

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра економіки та фінансів підприємства

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Управління формуванням прибутку підприємства

за матеріалами товариства з обмеженою відповідальністю
«Новий друк» м. Київ

Студента 2 курсу 2 м групи,
заочної форми навчання,
спеціальності 051 «Економіка»,
спеціалізації «Економіка
підприємства»

Михайленко Михайло
Володимирович

Науковий керівник –
канд. екон. наук, доцент

Ганечко Ірина
Григорівна

Гарант освітньої програми
д-р екон. наук, проф.

Блакита Ганна
Владиславівна

Київ 2018

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	7
1.1. Економічна сутність прибутку підприємства та основні напрями його формування.....	7
1.2. Цілі, задачі та послідовність формування прибутку підприємства.....	14
1.3. Методологічні засади аналізу системи управління формуванням прибутку підприємства.....	24
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ПРИБУТКУ ТОВ «НОВИЙ ДРУК».....	35
2.1. Аналіз джерел формування прибутку підприємства.....	35
2.2. Характеристика напрямів використання прибутку ТОВ «Новий друк».....	44
2.3. Оцінка ефективності управління формуванням прибутку підприємства.....	51
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ПРИБУТКУ ТОВ «НОВИЙ ДРУК».....	59
3.1. Визначення резервів збільшення прибутку ТОВ «Новий друк».....	59
3.2. Обґрунтування прибутку ТОВ «Новий друк» в плановому періоді... ..	68
3.3. Прогнозна оцінка ефективності управління формуванням прибутку підприємства.....	73
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ.....	80
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	85
ДОДАТКИ	96

ВСТУП

Актуальність обраної теми пов'язана з тим, що прибуток є одним з найважливіших елементів ринкової економіки. Роль прибутку підприємства важко переоцінити, оскільки саме прибуток є кінцевим фінансовим результатом діяльності суб'єкта господарювання, є своєрідним маркером його успішності, затребуваності його продукції (послуг) як на вітчизняному ринку (мова про підприємства, які орієнтовані здебільшого на внутрішній ринок), так і на зовнішньому ринку (експорто-орієнтовані підприємства).

На початок 2018 р. кількість активних підприємств України становила 640545 одиниць (м. Київ – 114304). Серед загальної кількості підприємств, 69,7 % – одержали прибуток; 30,3 % – працювали збитково, тобто третина підприємств України були збитковими: із них сільське, лісове та рибне господарство – збиток 10,1 %; будівництво 27,5 % збитку; промисловість 31,0 % збитку. Ці дані представлені без урахування результатів діяльності банків, частини зони проведення антитерористичної операції [100]. І ця статистика, звісно, не може не викликати занепокоєння.

Аналіз сьогоденної господарської практики, на жаль, показує, що багато підприємств галузей економіки, і зокрема підприємства легкої промисловості, недостатньо ефективно ведуть свою діяльність. Про це свідчать часті банкрутства підприємств, низький рівень ефективності їх функціонування.

Проблема формування прибутку підприємств є важливим та складним завданням, рішення якої є обов'язковою умовою ефективного економічного зростання економіки і рівня життя населення. Тому вибір даної теми є актуальним в сучасних умовах.

Авторами основних концепцій аналізу та управління прибутком є, головним чином, американські й англійські вчені (Ч. Спірмен, Л.Л. Терстоун, Г.Х. Томсон, Р.Б. Кеттелл та ін). До числа вітчизняних науковців, які розглядали теоретичні та практичні аспекти управління прибутком

підприємства слід віднести І.О. Бланка, О.В. Гаращенко, Л.Л. Мельник, Є. В. Мниха, С. Є. Николишина, О.М. Саприкіну, О. Б. Чернишову, О. Г. Янкового тощо. Проте потребують подальшого дослідження проблеми формування прибутку підприємств різних сфер діяльності.

Метою дослідження є наукове обґрунтування і розробка методологічних підходів і практичних рекомендацій щодо управління формуванням прибутку.

Об'єктом дослідження виступає процес управління формуванням прибутку.

Предметом дослідження є теоретичні, науково-методичні та практичні основи управління формуванням прибутку підприємства.

Завдання дослідження:

- розглянути економічну сутність прибутку підприємства та основні напрями його формування;
- з'ясувати цілі, задачі та послідовність формування прибутку підприємства;
- розкрити методологічні засади аналізу системи управління формуванням прибутку підприємства;
- провести аналіз джерел формування прибутку підприємства ТОВ «Новий друк»;
- охарактеризувати напрями використання прибутку ТОВ «Новий друк»;
- оцінити ефективність управління формуванням прибутку підприємства;
- визначити резерви збільшення прибутку підприємства ТОВ «Новий друк»;
- обґрунтувати величину прибутку ТОВ «Новий друк» в плановому періоді;
- надати прогнозну оцінку ефективності управління формуванням прибутку підприємства.

Практична частина роботи виконана за матеріалами ТОВ «Новий друк». ТОВ «Новий друк» — сучасне поліграфічне підприємство з розширеним комплексом послуг — від дизайну, верстки, друку до упаковки в термоплівку готової продукції. ТОВ «Новий друк» є єдиною друкарнею в Україні, де найбільший парк нових ротаційних офсетних машин, що дає можливість одночасного друкування на двох-трьох машинах мільйонних тиражів рітейлу, листівок, газет.

Інформаційною базою для написання випускної кваліфікаційної роботи послужили наукові праці українських і зарубіжних учених з питань управління прибутком підприємства, статистичні дані Державної служби статистики України щодо кількості активних підприємств України, дані фінансової звітності підприємства ТОВ «Новий друк».

У процесі дослідження було використано загальноприйняті **методи** наукового пізнання: аналіз і синтез, наукове абстрагування, метод аналогій, кількісний і якісний аналіз, логічний аналіз. В науковому дослідженні використані принципи діалектичного підходу, що проявляються у вивченні проблеми формування прибутку підприємства, зокрема українських підприємств, а також виявлення причинно-наслідкових зв'язків, застосування принципів загального зв'язку та загального розвитку, визнання суперечливого характеру досліджуваної категорії. Важливим моментом роботи є застосування методів системного аналізу, порівняння табличних і графічних методів інформаційного аналізу.

Наукова новизна випускної кваліфікаційної роботи полягає в тому, що в ній систематизована і відображена цінна інформація щодо механізмів, форм та напрямів підвищення ефективності управління формуванням прибутку ТОВ «Новий друк». В результаті дослідження розглянуто найактуальніші проблеми, з якими стикається підприємство, надані рекомендації щодо їх усунення.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що здійснено наукове обґрунтування та розроблено методологічні підходи та практичні

рекомендації щодо управління формуванням прибутку підприємства ТОВ «Новий друк».

За результатами виконаних досліджень опубліковано наукову статтю на тему: «Управління прибутком підприємства», опубліковану в

Структура та обсяг дипломної роботи. Дипломна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел зі 100 найменувань, 3 додатків. Загальний обсяг дипломної роботи становить 105 сторінки. Робота проілюстрована 18 таблицями та 6 рисунками.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Економічна сутність прибутку підприємства та основні напрями його формування

Поява прибутку безпосередньо пов'язана з появою категорії «витрати виробництва». Прибуток — це та частина додаткової вартості продукту, яка залишається після покриття витрат виробництва. Відокремлення частини вартості продукції у вигляді витрат у грошовому вираженні є собівартістю продукції [86, с. 232]

Згідно з Господарським Кодексом України [18] в умовах ринкової економіки підприємства здійснюють свою діяльність з метою одержання прибутку. Отримання прибутку створює основу для самофінансування підприємства: визначає економічну стратегію підприємства з питань управління матеріальними ресурсами, персоналом підприємства і оплатою його праці, податковою, інвестиційною, дивідендною політикою тощо.

Прибуток – найбільш проста і одночасно найбільш складна категорія ринкової економіки. Його простота визначається тим, що він є стержнем і головною рухомою силою економіки ринкового типу, основним спонукальним мотивом діяльності підприємців. У той же час, його складність визначається різноманітністю аспектів, які він відображає, а також різноманітністю видів, в яких він виступає.

Прибуток – це одна з форм чистого доходу в умовах розвинутих товарно-грошових відносин, що виражає вартість додаткового і частково необхідного продукту [77, с.65].

Розглядаючи сутність прибутку, необхідно відмітити такі його характеристики [62, с. 325]:

- прибуток є формою доходу підприємства від відповідного напрямку діяльності,
- прибуток є формою доходу підприємства, яке вклало капітал з метою досягнення певного комерційного успіху,
 - прибуток не виступає гарантованим доходом підприємства, що вклало свій капітал в той чи інший вид бізнесу,
 - прибуток характеризує не весь дохід, отриманий в процесі підприємницької діяльності, а тільки частину, зменшену на розмір понесених витрат на здійснення цієї діяльності,
 - прибуток є показником ефективності діяльності підприємства, вираженим у грошовій формі.

З урахуванням наведених основних характеристик прибутку, його поняття в найбільш узагальненому виді можна сформулювати так: прибуток - виражений у грошовій формі чистий дохід підприємства на вкладений капітал, що характеризує його винагороду за ризик здійснення підприємницької діяльності, є різницею між сукупним доходом і сукупними витратами в процесі здійснення цієї діяльності.

Отже, прибуток є важливою економічною категорією, без вивчення якої неможливий науковий підхід до вирішення питання підвищення ефективності виробництва, посилення матеріальної зацікавленості і відповідальності трудових колективів у досягненні високих кінцевих результатів при найменших витратах.

Основними факторами створення синергетичного (комбінаційного) ефекту прибутку є: науково-технічний прогрес; реструктуризація відтворювального процесу на всіх його рівнях - мікро - мезо - макро - світовому; вдосконалення організації та управління виробничо-господарської діяльності; підприємницька ініціатива, спрямована на створення нової справи або продукту, нової технології і т.д.

У сучасній як вітчизняній, так і зарубіжній літературі існує значна кількість різноманітних трактувань прибутку, а тому виникає необхідність

уточнення економічної сутності цієї категорії. В таблиці 1.1 представлено економічну сутність прибутку з точки зору різних авторів (складено за [65]).

Таблиця 1.1

Економічна сутність прибутку з точки зору різних авторів

Автор, джерело	Визначення
Бланк И.А.	1. Прибыль представляет собой форму дохода предпринимателя, осуществляющего определенный вид деятельности. Эта внешностная, наиболее простая форма выражения прибыли является вместе с тем недостаточной, так как в ряде случаев активная деятельность в какой-либо сфере может и не быть связанной с получением прибыли
П(С)БО	Прибуток - сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати.
Ушакова Н.М.	Прибуток як економічний показник являє собою різницю між ціною реалізації та собівартості продукції (товарів, послуг), між обсягом отриманої виручки та сумою витрат на виробництво та реалізацію продукції
Подольська .О. Яріш О.В.	Прибуток являє собою грошову форму чистого доходу суспільства. Як економічна категорія він відбиває сукупність економічних відносин, пов'язаних з утворенням національного доходу і його розподілом
Маршалл А.	Прибыль - основной источник финансовых ресурсов предприятия, связанный с получением валового дохода
Богачев В.Н.	Прибыль - продукт капитала как специфического производственного фактора. Однако непосредственное внутреннее и внешнее проявление - разность между денежной выручкой и издержками производства
Макконнелл, Кемпбелл , Брю, Стэнли Л.	Прибыль - экономическая прибыль и номинальная прибыль. Доход тех, кто обеспечивает экономику предпринимательскими способностями или нормальной прибылью
Борисов Е.Ф.	Прибыль - это то, что остается от общей выручки фирмы после уплаты отдельным лицам и другим фирмам стоимости материалов, капитала и труда, которые были использованы данной фирмой
Кодацкий В.П.	Прибыль - одна из основных форм денежных накоплений, создаваемых в отраслях экономики; она представляет собой часть национального дохода, включает стоимость прибавочного продукта и отдельные элементы необходимого
Зайцев Н.Л.	Прибыль - это доход фирмы, выступающий в виде прироста примененного капитала
Поддєрьогін А.М.	Прибуток - це частина додаткової вартості, виробленої і реалізованої, готової до розподілу. Підприємство одержує прибуток після того, як втілена у створеному продукті вартість буде реалізована і набере грошової форми.
Кірейцев Г.Г.	Прибуток - найважливіша фінансова категорія, що відображає позитивний фінансовий результат господарської діяльності підприємства, характеризує ефективність виробництва і в кінцевому рахунку свідчить про обсяг і якість виробленої продукції, стан продуктивності праці, рівень собівартості

Отже, об'єктивна основа існування прибутку (табл. 1.1) пов'язана з необхідністю первинного розподілу додаткового продукту. Прибуток — це форма прояву вартості додаткового продукту.

Система управління прибутком багато в чому зумовлюється тим, що ми вкладаємо в поняття «прибуток». Узагальнюючий аналіз різних концепцій і фундаментальних наукових досліджень І. Ю. Єпіфанової В. В. Джеджули [4], Є. В. Мниха, Н. С. Барабаш [87] дозволяє охарактеризувати прибуток як форму загального чистого доходу господарюючого суб'єкта, у формуванні якого беруть участь всі фактори виробництва, включаючи підприємницькі ресурси.

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

Прибуток дозволяє господарствам здійснювати відтворення, стимулювати працю робітників, забезпечувати можливість вирішення державою соціально-економічних проблем. Разом з тим підвищення ефективності діяльності вітчизняних підприємств знаходиться в прямій залежності від управління прибутком і вимагає серйозного вивчення даних питань.

Можливість одержання прибутку стимулює до ризику та впровадженню нововведень, а також спонукує до прийняття важливих управлінських рішень керівників, які очікують одержати різницю між реальним результатом подій і тим, що очікує більшість людей.

Значення прибутку для розвитку діяльності підприємства полягає в сутності його функцій:

– оціночна функція. Прибуток використовується як оціночний показник, що характеризує ефект його господарської діяльності. Використання цієї функції повною мірою можливе в умовах ринкової економіки, яка передбачає свободу встановлення цін, свободу вибору постачальника і покупця.

– розподільча функція. Її зміст полягає в тому, що прибуток

використовується як інструмент розподілу чистого доходу суспільства на частину, що акумулюється в бюджетах різних рівнів та залишається у розпорядженні підприємства.

– стимулююча функція. Виконання цієї функції визначається тим, що прибуток є джерелом формування різних фондів стимулювання [20, с. 74].

Прибуток, як економічна категорія дозволяє поєднувати економічні інтереси держави, підприємства як господарюючого суб'єкта, робітників і власника. Вирішення цього завдання перш за все пов'язане з пропорціями в розподілі та використанні прибутку.

Отриманий підприємством прибуток може бути використаний для задоволення різноманітних потреб. Розглянемо, яким чином відбувається розподіл прибутку.

У систем управління прибутком важливим аспектом є не тільки економічне обґрунтування його формування, а й планування розподілу. Головна вимога, яка пред'являється сьогодні до системи розподілу прибутку, що залишається на підприємстві, полягає у забезпеченні потреби розширеного відтворення на основі встановлення оптимального співвідношення між коштами, що направляються на споживання і накопичення.

При розподілі прибутку, визначенні основних напрямків його використання насамперед враховується стан конкурентного середовища, що може диктувати необхідність істотного розширення і відновлення виробничого потенціалу підприємства. Відповідно до цього визначаються масштаби відрахувань від прибутку у фонди виробничого розвитку, ресурси яких призначаються для фінансування капітальних вкладень, збільшення оборотних коштів, забезпечення науково-дослідної діяльності, упровадження нових технологій, переходу на прогресивні методи праці і т.п.

Для кожної організаційно-правової форми підприємства законодавчо установлений відповідний механізм розподілу прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства, заснований на особливостях внутрішнього пристрою і регулювання діяльності підприємств відповідних форм власності.

На підприємстві об'єктом розподілу є балансовий прибуток підприємства. Під його розподілом розуміють направлення прибутку в бюджет і по статтях використання на підприємстві. Законодавчо розподіл прибутку регулюється у виді податків і інших обов'язкових платежів. Визначення ж напрямів використання прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства, структури статей його використання знаходиться в компетенції самого підприємства.

Держава не встановлює нормативів розподілу прибутку, але через порядок надання податкових пільг стимулює напрямок прибутку на капітальні вкладення виробничого і невиробничого характеру, на благодійні цілі, фінансування природоохоронних – заходів, витрат по змісту об'єктів і установ невиробничої сфери тощо.

Законодавство обмежує розмір резервного фонду підприємства, регулює порядок формування резерву по сумнівних боргах. Порядок розподілу і використання прибутку підприємства фіксується в його статуті і визначається положенням, що розробляється відповідними підрозділами економічних і фінансових служб і затверджується керівним органом підприємства.

Формування прибутку підприємства – це підсумовування прибутків або збитків від господарських операцій (див. рис. 1.1).



Рис. 1.1 Формування прибутку підприємства [24]

Враховуючи інформацію, представлену на рис. 1.1, уточнимо, що прибуток утворюється в результаті реалізації продукції, його величина визначається різницею між доходом, отриманим від реалізації продукції, і витратами (витратами) на її виробництво і реалізацію. Маса отриманого прибутку залежить, як від обсягу продажів і рівня цін, що встановлюються на продукцію, так і від відповідності рівня витрат виробництва суспільно необхідних витрат.

По-перше, обсяг продажів залежить від рівня комерційної роботи: від вміння створювати вигідні умови для продажу продукції, тобто маркетингу, організації реклами, збуту, цінової та товарної політики і т.д. По-друге, рівень витрат виробництва залежить від організації виробництва і праці, обраної технології, технічної оснащеності підприємства.

В умовах ринкових відносин підприємство прагне якщо не до максимізації прибутку, то до того обсягу прибутку, який дозволить і утримувати позиції на ринку збуту, і динамічно розвивати виробництво в умовах конкуренції. В кінцевому підсумку це припускає знання і більш кращого використання джерел формування прибутку.

Перше джерело утворюється за рахунок монопольного становища підприємства з випуску тієї чи іншої продукції або унікальності продукту. Підтримка монополії передбачає постійне оновлення продукту. Цьому протидіють антимонопольна політика держави і зростаюча конкуренція з боку інших підприємств.

Друге джерело пов'язане безпосередньо з виробничою і підприємницькою діяльністю, і стосується всіх підприємств. Ефективність його використання залежить від знання кон'юнктури ринку і вміння адаптувати розвиток виробництва під цю постійно мінливу кон'юнктуру. Все зводиться до проведення відповідного маркетингу. Величина прибутку в цьому випадку залежить від ряд факторів [70, с. 2]:

- правильності вибору виробничої спрямованості підприємства з випуску продукції (вибір продуктів, що користуються стабільним і високим опитуванням);
- створення конкурентоспроможних умов продажу своїх товарів і послуг (ціна, строки поставок, обслуговування покупців; післяпродажне обслуговування);
- обсягів виробництва (чим більший об'єм, тим більше маса прибутку);
- структури зниження витрат.

Третє джерело виникає з інноваційної діяльності підприємства. Його використання передбачає: постійне оновлення продукції, що випускається, забезпечення конкурентоспроможності, зростання обсягів реалізації, збільшення маси прибутку.

На величину прибутку значний вплив мають процеси міжгалузевого обороту капіталу, які залишилися стосовно одиничного підприємства протікають по двох напрямках – щодо «входу» в кругообіг капіталу і «виходу» з нього. Звідси впливає наступне: по-перше, міжгалузеві зв'язки на «вході» впливають на рівень собівартості продукції, а на «виході» – на рівень доходів, що разом узяті визначає рівень прибутку; по-друге, переплетіння міжгалузевих оборотів капіталу в своїй сукупності утворює суспільне відтворення сукупного суспільного продукту (ВВП), що робить вирішальний вплив на створення умов, в яких відбувається формування прибутку підприємств та визначення її величини [70, 3].

Загальна схема використання прибутку на підприємствах України передбачає, що з загального (валового) прибутку сплачується податок на прибуток. Величина, що залишилась, є чистим прибутком. З неї виплачуються борги і проценти за довгострокові кредити, а решта поділяється на дві частини. Перша – прибуток, який розподіляється між власниками майна (капіталу) підприємства (акціонерами), спрямовується на заохочувальні виплати його персоналу за результатами роботи та інші потреби (внески у благодійні фонди, допомога різним організаціям тощо).

До другої частини належить прибуток, який залишається на підприємстві (нерозподілений прибуток), і використовується на інвестиційні потреби та створення резервного фонду.

Нерозподілений прибуток поділяється на асигновану й неасигновану частини:

– асигнована частина (або її ще називають авторизований нерозподілений прибуток) має певне цільове призначення (наприклад, для розвитку компанії, проведення цільових програм тощо);

– неасигнована частина (неавторизований нерозподілений прибуток) не має конкретного призначення.

У зарубіжних корпораціях часто встановлюються обмеження, які накладаються на суму нерозподіленого прибутку. Такі обмеження тимчасово видаляють певну суму нерозподіленого прибутку із суми, яка б могла бути сплачена у вигляді дивідендів. Коли обмеження знімаються, ця сума може бути сплачена у вигляді дивідендів та використана в інший спосіб.

Обмеження нерозподіленого прибутку можуть бути добровільними та вимушеними. Одним з найбільш поширених добровільних обмежень є обмеження на нерозподілений прибуток з метою розширення підприємства. Це обмеження може бути зняте керівництвом товариства в будь-який момент.

Нерозподілений прибуток є фінансовим компенсатором ймовірних відхилень від нормального обігу грошей або додаткової їх потреби. Напрями і величина використання чистого прибутку визначаються власниками підприємства.

Прибуток повного товариства розподіляється між учасниками у відповідності з установчим договором, у якому визначаються частки його учасників. Визначення часткою в договорі має значення не тільки при розподілі прибутку, але і для рішення питання про покриття збитків. Кожен учасник, одержавши частину прибутку повного товариства, враховує її в складі свого балансового прибутку як позареалізаційний доход і з загальної суми балансового прибутку у встановленому порядку обчислює податок, що вносить

у бюджет. Чистий прибуток товариства розподіляється між резервним фондом, фондом накопичення, фондом споживання, а прибуток, що залишився – уже між засновниками. В установчому договорі можуть бути передбачені й іншої умови розподілу прибутку. При недостатності прибутку вкладники можуть одержати менший відсоток прибутку на свій внесок, але й у цьому випадку договором можуть бути передбачені інші умови (наприклад, виплата відсутньої частини прибутку вкладникам у наступному році і т.д.).

У командитному товаристві з отриманого балансового прибутку насамперед вноситься в бюджет податок на прибуток, обчислений відповідно до порядку, установленим для юридичних осіб. Після цього частина прибутку направляється вкладникам у долі, що відповідає їхньому внеску в капітал товариства, потім прибуток направляється на розвиток підприємства й інші мети. Залишок прибутку розподіляється між дійсними членами (повними товаришами).

Якщо прибуток чи не отриманий отримана в меншому обсязі, ніж передбачалося, то можливі наступні варіанти:

- при негативних фінансових результатах дійсні члени зобов'язані віддати вкладникам їхню частку прибутку, продавши майно товариства;
- при недостатності засобів може бути прийняте рішення про невиплату пайовикам прибутку.

Прибуток товариства з обмеженою відповідальністю обкладається податком і розподіляється в загальному порядку, установленому для юридичних осіб. При підведенні підсумків господарської діяльності за рік кожному учаснику (пайовику) виплачується частка прибутку, що відповідає його внеску в статутний капітал, внесення в бюджет податків, інших обов'язкових платежів, напрямку прибутку на розвиток підприємства і матеріальне заохочення працівників.

Найбільш складним є порядок розподілу прибутку акціонерних товариств (АТ). Загальні механізми розподілу прибутку і порядок виплати дивідендів фіксується в статуті товариства. Політика АТ в області розподілу прибутку

звичайно здійснюється Радою директорів і підлягає твердженню на загальних зборах акціонерів. При плануванні розподілу чистого прибутку АТ необхідно враховувати види випущених акцій.

Тож, виключне значення прибутку при здійсненні діяльності підприємством зумовлює важливість економічно обґрунтованого планування його формування та використання. Вибір методу планування визначається особливостями господарювання, специфікою галузі, обсягами діяльності, якості системи інформаційного забезпечення, цілями управління, іншими факторами.

Таким чином, прибуток є важливою економічною категорією, основними факторами створення якого є синергетичні (комбінаційні) складові - мікро - мезо - макро - рівнів. Прибуток – це частина додаткової вартості, створеної і реалізованої, готової до розподілу; це підсумковий показник, результат фінансово-господарської діяльності підприємства.

1.2. Цілі, задачі та послідовність формування прибутку підприємства

Розмір прибутку підприємства є важливим показником його діяльності для різних стейкхолдерів: він дозволяє потенційним кредиторам визначити можливість підприємства щодо повернення позикових грошових ресурсів, інвесторам – раціональність вкладення інвестицій в суб'єкт господарювання, постачальникам і партнерам – платоспроможність і знизити ризики неповернення дебіторської заборгованості.

Важливо зауважити, що між прибутковістю підприємств, економічним зростанням і проблемою скорочення бідності простежується тісний зв'язок.. Не винятком є і підприємства видавничо-поліграфічного комплексу, до якого входить і досліджуване підприємство ТОВ «Новий друк».

Планування прибутку має на увазі процес забезпечення формування прибутку в потрібному обсязі і ефективному його застосуванні, допомагає досягти поставлених цілей і завдань розвитку підприємства. Фінансове

планування прибутку передбачає розрахунок основних видів доходів і витрат, запланованих на певному періоді.

Основні задачі формування прибутку – розширене відтворення капіталу підприємства, забезпечити подальший приріст його оборотних і необоротних активів, забезпечення «вільними» фінансовими ресурсами для подальшого розвитку.

Ще раз уточнимо, що прибуток – це частина додаткової вартості, створеної і реалізованої, готової до розподілу; це підсумковий показник, результат фінансово-господарської діяльності підприємства. Він є складовою виручки від реалізації та його формування відбувається в міру реалізації продукції (за умови, коли така подія відбувається насправді, тобто коли кошти від покупця надходять на банківський рахунок постачальника).

Прибуток від реалізації продукції залежить від обсягу реалізації продукції та її собівартість. На зміну обсягу реалізації впливають: зміна обсягу виробництва, залишків нереалізованої продукції, частки прибутку в ціні продукції (рентабельність). Окрім цього, зміна обсягу виробництва, залишків нереалізованої продукції змінюють, в свою чергу, собівартість виготовленої продукції.

Прибуток від реалізації продукції – це обсяг реалізації за мінусом величини собівартості продукції.

Виділяють такі види прибутку підприємства [66, с. 55]:

- валовий прибуток від реалізації продукції;
- фінансові результати (прибуток) від операційної діяльності;
- фінансові результати (прибуток) від звичайної діяльності до оподаткування;
- фінансові результати (прибуток) від звичайної діяльності;
- прибуток від надзвичайних подій
- чистий прибуток;
- нерозподілений прибуток.

Валовий прибуток – це різниця між чистим доходом від реалізації продукції і її собівартістю.

Прибуток від операційної діяльності – це валовий прибуток, скоригований на різницю інших операційних доходів та операційних витрат;

Інші операційні доходи відображають суми від операційної діяльності, крім валового доходу (виручки) від реалізації продукції.

Операційні витрати – адміністративні (загальногосподарські витрати, пов'язані з управлінням та обслуговуванням підприємства); витрати на збут (витрати на утримання підрозділів, що займаються збутом продукції, на рекламу, транспортування продукції тощо); інші операційні витрати (собівартість реалізованих виробничих запасів, сумнівні (безнадійні) борги та втрати від знецінення запасів, втрати від операційних курсових різниць, економічні санкції та інші операційні витрати, що не включаються до собівартості продукції).

Прибуток від звичайної діяльності до оподаткування – це операційний прибуток, скоригований на величину фінансових та інших доходів (доходи від фінансової та інвестиційної діяльності) і фінансових та інших витрат (сплата відсотків на позиковий капітал, втрати від уцінки фінансових інвестицій та необоротних активів, інші витрати і втрати, на пов'язані з операційною діяльністю).

Прибуток від звичайної діяльності – це прибуток після сплати податку на прибуток. В окремих випадках його величина коригується на суму оподаткованого надзвичайного прибутку, який може мати місце внаслідок надзвичайної події.

Чистий прибуток – це прибуток, що знаходиться у розпорядженні підприємства.

Без розрахунку собівартості неможливо визначити фінансовий результат виробничо-господарської діяльності підприємства..

Собівартість продукції (робіт, послуг) – це виражені в грошовій формі поточні витрати підприємства на виробництво.

Вона поділяється на виробничу (прямі матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці, інші прямі витрати, загальновиробничі витрати) та собівартість реалізованої продукції (виробнича собівартість, нерозподілені постійні загальновиробничі витрати та наднормативні виробничі витрати).

Витрати, які не включаються до виробничої собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) – адміністративні, витрати на збут та інші операційні витрати.

Управління формуванням прибутку від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) передбачає розрахунок його планового обсягу. Застосовують три методи такого розрахунку: 1) прямого розрахунку; 2) за показником витрат на одну гривню продукції; 3) економічний (аналітичний) метод.

За методом прямого розрахунку прибуток обчислюють за окремими видами продукції, що виробляється і реалізується. Для цього необхідні наступні дані:

- перелік і кількість продукції відповідної номенклатури (асортименту);
- собівартість одиниці продукції;
- ціна одиниці продукції.

Другий метод (за показником витрат на одну гривню продукції) передбачає використання даних про виробничі витрати та реалізацію продукції за попередній період, а також їх очікувані зміни, що прогнозуються в наступному періоді.

Економічний (аналітичний) метод, на відміну від двох попередніх, дає змогу визначати не лише загальну суму прибутку, а й вплив на нього окремих чинників: обсягу виробництва (реалізації) продукції, її собівартості, рівня оптових цін, рентабельності, асортименту та якості продукції.

За цим методом розрахунок здійснюється окремо за порівнянною (продукція, що вироблялася в попередньому періоді) і непорівнянною продукцією (не виготовлялась підприємством в попередньому періоді) в плановому періоді.

Розрахунок прибутку за порівнянною продукцією здійснюється в такій послідовності:

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

Прибуток від випуску (реалізації) непорівнянної продукції може розраховуватись методом прямого рахунку, якщо є відповідні вихідні дані. За браком таких він розраховується для всієї непорівнянної продукції з використанням показника середньої рентабельності продукції по підприємству.

Рентабельність – це співвідношення прибутку з авансованою вартістю або поточними витратами. Рентабельність – відносний показник, який відображає ефективність роботи підприємства; рівень прибутковості, що вимірюється у відсотках.

Розглянемо наступні методи формування і планування прибутку: 1) метод прямого рахунку; 2) нормативний метод; 3) аналітичний метод.

Метод прямого рахунку. Цей метод припускає, що прибуток визначається як різниця між планованою виручкою і повною собівартістю продукції в дійсних цінах з основними відрахуваннями. Такий метод найбільш поширений, його використовують при обґрунтуванні створення нового або розширення діючого виробництва. У ньому головний показник – прибуток від реалізації продукції, який розраховується по окремих видах господарської діяльності.

Розрахунок здійснюється за основною формулою знаходження прибутку:

$$\Pi = \text{Виручка} - C/C - \text{Податки (ПДВ, акцизи)}, \quad (1.1)$$

де Π – прибуток від реалізації продукції;

C/C – собівартість

Такий підхід зумовлений тим, що деякі види діяльності не оподатковуються на прибуток і додаткову вартість або мають свій відсоток розрахунку. Тому метод дозволяє точно і об'єктивно визначити прибуток підприємства. Переваги: точність і об'єктивність. Недоліки: трудомісткість, за наявності великої номенклатури цей метод стає неможливим для застосування.

Метод прямого рахунку припускає визначення прибутку по товарному випуску і обсягу продукції, що реалізується підприємством. Так, прибуток по товарному випуску (Птп) планується на основі кошторису витрат на виробництво і реалізацію продукції, в якому визначається собівартість товарного випуску планованого періоду:

$$\text{Птп} = \text{Цтп} - \text{Стп}, \quad (1.2)$$

де Цтп – вартість товарного випуску планованого періоду в діючих цінах реалізації (без ПДВ, акцизів, торгових і збутових знижок);

Стп – повна собівартість планованого періоду.

Слід також розрізняти плановий розмір прибутку з розрахунку на товарний випуск від прибутку, що планується на обсяг продукції, яка реалізується. Прибуток на продукцію, що реалізується (Ппр), в загальному вигляді розраховується за формулою

$$\text{Ппр} = \text{Врп} - \text{Спр}, \quad (1.3)$$

де Врп – планована виручка від реалізації продукції в діючих цінах (без ПДВ, акцизів, торгових і збутових знижок);

Спр – повна собівартість продукції, що реалізується у планований період.

Більш детально прибуток на продукцію, що реалізується, від обсягу продукції, що реалізується у плановий період, визначається за формулою

$$\text{Ппр} = \text{Пзн} + \text{Птп} - \text{Пзк}, \quad (1.4)$$

де Пзн – сума прибутку від залишків продукції, що не реалізується, на початок планового періоду;

Птп – прибуток від обсягу випуску товарної продукції у плановий період;

Пзк – прибутки від залишків продукції, що не реалізувалася, у кінці планового періоду.

Ця методика розрахунків може застосовуватися для збільшеного прямого методу планування прибутку, коли легко визначити обсяг продукції, що реалізується, в цінах і за собівартістю. Різновидом методу прямого рахунку є метод поасортиментного планування прибутку. При цьому методі прибуток підсумовується по усіх асортиментних позиціях. До отриманого результату додається прибуток у залишках готової продукції, не реалізованих на початок планового періоду.

Нормативний метод припускає формування прибутку на основі системи різноманітних нормативів, таких, як норма прибутку на власний капітал, норма прибутку на активи підприємства, норма прибутку на одиницю реалізованої продукції тощо. Переваги: точність розрахунків, можливість планувати і прогнозувати. Недоліки: трудомісткість, неможливість оцінити рівень цін (можливо лише при стабільному виробництві).

Аналітичний метод припускає використання багатofакторних економічних моделей при формуванні й плануванні прибутку промислового підприємства. У найпростішому варіанті метод зводиться до встановлення прибутку попереднього періоду (аналіз), визначення його частки у загальному валовому доході підприємства і на одиницю реалізованої продукції. В результаті шляхом коригування з урахуванням зміни обсягів виробництва встановлюється плановий прибуток підприємства.

Таким чином, можна сформулювати висновок про те, що формування прибутку, його планування та розробка шляхів збільшення є однією з основних задач фінансового менеджменту, вирішення якої повинне враховувати всі процеси, які відбуваються на підприємстві за усіма напрямками діяльності.

Планування прибутку має на увазі отримання його в потрібному обсязі і раціональному подальшому застосуванні, тим самим допомагаючи реалізувати його поточні та стратегічні цілі.

1.3. Методологічні засади аналізу системи управління формуванням прибутку підприємства

Методологія фінансово-економічного аналізу як загальний підхід до дослідження базується на діалектиці. Основні риси діалектики:

- єдність аналізу і синтезу;
- вивчення економічних явищ в їх взаємозалежності;
- вивчення економічних явищ у розвитку, в динаміці.

Аналіз прибутку підрозділяється на різні напрямки, види та форми в залежності від наступних ознак.

За напрямками дослідження виділяють аналіз формування прибутку та аналіз його використання [87, с. 156]:

- аналіз формування прибутку проводиться в розрізі основних сфер діяльності - операційної, інвестиційної, фінансової. Він є основною формою аналізу для виявлення резервів підвищення суми і рівня прибутку. Одним з його аспектів є аналіз прибутку за даними бухгалтерського обліку і оподаткованого прибутку;

- аналіз розподілу і використання прибутку проводиться за основними напрямками його використання. Він покликаний виявити рівень споживання прибутку і його капіталізації, а також конкретні форми її виробничого споживання в інвестиційних цілях.

За організації проведення виділяють внутрішній і зовнішній аналіз прибутку:

- внутрішній аналіз проводиться менеджерами або власниками підприємства з використанням всієї сукупності наявної інформації. Результати такого аналізу можуть представляти комерційну таємницю;

- зовнішній аналіз проводиться податковими органами, банками, страховими компаніями за матеріалами інформації, що публікується підприємством у відкритій пресі звітності.

За масштабами діяльності можна виділити наступні форми аналізу прибутку:

- аналіз прибутку по підприємству в цілому. В процесі цього аналізу вивчається формування, розподіл і використання прибутку без виділення окремих структурних підрозділів підприємства (використовується в фінансовому аналізі);
- аналіз прибутку по структурному підрозділу або центру відповідальності (застосовується в управлінському обліку);
- аналіз прибутку за окремими виробами (є додатковим видом аналізу, який може використовуватися як в фінансовому, так і в управлінському обліку).

За обсягом дослідження виділяють повний і тематичний аналіз прибутку:

- повний аналіз проводиться з метою вивчення всіх аспектів його формування, розподілу і використання в комплексі;
- тематичний аналіз обмежується окремими аспектами формування або використання прибутку (вплив проведеної підприємством податкової політики на формування витрат, доходів і прибутку;
- вплив структури і вартості капіталу на рівень прибутковості підприємства і ін.).

За періодом і глибини проведення виділяють такі види аналізу прибутку:

- попередній аналіз прибутку (експрес-аналіз прибутку, прогнозний аналіз), пов'язаний з умовами його формування, розподілу або подальшого використання, з умовами здійснення окремих комерційних угод, фінансових або інвестиційних операцій, при складанні бізнес-плану, аналіз підсумкової бухгалтерської звітності з метою визначення маси і норми прибутку, рентабельності продажів і активів підприємства;
- оперативний аналіз прибутку, що проводиться в процесі здійснення виробничої, інвестиційної і фінансової діяльності з метою оперативного впливу на формування або використання прибутку;
- наступний (поглиблений) аналіз прибутку, який здійснюється за результатами роботи за звітний період для найбільш повного вивчення

фінансових результатів в порівнянні з попередніми і поточним його аналізом, виявлення чинників, що вплинули на зміну прибутку в порівнянні з бізнес-планом, показниками реалізованого інвестиційного проекту або попереднім періодом, а також для контролю і подальшого коректування показників виконуваного підприємством бізнес-плану;

– детальний аналіз прибутку, що проводиться в розрізі вивчення кожного з факторів, що впливають на величину прибутку в цілому по підприємству, прибутку за окремими видами продукції, що випускається або конкретним продажу.

Мета аналізу прибутку полягає в з'ясуванні причин, що зумовили зміну прибутку, визначенні резервів його зростання і підготовці управлінських рішень щодо мобілізації виявлених резервів.

Для досягнення даної мети в ході проведення аналізу вирішуються наступні завдання [75, с. 48]:

- оцінка виконання плану (прогнозу) та динаміки фінансових результатів;
- вивчення складу і структури прибутку;
- виявлення і кількісна зміна впливу факторів формування прибутку;
- аналіз і оцінка якості прибутку;
- вивчення напрямків, пропорцій і тенденцій розподілу прибутку;
- виявлення резервів зростання прибутку;
- розробка рекомендацій щодо найбільш ефективного використання прибутку з урахуванням перспектив розвитку підприємства.

Для аналітика даних, безумовно, важливі технічні компетенції: вміти виконати запит до бази даних, побудувати звіт або отримати і обробити дані. Але його головним завданням і областю відповідальності є аналіз предметної області та вимог.

Якщо предметна область і специфіка підприємства недостатньо проаналізовані, то при аналізі показників виникнуть розбіжності між даними і реальним станом справ: показники можуть не показувати наявності серйозних проблем. Або ж навпаки, діагностувати відхилення для нормального робочого

процесу. На основі цілей визначаються процеси, які їх реалізують. Перетин підрозділів і процесів дозволяє розробити функціональну матрицю.

Але найголовніше зрозуміти динаміку роботи підприємства, засновану на циклах (пов'язаних і замкнутих процесах, що забезпечують існування підприємства) і балансах.

Важливою вимогою є повнота набору показників і можливість верифікації їх значень. Для оцінки оптимальності прийнятих рішень по балансам, що відображаються в управлінських показників потрібно додатково визначити контрольні показники, які будуть показувати наслідки прийнятих рішень і дозволяти їх коригувати на основі зворотного зв'язку.

Не викликає сумніву, що система управління прибутком являє собою одну з важливих підсистем управління підприємством, що виявляє фактори впливу на прибуток в процесі його формування, розподілу і використання, визначаючи резерви розвитку підприємства і формуючи тим самим стратегію управління прибутком з метою оптимізації розміру отриманого прибутку. Одним з ключових в даному визначенні, на нашу думку, є поняття «оптимізація розміру» прибутку, тому що максимізація розмірів прибутку не завжди позитивно позначається на діяльності підприємства.

Визначити резерви розвитку підприємства не можливо без здійснення факторного аналізу прибутку. У той же час варто додати, що здебільшого на сьогоднішній день використовуються технічні способи аналізу, які застосовуються для визначення впливу різних чинників на об'єкт дослідження.

Факторний аналіз прибутку зазвичай розпочинається з аналітики офіційних документів бухгалтерської звітності: бухгалтерський баланс (форма № 1), звіт про фінансові результати (звіти про сукупний дохід) (форма № 2) і додаток до бухгалтерського балансу (форма № 5) [69]. Факторний аналіз прибутку можна розділити на кілька етапів. По-перше, проводиться оцінка динаміки прибутку підприємства, по-друге, проводиться аналіз зміни динаміки окремих статей прибутку, які впливають на формування прибутку в цілому.

Прибуток звітнього періоду відображає загальний фінансовий результат виробничо-господарської діяльності підприємства з урахуванням всіх його сторін. Зміна прибутку від реалізації продукції формується під впливом наступних факторів: зміни обсягів реалізації продукції; зміни структурних компонентів реалізації; зміни відпускних цін на реалізовану продукцію; зміни цін на сировину, матеріали, паливо, тарифів на енергію та перевезення; зміни рівня витрат матеріальних і трудових ресурсів тощо [75, с. 49].

В межах фінансового аналізу за умови наявності необхідних аналітичних даних бухгалтерського обліку, загальна величина прибутку (збитку) від реалізації товарів (робіт, послуг) підприємства розглядається як сума величин прибутків (збитків) від реалізації.

Прибутки (збитки) від реалізації виступають в якості факторів загального прибутку (збитку) від реалізації підприємства. Такий факторний аналіз дозволяє зіставити прибутковість різних продуктових груп і зробити відповідні висновки про коригування ринкової стратегії підприємства. Лише у виняткових, особливих випадках збиткове товарний напрямок може фінансуватися за рахунок прибуткових інших товарних напрямків. Як правило, в результаті такого аналізу приймається рішення про зміну структури діяльності підприємства

Зауважимо, що факторний аналіз має велике значення при оцінці фінансового стану підприємства, але не є єдиним інструментом (методом), на підставі якого формується остаточний висновок.

Щодо технічних прийомів аналізу, то тут доцільно зосереджувати увагу на таких відомих методах аналізу, як статистичних та математичних із застосуванням відповідних комп'ютеризованих пакетів програм (або автоматизованих систем фінансових розрахунків – АСФР), табл. 1.2. (складено за [68]).

Порівняння методів факторного підходу аналізу прибутку підприємства

Назва методу	Переваги	Недоліки
Ланцюгових підстановок (прямих/зворотних)	Забезпечується повне розкладання приросту результативної ознаки за факторами	Потребує врахування черговості дії факторів, приєднуючи ефект взаємодії основних чинників до внеску структурних та якісних факторів
Інтегральний	Не потребує врахування черговості дії факторів, при цьому забезпечується комплексне повне розкладання приросту результативної ознаки за факторами	Достатньо складні розрахунки, які є дещо неадекватними до дискретної природи варіації економічних ознак. Додатковий приріст результативної ознаки «народжується» внаслідок взаємодії основних факторів, розподіляючись між ними порівну
Логарифмування	Не потребує врахування черговості дії факторів, при цьому забезпечується повне розкладання приросту результативної ознаки за факторами	Достатньо складні розрахунки. Додатковий приріст результативної ознаки, який «народжується» внаслідок взаємодії основних чинників розподіляється між ними пропорційно логарифмам їх індексів

Як свідчать дані табл. 1.2 практично в кожному із методів можна знайти свої недоліки. Але, варто зауважити, що не можна обмежуватися лише більш простими шляхами та методами аналізу.

Аналіз фінансово-економічних результатів діяльності підприємства у сучасних умовах повинен охоплювати широке коло показників і враховувати не тільки економічні, але й організаційні, соціальні, технічні, технологічні та інші фактори [66-67]. Абсолютно погоджуємося, що тільки такого роду аналіз значно покращить його практичну спрямованість і дозволить отримати необхідну інформацію для цілей управління.

Не викликає сумнівів, що аналіз прибутку в загальному вигляді не дає можливості розкрити всі резерви збільшення випуску і реалізації продукції, зниження її собівартості. При цьому першорядне значення має проведення факторного аналізу, що дозволяє з необхідною повнотою виявити резерви зростання прибутку. При грамотній побудові саме фінансово-економічного аналізу завжди можна знайти резерви збільшення прибутку.

Вважаємо, що управління прибутком неможливо розглядати відокремлено від управління процесами, безпосередньо пов'язаними з його формуванням. При управлінні прибутком необхідно будувати систему управління, що враховує всі економічні закони і вплив внутрішніх і зовнішніх чинників. Тим більше що сучасне підприємництво потребує науково обґрунтованих рішень з управління прибутком в процесі операційної та інвестиційної діяльності у вигляді конкретних практичних рекомендацій щодо підвищення прибутковості. Тільки в цьому випадку пропозиції по оптимізації і планування можуть бути максимально забезпечені засобами підтримки процесів управління.

Якщо ж ми хочемо мінімізувати вкладаються кошти, врахувати конкуренцію і зміни на ринку, то таке рішення з простого алгоритму перетворюється в складну аналітичну систему з великою кількістю джерел даних, математичною статистикою і зворотним зв'язком з операційною системою

У процесі управління прибутком необхідно застосовувати також і маржинальний аналіз, який досить давно довів свою ефективність (заснований на поділі витрат на постійні і змінні). Основу маржинального аналізу складають два таких поняття, як точка беззбитковості і маржинальний дохід. Дана методика дозволить обґрунтовувати прийняття не капіталомістких організаційно-управлінських рекомендацій, що дозволяють максимально зменшити вплив негативних внутрішніх і зовнішніх факторів на прибуток підприємства. Крім цього, аналіз інформації за допомогою системи директ-костинг зведе воедино маркетингові дослідження, облік витрат, фінансовий аналіз і виробниче планування на підприємстві. При аналізі прибутку підприємства необхідно видозмінювати існуючі методики шляхом розрахунку проміжної маржі. Аналіз в цьому випадку більш точний і достовірний, до того ж з'являється можливість оптимального використання виробничих потужностей підприємства, підвищується обґрунтованість вибору найбільш вигідних продуктів (товарів) послуг тощо.

Тож, процес управління прибутком включає в себе здійснення ряду функцій, таких як планування кінцевих фінансових результатів, облік формування, розподілу і використання прибутку, оцінка та аналіз досягнутого рівня, прийняття управлінських рішень. Таким чином, результати аналізу використовуються для прийняття рішень в області управління прибутком. В ході аналізу розробляється кілька варіантів прийняття рішення, на основі яких приймається рішення, оптимальне для підприємства в даній ситуації.

При проведенні аналізу прибутку за різні календарні роки необхідно вести розрахунки в порівнянних цінах – в цінах попереднього або звітного періодів.

В ході проведення аналізу використовуються різноманітні прийоми і способи аналізу, що дозволяють отримати кількісну оцінку фінансових результатів. До них можна віднести горизонтальний і вертикальний аналіз, порівняльний аналіз і аналіз за такими чинниками, аналіз коефіцієнтів рентабельності і аналіз ризиків, інтегральний аналіз і ін.

Фінансовий результат — це кінцевий результат фінансово-господарської діяльності підприємства, і може бути виражений у формі прибутку або збитку.

Прибуток — сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати.

Збиток — перевищення суми витрат над сумою доходу, для отримання якого були здійснені ці витрати.

Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства передбачає дослідження динаміки та структури фінансових результатів його діяльності, дозволяє визначити фактори, що вплинули на формування величини чистого прибутку (збитку) підприємства.

Аналіз проводиться методом порівняння фактичних даних за звітний період зі звітними даними за попередній період. Відповідно до Національного положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», розрахунок показника прибутку включає визначення наступних його складових: чистого доходу від реалізації продукції (товарів, послуг); валового прибутку (збитку); фінансового результату від операційної

діяльності; фінансового результату до оподаткування; чистого прибутку (збитку) звітного періоду.

Крім аналізу абсолютних показників аналізують ще й відносні показники прибутковості підприємства, до яких належить рентабельність.

Рентабельність — це відносний показник, який характеризує рівень прибутковості (окупності) відповідних складових процесу виробництва або сукупних витрат підприємства. Оцінка рентабельності дозволяє скласти характеристику основних показників рентабельності та зробити загальні висновки. Основні показники рентабельності наведено в табл. 1.3 . (складено за [66-67]).

Таблиця 1.3

Основні показники рентабельності підприємства

№ з/п	Назва показника	Алгоритм розрахунку	Джерела інформації	Характеристика
1	Рентабельність активів	Чистий прибуток / Вартість активів	р. 2350 Ф.№2 / р.1900 Ф.№1	Коефіцієнт показує скільки прибутку припадає на 1 грн. активів, характеризує ефективність управління підприємством, чим вищий показник тим краще.
2	Рентабельність власного капіталу	Чистий прибуток / Власний капітал	р. 2350 Ф.№2 / р.1495 Ф.№1	Коефіцієнт показує величину одержаного прибутку в розрахунку на одну гривню капіталу власників. Збільшення – позитивне значення.
3	Рентабельність продажу	Валовий прибуток / Виручка від реалізації продукції	р. 2090 Ф.№2 / р. 2000 Ф.№2	Характеризує розмір прибутку, що надходить на підприємство з кожної гривні від продажу продукції (робіт, послуг). Збільшення – позитивне значення.
4	Рентабельність продукції (робіт, послуг)	Валовий прибуток / Собівартість реалізованої продукції	р. 2090 Ф.№2 / р. 2050 Ф.№2	Показує скільки прибутку отримало підприємство в розрахунку на одну гривню понесених витрат на виробництво. Збільшення показника – позитивне значення.
5	Період окупності капіталу	Валюта балансу / Чистий прибуток	р.1900 Ф.№1/ р. 2350 Ф.№2	Коефіцієнт вказує за який період кошти, що інвестовані в активи будуть компенсовані чистим прибутком
6	Період окупності власного капіталу	Власний капітал / Чистий прибуток	р.1495 Ф.№1/ р. 2350 Ф.№2	Коефіцієнт вказує за який період власний капітал буде компенсований чистим прибутком

Для розрахунку показників використовувалися наступні формули:

$$\text{Рентабельність активів} = \frac{\text{Чистий прибуток підприємства}}{\text{Баланс підприємства на початок періоду}} \cdot 100 \quad (1.1)$$

$$\text{Рентабельність власного капіталу} = \frac{\text{Чистий прибуток підприємства}}{\text{Власний капітал підприємства}} \cdot 100 \quad (1.2)$$

$$\text{Валова рентабельність продажу} = \frac{\text{Валовий прибуток підприємства}}{\text{Чистий дохід від реалізації товарної продукції підприємства}} \cdot 100 \quad (1.3)$$

$$\text{Чиста рентабельність продажу} = \frac{\text{Чистий прибуток підприємства}}{\text{Чистий дохід підприємства від реалізації товарної продукції}} \cdot 100 \quad (1.4)$$

$$\text{Валова рентабельність} = \frac{\text{Валовий прибуток підприємства}}{\text{Собівартість реалізованої продукції}} \cdot 100 \quad (1.5)$$

$$\text{Чиста рентабельність виробництва} = \frac{\text{Чистий прибуток підприємства}}{\text{Собівартість реалізованої продукції}} \cdot 100 \quad (1.6)$$

Аналіз прибутку на підприємстві необхідно здійснювати з урахуванням всієї сукупності факторів, що впливають на нього. При плануванні, аналізі та оцінці прибутку, в процесі управління прибутком, необхідно використовувати конкретні показники, систематизовані по найбільш важливим ознакам. При управлінні прибутком необхідно застосовувати системний підхід до управління, ґрунтуючись на поділі процесу управління на орієнтацію поставлених стратегічних завдань.

Тож, проблема формування фінансових результатів діяльності підприємств вимагає розробки раціонального механізму акумулювання та використання прибутку із необхідністю аналізу прибутку засобами відомих методик, що визначає пріоритетність питань управління прибутком в діяльності поліграфічних підприємств.

Таким чином, вивчення теоретичних основ управління формуванням прибутку підприємства дозволяє сформулювати ряд **висновків**.

Прибуток – частина додаткової вартості, виробленої, реалізованої та готової до розподілу. Підприємство одержує прибуток після того, як втілена у створеному продукті вартість реалізується і набуде грошової форми.

Отже, об'єктивна основа прибутку пов'язана з потребою первинного розподілу додаткового продукту. Таким чином, прибуток — об'єктивна економічна категорія, тому на його формування впливають об'єктивні процеси, що відбуваються в суспільстві, сфері виробництва й розподілу валового внутрішнього продукту.

Водночас прибуток – це показник, який формується на мікрорівні. Прибуток відображає результати фінансово-господарської діяльності підприємств як суб'єктів господарювання і зазнає впливу багатьох чинників. У формуванні прибутку підприємств є особливості залежно від сфери їх діяльності, галузі господарства, форми власності, розвитку ринкових відносин тощо.

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.

Зростання прибутку означає збільшення потенційних можливостей підприємства, підвищення ступеня його ділової активності. За прибутком визначається частка доходів власників підприємств, розміри дивідендів акціонерів та інших доходів. Прибуток визначає також рентабельність капіталу, впливає на вартість усього підприємства загалом.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ПРИБУТКУ ТОВ «НОВИЙ ДРУК»

2.1. Аналіз джерел формування прибутку підприємства

Видавничо-поліграфічний комплекс «Новий друк» працює на ринку України з 1997 року.

ТОВ «Новий друк» — сучасне поліграфічне підприємство з розширеним комплексом послуг — від дизайну, верстки, друку, золототиснення, висікання, зшивки, склейки, оформлення книги в тверду, м'яку обкладинку чи футляр до упаковки в термоплівку готової продукції.

З моменту заснування головними задачами підприємства є розвиток і підтримка вітчизняного бізнесу. Підприємство не тільки змогло вирости до певного рівня, об'єднавши під одним дахом кілька виробничих напрямків, але й, завдяки активній інформаційно-просвітительській діяльності, сформувати особливе медіа-середовище.

Клієнтами ТОВ «Новий друк» є фізичні та юридичні особи різних галузей (у т.ч. суб'єкти господарювання торговельної, ресторанної, туристичної, фінансової галузі, харчової промисловості, органи міської ради, інші).

Технічний парк і технологічна база підприємства ТОВ «Новий друк» постійно ростуть і модернізуються. Це пов'язано з тим, що підрозділи працюють з потоком замовників, який збільшується з року в рік, серед яких є транснаціональні компанії з високими вимогами. Працюючи в таких умовах протягом останніх років, компанії вдалося зібрати у своїх стінах унікальне з наукової точки зору устаткування й сформувати унікальний склад фахівців.

Для проведення аналізу було використано фінансову звітність підприємства за 2015-2017 рр., наведену в додатку А.

Динаміка обсягу реалізації основних видів продукції
ТОВ «Новий друк» за 2015-2017 рр. представлена в табл. 2.1

Таблиця 2.1

**Динаміка обсягу реалізації та структури основних видів
продукції ТОВ «Новий друк» за 2015-2017 рр. (тис. грн.)**

Продукція	2015 р.	%	2016 р.	%	2017 р.	%	Приріст 2017 р. до 2015 р.	
							тис.грн.	%
Календарна продукція, листівки	26346,2	15,0	29527,48	18,5	30621,75	17,5	4275,547	16,23
Газетно-журнальна продукція	36006,49	20,5	38305,92	24	34996,2	20	-1010,29	-2,81
Книжкова продукція	57083,41	32,5	43892,2	27,5	48119,85	27,5	-8963,55	-15,70
Пакувальна продукція	56205,12	32	47882,4	30	61243,35	35	5038,23	8,96
Всього:	175641	100	159608	100	174981	100	-660	-0,38

Як свідчать дані табл. 2.1 найбільшу питому вагу реалізації складають пакувальна продукція (35 %), книжкова продукція (27,5 %) та газетно-журнальна продукція (24 %).

Графічно структура реалізації по основних видах продукції представлена на рис. 2.1.

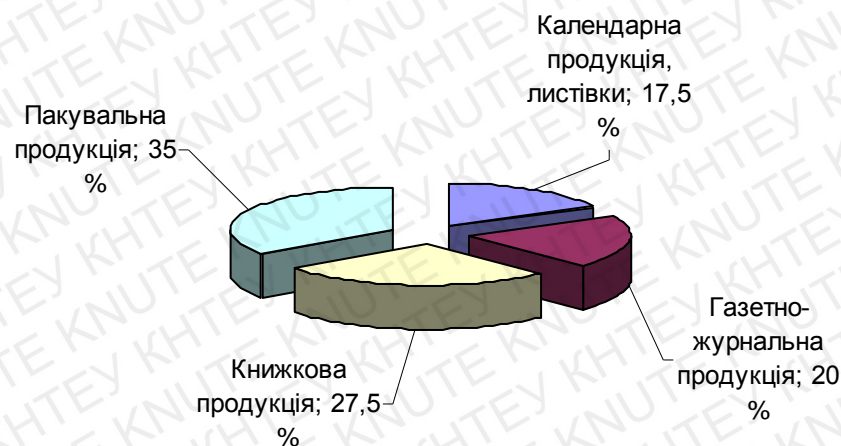


Рис. 2.1 Структура реалізації по основних видах продукції підприємства
«Новий друк», 2017 р. (%)

Для аналізу основних показників, які характеризують діяльність підприємства за 2015-2017 рр. складено табл. 2.2.

Таблиця 2.2

**Економічні показники діяльності ТОВ «Новий друк»
за 2015-2017 рр. (тис. грн.)**

№ з.п.	Показники	2015 р.	2016 р.	2017 р.	Приріст 2017 р. до 2015 р.	
					тис.грн.	%
1	Чистий дохід від реалізації (без ПДВ), тис.грн.	175641	159608	174981	-660	-0,38
2	Собівартість реалізованої продукції, тис.грн.	163141	152609	162542	-599	-0,37
3	Валовий прибуток, тис.грн.	12500	6999	12439	-61	-0,49
5	Вартість необоротних активів, тис.грн.	49179	47882	54244	5065	10,30
6	Вартість оборотних активів, тис.грн.	32054	29192	33263	1209	3,77
7	Середньоспискова чисельність персоналу, особ	298	296	290	-8	-2,68
8	Продуктивність праці, тис.грн.	589,4	538,9	603,4	14	2,38
9	Фондовіддача, грн.	0,28	0,30	0,31	0,03	10,71
10	Фондоозброєність, тис.грн.	18,25	18,29	19,01	0,76	4,16
11	Коефіцієнт оборотності оборотних активів	3,21	3,24	3,26	0,05	1,56
12	Рентабельність виробництва, %	7,66	4,59	7,65	-0,01	-0,13

За результатами табл. 2.2 виручка від реалізації у 2017 р. зменшилася порівняно з 2015 р. на 660 тис. грн, або на 0,38 %, що пов'язано із уповільненням обсягів виробництва і реалізації продукції у зв'язку із кризовими подіями в Україні.

Собівартість реалізованої продукції за період 2015-2017 рр. впала на 599 тис. грн, або 0,37 %. Собівартість реалізованої продукції знаходиться майже поряд із розмірами виручки від реалізації. Як стверджують спеціалісти підприємства через велику ціну (яка обумовлена високим рівнем собівартості продукції внаслідок застарілих технологій) продукція підприємства є не конкурентоспроможною за ціною.

Від господарської діяльності за період 2017 р. підприємство ТОВ «Новий друк» отримало прибутки у порівнянні із 2016 р. (+ 5440 тис.грн або 75 %), але в цілому за три роки розмір валового прибутку дещо зменшився на 61 тис. грн. або на 0,49 %.

В 2017 році в порівнянні з відповідним періодом 2015 року чисельність всього персоналу зменшилася на 8 осіб або на 2,68 %, а фонд оплати праці становив: у 2015 р. – 11021 тис. грн.; у 2016 р. – 9396 тис. грн.; у 2017 р. – 10633 тис. грн. За три роки фонд заробітної плати зменшився на 388 тис. грн. або 3,52 %. Продуктивність праці ТОВ «Новий друк» не демонструє за три роки суттєвих зрушень. За період 2015-2017 рр. продуктивність праці зростає лише на 14 тис. грн. або на 2,38 %.

Резерви підвищення продуктивності праці безмежні, як і науково-технічний прогрес, удосконалення організації виробництва, праці й управління. Тому в кожний конкретний період на підприємстві ТОВ «Новий друк» треба використовувати ті резерви, що дають максимальну економію праці за мінімальних витрат. Необхідною умовою виявлення і використання резервів є їхня кількісна оцінка.

Показники фондівіддачі у 2015 р. були менші нормативу, що рекомендується спеціалістами (в межах 3,0). Тобто на одиницю фондів припадає менше одиниць продукції (в 2015 р. – 0,28), а вже у 2016 р. - 0,30, та у 2017 р. – 0,31.

Управління фондівіддачею підприємства ТОВ «Новий друк» відбувається на основі управління виручкою і розміром основних виробничих фондів підприємства. Підвищення фондівіддачі підприємство ТОВ «Новий друк» може домогтися на основі рахування наступних чинників: збільшити продуктивність праці і устаткування; збільшити завантаження устаткування; провести автоматизацію виробництва, а також впровадити нові технології та інновації у виробництво і випуск продукції. Окремим питанням є розвиток дистрибуторської мережі покупців, підвищення якості і конкурентоспроможність поліграфічної продукції.

Рентабельність підприємства ТОВ «Новий друк» знаходяться на досить низькому рівні для даної галузі (у 2015 р. – 7,66 %, у 2016 р. – 4,59 %, у 2017 р. – 7,65 %). За три роки підприємство не показало прогресу.

Пояснити ситуацію можна тим, що на даний час в економіці ще спостерігаються складні кризові процеси. В таких умовах вкрай важливо шукати доступні резерви підвищення рентабельності, які дозволи б суб'єктам господарювання проводити безперебійну діяльність, здійснювати просте та розширене відтворення. Висока вартість позикових коштів, стрімке знецінення вартості національної валюти, малий внутрішній ринок.

Підприємство ТОВ «Новий друк» повинне використовувати як наявні на підприємстві внутрішні можливості підвищення ефективності роботи суб'єкта господарювання, так і пристосовувати до зовнішніх впливів та використовувати їх для підвищення результуючого показника роботи. Внутрішніми факторами підвищення рентабельності є організаційно-управлінські чинники, матеріально-технічні чинники, фінансові чинники, кадрові чинники. Щодо зовнішніх чинників, то сюди відносяться адміністративні, зовнішньоекономічні, ринкові чинники.

У період 2015-2016 рр. підприємство працювало збитково (у 2015 р. було отримано збиток на суму 2616 тис. грн., у 2016 р. – збиток 8737 тис. грн..). за 2017 р. підприємство отримало чистий прибуток у розмірі 738 тис. грн.

Факторами підвищення) прибутковості підприємства ТОВ «Новий друк» можуть бути: підвищення ефективності діяльності підприємства по збуту продукції. Перш за все, необхідно більше уваги приділяти підвищенню швидкості руху оборотних коштів, скороченню усіх видів запасів, домагатися максимально швидкого просування готових виробів від виробника до споживача. Має також місце збільшення обсягу виробництва продукції, що випускається за рахунок більш повного використання виробничих потужностей підприємства; скорочення витрат на виробництво за рахунок підвищення рівня продуктивності праці, економічного використання сировини, матеріалів,

палива, електроенергії, обладнання; усунення причини виникнення перевитрат фінансових ресурсів на управлінські і комерційні цілі.

Таким чином, результати аналізу основних показників діяльності підприємства ТОВ «Новий друк» за 2015-2017 рр. свідчать про незадовільне становище підприємства. Зараз діяльність підприємства орієнтована на розширення клієнтської бази, удосконалення збутової політики, що дасть змогу за рахунок надходження коштів поліпшити фінансовий стан підприємства.

Фактори, що формують прибуток поліграфічного підприємства ТОВ «Новий друк», можна розділити на п'ять основних груп:

- виробничі фактори;
- фактори, пов'язані з роботою служби продажів і маркетинговими комунікаціями;
- фактори, пов'язані з експлуатацією ринкових умов і сегментуванням ринку;
- фактори, пов'язані з формуванням собівартості продукції;
- фактори, пов'язані з ціновою конкуренцією.

Розглянемо структуру та динаміку джерел формування прибутку підприємства ТОВ «Новий друк» за 2015-2017 рр. (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Джерела формування прибутку ТОВ «Новий друк» за 2015-2017 рр.

Показники	2015 р.	2016 р.	2017 р.	Приріст 2017 р. до 2015 р.	
				тис.грн.	%
1. Чистий дохід від реалізації (без ПДВ), тис.грн.	175641	159608	174981	-660	-0,38
Валовий прибуток, тис.грн.	12500	6999	12439	-61	-0,49
Чистий прибуток, тис.грн.	- 2616	- 8737	738	768	x
2. Інші доходи, тис.грн.	7038	7522	6771	267	-3,79
Всього доходів, тис.грн.	182679	167130	181752	-927	-0,51

Як свідчать дані табл. 2.3 сума доходів підприємства ТОВ «Новий друк» за 2015-2017 рр. зменшилася на 927 тис. грн. або на 0,51 %.

Важливість категорій «доходи організації» і «витрати організації» як з економічної точки зору, так і з бухгалтерської безсумнівна. Поряд з категорією «прибутку» вони є дискусійними об'єктами економічної науки.

Елементи операційних витрат ТОВ «Новий друк» за 2015-2017 рр. зменшилася виглядають наступним чином (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

**Динаміка обсягів операційних витрат ТОВ «Новий друк»
за 2015-2017 рр.**

	Показники	2015 р.	2016 р.	2017 р.	Приріст 2017 р. до 2015 р.	
					тис.грн.	%
1	Матеріальні затрати	135828	131390	151604	15776	11,61
2	Витрати на оплату праці	11021	9396	10633	-388	-3,52
3	Відрахування на соціальні заходи	4065	3143	2024	-2041	-50,21
4	Амортизація	8393	8448	6762	-1631	-19,43
5	Інші операційні витрати	24403	23482	12990	-11413	-46,77
	Разом	183710	175859	184013	303	0,16

Як свідчать дані табл. 2.4 за період 2015-2017 рр. елементи операційних витрат ТОВ «Новий друк» доводилося дещо скорочувати. Так, за три роки скоротилися витрати на оплату праці на 388 тис. грн. (або 3,52 %), розмір відрахувань на соціальні заходи на 2041 тис. грн. (або на 50,21 %), а також інші операційні витрати на суму 11413 тис. грн.. (або на 46,77 %).

По-перше, було продано офсетний підрозділ. Завдяки цьому підприємство ТОВ «Новий друк» змогло істотно скоротити операційні витрати, відмовившись від нерентабельних активів і дорогої оренди приміщень. Але найголовніше, цей крок дозволив вивільнити кошти для інвестування.

По-друге, в ТОВ «Новий друк» серйозно підійшли до питання вибору цифрового листового друкарського обладнання. Зараз працюють дві

промислові системи друку Konica Minolta. Цифровий друк більш рентабельний і менш затратний в порівнянні з офсетним виробництвом.

По-третє, автоматизовано процеси отримання, підготовки і проходження замовлення. Таким чином, було збільшено швидкість обробки завдань і збільшено продуктивність виробництва в пікові моменти.

Графічно динаміка прибутку представлена на рис. 2.2.

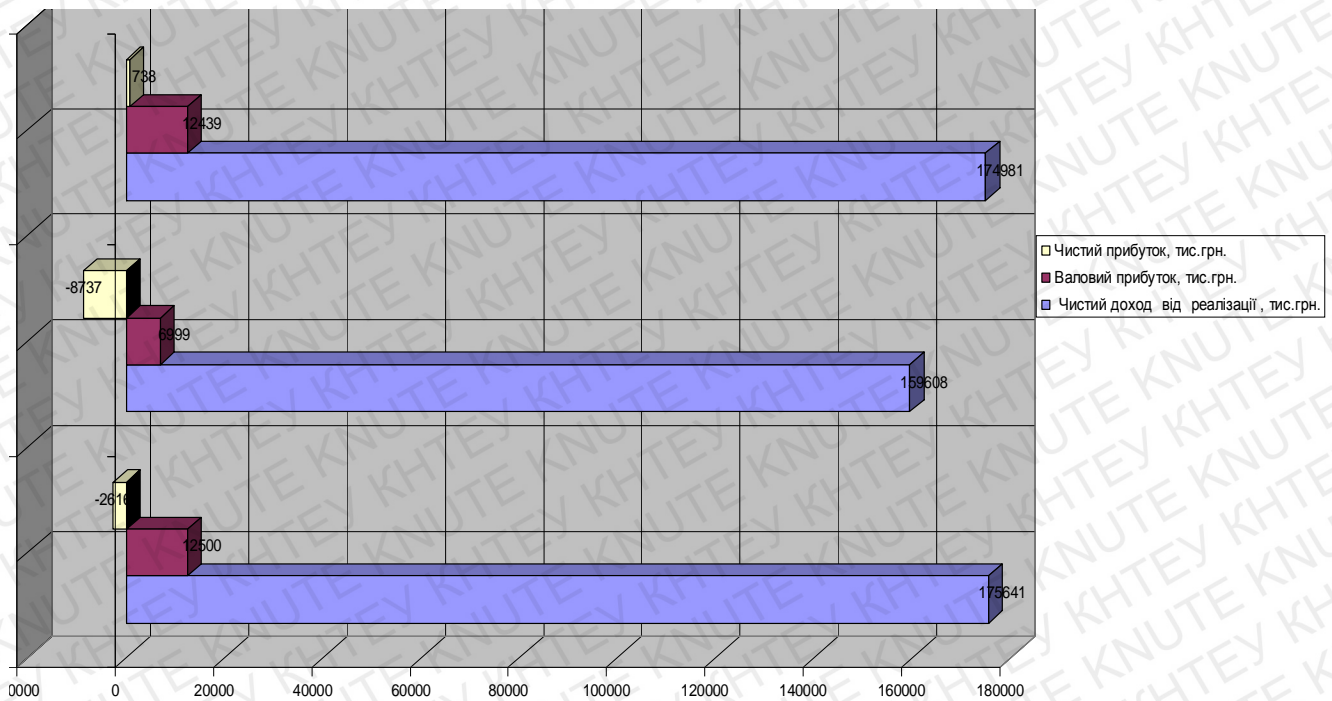


Рис. 2.2 Динаміка прибутку ТОВ «Новий друк» за 2015-2017 рр.

Збитковість підприємства у 2015-2016 рр. пояснюється тим, що головним трендом українського видавничо-поліграфічного сектору є зниження попиту через падіння ринків газет, журналів та книг. Системна криза видавничої поліграфії викликана як зменшенням читацького попиту, так і заміщенням друкованої продукції електронними засобами комунікації. Зростання цін через збільшення вартості практично всіх компонентів поліграфічного виробництва тільки погіршує ситуацію.

Таким чином, підприємству ТОВ «Новий друк» потрібні ряд стратегічних рішень, які врахують поточні тенденції на ринку та дозволять серйозно оновити робочі потоки типографії.

2.2. Характеристика напрямів використання прибутку ТОВ «Новий друк»

Визнання того факту, що в даний час у більшості українських підприємств існують проблеми з управління, формування, розподілу прибутку, вимагає розгляду певних актів вирішення даних питань на ТОВ «Новий друк».

Згідно ст. 44 Господарського кодексу України (далі - ГКУ), право вільного розпорядження прибутком, що залишається після сплати податків, зборів та інших платежів, передбачених законом, належить кожному суб'єкту господарювання [18]. Отже, підприємство самостійно встановлює напрямки використання власного чистого прибутку, в тому числі що накопичився за попередні роки.

Прибуток в організації розподіляється і використовується за двома напрямками: на накопичення і споживання. Критерій такого поділу — вплив використання прибутку на майно організації. Використання прибутку на накопичення призводить до збільшення майна організації, а використання її на споживання не збільшує майно організації.

Відповідно до законодавства підприємства платять з валового прибутку в бюджет податок на прибуток і окремі види доходів, решта (чистий прибуток) використовується підприємством.

Для бухгалтерського і податкового обліку документальною підставою для відображення операції розподілу чистого прибутку можуть бути як установчі документи, так і протоколи зборів засновників (учасників) ТОВ «Новий друк».

Не зайвим буде уточнити, що у податковому обліку відображається тільки один з напрямків використання чистого прибутку — виплата дивідендів. Відображення ж інших напрямків використання чистого прибутку Податковим Кодексом України не передбачено.

Прибуток ТОВ «Новий друк» у 2017 р. був спрямована на: розвиток виробництва і бізнесу; поповнення існуючих фондів; створення фінансових резервів організації; премії працівникам.

Показники використання чистого прибутку ТОВ «Новий друк» за період 2015 -2017 рр. представлено в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

**Аналіз використання чистого прибутку ТОВ «Новий друк»
за 2015 -2017 рр.**

Показники	2015 р.	2016 р.	2017 р.	Приріст 2017 р. до 2015 р.	
				тис.грн.	%
1. Чистий прибуток, тис.грн.	х	х	738	738	х
2. Розподіл чистого прибутку, тис.грн.:					
- в резервний фонд	х	х	110,7	110,7	х
- у фонд споживання	х	х	627,3	627,3	х
3. Частка в чистому прибутку, %					
- резервного фонду	х	х	15	х	х
- фонду споживання	х	х	85	х	х

Деталізуючи дані табл. 2.5 зазначимо, що в 2015-2016 рр. прибутку підприємство не отримувало. У 2017 р., коли ситуація покращилася завдяки великим зусиллям усієї команди резервний фонд та фонд споживання підприємства ТОВ «Новий друк» розподілилися наступним чином: 110,7 тис. грн. (15 %) та 627,3 тис. грн.. (85 %).

Нещодавно ТОВ«Новий друк» прийняло рішення все ж таки прагнути збільшити свій статутний капітал (5500 тис. грн.), щоб стати більш привабливим для інвесторів, а також для здійснення певних видів діяльності мати капітал певного розміру. Як відомо, статутний капітал може бути сформований: грошовими коштами, нерухомістю, нематеріальними активами, матеріалами, дебіторською заборгованістю.

У будь-якому випадку статутний капітал Товариства можна збільшити за рахунок нерозподіленого прибутку, за вирахуванням податків, зборів, штрафів і оплати рахунків. Таке рішення прийнято загальними зборами учасників.

Із фонду споживання кошти розподілялися наступним чином (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

**Показники використання фонду споживання ТОВ «Новий друк» за
2015-2017 рр.**

Показники	2015 р.	2016 р.	2017 р.	Приріст 2017 р. до 2015 р.	
				тис.грн.	%
1. Фонд споживання	х	х	627,3	627,3	х
2. Розподіл фонду споживання:					
- розвиток бізнесу	х	х	250,92	250,92	х
- на матеріальне заохочення працівників	х	х	156,83	156,83	х
- інші витрати	х	х	219,55	219,55	х
3. Частка у фонді споживання, %					
- розвитку бізнесу	х	х	40	40	х
- матеріального заохочення працівників	х	х	25	25	х
- інших витрат	х	х	35	35	х

Як видно із даних табл. 2.6 фонд споживання підприємства ТОВ «Новий друк» у 2017 р. був розподілений та використаний наступним чином: на розвиток бізнесу 250,92 тис. грн. або 40 %; на матеріальне заохочення працівників 156,83 тис. грн. або 25 %; інші витрати 219,55 тис. грн. або 35 %.

Варто зазначити, що співвідношення прибутку на накопичення та споживання справляє значний вплив на фінансовий стан підприємства. Недостатність коштів, які спрямовуються на накопичення, стримують зростання обороту, і це призводить до збільшення потреби в запозичених коштах.

Варто зазначити, що серед усіх замовлень переважає попит на нестандартну поліграфічну продукцію. Незважаючи на те, що вартість на оригінальне оформлення вище, інтерес цільової аудиторії з кожним днем зростає. До нестандартної поліграфічної продукції відносять і цікаву постдрукарську обробку (ламінація, конгрев, біговка і ін.).

Підводячи підсумки, слід зазначити, що якщо компанія ТОВ «Новий друк» хоче розвиватися і користуватися високим попитом у замовників, то і якість послуг, що надаються повинна зростати. Це стосується і оперативності виконання замовлень, і якості поліграфічних матеріалів, і, звичайно ж, професійності співробітників. Тільки якщо будуть враховані всі потреби цільової аудиторії, і в той же час, буде високим якість послуг, попит на друкарню ТОВ «Новий друк» буде стрімко рости.

Система економічно обґрунтованого розподілу і перерозподілу прибутку повинна будуватися таким чином, щоб забезпечувати максимально можливу ефективність господарювання комерційних організацій в умовах ринкових перетворень української економіки. Саме тому, однією з найважливіших проблем розподілу прибутку є оптимальне співвідношення частки прибутку, що спрямовується до бюджету і залишається в розпорядженні господарських суб'єктів.

Для цього доцільно здійснити пофакторні розрахунки зміни прибутку підприємства ТОВ «Новий друк». Підкреслимо, що головними факторами, які впливають на розмір прибутку, є:

- обсяг продажу продукції. Щоб дізнатися, як він впливає на прибутковість, потрібно перемножити зміну кількості реалізованих товарів на прибуток минулого періоду звіту;
- різноманітність товарів, що продаються. Щоб дізнатися його вплив, потрібно порівняти прибуток поточного періоду, який розрахований на підставі собівартості і цін базисного періоду, з базисним прибутком, зробити перерахунок на зміну кількості проданих товарів;
- зміна собівартості. Щоб дізнатися її вплив, потрібно зіставити собівартість реалізації товарів періоду звіту з витратами базисного періоду, які перераховані на зміну рівня реалізації;
- витрати комерційного й адміністративного характеру. Їх вплив розраховується шляхом порівняння їх розмірів у базисному періоді і періоді звіту;

- рівень цін. Щоб дізнатися його вплив, потрібно порівняти рівень продажів періоду звіту та базисного періоду.

Таблиця 2.7

Факторний аналіз зміни прибутку від продажу ТОВ «Новий друк»

	Показники	Базисний період	Період звіту	Приріст	
				тис.грн.	%
1	Чистий дохід від реалізації, тис.грн.	159608	174981	-660	-0,38
2	Собівартість продукції, тис.грн.	152609	162542	-599	-0,37
3	Комерційні витрати, тис.грн.	4170	4273	103	2,47
4	Адміністративні витрати, тис.грн.	7167	6903	264	-3,68
5	Інші операційні витрати, тис.грн.	10371	12992	2621	25,27
6	Прибуток від продажів, тис.грн.	-9647	-525	x	x
7	Індекс зміни ціни	1,0	1,15	0,15	15,0
8	Обсяг реалізації у співставних цінах, тис.грн.	159608	148733	-10875	-6,81

Деталізуючи дані табл. 2.7 зазначимо, що виручка від реалізації продукції підприємства ТОВ «Новий друк» в звітному періоді склала 174981 тис. грн., для початку необхідно визначити обсяг продажів в базисних цінах (174981 / 1,15), який склав 148733 тис. грн. З урахуванням цього зміна обсягу продажів за аналізований період склала 81,5% (148733/159608*100%), тобто відбулося зниження обсягу реалізованої продукції на 6,81 %. За рахунок зниження обсягу продажу продукції прибуток від продажу продукції ще знизився: на суму 656 тис. грн.

Прибуток звітного періоду, виходячи з собівартості і цін базисного періоду, можна визначити з деякою часткою умовності наступним чином:

- виручка від продажу звітного періоду в цінах базисного періоду 148733 тис. грн.;

- фактично реалізована продукція, розрахована за базисної собівартості (152609* 0,681) = 103926 тис. грн.;

- комерційні витрати базисного періоду 4170 тис. грн.;

- управлінські витрати базисного періоду 7167 тис. грн.;

- прибуток звітнього періоду, розрахований за базисної собівартості і базисних цін $(152609 - 103926 - 4170 - 7167) = 37346$ тис. грн.

Тож, вплив зрушень у структурі асортименту на величину прибутку від продажів наступний: $37346 - (-9647 * 0,681) = 37346 - (-6659) = 44005$ тис. грн. Проведений розрахунок показує, що в складі реалізованої продукції збільшилася питома вага продукції з меншим рівнем прибутковості.

Вплив зміни собівартості на прибуток можна визначити, зіставляючи собівартість реалізації продукції звітнього періоду з витратами базисного періоду, перерахованими на зміну обсягу продажів: $(152609 * 0,681) - 162542 = -58615$ тис. грн. Собівартість реалізованої продукції збільшилася, отже, прибуток від продажу продукції знизився на ту ж суму.

Вплив зміни комерційних і управлінських витрат на прибуток ТОВ «Новий друк» визначимо шляхом зіставлення їх величини в звітньому і базисному періодах. За рахунок збільшення розміру комерційних витрат прибуток зменшився на 103 тис. грн. $(4273 - 4170)$, а за рахунок зниження розміру управлінських витрат зріс умовно на 264 тис. грн. $(6903 - 7167)$.

Для визначення впливу цін реалізації продукції, робіт, послуг на зміну прибутку необхідно зіставити обсяг продажів звітнього періоду, вираженого в цінах звітнього і базисного періоду, тобто: $174981 - 148733 = 26248$ тис. грн.

Підводячи підсумок, порахуємо загальний вплив всіх перерахованих чинників на прибутки від продажу підприємства ТОВ «Новий друк»:

- вплив обсягу продажу -656 тис. грн.;
- вплив структури асортименту реалізованої продукції + 44005 тис. грн.;
- вплив собівартості -58615 тис. грн.;
- вплив величини комерційних витрат + 103 тис. грн.;
- вплив величини управлінських витрат - 264 тис. грн.;
- вплив цін реалізації + 26248 тис. грн.;
- загальний вплив факторів + 12123 тис. грн..

Значне зростання собівартості продукції відбулося в основному за рахунок підвищення цін на сировину і матеріали. Крім цього, на суму прибутку

зробило негативний вплив зменшення обсягу продажів і негативні зрушення в асортименті продукції. Негативний вплив перерахованих факторів було компенсовано підвищенням реалізаційних цін, а також зниження управлінських витрат. Отже, резервами зростання прибутку підприємства ТОВ «Новий друк» є зростання обсягу продажів, збільшення частки більш рентабельних видів продукції в загальному обсязі реалізації та зниження собівартості товарів, робіт і послуг.

Проаналізувавши основні фактори, що впливають на рівень прибутку від продажів продукції ТОВ «Новий друк», попередньо зроблено висновок, що його збільшення в сучасних умовах може бути досягнуте за допомогою реалізації наступних резервів:

- зниження матеріальних витрат в результаті більш раціонального використання матеріальних ресурсів;
- використання вторинних ресурсів і сировини;
- оновлення основних засобів і технічне переозброєння виробництва;
- вдосконалення планування, аналізу, управління комплексними витратами;
- підвищення продуктивності праці і економія трудових витрат в результаті механізації і автоматизації виробництва;
- ліквідація непродуктивних виплат з оплати праці;
- зростання обсягу реалізації і ліквідації позареалізаційних збитків;
- оптимізація цінової політики.

2.3. Оцінка ефективності управління формуванням прибутку підприємства

Поняття прибутку, як фінансового результату діяльності, виражає певну форму реалізації економічних відносин з приводу утворення і використання в грошовій формі частини вартості додаткового продукту, що склалися на

певному етапі розвитку, в певній економічній системі, і що реалізуються через створений в ній господарський механізм.

Прибуток підприємства передбачає збільшення економічних вигід при русі майна підприємства ТОВ «Новий друк». Виручка від продажів представляє собою суму грошових коштів, які надійшли на рахунок підприємства за продану продукцію та надані послуги. Вона служить головним джерелом грошових доходів підприємства ТОВ «Новий друк». Виручка від продажів являється тією важливою фінансовою категорією, яка виражає грошові відносини між постачальниками та споживачами продукції та послуг даного підприємства.

Інша частина у вигляді доходів та витрат, які безпосередньо не пов'язані з формуванням основного реалізаційного фінансового результату, утворює інший фінансовий результат, який включає в себе інші доходи та витрати. Якщо за звітний період підприємство ТОВ «Новий друк» від продажу продукції та інших операцій, які складають предмет його діяльності, отримало прибуток, то весь його фінансовий результат буде дорівнювати прибутку від продажу плюс інші доходи, мінус інші витрати. У тих випадках, коли ТОВ «Новий друк» отримувало збиток від продажу, його загальний фінансовий результат дорівнював сумі збитку від продажу плюс інші витрати, мінус інші доходи.

В результаті аналізу витрат підприємства ТОВ «Новий друк» з'ясовано, що витрати, класифіковані за обліковою ознакою, відносять на собівартість продукції специфічними способами. Вони впливають на формування як прибутку від продажів продукції, так і оподаткованого прибутку. Значний вплив на зміну собівартості надають зміни матеріальних витрат, амортизації, зміни в оплаті праці. Причому можна оцінити не тільки абсолютний вплив перерахованих факторів, а й відносний, що характеризує зміну в режимі господарювання. З цією метою обчислюється показник рентабельності, в якому абсолютна величина порівнюється з тими факторами, які сприяли її утворення.

У той же час важливо додати, що абсолютна величина прибутку не є визначальним параметром результативності діяльності сучасного підприємства.

Найбільш важливе значення має якісна характеристика результуючих показників.

Рентабельність характеризує відношення (рівень) прибутку до авансованого капіталу або його елементів; джерел коштів або їх елементів; загальній величині поточних витрат або їх елементів. Показники рентабельності відображають суму прибутку, отриману організацією на кожен гривню капіталу, активів, доходів, витрат і т.д.

На основі наявної вихідної інформації за даними фінансової звітності ТОВ «Новий друк» проведемо розрахунок показників рентабельності підприємства, результати якого представлені в таблиці 2.8.

Таблиця 2.8

**Динаміка показників рентабельності ТОВ «Новий друк»
за 2015-2017 рр.**

Показники	2015 р.	2016 р.	2017 р.	Приріст 2017 р. до 2015 р.		
				тис.грн.	%	
Вихідні дані						
1	Власний капітал підприємства	56446	52390	42345	-14101	-24,98
2	Баланс підприємства на початок звітнього року	114795	106038	74062	-40733	-35,48
3	Чистий дохід від реалізації продукції	175641	159608	174981	-660	-0,38
4	Собівартість реалізованої продукції	163141	152609	162542	-599	-0,37
5	Валовий прибуток підприємства	12500	6999	12439	-61	-0,49
6	Чистий прибуток	x	x	738	768	x
Розрахунок показників (%)						
1	Рентабельність активів	x	x	0,99	0,99	x
2	Рентабельність власного капіталу	x	x	1,74	1,74	x
3	Валова рентабельність продажів	7,11	4,39	7,10	-0,01	-0,14
4	Чиста рентабельність продажів	x	x	0,42	0,42	x
5	Валова рентабельність	7,66	4,59	7,65	-0,01	-0,13
6	Чиста рентабельність виробництва	x	x	0,45	0,45	x

Як свідчать отримані розрахунки табл. 2.8 діяльність ТОВ «Новий друк» за 2015-2016 рр. була збитковою, а рентабельність продажів та виробництва у 2017 р. знаходилися на досить низькому рівні.

Для підприємства ТОВ «Новий друк» очевидним є пошук напрямів підвищення ефективності управління формуванням прибутку.

В умовах ринкової економіки, коли кожна організація прагне максимально ефективно використовувати наявні ресурси для максимізації прибутку і підвищення конкурентоспроможності, потрібні надійні інструменти аналізу господарської діяльності. Маржинальний аналіз у своїй суті є ефективним інструментом прийняття управлінських рішень для ТОВ «Новий друк». Це дозволить з'ясувати, як саме формується фінансовий результат.

Основою маржинального аналізу є угруповання витрат виробництва в залежності від зміни обсягу діяльності підприємства на змінні і постійні, і застосування категорії маржинального доходу, рівного різниці між виручкою від реалізації продукції і змінними витратами. Чим більше маржинальний дохід, тим швидше будуть покриті всі постійні витрати і організація почне отримувати прибуток. Змінні витрати змінюються пропорційно обсягу виробництва продукції, надання послуг, тобто знаходяться в залежності від рівня ділової активності фірми. Постійні є незмінними щодо обсягів виробництва.

Маржинальний аналіз дозволяє вибрати оптимальний варіант управлінських рішень для ТОВ «Новий друк» при наявності альтернатив, що стосуються зміни виробничої потужності, асортименту продукції, цінової політики, варіантів обладнання, технології виробництва, придбання комплектуючих деталей і ін.

Без сумніву, має місце багатоступенева форма розрахунку показників прибутку, використання якої в комерційних організаціях дозволить виявити різні чинники, що впливають на чистий прибуток, а також визначити резерви зниження собівартості і збільшення прибутку, що зробило б позитивний вплив на процес аналітичної та ревізійної роботи.

Маржинальний аналіз діяльності підприємства ТОВ «Новий друк» за 2015-2017 рр. здійснено у табл. 2.9.

Для розрахунку показників використовувалися наступні формули:

Коефіцієнт покриття постійних витрат = Маржинальний дохід / Виручка від продажів (2.7)

Критичний об'єм продажів = Постійні витрати / Коефіцієнт покриття постійних витрат (2.8)

Коефіцієнт покриття постійних затрат = Маржинальний дохід / Виручка від продажів (2.9)

Операційний важель = Змінні витрати / Прибуток від продажів (2.10)

Запас фінансової міцності = 1 / (Операційний важель), % (2.11)

Таблиця 2.9

Маржинальний аналіз діяльності діяльності

ТОВ «Новий друк» за 2015-2017 рр.

№ з.п.	Показники	2015 р.	2016 р.	2017 р.	Приріст 2017 р. до 2015 р.	
					тис.грн.	%
Вихідні дані						
1	Чистий дохід від реалізації (без ПДВ), тис.грн.	175641	159608	174981	-660	-0,38
2	Змінні витрати, тис.грн.	152792	140256	145016	-7776	-5,09
3	Маржинальний дохід, тис.грн.	22849	19352	29965	7116	31,14
5	Постійні витрати, тис.грн.	23012	20456	24456	1444	6,27
6	Прибуток від продажів, тис.грн.	-163	-1104	5509	x	x
Розрахункові показники						
1	Коефіцієнт покриття постійних витрат	0,13	0,12	0,17	0,04	3,07
2	Критичний обсяг продажів, тис. грн.	176894	168713	142811	-34083	-19,27
3	Операційний важель, тис. грн.	-937	-127	26,3	x	x
4	Запас фінансової міцності, %	-0,10	-0,78	3,79	x	x

Із результатів розрахунку табл. 2.8 видно, що коефіцієнт покриття постійних витрат за період 2015-2017 рр. збільшився на 3,07 %. Коефіцієнт покриття постійних фінансових витрат – це економічний показник, який прагне виміряти здатність компанії генерувати достатньо прибутку для покриття своїх зобов'язань фінансового характеру.

Операційний леверидж (важіль) пов'язаний з рівнем підприємницького ризику, що характеризується ймовірністю неотримання прибутку за рахунок нерациональної структури витрат підприємства, а саме, співвідношення змінних і постійних витрат. Ефект операційного левериджу (важеля) показує, на скільки відсотків зміниться операційний прибуток підприємства у разі зміні величини виручки (без ПДВ) на 1%.

Операційний леверидж (важіль) дозволяє оцінити ступінь впливу зміни обсягів продажів підприємства ТОВ «Новий друк» на розмір майбутнього операційного прибутку організації. Сума покриття визначає фінансовий стан підприємства, так як величина цього показника містить постійні витрати підприємства і прибуток. В даний час більшість українських підприємств виручкою від реалізації продукції (робіт, послуг) відшкодовують лише витрати (реалізація за собівартістю), або не відшкодовують взагалі (реалізація нижче собівартості). Невідшкодовані витрати підприємства сприяють утворенню збитку. У 2015 р. операційний важель становив на рівні (-937 тис. грн.), у 2016 р. (-127 тис. грн.). Ситуація змінилася на краще у 2017 р., коли було отримано позитивне значення 26,3 тис. грн..

Запас фінансової міцності — це перевищення фактичної чистої виручки над безприбутковим обігом, її сума показує, до якої межі може впасти виручка, щоб не було збитку. Іншими словами запас фінансової міцності показує, до якого рівня можна зменшити розмір виручки від реалізації ТОВ «Новий друк», до того як буде досягнуто розмір критичної виручки. При подальшому зниженні розміру виручки підприємство почне приносити збитки, визначається це шляхом вирахування з сумарної виручки її критичного значення. Так само він може бути легко розрахований за допомогою показників аналізу величин в точці беззбитковості. Чим більше даний запас, тим стабільніша ситуація на підприємстві.

Як бачимо, у 2015-2016 рр. запас фінансової міцності був від'ємним, у 2017 р. далось домогтися рівня 3,79 %.

Для того, щоб підняти значення коефіцієнта міцності підприємства ТОВ «Новий друк» необхідно провести наступні заходи:

1. Підвищити сумарну виручку від продажів: збільшити кількість продажів, підвищити ціни продажів, підвищити одночасно кількість і ціни продажів.
2. Знизити величини в точці беззбитковості: підвищити ціни продажів, поліпшити структуру обороту за рахунок інтенсивного просування продукції, яка має велику питому суму покриття в процентах від ціни.
3. Зменшити витрати: зменшити змінні витрати, зменшити постійні витрати, зменшити і постійні і змінні витрати одночасно.
4. Замінити постійні витрати на змінні, наприклад, при переході до закупівель матеріалів з боку від свого власного виробництва.

Для підвищення рівня коефіцієнта покриття необхідно поповнювати реальний власний капітал підприємства й обґрунтовано стримувати зростання поза обігових активів і дебіторської заборгованості.

Таким чином, деякі отримані показники свідчать про те, що отриманий прибуток підприємство мало змогу розподіляти та розпоряджатися ним лише у 2017 р., коли вдалося вийти із небажаного тренду збитковості 2015-2016 рр.

Таким чином, вивчення практичних аспектів управління формуванням прибутку підприємства ТОВ «Новий друк» дозволяє сформулювати ряд висновків.

У період 2015-2016 рр. підприємство працювало збитково (у 2015 р. було отримано збиток на суму 2616 тис. грн., у 2016 р. – збиток 8737 тис. грн.). За 2017 р. підприємство отримало чистий прибуток у розмірі 738 тис. грн. Збитковість підприємства у 2015-2016 рр. пояснюється тим, що головним трендом українського видавничо-поліграфічного сектору є зниження попиту через падіння ринків газет, журналів та книг.

У 2017 р., коли ситуація покращилася завдяки великим зусиллям усієї команди резервний фонд та фонд споживання підприємства ТОВ «Новий друк» розподілилися наступним чином: 110,7 тис. грн. (15 %) та 627,3 тис. грн.. (85

%). Фонд споживання підприємства ТОВ «Новий друк» у 2017 р. був розподілений та використаний наступним чином: на розвиток бізнесу 250,92 тис. грн. або 40 %; на матеріальне заохочення працівників 156,83 тис. грн. або 25 %; інші витрати 219,55 тис. грн. або 35 %.

Фактори, що формують прибуток поліграфічного підприємства ТОВ «Новий друк», умовно згруповано до п'яти основних груп: виробничі фактори; фактори, пов'язані з роботою служби продажів і маркетинговими комунікаціями; фактори, пов'язані з експлуатацією ринкових умов і сегментуванням ринку; фактори, пов'язані з формуванням собівартості продукції; фактори, пов'язані з ціною конкуренцією.

Вплив економічних чинників на прибутки від продажу підприємства ТОВ «Новий друк» наступний: вплив обсягу продажу -656 тис. грн.; вплив структури асортименту реалізованої продукції + 44005 тис. грн.; вплив собівартості -58615 тис. грн.; вплив величини комерційних витрат + 103 тис. грн.; вплив величини управлінських витрат - 264 тис. грн.; вплив цін реалізації + 26248 тис. грн. Загальний вплив факторів + 12123 тис. грн..

Проведена класифікація факторів, що впливають на прибуток підприємства ТОВ «Новий друк» дозволяє систематизувати резерви підвищення прибутку та шляхи реалізації останніх. Зокрема надані рекомендації щодо оптимізації ряду показників, оцінки якості прибутку для побудови у майбутньому більш прогресивних моделей управління процесами формування і розподілу прибутку.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ПРИБУТКУ ТОВ «НОВИЙ ДРУК»

3.1. Визначення резервів збільшення прибутку ТОВ «Новий друк»

Формування прибутку являється підсистемою менеджменту підприємства, і її удосконалення без розгляду зв'язків та взаємодій із загальною системою виробництва не дасть бажаного результату.

Зростанню прибутку підприємства сприяє маніпулювання такими показниками, як розмір виробництва та розміри продажів, товарооборотність, витрати виробництва та обігу, норма прибутку тощо. Разом із тим, довгостроковий прибуток залежить від значно більшого числа факторів, які характеризують ринкову ситуацію, зовнішнє середовище підприємства.

Відповідно до класичної економічної теорії, основу існування будь-якої комерційної організації становить вартість створених в ній продуктів, або по-науковому – додана вартість. В поліграфічній індустрії, до якої відноситься підприємство ТОВ «Новий друк» такою вважають вартість проданої друкованої продукції за вирахуванням грошових витрат на закупівлю паперу, витратних матеріалів та напівфабрикатів, необхідних для виробництва даної продукції. Отримана таким чином різниця утворює виручку підприємства, яка йде на виплати: зарплати співробітникам і бонусів персоналу, засобів за амортизацію або оренду обладнання, приміщень та іншого майна, комунальних платежів, податків, банківських відсотків за кредити та інших обов'язкових платежів.

У рентабельних підприємств після виконання перерахованих дій обов'язково повинна залишатися деяка позитивна сума, звана прибутком, на жаль ТОВ «Новий друк» прибутків немає. Саме для отримання такого прибутку власники створюють, набувають, розвивають свої підприємства і докладають

всі свої зусилля, щоб прибуток був стабільним і як можна більш істотним за величиною.

При проведенні SWOT-аналізу передбачається наступна послідовність дій: виявлення сильних і слабких сторін підприємства, можливостей і загроз і встановлення зв'язків між ними, які можуть бути використані в подальшому при виборі стратегії розвитку організації, розробці стратегічного плану та його реалізації. Так само даний аналіз допоможе нам визначити на які недоліки важливо звернути особливу увагу. На підставі проведеного аналізу можна виробити стратегію формування прибутку. Крім того, аналіз допомагає встановити зв'язки між даними складовими. застосування SWOT-аналізу дозволить нам систематизувати всю наявну інформацію і бачачи ясну картину «поля бою», приймати зважені рішення, що стосуються подальшого розвитку підприємство ТОВ «Новий друк». Для проведення SWOT-аналізу складемо табл. 3.1.

Таблиця 3.1

SWOT-аналіз підприємства «Новий друк»

Сильні сторони	Можливості
<ul style="list-style-type: none"> - наявність стійких зв'язків з основними замовниками – великими компаніями і рекламними агентствами - продумана асортиментна і цінова політика - налагоджена технологія продажів і висока якість обслуговування - наявність кур'єрської служби та власного транспорту. - впровадження нових передових Автоматизованих технологій виробництва. б. - оптимально короткі терміни виготовлення 	<ul style="list-style-type: none"> - розширення географічної зони присутності підприємства на ринку України - поява нових матеріалів і технологій для поліграфічного виробництва - підвищення продуктивності праці через впровадження передових методів управління - можливості по зміні постачальників сировини - маневрування ціною за рахунок «відсіювання» дрібних замовників і вивільнення часу для більш «дорогих» партій замовлень
Слабкі сторони	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> - недосконалий складський облік - високі витрати на виробництво і утримання підприємства «на плаву» в цілому - невикористані резерви підвищення продуктивності праці - потреба в модернізації деяких поточкових ліній - наявність непродуктивних виплат відсутність фонду накопичення 	<ul style="list-style-type: none"> - демпінг з боку конкурентів - підвищення собівартості витратних матеріалів - перехід «дорогих» замовників до конкурентів - жорсткість вимог податкових органів - збільшення мінімального рівня зарплат по Україні, що потягне автоматично збільшення фонду оплати праці

Тож, беручи до уваги специфіку діяльності ТОВ «Новий друк» та враховуючи дані табл. 3.1 керівництву друкарні рекомендується вибрати два основні варіанти для вирішення цього завдання (рис. 3.1):

- 1) зменшення витрат виробництва за рахунок тієї ж автоматизації, підвищення продуктивності праці, оптимізації браку і т. п.
- 2) підвищення ціни реалізації за окремі види виробленої продукції, зосереджуючись на якості та сервісі.
- 3) беручи до уваги № 1,2 – можливість формування фонду накопичення для подальшого розвитку підприємства.

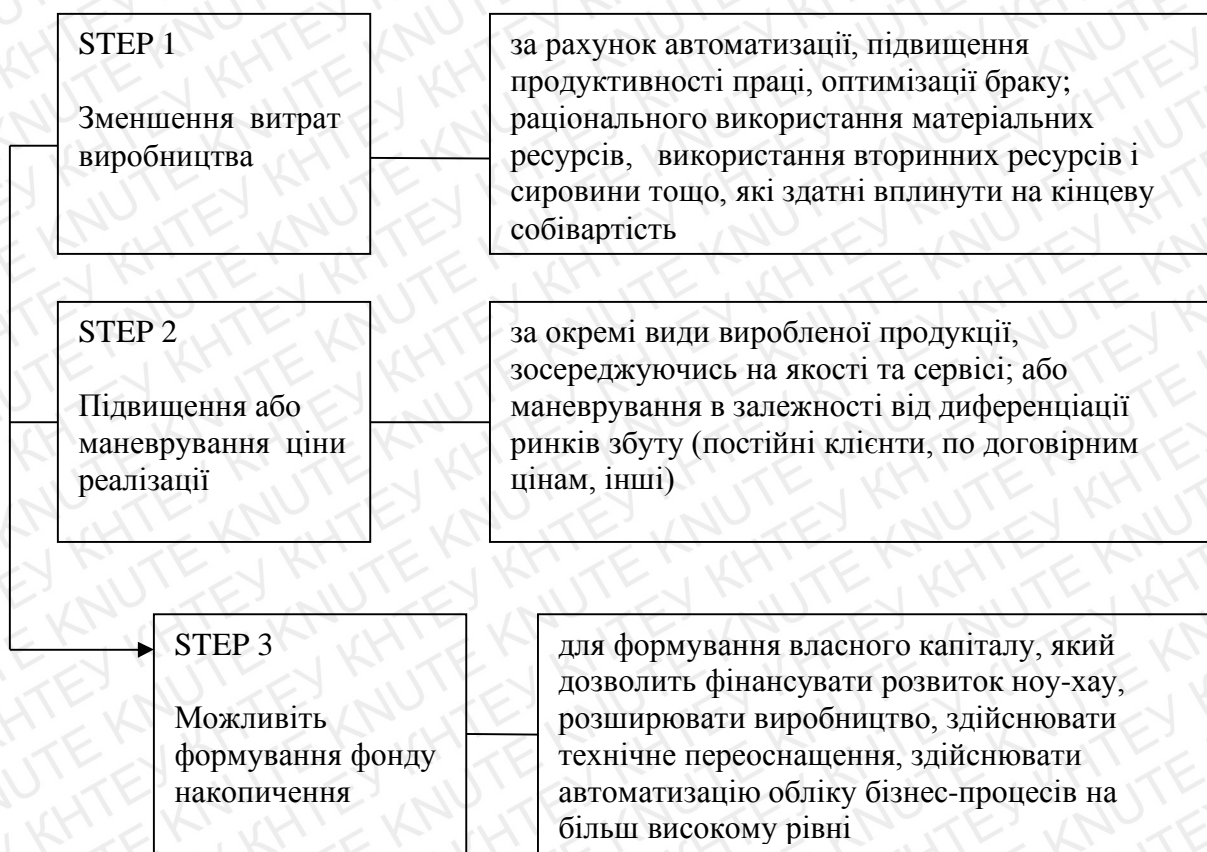


Рис. 3.1. Визначення резервів збільшення прибутку підприємства
ТОВ «Новий друк»

Джерело: складено автором на основі результатів табл. 3.1.

Зрозуміло, це не банальне збільшення вартості на продукцію поліграфії, інакше в умовах високо конкурентного поліграфічного ринку можна втратити всіх своїх клієнтів. Навіть аргумент про більш високу якість друкованої

продукції вже не працює, так як зараз більшість друкарень України задовольняють всім стандартам якості друку, і їх продукція повністю влаштовує більшість замовників, які не готові платити більше за навіть термінове виконання їх замовлень. Йдеться про інший спосіб змусити клієнтів платити більше.

Для підприємства ТОВ «Новий друк» актуальним буде більш раціональне використання матеріальних ресурсів, зокрема використання вторинних ресурсів і сировини. Також варто здійснити деяку модернізацію основних фондів, при цьому вдосконалити систему планування, аналізу, управління комплексними витратами, підвищити продуктивність праці в результаті механізації і автоматизації виробництва. Окремо варто здійснити перегляд цінової політики у бік її підвищення, адже в цілому по Україні ряд виробників вже давно її переглянули.

Як відомо, собівартість продукції планується та враховується по калькуляційним статтям витрат. При аналізі собівартості продукції варто перевіряти виконання плану по витратам в цілому, виявляти причини економії та перевитрат по кожній статті, встановити резерви подальшого зниження собівартості продукції.

Такими резервами для підприємства ТОВ «Новий друк» є:

- зниження норм витрат сировини та матеріалів;
- економія, що може бути утворена від заміни одних видів сировини іншими, матеріалів іншими, більш сучасними (стосується якості паперу передусім, технології нанесення кольору тощо);
- скорочення збитків від втрат із-за браку продукції та відходів виробництва;
- більш повне використання у виробництві вторинних ресурсів;
- підвищення продуктивності праці та економне використання фонду заробітної плати;
- підвищення якості поліграфічної продукції.

У той же час у формах звітності підприємства ТОВ «Новий друк» відображається планова та фактична собівартість по факту випущеної продукції, тобто представлена планова та фактична собівартість одного і того ж (фактичного) об'єму виробництва. Тому, виявлені відхилення розкривають рівень змін самих витрат незалежно від структурних зрушень у випуску продукції. Аналізуючи виявлені відхилення від планових значень (як позитивних, так і від'ємних), варто виявляти причини їх виникнення та також усунути їх або стимулювати.

Щодо цінової політики, то для підприємства ТОВ «Новий друк» додатково може бути проведено сегментування конкурентів по їх ринковим часткам в певному сегменті. Також можна вирахувати мінімальне, максимальне та середнє значення цін по сегменту, а також медіану. На основі цього сформулювати власну стратегію обґрунтування підвищення цін.

Як відомо, на українському ринку рекламних та поліграфічних послуг існує жорстка та напружена конкуренція. Ринок перенасичений компаніями, які пропонують ті ж самі послуги. Тому виживають і процвітають найсильніші. На ринку функціонують такі відомі гіганти і лідери поліграфії як «Інтертехнологія», «Полігафсервіс», «Діалог прес», «Бліцпринт», «Бланксервіс», «Бриск», «Колір ПРО» та інші. З-поміж «середнього» діапазону цін, яким маневрують конкуренти новому замовнику подекуди важко «ідентифікувати» якість та зупинити свій вибір. Саме тому, пропонується на окремі види продукції збільшити ціну реалізації (приміром, на виготовлення кольорових каталогів, які в умовах розвитку бізнесу в сфері ритейлу є досить актуальними; виготовлення газет та журналів, адже створюються все нові та нові друковані засоби інформації; на виготовлення брошур, адже їх замовляють чимала кількість методичних кабінетів та кафедр ВУЗів України та ін.).

На основі проведеного аналізу доцільно зробити висновки щодо відповідності цінової політики підприємства такої, яка відповідає ринковим

реаліям, напрацювати та викласти «маятник» цін в кожному сегменті друкованої продукції.

Доцільно по обраним групам конкурентів проводити аналіз їх цінових стратегій (приміром, чи використовує підприємство стратегію низької ціни або високої). Як зазначалося раніше, чимала кількість підприємств поліграфічної галузі України намагається «брати ринок» за рахунок стратегії низьких цін, роблячи акцент на об'ємах.

Ми пропонуємо для ТОВ «Новий друк» по окремих видах продукції (кольорові каталоги; виготовлення газет та журналів; книг та брошур) вийти на більш високий ціновий діапазон, відрізняючись своєю технологічністю, креативною подачею, сервісом.

При аналізі діяльності підприємства ТОВ «Новий друк» особливу увагу слід приділити розгляданню впливу такого фактора як ринки збуту, так як цей фактор значно впливає на рівень середньо реалізаційних цін.

ТОВ «Новий друк» пропонує свої послуги і реалізує свою продукцію по досить широкому спектру збутових каналів, в силу своєї специфіки, а також в силу браку оборотних коштів, підприємство змушене встановлювати різні ціни на свою продукцію для різних покупців. Наприклад, велику частину своєї продукції підприємство реалізує за договірними, вищими цінами численним оптовим покупцям (в основному, це юридичні особи), а частина продукції реалізується по лінії взаємозаліків з різними постачальниками матеріалів.

У зв'язку з цим рекомендується збільшити в загальній масі частку продукції, що продається за договірними, більш високими цінами. Це зумовить підвищення середнього рівня ціни однієї одиниці виробу, і в результаті збільшить прибуток від реалізації продукції. При постійному браку фінансових коштів підприємства ТОВ «Новий друк» не в змозі в досить короткі терміни виконувати великі замовлення клієнтів на виготовлення окремих видів продукції, в зв'язку з цим рекомендується використовувати в діяльності невеликі позики і кредити. При цьому витрати на оплату відсотків по ним

будуть набагато нижчими, якби підприємство взагалі не виробляло і не реалізувало цю продукцію.

ТОВ «Новий друк» – сучасне поліграфічне підприємство з розширеним комплексом послуг, яке не у повній мірі використовує свої потужності, що суттєво впливає на продуктивність праці – зокрема нові швидкісні рулонні і листові офсетні машини фірми «Heidelberg», вкладочно-швейні та різальні агрегати фірм «Heidelberg» та «Muller Martini», термосклеювальні машини «Kolbus» і «Muller Martini», ріжучі машини фірми «Heidelberg» та «Wohlenberg», машину для висікання і склейки коробок, упаковок Bobst, ниткошвейну машину «Astronic тощо.

Стосовно більш повного використання у виробництві ТОВ «Новий друк» вторинних ресурсів в рамках зменшення собівартості, то варто зазначити, що переробка актуальна для тих відходів, яких не вдається уникнути навіть при максимальній оптимізації виробництва. Хоча в будь-якій ситуації більш переважно запобігання утворенню відходів, переробка залишається одним з найважливіших інструментів для запобігання потрапляння відходів у навколишнє середовище.

Офсетні друкарні, до числа яких входить і ТОВ «Новий друк» виробляють безліч різних відходів, потенційно придатних до переробки. Основна маса відходів – паперові: обріз, бракована продукція, паперовий зрив, залишки ролей. Подібні відходи можуть застосовуватися для виробництва міцного високоякісного паперу з вторинними волокнами.

На підставі проведених фахівцями розрахунків можна відзначити, що ціна на паперову продукцію, виготовлену із вторинної сировини, виходить значно нижче, ніж при виробництві з деревних ресурсів, при досить високій якості продукції за рахунок застосування сучасних технологій виробництва. Виробництво паперу та картону з вторинної сировини є менш енергоємним, що також актуально для нашої країни на даному етапі розвитку [49, с. 182] .

Для вирішення вищевказаних проблем підприємству ТОВ «Новий друк» необхідно розробити заходи спрямовані на розподіл чистого прибутку до

фонду накопичення, для вирішення другої проблеми необхідно частину чистого прибутку використовувати для розширення діяльності.

У підсумку, механізм розподілу прибутку на підприємстві ТОВ «Новий друк» має будуватися таким способом, щоб сприяти створенню умов по найбільш раціональному використанні коштів на розвиток бізнесу, приймаючи до уваги показники рівнів фондо – та енерго-оснащення, оборотності оборотних засобів, продуктивності праці тощо.

Ефективне використання прибутку можливе лише при узгодженні дій системи економічних важелів. При цьому первісне значення має реалізація продукції. По-перше, тому що в процесі продажів продукції на ринку відбувається заміщення засобів виробництва, які були витрачені. По-друге, реалізація продукції – це момент, коли виробничий продукт отримує своє визнання на ринку. Будь-яка затримка в реалізації викликає порушення ритмічності виробництва, а значить, веде до зниження ефективності діяльності підприємства.

Варто зауважити, що якщо є можливість отримання «незаробленого» прибутку за рахунок екстенсивного (головним чином за рахунок зміни умов поставки продукції, підвищення цін та ін.) то це лише покриває безгосподарність, підсилює несприйняття підприємства до досягнень НТП, здійсненню заходів по ресурсозбереженню. Якщо темпи росту вартісних показників перевищують приріст продукції в натуральному вираженні, це означає зниження ефективності використання ресурсів, що відображається в підвищенні матеріаломісткості, трудомісткості, і у кінцевому підсумку, – собівартості виробленої продукції.

Тож, рекомендується керівництву підприємства ТОВ «Новий друк» оволодіти новими методами розподілення прибутку. Тут повинні враховуватися інтереси декількох сторін. По-перше, сама держава зацікавлена як у створенні умов, які направлені на стимулювання розвитку виробництва, так і в реалізації своїх економічних функцій, що обумовлює необхідність оподаткування, який зменшує показник прибутку на величину відповідних податкових відрахувань.

По-друге, сам колектив ТОВ «Новий друк» зацікавлений в отримання більших доходів, що потребує збільшення витрат по статті «заробітна плата» та «нарахування». По-третє, у випадку отримання кредитів та позик кредитори мають бути впевнені у поверненні своїх коштів.

При цьому, якщо новий технологічний уклад у виробництві друкованої продукції ґрунтується на технічних інноваціях (цифровий і нано-друк, web-to-print, крос-медійні процеси і т.д.), то новий видавничий уклад ТОВ «Новий друк» – на формуванні мультимедійної системи передачі інформації.

Відзначаючи неминучість цієї тенденції у видавничій справі і оцінюючи конкурентоспроможність того чи іншого виду друкованої продукції в найближчій перспективі можна підкреслити, що поліграфічна, як і видавнича діяльність – це бізнес, схильний до тих чи інших ринкових обставинам. Тут завдання держави полягає в тому, щоб регулювати ці обставини з метою сприяння розвитку бізнесу. Життєвий цикл паперового носія триватиме, і межі його присутності в сфері інформаційного забезпечення ніяк не позначені. Саме тому, підприємству ТОВ «Новий друк» варто лише розвиватися. Вже сьогодні ринок поліграфічних робіт України постійно, але досить інтуїтивно, реагує на перспективність випуску її певних видів, встановлюючи ті чи інші пропорції для збереження і розвитку наявних виробничих потужностей. І це загальносвітова тенденція

Керівництву підприємства ТОВ «Новий друк» варто переглянути внутрішні резерви підвищення рентабельності власного капіталу, знайти оптимальне співвідношення між використанням коштів на споживання (нормою розподілення) та відсотком збільшення власних коштів (внутрішніми темпами росту). Такі проблеми, як відсутність фонду накопичення та неможливість реалізації заходів щодо розширення діяльності підприємства по причині відсутності фонду накопичення мають бути ліквідовані.

3.2. Обґрунтування прибутку ТОВ «Новий друк» в плановому періоді

В даний час необхідність управління прибутком на поліграфічних підприємствах очевидна, особливо при нестачі фінансових ресурсів. Відсутність в системі управління прибутком систематичної управлінської інформації, використання розрізнених аналітичних показників і інших факторів суттєво гальмують розвиток поліграфічних підприємств. У зв'язку з цим зростає потреба поліграфічних підприємств в регулярному отриманні структурованої інформації, яка дає не тільки уявлення про діяльність всього підприємства, а й може бути використана в процесі прийняття управлінських рішень.

Без сумніву, коли сума отримана від виручки дорівнює сумі постійних і змінних витрат, то підприємство знаходиться в точці безбиткового виробництва. Звичайно, перебування в точці безбитковості краще, ніж опинитися нижче її. Але потрібно прагнути до кращого, і підприємству ТОВ «Новий друк» варто прагнути подолати свою кризу.

Механізм управління прибутком поліграфічних підприємств, до якого відноситься підприємства ТОВ «Новий друк» є динамічним системним процесом, що включає управлінські дії, метою яких є організація, аналіз, планування, прогнозування, регулювання, контроль за утворенням і витрачанням чистого доходу, покликані забезпечити оптимальні доходи поліграфічного підприємства в поточному і перспективному періодах.

Пропонована до впровадження на поліграфічному підприємстві ТОВ «Новий друк» система управління прибутком розглядає прибуток як результат стратегічних дій і як попередній параметр управління ліквідністю, а її функціонування передбачає активні дії з метою контролю взаємозалежності прибутку, потоку грошових коштів і потенціалу прибутку.

Беручи до уваги дані розділу 2 (табл. 2.10) та пропозиції щодо зменшення витрат виробництва побудуємо табл. 3.2, в якій здійснено обґрунтування зміни витрат виробництва в плановому році.

Таблиця 3.2

**Обґрунтування змін обсягів витрат виробництва ТОВ «Новий друк»
в плановому році**

	Показники	2017 р.	Плановий рік	Приріст	
				тис.грн.	%
1	Матеріальні витрати (-5%) за рахунок удосконалення технологічних процесів	151604	144024	-7580	-5
2	Витрати на оплату праці (-3%) за рахунок оптимізації посад, функціональних обов'язків та зменшення кількості працівників	10633	10314	-319	-3
3	Відрахування на соціальні заходи (-3%)	2024	1963	-61	-3
4	Амортизація	6762	6762	0	0
5	Інші операційні витрати (1,5%) за рахунок зменшення знецінення запасів, витрат на дослідження, нестач і втрат від псування цінностей тощо	12990	11042	-1949	-15
	Разом	184013	174105	-9908	-5,4

Таким чином, у підсумку вдасться досягти зміни витрат виробництва на суму (-9908 тис. грн.) або на 5,4 %.

Не викликає сумніву, що підприємства ТОВ «Новий друк» обов'язково повинно працювати з прибутком, з таких причин:

- неможливо гарантувати беззбиткову діяльність на відчутному відрізку часу, так як не завжди вдається несподівані витрати відразу перекрити відповідними доходами;
- якщо підприємство забезпечує беззбитковість, насилу зводячи кінці з кінцями, а витрати мають тенденцію до перевищення доходів, то з часом це підприємство (у т.ч. ТОВ «Новий друк») очікує неминуче банкрутство;
- підприємство повинно неодмінно розвиватися, а для цього потрібні вільні кошти або джерела прибутку;

- якщо рахунок прибутків і збитків підприємства ТОВ «Новий друк» не має позитивного сальдо, важко розраховувати на результативну фінансову взаємодію з партнерами і контрагентами.

Тож, реалізація першого кроку (STEP 1) на шляху до збільшення прибутку підприємства ТОВ «Новий друк» дозволить отримати наступні результати (рис. 3.2.).

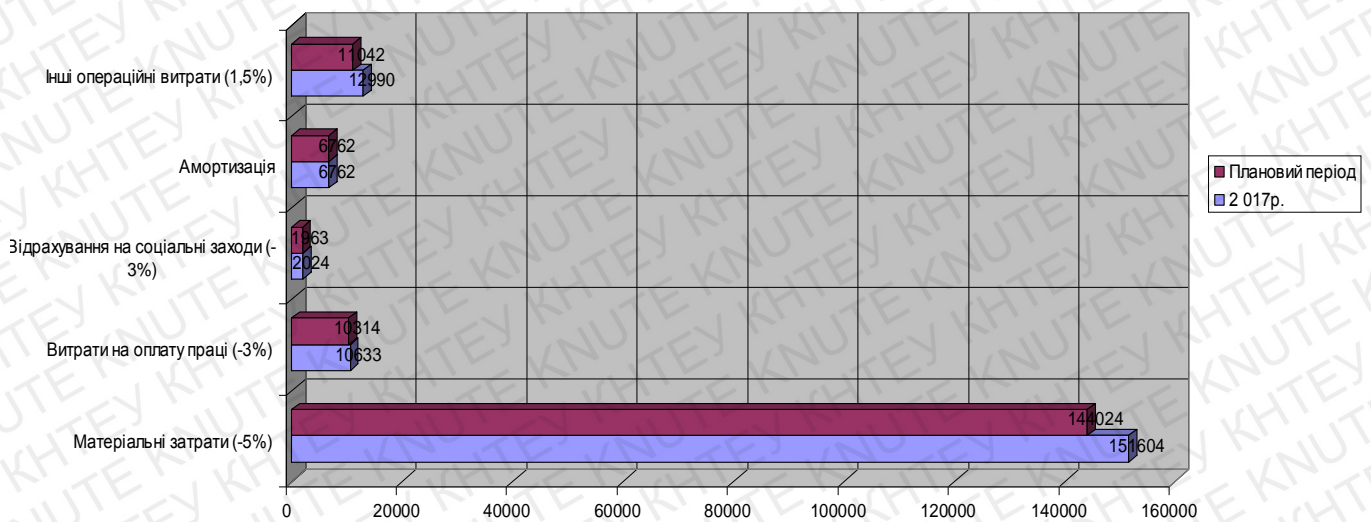


Рис. 3.2 Результати реалізації першого кроку (STEP 1) щодо збільшення прибутку ТОВ «Новий друк»

Переходячи безпосередньо до збільшення ціни реалізації продукції підприємства ТОВ «Новий друк» у плановому періоді може бути отримано наступні результати.

Беручи до уваги дані розділу 2 (табл. 2.2) та обґрунтування пропозиції збільшення ціни реалізації побудуємо табл. 3.3. Таблиця побудована за умови Кр. (кількість реалізації продукції – $K_p = \text{const}$).

Таблиця 3.3

Зміна обсягу реалізації основних видів продукції ТОВ «Новий друк» за рахунок збільшення ціни (тис. грн.)

Продукція	2017 р.	Плановий рік	Приріст	
			тис.грн.	%
Календарна продукція, листівки (без змін)	30621,75	30621,75	-	-
Газетно-журнальна продукція (3 %)	34996,2	36046,09	1049,89	5,0
Книжкова продукція (3%)	48119,85	49563,45	1443,6	5,0
Пакувальна продукція (без змін)	61243,35	61243,351	-	-
Всього:	174981,1	177474,6	2493,4	1,4

Таким чином, вдасться досягти зміни обсягів реалізації за рахунок підвищення цін на суму (4155,8 тис. грн.) або на 1,4 %.

Реалізація другого кроку (STEP 2) на шляху до збільшення прибутку підприємства ТОВ «Новий друк» принесе наступні результати (рис. 3.3.)

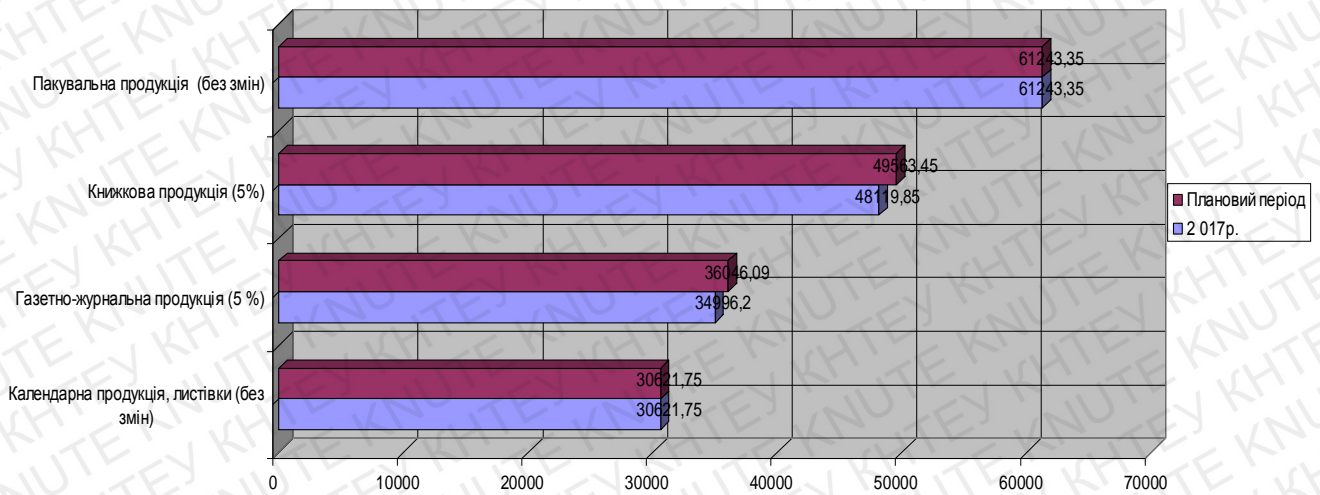


Рис.3.3 Результати реалізації другого кроку (STEP 2) щодо збільшення прибутку ТОВ «Новий друк»

Варто підкреслити такий момент, що складаючи річний кошторис, слід забезпечити підприємство від неприємних несподіванок, взявши до уваги такі загальноекономічні фактори, як фактична інфляція та інфляційні очікування, зростання цін, підвищення прожиткового мінімуму і необхідні в зв'язку з цим зміни посадових окладів.

Таблиця 3.4 буде побудована за умови теперішнього стану соціально-економічного розвитку крани, зменшення також і таких статей витрат, як комерційні витрати, адміністративні та інші операційні витрати на 1,5%).

Беручи до уваги дані розділу 2 (табл. 2.8) та обґрунтування пропозиції збільшення прибутку побудуємо табл. 3.4.

До уваги будуть братися такі показники, як розмір виручки, собівартість продукції, валовий прибуток, інші операційні доходи, комерційні витрати, адміністративні витрати, інші операційні витрати, інші доходи, інші фінансові витрати.

Таблиця 3.4

**Зміна розміру прибутку ТОВ «Новий друк»
за результатами запропонованих заходів**

	Показники	2017 р.	Плановий рік	Приріст	
				тис.грн.	%
1	Чиста виручка від реалізації, тис.грн.	174981,15	177474,6	2493,5	1,42
2	Собівартість продукції, тис.грн.	162542	153764,0	-8778	-5,4
3	Валовий прибуток, тис.грн.	12439,0	23710,6	11271,6	90,62
4	Інші операційні доходи, тис.грн.	6771,0	6500,0	-271	-4,00
5	Комерційні витрати, тис.грн.	4273	4208,9	-64,1	-1,50
6	Адміністративні витрати, тис.грн.	6903	6799,5	-103,5	-1,50
8	Інші операційні витрати, тис.грн.	12992	12797,1	-194,9	-1,50
9	Фінансовий результат від операційної діяльності, тис.грн.	-525	6405,1	6930,1	-
10	Інші доходи, тис.грн.	1503	1550	47	3,13
11	Інші фінансові витрати, тис.грн.	240	275	35	14,58
12	Чистий фінансовий результат, тис.грн.	738	7680	6942	940,65

Отже, бачимо зміну розміру чистого фінансового результату на суму 6942 тис. грн. або в 9,5 разів лише незначними видозмінами в ціні реалізації та зменшенні певних видів операційних витрат.

Прогноз для зміни розміру прибутку ТОВ «Новий друк» складено відповідно до тенденцій соціально-економічного розвитку України, оптимізації купівельної спроможності юридичних осіб, які є замовниками основних видів

продукції ТОВ «Новий друк». Так, у 2019 році прогнозується в країні зростання ВВП на рівні 4,1 відсотка, у 2020 — на 5 відсотків, у 2021 — на 5,4 відсотка. Цей сценарій було розроблено з метою визначення додаткових ефектів (позитивних та негативних), які можуть бути сформовані в економіці внаслідок реалізації складних реформ (земельної та податкової в частині оподаткування прибутків підприємств), а також бюджетної «вартості» таких реформ. У цілому прогнозні макроекономічні орієнтири відповідають прогнозованим МВФ тенденціям. [100].

Варто пам'ятати, що виробнича діяльність підприємства ТОВ «Новий друк» є залежною від фінансового і маркетингового потенціалу на підприємстві, а також від ступеня впровадження нових технологій, нового обладнання та форм його обслуговування, все це в сукупності свідчить про рівень можливої продуктивності, нарощування конкурентних переваг в рамках виробництва. В останні роки знос основного обладнання збільшувався, нові технології практично не впроваджувалися, на підприємствах працювали за старими організаційними формами, тому все це характеризувало спадний тренд розвитку. Дана позиція призводить на практиці частіше за все до перерозподілу капіталу від «слабких» виробників до «сильних» і у останніх - до формування нових принципів перерозподілу прибутку.

Тож, саме час ситуацію для підприємства ТОВ «Новий друк» змінити на краще. Зміна розміру прибутку підприємства ТОВ «Новий друк» буде завжди залежати від безлічі управлінських факторів. Знання ринку поліграфії, навика, досвід та інтуїція керівників здатні забезпечити ефективне управління прибутком навіть у складні часи. Задля цього, звісно, необхідно відвідувати тренінги, семінари, слухати відомих коучерів, які допоможуть оптимізувати бізнес-процеси..

3.3. Прогнозна оцінка ефективності управління формуванням прибутку підприємства

Перед тим, як надавати прогнозну оцінку ефективності управління формуванням прибутку підприємства ТОВ «Новий друк» зазначимо, що управління прибутком як окремий управлінський процес має бути взаємопов'язаним з усім комплексом фінансового менеджменту на підприємстві. Даний факт необхідно враховувати при здійсненні процесу формування, розподілу і використання прибутку.

Орієнтованість на стратегічні цілі розвитку підприємства передбачає здійснення управління формуванням прибутку таким чином, щоб у разі суперечності між наявним проектом, що дозволяє отримати прибуток, і стратегічними цілями організації проект повинен бути відхилений незалежно від рівня прибутку, яка очікується при його реалізації. Це пов'язано з тим, що прагнення отримати максимальний обсяг прибутку, яке здійснюється в розріз з наявною довгостроковою метою розвитку підприємства, може призвести до дестабілізації всього підприємства і втрати здатності отримувати прибуток в подальшому.

Варіативність підходів до розробки окремих управлінських рішень передбачає формування управлінських рішень в галузі управління прибутком таким чином, щоб вони враховували альтернативні варіанти розвитку економічних подій. Так, при зміні будь-якого фактора, що впливає на рівень прибутку, управлінські рішення повинні гнучко підлаштовуватися під зміни і по можливості мінімізувати негативний вплив середовища функціонування підприємства на рівень одержуваного прибутку.

Останній із загальноприйнятих принципів – комплексний характер у формуванні управлінських рішень – передбачає взаємозв'язок між прийнятими управлінськими рішеннями відносно управління прибутком і кінцевою метою управління прибутком підприємства ТОВ «Новий друк». Даний факт виходить з того, що не всі операції приносять прибуток, більш того, деякі можуть

призводити до дефіциту фінансових ресурсів і приводити до збитків. Однак в комплексі результати всіх операцій повинні призводити до прибутку. Це основа ефективного управління позитивним фінансовим результатом

Формули, за якими здійснювалися розрахунки представлені у розділі 1.

Прогнозні показники рентабельності ТОВ «Новий друк» наведено в табл.

3.5.

Тож, беручи до уваги можливі отримані позитивні зрушення, здійснимо розрахунок показників рентабельності підприємства ТОВ «Новий друк» в плановому періоді.

Таблиця 3.5

Прогнозні показники рентабельності ТОВ «Новий друк»

	Показники	2017 р.	Плановий рік	Приріст	
				тис.грн.	%
Вихідні дані					
1	Власний капітал підприємства	42345	50500	8155,0	19,26
2	Баланс підприємства на початок звітного року	74062	105505	31443,0	42,45
3	Чистий дохід від реалізації продукції	174981	177474,6	2493,5	1,42
4	Собівартість реалізованої продукції	162542	153764,0	-8778	-5,4
5	Валовий прибуток підприємства	12439	23710,6	11271,6	90,62
6	Чистий прибуток	738	7680	6942	940,65
Розрахункові показники (%)					
1	Рентабельність активів	0,99	7,27	6,28	634,34
2	Рентабельність власного капіталу	1,74	15,21	13,47	774,14
3	Валова рентабельність продажів	7,10	13,5	6,4	90,14
4	Чиста рентабельність продажів	0,42	4,33	3,91	930,95
5	Валова рентабельність	7,65	15,42	7,77	101,57
6	Чиста рентабельність виробництва	0,45	5,0	4,55	1011,11

Як свідчать отримані розрахунки табл. 3.5 діяльність ТОВ «Новий друк» у прогностному періоді вже не буде збитковою, а рентабельність продажів та виробництва суттєво підвищаться (рентабельність продажів на 90,14%, а чиста рентабельність виробництва у 10 разів.

Маржинальний аналіз діяльності підприємства ТОВ «Новий друк» у прогностному періоді здійснено у табл. 3.6.

Для розрахунку показників будемо використовувати наступні формули:

Коефіцієнт покриття постійних витрат = Маржинальний дохід / Виручка від продажів (3.7)

Критичний обсяг продажів = Постійні витрати / Коефіцієнт покриття постійних витрат (3.8)

Коефіцієнт покриття постійних затрат = Маржинальний дохід / Виручка від продажів (3.9)

Операційний важель = Змінні витрати / Прибуток від продажів (3.10)

Запас фінансової міцності = 1 / (Операційний важель), % (3.11)

Таблиця 3.6

Маржинальний аналіз діяльності підприємства ТОВ «Новий друк» у плановому періоді

№ з.п.	Показники	2017 р.	Плановий рік	Приріст	
				тис.грн.	%
Вихідні дані					
1	Чистий дохід від реалізації (без ПДВ), тис.грн.	174981	177474,6	2493,6	1,42
2	Змінні витрати, тис.грн.	145016	137765	-7250,8	-5,00
3	Маржинальний дохід, тис.грн.	29965	39709,4	9744,4	32,52
5	Постійні витрати, тис.грн.	24456	21456	-3000	-12,27
6	Прибуток від продажів, тис.грн.	5509	18253,4	12744,4	231,34
Розрахункові показники					
1	Коефіцієнт покриття постійних витрат	0,17	0,22	0,05	29,41
2	Критичний обсяг продажів, тис. грн.	142811	97527	-45284	-31,71
3	Операційний важіль	26,3	35,5	9,2	34,98
4	Запас фінансової міцності	3,79	4,32	0,53	13,98

Із результатів розрахунку табл. 3.6 видно, що коефіцієнт покриття постійних витрат збільшиться на 29,4 %. Операційний леве́ридж (важіль) пов'язаний з рівнем підприємницького ризику, що характеризується ймовірністю неотримання прибутку за рахунок нераціональної структури витрат підприємства, а саме, співвідношення змінних і постійних витрат. Ефект операційного леве́риджу (важеля) показує, на скільки відсотків зміниться операційний прибуток підприємства у разі зміни величини виручки (без ПДВ) на 1%. Операційний леве́ридж (важіль) підприємства ТОВ «Новий друк» зміниться на 34,98%. Запас фінансової міцності буде покращено на 13,98%.

В результаті запропонованих заходів для підвищення внутрішніх резервів ефективності використання прибутку, підвищення рентабельності власного капіталу підприємства ТОВ «Новий друк» можна переглянути також і політику розподілу прибутку.

Для ТОВ «Новий друк» можна запропонувати наступний порядок розподілу чистого прибутку:

- 15 % - на формування резервного капіталу;
- 35% - на фонд споживання;
- 50% - фонд накопичення.

Схема розподілу та використання прибутку, яка пропонується для підприємства ТОВ «Новий друк» значно під вищість ефективність формування власного капіталу, при цьому у підприємства з'явиться можливість за рахунок фонду споживання фінансувати необхідні витрати на розширення бізнесу.

Тож, у підсумку запропоновано модель оперативного управління прибутком, яка заснована на врахуванні факторів, що впливають на його величину, з використанням механізму операційного леве́реджа. В якості основних факторів, що формують прибуток підприємства ТОВ «Новий друк» виділені: обсяг виробництва в натуральному вираженні, ціна продукції, що виробляється і структура собівартості в частині співвідношення постійних і змінних витрат.

Обґрунтовано використання показника економічного прибутку для оцінки діяльності підприємства в перспективі і розроблена модель стратегічного управління прибутком на основі її інтегрованого взаємозв'язку зі стратегією підприємства і орієнтації на економічний прибуток, що відображає основні тенденції сучасного бізнесу.

При цьому варто передбачати можливість моделювання альтернативних варіантів їх вирішення на основі виявлення та аналізу факторів досягнення певного рівня фінансової стійкості підприємства з урахуванням його потенційних можливостей і обмежень внутрішнього та зовнішнього середовища.

Що внутрішнього середовища, то здійснена спроба «витягування» на поверхню невикористаного потенціалу підприємства у частині можливості зменшення операційних витрат, маневрування цінами реалізації.

Таким чином, вивчення практичних аспектів напрямів підвищення управління формуванням прибутку підприємства ТОВ «Новий друк» дозволяє сформулювати ряд висновків.

У період 2015-2016 рр. підприємство працювало збитково (у 2015 р. було отримано збиток на суму 2616 тис. грн., у 2016 р. – збиток 8737 тис. грн.). За 2017 р. підприємство отримало чистий прибуток у розмірі 738 тис. грн.

Беручи до уваги дану ситуацію було запропоновано ряд заходів, а саме:

- 1) зменшення витрат виробництва за рахунок тієї ж автоматизації, підвищення продуктивності праці, оптимізації браку і т. п.
- 2) підвищення ціни реалізації за окремі види виробленої продукції, зосереджуючись на якості та сервісі.
- 3) беручи до уваги № 1,2 – можливість формування фонду накопичення для подальшого розвитку підприємства.

Зменшення витрат виробництва пропонувалося здійснювати за рахунок автоматизації, підвищення продуктивності праці, оптимізації браку; раціонального використання матеріальних ресурсів, використання вторинних ресурсів і сировини тощо, які здатні вплинути на кінцеву собівартість.

Підвищення ціни реалізації – за окремі види виробленої продукції, зосереджуючись на якості та сервісі; або маневрування в залежності від диференціації ринків збуту (постійні клієнти, по договірним цінам, інші)

Зменшення витрат виробництва для формування власного капіталу, який дозволить фінансувати розвиток ноу-хау, розширювати виробництво, здійснювати технічне переоснащення, здійснювати автоматизацію обліку бізнес-процесів на більш високому рівні.

Таким чином, у підсумку вдалося досягти зміни витрат виробництва на суму (-9908 тис. грн.) або на 5,4 %; зміни обсягів реалізації за рахунок підвищення цін на суму (4155,8 тис. грн.) або на 1,4 %.

Рентабельність продажів та виробництва суттєво підвищуються: рентабельність продажів на 90,14%, а чиста рентабельність виробництва у 10 разів.

Коефіцієнт покриття постійних витрат збільшиться на 29,4 %; операційний леверидж (важіль) підприємства ТОВ «Новий друк» зміниться на 34,98%, а запас фінансової міцності зросте на 13,98%.

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

За результатами дослідження сформулюємо головні висновки.

У ході вивчення теоретичних основ управління формуванням прибутку підприємства з'ясовано, що прибуток – частина додаткової вартості, виробленої, реалізованої та готової до розподілу. Підприємство одержує прибуток після того, як втілена у створеному продукті вартість реалізується і набуває грошової форми.

Отже, об'єктивна основа прибутку пов'язана з потребою первинного розподілу додаткового продукту. Таким чином, прибуток — об'єктивна економічна категорія, тому на його формування впливають об'єктивні процеси, що відбуваються в суспільстві, сфері виробництва й розподілу валового внутрішнього продукту. Водночас прибуток – це показник, який формується на мікрорівні. Прибуток відображає результати фінансово-господарської діяльності підприємств як суб'єктів господарювання і зазнає впливу багатьох чинників. У формуванні прибутку підприємств є особливості залежно від сфери їх діяльності, галузі господарства, форми власності, розвитку ринкових відносин тощо.

Під час дослідження сутності прибутку внесено уточнення в поняття управління прибутком, яке доцільно трактувати як комплексну, інтегровану в загальну концепцію управління підприємством систему, орієнтовану на вирішення тактичних і стратегічних завдань.

З'ясовано, що 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.

Підкреслено, що зростання прибутку означає збільшення потенційних можливостей підприємства, підвищення ступеня його ділової активності. За прибутком визначається частка доходів власників підприємств, розміри дивідендів акціонерів та інших доходів. Прибуток визначає також рентабельність капіталу, впливає на вартість усього підприємства загалом.

Під час вивчення методологічних засад аналізу системи управління формуванням прибутку підприємства встановлено, що мета аналізу прибутку полягає в з'ясуванні причин, що зумовили зміну прибутку, визначенні резервів його зростання і підготовці управлінських рішень щодо мобілізації виявлених резервів. Виходячи із цього, для досягнення даної мети в ході проведення аналізу вирішуються наступні завдання: оцінка виконання плану (прогнозу) та динаміки фінансових результатів; вивчення складу і структури прибутку; виявлення і кількісна зміна впливу факторів формування прибутку; аналіз і оцінка якості прибутку; вивчення напрямків, пропорцій і тенденцій розподілу прибутку; виявлення резервів зростання прибутку; розробка рекомендацій щодо найбільш ефективного використання прибутку з урахуванням перспектив розвитку підприємства.

У той же час не варто забувати і про методологію фінансово-економічного аналізу як загального підходу до дослідження, який базується на діалектиці та враховує єдність аналізу і синтезу; вивчення економічних явищ в їх взаємозалежності; вивчення економічних явищ у розвитку, в динаміці.

З'ясовано, що аналіз прибутку підрозділяється на різні напрямки, види та форми в залежності від наступних ознак. За напрямками дослідження виділяють аналіз формування прибутку та аналіз його використання; за організації проведення виділяють внутрішній і зовнішній аналіз прибутку; за масштабами діяльності можна виділити аналіз прибутку по підприємству в цілому; по структурному підрозділу або центру відповідальності; за окремими виробами; за обсягом дослідження виділяють повний і тематичний аналіз прибутку; за періодом і глибини проведення виділяють такі види аналізу прибутку, як: попередній аналіз прибутку (експрес-аналіз прибутку,

прогнозний аналіз); оперативний аналіз прибутку; поглиблений аналіз; детальний аналіз прибутку.

Під час вивчення практичних аспектів управління формуванням прибутку підприємства ТОВ «Новий друк» встановлено, що у період 2015-2016 рр. підприємство працювало збитково (у 2015 р. було отримано збиток на суму 2616 тис. грн., у 2016 р. – збиток 8737 тис. грн.). За 2017 р. підприємство отримало чистий прибуток у розмірі 738 тис. грн. Збитковість підприємства у 2015-2016 рр. пояснюється тим, що головним трендом українського видавничо-поліграфічного сектору є зниження попиту через падіння ринків газет, журналів та книг.

У 2017 р., коли ситуація покращилася завдяки великим зусиллям усієї команди резервний фонд та фонд споживання підприємства ТОВ «Новий друк» розподілилися наступним чином: 110,7 тис. грн. (15 %) та 627,3 тис. грн. (85 %). Фонд споживання підприємства ТОВ «Новий друк» у 2017 р. був розподілений та використаний наступним чином: на розвиток бізнесу 250,92 тис. грн. або 40 %; на матеріальне заохочення працівників 156,83 тис. грн. або 25 %; інші витрати 219,55 тис. грн. або 35 %.

Фактори, що формують прибуток поліграфічного підприємства ТОВ «Новий друк», умовно згруповано до п'яти основних груп: виробничі фактори; фактори, пов'язані з роботою служби продажів і маркетинговими комунікаціями; фактори, пов'язані з експлуатацією ринкових умов і сегментуванням ринку; фактори, пов'язані з формуванням собівартості продукції; фактори, пов'язані з ціновою конкуренцією.

Вплив економічних чинників на прибутки від продажу підприємства ТОВ «Новий друк» наступний: вплив обсягу продажу -656 тис. грн.; вплив структури асортименту реалізованої продукції + 44005 тис. грн.; вплив собівартості -58615 тис. грн.; вплив величини комерційних витрат + 103 тис. грн.; вплив величини управлінських витрат - 264 тис. грн.; вплив цін реалізації + 26248 тис. грн. Загальний вплив факторів + 12123 тис. грн..

Проведена класифікація факторів, що впливають на прибуток підприємства ТОВ «Новий друк» дозволяє систематизувати резерви підвищення прибутку та шляхи реалізації останніх. Зокрема надані рекомендації щодо оптимізації ряду показників, оцінки якості прибутку для побудови у майбутньому більш прогресивних моделей управління процесами формування і розподілу прибутку.

Вивчення практичних аспектів напрямів підвищення управління формуванням прибутку підприємства ТОВ «Новий друк» дозволило дійти наступних висновків. Беручи до уваги те, що у період 2015-2016 рр. підприємство працювало збитково було запропоновано ряд заходів, а саме:

- 1) зменшення витрат виробництва за рахунок тієї ж автоматизації, підвищення продуктивності праці, оптимізації браку і т. п.
- 2) підвищення ціни реалізації за окремі види виробленої продукції, зосереджуючись на якості та сервісі.
- 3) беручи до уваги № 1,2 – можливість формування фонду накопичення для подальшого розвитку підприємства.

Зменшення витрат виробництва пропонувалося здійснювати за рахунок автоматизації, підвищення продуктивності праці, оптимізації браку; раціонального використання матеріальних ресурсів, використання вторинних ресурсів і сировини тощо, які здатні вплинути на кінцеву собівартість.

Підвищення ціни реалізації – за окремі види виробленої продукції, зосереджуючись на якості та сервісі; або маневрування в залежності від диференціації ринків збуту (постійні клієнти, по договірним цінам, інші)

Зменшення витрат виробництва для формування власного капіталу, який дозволить фінансувати розвиток ноу-хау, розширювати виробництво, здійснювати технічне переоснащення, здійснювати автоматизацію обліку бізнес-процесів на більш високому рівні.

Таким чином, у підсумку вдалося досягти зміни витрат виробництва на суму (-9908 тис. грн.) або на 5,4 %; зміни обсягів реалізації за рахунок підвищення цін на суму (4155,8 тис. грн.) або на 1,4 %.

Рентабельність продажів та виробництва суттєво підвищуються: рентабельність продажів на 90,14%, а чиста рентабельність виробництва у 10 разів.

Коефіцієнт покриття постійних витрат збільшиться на 29,4 %; операційний леверидж (важіль) підприємства ТОВ «Новий друк» зміниться на 34,98%, а запас фінансової міцності зросте на 13,98%.

Таким чином, реалізація намічених заходів дозволить вивести підприємство ТОВ «Новий друк» на істотно новий рівень розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азарова А. О. Економіка підприємства : практикум / А. О. Азарова, Л. О. Нікіфорова ; М-во освіти і науки України, Вінниц. нац. техн. ун-т. — Вінниця : ВНТУ, 2016. — 215 с.
2. Алгоритми планування процесів у сучасних ОС [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://wiki.kspu.kr.ua/index.phpD1%85_%D0%9E%D0%A1
3. Бабина О. Є.Управління ризиками бізнесу: сутність, складові, рішення / О. Є. Бабина, М. М. Тарашевський // Економіка та держава. — 2017. — № 7. — С. 14-17.
4. Банківський менеджмент: навчальний посібник / В. В. Звітність: практикум / І. Ю. Спіфанова, В. В. Джеджула. — Вінниця : ВНТУ, 2017. — 455 с.
5. Бегун С. І.Застосування регресійного аналізу для моделювання прибутку підприємств, що виробляють контрольно-вимірювальні прилади [Електронний ресурс] / С. І. Бегун, В. В. Ляшук // Глобальні та національні проблеми економіки. — 2016. — квіт. (Вип. 10). — С. 1021-1024.
6. Бланк І. А. Управління прибутком / Бланк І. А. — К. : «НІКА», 2008. — 324 с.
7. Білявський В. М.Бенчмаркінг як інструмент підвищення ефективної операційної діяльності підприємств / В. М. Білявський // Вісник Національного університету "Львівська політехніка" : зб. наук. пр. / Нац. ун-т "Львів. політехніка". — Львів, 2017. — № 862 С. 10-18.
8. Вагонова О. Г.Чинники операційного планування підприємницької діяльності промислового підприємства / О. Г. Вагонова, В. І. Прокопенко, В. С. Досужій // Економічний вісник Національного гірничого університету. — 2017. — № 3. — С. 109-118.
9. Види планів. методи та способи планування[Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://library.if.ua/book/31/2031.html>
- 10.Вігуржинська С. Ю.Економіка підприємства: [навч. посіб.] / Вігуржинська С. Ю., Басюркіна Н. Й., Свистун Т. В. ; [за ред. С. Ю. Вігуржинської]. — Одеса : Одес. нац. акад. харч. технологій, 2018. — 115, [1] с.

11. Водоп'янова О. Е. Можливості удосконалення операційної діяльності підприємства / Водоп'янова О. Е. // Економіка і менеджмент – 2015: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку : зб. наук. пр. Міжнар. наук.-практ. конф. (Дніпропетровськ, 23-24 квіт. 2015 р.): у 9 т. — Дніпропетровськ, 2015. — Т. 2 С. 26-28.
12. Вольвач М. М. Моделювання оптимальної структури потенціалу підприємств для планування стратегії їхнього інноваційного розвитку / М. М. Вольвач // Економічний вісник Запорізької Державної інженерної академії. — 2017. — Вип. 1, ч. 1. — С. 72-77.
13. Гавриш О. А. Реструктуризація промислових підприємств / О. А. Гавриш, Т. В. Іванова, А. Д. Кухарук ; М-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т України "Київ. політехн. ін-т". — Київ : НТУУ "КПІ", 2015. — 156 с.
14. Гевко І. Операційний (виробничий) менеджмент: конспект лекцій / І.Б. Гевко — Тернопіль: ТНТУ, 2017. — 128 с.
15. Герасимович І. А. Методичні засади внутрішньогосподарського контролю виробничих запасів в системі управління операційною діяльністю підприємства / І. А. Герасимович, Н. А. Морозова-Герасимович // Облік і фінанси. — 2016. — № 3. — С. 114-121.
16. Герашенко О. Л. Економіка XXI: країни, підприємства, людини / Олексій Герашенко ; [пер. з рос. М. В. Скоробогатова]. — 2-ге вид., перероб. і допов. — Харків : Фоліо, 2017. — 302, [1] с.
17. Горошанська О. О. Комплексна оцінка ефективності витрат операційної діяльності підприємств торгівлі / О. О. Горошанська, Н. Б. Кашена // Бізнес Інформ. — 2016. — № 11. — С. 162-166.
18. Господарський Кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, № 18, № 19-20, № 21-22, ст.144
19. Гуменюк В. Я. Менеджмент продуктивності : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. за освіт.-проф. програмою спеціаліста, магістра зі спец. „Упр. персоналом і економіка праці“ / В. Я. Гуменюк, І. А. Рощик ; М-во освіти і

- науки України, Нац. ун-т вод. госп-ва та природокористування. — Рівне : НУВГП, 2015. — 203 с.
20. Дарнопук І. В. Сутність та види прибутку підприємств / Дарнопук І. В., Мараховська Т. М., Фурман І. В. // Економічні науки : зб. наук. пр. / Луц. нац. техн. ун-т. — Луцьк, 2015. — Вип. 12 (45), ч. 3 С. 74-83.
21. Дослідження особливостей формування прибутку організації в сучасних умовах господарювання / В. Я. Гавран, Х. Т. Середницька // Вісник Національного університету "Львівська політехніка" : зб. наук. пр. / Нац. ун-т "Львів. політехніка". — Львів, 2016. — № 847 С. 55-60.
22. Дудко П. М. Сучасні тенденції розвитку бізнес-технологій у підприємстві / П. М. Дудко // Проблеми економіки. — 2017. — № 3. — С. 170 – 174.
23. Економіка підприємства : навч. посіб. / Нац. ун-т "Києво-Могилян. акад." ; уклад.: Н. В. Романченко, Т. В. Кожемякіна, К. В. Пічик. — Київ : НаУКМА, 2018. — 302, [1] с.
24. Економіка підприємства : навч. посіб. / Козик В. В. [та ін.]. — Львів : Простір-М, 2017. — 405 с.
25. Економіка підприємства : тренінг-курс : навч. посіб. / [Г. М. Филюк та ін.] ; М-во освіти і науки України, Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. — Київ : ВПЦ "Київ. ун-т", 2017. — 189 с.
26. Економіка підприємства : навч. посіб. / І. М. Посохов, В. Г. Дюжев, С. В. Сусліков, К. О. Тимофеева ; М-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". — Харків : НТУ "ХП", 2016. — 372 с.
27. Економіка підприємства : навч. посіб. : практикум / Я. С. Витвицький, У. Я. Витвицька, Н. О. Гавадзин, Р. Р. Зелінський ; М-во освіти і науки України, Івано-Франків. нац. техн. ун-т нафти і газу. — Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2016. — 306 с.
28. Єрмаков М. С. Шляхи підвищення прибутковості підприємства / Єрмаков М. С. // Економіка і менеджмент – 2015: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку : у 9 т. — Дніпропетровськ, 2015. — Т. 8 С. 15-17.

29. Заболотна І. С. Роль бізнес-планування в системі планування діяльності підприємства / Інна Станіславівна Заболотна, Олександр Олександрович Барабаш // Економічний часопис - XXI. — 2017. — № 6/1. — С. 10-12.
30. Закон України «Про господарські товариства» від 19.09.1991 № 1576-ХІІ // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1991, N 49, ст.682
31. Зубко Л. М. Планування прибутку у системі менеджменту як напрям удосконалення фінансової діяльності підприємства / Зубко Л. // Вісник / Київ. ін-т бізнесу та технологій. — Київ, 2017. — Вип. 1 (32) С. 28-35.
32. Как получить дополнительную прибыль? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.marsel.ru/articles/kak_poluchit_dopolnitelnuju_pribyl.html
33. Карпенко Ю. В. Економіка підприємства : практикум : навч. посіб. : [для студентів ВНЗ] / Ю. В. Карпенко, В. В. Бенях ; М-во освіти і науки України, ВНЗ Укоопспілки "Полт. ун-т економіки і торгівлі" (ПУЕТ). — Полтава : ПУЕТ, 2017. — 412, [1] с.
34. Капінос Г. І. Операційний менеджмент [текст] : навч. посіб. / Г. І. Капінос, І. В. Бабій – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 352 с.
35. Коваль О. Т. Економіка і фінанси підприємства : навч. посіб. / О. Т. Коваль, Ю. Б. Колупаєв, В. В. Пархоменко ; Нац. акад. статистики, обліку та аудиту. — Київ : НАСОА : Консультант, 2017. — 256 с.
36. Коваленко О. В. Ефективна операційна діяльність як складник успіху сучасного промислового підприємства / О. В. Коваленко, Т. А. Примаченко // Економічний вісник Запорізької Державної інженерної академії. — 2017. — Вип. 5, ч. 2. — С. 18-21.
37. Ковальчук І. В. Економіка підприємства [Текст] : навч. посібник / І. В. Ковальчук. - К. : Знання, 2016. – 679 с.
38. Козак І. І. Економіка підприємства : навч. посіб. / І. І. Козак ; Львів. регіон. ін-т держ. упр. Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. — Львів : ЛРІДУ НАДУ, 2017. — 202 с
39. Костирко Л. А. Адаптивний фінансовий механізм забезпечення прибутковості підприємств / Л. А. Костирко, Е. В. Чернодубова ; М-во

освіти і науки України, Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля. — 2-ге вид., перероб. та допов. — Сєвєродонецьк : СНУ ім. В. Даля, 2015. — 177 с.

40. Костирко Л. А. Фінансовий механізм забезпечення прибутковості підприємств: проблеми, інструменти, перспективи / Костирко Л. А., Чернодубова Е. В. ; М-во освіти і науки України, Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля. — Луганськ : Ноулідж, 2013. — 179 с.
41. Коршунов Є. А. Методи економіко-математичного моделювання при плануванні витрат промислового підприємства / Є. А. Коршунов // Бізнес Інформ. — 2015. — № 6. — С. 67-72.
42. Коюда П. М. Економіка підприємства : навч. посіб. для студентів усіх форм навчання спец. 051 "Економіка" / П. М. Коюда, О. В. Степанова ; М-во освіти і науки України, Харків. нац. ун-т радіоелектроніки. — Харків : ХНУРЕ, 2017.-Ч. 1 : 2017. — 295 с.
43. Кориченська І. В. Сутність прибутку як економічної категорії в умовах розвитку ринкових відносин в Україні / Кориченська І. В., Рябик Г. Є. // Економіка і менеджмент – 2015: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку : у 9 т. — Дніпропетровськ, 2015. — Т. 1 С. 62-64.
44. Круш П. В. Фінансово-економічні результати діяльності підприємства: собівартість, прибуток : навч. посіб. / П. В. Круш, О. В. Клименко, В. І. Подвігіна ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Нац. техн. ун-т України "Київ. політехн. ін-т". — К. : НТУУ "КПІ", 2012. — 485 с.
45. Кулиняк І. Я. Ризики ресурсного забезпечення операційної діяльності промислових підприємств: оцінювання та регулювання / І. Я. Кулиняк, Ю. С. Боцман // Науковий вісник НЛТУ України / Нац. лісотехн. ун-т України. — Львів, 2017. — Вип. 27(7) С. 98-102.
46. Купріна Н. М. Комплексний підхід до оцінювання ступеню трансформації діяльності підприємств у системі управління їх імпаритетною реструктуризацією / Н. М. Купріна, Н. В. Каткова // Бізнес Інформ. — 2015. — № 4. — С. 180-186.

47. Кучер Н. С. Проблеми управління прибутковістю підприємств / Кучер Н. С., Рябик Г. Є. // Економіка і менеджмент – 2015: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку : у 9 т. — Дніпропетровськ, 2015. — Т. 1 С. 71-73.
48. Кучерява А. С. Прибутковість підприємства та шляхи її підвищення / Аліна Сергіївна Кучерява // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури : зб. наук. пр. / Нац. авіац. ун-т. — Київ, 2015. — Вип. 40 С. 38-44.
49. Ледницкий А. В. Рациональное использование ресурсов и вторичная переработка как фактор устойчивого развития предприятий полиграфической продукции / А. В. Ледницкий, С. В. Куприян, И. А. Сильванович // Труды БГТУ, 2017, серия 5 – № 1. – С. 180–184
50. Лепейко Т. І. Методологічні засади моделювання бізнес-процесів як складової їх реінжинірингу в діяльності промислових підприємств / Т. І. Лепейко // Механізм регулювання економіки. — 2015. — № 1. — С. 31-37.
51. Луценко О. П. Математичні методи та програмні засоби статистично-ймовірнісного аналізу фінансових часових рядів / О. П. Луценко, О. Г. Байбуз ; М-во освіти і науки України, Дніпров. нац. ун-т ім. О. Гончара. — Дніпро : ДНУ, 2018. — 125 с. : іл., табл. — Бібліогр.: с. 116–125.
52. Малярець Л. М. Економіко-математичні моделі в діагностиці ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства / Л. М. Малярець, Л. О. Норік, А. В. Жуков. — Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. — 230 с.
53. Мансурова И. А. Маржинальный анализ как инструмент принятия управленческих решений // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 4. – С. 253–259.
54. Маркіна І. А. Управління прибутком торговельних підприємств / Маркіна Ірина Анатоліївна, Вороніна Вікторія Леонідівна ; М-во освіти і науки України, Полтав. держ. аграр. акад. — Полтава : Астроя, 2018. — 166 с.
55. Масленніков Є. І. Сценарний підхід для формування бізнес-стратегій підприємства / Євген Іванович Масленніков, Валентин Вячеславович Томак // Економіка. Фінанси. Право. — 2017. — № 6. — С. 34-37.

56. Мелень О. В. Актуальні питання прибутковості підприємства та шляхи її збільшення / О. В. Мелень, Ю. Ю. Холондач // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" : зб. наук. пр. / Нац. техн. ун-т "ХПІ". — Харків, 2015. — № 25 (1134) С. 123-126.
57. Методологія планування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://lubbook.org/book_557_glava_66_8.2._Metodolog%D1%96japlanuvannj.html
58. Методологія планування підприємницької діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://e-pidruchniki.com/content/566_61_Metodologiya_planyvannya_pidpriemnickoi_diyalnosti.html
59. Методи і система планування діяльності підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pidruchniki.com/1048030447557/ekonomika/metodi_sistema_planyvannya_diyalnosti_pidpriyemstva
60. Модернізація державного управління та європейська інтеграція України: наукова доповідь / [авт. кол.: Ю. В. Ковбасюк, К. О. Ващенко, Ю. П. Сурмін та ін.]; за заг. ред. Ю. В. Ковбасюка. – К.: НАДУ, 2013. – 120 с.
61. Могилевська О. Ю. Економіка підприємства : теорія і практика : навч. посіб. / О. Ю. Могилевська, Т. М. Уфимцева, А. М. Слободяник ; Київ. міжнар. ун-т. — Київ : КиМУ, 2017. — 294 с.
62. Непочатенко О.О. Фінанси підприємств: навч. посібник. - К.: Центр навчальної літератури, 2013 - 504с.
63. Оксенюк Т. М. Фактори підвищення прибутковості підприємства: еволюційний аспект / Оксенюк Т. М. // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки / Херсон. держ. ун-т. — Херсон, 2015. — Вип. 13, ч. 3 С. 16-19.
64. Олійник Т. І. Економіко-аналітична інформація в управлінні процесом диверсифікації бізнесу / Т. І. Олійник // Інвестиції: практика та досвід. — 2017. — № 13. — С. 44-48.
65. Омельченко К. Ю. Еволюція теоретичних підходів до визначення прибутку підприємства / К. Ю. Омельченко // Історія народного господарства та

- економічної думки України : зб. наук. пр. / ДУ "Ін-т економіки та прогнозування НАН України". — Київ, 2016. — Вип. 49 С. 309-327.
66. Основи фінансового аналізу : [навч. посіб. для студентів екон. спец. ВНЗ] / Я. І. Єлейко, О. М. Кандибка, М. Л. Лапішко, Т. С. Смовженко ; Ун-т банк. справи Нац. банку України (м. Київ), Львів. ін-т банк. справи. — Вид. 2-ге, випр. і допов. — Львів : ННБК "Акад. технологій та бізнесу", 2015. — 151 с.
67. Отенко В. І. Теорія економічного аналізу : навч. посіб. для ВНЗ / Отенко В. І., Іванієнко В. В., Азаренков Г. Ф. ; М-во освіти і науки України, Харків. нац. екон. ун-т ім. С. Кузнеця. — Харків : ІНЖЕК, 2015. — 339 с.
68. Оцінка та вибір методики факторного аналізу прибутку підприємства [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://intkonf.org/shaforost-yar-otsinka-ta-vibir-metodiki-faktornogo-analizu-pributku-pidpriemstva/>
69. Первинні документи в бухгалтерському обліку 2017 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.golovbukh.ua/article/7052-pervinn-dokumenty-v-buhgalterskomu-oblku>
70. Прибуток як міра ефективності роботи підприємства [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://bibliograph.com.ua/economika-predpriyatiya-4/41.htm>
71. Податок на прибуток підприємств в Україні у 2011–2016 роках / [підгот.: Ю. Сибірянська, П. Пірнікоза ; за заг. ред. В. М. Мазярчука]. — [Київ] : Лопатіна О. О., 2017. — 38 с.
72. Подольчак Н. Ю. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. / Н. Ю. Подольчак. — 2-ге вид., зі змін. та допов. — Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2016. — 422 с.
73. Проблеми управління і економіки підприємств в сучасних умовах : матеріали XII Міжнар. наук.-практ. конф., присвяч. 85-річчя від дня народж. Чепурнова І. А., 26-27 трав. 2016 р. : тези доп. / М-во освіти і науки України, М-во аграр. політики та продовольства України [та ін. ; редкол.: О. А. Лисенко (відп. ред.) та ін.]. — Київ : НУХТ, 2016. — 226 с.

74. Проблеми і перспективи розвитку статистики, аудиту та економічного аналізу / [В. С. Чорний та ін. ; за ред. В. А. Дерія] ; М-во освіти і науки України, Терноп. нац. екон. ун-т. — Тернопіль : Крок, 2016. — 362 с
75. Різник Н. О. Шляхи підвищення прибутковості підприємства / Різник Н. О., Плівако С. О. // Економіка і менеджмент – 2015: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку : у 9 т. — Дніпропетровськ, 2015. — Т. 3 С. 47-49.
76. Савіцька Г.П. Управління прибутком підприємства / Савіцька Г.П., Шелест Н.В. // Збірник наукових праць ДЕГУТ. Серія «Економіка і управління», 2016. Вип. 36. – С. 241-248.
77. Скрипник Н. Є. Сучасні підходи до управління прибутком підприємства / Скрипник Н. Є., Ревенко О. В. // Економіка і менеджмент – 2015: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку : у 9 т. — Дніпропетровськ, 2015. — Т. 3 С. 65-67.
78. Сайт компанії «Новий друк» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ndruk.kiev.ua/>
79. Стеців Л. П. Забезпечення фінансування техніко-технологічних рішень операційного менеджменту підприємства / Л. П. Стеців, П. П. Лазановський // Науковий вісник НЛТУ України / Нац. лісотехн. ун-т України. — Львів, 2017. — Вип. 27(7) С. 122-126.
80. Стратегічний фінансовий менеджмент: навч. посіб. / Костирко Л. А., Костирко Р. О., Кукса І. М., Тарасенко І. О. ; М-во освіти і науки України, Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля. — Северодонецьк : СХУ ім. В. Даля, 2017. — 464 с.
81. Структурно-функціональне моделювання бізнес процесу управління фінансовим плануванням на підприємств // Молодий вчений. — 2016. — № 6 (Ч. 1). — С. 94-99.
82. Сучасні напрямки розвитку економіки і менеджменту на підприємствах України : Міжнар. наук.-практ. конф. : 12–13 трав. 2017 р. / М-во освіти і науки України, Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова, Ін-т математики,

- економіки та механіки, Каф. світ. госп-ва і міжнар. екон. відносин. — Одеса : ОНУ ім. І. І. Мечникова, 2017. — 170 с.
83. Сучасний менеджмент: моделі, стратегії, технології : матеріали XVI Всеукр. щоріч. студент. наук.-практ. конф. за міжнар. участю, 23 квіт. 2015 р. / Нац. акад. держ. упр. при Президентові України [та ін. ; редкол.: Майданюк С. І. та ін.]. — Одеса : НАДУ, 2015. — 245 с.
84. Сухорська У.Р. Маркетингова політика розподілу : навч. посіб. / Сухорська У. Р., Щербань В. М. ; Укоопспілка, Львів. комерц. акад. — Львів : Вид-во Львів. комерц. акад., 2015. — 380 с.
85. Трухан О.Л. Розвиток стратегічної діагностики в системі стратегічного управління підприємством / О. Л. Трухан ; М-во освіти і науки України, Житомир. держ. технол. ун-т. — Житомир : ЖДТУ, 2013. — 298 с.
86. Фінанси: Курс для фінансистів: Навчальний посібник. Рекомендовано МОН / За ред. В.І. Оспіщева. — К., 2008. — 567 с.
87. Фінансовий аналіз : підручник / Є.В. Мних, Н.С. Барабаш. — К. : Київ. нац. торг.-екоп. ун-т, 2014. — 536 с.
88. Фінансовий аналіз діяльності підприємства [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://pidruchniki.com/1628041464623/finansii/finansoviy_analiz_diyalnosti_pidpriyemstva
89. Фінансове забезпечення розвитку суб'єктів підприємництва реального сектору економіки / [Шишкіна О. В. та ін.] ; за заг. ред. Ільчука Валерія Петровича ; М-во освіти і науки України, Чернігів. нац. технол. ун-т. — Чернігів : ЧНТУ, 2017. — 271 с.
90. Фурман І. В. Вектори підвищення ефективності управління прибутком підприємства / І. В. Фурман // Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту : щокв. зб. наук. пр. / Нац. акад. статистики, обліку та аудиту. — Київ, 2017. — № 3 (54) С. 55-64.
91. Ходаківський О. М. Управління бізнес-процесами підприємства / О. М. Ходаківський // Агросвіт. — 2017. — № 22. — С. 60-64.

92. Худик О. Б. Удосконалення методики прогнозування фінансової звітності / Худик О. Б. // Вісник Одеського національного університету / Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова. — Одеса, 2017. — Т. 22, вип. 3 (56) С. 180-185.
93. Худолій Л. М. Формування, розподіл та використання прибутку спиртових заводів України / Худолій Л. М., Гавриш А. О. ; Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. — Київ : Компринт, 2015. — 213 с.
94. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, №№ 40-44, ст.356
95. Чернишова О. Б. Теоретичні засади факторного аналізу прибутку підприємства на базі детермінованих моделей / О. Б. Чернишова, В. О. Янковий // Економіка харчової промисловості. — 2015. — № 2. — С. 52
96. Чухрай Н. І. Прибутковий маркетинг : Взаємоузгодження маркетингових та фінансових рішень / Н. І. Чухрай, А. О. Мавріна ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Нац. ун-т "Львів. політехніка". — Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2012. — 205 с.
97. Шерстюк Олександр Леонідович. Теорія та методологія аудиту фінансової інформації : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.09 / Шерстюк Олександр Леонідович ; НААН України, Нац. наук. центр "Ін-т аграр. економіки". — Київ, 2018. — 39 с.
98. Шкода Т. Н. Людський капітал підприємства: теорія і практика стратегічного управління / Т. Н. Шкода ; М-во освіти і науки України, Нац. авіац. ун-т. — Київ : Світ Успіху, 2015. — 423 с.
99. Шумпетер Йозеф А. Теорія економічного розвитку : Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу / Йозеф А. Шумпетер ; пер. з англ. В. Старка ; [наук. ред., передм. Бажал Ю. М.]. — Вид. 2-ге, допов. — Київ : Києво-Могилян. акад., 2014. — 243, [1] с.

100. www.ukrstat.gov.ua нормально оформити