

Вінницький національний технічний університет
Факультет менеджменту та інформаційної безпеки
Кафедра фінансів та інноваційного менеджменту

Пояснювальна записка
до магістерської кваліфікаційної роботи

на тему «УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВ
ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ (НА ПРИКЛАДІ
АКЦІОНЕРНОГО ТВАРИСТВА «КИЇВСЬКИЙ ВІТАМІННИЙ ЗАВОД»)»

08-43.МКР. 008.00.099.ПЗ

Виконав: студентка 2 курсу,
групи МФК 19м
спеціальності 073 – Менеджмент
(освітня програма – Менеджмент
фінансово-кредитної діяльності)
Очеретна В.Ю.

Керівник: д.е.н.проф. каф. ФІМ
Спіфанова І.Ю.

Рецензент: к.е.н., доц.каф. ЕПВМ,
Причепя І.В.

Вінниця – 2020 року

Вінницький національний технічний університет
Факультет менеджменту та інформаційної безпеки
Кафедра фінансів та інноваційного менеджменту

Спеціальність 073 – Менеджмент
(освітня програма – Менеджмент фінансово-кредитної діяльності)

ЗАТВЕРДЖУЮ
завідувач кафедри ФІМ
д.е.н., професор Зянько В. В.

«__» _____ 201_ р.

ЗАВДАННЯ НА МАГІСТЕРСЬКУ КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ

Очеретній Вікторії Юріївній

1. Тема проекту (роботи): Управління прибутком підприємств фармацевтичної галузі (на прикладі акціонерного товариства «Київський вітамінний завод»)

Керівник проекту (роботи) д.е.н.проф. каф. ФІМ Єпіфанова І.Ю.,
затверджені наказом ВНТУ від «25» вересня 2020 року №214_.

2. Строк подання студентом проекту (роботи): 09.12.2020

3. Вихідні дані до проекту (роботи): INFOGRAPHIC ATLAS PHARMACEUTICAL INDUSTRY IN UKRAINE 2018. – Режим доступу:

https://businessviews.com.ua/ru/get_file/id/the-infographics-report-pharmaceutical-industry-of-ukraine-2017-en.pdf;

Очеретна В. Ю. УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ [Електронний ресурс] / Вікторія Юріївна Очеретна // Молодь в науці: дослідження, проблеми, перспективи

(МН-2019). – 2019.– Режим доступу до ресурсу: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/mn/mn2019/paper/view/8042/675>;

АТ «Київський вітамінний завод» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.vitamin.com.ua/>;

Ukraine Pharmaceutical Market Overview 4Q [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.upharmasc.com/en/news/200-ukraine-pharma-market-overview-2018-4Q>.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки:

у першому розділі – дослідити теоретичні основи прибутком підприємств фармацевтичної галузі;

у другому розділі – проаналізувати стан управління прибутком підприємств фармацевтичної галузі;

у третьому розділі – запропонувати напрями удосконалення процесу управління прибутком АТ «Київський вітамінний завод»).

5. Перелік графічного матеріалу: Таблиці: Систематизація підходів до визначення економічної сутності прибутку, Основні економічні показники діяльності АТ «Київський вітамінний завод» за 2017 - 2019 рр., Аналіз динаміки та структури доходів АТ «Київський вітамінний завод» за 2017 - 2019 рр., тис. грн., Аналіз динаміки та структури витрат АТ «Київський вітамінний завод» за 2017 - 2019 рр., тис.грн., Аналіз динаміки та структури операційних витрат АТ «Київський вітамінний завод» за 2017 – 2019 рр., тис. грн., Аналіз формування чистого прибутку АТ «Київський вітамінний завод» за 2017 - 2019 рр., тис.грн., Аналіз рентабельності продажу АТ «Київський вітамінний завод» за 2017 - 2019 рр., тис.грн., Аналіз рентабельності продукції АТ «Київський вітамінний завод» за 2017 - 2019 рр., Аналіз рентабельності капіталу (активів) АТ «Київський вітамінний завод» за 2017 - 2019 рр., Аналіз рентабельності власного капіталу АТ «Київський вітамінний завод» за 2017 - 2019 рр., Аналіз рентабельності залученого капіталу АТ «Київський вітамінний завод» за 2017 - 2019 рр., Інформація про обсяги виробництва та реалізації основних видів продукції, Ріст виробництва продукції, Інформація про собівартість реалізованої продукції.

Рисунки: Функції прибутку, Топ 10 напрямків експорту з України у 2017 році , Аналіз формування чистого прибутку АТ «Київський вітамінний завод» за 2017 – 2019 рр., тис.грн., Аналіз рентабельності продажу АТ «Київський вітамінний завод» за 2017 - 2019 рр., Фактори, що впливають на оптимізацію прибутку на АТ «Київський вітамінний завод», Імпорт фармацевтичної продукції до Казахстану (млн.дол.), Проблеми та шляхи вирішення питання підвищення прибутку АТ «Київський вітамінний завод».

6. Консультанти розділів проекту (роботи)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Спеціальна частина	д.е.н., проф.каф. ФІМ, Зянько В. В.	Дата видачі завдання студенту . .20 р	Дата виконання завдання студентом . .20 р.

7. Дата видачі завдання «29» вересня 2020р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Назва етапів магістерської кваліфікаційної роботи (МКР)	Строк виконання етапів проекту (роботи)	Примітка
Формування та затвердження теми магістерської кваліфікаційної роботи (МКР)	червень-вересень	
Виконання теоретичної частини МКР. Перший рубіжний контроль виконання МКР (1-й розділ МКР)	ІІІ декада жовтня	
Виконання аналітичної частини МКР. Другий рубіжний контроль виконання МКР (2-й розділ МКР)	ІІ декада листопада	
Розробка рекомендацій та пропозицій. Третій рубіжний контроль виконання МКР (3-й розділ МКР)	І декада грудня	
Перевірка МКР на плагіат. Попередній захист МКР	ІІ декада грудня	
Рецензування МКР	ІІ декада грудня	
Захист МКР	ІІІ декада грудня (за графіком)	

Завдання видав науковий керівник _____ д.е.н.проф.Єпіфанова І.Ю.
підпис

Завдання отримав студент _____ Очеретна В.Ю.
підпис

АНОТАЦІЯ

У магістерській кваліфікаційній роботі досліджено економічну суть прибутку підприємства та особливості управління ним, проаналізовано методики аналізу фінансової стійкості підприємства, здійснено оцінювання ефективності економічної діяльності та фінансової стійкості АТ «Київський вітамінний завод»), запропоновано заходи з підвищення ефективності господарської діяльності та управління фінансовою стійкістю досліджуваного підприємства.

Ключові слова: управління прибутком, фармацевтична галузь, фінансовий стан, аналіз, резерви.

ANNOTATION

In the master's qualification work the economic essence of the enterprise profit and features of its management are investigated, methods of the analysis of financial stability of the enterprise are analyzed, efficiency of economic activity and financial stability of JSC "Kiev vitamin plant" is estimated, measures on increase of efficiency of economic activity and management of financial stability of the researched enterprise are offered. .

Keywords: profit management, pharmaceutical industry, financial condition, analysis, reserves.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
1.ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ	12
1.1.Економічна сутність, функції та значення прибутку в умовах ринкової економіки	12
1.2 Особливості управління прибутком підприємства в фармацевтичній галузі	21
1.3 Методичні підходи до оцінки стану управління прибутком	24
Висновок до першого розділу	31
2. АНАЛІЗ СТАНУ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ АТ «КИЇВСЬКИЙ ВІТАМІННИЙ ЗАВОД»	32
2.1 Стан та перспективи розвитку фармацевтичної галузі України	32
2.2 Загальна характеристика АТ «Київський вітамінний завод»	38
2.3 Аналіз основних показників фінансової діяльності АТ «Київський вітамінний завод»	43
2.4 Оцінка стану управління прибутком АТ «Київський вітамінний завод»	47
Висновок до другого розділу	56
3. РОЗРОБКА ПРОПОЗИЦІЙ ТА РЕКОМЕНДАЦІЙ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ АТ «КИЇВСЬКИЙ ВІТАМІННИЙ ЗАВОД»	58
3.1 Пропозиції щодо збільшення прибутку АТ «Київський вітамінний завод»	58
3.2 Розрахунок резервів збільшення прибутку на АТ «Київський вітамінний завод»	66
Висновок до третього розділу	73
ВИСНОВКИ	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	76
ДОДАТКИ	81

ВСТУП

Актуальність теми. Будь-яке підприємство створюється з метою заробляти гроші, бажано багато, постійно і на протязі тривалого часу. Для цього розробляються стратегії діяльності компанії, використовуються всілякі способи оптимізації виробництва і торгівлі. Кінцевий прибуток підприємства показує ефективність бізнесу. Якщо банківський рахунок в мінусі, або грошей вистачає тільки для того, щоб утримати фірму на плаву, то навіщо взагалі цим займатися.

При позитивному прибутковому балансі підприємства у далекоглядного бізнесмена виникає бажання збільшити свої доходи за рахунок розвитку виробництва і торгівлі. Щоб не викладати додатковий капітал з власної кишені, розвиток фінансується за рахунок чистого прибутку. Поліпшення виробництва, якості товарів і послуг викликають зростання інтересу споживачів до продукції, яку пропонує фірма. Таким чином, гроші роблять гроші. І це ще одна галочка в значенні прибутку підприємства для бізнесу.

Підвищення прибутку вигідно не тільки підприємцю. Держава вітає розвиток бізнесу: в бюджеті кожної фірми є видаткова стаття на оплату податків. За їх рахунок наповнюються бюджети місцевих і державних органів управління. Оплата податків проводиться з дохідної частини підприємства. Чим більше прибуток, тим вищий податок.

Зростання доходів вигідний всім, крім конкурентів. З розвитком компанії вони втрачають свою частку на ринку. В цьому і полягає головне значення прибутку підприємства: робити бізнес прибутковим, надійним і недосяжним для основних конкурентів. Актуальність теми полягає в необхідності дослідження питань значення прибутку, а також прибутковості фармацевтичної галузі, оскільки вона є специфічною та рентабельною лише у довгостроковій перспективі.

Питання прибутку підприємства на етапах його формування, розподілу та використання досліджували багато вітчизняних та зарубіжних науковців: А.С. Андріяш, І.О. Бланк, В.І. Блонська, Л.І. Донець, А.Ю. Моголова, О.М. Чорна, О.О. Мацнева, О.Ю. Мірошніченко, М.В. Кармінська-Белоброва, Р.В. Скалюк, Є.Ю. Ткаченко, Ю.В. Корконос, Т.В. Зінченга, С. Ногіна та ін.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.

Магістерська кваліфікаційна робота виконувалась відповідно до напрямку наукових досліджень кафедри фінансів і кредиту «Дослідження сучасних тенденцій фінансових, грошово-кредитних та інноваційних процесів в Україні».

Мета і завдання дослідження. Метою роботи є вдосконалення управління прибутком підприємства для забезпечення його динамічного розвитку.

Для досягнення поставленої мети необхідне вирішення наступних завдань:

- визначити сутність економічної категорії «прибуток»;
- розглянути сутність та складові елементи системи управління прибутком на підприємстві;
- охарактеризувати діяльність АТ «Київський вітамінний завод»;
- проаналізувати прибуток АТ «Київський вітамінний завод» в розрізі окремих його складових та зробити аналіз прибутку для виявлення резервів для його підвищення;
- охарактеризувати структуру управління підприємством;
- виявити існуючі резерви збільшення прибутку, розробити і запропонувати комплекс заходів, спрямованих на використання виявлених резервів;
- розробити заходи, спрямовані на підвищення прибутку підприємства та обґрунтувати їх ефективність.

Предметом магістерської роботи є процес управління прибутком на АТ «Київський вітамінний завод».

Об'єкт і предмет дослідження. Об'єктом дослідження є прибуток АТ «Київський вітамінний завод». Предметом дослідження виступають теоретико-методичні та прикладні засади формування прибутку.

Інформаційною базою дослідження є законодавчі акти України, узагальнені результати наукових досліджень, публікації у періодичних журналах по темі дослідження, матеріали науково-практичних семінарів та конференцій, експертні знання, отримані під час проведення досліджень на підприємстві.

Методи дослідження. Для дослідження у цій магістерській роботі було використано фінансову звітність АТ «Київський вітамінний завод», зроблено факторний аналіз статей видатків та прибутку, розроблено рекомендації щодо покращення управління прибутком. Ряд методів і прийомів економічних досліджень базуються на економічних та логічних висновках, розрахунковому конструктивізмі.

Наукова новизна одержаних результатів:

- систематизовано чинники, що мають прямий вплив на роботу суб'єкта господарювання
- систематизовано підходи до визначення економічної сутності прибутку;
- виявлено особливості управління прибутком підприємства в фармацевтичній галузі
- виявлено джерела збільшення прибутку шляхо виходу на новий перспективний ринок збуту.

Практичне значення одержаних результатів. Одержані наукові результати сприятимуть удосконаленню фінансового забезпечення функціонування підприємства власними коштами, ефективній реалізації завдань його стратегічного розвитку.

Особистий внесок здобувача. Магістерська кваліфікаційна робота є самостійно виконаною науковою працею, в якій автором опрацьовано засади формування рекомендації з удосконалення процесу управління прибутком

підприємств фармацевтичної галузі та розроблено механізм удосконалення процесу управління прибутком АТ «Київський вітамінний завод».

Наукові положення, висновки та рекомендації, що виносяться на захист, одержані автором самостійно. З наукових праць, опублікованих у співавторстві, у магістерській роботі використано лише ті положення, які розроблено автором особисто.

Апробація результатів магістерської кваліфікаційної роботи. Основні положення і результати виконаного дослідження доповідались на таких науковопрактичних конференціях: Молодь в науці: дослідження, проблеми, перспективи (МН-2019); XLVIII Науково-технічна конференція факультету менеджменту та інформаційної безпеки (2019); XLIX Науково-технічна конференція факультету менеджменту та інформаційної безпеки (2020).

Наукові публікації. За темою магістерської кваліфікаційної роботи опубліковано тези доповідей на теми: «Поширеність соціальної відповідальності бізнесу в Україні», «Теоретичні основи фінансового забезпечення інноваційної діяльності підприємства», «Управління прибутком на підприємстві».

Структура і зміст магістерської кваліфікаційної роботи. Магістерська кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, використаних джерел, додатків. Включаючи тринадцять таблиць, сім рисунків, три додатки і список використаної літератури із сорока двох найменувань.

1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

1.1. Економічна сутність, функції та значення прибутку в умовах ринкової економіки

Одним з найважливіших аспектів планування діяльності підприємства є процес управління прибутком, а саме розподіл та використання прибутку. Важливою економічною категорією, що вказує на позитивний чи негативний фінансовий результат господарської діяльності підприємства є прибуток, який охарактеризовує ефективність виробництва, вказує на обсяг та якість виготовленої продукції, собівартість та продуктивність праці. При переході до ринкової економіки змінюються і підходи до управління підприємством, що у свою чергу відображається на ролі прибутку в діяльності підприємства. У сучасній економічній літературі відсутнє однозначне трактування поняття «прибуток» (табл. 1.1).

Сутність прибутку, як правило, розкривають його характеристики:

- прибуток - це залишкова винагорода: це означає, що прибуток отримує підприємець як залишковий надлишок, який залишається після покриття всіх комерційних витрат з квитанцій про продаж;

- це не договірний або заздалегідь визначений платіж: пам'ятайте, що прибуток - це не орендна плата, заробітна плата, відсотки, прибуток - це заздалегідь визначений договірний платіж. Отже, можна сказати, що це не явна вартість;

- кінцевий результат бізнесу: у прибутку є фактори винагороди, такі як орендна плата, заробітна плата та відсотки, які отримують агенти в процесі виробництва. Прибуток визначається лише після завершення бізнес-процесу, тобто після завершення продажу та покриття всіх витрат.

- прибуток - це динамічна концепція: прибуток залежить від багатьох факторів, таких як організаційні здібності підприємця, зміни ринкового попиту та умов пропозиції, елемент монопольної влади, інновації, такі як виробництво нових товарів, відкриття нових ринків, нові способи реклами та збуту та багато інших динамічних змін в економіці;

- прибуток - це не фіксований дохід, він непевний і коливається: прибуток як залишковий дохід не може бути визначений заздалегідь певним чином. Час від часу він змінюється. Він буде високим у період процвітання. Він спадає під час спаду. Під час депресії можуть бути навіть втрати. Тут інші факторні доходи, як правило, стабільні протягом певного періоду, прибуток широко коливається [13].

Прибуток є найважливішою економічною категорією, а його отримання є однією із головних задач підприємства. Прибуток, підприємство одержує тільки в тому випадку, якщо виробляє продукцію або послуги, які задовольняють потреби покупців. Прибуток або очікуваний потік прибутку від виробничої діяльності чи інвестицій відіграють вирішальну роль у прийнятті рішень менеджерами. Тому необхідно спочатку пояснити різницю між прибутком бізнесу та економічним прибутком.

Прибуток бізнесу є концепцією бухгалтерського обліку і представляє залишковий дохід від продажу власникам фірми після здійснення платежів за всіма іншими факторами або ресурсами, які фірма використовує. Виплати включають заробітну плату найманій робочій силі, відсотки за позиковий капітал, орендну плату за землю та фабричні будівлі та витрати на сировину, яку використовує фірма. Витрати на ці фактори або ресурси, найняті або придбані фірмами, називаються явними витратами.

Під діловим прибутком розуміється дохід від продажу фірми за мінусом явних витрат. Саме концепція прибутку бізнесу зазвичай використовується бізнес-спільнотою та бухгалтерами.

Таблиця 1.1 – Систематизація підходів до визначення економічної сутності прибутку

Автор	Прибуток – це
НП(С)БО 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності"[1]	та сума, завдяки якій доходи перевищують витрати.
Філімоненков О.С. [2]	частина вартості додаткового продукту, додатковий продукт, виражений у грошах частина чистого доходу, одна з його форм.
Буряковський В.В. [3]	грошовий вираз основної частини грошових збережень, створених підприємством будь-якої форми власності.
Мочерний С.В. [4]	перетворена, похідна форма додаткової вартості, яка з кількісного аспекту є різницею між ціною продажу і витратами капіталу на її виробництво.
Предборський В.А. [5]	є одним з узагальнюючих показників діяльності і окремого підприємця, і підприємства, і галузі, і економіки у цілому.
Податковий Кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI [6]	Визначається шляхом зменшення суми доходів звітного періоду, на собівартість реалізованих товарів, виконаних робіт, наданих послуг та суму інших витрат звітного податкового періоду.
Мурашко О. В.[7]	економічна категорія, яка відображає чистий дохід, створений в процесі підприємницької діяльності.
Лучишин Л. М. [8]	потужним фіскальним інстру-ментом для стимулювання інвестицій та економічного розвитку країни.
Мардус Н. Ю. [9]	основний чинник його економічного і соціального розвитку. Це підтверджується тим, що прибуток є джерелом самофінансування, стимулювання соціально-економічного розвитку виробництва і матеріального заохочення персоналу.
Ткаченко Н.М. [10]	сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати, а збиток – перевищення суми витрат над сумою доходу, для отримання якого були здійснені ці витрати.
Загородній А.Г. [11]	різниця між доходами та витратами підприємства чи його окремого підрозділу за певний час. Приріст чи зменшення вартості власного капіталу підприємства внаслідок діяльності у звітному періоді.
Швець В.Г. [12]	є головним фінансовим показником господарської діяльності підприємства, його ефективності, прибутковості й платоспроможності.

Під час розрахунку економічного прибутку економісти віднімають не лише явні витрати, але й неявні витрати з доходу від продажу фірми. Приховані витрати стосуються альтернативних витрат ресурсів, що надаються власниками фірми, включаючи капітал та підприємницькі здібності. Ці власні фактори повинні бути оплачені, якщо вони занадто зайняті фірмою у її власному виробничому процесі, інакше вони будуть зайняті в інших місцях за наймом. Таким чином, економісти враховують нормальну норму прибутку на капітал, що використовується власником фірми у власному бізнесі, і трансфертний зарібок власника-підприємця як витрати на ведення бізнесу.

Норма прибутковості капіталу, скоригована на ризик, є мінімальною прибутковістю, необхідною для залучення або збереження його в бізнесі, і дорівнює тому, який власник міг би заробити, інвестуючи в інші фірми.

Подібним чином альтернативна вартість підприємницьких зусиль, здійснених підприємцем-власником, - це зарібна плата, яку він міг би заробити за наступну найкращу діяльність (скажімо, як керівник іншої фірми). Аналогічно, альтернативні витрати інших власних факторів або ресурсів, таких як земля, будівлі, використовувані власником-підприємцем у власному бізнесі, будуть зараховуватися як неявні витрати. Економічний прибуток являє собою дохід від продажу фірми, що перевищує як явні, так і неявні витрати[24].

На прибуток впливає ряд чинників. Зокрема, до зовнішніх чинників належать місткість ринку, платоспроможний попит споживачів, економічні умови господарювання, державне регулювання діяльності підприємств, робота конкурентів. До внутрішніх чинників відносять обсяг виробленої та реалізованої продукції, собівартість виробництва, ціна та асортимент реалізованої продукції, фінансовий менеджмент [14]. З цього випливає, що прибуток показує результат його господарської діяльності, тому що успіх господарювання залежить від того, наскільки ефективно управляють прибутком. Винагорода підприємця залежить від

його розрахунків майбутніх ділових очікувань. Якщо ці розрахунки виявляться правильними, він може отримати прибуток, але якщо вони виявляться помилковими, він також повинен нести збитки [15].

Усі ці трактування прибутку будуть правильними з різних точок зору, проте є низка факторів, які безпосередньо впливають на кінцевий результат фінансово-економічної діяльності. Саме тому для отримання високих результатів досліджуються та враховуються всі фактори та чинники, які впливають на збільшення або зменшення прибутку. Тому буде доцільно визначити чинники, що мають прямий вплив на роботу суб'єкта господарювання. А саме:

- пошук ефективних способів поєднання ресурсів;
- освоєння нового ринку;
- впровадження у виробництво нових технологій;
- пошук нової сировини;
- виробництво нової продукції;
- організаційно-управлінські нововведення;
- сфера діяльності суб'єкта господарювання;
- рівень організації фінансової діяльності підприємства;
- конкурентоспроможність підприємства;
- галузь економіки.

Саме за допомогою реалізації цих цілей, які безпосередньо впливають на розвиток підприємства, досягається стабілізація та розвиток суб'єкта господарювання, що в майбутньому веде до стабільної діяльності, охоплення нових ринків збуту та вихід на ринок як монополіста певної сфери діяльності[16].

Роль доходу підприємств в умовах ринкової економіки полягає в тому, що він виступає як:

- головна ціль підприємницької діяльності;
- підґрунтя економічного розвитку держави;

- критерій ефективності діяльності;
- головне внутрішнє джерело формування фінансових ресурсів;
- головне джерело зростання ринкової вартості підприємства;
- джерело задоволення соціальних потреб суспільства;
- захисний механізм від загрози банкрутства.

Проявом сутності прибутку підприємства виступають функції, серед яких виокремлюють (рис 1.1) [17]:

- стимулююча функція, спрямовується на подолання та зниження витрат з метою запровадження різноманітних інновацій задля розширення виробництва та зростання масштабів підприємства;
- розподільча – ця функція дає підприємству можливість розподіляти прибуток на дві частини: частину на податок на прибуток, та частину яка залишається у підприємства, задля подальшого використання;
- функція оцінювання має на увазі, що підприємство використовує прибуток в якості показника оцінювання, тобто характеристику діяльності;
- відтворювальна функція передбачає, що прибуток - джерело розширеного відтворення основних і оборотних фондів підприємства.

Також важливо для підприємства визначитися з типом стратегічної орієнтації прибутку, оскільки це буде впливати на планування прибутку на короткострокову перспективу та подальшого його використання[18].

Отже є такі стратегічні типи орієнтації підприємства на прибуток: «Задовільний прибуток», мінімізація прибутку (стабільний прибуток) і максимізації прибутку[20].

Прибуток є важливим основним джерелом значного приросту власного капіталу, джерело відтворення виробничих фондів, збільшення обсягів виробленої продукції також джерелом розвитку соціальної сфери. Слід зауважити, що

показники прибутку не відображають ступінь ефективності господарювання, тому що сума доходу може зростати і при недостатньому використанні матеріальних, трудових, фінансових ресурсів.

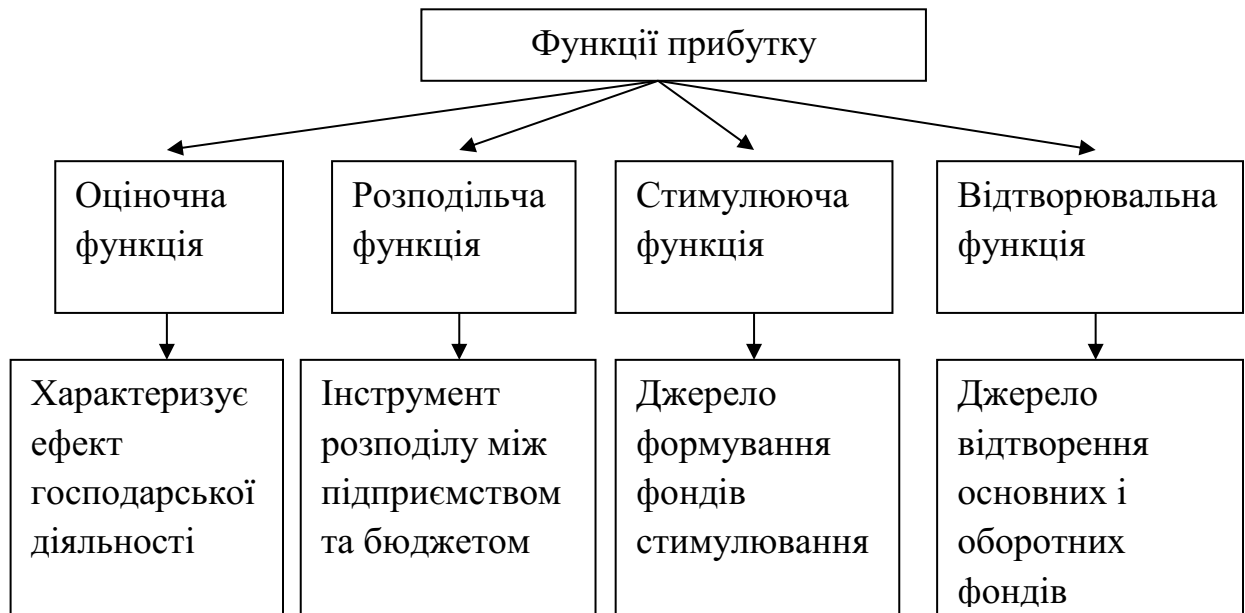


Рисунок 1.1 – Функції прибутку [17].

Тому для характеристики ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства можна використовувати показники рентабельності [20].

Основними елементами прибутку є такі [21]:

- Прибуток включає певну винагороду за ризик та прийняття невизначеності: однією з важливих функцій підприємця є прийняття на себе виробничих ризиків. І за цей ризик він отримує певний дохід.
- Прибуток включає певний дохід, який бізнесменам вдається захистити. У реальному житті кожен бізнесмен часто здатний забезпечити певний монопольний або напівмонополістичний контроль над ринками. Тому він, як правило, в змозі стягувати трохи

вищу ціну, ніж це було б можливо за досконалої конкуренції. Тому він отримує додатковий дохід.

- Наявність недоліків ринку може збільшити прибуток. Конкуренція на ринку робочої сили або за будь-який інший фактор виробництва може бути, а часто і є недосконалою, внаслідок чого роботодавець може експлуатувати ситуацію. Різниця буде в його прибутку.
- Прибуток часто містить великі обсяги випадкових прибутків: ці вигоди виникають завдяки простому успіху на певних підприємствах. Раптовий зсув попиту може спричинити зростання цін, а отже, це може принести великі прибутки підприємцям[22].

Таким чином, виражений через різницю сукупного доходу та сукупних витрат із урахуванням оподаткування, прибуток як чистий дохід від підприємницької діяльності є винагородою за здійснення підприємницької діяльності із урахуванням її ризикованості. Прибуток є основним джерелом фінансування розвитку підприємства, вдосконалення його матеріальнотехнічної бази та продукції, забезпечення всіх форм інвестування [23]. Водночас він є об'єктом оподаткування та джерелом з якого сплачуються податки, а відтак – головним способом розв'язання соціально-економічних цілей держави. Згідно з дослідженнями багатьох економістів, управління прибутком визначається як процес прийняття відповідних управлінських рішень, які не приймають до уваги, що до процесу управління прибутком необхідно підходити як до системи. Управління прибутком з точки зору системного підходу – складна багаторівнева система.

Підприємець, приймаючи на себе ризики та керуючи виробничою організацією, надає суспільству корисні послуги, за які йому потрібно платити. Послуги бізнесменів не менш цінні, ніж послуги робітників. Завдяки своїй вищій організованості, своїй сміливості та кмітливості у прийнятті на себе ризиків,

підприємець підвищує продуктивність економічної організації у більшому співвідношенні, ніж це було б можливо інакше. Крім того, було помічено, що прибуток був стимулом прогресу в рамках існуючої організації, а припинення прибутку означало б скасування прогресу. Звичайно, якщо ми скасуємо приватну власність, виплата прибутку не буде необхідною. Але скасування приватної власності породжує різні питання, які нам доведеться проаналізувати з дуже близького рівня. Але загальний погляд полягає в тому, що виплата прибутку за роботу підприємцю виправдана.

Отже, якщо ми підсумуємо сказане вище, єдина мета бізнесу - максимізація прибутку. Він виходить на ринок з основною метою отримання прибутку. Для виживання бізнесу на ринку надзвичайно необхідне отримання прибутку. Якщо бізнес не може принести прибуток, очікується, що він піде фінансово вниз. Тому підприємець робить усі можливі трюки, щоб максимізувати свій прибуток за рахунок збільшення обсягу продажів або зменшення витрат. Загальновідомо: "Чим вище ризики, тим вища віддача". Бізнес приваблює ризик. Під час започаткування бізнесу не гарантується 100% успіху бізнесу. Існує лише передбачення, що на ринку може бути попит на його товар чи послугу. Бізнес може навіть отримувати прибуток, але сума отриманого прибутку може відрізнятись. Бізнесмени вкладають величезний капітал у свою діяльність для підтримки та отримання прибутку від бізнесу. У комерційній діяльності завжди є шанси на збитки.

1.2 Особливості управління прибутком підприємства в фармацевтичній галузі

Дослідження, опубліковане в Журналі Американської медичної асоціації (JAMA) під назвою "Прибутковість великих фармацевтичних компаній у порівнянні з іншими великими державними компаніями", показало, що прибуток від фармацевтичної діяльності ближчий до інших компаній, що базуються на дослідженнях, і схожий з компаніями в технологічному секторі.

Перше у своєму роді дослідження Центру інтеграції науки та промисловості Університету Бенглі критично вивчає прибутковість компаній, які відповідають за розробку, виробництво, маркетинг та продаж більшості ліків. Ці результати мають потенціал для інформування про забезпечення як доступності, так і актуальності основних ліків зараз і в майбутньому. Дослідження було проведено в контексті опитування громадської думки, яке показало, що 80% респондентів вважають, що прибуток, отриманий фармацевтичними компаніями, є основним фактором, що впливає на ціну ліків, що відпускаються за рецептом. Лікар Фред Ледлі, директор Центру інтеграції науки та промисловості, та старший автор дослідження пояснив: «Хоча є великі дослідження щодо впливу нездорових ліків на здоров'я, існує мало досліджень щодо прибутковості фармацевтичних компаній. Розробка політики забезпечення доступності основних ліків також потребуватиме розуміння того, як зниження цін на ліки може вплинути на галузь, яка робить ці ліки доступними».

Дослідження порівнювало прибуток 35 великих фармацевтичних компаній з 347 компаніями з індексу S&P 500. За період з 2000 по 2018 рік сукупний дохід фармацевтичних компаній склав 11,5 трлн дол. США (10,35 трлн євро) та сукупний чистий прибуток 1,9 трлн дол[25].

Чистий прибуток, який також називають "доходом", відображає різницю між усіма доходами та витратами і є "суттєвим результатом" компанії, який використовується при розрахунку прибутку на акцію. За цей же період середня

маржа чистого доходу (відсоток доходу, що залишився після вирахування всіх витрат) для фармацевтичних компаній становила 13,7% порівняно з 7,7% для компаній S&P 500, різниця 6,1%. Однак, порівнюючи фармацевтичні компанії з тими компаніями S&P 500, які звітують про витрати на дослідження та розробки та враховуючи вплив розміру компанії та часових тенденцій, різниця в середньому прибутку становила 3,6%, а фармацевтичні компанії були не вигіднішими, ніж ті компанії в технологічному секторі або медичні компанії, що розробляють не фармацевтичну продукцію[26].

Дослідження чітко було зосереджено на великих фармацевтичних компаніях, які постачають переважну більшість усіх ліків. У 2018 році ці компанії мали загальну ринкову вартість 2,4 трлн доларів (2,16 трлн євро), безпосередньо зайняли 992 тис. осіб та витратили 120 млрд дол. (107,97 млрд. євро) на дослідження та розробку нових ліків. Фармацевтичні компанії представляють лише один елемент системи фармацевтичної дистрибуції, яка також включає менеджерів аптек, оптовиків, аптек та постачальників медичних послуг, а також академічні лабораторії та біотехнологічні компанії, що беруть участь у фундаментальних та прикладних дослідженнях, що ведуть до розробки нових ліків[27].

Незалежно від того, що компанія продає, вона займається зароблянням грошей та виконанням своїх довірчих обов'язків. Майбутнє існування компанії залежить від нижнього рядка звіту про прибутки та збитки. Фармацевтичні компанії нічим не відрізняються. Вони займаються зароблянням грошей, продаючи фармацевтичні препарати. Як і кожна компанія, для їх існування вони повинні забезпечити, щоб результат наступного рівняння був більшим за нуль:

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

де TR – загальна виручка, TC – загальні витрати.

Для їх функціонування керівництво повинно забезпечити найвищий рівень прибутковості, можливий для виконання свого обов'язку перед акціонерами. Фармацевтичні компанії зобов'язані перед суспільством виробляти ліки, які подолають усі хвороби, та уникати дискримінації щодо певної хвороби або стану. Але фармацевтичним компаніям доводиться робити дискримінацію, оскільки, як і інші комерційні підприємства, вони щодня повинні відповідати на таке питання: чи можемо ми дозволити собі це виробництво? Це рішення повинно базуватися виключно на продажах і витратах.

Як відомо будь-якому споживачеві, придбання фармацевтичних препаратів коштує дорого. Лікування ВІЛ-інфекції може коштувати тисячі доларів на рік. Причиною цих високих витрат є величезна кількість часу та грошей, необхідних для розробки, затвердження та розподілу цих ліків.

За останні 10 років компанія Bristol-Meyers Squibb витратила більше 10% від загального обсягу продажів на дослідження та розробки. Тільки компанія Merck витратила на дослідження та розробки понад 9,4 млрд. доларів США в період з 1996 по 2000 рік. В порівнянні, Merck міг дати кожному американському громадянину купюру в 5 доларів або придбати всі товари, вироблені в Танзанії за меншу суму ніж витратили за 5 років на дослідження та розробки[28].

Після завершення досліджень і розробок фармацевтичні компанії можуть витратити на мільярди більше на клінічні випробування, політичне лобіювання та інші витрати, пов'язані з випуском нового продукту. Крім того, вони повинні чекати в середньому 10 років, щоб розпочати продаж продукції та окупити вартість.

Дохід, отриманий від успішного продукту, повинен відшкодувати витрати не тільки на дослідження та розробку цього продукту, але й на невдалі спроби. Компанії можуть або стягувати феноменально високі гроші за ліки, які впливають на відносно невелику популяцію пацієнтів (наприклад, пацієнти в США, хворими

на СНІД або розсіяний склероз), або брати більш комерційно вигідну ціну за ліки, що задовольняють потреби величезної частини населення (наприклад, у тих, хто має еректильну дисфункцію або алергію). Спираючись на існуючу в даний час медичну систему, страхові компанії, швидше за все, будуть лобювати дорогі методи лікування, щоб запобігти подальшому збільшенню витрат на відшкодування витрат та подальшому підвищенню премій. Таким чином, набагато вигідніше випускати "маленькі блакитні пігулки" за 10 доларів, що сподобаються (статистично) кожній людині в певний момент його життя.

Як і проблема, вирішення може бути вирішене з боку витрат та продажів. Зі сторони витрат, якщо фармацевтичні компанії звільняються від довірчого обов'язку або їм надаються гроші на дослідження, необхідні для виробництва цих препаратів, вони будуть в захваті, щоб скористатися будь-якою можливою можливістю. Подібним чином, якщо страхові компанії змінять свої лобістські стратегії та перевірять, що вони будуть платити високі ціни за найсучасніші препарати від рідкісних захворювань, вчені та дослідники фармацевтичних компаній із задоволенням повернуться до лабораторії.

1.3 Методичні підходи до оцінки стану управління прибутком

Сьогоднішнє ділове слово сьогодні "вигідно". Відповідно до нескороченого словника англійської мови Мерріам-Вебстер, визначення вигідного - це "отримання прибутку: отримання вигідних прибутків або результатів". Thesaurus.com містить деякі споріднені слова, включаючи "прибутковий", "економічно ефективний" та "плідний". Антоніми включають "безрезультатний" та "безцінний".

Більшість власників бізнесу розуміють прибутковість з фундаментальної точки зору. Якщо дохід від продажу покриває ваші витрати, ви отримуєте прибуток. Прибуток означає позитивний грошовий потік. Позитивний грошовий

потік допомагає підтримувати свій бізнес. Прибутковість, як правило, є однією з головних цілей власників бізнесу. Вони прагнуть мати вигідний досвід та нажитися на матеріальній вигоді. Однак власникам бізнесу слід дивитись не лише на просту суму в валюті. Базова сума в валюті не вказує, чому бізнес вигідний. Аналіз ключових показників може допомогти власникам бізнесу визначити, чи рентабельна їхня компанія. Обчислюючи та порівнюючи показники, власники можуть визначити сфери бізнесу, які працюють добре - і ті, які потребують вдосконалення.

Взагалі кажучи, є три основних способи визначити, чи є ви прибутковим бізнесом: коефіцієнт націнки або рентабельності, аналіз беззбитковості та оцінка рентабельності активів[29].

Мабуть, найкращим способом визначити, чи ведете ви прибутковий бізнес, є коефіцієнт маржі, який також називають коефіцієнтом рентабельності. Щоб дізнатись ці цифри, спочатку потрібно розрахувати три пункти з вашого звіту про доходи:

$$\text{ВП} = \text{ЧД} - \text{С} \quad (1.2)$$

де ВП – валовий прибуток, ЧД – чистий дохід, С – собівартість реалізованої продукції.

$$\text{ОП} = \text{ВП} - \text{ОВ} \quad (1.3)$$

де ОП – операційний прибуток, ВП – валовий прибуток, ОВ – операційні витрати, включаючи продажі та адміністративні витрати.

$$\text{ЧП} = \text{ВП} - \text{П} \quad (1.4)$$

де ЧП – чистий прибуток, ВП – Валовий прибуток, П – податки.

Всі ці три цифри дають спосіб виразити прибуток з грошової точки зору. Можна зробити розрахунки далі перетворивши ці показники у співвідношення. Це зручно, оскільки це дозволяє більш точно аналізувати компанію. Коефіцієнти допомагають виміряти ефективність набагато краще, ніж прямі суми.

Наприклад, у першому періоді у вас може бути вищий валовий прибуток, ніж у четвертому, хоча ви заробили більше грошей (з точки зору валюти) в четвертому періоді. Крім того, коефіцієнти дозволяють порівняти одну компанію з іншими у цій галузі.

Те, що компанія отримує більше прибутку, не означає, що вона фінансово здорова. Коефіцієнти націнки є набагато кращим предиктором стану здоров'я та довгострокового зростання, ніж просто грошові показники.

Якщо ви продаєте фізичну продукцію, валовий прибуток дозволяє підвищити прибутковість вашої продукції. Ваш загальний валовий прибуток - це виручка від продажів мінус ваша вартість проданих товарів. Вартість проданих товарів відображає, скільки ваша компанія заплатила за продаж продукції протягом певного періоду.

Іншими словами, це прибуток після вирахування прямих матеріалів, безпосередньої праці, запасів та накладних витрат на товар. Тут не враховуються ваші загальні комерційні витрати. Формула для розрахунку коефіцієнта валового прибутку:

$$ROS = \frac{\Pi}{BP} \times 100\% \quad (1.5)$$

де ROS – рентабельність продажів, П – прибуток, ВР – виручка від реалізації.

Якщо валовий прибуток високий, це означає, що ви отримуєте багато прибутку відносно вартості вашого продукту. Однією з основних речей, за яку варто хвилюватись, є стабільність цього співвідношення. Валова рентабельність не повинна різко коливатися від одного періоду до іншого. Єдине, що мало б спричинити серйозні коливання, це якщо б галузь, до якої ви входите, зазнала широкомасштабних змін, які безпосередньо впливають на вашу цінову політику або вартість проданих товарів.

Операційна маржа забезпечує хороший огляд поточної прибуткової потужності. На відміну від валового прибутку, який вважається повинен бути стабільним, збільшення норми операційного прибутку ілюструє здорову компанію. Формула для розрахунку операційної націнки:

$$OM = \frac{ПП}{ЧД}, \quad (1.6)$$

де ПП – прибуток від продажу, ЧД –чистий дохід від реалізації.

Операційна маржа дає хороший погляд на те, наскільки ви ефективні. Якщо ви хочете порівняти свої прибутки з іншими представниками галузі, це найкращий коефіцієнт для цього, оскільки це показує вашу здатність перетворити продажі на прибуток до оподаткування. Багато осіб, які займаються корпоративними фінансами, вважають, що це набагато більш об'єктивний інструмент оцінки, ніж коефіцієнт норми чистого прибутку.

Однією з речей, яка може підтримувати цей коефіцієнт незмінним, є збільшення операційних витрат. Якщо ви підозрюєте, що деякі операційні витрати зростають, вам слід провести порівняльний аналіз своїх операційних витрат.

Порівняльний аналіз - це побічне порівняльне відсоткове порівняння даних за два і більше років. Це трохи трудомісткіше, ніж базовий розрахунок

коефіцієнта, але непогано, якщо ви можете експортувати дані зі свого бухгалтерського програмного забезпечення.

Рівень чистого прибутку, який іноді називають просто "рентабельністю", - це загальна картина прибутковості. Деякі галузі, такі як фінансові послуги, фармацевтика, медицина та нерухомість, мають надзвичайно високі норми прибутку, а інші - більш консервативні. Використовуючи галузеві стандарти в якості еталону можна виконати внутрішнє порівняння за рік, щоб оцінити результати. Формула для розрахунку коефіцієнта рентабельності чистого прибутку має вигляд:

$$NM = \frac{ЧП}{ЧД}, \quad (1.7)$$

де ЧП – чистий прибуток.

Норма чистого прибутку подібна до норми операційного прибутку, за винятком того, що вона враховує прибуток після сплати податків. Це демонструє, скільки прибутку ви можете отримати від загального обсягу продажів.

Беззбитковість - це точка, при якій витрати та доходи однакові. Ви не заробляєте гроші на точці беззбитковості, але й не втрачаєте. Слід витратити час, щоб виміряти точку беззбитковості, щоб визначити, скільки буде «простору», якщо справа зазнає поразки. Власнику бізнесу потрібно планувати несподіване. Можливі втрати доступу до сировини через стихійне лихо. Або хтось із виробників зазнає пожежі на складі і більше не може надати необхідні товари. У будь-якому випадку, знання точки беззбитковості дасть зрозуміти, скільки можна дозволити собі втратити.

Розрахувати точку беззбитковості можна для різних складових бізнесу. Наприклад, виміряти точку беззбитковості як цифру продажів. Можна виміряти точку беззбитковості відносно проданих одиниць. Метод для цього:

$$Q = \frac{FC}{P-AVC} \quad (1.8)$$

де FC – сума постійних витрат, P – ціна за одиницю продукції, AVC – змінна витрати на одиницю продукції.

Виконання цих розрахунків дозволяє визначити, наскільки прибутковою компанія будете залишатися в майбутньому.

Останні два показники прибутковості, які можна отримати з фінансової звітності, - це рентабельність активів (ROA) та рентабельність інвестицій (ROI). ROA показує загальний дохід порівняно із загальною кількістю використаних активів. Цю цифру можна використовувати як інструмент порівняння від періоду до періоду в межах компанії та інших фірм галузі. Чим вищий ROA, тим ефективніше ви працюєте. Формула для розрахунку рентабельності активів:

$$ROA = \frac{\text{ЧП}}{A}, \quad (1.9)$$

де A – середня вартість активів.

Рентабельність активів показує, скільки ви заробляєте в порівнянні з вашими інвестиціями. Вимірювання прибуткових інвестицій дозволяє вам переконатися, що ви розміщуєте свої гроші в потрібних місцях. Потрібно переконатися, що рентабельність інвестицій є принаймні такою, якою могла б бути у безризикових інвкстиціях, наприклад таких як заощадний рахунок із високим доходом. Якщо це не так, то краще вкласти гроші на один із цих рахунків, оскільки вони принесуть більший прибуток. Рентабельність власного капіталу - це в основному показник того, чи „все це того варте”. Формула для розрахунку прибутковості власного капіталу:

$$ROE = \frac{ЧП}{ВК}, \quad (1.10)$$

де ВК – середня вартість власного капіталу.

На більшість малих підприємств поширюється правило 80/20: вісімдесят відсотків доходу припадає на 20 відсотків споживачів. Сегментуйте бізнес за товарами або послугами, щоб з'ясувати, які сфери бізнесу мають найкращі доходи та чистий дохід.

Існує два способи розрахунку прибутку за сегментами. Одним із варіантів є визначення конкретного доходу та витрат, пов'язаних із сегментом. Якщо робите це, ви проігноруйте накладні витрати, такі як страхування бізнесу, орендна плата, комунальні послуги та зарплата керівників.

Крім того, можна використовувати план розподілу витрат для розподілу накладних витрат на кожен сегмент або лінію обслуговування. Наприклад, якщо ваша зарплата включає велику частину накладних витрат, ви розподіляєте цю зарплату на основі того, скільки часу ви витрачаєте на кожен сегмент. Успішні власники бізнесу знають, що здатність компанії заробляти гроші не вимірюється кількістю грошей у банку. Натомість справжнє визначення фінансового стану походить від аналізу ділової діяльності[30].

Висновок до першого розділу

Незалежно від того, що компанія продає, вона займається зароблянням грошей та виконанням своїх довірчих обов'язків. Майбутнє існування компанії залежить від нижнього рядка звіту про прибутки та збитки. Фармацевтичні компанії нічим не відрізняються. Вони займаються зароблянням грошей, продаючи фармацевтичні препарати. Як і кожна компанія, для їх існування вони повинні забезпечити, щоб результат був прибутковим.

Прибуток є найважливішою економічною категорією, а його отримання є однією із головних задач підприємства. Прибуток, підприємство одержує тільки в тому випадку, якщо виробляє продукцію або послуги, які задовольняють потреби покупців, існує два аспекти управління прибутком: на етапі його формування та на етапі розподілу.

У фармацевтичній галузі дохід, отриманий від успішного продукту, повинен відшкодувати витрати не тільки на дослідження та розробку цього продукту, але й на невдалі спроби. Компанії можуть або стягувати феноменально високі гроші за ліки, які впливають на відносно невелику популяцію пацієнтів (наприклад, пацієнти в США, хворими на СНІД або розсіяний склероз), або брати більш комерційно вигідну ціну за ліки, що задовольняють потреби величезної частини населення (наприклад, у тих, хто має еректильну дисфункцію або алергію).

Отже, основна формула прибутку обчислюється шляхом віднімання всіх витрат, понесених за певний період, із загальної суми доходів, отриманих за той самий звітний період. Прибуток відображається в нижній частині звіту про прибутки та збитки і традиційно розглядається як сума грошей, що залишилася після сплати всіх витрат. Прибуток є основним джерелом фінансування розвитку підприємства, удосконалення його матеріально-технічної бази, забезпечення всіх форм інвестування.

2 АНАЛІЗ СТАНУ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ АТ «КИЇВСЬКИЙ ВІТАМІННИЙ ЗАВОД»

2.1 Стан та перспективи розвитку фармацевтичної галузі України

Нові технології, старіння населення, підвищений інтерес до якісного медичного обслуговування - усі ці фактори виділяють фармацевтику в сучасній світовій економіці. Україна є повноправним учасником цього буму, фармацевтичні препарати з комфортом розміщені як одна з найкращих компаній у країні. Хоча багато секторів української економіки намагалися вийти з економічної кризи в 2009-2010 та 2014-15 роках, фармація спостерігала вражаюче зростання. У 2018 році він досяг 89 мільярдів гривень проти 23,5 мільярда у 2010 році - вражаючий середній приріст понад 18 відсотків на рік. Також це зростання не базується просто на слабкій місцевій валюті, стверджує Дмитро Шимків, голова групи "Дарниця", вказуючи на зростання вартості продажу в твердій валюті, особливо за останні два роки. Капітальні інвестиції у фармацевтичне виробництво за останні 8 років потроїлись і зараз складають близько 1,85 млрд. гривень. Подібним чином, інвестиції, люди та продуктивність праці могли краще вирішувати проблеми найму та утримання талантів у порівнянні з іншими галузями. Незважаючи на відносно низький рівень порівняно із західними аналогами, середня зарплата понад 15 400 гривень (610 доларів) робить фармацевтику найкраще оплачуваною галуззю в Україні. Але хоча глобальні гравці з великим бюджетом досліджень будуть боротися за місце під сонцем, експерти кажуть, що все ще не закінчено для гравців, що розвиваються. Дмитро Алешко, партнер та керівник фармацевтичного регулювання в юридичній фірмі LegalAlliance, каже, що Україна в 2019 році відповідає вимогам останніх років. Які

фактори будуть продовжувати рухати результативність сектору в найближчі роки? Ось п'ять причин, чому вам слід спостерігати за українською фармацією[31].

Споживання наркотиків в Україні залишається одним із найнижчих у Європі (73 долари на людину порівняно з 625 доларами в Канаді або 258 доларами в Естонії) - головним чином через низьку купівельну спроможність людей та відсутність державних програм медичного страхування. Але ця ситуація повільно змінюється на краще, покращуючи перспективи для фармацевтичної галузі.

Хоча Україна трохи відстає від графіка, Україна дублює успіх своїх європейських сусідів. Тому страхова медицина та приватно-державне партнерство у фармацевтичному бізнесі - це завдання найближчого майбутнього.

Через кілька важких років Україна нарешті прийняла на економічні реформи, які допомогли забезпечити зростання зарплат. У 2018 році реальний наявний дохід українців зріс майже на 10 відсотків порівняно з попереднім роком, а київський інвестиційний банк Concorde Capital прогнозував ще на 9-9,5% збільшення на 2019 рік. До 2014 року в українській фармації переважали іноземні компанії. Тоді лише 3 з 10 найбільших українських фармацевтичних компаній були з України[32].

У цей період відбувся тимчасовий поступовий відхід від імпорту, причому різка девальвація гривні була ключовим фактором. Більш високі ціни на імпортні ліки допомогли українським виробникам бути поміченими в очах українських споживачів. Як результат, ринок відчув величезне імпортозаміщення - вирішальний фактор для зростання фармації в останні роки. Іноземні компанії застосовували агресивну рекламну стратегію на українському ринку. Вони переконували споживачів, що тільки їх продукція є якісною. Насправді більшість іноземних медичних речовин мають такі ж ефективні українські аналоги. Поряд з цим їх ціна становить в 4-5 разів нижче. «Програма доступних ліків», започаткована у 2017 році Міністерством охорони здоров'я, є кроком у

правильному напрямку. Програма мала на меті відшкодувати найнеобхідніші ліки загалом у своєму бюджеті 627 мільйонів гривень у 2017 році. Їх кількість зросла до понад 1 мільярда гривень у 2018 та 2019 роках. Як очікувалося, попит на ліки, що входять до списку, різко зріс за два роки, нині обсяг програми все ще відносно обмежений, оскільки бюджет "Програми доступних ліків" становить трохи більше 1 відсотка від загального ринку.

На більшості ринків уряди є найбільшими покупцями медичних продуктів та послуг. Однак Україна давно відстала через неефективне та глибоко корумповане медичне обслуговування, внаслідок чого багато ліків купували окремо, незважаючи на те, що вони були схвалені для державних або страхових програм.

Підйом дженериків це глобальна тенденція, і Україна є її частиною. Дженерики надають доступ до лікування більшій кількості пацієнтів, саме тому уряди багатьох країн зосереджуються на них при плануванні державних медичних програм. Більше того, дженерики - це не просто явище на ринку, що формується. Згідно з нещодавною доповіддю регулятора США, Управління з контролю за продуктами та ліками: "Доступні загальнодоступні лікарські засоби, доступні американцям, є виграшем для здоров'я населення".

На відміну від розробки оригінальної нової медицини, дженерики не вимагають великих вкладень. Хоча створення нового препарату може коштувати більше 1 мільярда доларів, розробка дженериків може бути ближче до діапазону від 5 до 10 мільйонів доларів. Більше того, оскільки ринки запатентованих ліків уже відомі (і можуть служити еталоном для прогнозування ринку генериків), дженерики є і менш капіталомістким, і менш ризикованим видом інвестицій. Нарешті, дженерики також набагато швидше розробляються: тоді як оригінальні медичні сполуки можуть зайняти більше 10 років, то створення дженериків зазвичай відбувається в 3-4 рази швидше.

Мета Всесвітньої організації охорони здоров'я - забезпечити найвищий доступний рівень охорони здоров'я всім на планеті. Експерти ВООЗ розглядають дженерики як шанс для мільйонів пацієнтів отримати доступне медичне лікування - адже такі препарати набагато дешевші за оригінали, зберігаючи незмінну якість. Втрата однієї компанії - це виграш іншої. Хоча багато транснаціональних корпорацій із Заходу збираються програти через так звані "патентні скелі" (різке зменшення доходів після закінчення терміну дії патенту), фармацевтичні фірми на ринках, що розвиваються, розглядають це як можливість.

Вік масового патентування був у кінці 1980-х - на початку 1990-х років. Зазвичай патент діє 20 років, тоді компанія може продовжити його на 5 років. Якщо ми починаємо зворотний відлік з 1990-х, 25 років означає, що термін їх дії закінчується зараз. Завдяки дженерикам виграють як пацієнти, так і виробники. Фармацевтична промисловість - це не тільки бізнес, але й соціальна відповідальність. І якщо виробництво дженериків здешевить лікування деяких захворювань, це дасть надію десяткам тисяч українців.

Це було підтверджено дослідженням чотирьох провідних ринків, що розвиваються, Бразилією, Росією, Індією та Китаєм, проведеними світовою консультативною фірмою PwC, яке показує, що прогнозовані нові витрати на фармацевтичну продукцію в 2020 році переважно спрямовуватимуться на дженерики[33].

За даними рисунку 2.1 на даний момент Україна є насамперед вікном на пострадянський ринок - найбільшими 3 експортними ринками є Узбекистан, Казахстан та Росія, і лише дві з 10 найбільших країн-експортерів (Бразилія та Ірак) потрапляють за межі цього регіону.

Однак є кілька причин вважати, що це може змінитися в майбутньому.

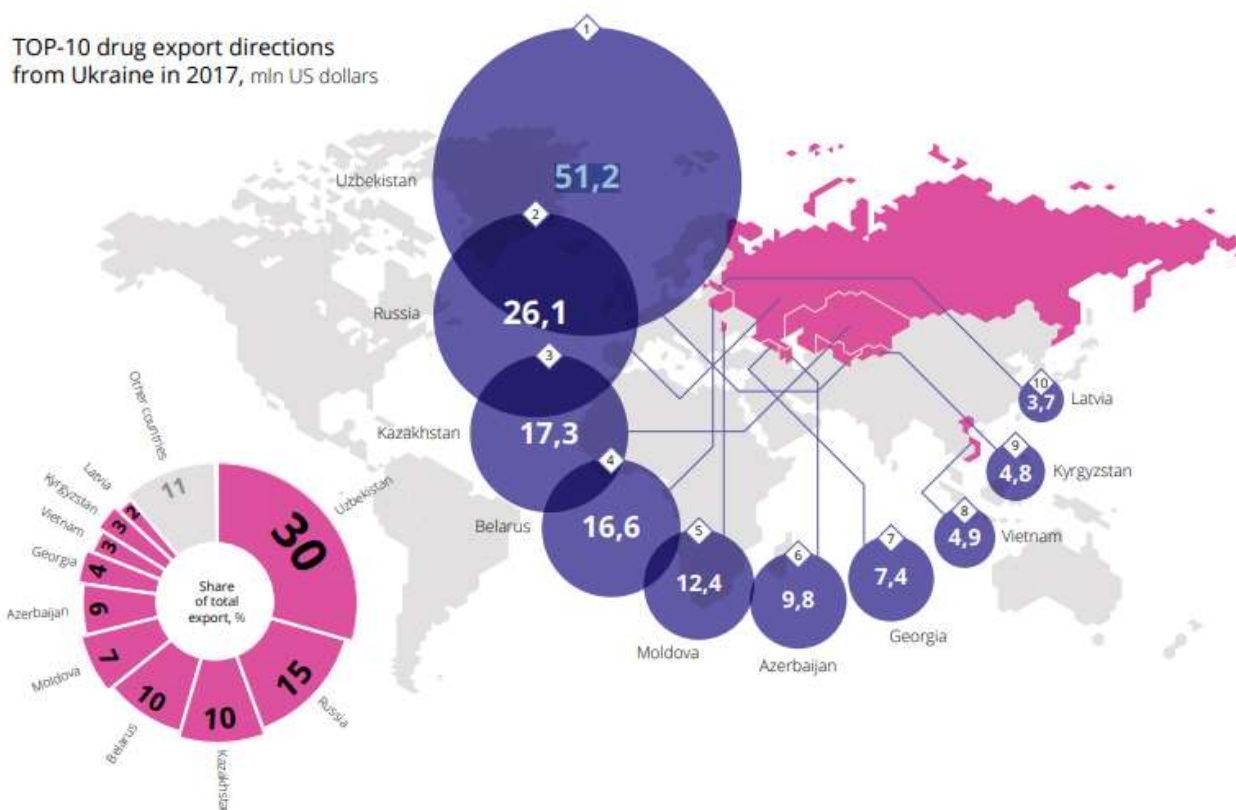


Рисунок 2.1 – Топ 10 напрямків експорту з України у 2017 році [40]

Протягом останніх двох років 7 українських фармацевтичних компаній отримали міжнародний стандарт GMP (Good Manufacturing Practice), що забезпечує належну якість виробництва. Це сприятиме експорту української фармацевтичної продукції до Європейського Союзу[34].

Вдавшись після революції 2014 року, Україна протягом останніх чотирьох років спостерігала стабільне зростання експорту. В даний час Україна експортує свою лікарську продукцію до 81 країни. Більшість експертів сходяться на думці, що динаміка буде продовжуватися в темпі. Законодавство найбільш відповідає стандартам ЄС порівняно з іншими пострадянськими країнами. Фарма переживе ту ж революцію, що і IT-індустрія в 1990-х. Ми перебуваємо на межі буму, і це справді захоплює[35].

2.2 Загальна характеристика АТ «Київський вітамінний завод»

АТ «Київський вітамінний завод» — стабільна, перспективна та прогресивна українська фармацевтична компанія, що вирізняється високопрофесійною командою працівників, широким асортиментом та доступними цінами на ринку. Є однією з вітчизняних фармацевтичних компаній, які вирішили йти шляхом постійного вдосконалення якості продукції та ефективної маркетингової стратегії. За всі роки існування на ринку України фірма перетворилася у сучасну компанію, яка є трендсетером фармацевтичної галузі України. У попередні роки та зараз підприємство входить у топ-20 фармацевтичних компаній, що працюють на території України. Переможець багатьох бізнес-номінацій та фіналіст конкурсів, зокрема міжнародного диплому «Срібний дельфін» у номінації «Підприємство XXI століття» (Брюссель, 2000), «Знаку благодійства» за якість і технічні досягнення (міжнародна виставка «Харчування та життя XXI сторіччя»).

Препарат «Корвалмент» отримав перемогу у своїй категорії на конкурсі професіоналів фармацевтичної галузі України «Панацея-2010».

АТ «Київський вітамінний завод» має широку лінійку фармацевтичних засобів, а саме 130 лікарських засобів (рецептурних, безрецептурних) та 10 дієтичних добавок. Основними стратегічними завданнями підприємства є: збільшення асортименту продукції завдяки постійному вивченню нових тенденцій ринку та потреб споживачів і забезпечення доступності ліків.

Діяльність та виробництво АТ «Київський вітамінний завод» повністю задовольняє вимоги, які висуваються до сучасного фармацевтичного підприємства, і спрямована на створення доступних та максимально якісних ліків, які будуть ефективними для профілактики та лікування широкого спектру захворювань і патологічних станів у споживачів. Діюча система

забезпечення якості на АТ «Київський вітамінний завод» відповідає вимогам ДСТУ ISO 9001:2009 та міжнародного стандарту ISO 9001:2008 та є спрямована на перелік вимог конкретних споживачів, постійний аналіз ефективності заходів, які відбуваються та наступну поетапну інтеграцію з вимогами належних виробничої (GMP) і дистрибуторської (GDP) практик.

Підприємство використовує лише високоякісну сировину від постачальників з європейських країн та їх філій з Південно-Східної Азії.

Політика компанії спрямована на втілення в реальність корпоративного гасла «Якість без компромісів!», яке є визначним у пріоритетах підприємства щодо виробництва продукції та є основою для діяльності та найвищих стандартів з якості і безпеки. АТ «Київський вітамінний завод» безперервно працює над покращенням технічного рівня виробництва та пошуком і впровадженням новітніх існуючих технологій, закупівлею технологічного обладнання та максимально якісної сировини.

АТ «Київський вітамінний завод» займається також і благодійною діяльністю та надає гуманітарну допомогу різним прошаркам населення, зокрема хворим на епілепсію, підліткам з сільських районів України, жіночим консультаціям та пологовим будинкам, надає підтримку також професійним лікарським асоціаціям і товариствам, транслює ідею ставлення до себе та свого здоров'я та бережного відношення до навколишнього середовища.

Завдячуючи ефективному плануванню, жазі до вдосконалення та безперервному розвитку компанія побудувала свій авторитет та визнання споживачі. На сьогодні люди з різних країн довіряють АТ «Київський вітамінний завод» саме цінне, що у них є, а саме своє здоров'я.

На сучасному етапі АТ «Київський вітамінний завод»:

- це понад 75 років історії;

- продуктивний портфель це понад 130 лікарських препаратів та 10 дієтичних добавок;
- високоякісні субстанції від постачальників провідних європейських країн та їхніх дочірніх компаній з Південно-Східної Азії;
- команда професіоналів і однодумців, які мають спільні амбіційні цілі та орієнтовані на результат;
- відповідність виробництва стандартам якості ДСТУ ISO 9001:2009 і ISO 9001:2008;
- власна сертифікована лабораторія ВКЯ;
- 25 регіональних представництв в Україні;
- 7 представництв у країнах близького і далекого зарубіжжя;
- благодійність і гуманітарна допомога нужденним;
- соціальна відповідальність перед суспільством і кожним українцем.

Організаційна структура АТ «Київський вітамінний завод» містить наступні напрямки:

- напрямок із виробничих питань;
- напрямок із технічних питань;
- напрямок із збутових питань;
- напрямок із фінансових питань;
- бухгалтерія;
- напрямок з управління персоналом;
- напрямок із питань розвитку;
- напрямок із питань управління якістю;
- напрямок із питань транспортного забезпечення;
- напрямок із реєстрації;
- напрямок юридичного та зовнішньоекономічного супроводу;
- напрямок матеріально-технічного забезпечення;

- напрямок дослідний центр;
- служба з економічної безпеки.

Зміни в організаційній структурі відповідно до попередніх звітних періодів не відбувались.

Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу (осіб): 886. Середня чисельність позаштатних працівників та осіб, які працюють за сумісництвом (осіб): 3. Середня чисельність працівників, що працюють за цивільно-правовими договорами (осіб): 79. Всього чисельність працівників (осіб): 920.

Фонд оплати праці штатних працівників склав – 288 884 тис. гривень, що на 21,83% більше ніж в попередньому році.

АТ «Київський вітамінний завод» є дійсним членом "Об'єднання організацій роботодавців медичної та мікробіологічної промисловості України".

Основною ціллю роботи ООРММПУ є представництво та захист законних інтересів роботодавців - членів Організації у економічній, соціально-трудовій та інших сферах, у тому числі в їх відносинах з іншими сторонами соціального партнерства відповідного рівня, сприяння інтеграції та взаєморозумінню роботодавців фармацевтичної та мікробіологічної галузі промисловості в Україні.

Запроваджена на підприємстві система бухгалтерського обліку задовольняє усі існуючі та суттєві аспекти українського законодавства та відповідає нормативним вимогам з організації бухгалтерського обліку та звітності в Україні. Порядок складання і подання фінансової звітності відповідає національним і Міжнародним стандартам фінансової звітності.

Основними видами товарів, які виробляє АТ «Київський вітамінний завод» є лікарські засоби та дієтичні добавки. Продукція виробляється у формі таблеток, у тому числі покритих оболонкою, твердих та м'яких желатинових капсул, драже, розчинів. Основним завданням розвитку підприємства є

впровадження інноваційних безпечних лікарських засобів, модернізація виробничих потужностей, зростання обсягів реалізації.

Підприємство постійно здійснює оновлення структури основних засобів. Так, в 2016 році було здійснено капітальних інвестицій в розмірі 82 468 тисяч гривень, в тому числі у придбання машин та обладнання для виробничих потреб, лабораторного та допоміжного обладнання - 56 228 тисяч гривень. В 2017 та 2018 роках відповідно було здійснено капітальних інвестицій в розмірі 142 326 та 120 268 тисяч гривень, в тому числі у придбання машин та обладнання для виробничих потреб, лабораторного та допоміжного обладнання - 107 772 та 87 408 тисяч гривень. В 2019 році було здійснено капітальних інвестицій в розмірі 64 844 тисяч гривень, в тому числі у придбання машин та обладнання для виробничих потреб, лабораторного та допоміжного обладнання - 32 983 тисяч гривень.

Первісна вартість основних засобів АТ «Київський вітамінний завод» (після переоцінки) на початок 2019 року склала 571 191 тис. грн., сума зносу - 110 256 тис. грн., залишкова вартість - відповідно 460 935 тис. грн. Коефіцієнт зносу основних засобів на початок 2019 року - 19 %.

Первісна вартість основних засобів АТ «Київський вітамінний завод» на кінець 2019 року склала 627 053 тис. грн., сума зносу - 190 927 тис. грн., залишкова вартість - відповідно 436 126 тис. грн. Коефіцієнт зносу основних засобів на кінець 2019 року - 30 %.

Фінансування діяльності підприємства здійснюється завдяки власним ресурсам та застосуванню усіх можливостей по залученню довгострокових та короткострокових кредитів банків. Договори з основними дистриб'юторами носять довгостроковий характер, широкий асортимент продукції АТ «Київський вітамінний завод» та зміни в структурі попиту на фармацевтичні препарати не дають змоги визначити величину очікуваних прибутків по укладеним, але ще не виконаним договорам.

Підприємство має довгострокові плани розвитку, а саме продовження реконструкції та технічної модернізації виробництва, оновлення нового ефективнішого обладнання, модернізацію як існуючих технологій виробництва так і розробку з подальшим впровадженням нових перспективних видів продукції, удосконалення якості препаратів, розширення ринків збуту продукції як на вітчизняному ринку, так і за межами України. Прогнозний показник зростання обсягів реалізації складає 15%. Актуальним питанням також є продовження роботи по захисту прав інтелектуальної власності на продукцію, що виробляється АТ «Київський вітамінний завод».

АТ «Київський вітамінний завод» зараз активно працює над пошуком та впровадженням у промислове виробництво нових фармацевтичних препаратів, інвестуючи кошти у придбання лабораторного та виробничого обладнання, підбір висококваліфікованих кадрів, наукові розробки та технології. Загалом витрати на дослідження і розробки за 2019 рік склали 14 762 тисяч гривень, що на 16% більше ніж в попередньому році.[36]

2.3 Аналіз основних показників фінансової діяльності АТ «Київський вітамінний завод»

Важливе значення для забезпечення господарської діяльності підприємства має оцінка основних показників діяльності підприємства в динаміці за 3 роки. Узагальнені дані про основні показники діяльності АТ «Київський вітамінний завод» за 2017 - 2019 рр. містяться в таблиці 2.1.

Аналізуючи розрахунки, наведені в таблиці 2.1 бачимо, що в 2018 році порівняно з 2017 роком відбулося збільшення обсягу реалізованої продукції на 218765 тис. грн. або на 12,417%, собівартості реалізованої продукції - на 228143 тис. грн. або на 15,393%.

Таблиця 2.1 - Основні економічні показники діяльності АТ «Київський вітамінний завод» за 2017 - 2019 рр.

Показники	Роки			Відхилення			
	2017	2018	2019	2018 від 2017		2019 від 2018	
				Абс	відн %	Абс	відн %
1	2	3	4	5	6	7	8
1. Чистий дохід (виручка) від реалізації, тис. грн.	1761878	1980643	2250100	218765	12,417	269457	13,605
2. Повна собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	1482089	1710232	2029826	228143	15,393	319594	18,687
3. Прибуток (збиток) від реалізації продукції, тис. грн.	279789	270411	220274	-9378	-3,352	-50137	-18,541
4. Фінансовий результат від операційної діяльності, тис. грн.	230236	213393	150776	-16843	-7,316	-62617	-29,344
5. Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування, тис. грн.	224335	206380	143862	-17955	-8,004	-62518	-30,293
6. Чистий прибуток (збиток), тис. грн.	175109	169498	117559	-5611	-3,204	-51939	-30,643
7. Валюта балансу, тис. грн.(середня)	1147455	1342949	1487549	195494	17,037	144600	10,767
8. Необоротні активи, тис.грн.(середні)	555132,5	515541,5	488421	-39591	-7,132	-27120,5	-5,261
9. Оборотні активи, тис.грн.(середні)	592324	827397	999026	235073	39,687	171629	20,743
10. Власний капітал, тис.грн.	862825,5	966625,5	1106687	103800	12,030	140061,5	14,490
11. Залучений капітал, тис.грн.	284629,5	376323,5	380862	91694	32,215	4538,5	1,206

Продовження таблиці 2.1

1	2	3	4	5	6	7	8
12. Чисельність персоналу, осіб	920	920	920	0	0,000	0	0,000
13. Продуктивність праці, тис. грн /особу	1915,09	2152,873	2445,761	237,783	12,416	292,888	13,605
14. Коефіцієнт рентабельності витрат	0,189	0,158	0,109	-0,031	-16,402	-0,049	-31,013
15. Коефіцієнт рентабельності активів	0,153	0,126	0,079	-0,027	-17,647	-0,047	-37,302
16. Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	0,203	0,175	0,106	-0,028	-13,793	-0,069	-39,429
17. Коефіцієнт оборотності об. активів	2,975	2,394	2,252	-0,581	-19,529	-0,142	-5,931
18. Фондовіддача, грн./ грн.	3,456	4,33	1,254	0,874	25,289	-3,076	-71,039
19. Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,056	0,035	0,069	-0,021	-37,500	0,034	97,143
20. Коефіцієнт автономії	0,752	0,72	0,744	-0,032	-4,255	0,024	3,333

Реалізація продукції є прибутковою. В 2018 році прибуток АТ «Київський вітамінний завод» склав 206380 тис. грн., в порівнянні з 2017 роком, який також був прибутковим, чистий прибуток зменшився на 5611 тис. грн. або на 3,204%. Середньорічна вартість майна підприємства збільшилась на 195494 тис. грн. або на 17,037%, вартість необоротних активів зменшилась на 39591 тис. грн. або на 7,132%, вартість оборотних активів збільшилась на 235073 тис. грн. або на 39,687%. В 2019 році порівняно з 2018 роком відбулося зростання обсягу реалізованої продукції на 269457 тис. грн. або на 13,605%, собівартості реалізованої продукції - на 319594 тис. грн. або на 18,687%. Реалізація продукції є

прибутковою – прибуток від реалізації складає 220274 тис. грн. В 2019 році чистий прибуток АТ «Київський вітамінний завод» зменшився на 51939 тис. грн. або на 30,643%. Середньорічна вартість майна підприємства збільшилась на 144600 тис. грн. або на 10,767%, вартість необоротних активів зменшилась на 27120,5 тис. грн. або на 5,261%, вартість оборотних активів збільшилась на 171629 тис. грн. або на 20,743%.

Середньорічна чисельність персоналу в 2017, 2018 та 2019 роках залишалась незмінною.

Аналіз показників ефективності використання ресурсів підприємства показує, що за 2017-2019 роки у АТ «Київський вітамінний завод» спостерігається підвищення продуктивності праці - в 2018 році порівняно з 2017 роком збільшується на 237,783 тис. грн. або на 12,416%, у 2019 порівняно з 2018 роком збільшується на 292,888 тис.грн або на 13,605%; фондвіддача в 2018 році порівняно з 2017 роком зросла на 0,874 грн./грн. або на 25,289%. Оборотність оборотних активів стабільно зменшується впродовж 2017-2019рр. Коефіцієнт рентабельності витрат в 2017-2019 рр. є доволі низьким показником і протягом 2017-2019рр. продовжує знижуватись. Результати розрахунків рентабельності активів за формулою (10) також падає. Коефіцієнт рентабельності власного капіталу в 2019 році показує, що на 1 грн. власного капіталу припадає 10,5 коп. прибутку. Рівень ліквідності АТ «Київський вітамінний завод» протягом аналізованого періоду має позитивну тенденцію. Так, якщо в 2017 році коефіцієнт абсолютної ліквідності складав 0,056, в 2018 році зменшився до 0,035, але в 2019 становив 0,069. Тобто, в порівнянні з 2017 роком в 2019 році ліквідність підприємства підвищилась. При аналізі показника автономії, можна зробити висновок, що АТ «Київський вітамінний завод» в 2017-2019 роках для фінансування залучає власні кошти.

Таким чином, на основі проведеного аналізу показників господарської діяльності АТ «Київський вітамінний завод» можна зробити висновки, що в 2019 році спостерігається нарощування обсягів діяльності підприємства, підвищення продуктивності праці, що підтверджується зростанням обсягів реалізації, активів, чистої виручки. Негативною тенденцією є зниження фінансового результату від операційної діяльності та чистого прибутку. Фінансовий стан підприємства в 2019 році є досить стійкий, але показники ліквідності вказують, що підприємство не зможе погасити вчасно борги у випадку, якщо термін платежів настане незабаром.

2.4 Оцінка стану управління прибутком АТ «Київський вітамінний завод»

Проведемо аналіз фінансових результатів АТ «Київський вітамінний завод». Для цього розглянемо динаміку та структуру доходів, витрат та формування чистого прибутку за 2017 - 2019 роки. На першому етапі проведемо дослідження доходів АТ «Київський вітамінний завод».

За даними таблиці 2.2 ми бачимо, що загальна сума доходів АТ «Київський вітамінний завод» становить в 2017 році 1768852 тис.грн.

В 2018 році сума доходів підприємства збільшилась на 235494 тис.грн. і склала 2004346 тис. грн. Протягом 2019 року доходи підприємства збільшилися на 267336 тис.грн. і склали за рік 2271682 тис.грн.

Аналіз структури доходів АТ «Київський вітамінний завод» показав, що підприємство отримало доходу від реалізації в 2019 році 2250100 тис. грн., що становить 99,05% сукупних доходів підприємства. За 2019 рік доходи від реалізації збільшилися на 269457 тис. грн., а в 2018 році в порівнянні із 2017 роком доходи від реалізації АТ «Київський вітамінний завод» збільшилися на 218765 тис. грн.

Таблиця 2.2 - Аналіз динаміки та структури доходів АТ «Київський вітамінний завод» за 2017 - 2019 рр., тис. грн.

Показники	Роки			Відхилення (+,-)		Питома вага (%) у підсумку за за рік		
	2017	2018	2019	2018 від 2017	2019 від 2018	2017	2018	2019
1. Чистий дохід від реалізації	1761878	1980643	2250100	218765	269457	99,61	98,82	99,05
2. Інші операційні доходи	6070	21448	19508	15378	-1940	0,34	1,07	0,86
3. Інші фінансові доходи	657	1008	1518	351	510	0,04	0,05	0,07
4. Інші доходи	247	1247	556	1000	-691	0,02	0,06	0,02
5. Всього доходів	1768852	2004346	2271682	235494	267336	100	100	100

В 2019 операційні доходи зменшились, і становили 19508 тис. грн., що становить 0,86% загальних доходів підприємства, а в 2018 році в порівнянні із 2017 роком інші операційні доходи АТ «Київський вітамінний завод» збільшилися на 15378 тис. грн.

Інші фінансові доходи на АТ «Київський вітамінний завод» складають незначну частку, у 2019 році лише 1518 тис.грн.

Інші доходи мають тенденцію до зменшення, в 2019 р це лише 556 тис.грн.

На другому етапі проведемо аналіз витрат підприємства. Для цього використаємо дані звіту про фінансові результати об'єкта дослідження за 3 роки. Дослідження проведемо в таблиці 2.3.

Загальна сума витрат підприємства зростає, але також зростає і дохід, що є позитивним показником. Проаналізуємо детальніше структуру витрат досліджуваного підприємства.

Собівартість реалізованої продукції становить в 2019 році 1232387 тис.грн., що становить 62,22% загальних витрат підприємства. Протягом останнього року дані витрати збільшилися на 153778 тис. грн.

Таблиця 2.3 - Аналіз динаміки та структури витрат АТ «Київський вітамінний завод» за 2017 - 2019 рр., тис.грн.

Показники	Роки			Відхилення (+,-)		Питома вага (%) у підсумку за за рік		
	2017	2018	2019	2018 від 2017	2019 від 2018	2017	2018	2019
1. Собівартість реал. прод.	960954	1078609	1232387	117655	153778	62,22	59,99	57,92
2.Адміністративні витрати	70299	75300	83932	5001	8632	4,55	4,19	3,94
3. Витрати на збут	450836	556323	713507	105487	157184	29,19	30,94	33,53
4. Інші операційні витрати	55623	78466	89006	22843	10540	3,60	4,36	4,18
5. Фінансові витрати	1912	6572	8705	4660	2133	0,12	0,37	0,41
6. Інші витрати	4893	2696	283	-2197	-2413	0,32	0,15	0,01
7. Всього витрати	1544517	1797966	2127820	253449	329854	100	100	100

Адміністративні витрати складають в 2019 році 83932 тис.грн., що становить 3,94% валових витрат підприємства. Протягом останнього року дані витрати збільшилися на 8632 тис.грн, а питома вага в валових витратах зменшилась на 0,25%, що є позитивним фактором.

Витрати на збут складають в 2019 році 713507 тис.грн., що становить 33,53% валових витрат підприємства. Протягом останнього року дані витрати збільшилися на 157184 тис.грн, а питома вага в валових витратах знизилась на 2,59%.

Інші витрати операційної діяльності становлять в 2019 році 89006 тис. грн., що становить 4,18% валових витрат підприємства. Протягом останнього року дані

витрати збільшилися на 10540 тис. грн, а питома вага в валових витратах зменшились на 0,18%.

Фінансові витрати складають в 2019 році 8705 тис. грн., що становить 0,41% валових витрат підприємства. Проти 2018 року ці витрати збільшилися на 2133 тис. грн., а питома вага збільшилась на 0,04%.

Також у складі витрат підприємства є інші витрати, які за досліджуваний період зменшуються і складають в 2019 році 283 тис. грн. або 0,01 % загальних витрат підприємства.

Проведемо детальний аналіз динаміки та структури операційних витрат АТ «Київський вітамінний завод» за елементами в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4 - Аналіз динаміки та структури операційних витрат АТ «Київський вітамінний завод» за 2017 – 2019 рр., тис. грн.

Показники	Роки			Відхилення (+,-)		Питома вага (%) у підсумку за рік		
	2017	2018	2019	2018 від 2017	2019 від 2018	2017	2018	2019
1. Матеріальні витрати	836395	843636	1129694	7241	286058	54,39	47,56	53,32
2. Витрати на оплату праці	192228	237111	288884	44883	51773	12,50	13,37	13,63
3. Відрахування на соціальні заходи	36008	45226	55449	9218	10223	2,34	2,55	2,62
4. Амортизація	91071	93607	84217	2536	-9390	5,92	5,28	3,97
5. Інші витрати	382010	554427	560588	172417	6161	24,84	31,25	26,46
Загальні витрати	1537712	1774007	2118832	236295	344825	100	100	100

Дані аналізу показують, що матеріальні витрати складають в 2019 році 1129694 тис. грн., що становить 53,32% операційних витрат. Протягом останнього року дані витрати збільшилися на 286058 тис.грн, а питома вага в операційних витратах збільшилась на 5,76 %.

Витрати на оплату праці складають в 2019 році 288884 тис.грн., що становить 13,63% операційних витрат.

Протягом останнього року дані витрати збільшилися на 51773 тис.грн, а питома вага в операційних витратах збільшилась на 0,26 %.

Витрати на соціальні заходи складають в 2019 році 55449 тис.грн., що становить 2,62% операційних витрат. Протягом останнього року дані витрати збільшилися на 10223 тис.грн, а питома вага в операційних витратах зросла на 0,07 %.

Амортизаційні витрати складають в 2019 році 84217 тис. грн., що становить 3,97% операційних витрат. Протягом останнього року дані витрати зменшилися на 9390 тис. грн, а питома вага в операційних витратах зменшилась на 1,31 %.

Інші витрати складають в 2019 році 560588 тис. грн., що становить 26,46% операційних витрат. Протягом останнього року дані витрати збільшилися на 6161 тис. грн, а питома вага в операційних витратах зменшилася на 4.79%.

Проведемо аналіз формування чистого прибутку підприємства за 2017-2019 рр. в табл. 2.5.

Таблиця 2.5 - Аналіз формування чистого прибутку АТ «Київський вітамінний завод» за 2017 - 2019 рр., тис.грн.

Показники	Роки			Відхилення (+,-)	
	2017	2018	2019	2018 від 2017	2019 від 2018
1. Доходи	1768852	2004346	2271682	235494	267336
2. Витрати	1544517	1797966	2127820	253449	329854
3. Прибуток до оподаткування	224335	206380	143862	-17955	-62518
4. Чистий прибуток	175109	169498	117559	-5611	-51939

За даними рисунку 2.1 ми бачимо, що доходи підприємства складають в 2019 році 2271682 тис. грн, витрати - 2127820 тис. грн. Таким чином за формулою (1), прибуток до оподаткування складає 143862 тис. грн.

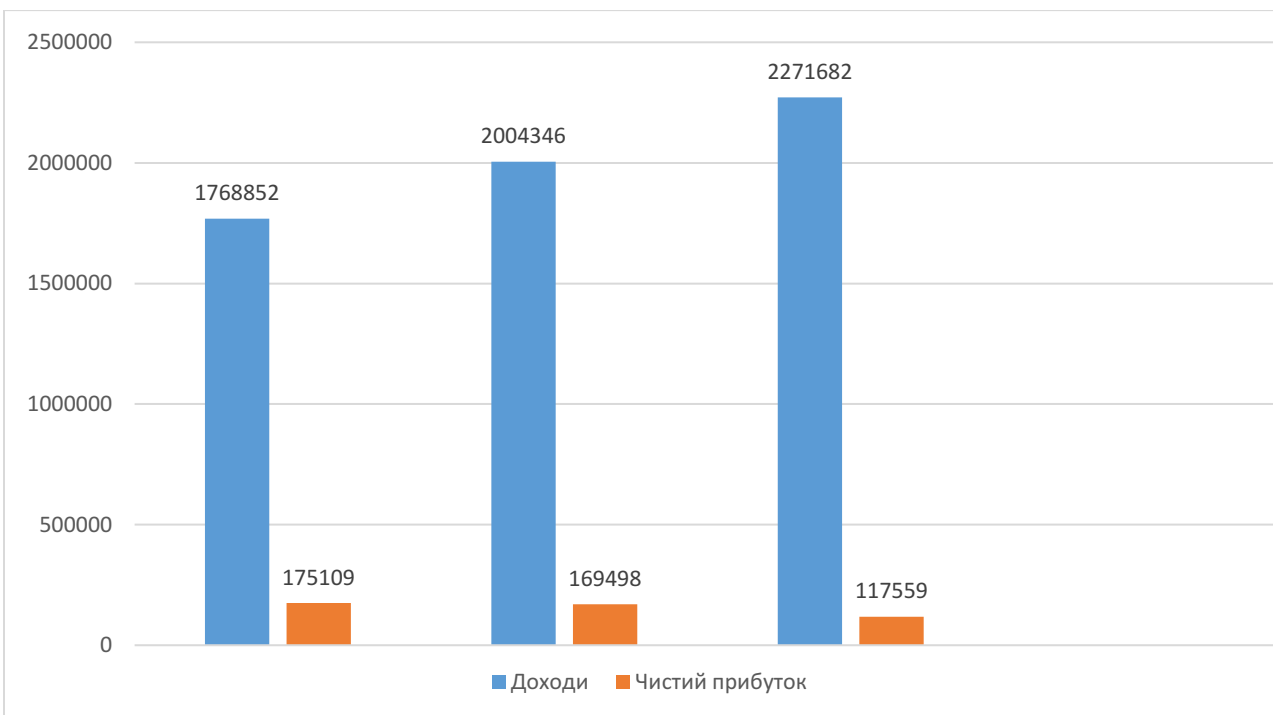


Рисунок 2.1 - Аналіз формування чистого прибутку АТ «Київський вітамінний завод» за 2017 – 2019 рр., тис.грн.

Основними показниками, що визначають якість та ефективність прибутку є показники рентабельності. Проаналізуємо їх.

Переважна більшість промислових підприємств для оцінки ефективності своєї підприємницької діяльності використовують показник рентабельності продажу. Обчислюють даний показник діленням прибутку від реалізації продукції, робіт та послуг на суму виторгу від реалізації продукції без ПДВ та акцизних зборів. Обчислимо даний показник в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6 - Аналіз рентабельності продажу АТ «Київський вітамінний завод» за 2017 - 2019 рр., тис.грн.

Показник	Роки			Абсолютне відхилення (+,-)	
	2017	2018	2019	2018 від 2017	2019 від 2018
1. Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, тис.грн.	1761878	1980643	2250100	218765	269457
2. Повна собівартість реалізованої продукції, тис.грн.	1482089	1710232	2029826	228143	319594
3. Прибуток від реалізації продукції, тис.грн	279789	270411	220274	-9378	-50137
4. Рентабельність продажу,%	15,88	13,65	9,79	-2,23	-3,86

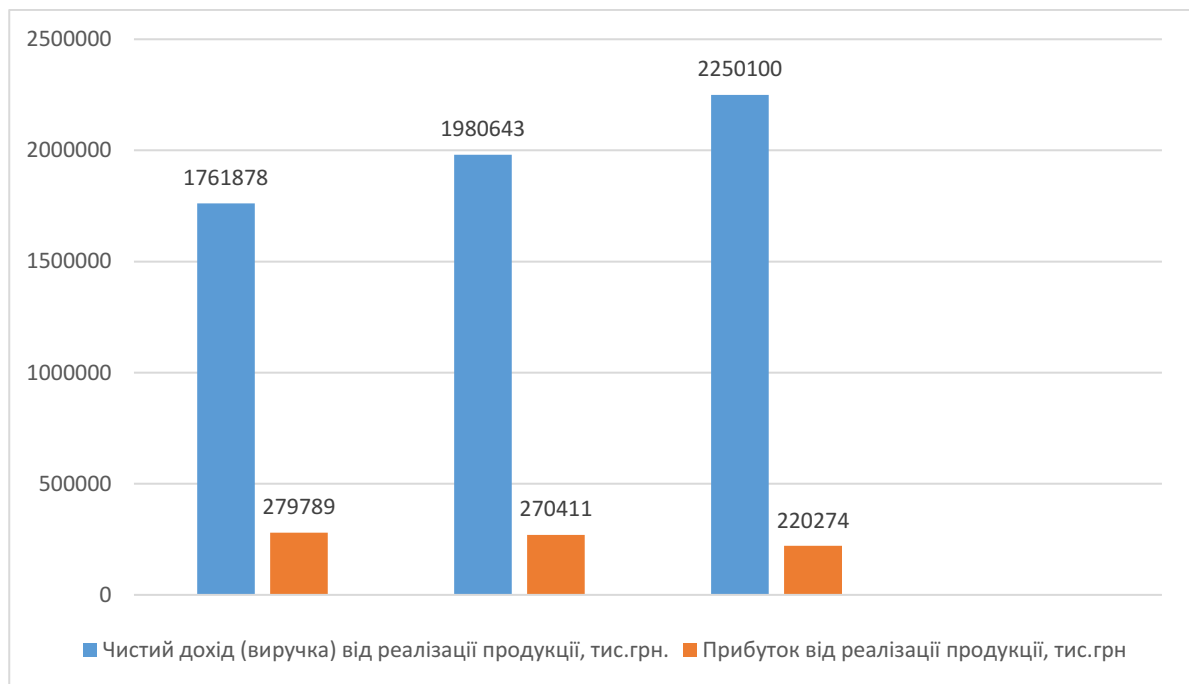


Рисунок 2.2 - Аналіз рентабельності продажу АТ «Київський вітамінний завод» за 2017 - 2019 рр.

За даними таблиці 2.6 видно, що рентабельність продажу в 2017 році складає 15,88%, в 2018 році рентабельність продажу спадає і становить 13,65%, в 2019 році підприємство отримує від реалізації продукції найменший прибуток, отже рентабельність продажу зростає і складає 9,79%.

Найважливішим показником рентабельності будь-якого підприємства є рентабельність продукції. Обчислимо даний показник в таблиці 2.7.

За даними аналізу рентабельності продукції в табл. 2.7 видно, що рентабельність продукції в 2019 році спадає і становить 10,85%.

Таблиця 2.7 - Аналіз рентабельності продукції АТ «Київський вітамінний завод» за 2017 - 2019 рр.

Показник	Роки			Абсолютне відхилення (+,-)	
	2017	2018	2019	2018 від 2017	2019 від 2018
1. Прибуток від реалізації продукції, тис.грн.	279789	270411	220274	-9378	-50137
2. Повна собівартість реалізованої продукції, тис.грн.	1482089	1710232	2029826	228143	319594
3. Рентабельність продукції, %	18,88	15,81	10,85	-3,07	-4,96

Розрахуємо показники рентабельності капіталу підприємства в таблиці 2.8. Даний показник розраховується відношенням чистого прибутку до середньорічної вартості капіталу (активів) підприємства.

За даними таблиці 2.8 видно, що рентабельність капіталу за формулою (10) в 2017 році складає 15,26%, в 2018 році рентабельність капіталу знижується і складає 12,62%, в 2019 рентабельність все ще спадає до 7,90%.

Не менш важливим показником є рентабельність власного капіталу. Він визначається як відношення чистого прибутку до середньорічної вартості капіталу. Проведемо дослідження в таблиці 2.9.

Таблиця 2.8 - Аналіз рентабельності капіталу (активів) АТ «Київський вітамінний завод» за 2017 - 2019 рр.

Показник	Роки			Абсолютне відхилення (+,-)	
	2017	2018	2019	2018 від 2017	2019 від 2018
1. Середньорічна вартість капіталу, тис.грн.	1147455	1342949	1487549	195494	144600
2. Чистий прибуток, тис.грн.	175109	169498	117559	-5611	-51939
3. Рентабельність капіталу, %	15,26	12,62	7,90	-2,64	-4,72

За даними таблиці 2.9 видно, що рентабельність власного капіталу в 2017 році складає 20,29%, в 2018 році рентабельність власного капіталу склала 17,54%, в 2019 році відбулось різке зниження до 10,62%.

Таблиця 2.9 - Аналіз рентабельності власного капіталу АТ «Київський вітамінний завод» за 2017 - 2019 рр.

Показник	Роки			Абсолютне відхилення (+,-)	
	2017	2018	2019	2018 від 2017	2019 від 2018
1. Середньорічна вартість власного капіталу, тис.грн.	862825,5	966625,5	1106687	103800	140061,5
2. Чистий прибуток, тис.грн.	175109	169498	117559	-5611	-51939
3. Рентабельність власного капіталу, %	20,29	17,54	10,62	-2,76	-6,91

Проведемо аналіз рентабельності залученого (позикового капіталу) в таблиці 2.10.

За даними таблиці 2.10 видно, що рентабельність позикового капіталу в 2017 році складала 61,52%, в 2018 році рентабельність залученого капіталу склала 45,04 %, в 2019 році показник склав 30,87%, що вказує на неефективне використання залученого капіталу підприємством.

Таблиця 2.10 - Аналіз рентабельності залученого капіталу АТ «Київський вітамінний завод» за 2017 - 2019 рр.

Показник	Роки			Абсолютне відхилення (+,-)	
	2017	2018	2019	2018 від 2017	2019 від 2018
1. Середньорічна вартість залученого капіталу, тис.грн.	284629,5	376323,5	380862	91694	4538,5
2. Чистий прибуток, тис.грн.	175109	169498	117559	-5611	-51939
3. Рентабельність залученого капіталу, %	61,52	45,04	30,87	-16,48	-14,17

Отже, з проведених розрахунків можна бачити, що загальна виручка підприємства протягом останніх трьох років зростає, але чистий прибуток зменшується, це зумовлено ростом повної собівартості продукції, що може вказувати на те, що постачальники підняли ціни на свою продукцію і потрібно переглянути умови поставок чи змінити постачальників.

Висновок до другого розділу

Другий розділ магістерської кваліфікаційної роботи присвячено вивченню фармацевтичної галузі України та АТ «Київський вітамінний завод». Дослідивши сьогоденний стан фармацевтичної галузі України та розглянувши основні проблеми та шляхи розвитку можна зробити висновки, що ця галузь є досить прибутковою та пріоритетною для нашої держави. Головними завданнями для

покращення розвитку ринку фармацевтичних продуктів є створення належної, дієвої законодавчої бази та виходи на нові ринки. АТ «Київський вітамінний завод» має широку лінійку фармацевтичних засобів, а саме 130 лікарських засобів (рецептурних, безрецептурних) та 10 дієтичних добавок. При оцінюванні фінансового стану підприємства були використані такі показники як: чистий прибуток, чистий дохід від реалізації продукції, середньорічні залишки активів, середньорічні залишки власного капіталу, оборотність активів. Загальна виручка підприємства протягом останніх трьох років зростає, але чистий прибуток зменшується, це зумовлено ростом повної собівартості продукції, що може вказувати на те, що постачальники підняли ціни на свою продукцію і потрібно переглянути умови поставок чи змінити постачальників.

3 РОЗРОБКА ПРОПОЗИЦІЙ ТА РЕКОМЕНДАЦІЙ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ АТ «КИЇВСЬКИЙ ВІТАМІННИЙ ЗАВОД»

3.1 Пропозиції щодо збільшення прибутку АТ «Київський вітамінний завод»

Одним з найбільш очевидних шляхів підвищення вашої прибутковості є купівля більш ефективно. Має сенс регулярно переглядати базу постачальників та перевіряти, чи можна купувати ту саму сировину дешевше чи ефективніше. Однак намагайтеся підтримувати якість одночасно. Визначення ключових сфер витрат покаже, куди витрачається найбільше грошей.

Можна використовувати свій статус оптового замовника для узгодження довгострокових контрактів або реалістичних річних мінімальних витрат із постійними постачальниками, щоб отримати кращу ціну. Також можна купувати в рамках консорціуму з іншими подібними компаніями. Якщо ви не можете укласти кращу угоду, подумайте про перехід на інших постачальників. Перегляд кількості постачальників також може дати позитивний результат. Покупка у занадто багатьох людей може бути неефективною - це займає більше часу і розбавляє купівельну спроможність. Однак потрібно уникати розміщувати весь свій бізнес у одного чи двох постачальників - це може зробити підприємство дуже вразливим, якщо щось піде не так.

Існує дві ключові стратегії підвищення прибутковості за рахунок продажу; продавати більше існуючим вигідним клієнтам і знаходити подібних клієнтів, яким можна продати. Потрібно знати, хто ваші найкращі клієнти, що вони купують і коли це купують. Зазвичай можна віднести своїх клієнтів та товари чи послуги, які вони купують, до однієї з чотирьох категорій:

- високі продажі та високий прибуток

- високі продажі та низький прибуток
- низькі продажі та високий прибуток
- низькі продажі та низький прибуток

Має сенс заохочувати клієнтів, які забезпечують високі продажі та високий прибуток. Якщо клієнти забезпечують низький прибуток від високих продажів, варто переглянути ціноутворення, щоб отримати від них більше доходу. Якщо клієнти приносять як низькі продажі, так і низький прибуток, подумати, чи варто продовжувати вести з ними бізнес.

Якщо максимально охопили свій існуючий ринок, подумайте про вихід на нові ринки. Перехід на нові ринкові площі може перетворити бізнес і, при правильному підході, може значно збільшити вашу прибутковість. Однак вихід на нові ринки може бути ризикованим - і помилки можуть виявитися дуже дорогими.

Перш ніж почати, потрібно уважно вивчити потенційну можливість. Чи можете ви адаптувати чи адаптувати існуючі товари чи послуги для нових ринків? Це може забезпечити новий дохід за мінімальних витрат і ідеально підходить для збільшення прибутку. Також можна використовувати соціальні медіа для дослідження та отримання альтернативної інформації, думок та відгуків від своїх клієнтів.

Політика підприємства АТ «Київський вітамінний завод» щодо оптимізації прибутку, досягнення оптимального розміру його отримання, та проведення оптимальної політики щодо його розподілу, полягає у вище перерахованих чинниках, які безпосередньо впливають на операційну діяльність підприємства.

Визначимо головні фактори та зазначимо шляхи їх удосконалення, які впливають на прибуток АТ «Київський вітамінний завод» (рис.3.1).

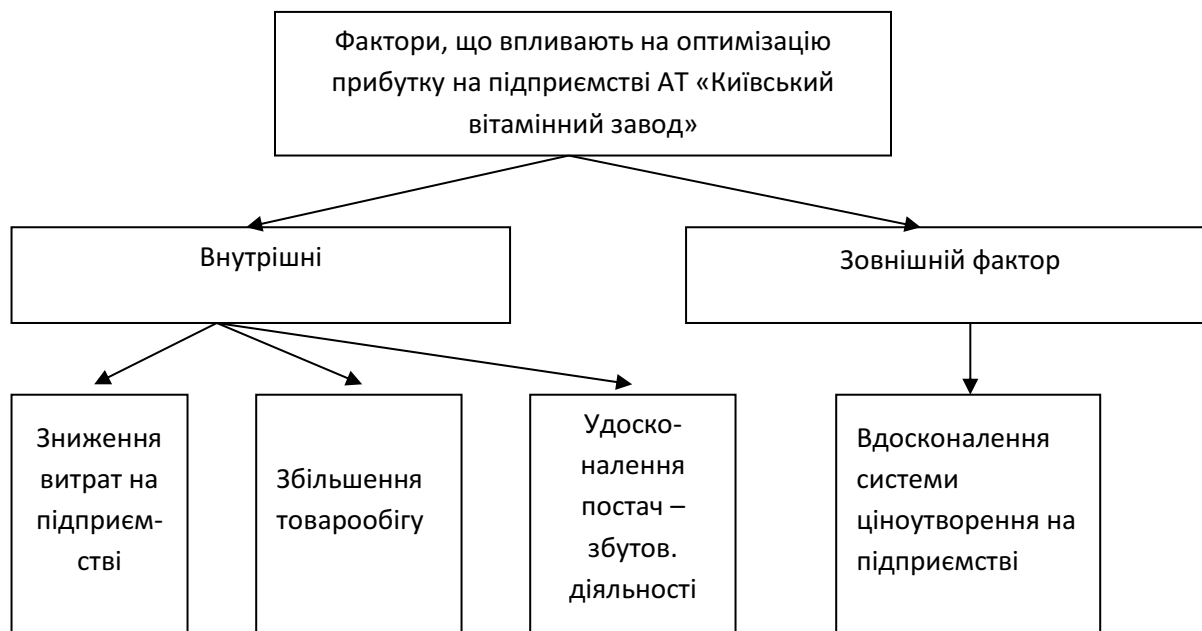


Рисунок 3.1 – Фактори, що впливають на оптимізацію прибутку на АТ «Київський вітамінний завод».

Внутрішні фактори:

- 1) зниження витрат, або раціональне використання прибутку АТ «Київський вітамінний завод» (збільшення націнки на продукцію);
- 2) збільшення товарообігу на підприємстві;
- 3) удосконалення постачальницько-збутової діяльності;
- 4) вдосконалення системи ціноутворення на підприємстві АТ «Київський вітамінний завод».

Резервами підвищення прибутку є зниження сум постійних і змінних витрат. Обчислення оптимального розміру прибутку стає найважливішим елементом планування діяльності на АТ «Київський вітамінний завод» на сучасному етапі господарювання. Для прогнозування максимально можливого прибутку в планованому році слід порівняти виручку від реалізації продукції із загальною сумою витрат, що поділяються на змінні, постійні і змішані.

Зазначимо певні резерви зниження загальної суми постійних витрат на даному підприємстві:

- 1) Значне скорочення витрат на управління господарською діяльністю на підприємстві, що дасть змогу пристосовуватись до змінної ринкової кон'юнктури.
- 2) З метою зниження величини амортизаційних відрахувань, підприємству слід виставляти на продаж ту частину нематеріальних активів та обладнання, яким не використовується. А стосовно технічних засобів, за допомогою яких здійснюється реалізація продукції (автомобільний транспорт, складська техніка тощо), їх слід залучати на основі довгострокової оренди, а не купувати.

Резервами економії змінних витрат на підприємстві є наступні:

- 1) Забезпечення для підприємства вигідних умов закупки та реалізації продукції (товарів);
- 2) Скорочення запасів закупленої продукції, які підприємство зберігає на складах з метою більш швидкого реагування на зміни ринкової кон'юнктури;
- 3) Скорочення чисельності працюючих на підприємстві, з метою формування компактніших відділів, які б виконували лише той обсяг робіт, які відповідають їх компетенції. Зосередження на кваліфікації кожного робітника, і усунення некваліфікованих кадрів, призведе до зростання продуктивності праці.

У зв'язку з невеликою питомою вагою змішаних витрат зосередимо увагу на змінних і постійних витратах і спробуємо виявити їхні зміни на розмір прибутку, оскільки приріст прибутку залежить від відносного зменшення змінних чи постійних витрат.

Досить реальна зміна прибутку на нашому підприємстві відбувається під

впливом змін за рахунок виручки від реалізованої продукції. Дане явище в сучасній економічній літературі має назву “ефекту виробничого важеля”.

$$OL = \frac{\Delta Pr}{\Delta R} \quad (3.1)$$

де ΔPr - зміна прибутку у відсотках; ΔR - зміна виручки у відсотках.

Ефект виробничого важеля можна розрахувати також за формулами:

$$OL = \frac{R-VC}{Pr} \quad (3.2)$$

та

$$OL = \frac{FC}{Pr} = 1 + \frac{FC}{Pr} \quad (3.3)$$

де R - виручка; FC - постійні витрати; VC - змінні витрати; Pr - прибуток.

Зробимо деякі розрахунки, та розглянемо вплив виручки від реалізованої продукції на зміну прибутку на підприємстві АТ «Київський вітамінний завод» на основі фінансових результатів за 2017, 2018, 2019 роки.

Виручка від реалізації продукції в 2017 році склала 1761878 тис. грн., у тому числі змінні витрати – 1064631 тис. грн., а постійні – 473081 тис. грн. Таким чином, витрати в своїй сумі складають 1537712 тис. грн., а отже і прибуток в кінцевому результаті дорівнюватиме 224166 тис. грн.

Якщо в 2017 році виручка від реалізації продукції збільшується на 10%, що складе 1938065 тис. грн., то змінні витрати зростуть також на 10% і будуть рівні 1171094 тис. грн.

Постійні витрати при цьому залишаються незмінними, тобто 473081 тис. грн. У цьому випадку сумарні витрати складуть 1644175 грн, а прибуток –293890

тис. грн.

Отже, при зростанні виручки від реалізації продукції на 10% прибуток збільшиться.

Вишукуючи можливості збільшення прибутку, доцільно перевірити вплив на її приріст не тільки змінних, але і постійних витрат.

Так, якщо змінні витрати збільшуються на 10% (1171094 грн.), а постійні витрати – на 2% – 482542 тис.грн., загальна сума усіх витрат складе 1653636 тис. грн.

Прибуток при цьому визначиться в сумі 284389 тис. грн.

Таким чином, очевидно, що в міру зростання постійних витрат за інших рівних умов прибуток падає.

Виробничі розрахунки дозволяють визначити силу «ефекту виробничого важеля». Для цього потрібно із загальної суми виручки від реалізації продукції виключити змінні витрати, а результат розділити на суму прибутку.

У нашому випадку сила впливу виробничого важеля за формулою (3.2) в 2017 р. дорівнює $3,11 ((1761878 - 1064631) / 224166)$.

Показник «ефекту виробничого важеля» має важливе практичне значення. Якщо виручка від реалізації продукції зросте, наприклад, на 20% то, користуючись цим показником, можна заздалегідь визначити, що прибуток збільшиться на 62.2% ($20\% \cdot 3.11$).

У випадку зниження виручки від реалізації продукції на 10% прибуток зменшиться на 31,1%.

Виручка від реалізації продукції в 2018 році склала 1980643 тис. грн., у тому числі змінні витрати – 1125973 тис. грн., а постійні – 648034 тис. грн. Таким чином, витрати в своїй сумі складають 1774007 тис. грн., а отже і прибуток в кінцевому результаті дорівнюватиме 206636 тис. грн.

Якщо в 2018 році виручка від реалізації продукції збільшується на 10%, що

складе 2178707 тис. грн., то змінні витрати зростуть також на 10% і будуть рівні 1238570 тис. грн.

Постійні витрати при цьому залишаються незмінними, тобто 648034 тис. грн. У цьому випадку сумарні витрати складуть 1886604 тис. грн, а прибуток – грн. 292103 тис.грн.

Отже, при зростанні виручки від реалізації продукції на 10% прибуток збільшиться за рахунок змінних витрат.

Вишукуючи можливості збільшення прибутку, доцільно перевірити вплив на її приріст не тільки змінних, але і постійних витрат.

Так, якщо змінні витрати збільшуються на 10% (1238570 тис. грн.), а постійні витрати – на 2% – 660994 тис. грн., загальна сума усіх витрат складе 1899564 тис. грн.

Прибуток при цьому визначиться в сумі 279142 тис. грн., отже зменшиться в порівнянні з минулим роком на 5246 тис. грн., що характеризує досить вагомий вплив і постійних витрат.

Таким чином, очевидно, що в міру зростання постійних витрат за інших рівних умов прибуток падає.

Виробничі розрахунки дозволяють визначити силу «ефекту виробничого важеля». Для цього потрібно за формулою (3.2) із загальної суми виручки від реалізації продукції виключити змінні витрати, а результат розділити на суму прибутку.

У нашому випадку сила впливу виробничого важеля в 2018 р. дорівнює 4,14 $((1980643 - 1125973) / 206636)$.

Показник «ефекту виробничого важеля» має важливе практичне значення. Якщо виручка від реалізації продукції зросте, наприклад, на 20% то, користуючись цим показником, можна заздалегідь визначити, що прибуток збільшиться на 82,8%

У випадку зниження виручки від реалізації продукції на 10% прибуток

зменшиться на 41,4%.

Виручка від реалізації продукції в 2019 році склала 2250100 тис. грн., у тому числі змінні витрати – 1474027 тис. грн., а постійні – 644805 тис. грн. Таким чином, витрати в своїй сумі складають 2118832 тис. грн., а отже і прибуток в кінцевому результаті дорівнюватиме 131268 тис. грн.

Якщо в 2019 році виручка від реалізації продукції збільшується на 10%, що складе 2475110 тис. грн., то змінні витрати зростуть також на 10% і будуть рівні 1621429,7 тис. грн.

Постійні витрати при цьому залишаються незмінними, тобто 644805 тис. грн. У цьому випадку сумарні витрати складуть 2266234 тис. грн, а прибуток – грн. 208876 тис.грн.

Отже, при зростанні виручки від реалізації продукції на 10% прибуток збільшиться за рахунок змінних витрат.

Вишукуючи можливості збільшення прибутку, доцільно перевірити вплив на її приріст не тільки змінних, але і постійних витрат.

Так, якщо змінні витрати збільшуються на 10% (1621429,7 грн.), а постійні витрати – на 2% - 657701,1 тис. грн., загальна сума усіх витрат складе 2279130,8 тис. грн.

Прибуток при цьому визначиться в сумі 195979,2 тис. грн., отже зменшиться в порівнянні з минулим роком на 83162,8 тис. грн., що характеризує досить вагомий вплив і постійних витрат.

Таким чином, очевидно, що в міру зростання постійних витрат за інших рівних умов прибуток падає.

Виробничі розрахунки дозволяють визначити силу «ефекту виробничого важеля». Для цього за формулою (3.2) потрібно із загальної суми виручки від реалізації продукції виключити змінні витрати, а результат розділити на суму прибутку.

У нашому випадку сила впливу виробничого важеля в 2019 р. дорівнює 5,91 $((2250100 - 1474027) / 131268)$.

Показник «ефекту виробничого важеля» має важливе практичне значення. Якщо виручка від реалізації продукції зросте, наприклад, на 20% то, користуючись цим показником, можна заздалегідь визначити, що прибуток збільшиться на 118,8% $(20\% \cdot 5,91)$.

У випадку зниження виручки від реалізації продукції на 10% прибуток зменшиться на 59,1% $(10\% \cdot 5,91)$.

Виходячи із сили «ефекту виробничого важеля» можна зробити висновок: чим вище питома вага постійних витрат і відповідно нижче питома вага змінних витрат при незмінній сумі виручки від реалізації продукції, тим сильніше вплив виробничого важеля. Однак це не означає, що можна безконтрольно збільшувати постійні витрати, оскільки при цьому скоротиться виручка від реалізації продукції, підприємство понесе великі втрати.

Виробничий (операційний) важіль показує, який вплив зміна виручки фірми надає на її прибуток. Чим вище ефект виробничого важеля OL (англ. operating leverage), тим більш ризикованим з точки зору мінливості прибутку є положення фірми. В цілому на підприємстві зберігається позитивна тенденція, але можна зробити висновок, що підприємство є досить ризикованим: в 2017 – 3,11, в 2018 – 4,14, в 2019 – 5,91.

3.2 Розрахунок резервів збільшення прибутку на АТ «Київський вітамінний завод»

Фармацевтичний ринок України на сьогодні залишається другим за обсягом серед країн СНД (після Російської Федерації). Структура продажів на ринку, як і у минулі роки, переважно складається з готових лікарських засобів

(84% від загального обсягу продажів у 2017 році), виробів медичного призначення, косметики та дієтичних добавок.

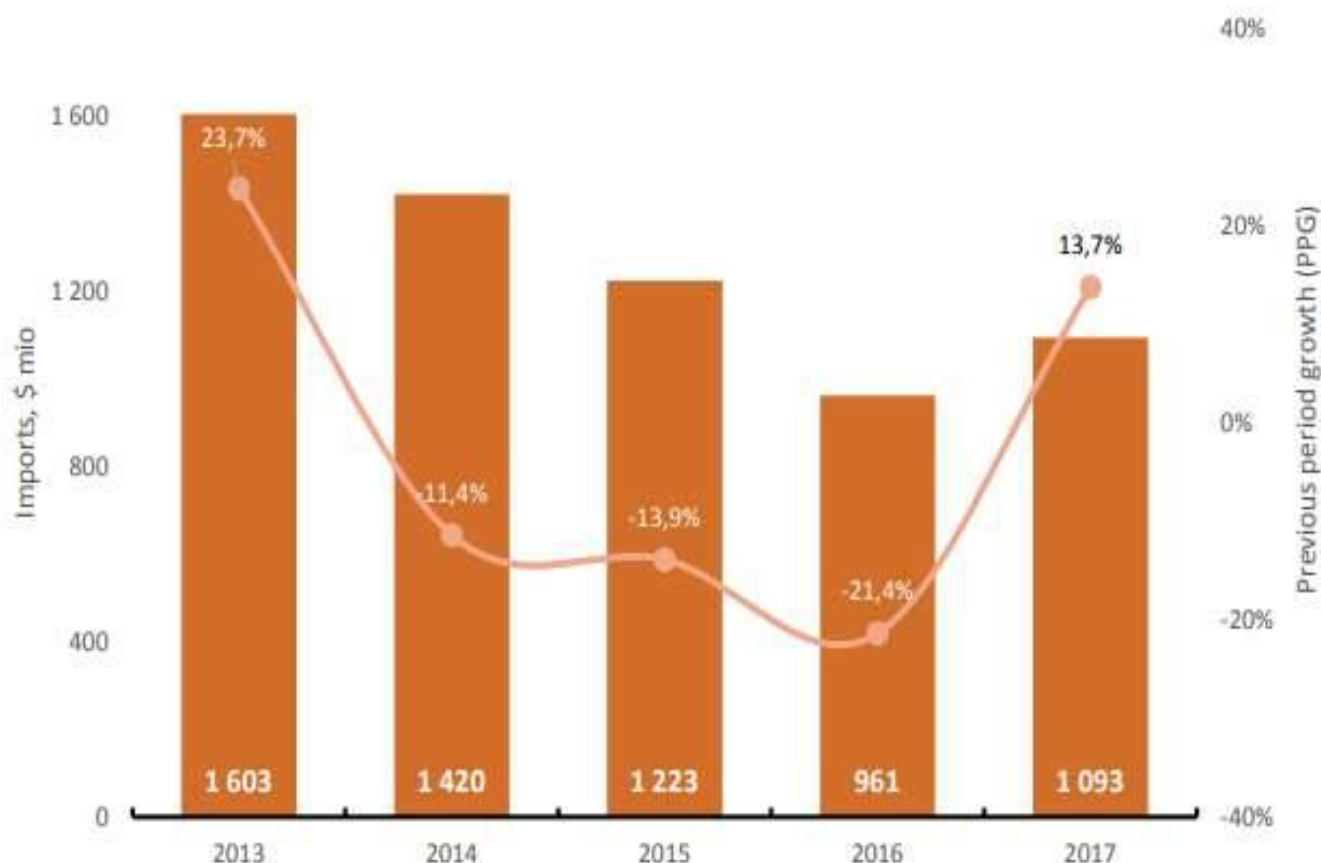
За класифікацією МВФ, Україна відноситься до сегменту країн, що розвиваються з порівняно низьким рівнем доходів населення, а, отже, з низькою купівельною спроможністю, що підтверджують дані Державної служби статистики. Рівень споживання фармпродукції на душу населення в Україні найнижчий в Європі і третій за величиною з країн СНД. Динаміка ринку лікарських препаратів безпосередньо залежить від особистого добробуту населення.

План діяльності АТ «Київський вітамінний завод» на 2019 рік ґрунтувався на засадах діяльності підприємства в умовах конкурентного середовища, ринкової економіки, враховуючи низьку платоспроможність населення. Діяльність АТ «Київський вітамінний завод» була спрямована на задоволення потреб споживачів, а також створення сприятливих умов роботи для працівників, що дозволило підвищити продуктивність праці.

За рахунок освоєння нових технологій та впровадження нового обладнання, постійно зростають технологічні та виробничі можливості підприємства.

Одним із основних досягнень в 2019 році для Товариства стало вихід на новий ринок збуту продукції АТ «Київський вітамінний завод» в Республіці Казахстан. За допомогою Представництва, яке було відкрито в Республіці Казахстан в 2018 році, Товариству вдалося вийти на ринок з рядом продуктів. Наразі Товариством ведеться активна робота над розширення асортименту продукції власного виробництва, яка буде реалізовуватись на новому ринку збуту в Республіці Казахстан.

Ринок фармацевтичної продукції в Казахстані є досить перспективним, оскільки економіка Казахстану є розвиненою, купівельна спроможність населення досить висока, що відкриває великі перспективи для імпортерів.



Source: Vi-ORTIS: UPharma Consulting

Рисунок 3.2 – Імпорт фармацевтичної продукції до Казахстану (млн.дол.) [41].

Серед основних імпортерів фармацевтичних препаратів у 2017 році були Німеччина, Росія, Франція, Індія, Італія, Словенія та Угорщина. Частка імпортерів з СНД зменшується з роками, тоді як країни ЄС збільшують обсяги експорту в Казахстан [41].

Дані з рисунку 3.2 вище вказують, що ринок Казахстану є перспективним для України, адже об'єктивно ціни на українську продукцію нижче ніж ціни на товари вироблені в ЄС, що надає українським виробникам можливість демпінгувати ринок і таким чином зайняти досить велику його частку.

Незважаючи на значну динаміку зростання, внесок фармацевтичної галузі в ВВП країни залишається досить низьким - 0,13% у 2017 році. Основна причина цього – відносно низька база місцевої фармацевтичної промисловості. Незбалансована регіональна структура яка створює проблеми з постачанням та розподілом. У Південно-Казахстанській області та Алмати виробляється близько 81% місцевого фармацевтичного виробництва, тоді як частка інших регіонів незначна. Більш того, слабо розвинена інфраструктура Казахстану створює додаткові перешкоди для фармацевтичних дистриб'юторів. Іноземні компанії зайняли домінуюче становище на ринку через недосконалі технології та виробничі потужності місцевих виробників.

Таблиця 3.1 – Інформація про обсяги виробництва та реалізації основних видів продукції

№ з/п	Основний вид продукції	Обсяг виробництва			Обсяг реалізованої продукції		
		у натуральній формі (фізична од. вим.)	у грошовій формі (тис. грн)	у відсотках до всієї виробленої продукції	у натуральній формі (фізична од. вим.)	у грошовій формі (тис. грн)	у відсотках до всієї реалізованої продукції
1	Готова продукція (в т.ч. "Корвалмент", "Аденорм", "Нормовен", "Новірин" та інші).	65 631,86 тис.уп.	260240 2,76	100	63 640,87 тис.уп.	2406235, 12	98,87

Якщо АТ «Київський вітамінний завод» збільшить виробництво продукції у наступному році на 10% порівнюючи з 2019 роком та експортуватиме цю продукцію не змінюючи цін ми отримаємо наступні дані наведені у таблиці 3.2

Таблиця 3.2 – Ріст виробництва продукції

№ з/п	Основний вид продукції	Обсяг виробництва			Обсяг реалізованої продукції		
		у натуральній формі (фізична од. вим.)	у грошовій формі (тис. грн)	у відсотках до всієї виробленої продукції 2019р.	у натуральній формі (фізична од. вим.)	у грошовій формі (тис. грн)	у відсотках до всієї реалізованої продукції
1	Готова продукція (в т.ч. "Корвалмент", "Аденорм", "Нормовен", "Новірин" та інші).	72195,046 тис.уп.	2862643,036	110	70004,957 тис.уп.	2646858,632	98,87

Отже ріст виручки від реалізації, за умови, що підприємство також не реалізує всю вироблену продукцію становитиме:

$$\Delta Pr = Pr_2 - Pr_1 \quad (3.4)$$

$$2646858,632 - 2406235,12 = 240623,512 \text{ тис. грн.}$$

Якщо показник операційного важеля залишиться на тому ж рівні що і у 2019 році то прибуток зросте на 59,1%, що становитиме:

$$131268 + 59,1\% = 208847,388 \text{ тис. грн.}$$

Іншим шляхом збільшення прибутку є зменшення собівартості продукції, за даними звітності у 2019 році на підприємстві сировина та матеріали складають 81,47% витрат (таблиця 3.3).

Таблиця 3.3 – Інформація про собівартість реалізованої продукції.

№ з/п	Склад витрат	Відсоток від загальної собівартості реалізованої продукції (у відсотках)
1	2	3
2	Сировина та матеріали	81,47
3	Загальновиробничі витрати	16,26

Оскільки сировина та матеріали є основною статтею собівартості продукції доцільно було б знайти постачальників з нижчими цінами. Наприклад, відповідно до інформації, яка була представлена на конференції «World Innovators Meet 2019», організованою Equal Ocean, китайський фармацевтичний ринок в останні роки постійно зростає і, за оцінками, до 2023 р. досягне 161,8 млрд дол. США з часткою 30% світового ринку.

Зараз Китай є другим за величиною світовим фармацевтичним ринком після США. У 2018 р. обсяги фармацевтичного ринку Китаю становили 127,9 млрд дол., демонструючи зростання на рівні 2,4% щорічно. Очікується, що ринок збереже темпи зростання із середньорічним темпом у 5% протягом найближчих 5 років[42].

Отже одним з варіантів є закупівля сировини у китайських постачальників, якщо вдасться зменшити витрати на сировину хоча б на 5% ми отримаємо наступні дані:

$2029826 \times 81,47 : 100 = 1653699,24$ тис. грн. – витрати на сировину
у 2019 році

$1653699,24 - 5\% = 1571014,29$ тис. грн.

Отже вдасться заощадити 82684,96 тис. грн.

Зважаючи на виявлені резерви збільшення прибутку та на наведені розрахунки доцільним є загострити увагу на вирішенні конкретних прикладних аспектів підвищення рівня прибутку (рис. 3.3).

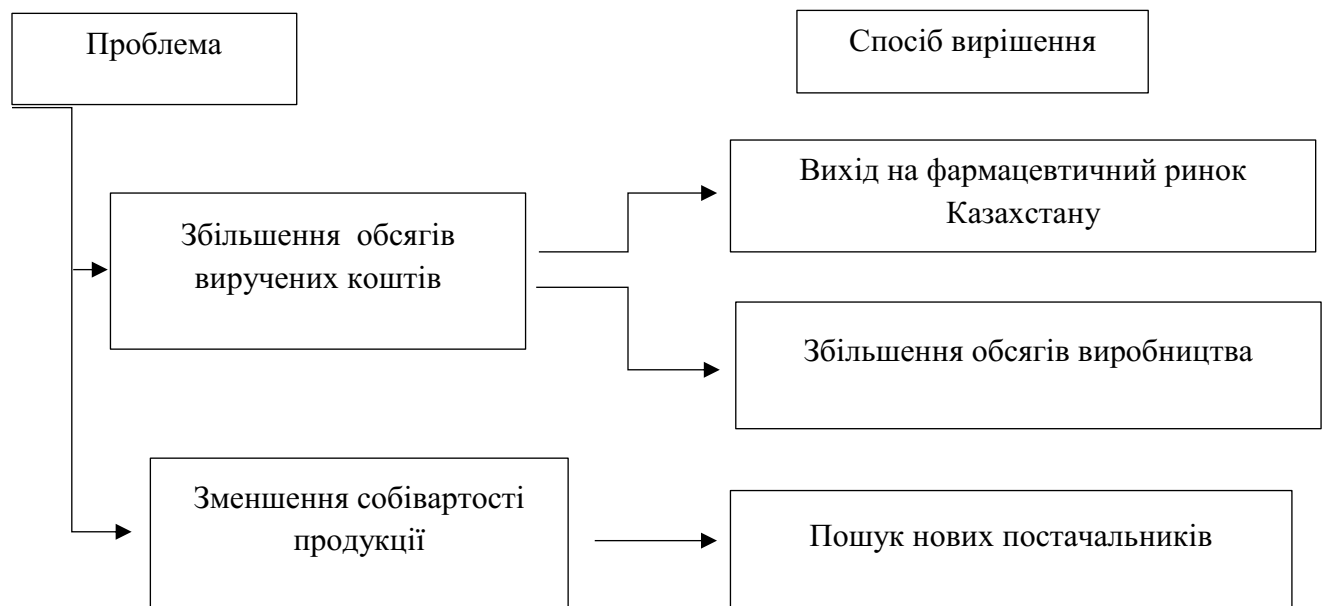


Рисунок 3.3 - Проблеми та шляхи вирішення питання підвищення прибутку АТ «Київський вітамінний завод»

Висновок до розділу 3

Основними рекомендаційними заходами з удосконалення управління прибутком АТ «Київський вітамінний завод» є: вихід на новий ринок, збільшення обсягу випуску продукції, зменшення собівартості.

Вихід на новий ринок, а саме ринок фармацевтичної продукції Казахстану, є великим кроком, але оскільки економіка Казахстану є розвиненою, купівельна спроможність населення досить висока, це відкриває великі перспективи для імпортерів.

Разом з виходом на новий ринок доцільно збільшити виробництво обсяг виробництва продукції. З проведених розрахунків видно, що при збільшенні обсягів виробництва на 10% завдяки ефекту «виробничого важеля» прибуток збільшується на 59,1%.

Іншим шляхом збільшення прибутку є зменшення собівартості, з таблиці 3.3 можна зробити висновок, що доцільним є зменшення витрат на сировину, оскільки вони займають 81,47% від загальної собівартості реалізованої продукції. Оскільки найбільшим виробником фармацевтичної продукції в світі є Китай, можливим було б знайти нових постачальників сировини саме з Китаю. Якщо вдасться зменшити витрати на сировину хоча б на 5% вийде заощадити 82684,96 тис. грн.

ВИСНОВКИ

Під час виконання даної магістерської кваліфікаційної роботи було досягнуто основну мету роботи: запропоновані шляхи вдосконалення управління прибутком підприємства для забезпечення його динамічного розвитку. В ході досягнення поставленої мети було виконано наступні завдання:

1. Визначені чинники, що мають прямий вплив на роботу суб'єкта господарювання.

2. Виявлено основні фактори впливу на прибуток підприємства, які поділяються на фактори зовнішнього та внутрішнього впливу.

3. Оцінено сучасний стан та тенденції розвитку фармацевтичної галузі України, зокрема дана галузь характеризується досить прибутковою та пріоритетною для нашої держави.

4. Здійснено загальну характеристику підприємства АТ «Київський вітамінний завод» — міцна, сучасна і прогресивна національна фармацевтична компанія-виробник із високопрофесійною командою, якісним асортиментом, відповідальним ставленням до своїх споживачів та партнерів.

5. Проаналізовано основні показники діяльності з 2017-2019 роки АТ «Київський вітамінний завод».

6. Визначено рекомендації заходи з удосконалення процесу управління прибутком.

7. Розроблено механізм з удосконалення управління прибутком, а саме: збільшення обсягу виробництва продукції, вихід на новий ринок, пошук постачальників для зменшення витрат на сировину.

Отже, підсумовуючи усе вищесказане, можна дійти висновку, що прибуток є першочерговою потребою підприємства, його головною метою. Формування та створення ринкової економіки потребує від підприємств України раціонального і

економічно обґрунтованого підходу до планування своєї діяльності, до визначення стратегії фінансової і виробничої політики, аналізу й оцінки отриманих результатів. Прибуток є основним джерелом фінансування розвитку підприємства, удосконалення його матеріальнотехнічної бази, забезпечення всіх форм інвестування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» від 28.02.2013 р. № 336/22868 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
2. Філімоненков О.С. Фінанси підприємств : навч. посібник / О.С. Філімоненков. – К. : Кондор, 2007. – 400 с.
3. Буряковський В. В. Фінанси підприємств : [навч. посібник] / Буряковський В.В., Кармазин В.Я., Каламбет С.В. / За ред. В.В. Буряковського. – Дніпропетровськ : Пороги, 2006. – 246 с.
4. Економічна енциклопедія Т. 3. «П» (поручництво) – Я (японський центр продуктивності) /Редкол.: Б.Д. Гаврилишин, С.В. Мочерний (відп. ред.), О.А. Устенко (заст. відп. ред.) та ін. – К. –Тернопіль : ВЦ "Акад." ТАНГУ, 2002. – 952 с.
5. Предборський В.А. Економічна теорія: підручник / В.А. Предборський, Б.Б. Гарін, В.Д. Кухаренко ; за ред. В.А. Предборського. – К. : Кондор, 2007. – 492с.
6. Податковий Кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. URL: <http://www.zakon1.rada.gov.ua> (дата звернення 16.02.2019)
7. Мурашко О. В. Формування і розподіл прибутку на підприємстві [Електронний ресурс] / Мурашко О. В. // Науковий вісник УМО «Економіка та управління». – 2017. – Вип. 3. – Режим доступу: http://umo.edu.ua/images/content/institutes/imp/vydannya/visnyk_umo/ekonomika/V_3/%D0%9C%D1%83%D1%80%D0%B0%D1%88%D0%BA%D0%BE.pdf
8. Лучишин Л. М. Податок на прибуток: еволюція, перспективи та практика застосування [Електронний ресурс] / Лучишин Л. М. // Науковий вісник НЛТУ України. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: https://www.researchgate.net/publication/326536857_Podatok_na_pributok_evolutia_perspektivi_ta_praktika_zastosuvanna.

9. Мардус Н. Ю., Товт Ю. М. Особливості формування і використання прибутку підприємства. Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Серія : Технічний прогрес та ефективність виробництва. 2014. № 64. С. 16-19.

10. Ткаченко Н.М. Бухгалтерський фінансовий облік, оподаткування і звітність: підручник / Н.М. Ткаченко. — 5-те вид. допов. і перероб. — К.: Алерта, 2011. — 976 с.

11. Загородній А.Г. Фінансово - економічний словник: навчальний посібник / А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк. — К.: Знання, 2010. — 1072 с.

12. Швець В.Г. Теорія бухгалтерського обліку: підручник. — 4-те вид., перероб. і доп. / В.Г. Швець. — К.: Знання, 2015.

13. Фінанси підприємств [Текст] : підручник / А. М. Поддєрьогін, М. Д. Білик, Л. Д. Буряк [та ін.] ; наук. ред. А. М. Поддєрьогін. — 8-ме вид., переробл. та доповн. — К.: КНЕУ, 2015. — 521 с.

14. Єпіфанова І. Ю. Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності [Електронний ресурс] / І. Ю. Єпіфанова, В. С. Гуменюк // Економіка та суспільство. — 2016. — Вип. 3. — С. 189-192. - Режим доступу : <http://economyandsociety.in.ua>.

15. Тульчинська С. О. Визначення доцільності фінансового оздоровлення підприємства на підставі оцінки фінансового потенціалу [Електронний ресурс]/ С. О. Тульчинська, М. В. Нікітіна // Ефективна економіка— 2014. — № 4. — Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua>

16. Попрозман О. І. Фактори формування прибутку підприємства та їхня роль / О. І. Попрозман // Формування ринкових відносин в Україні. — 2014. — № 6. — С. 133.

17. Фінанси підприємств: Підручник / Керівник авт. і наук. ред проф. А.М. Поддєрьогін. 2-ге вид., перероб. та доп. — К.: КНЕУ, 1999. — 384 с.

18. Проскура, К. П. Шляхи удосконалення планування прибутку підприємства / К. П. Проскура // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – №5. – С. 115.
19. Бондар Н.М. Економіка підприємства: Навч. посіб. – К.: Видавництво А.С.К., 2004. – 400 с.
20. Проскура К. П. Шляхи удосконалення планування прибутку підприємства / К. П. Проскура // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – №5. – С. 117.
21. Аналіз господарської діяльності підприємства: Навч. посібник / С. Г. Савицька. - 7-е вид., випр. - Мн.: Нове знання, 2015. - 704 с.
22. Фінанси підприємств: підручник / А. М. Поддєрьогін, М. Д. Білик, Л. Д. Буряк [та ін.] ; наук. ред. А. М. Поддєрьогін. – 8-ме вид., переробл. та доповн. – К. : КНЕУ, 2015. – 520 с.
23. Голов Р. С. Економіка і управління на підприємстві: підручник / Р. С. Голов, А. П. Агарков, Е. А. Єрохіна. – М.: Дашков і К. – 2013. – 200 с.
24. Nikita Dutta. Profit Theory of Firm: Nature, Role and Function of Profit Theory [Електронний ресурс] / Nikita Dutta – Режим доступу до ресурсу: <https://www.economicdiscussion.net/profit/profit-theory-of-firm-nature-role-and-function-of-profit-theory/6124>.
25. Фінанси підприємств: підручник / Керівник авт. і наук. ред проф. А.М. Поддєрьогін. 2-ге вид., перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 1999. – 384 с.
26. Управління якістю в фармації [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу: <https://quality.nuph.edu.ua/wp-content/uploads/2020/06/@Збірник-матеріалів-конференції-УЯФ-2020.pdf>
27. Pharma companies are more profitable than most S&P 500 companies [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу:

<https://www.healtheuropa.eu/pharma-companies-are-more-profitable-than-most-sp-500-companies/98229/>.

28. Кузьмінська Н. Л. Основні тенденції розвитку фармацевтичного ринку в Україні [Електронний ресурс] / Н. Л. Кузьмінська, О. В. Місяйло. – 2018. – Режим доступу: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/17_2018/138.pdf.

29. Очеретна В. Ю. Управління прибутком на підприємстві [Електронний ресурс] / В. Ю. Очеретна // Молодь в науці: дослідження, проблеми, перспективи (МН-2019). – 2019. – Режим доступу: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/mn/mn2019/paper/view/8042/675>.

30. Chris Scott. Four ways to measure profitability and grow your business [Електронний ресурс] / Chris Scott. – 2019. – Режим доступу: <https://quickbooks.intuit.com/r/pricing-strategy/4-ways-to-measure-your-profitability/>.

31. Five Reasons Why You Should Be Watching Ukrainian Pharma [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://brandstudio.kyivpost.com/darnitsa/>.

32. Інфографічний довідник «Фармацевтика України 2019» [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу: <https://eba.com.ua/infografichnyj-dovidnyk-farmatsevyka-ukrayiny-2019/>.

33. Ukraine Pharmaceutical Market Overview 4Q [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу: <https://www.upharma-c.com/en/news/200-ukraine-pharma-market-overview-2018-4Q>.

34. Бедій О. І. Оцінка тенденцій, як інструмент управління якістю / Бедій О. І., Рябовол О. В. // Збірник матеріалів XIV науково-практичної конференції "Управління якістю в фармації" 22.05.2020. – 2020. – Режим доступу: <https://quality.nuph.edu.ua/wp-content/uploads/2020/06/@A4-2020.pdf>.

35. Богуславський Є. П. Інноваційний розвиток та удосконалення управління якістю сучасного фармацевтичного підприємства [Електронний ресурс] / Богуславський Є. П., Воскобойнікова Г. Л., Гой А. М. // Збірник матеріалів

XIV науково-практичної конференції "Управління якістю в фармації" 22.05.2020.
– 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://quality.nuph.edu.ua/wp-content/uploads/2020/06/@A4-2020.pdf>.

36. АТ «Київський вітамінний завод» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.vitamin.com.ua/>.

37. Річна інформація емітента цінних паперів за 2017 рік [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.vitamin.com.ua/ua/Accioneram/report/report2017/>.

38. Річна інформація емітента цінних паперів за 2018 рік [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.vitamin.com.ua/ua/Accioneram/report/report2018/>.

39. Річна інформація емітента цінних паперів за 2019 рік [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.vitamin.com.ua/ua/Accioneram/report/report2019/>.

40. INFOGRAPHIC ATLAS PHARMACEUTICAL INDUSTRY IN UKRAINE [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу: https://businessviews.com.ua/ru/get_file/id/the-infographics-report-pharmaceutical-industry-of-ukraine-2017-en.pdf.

41. Kazakhstan: pharmaceutical market overview [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу: http://khidicis.org/upload/files/99352_264913_17.pdf.

42. Китайський фармацевтичний ринок досягне 30% світового ринку у 2023 р. [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу: <https://www.apteka.ua/article/528119>.

ДОДАТКИ

Додаток А

Міністерство освіти і науки України
Вінницький національний технічний університет
Факультет менеджменту та інформаційної безпеки
Кафедра фінансів та інноваційного менеджменту

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри ФІМ

_____ д.е.н., проф. В. В. Зянько

«15» жовтня 2019 р.

ТЕХНІЧНЕ ЗАВДАННЯ

на виконання магістерської кваліфікаційної роботи
на тему: «УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВ
ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ (НА ПРИКЛАДІ
АТ «КИЇВСЬКИЙ ВІТАМІННИЙ ЗАВОД»)»

08-43.МКР. 008.00.004.ПЗ

Науковий керівник: д.е.н.проф._____ Єпіфанова І.Ю.Студент групи: МФК-19м._____ Очеретна В.Ю.

Вінниця 2020 р.

1. Підстава для виконання магістерської кваліфікаційної роботи (МКР)

Наказ № 214 по ВНТУ від «25» вересня 2020р. про затвердження теми ДР.

2. Мета і призначення магістерської кваліфікаційної роботи

Метою роботи є опрацювання засад формування рекомендації з удосконалення процесу управління прибутком підприємств фармацевтичної галузі та розробка механізму удосконалення управління прибутком АТ «Київський вітамінний завод». Призначенням магістерської кваліфікаційної роботи є:

- визначити сутність економічної категорії «прибуток»;
- розглянути сутність та складові елементи системи управління прибутком на підприємстві;
- охарактеризувати діяльність АТ «Київський вітамінний завод»;
- проаналізувати прибуток АТ «Київський вітамінний завод» в розрізі окремих його складових та зробити аналіз прибутку для виявлення резервів для його підвищення;
- охарактеризувати структуру управління підприємством;
- виявити існуючі резерви збільшення прибутку, розробити і запропонувати комплекс заходів, спрямованих на використання виявлених резервів;
- розробити заходи, спрямовані на підвищення прибутку підприємства та обґрунтувати їх ефективність.

3. Завдання для виконання економічної розрахункової частини МКР

Розрахувати показники фінансово-економічної діяльності АТ «Київський вітамінний завод»: продуктивність праці, тис. грн /особу; коефіцієнт рентабельності витрат; коефіцієнт рентабельності активів; коефіцієнт рентабельності власного капіталу; коефіцієнт оборотності об. активів; фондоддача, грн./ грн.; коефіцієнт абсолютної ліквідності; коефіцієнт автономії.

4. Вихідні дані для написання магістерської кваліфікаційної роботи

Законодавчі документи України та фінансова звітність АТ «Київський вітамінний завод» (Форми №1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)» та №2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)»), методичні вказівки, підручники, навчальні посібники, наукові статті.

5. Виконавець МКР – Очеретна Вікторія Юріївна, ст.гр. МФК-19м

6. Вимоги до виконання МКР

В процесі виконання магістерської кваліфікаційної роботи потрібно визначити резерви підвищення прибутку підприємства, використовуючи варіантний аналіз, засоби моделювання. Бажано, щоб робота виконувалась на замовлення підприємства.

7. Етапи МКР і терміни їх виконання

Таблиця 1 – Етапи МКР і терміни їх виконання

Етапи МКР	Зміст етапу	Термін виконання	Очікувані результати
1	2	3	4
Вибір напрямку дослідження	Добір, вивчення та узагальнення науково-економічної та статистичної інформації; розгляд можливих напрямів досліджень та їх оцінювання; вибір напрямку дослідження; обґрунтування прийнятого напрямку дослідження; розроблення, погодження і затвердження ТЗ на МКР	Червень-вересень	план МКР
Основна (економічна) частина роботи	Теоретичне дослідження проблеми	ІІІ декада жовтня	розділ 1
	Аналітична частина	ІІ декада листопада	розділ 2
	Розробка рекомендацій та пропозицій	І декада грудня	розділ 3
Узагальнення результатів досліджень, підготовка до захисту роботи	Узагальнення результатів теоретичних та аналітичних досліджень та написання доповіді на захист МКР; оформлення ілюстративного матеріалу, підготовка презентації ДР в редакторі Microsoft Office PowerPoint	І декада грудня	акт впровадження, ілюстративний матеріал, презентація
Попередній захист МКР	Перевірка МКР на плагіат; одержання відзиву наукового керівника та рецензії; попередній захист МКР	ІІ декада грудня	результат перевірки на плагіат, відгук, рецензія
Захист МКР	Основний захист МКР	ІІІ декада грудня	довідь та відповіді на питання

9. Матеріали, які подають після завершення написання МКР та її етапів

Переплетена пояснювальна записка магістерської кваліфікаційної роботи; графічний матеріал; відгук керівника; рецензія зовнішнього рецензента.

10. Порядок приймання МКР та її етапів

Результати магістерської кваліфікаційної роботи розглядаються керівником роботи та завідувачем кафедри відповідно до етапів роботи та термінів їх виконання; проводиться попередній захист роботи та офіційний захист магістерської кваліфікаційної роботи.