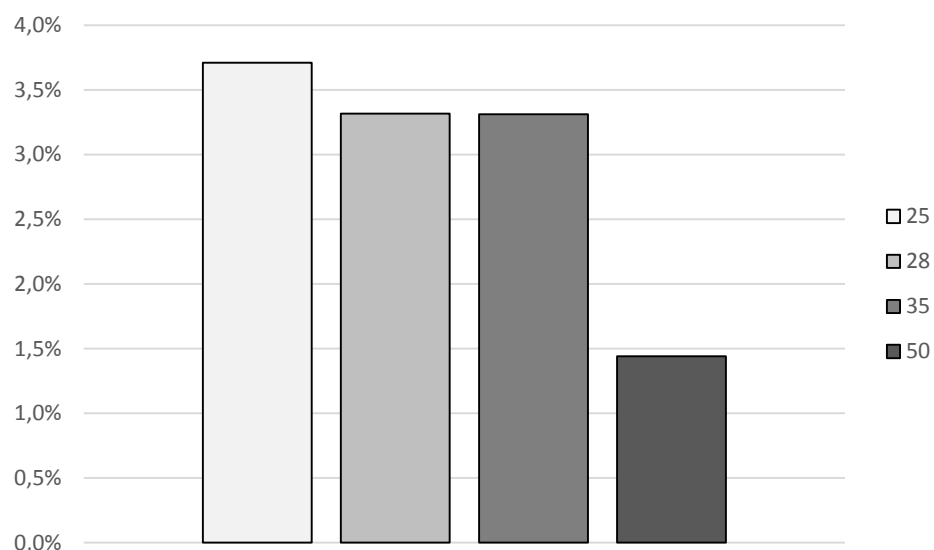


Рис. 3.6. Частка витрат на печать у ціні туб при замовленні більше 50 тис. шт.

Відповідно, при скороченні тиражів, частка витрат на печать у ціні туб буде зростати. Це буде призводити до зниження рентабельності продажів та до скорочення обсягів прибутку заводу.

Залежність витрат на печать від розміру замовлення на ламінатних тубах 35-го діаметру наведена на рис. 3.7.

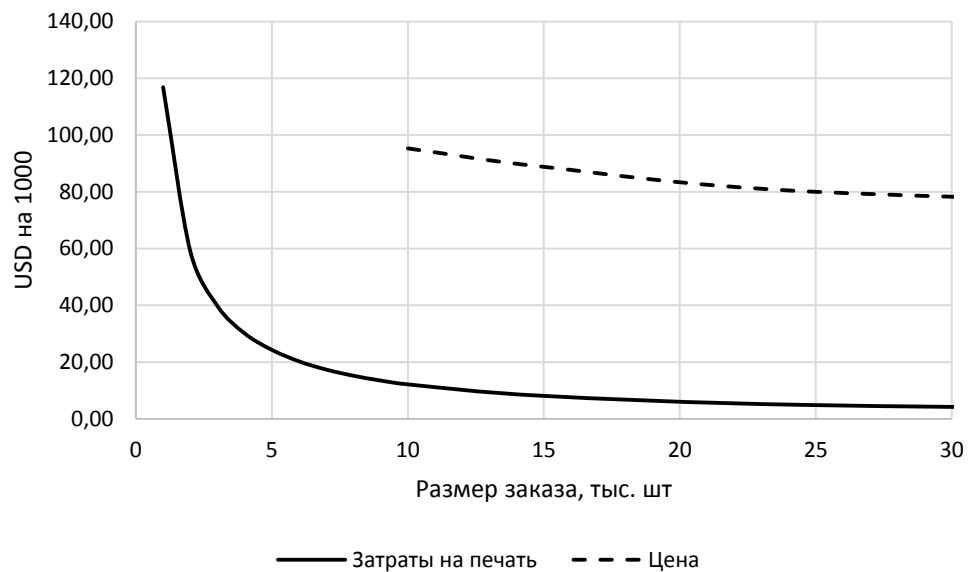


Рис. 3.7. Залежність витрат на печать від розміру замовлення для діаметра 35 мм

Данні про ціні для тиражів менше 10 000 туб відсутні, тому що ТОВ «Тубний завод» не виконує таких замовлень. Проведені дослідження показують, що вони дійсно є не вигідними при існуючому рівні цін на туби. Для заказів до 10 тис туб потрібно в рази збільшувати ціни для забезпечення достатнього рівня прибутковості продажів. Однак це не сподобається замовникам, для яких дрібні тиражі будуть коштувати в рази дорожче. Тому недоцільним є укладання договорів з замовниками на тиражі до 10 тис туб, тому що це приведе до скорочення прибутку заводу.



Потрібно віддавати перевагу замовникам з великими обсягами тиражів, тому що їх виконання буде знижувати собівартість виконання замовлення за рахунок скорочення частки витрат на печать.

Розрахуємо ефект від запропонованого заходу, а саме відмовитися від дрібних тиражів до 10 000 туб. За аналізований місяць завод виготовив 8890,5 тис ламінатних туб різних діаметрів та різної довжини. Витрати на печать при цьому склали 31 179 дол. В результаті відмови від дрібних замовлень, але при такому ж загальному обсязі виготовлення туб, витрати на печать складуть 31 968 дол на місяць. Таким чином, буде досягнута економія, яка приведе до збільшення прибутку на величину:

$$31\,968 - 31\,179 = 789 \text{ дол на місяць.}$$

В перерахунку на рік та у гривньовому еквіваленті зростання прибутку складе:

$$789 * 12 * 26,86 = 254\,310 \text{ грн.}$$

Таким чином, при виконанні заказів великих об'ємів ТОВ «Тубний завод» зможе отримувати додатковий річний прибуток 254 310 грн.

### **Висновки до розділу 3**

При формуванні прибутку підприємства політика управління ним має бути спрямована на отримання максимального розміру позитивного фінансового результату. Це досягається через виконання комплексу завдань по зростанню обсягів діяльності підприємства, ефективного управління витратами підприємства, підвищенням ефективності використання його матеріально-технічної бази.

Проведений аналіз діяльності промислових вітчизняних підприємств свідчить про наявність у них збитків. При цьому встановлено, що ситуація погіршилась у 2020 році, що можна пояснити проблемами, які викликані карантинними обмеженнями у зв'язку з пандемією короно-вірусу в світі та у нашій країні. Також було досліджено взаємозв'язок між розміром фінансових ресурсів та чистим прибутком промислових підприємств за допомогою

регресійного аналізу. Встановлено, що між ними низький ступінь лінійного зв'язку. Тобто на розміри чистого прибутку впливають також інші фактори, окрім обсягів фінансових ресурсів.

Для удосконалення управління формуванням прибутку ТОВ «Губний завод» було запропоновано використовувати CVP-аналіз (маржинальний аналіз). Він дозволяє на підставі розрахунку точки беззбитковості визначати низку показників, які дають можливість вибору найбільш ефективних управлінських рішень щодо планування та підвищення прибутку заводу.

Було сформовано функцію витрат на печать для ламінатних туб різних діаметрів. На основі отриманих результатів можна планувати витрати, проводити обґрунтоване ціноутворення та планувати прибуток ТОВ «Губний завод». Аналіз очікуваного прибутку на основі отриманих функцій витрат дозволив виявити, що при скороченні тиражів, частка витрат на печать у ціні туб буде зростати. Це буде призводити до зниження рентабельності продажів та до скорочення обсягів прибутку заводу. Тому доцільним є перехід до замовлень з крупними тиражами.

## ВИСНОВКИ

Прибуток є основною фінансовою категорією, що відображає позитивний фінансовий результат господарської діяльності підприємства, характеризує ефективність виробництва і свідчить про обсяг і якість виробленої продукції. Прибуток підприємства виступає не лише як основа функціонування окремого підприємства, але і як база економічного розвитку держави в цілому. Тому тема дослідження, пов'язана з управлінням формуванням прибутку підприємства актуальною.

Аналіз підходів щодо визначення економічного змісту прибутку показав, що немає єдиного розуміння серед економістів, щодо природи прибутку. Дослідження різних точок зору вітчизняних та зарубіжних вчених економістів щодо сутності прибутку, дозволило уточнити його визначення: прибуток – це частина доходу, що утворюється в результаті господарської діяльності підприємства, з вирахуванням усіх витрат і платежів, які підприємство понесло і сплатило під час виробництва і реалізації продукції (товарів, робіт, послуг).

Велика роль прибутку в розвитку підприємства і забезпеченні інтересів його власників, визначає необхідність ефективного управління його формуванням. Основні завдання при цьому полягають у збільшенні загального обсягу прибутку; зниженні витрат у процесі формування прибутку, забезпечення стабільності в отриманні прибутку тощо.

Розмір прибутку – це найважливіший показник, що визначає фінансовий стан підприємства. Аналіз показав, що для управління формуванням прибутку підприємства, найчастіше використовують методи факторного та індексного аналізу, та методи, що базуються на розкладанні витрат на постійні та змінні, такі як аналіз беззбитковості.

Проведено комплексний аналіз діяльності ТОВ «Тубний завод», якій є одним з лідерів ринку та виробником усіх видів туб: ламінатних, поліетиленових та алюмінієвих. Результати проведеного техніко-

економічного та фінансового аналізу діяльності заводу показали, що більшість показників покращились у 2020 році.

Також було проведено аналіз динаміки основних показників ефективності діяльності заводу – прибутків та рентабельності. Було встановлено, що діяльність ТОВ «Тубний завод» є прибутковою та ефективною. Найнижча ефективність використання коштів заводу виявлена у 2019 році. У 2020 році ситуація значно покращилась. Однак низькою залишається рентабельність реалізованої продукції, яка дорівнює 3,1%, що потребує заходів з удосконалення управління формуванням прибутку заводу.

При формуванні прибутку підприємства політика управління ним має бути спрямована на отримання максимального розміру позитивного фінансового результату. Це досягається через виконання комплексу завдань по зростанню обсягів діяльності підприємства, ефективного управління витратами підприємства, підвищенням ефективності використання його матеріально-технічної бази.

Для удосконалення управління формуванням прибутку ТОВ «Тубний завод» було запропоновано використовувати СVP-аналіз (маржинальний аналіз). Він дозволяє на підставі розрахунку точки беззбитковості визначати низку показників, які дають можливість вибору найбільш ефективних управлінських рішень щодо планування та підвищення прибутку заводу.

Було сформовано функції витрат на печать для ламінатних туб різних діаметрів. На основі отриманих результатів можна планувати витрати, проводити обґрунтоване ціноутворення та планувати прибуток ТОВ «Тубний завод». Аналіз очікуваного прибутку на основі отриманих функцій витрат дозволив виявити, що доцільним є перехід до замовлень з крупними тиражами. При виконанні заказів великих об'ємів ТОВ «Тубний завод» зможе отримувати додатковий річний прибуток у розмірі 254 310 грн.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Акофф Р. Искусство решения проблем: пер. с англ. Е. Г. Коваленко / Р. Акофф. – Москва : Мир, 1982. – 220 с.
2. Анализ «затраты – объём деятельности – прибыль» (CVP-анализ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.accaglobal.com/cis/ru/qualifications/russian-language-advanced-diploma/Learningresources/PM/Technical\\_articles/Cost\\_volume\\_profit\\_analysis.html](https://www.accaglobal.com/cis/ru/qualifications/russian-language-advanced-diploma/Learningresources/PM/Technical_articles/Cost_volume_profit_analysis.html)
3. Анализ финансового состояния предприятия. Маржинальный анализ в управлении [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://afdanalyse.ru/publ/operacionnyj\\_analiz/marzhinalnyj\\_dokhod/marzhinalnyj\\_analiz\\_v\\_upravlenii/22-1-0-114](https://afdanalyse.ru/publ/operacionnyj_analiz/marzhinalnyj_dokhod/marzhinalnyj_analiz_v_upravlenii/22-1-0-114)
4. Андріяш А.С. Особливості управління прибутком підприємств / А.С. Андріяш, А.Ю. Моголова // Молодий вчений, 2014. - № 6(09). – С. 68-70.
5. Байдик О. Ділимо витрати [Електронний ресурс] / О. Байдик. – Режим доступу: <https://dtkr.com.ua/show/1cid01655.html>.
6. Басова О.О. Управління формуванням прибутку підприємств швейної промисловості [Електронний ресурс] / О.О. Басова // Електронний журнал «Ефективна економіка», 2014. – №2. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2733>
7. Бланк И.А. Управление прибылью / Бланк И. А. – Київ : НИКА-Центр, 1998. – 544 с.
8. Бланк И. А. Финансовый менеджмент : Учеб. курс. – Киев : Ника-центр, Эльга, 2001. – 528 с.
9. Бердар М.М. Фінанси підприємств : навч. посібн. / М.М. Бердар. – 2-ге вид., перероб. і допов. – Київ, 2012. – 464 с.

10. Блонська В.І. Прибуток – особливості його формування та використання в ефективному управлінні підприємством / В.І. Блонська, І.В. Паньків // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.5. – С. 179-184.

11. Бондаренко Н.С. Удосконалення управління прибутком на підприємстві [Електронний ресурс] / Н.С. Бондаренко, Ю.В. Тюленева // Збірник наукових праць молодих вчених факультету менеджменту та маркетингу КПІ ім. І. Сікорського «Актуальні проблеми економіки та управління», 2017. – Вип. 11. – Режим доступу: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/102586>.

12. Брігхем Є.Ф. Основи фінансового менеджменту: підручник: Пер. з англ. – Київ : Молодь, 1997. – 1000 с.

13. Буйвис Т.А. Использование элементов маржинального анализа в управленческом учёте в современных реалиях [Электронный ресурс] / Т.А. Буйвис, В.Е. Шерер // Электронный научный журнал «Вектор экономики». – Режим доступа: [http://vectoreconomy.ru/images/publications/2021/2/accounting/Buyvis\\_Sherer.pdf](http://vectoreconomy.ru/images/publications/2021/2/accounting/Buyvis_Sherer.pdf)

14. Власова Н. О. Эффективность формирования финансовых результатов предприятий роздрібної торгівлі : монографія / Н. О. Власова, І. Ю. Мелушова / Харків : Харків. держ. ун-т харчування та торгівлі, 2008. – 158 с.

15. Воронкова Т.Є. Шляхи підвищення прибутковості підприємства в умовах нестабільного середовища / Т.Є. Воронкова, Н.Ю. Безпалько // Інвестиції: практика та досвід. – Київ, 2016. – № 19. – С. 42-44.

16. Говорушко Т.А. Теоретичні аспекти сутності управління фінансово-економічними результатами діяльності підприємства / Т.А. Говорушко, М.І. Арич // Економічний аналіз: збірник наукових праць, 2012. – № 11. – С. 117-121.

17. Гуменюк В.С. Теоретичні основи управління прибутком підприємств / В.С. Гуменюк // Інфраструктура ринку, 2018. – №20. – С. 51-55.

18. Дзюбенко Л.М. Організаційно-економічне забезпечення прибутковості підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 / Л.М. Дзюбенко. – Київ, 2007. – 22 с.

19. Друкер П. Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальные решения / Питер Друкер : пер. с англ. М. Котельниковой. – Москва : ФАИР-ПРЕСС, 2003. – 288 с.

20. Жадько К.С. Теоретико-методичні підходи до формування прибутку підприємства і шляхів його збільшення / К.С. Жадько, В.С. Котенко // Young Scientist, 2016. – № 10(37). – С. 373-376.

21. Іванюк Т.Ю. Теоретичні засади управління прибутком підприємства Т.Ю. Іванюк, Г.Ю. Ткачук. – 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://eztuir.ztu.edu.ua/7793/1/Іванюк.pdf>

22. Іванюк Т.Ю. Теоретичні засади управління прибутком підприємства в ринкових умовах [Електронний ресурс] / Т.Ю. Іванюк // Інноваційний розвиток та конкурентоспроможність підприємств і секторів економіки. – Режим доступу: <http://eztuir.ztu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/153/1/37.pdf>.

23. Кобець А.О. Формування механізму управління прибутком підприємств в умовах ринкової економіки: автореф. на здоб. наук. ступ. к-та економ. наук / А.О. Кобець. – Донецький національний університет. – Донецьк. – 2008. – 21 с.

24. Кострицына М. С. СVP-аналіз в современной экономике Республики Казахстан / М. С. Кострицына [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://be5.biz/ekonomika1/r2014/2421.htm>.

25. Кругла Н.М. Особливості визначення та обґрунтування оцінки економічних результатів діяльності підприємства / Н.М. Кругла // Актуальні проблеми економіки – 2008. – № 5 – С. 104-100.

26. Куденко Н.В. Формування і розподіл прибутку / Н.В. Куденко, Д.І. Маслюченко // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. - №20. – С. 982-985.

27. Купалова Г. І. Теорія економічного аналізу: навчальний посібник / Г. І. Купалова. – Київ : Знання, 2008. – 639 с.
28. Куркина С.М. маржинальный анализ финансовых результатов деятельности предприятия [Электронный ресурс] / С.М. Куркина // Международный научный журнал «Инновационная наука». – 2016. – №4. – Режим досупа: [https://cyberleninka.ru/article/n/marzhinalnyy-analiz-finansovyh-rezultatov-deyatelnosti-predpriyatiya?gclid=EAIaIQobChMI\\_4nz0vyQ9AIVyuN3Ch1TLQS1EAAAYASAAEgKTb\\_D\\_VwE](https://cyberleninka.ru/article/n/marzhinalnyy-analiz-finansovyh-rezultatov-deyatelnosti-predpriyatiya?gclid=EAIaIQobChMI_4nz0vyQ9AIVyuN3Ch1TLQS1EAAAYASAAEgKTb_D_VwE)
29. Куц Л.Л. Капітал підприємства: формування та використання : опорн. консп. лекцій / Л.Л. Куц. – Тернопіль : ТНЕУ, 2012. – 114 с.
30. Куцик В.І. Прибуток як елемент економічної безпеки підприємства / В. І. Куцик, І.З. Кравчишин // Науковий вісник НЛТУ. – 2011. – № 21.05. – 254 с.
31. Лытнев О.Н. Маржинальный анализ в управлении финансами [Электронный ресурс]/ О.Н. Лытнев // Управление корпоративными финансами. – №2. – 2007. – Режим досупа: <https://grebennikon.ru/article-juz5.html>
32. Мазаракі А.А. Економіка торговельного підприємства / А.А. Мазаракі, Н.М. Ушакова – Київ : Хрещатик, 2009.
33. Маржинальный анализ: расчёт маржинального дохода предприятия [Электронный ресурс]. – Режим досупа: [https://www.prostobiz.ua/biznes/upravlenie\\_biznesom/stati/marzhinalnyy\\_analiz\\_raschet\\_tochki\\_bezbytochnosti\\_i\\_marzhinalnogo\\_dohoda\\_predpriyatiya](https://www.prostobiz.ua/biznes/upravlenie_biznesom/stati/marzhinalnyy_analiz_raschet_tochki_bezbytochnosti_i_marzhinalnogo_dohoda_predpriyatiya)
34. Маркіна І.А. Управління прибутком торговельних підприємств Монографія / І.А. Маркіна, В.Л. Вороніна. – Полтава: Вид-во ПП «Астроя». 2018. – 167 с.
35. Мелешкина И. М. СVP-анализ как инструмент менеджмента и маркетинга в отрасли печати [Электронный ресурс] / И. М. Мелешкина – Режим досупа: <https://be5.biz/ekonomika1/r2013/3503.htm>.
36. Мельник М. В. Теорія економічного аналізу [Електронний ресурс] / М. В. Мельник. – Режим досупу: [https://stud.com.ua/53254/ekonomika/teoriya\\_ekonomichnogo\\_analizu](https://stud.com.ua/53254/ekonomika/teoriya_ekonomichnogo_analizu).



37. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури : пер. с англ. – Москва : Дело, 1997. – 704 с.

38. Мірошніченко О.Ю. Механізм управління прибутком вітчизняних підприємств / О.Ю. Мірошніченко, Ю.В. Корконос // БізнесІнформ. – 2014. - № 5. – С. 280-285.

39. Михальська О. Л. Ефективність застосування методів маржинального аналізу на олійно-жирових підприємствах України / О. Л. Михальська // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет, 2014. – Том 16. – № 2. – С. 124-131.

40. Нагайчук В.В. Показники оцінки якості прибутку підприємства та їх залежність від обраної стратегії / В.В. Нагайчук. – Електронний ресурс. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Vchtei/2011\\_2\\_1/NV-2011-V2\\_23.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchtei/2011_2_1/NV-2011-V2_23.pdf)

41. Ніпіаліді О. Практика управління прибутком підприємств в умовах проциклічності економіки / О. Ніпіаліді // Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації. – 2016. – №3. – С. 19-30.

42. Николишин С.Є. Прибуток підприємства та особливості управління ним / С.Є. Николишин // Young Scientist. – 2017. – № 42. – С. 299-303.

43. Никулина Н. Н. Финансовый менеджмент организации. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Менеджмент организации» / Н. Н. Никулина, Д. В. Суходоев, Н. Д. Эриашвили. – Москва, 2009.

44. Онисько С.М. Фінанси підприємств : підручник для студентів вищих закладів освіти / С.М. Онисько, П.М. Марич. – 2-ге вид., випр. і доп. – Львів : Магнолія Плюс, 2006. – 367 с.

45. Павлишенко М.М. Значення прибутку підприємства в ринковій економіці / М.М. Павлишенко, Л.А. Сивуля. – Електронний ресурс. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/chem\\_biol/nvnltu/17\\_4/172\\_Pawlyshenko\\_17\\_4.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltu/17_4/172_Pawlyshenko_17_4.pdf)

46. Пігуль Н.Г. Управління прибутком підприємства / Н.Г. Пігуль // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. – 2010. – № 28. – С. 125–132.

47. Поддєрьогін А.М. Фінансовий менеджмент: підручник / кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А.М. Поддєрьогін. – Київ : КНЕУ, 2005. – 536 с.

48. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства: підручник. – 2-ге вид. перероб. та доп. – Київ : КНЕУ, 2008. – 528 с.

49. Пономаренко Е. СVP-анализ как инструмент принятия управленческих решений [Электронный ресурс] / Е. Пономаренко // [https://www.cfin.ru/management/finance/cost/costs\\_volume\\_profit.shtml](https://www.cfin.ru/management/finance/cost/costs_volume_profit.shtml)

50. Сайбель Н. Ю. Применение СVP-анализа для объяснения оперативных управленческих решений в бизнес-анализе [Электронный ресурс] / Н. Ю. Сайбель, А. А. Домрачева // Молодой ученый. – 2016. – № 29 (133). – С. 496-498. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/133/37168/>

51. Система управління прибутком як умова ефективного функціонування підприємства [Електронний ресурс] / Ж.М. Жигалкевич, Е.С. Фісенко // Економіка та суспільство. – 2016. – №4. – Режим доступу до журналу : <http://economyandsociety.in.ua>.

52. Сокиринська І. Г. Діагностика фінансового забезпечення діяльності підприємства / І. Г. Сокиринська // Фінанси України. – 2003. – №1.

53. Сотникова Л.В. О формировании финансовых результатов / Л.В. Сотникова // Бухгалтерский учет в Украине, 2007. – №1. – С. 18-22.

54. Стандарти бухгалтерського обліку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://buhgalter911.com/normativnaya-baza/instr-plan-rah/standart-buhgalterskogo/>

55. Структура балансу підприємств за видами економічної діяльності. 2019-2020 роки / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

56. СVP-анализ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kpfu.ru/docs/F1691329844/t3.pdf>.

57. Таланова П. Маржинальная прибыль: что это такое и как её рассчитать? [Электронный ресурс] / П. Таланова. – Режим доступа: <https://1c-wiseadvice.ru/company/blog/marzhinalnaya-pribyl-chto-eto-takoe-i-kak-ee-rasschitat/>

58. Тарасенко Н.В. Економічний аналіз діяльності підприємств : підручник / Н. В. Тарасенко. – Львів : ЛБУ НБУ, 2000. – 485 с.

59. Ткаченко І. П. Фінансові ресурси підприємств: управління ефективністю формування та використання / І. П. Ткаченко // Інвестиції: практика та досвід. – 2013. – № 19. – С. 46-52.

60. Ткаченко Є.Ю. Управління формуванням прибутку в процесі господарської діяльності підприємств машинобудування : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 / Є.Ю. Ткаченко. – Запоріжжя, 2006. – 22 с.

61. Три обов'язкові інструменти управління бізнесом [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://firstconsulting.com.ua/articles/211-try-oboviazkovi-instrumenty-upravlinnia-biznesom>.

62. Управлінській облік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://studfile.net/preview/5342174/>

63. Ушакова Н.М. Управління прибутком торговельного підприємства / Н.М. Ушакова, Л.О. Кукурудза. – Київ : КТЕІ, 1993. – 50 с.

64. Ушеренко С.В. Особливості управління формуванням прибутку підприємства з урахуванням циклічності ринкової економіки / С.В. Ушеренко // Фінанси, облік і аудит, 2012. - №20. - С. 194-202.

65. Федоркевич А.В. Роль маржинального аналізу в управлінні діяльністю транспортних організацій / А.В. Федоркевич // Економічний аналіз. – 2016. – №2. – Т.2. – С. 193-198.

66. Фесенко В. СVP-анализ и управление прибылью предприятия [Электронный ресурс] / В. Фесенко. – Режим доступа: <https://uteka.ua/publication/commerce-12-finansovyi-audit-75-cvp-analiz-i-upravlenie-pribylyu-predpriyatiya>

67. Філімоненко О.С. Фінанси підприємств : навчальний посібник / О.С. Філімоненко : 2-ге вид., переробл. і допов. – Київ : МАУП, 2004. – 328 с.
68. Фінанси підприємств : підручник / А.М. Поддєрьогін, М.Д. Білик, Л.Д. Буряк та ін. ; кер. кол. авт. і наук. ред. А.М. Поддєрьогін. – 7-ме вид., без змін. – Київ : КНЕУ, 2008. – 552 с.
69. Хмелюк А. В. Управлінський контроль. Конспект лекцій для здобувачів за другого (магістерського) рівня зі спеціальності 071 «Облік і оподаткування», 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» / А.В. Хмелюк. – Кам'янське: ДДТУ, 2017. – 100 с.
70. Шимко П.Д. Міжнародна економіка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://stud.com.ua/68685/ekonomika/postiyni\\_zminni\\_vitrati](https://stud.com.ua/68685/ekonomika/postiyni_zminni_vitrati)
71. Ширягіна О.Є. Прибуток підприємства: теоретичні та методологічні аспекти / О. Є. Ширягіна // Наукові записки: Серія "Економіка". Збірник наукових праць. – Острого: Вид-во "Острозька Академія", 2002. – №3. – С. 170-182.
72. Шматковська Т.О. Концептуальні засади стратегічного управлінського обліку / Т.О. Шматковська // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. – 2016. – № 4. – С. 244-253.

**ДОДАТКИ**

**Додаток А**  
**Основні етапи розвитку ТОВ «Тубний завод»**

## Етапи розвитку ТОВ «Тубний завод»

Рік	Напрямки розвитку	Досягнуті результати
1	2	3
1994 р.	Прийнято рішення про створення заводу з виробництва туб на базі одного з цехів акціонерного товариства «Ефект». До цього моменту підприємства з виробництва туб для ринку СНД не існувало	Першою продукцією, яку Тубний завод випускав на обладнанні німецької фірми Herlan, була алюмінієва туба
1996 р.	Створено стратегічний склад запасних частин та агрегатів до виробничих ліній Herlan	Освоєно технологію виробництва алюмінієвих туб з мембраною, нанесення латексного кільця на тубу та вперше в СНД здійснено фарбування «плечика» туби (в результаті такого фарбування туба складає враження пластмасової)
1997 р.	Закуплено додаткове обладнання, а також створений планово-виробничий відділ заводу	Забезпечено розширення виробництва та підрозділ управління
1994-1997 рр.	За перші чотири роки роботи заводу парк автоматичних виробничих ліній був подвоєний	Обсяги випуску продукції дозволили повністю задовольнити потреби ринку СНД у тубі
1998 р.	Завод отримав статус юридичної особи. Засновниками спільного підприємства «Тубний завод» виступили АТ «Ефект» та Ізраїльська компанія «А.Б.Восточный капитал 1998 ЛТД»	Тубний завод» є підприємством закордонного типу, повністю комп'ютеризованим та таким, що використовує найпрогресивніші світові виробничі технології та приділяє багато уваги розробці власних ноу-хау
1999 р.	На підприємстві вперше запустили лінію з виробництва поліетиленових туб, що дало початок новому напрямку діяльності заводу	Це сприяло освоєнню нового сегменту ринку
2000 р.	Першим серед виробників упаковки в СНД, завод створив і сертифікував систему управління якістю за ISO 9001:2000	Отримано сертифікат ISO 9001:2000 від відомого європейського аудитора
2001 р.	Одним з перших підприємство освоїло технологію виробництва ламінатних туб. Подальше нарощування виробничих потужностей здійснювалось швидкими темпами, вводилися в експлуатацію нові цехи та підрозділи	Почала свою роботу лінія, що включала друкарську машину Ko Pack і машину AISA. Саме тоді завод став єдиним виробником, який освоїв випуск всіх видів туб
2002 р.	Завершено будівництво нового цеху та встановлена машина фірми	Це дозволило розширити виробництво та збільшити кількість ліній з

	Madag для нанесення фольги на тубу методом гарячого тиснення	виробництва поліетиленових туб
--	--	--------------------------------

## Продовження табл. А.1

1	2	3
2001-2005 рр.	Виробничі потужності підприємства з випуску ламінатних туб постійно зростали	В цей час були інвестовані кошти в запуск ще декількох ліній з виробництва ламінатних туб
2006 р.	Встановлено замкнуту лінію шовкографічного друку на поліетиленовій тубі з сучасним екструдером Brauer і голівочною машиною нового покоління PSG	Це збільшило можливості ТОВ «Тубний завод» у виробництві високоякісної упаковки та розширило пропонувані асортимент продукції
2007 р.	Для задоволення постійно зростаючого попиту, була встановлена чергова машина гарячого тиснення фольгою на тубі	Одним з чергових кроків назустріч замовникам стало самостійне виробництво бушонів
2007 р.	Введено в експлуатацію нову лінію, що включає в себе обладнання відомих фірм: Polytipe, Brauer та Madag	Підприємство змогло вийти на якісно новий рівень та конкурувати у друці з кращими світовими виробниками туби
2009-2010 рр.	Побудовано два нових виробничих цехи: 1) інструментальний цех, де були встановлені верстати з цифровим програмним забезпеченням для виробництва будь-якого виду інструменту та оснастки; 2) сучасний цех з виробництва ламінатних туб, в якому була змонтована машина нового покоління PSG	Це дозволило у технологічному процесі досягти нових висот щодо якості випуску продукції
2010 р.	Однією з перших на території СНД розпочала роботу нова лінія в замкнутому циклі з машиною комбінованого друку – флексоdruk і шовкографія	Це забезпечило можливість реалізовувати найскладніші дизайнерські рішення у виробництві екструзійних туб на високому рівні
2012 р.	Введено в експлуатацію нову лінію з виробництва туб з шовкографічним дизайном. Паралельно з цим було реалізовано проект з випуску туб діаметром 19 мм з довгим носом	Це надало можливість задовольнити більш широке коло потреб споживачів туб на внутрішньому і конкурувати на зовнішньому ринках
2015 р.	Здійснено вихід на ринок Європи	Цей крок сприяв початку технологічної адаптації виробництва потребам європейського ринку. Використання великого різноманіття комплектуючих вплинуло на опанування нових технологій
2017 р.	Дільницю з виробництва бушонів було реорганізовано у цех, придбано 6 нових термопластів	Це дозволило забезпечити виробництво поліетиленових туб власними комплектуючими



	фірми Arburg та прес-форми від компанії WIRO та Sibo	
--	--	--

**Додаток Б**  
**Організаційна структура ТОВ «Тубний завод»**

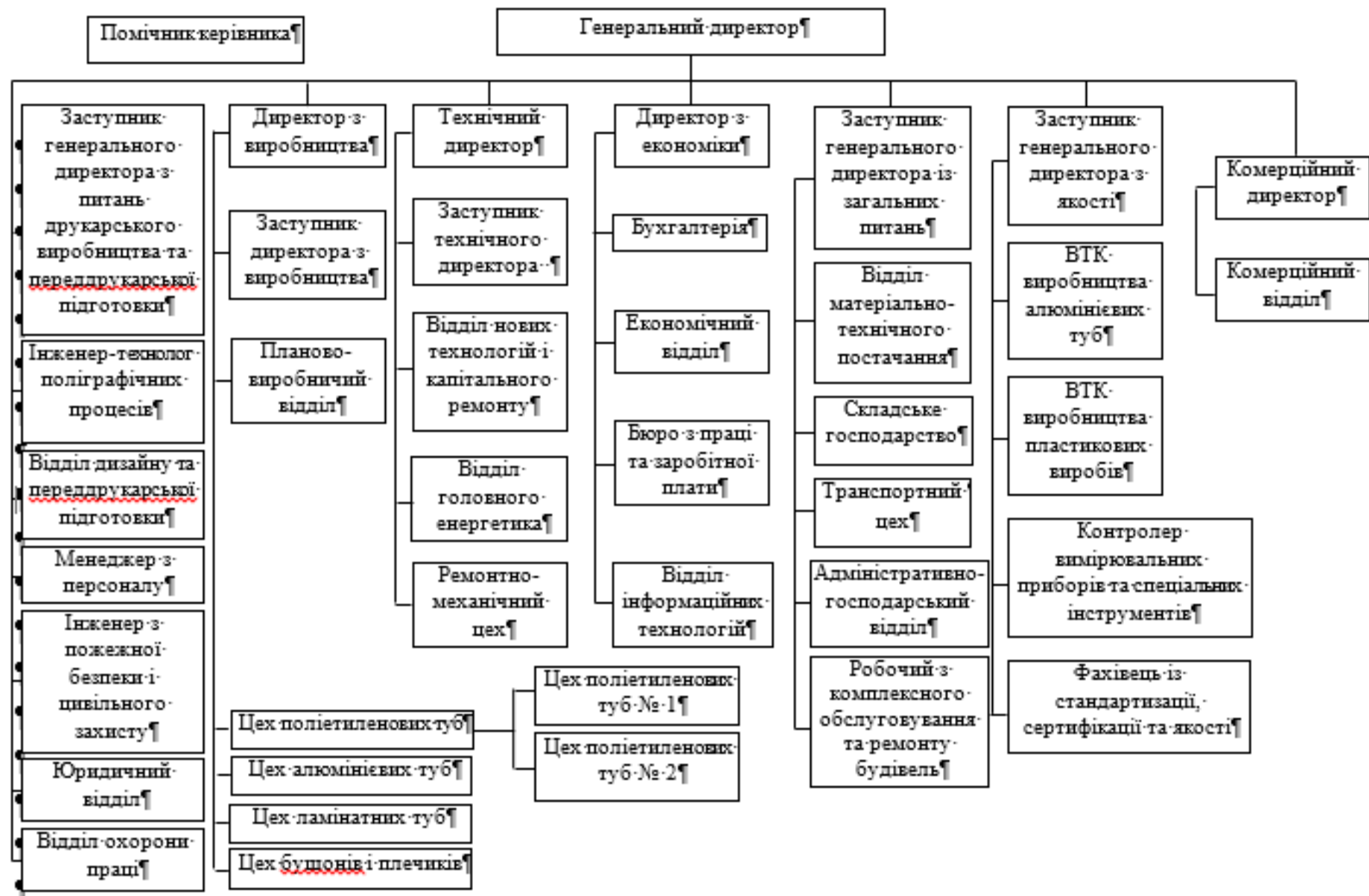


Рис. Б.1. Організаційна структура ТОВ «Тубний завод»

ДОДАТОК В

Фінансова звітність ТОВ «Тубний завод»

Додаток 1  
до Національного положення (стандарту)  
бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності"

Підприємство	Товариство з обмеженою відповідальністю "Тубний завод"	Дата (рік, місяць, число)	КОДИ
Територія	ХАРКІВСЬКА	за ЄДРПОУ	2021 01 01
Організаційно-правова форма господарювання	Товариство з обмеженою відповідальністю	за КОАТУУ	32030717
Вид економічної діяльності	Виробництво тари з пластмас	за КОПФГ	6310100000
Середня кількість працівників	1 427	за КВЕД	240
Адреса, телефон	вулиця Георгіївська, буд. 10, м. ХАРКІВ, ХАРКІВСЬКА обл., 61010		22.22
Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)		7164913	
Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):			
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку			v
за міжнародними стандартами фінансової звітності			

Баланс (Звіт про фінансовий стан)  
на 31 грудня 2020 р.

Форма №1 Код за ДКУД 1801001

А К Т И В	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
І	2	3	4
<b>I. Необоротні активи</b>			
Нематеріальні активи	1000	74	46
первісна вартість	1001	324	326
накопичена амортизація	1002	250	280
Незавершені капітальні інвестиції	1005	17 102	463
Основні засоби	1010	139 932	76 359
первісна вартість	1011	636 094	607 445
знос	1012	496 162	531 086
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	-	-
Знос інвестиційної нерухомості	1017	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	-	-
Накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Гудвіл	1050	-	-
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>157 108</b>	<b>76 868</b>
<b>II. Оборотні активи</b>			
Запаси	1100	111 617	117 698
Виробничі запаси	1101	74 745	76 454
Незавершене виробництво	1102	15 882	18 090
Готова продукція	1103	20 931	22 578
Товари	1104	59	576
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Депозити перестраховування	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	29 303	31 448
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	-	-
з бюджетом	1135	7 865	6 583
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	3 933	16 425
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	1 711	3 015
Готівка	1166	-	1
Рахунки в банках	1167	1 711	3 014
Витрати майбутніх періодів	1170	26	35
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	-	-
у тому числі в:	1181	-	-
резервах довгострокових зобов'язань			
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	-	-
резервах незароблених премій	1183	-	-



інших страхових резервах	1184	-	-
Інші оборотні активи	1190	1 468	630
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>155 923</b>	<b>175 834</b>
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	<b>1200</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Баланс</b>	<b>1300</b>	<b>313 031</b>	<b>252 702</b>

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Власний капітал</b>			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	60 000	60 000
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	-	-
Емісійний дохід	1411	-	-
Накопичені курсові різниці	1412	-	-
Резервний капітал	1415	2 301	2 939
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	40 879	31 640
Неоплачений капітал	1425	( - )	( - )
Вилучений капітал	1430	( - )	( - )
Інші резерви	1435	-	-
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>103 180</b>	<b>94 579</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	5 487	-
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Благодійна допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:	1531	-	-
резерв довгострокових зобов'язань			
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-
інші страхові резерви	1534	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-
Призовий фонд	1540	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1545	-	-
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1595</b>	<b>5 487</b>	<b>-</b>
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>			
Короткострокові кредити банків	1600	6 242	-
Векселі видані	1605	12 000	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	53 740	34 515
розрахунками з бюджетом	1620	1 049	2 807
у тому числі з податку на прибуток	1621	140	1 539
розрахунками зі страхування	1625	936	1 116
розрахунками з оплати праці	1630	3 292	4 011
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	4 009	5 042
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	123 096	110 632
<b>Усього за розділом III</b>	<b>1695</b>	<b>204 364</b>	<b>158 123</b>
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	<b>1700</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду</b>	<b>1800</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Баланс</b>	<b>1900</b>	<b>313 031</b>	<b>252 702</b>

Керівник

Фільштинський Леонід Михайлович

Головний бухгалтер

Чепель Ольга Леонідівна

<sup>1</sup> Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.



Підприємство Товариство з обмеженою відповідальністю "Тубний завод" (найменування)  
 Дата (рік, місяць, число) за ЄДРПОУ

КОДИ		
2021	01	01
32030717		

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)  
 за Рік 2020 р.

Форма N2 Код за ДКУД **1801003**

### I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	652 116	552 502
<i>Чисті зароблені страхові премії</i>	2010	-	-
<i>премії підписані, валова сума</i>	2011	-	-
<i>премії, передані у перестраховання</i>	2012	-	-
<i>зміна резерву незароблених премій, валова сума</i>	2013	-	-
<i>зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій</i>	2014	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	( 564 252 )	( 490 581 )
<i>Чисті понесені збитки за страховими виплатами</i>	2070	-	-
<b>Валовий:</b>			
прибуток	2090	87 864	61 921
збиток	2095	( - )	( - )
<i>Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань</i>	2105	-	-
<i>Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів</i>	2110	-	-
<i>зміна інших страхових резервів, валова сума</i>	2111	-	-
<i>зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах</i>	2112	-	-
Інші операційні доходи	2120	28 835	10 302
<i>у тому числі:</i>	2121	-	-
<i>дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i>			
<i>дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>	2122	-	-
<i>дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування</i>	2123	-	-
Адміністративні витрати	2130	( 18 828 )	( 16 958 )
Витрати на збут	2150	( 33 547 )	( 30 910 )
Інші операційні витрати	2180	( 35 125 )	( 13 174 )
<i>у тому числі:</i>	2181	-	-
<i>витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i>			
<i>витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>	2182	-	-
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності:</b>			
прибуток	2190	29 199	11 181
збиток	2195	( - )	( - )
Доход від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	10	3 853
Інші доходи	2240	-	61
<i>у тому числі:</i>	2241	-	-
<i>дохід від благодійної допомоги</i>			
Фінансові витрати	2250	( 4 420 )	( 265 )
Втрати від участі в капіталі	2255	( - )	( - )
Інші витрати	2270	( - )	( - )
<i>Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті</i>	2275	-	-



Продовження додатка

<b>Фінансовий результат до оподаткування:</b>			
прибуток	2290	24 789	14 830
збиток	2295	( - )	( - )
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(4 590)	(2 066)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
<b>Чистий фінансовий результат:</b>			
прибуток	2350	20 199	12 764
збиток	2355	( - )	( - )

**II. СУКУПНИЙ ДОХІД**

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
<b>Інший сукупний дохід до оподаткування</b>	<b>2450</b>	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
<b>Інший сукупний дохід після оподаткування</b>	<b>2460</b>	-	-
<b>Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)</b>	<b>2465</b>	<b>20 199</b>	<b>12 764</b>

**III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ**

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	366 266	338 510
Витрати на оплату праці	2505	94 195	82 848
Відрахування на соціальні заходи	2510	20 601	17 990
Амортизація	2515	80 826	35 665
Інші операційні витрати	2520	90 040	62 821
<b>Разом</b>	<b>2550</b>	<b>651 928</b>	<b>537 834</b>

**IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ**

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	-	-
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	-	-
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-	-
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-	-
Дивіденди на одну просту акцію	2650	-	-

Керівник

Головний бухгалтер



Фільштинський Леонід Михайлович

Чепель Ольга Леонідівна



Додаток Г

Результати кореляційно-регресійного аналізу взаємозв'язку прибутку з  
обсягами фінансових ресурсів підприємств України

## Вихідні данні для проведення аналізу

Роки	Чистий прибуток, млн. грн.	Фінансові ресурси, млн. грн.
2010	4712,2	1009520,1
2011	37473,0	1319499,0
2012	11662,7	1411867,4
2013	-8657,9	1409467,9
2014	-178730,9	1540180,8
2015	-188267,9	1778849,0
2016	-24724,7	2200777,0
2017	56124,0	2440696,0
2018	109288,8	2445088,0
2019	133701,6	2444597,9

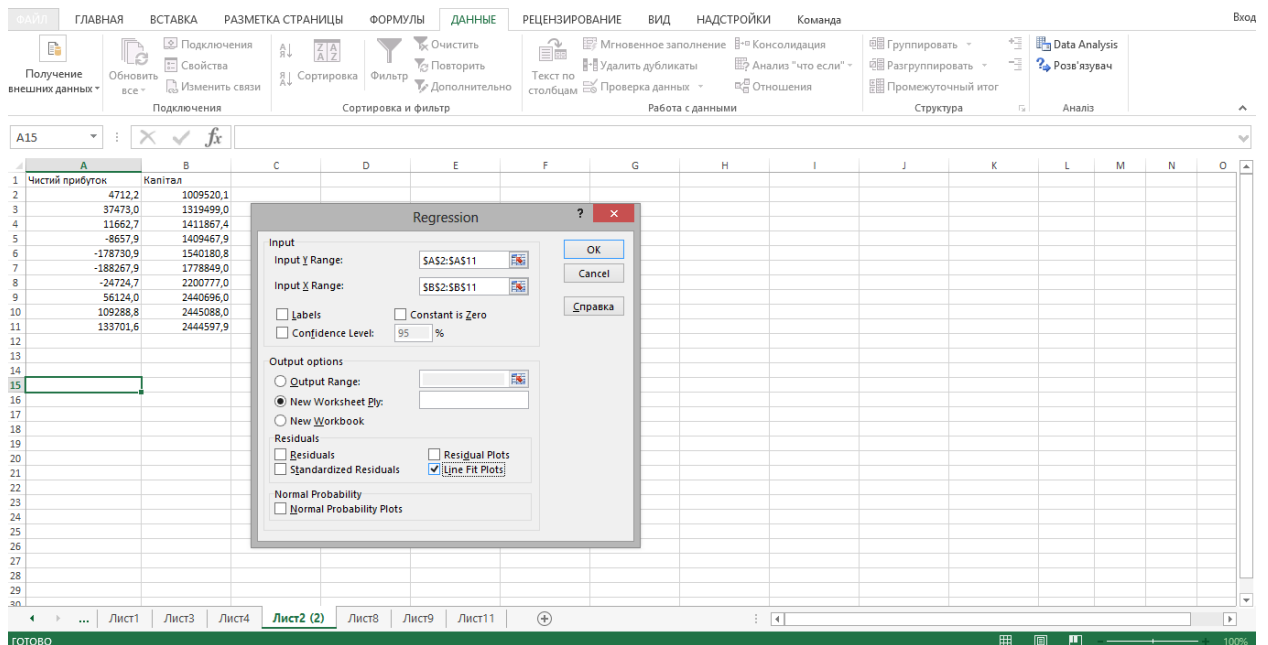


Рис. Г.1. Приклад використання інструменту пакету аналізу "Регресія"

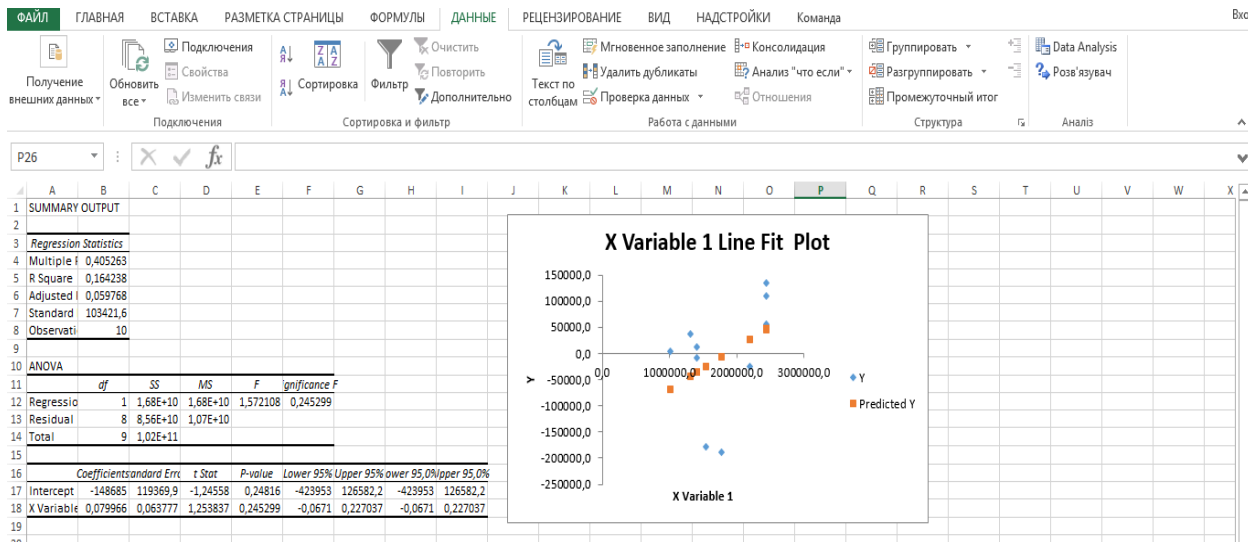


Рис. Г.2. Результати роботи пакету аналізу "Регресія"

Додаток Д  
Вихідні данні та результати регресійного аналізу  
формування прибутку на ТОВ «Губний завод»

## План випуску туб на вересень 2021 року

Заказ	Діаметр	Довжина	Ламінат	Виготовлення	Печать	Здано ОТК	% браку
1	2	3	4	5	6	7	8
1889	28	165	Silver ABL	19,60	21,00	19,80	6,06
1869	28	121	ABL	16,80	18,30	18,00	1,67
1870	28	121	ABL	16,80	18,30	18,00	1,67
1850	28	165	ABL	12,20	13,20	12,80	3,12
1849	28	165	ABL	9,20	10,20	9,90	3,03
1848	28	165	ABL	12,20	13,20	12,98	1,69
1886	28	121	ABL	20,00	22,00	20,40	7,84
1797	28	121	ABL	25,00	26,50	26,02	1,84
1798	28	121	ABL	25,00	26,50	25,97	2,04
1885	28	121	ABL	20,00	21,50	21,08	1,99
1669	28	121	ABL	20,50	22,00	20,10	9,45
1883	28	151	ABL	20,00	21,50	21,25	1,20
1882	28	151	ABL	20,00	21,50	21,08	1,99
1887	28	121	ABL	12,50	13,50	13,02	3,69
1888	28	121	ABL	12,50	13,50	12,98	4,01
1799	28	100	ABL	25,00	26,50	26,20	1,15
1723	28	165	ABL	101,20	108,00	101,44	6,47
1724	28	165	ABL	57,20	61,00	56,99	7,04
1846	28	165	ABL	25,00	20,50	19,55	4,86
1847	28	165	ABL	25,00	20,50	19,99	2,55
1858	28	165	ABL	25,00	27,00	26,18	3,13
1800	28	142	ABL	25,00	26,50	24,72	7,20
1816	28	165	ABL	12,50	13,50	12,97	4,09
1815	28	165	ABL	15,00	16,00	15,74	1,65
1817	28	165	ABL	12,50	13,50	12,78	5,63
1879	28	86	ABL	20,00	21,50	20,22	6,33
1794	28	121	ABL	18,10	19,50	17,70	10,17
Усього за діаметром 28				623,80	656,70	627,86	4,13
1868	35	147	PBL	5,00	5,80	5,44	6,70
1838	35	151	PBL	5,00	5,60	4,92	13,82
1871	35	130	PBL	50,00	53,00	52,22	1,49
1828	35	121	PBL	10,00	11,00	10,43	5,49
1720	35	142	PBL	108,00	116,70	113,00	3,28

1	2	3	4	5	6	7	8
1719	35	142	PBL	108,00	116,70	110,05	6,05
1707	35	142	PBL	194,00	210,00	203,57	3,16
1708	35	142	PBL	194,00	210,00	191,59	9,61
1709	35	174	PBL	227,00	245,30	234,95	4,40
1757	35	94	PBL	30,00	32,00	30,75	4,07
1773	35	130	PBL	30,00	32,50	30,34	7,13
1772	35	130	PBL	30,00	32,50	31,35	3,68
1744	35	130	PBL	30,00	32,50	31,52	3,12
1743	35	130	PBL	30,00	32,50	31,10	4,49
1753	35	100	PBL	25,00	26,50	24,07	10,10
928	35	142	PBL	12,50	13,50	13,13	2,85
927	35	142	PBL	12,50	13,50	12,58	7,31
1782	35	121	PBL	30,00	33,00	31,91	3,41
1758	35	121	PBL	25,00	26,50	23,74	11,64
1844	35	95	PBL	50,00	53,00	51,94	2,04
1845	35	95	PBL	30,00	32,00	29,18	9,65
1914	35	151	PBL	20,20	22,00	21,50	2,31
1895	35	121	PBL	25,00	26,50	24,80	6,86
1896	35	121	PBL	12,50	13,50	13,19	2,38
1859	35	130	PBL	25,00	27,00	24,33	10,96
1806	35	147	PBL	53,00	57,00	55,22	3,22
1764	35	142	PBL	20,20	22,00	20,54	7,09
1665	35	121	PBL	40,00	42,50	40,63	4,60
1860	35	147	PBL	6,00	6,50	6,19	4,94
1861	35	147	PBL	6,00	6,50	6,19	4,94
1863	35	147	PBL	6,00	6,50	6,28	3,50
1862	35	147	PBL	6,00	6,50	6,28	3,50
1865	35	147	PBL	6,00	6,50	6,29	3,42
1864	35	147	PBL	6,00	6,50	6,29	3,42
1866	35	147	PBL	6,00	6,50	6,14	5,79
1867	35	147	PBL	6,00	6,50	6,14	5,79
1649	35	121	PBL	20,00	22,00	21,50	2,31
1790	35	121	PBL	12,50	13,50	12,67	6,53
1479	35	90	PBL	86,00	93,00	87,36	6,46
1809	35	94	PBL	25,00	26,50	25,39	4,36
1810	35	94	PBL	25,00	26,50	25,40	4,31
1811	35	94	PBL	25,00	26,50	26,02	1,84

## Продовження табл. Д.1

1	2	3	4	5	6	7	8
1814	35	94	PBL	25,00	26,50	25,73	3,00
1813	35	94	PBL	25,00	26,50	25,10	5,58
1812	35	94	PBL	25,00	26,50	25,19	5,19
1842	35	130	PBL	20,00	22,00	21,00	4,77
1839	35	130	PBL	30,00	32,00	31,33	2,15
1668	35	100	Silver PBL 320/0	33,10	37,00	33,41	10,75
1872	35	121	PBL	20,20	22,20	21,58	2,85
1716	35	121	PBL	16,50	18,00	17,50	2,85
1717	35	121	PBL	16,50	18,00	17,52	2,73
1714	35	121	PBL	16,50	18,00	17,40	3,45
1715	35	121	PBL	16,50	18,00	17,00	5,91
1713	35	121	PBL	20,00	21,50	21,04	2,20
1712	35	121	PBL	25,00	27,00	24,68	9,42
1912	35	151	PBL	30,00	32,00	25,94	23,38
1679	35	151	PBL	10,00	11,00	10,47	5,08
1818	35	151	PBL	70,00	74,00	70,66	4,73
1910	35	151	PBL	70,00	74,00	72,29	2,37
1819	35	151	PBL	50,00	53,00	52,01	1,90
1911	35	151	PBL	50,00	54,00	52,27	3,30
1788	35	151	PBL	20,00	21,50	20,58	4,45
1680	35	105	PBL	20,30	21,80	21,44	1,67
1763	35	174	PBL	12,50	13,50	12,48	8,17
1762	35	174	PBL	12,50	13,50	13,13	2,85
1760	35	174	PBL	12,50	13,50	13,15	2,69
1761	35	174	PBL	12,50	13,50	12,74	5,95
1792	35	121	PBL	12,50	13,50	13,06	3,40
1789	35	121	PBL	12,50	13,50	12,20	10,69
1913	35	151	PBL	25,00	27,00	25,60	5,49
1918	35	121	PBL	12,50	13,50	8,39	60,89
1791	35	121	PBL	12,50	13,50	12,82	5,29
1898	35	147	PBL	25,00	27,00	25,98	3,93
1751	35	110	PBL	63,00	67,00	64,68	3,58
1752	35	110	PBL	86,00	91,00	84,10	8,21
1750	35	110	PBL	50,00	53,00	50,80	4,33
1749	35	110	PBL	25,00	26,50	26,10	1,55
1851	35	110	PBL	3,00	3,40	3,32	2,41

## Продовження табл. Д.1

1	2	3	4	5	6	7	8
1843	35	100	PBL	40,00	42,50	40,85	4,03
1689	35	147	PBL	20,00	21,50	20,16	6,65
1688	35	147	PBL	20,00	21,50	20,32	5,81
1687	35	147	PBL	20,00	21,50	20,59	4,40
1690	35	147	PBL	20,00	22,80	21,18	7,65
1830	35	147	PBL	25,00	26,50	25,81	2,68
1875	35	142	PBL	50,00	53,00	41,81	26,75
1691	35	142	PBL	25,00	26,50	24,04	10,23
1647	35	121	PBL	25,00	26,50	26,11	1,49
1793	35	121	PBL	12,50	13,50	12,96	4,13
1747	35	130	PBL	60,00	64,20	60,92	5,38
1756	35	151	Silver PBL 320/0	70,00	74,50	71,00	4,93
1808	35	147	PBL	25,00	26,50	24,92	6,35
1900	35	142	Silver PBL 320/0	42,00	45,00	42,00	7,14
1624	35	121	Silver PBL 320/0	15,00	14,51	14,47	0,28
1899	35	142	PBL	31,00	36,60	35,00	4,57
1905	35	142	PBL	43,80	46,30	45,00	2,89
1904	35	142	PBL	50,00	52,90	51,00	3,73
1906	35	142	PBL	20,50	20,50	20,00	2,50
1907	35	142	PBL	18,00	20,50	20,00	2,50
1746	35	151	PBL	50,00	54,00	48,00	12,50
1897	35	121	PBL	12,50	13,50	13,10	3,08
Усього за діаметром 35				3355,30	3606,81	3418,05	5,89
1801	50	121	Silver 360/0	20,00	21,50	19,73	8,99
1728	50	158	Silver 360/0	15,00	16,00	15,35	4,25
1729	50	158	Silver 360/0	15,00	16,00	14,70	8,87
1731	50	182	Silver 360/0	15,00	16,80	15,93	5,47
1730	50	182	Silver 360/0	15,00	16,80	15,96	5,28
1795	50	121	Silver 360/0	10,00	11,00	9,80	12,27
1732	50	182	Silver 360/0	15,00	16,80	14,08	19,32
1786	50	174	Silver 360/0	15,00	16,50	15,61	5,73
1829	50	174	Silver 360/0	20,00	22,00	20,94	5,04
1833	50	121	PBL	20,00	22,00	16,57	32,78
1832	50	121	PBL	20,00	22,00	19,84	10,89
1738	50	158	PBL	20,20	22,50	19,93	12,91



## Продовження табл. Д.1

1	2	3	4	5	6	7	8
1735	50	155	PBL	3,00	3,50	3,34	4,67
1857	50	182	PBL	70,00	78,00	72,33	7,85
1721	50	182	PBL	50,00	55,90	51,29	9,00
1722	50	158	Silver 360/0	10,00	11,00	10,46	5,12
1739	50	158	PBL	20,00	21,50	20,59	4,41
1787	50	158	PBL	20,00	21,50	20,30	5,91
Усього за діаметром 50				373,20	411,30	376,73	9,37
1854	25	142	ABL	12,50	13,50	9,20	46,74
1774	25	100	Silver ABL	25,00	27,00	26,10	3,45
1775	25	100	Silver ABL	25,00	27,00	25,52	5,79
1776	25	100	Silver ABL	50,00	54,00	52,49	2,88
1703	25	100	ABL	10,00	11,00	10,35	6,27
1701	25	100	ABL	10,00	11,00	10,35	6,28
1702	25	100	ABL	10,00	11,00	10,35	6,27
1704	25	100	ABL	21,00	23,00	21,54	6,76
1705	25	100	ABL	21,00	23,00	22,45	2,46
1706	25	100	ABL	21,00	22,50	20,61	9,18
1657	25	100	ABL	50,00	54,00	51,89	4,07
1683	25	100	ABL	50,00	54,00	49,31	9,51
1684	25	100	ABL	50,00	54,00	52,26	3,34
1685	25	100	ABL	50,00	53,80	50,35	6,86
1686	25	100	ABL	50,00	54,00	51,49	4,87
1921	25	121	ABL	30,00	32,00	31,00	3,23
1765	25	100	Silver 275/20	30,00	32,50	31,89	1,92
1766	25	100	Silver 275/20	30,00	32,50	31,92	1,82
1767	25	100	Silver 275/20	30,00	32,50	31,85	2,05
1874	25	121	ABL	250,00	264,50	243,16	8,78
1873	25	121	ABL	250,00	265,00	244,84	8,23
1919	25	121	ABL	25,00	26,50	26,00	1,92
1696	25	121	ABL	12,50	13,50	12,30	9,72
1837	25	121	ABL	12,50	13,50	13,01	3,77
1855	25	142	ABL	12,50	13,50	13,00	3,85
1693	25	121	ABL	240,00	255,10	241,70	5,54
1692	25	121	ABL	240,00	254,50	242,88	4,78
1894	25	110	ABL	12,54	13,50	13,00	3,85
1893	25	110	ABL	12,54	13,50	13,00	3,85
929	25	100	Silver 275/20	12,50	13,50	12,13	11,33

## Продовження табл. Д.1

1	2	3	4	5	6	7	8
1754	25	142	ABL	12,50	12,50	11,92	4,90
1755	25	142	ABL	12,50	12,50	10,82	15,51
1836	25	121	ABL	12,50	13,50	12,95	4,25
1901	25	100	ABL	5,00	6,00	5,00	20,00
1802	25	121	ABL	5,00	5,50	4,23	30,02
1803	25	121	ABL	5,00	5,50	4,23	30,02
1804	25	121	ABL	5,00	5,50	5,09	8,16
1805	25	121	ABL	5,00	5,50	5,09	8,16
1695	25	121	ABL	12,50	13,50	12,29	9,81
1694	25	121	ABL	95,00	101,00	93,25	8,31
930	25	100	Silver 275/20	12,50	13,50	12,83	5,21
1697	25	100	Silver 275/20	20,00	21,50	20,93	2,73
1698	25	100	Silver 275/20	10,00	11,00	10,49	4,82
1664	25	100	Silver 275/20	20,00	21,50	20,02	7,38
1759	25	100	Silver 275/20	31,50	34,00	30,02	13,27
1545	25	100	ABL	50,00	51,50	50,00	3,00
1548	25	100	ABL	140,00	148,50	142,78	4,00
1546	25	100	ABL	50,00	51,50	49,49	4,06
1543	25	100	ABL	140,00	143,70	139,47	3,03
1547	25	100	ABL	140,00	148,50	139,57	6,40
1544	25	100	ABL	140,00	143,70	136,66	5,15
1915	25	121	ABL	25,00	26,50	25,00	6,00
1834	25	86	Silver 275/20	20,00	21,50	19,14	12,35
1835	25	86	Silver 275/20	20,00	21,50	19,87	8,19
1740	25	100	ABL AMCOR	25,00	26,50	25,49	3,95
1742	25	100	ABL AMCOR	25,00	26,50	25,52	3,83
1852	25	100	ABL AMCOR	25,00	26,50	25,67	3,23
1741	25	100	ABL AMCOR	25,00	26,50	25,82	2,63
1856	25	142	Silver 275/20	20,00	21,50	20,61	4,33
1725	25	142	Silver 275/20	40,00	43,00	39,38	9,20
1892	25	142	ABL	12,50	13,50	13,00	3,85
1917	25	142	ABL	12,50	13,50	13,00	3,85
Усього за діаметром 25				2829,58	3005,80	2835,56	7,40
1711	35	100	ABL AMCOR	25,00	27,00	25,64	5,32
1890	35	151	ABL Казань	12,50	13,50	12,27	10,06
1891	35	151	ABL Казань	12,50	13,50	13,09	3,16
1770	35	147	ABL	25,00	26,50	26,04	1,77

## Продовження табл. Д.1

1	2	3	4	5	6	7	8
1825	35	142	ABL AMCOR	12,50	13,50	12,89	4,70
1827	35	142	ABL AMCOR	12,50	13,50	12,90	4,62
1826	35	142	ABL AMCOR	12,50	13,50	13,09	3,16
1824	35	142	ABL AMCOR	12,50	13,50	13,06	3,40
1710	35	94	ABL Silver	20,00	22,00	19,20	14,58
1667	35	105	Silver ABL	20,20	21,50	20,67	4,00
1627	35	151	ABL	12,50	13,50	13,19	2,38
1628	35	151	ABL	12,50	13,50	13,09	3,12
1699	35	121	ABL	12,50	13,50	13,23	2,07
1771	35	147	ABL	25,00	26,50	25,91	2,29
1769	35	147	ABL	25,00	26,50	25,57	3,65
1853	35	174	ABL	50,00	53,00	50,39	5,17
1807	35	147	ABL	25,00	26,50	24,61	7,70
1768	35	147	ABL	25,00	27,00	26,02	3,77
1700	35	121	ABL	12,50	13,50	12,93	4,38
1877	35	142	ABL	12,50	13,50	11,97	12,74
1908	35	121	ABL Казань	12,50	14,00	9,88	41,67
1909	35	121	ABL Казань	12,50	13,50	12,58	7,31
1748	35	90	ABL	103,00	110,00	100,61	9,34
1662	35	121	Silver ABL	20,00	21,50	20,16	6,65
1661	35	121	Silver ABL	21,00	22,50	22,06	1,98
1663	35	121	Silver ABL	21,00	22,50	22,13	1,67
1726	35	121	Silver ABL	40,00	44,00	39,17	12,34
1682	35	174	ABL	25,00	27,00	25,70	5,07
1779	35	174	ABL	50,00	53,90	50,88	5,94
1778	35	174	ABL	40,00	43,00	40,95	5,02
1840	35	130	Silver ABL	20,00	21,50	21,43	0,32
1841	35	130	Silver ABL	22,00	23,50	22,34	5,18
1781	35	174	ABL	40,00	43,50	40,58	7,19
1780	35	174	ABL	40,00	44,00	41,14	6,96
1783	35	174	ABL	40,00	42,50	40,40	5,20
1784	35	174	ABL	40,00	42,50	41,09	3,44
1785	35	174	ABL	170,00	182,00	174,67	4,20
1878	35	142	ABL	12,50	13,50	11,67	15,68
1831	35	174	ABL	28,00	30,00	28,96	3,59
Усього за діаметром 35				1135,20	1219,90	1152,14	6,43
Усього				8317,08	8900,51	8410,34	6,42

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	SUMMARY OUTPUT								
2									
3	<i>Regression Statistics</i>								
4	Multiple R	0,999963							
5	R Square	0,999926							
6	Adjusted R Squar	0,999925							
7	Standard Error	0,270377							
8	Observations	62							
9									
10	<i>ANOVA</i>								
11		<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>gnificance F</i>			
12	Regression	1	59655,32	59655,32	816036,4	1E-125			
13	Residual	60	4,386225	0,073104					
14	Total	61	59659,71						
15									
16		<i>Coefficients</i>	<i>andard Err</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>	<i>Lower 95%</i>	<i>Upper 95%</i>	<i>ower 95,0%</i>	<i>pper 95,0%</i>
17	Intercept	119,0625	0,042819	2780,608	5,1E-155	118,9769	119,1482	118,9769	119,1482
18	X Variable 1	0,476646	0,000528	903,3473	1E-125	0,47559	0,477701	0,47559	0,477701
19									
20									

Рис. Д.1. Результати регресійного аналізу для туб діаметром 25

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	SUMMARY OUTPUT								
2									
3	<i>Regression Statistics</i>								
4	Multiple R	0,99682							
5	R Square	0,993651							
6	Adjusted R Squ	0,993397							
7	Standard Error	0,743383							
8	Observations	27							
9									
10	<i>ANOVA</i>								
11		<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>gnificance F</i>			
12	Regression	1	2162,106	2162,106	3912,473	5,42E-29			
13	Residual	25	13,81547	0,552619					
14	Total	26	2175,922						
15									
16		<i>Coefficients</i>	<i>andard Err</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>	<i>Lower 95%</i>	<i>Upper 95%</i>	<i>ower 95,0%</i>	<i>pper 95,0%</i>
17	Intercept	121,1752	0,233981	517,8852	6,55E-52	120,6933	121,6571	120,6933	121,6571
18	X Variable 1	0,476147	0,007612	62,54976	5,42E-29	0,460469	0,491824	0,460469	0,491824
19									
20									

Рис. Д.2. Результати регресійного аналізу для туб діаметром 28

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	SUMMARY OUTPUT								
2									
3	<i>Regression Statistics</i>								
4	Multiple R	0,997208							
5	R Square	0,994425							
6	Adjusted R Squa	0,994384							
7	Standard Error	1,356598							
8	Observations	139							
9									
10	<i>ANOVA</i>								
11		<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>gnificance F</i>			
12	Regression	1	44968,82	44968,82	24434,82	2,8E-156			
13	Residual	137	252,129	1,840358					
14	Total	138	45220,95						
15									
16		<i>Coefficients</i>	<i>andard Err</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>	<i>Lower 95%</i>	<i>Upper 95%</i>	<i>lower 95,0%</i>	<i>pper 95,0%</i>
17	Intercept	124,6416	0,1571	793,3912	9,2E-253	124,331	124,9523	124,331	124,9523
18	X Variable 1	0,481491	0,00308	156,3164	2,8E-156	0,4754	0,487582	0,4754	0,487582
19									

Рис. Д.3. Результати регресійного аналізу для туб діаметром 35

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	SUMMARY OUTPUT								
2									
3	<i>Regression Statistics</i>								
4	Multiple R	0,999125							
5	R Square	0,998251							
6	Adjusted R Squa	0,998141							
7	Standard Error	0,361966							
8	Observations	18							
9									
10	<i>ANOVA</i>								
11		<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>gnificance F</i>			
12	Regression	1	1196,172	1196,172	9129,75	1,72E-23			
13	Residual	16	2,096306	0,131019					
14	Total	17	1198,268						
15									
16		<i>Coefficients</i>	<i>andard Err</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>	<i>Lower 95%</i>	<i>Upper 95%</i>	<i>lower 95,0%</i>	<i>pper 95,0%</i>
17	Intercept	124,2597	0,144394	860,5597	9,32E-39	123,9536	124,5658	123,9536	124,5658
18	X Variable 1	0,487131	0,005098	95,54973	1,72E-23	0,476323	0,497939	0,476323	0,497939
19									

Рис. Д.4. Результати регресійного аналізу для туб діаметром 50

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	
1	SUMMARY OUTPUT									
2										
3	<b>Regression Statistics</b>									
4	Multiple R	0,996099								
5	R Square	0,992214								
6	Adjusted R Square	0,992117								
7	Standard Error	1,886366								
8	Observations	246								
9										
10	<b>ANOVA</b>									
11		<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>				
12	Regression	3	109734,3	36578,09	10279,44	8,8E-255				
13	Residual	242	861,1269	3,558376						
14	Total	245	110595,4							
15										
16		<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>	<i>Lower 95%</i>	<i>Upper 95%</i>	<i>Lower 95,0%</i>	<i>Upper 95,0%</i>	
17	Intercept	112,584	0,757712	148,5843	9,2E-240	111,0915	114,0766	111,0915	114,0766	
18	X Variable 1	0,298018	0,020924	14,24305	7,66E-34	0,256802	0,339234	0,256802	0,339234	
19	X Variable 2	0,004086	0,005452	0,749416	0,454334	-0,00665	0,014826	-0,00665	0,014826	
20	X Variable 3	0,477786	0,002724	175,3937	4,9E-257	0,47242	0,483152	0,47242	0,483152	
21										

Рис. Д.5. Результати регресійного аналізу для усіх діаметрів туб

Додаток Е  
Стаття у «Молодіжному віснику»



# Молодіжний економічний вісник ХНЕУ ім. С. Кузнеця № 2

Електронний журнал

лютий 2021



Молодіжний економічний вісник ХНЕУ ім. С. Кузнеця № 2, 2021

У. Бученко. Features of management of a tourist enterprise.....	153
Лобовен М. О. Проблемні аспекти щодо профілактики вогнищ	155
Насонин О. О. Особливості управління персоналом на підприємстві сфери послуг.....	158
Норвська І. Г. Шляхи оптимізації закупівельної діяльності на вітчизняних підприємствах.....	162
V. Mişerodeanu. Trends in the development of sports tourism in Ukraine.....	165
Норвська Д. А. Управління брендом у сфері туризму.....	168
Нікіта А. О. Особливості діяльності туристичних операторів в Україні у кризовий період.....	170
S. Palkheta. Planning of the advertising campaign of the tourist enterprise.....	173
Наслідки С. М. Проблеми економіко-логістичної реалізації транспортної діяльності підприємств.....	176
Олійник А. В. Пропаганда обліково-аналітичного управління.....	180
A. Oni. Features and problems of personnel management of a tourist enterprise.....	182
Панчишко А. С. Процес формування туристичного проєкту.....	185
Парфюшин Г. В. Аналіз сутності поняття «управління персоналом» .....	188
L. Pezbyńska. Professional competencies of the staff of the tourist enterprise.....	190
D. Plehov. Advantages of an innovative approach to management.....	193
Пасороба С. В. Аналіз теоретичних підходів до визначення сутності «закупівельно-логістичної» та «логістично-постачальної».....	196
Павлюк Ю. О. План розумної бухгалтерського обліку: призначення, характеристики та зміст.....	199
Пробіскалова Ю. О. Роль навігової функції у зовнішній політиці України: особливий період та перспективи.....	202
Прокура Н. К. Особливості управління формуванням прибутку підприємств.....	205
K. Romalova. Management of advertising activities of a tourism company.....	208
Романчук А. Г. Етапи та принципи здійснення інноваційної діяльності підприємства.....	210
Руденко М. О. Бренд як напрям удосконалення рекламної стратегії туристичного підприємства.....	213
D. Ryabova. Reasons of conflicts in the tourist business and ways of their solution.....	215
M. Savchuk. Hotel services in the structure of the tourism industry in Ukraine.....	221









