

Вінницький національний технічний університет
(повне найменування вищого навчального закладу)

Факультет менеджменту та інформаційної безпеки
(повне найменування інституту, назва факультету (відділення))

Кафедра фінансів та інноваційного менеджменту
(повна назва кафедри (предметної, циклової комісії))

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА


на тему:

**«УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ В
УМОВАХ КРИЗИ (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «МОЛОЧНА КОМПАНІЯ
«ГАЛИЧЧИНА»)»**


08-43.МКР.002.00.113 ТЧ

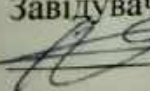
Виконав: студент 2 курсу,
групи МФКД-21мз
спеціальності 073 – Менеджмент
Калітай Володимир Володимирович

Керівник: к.е.н., доц. каф. ФІМ
наук. ступінь, вч. звання


Ткачук Л. М.
«07» червня 2023 р.

Опонент: к.т.н., доцент каф. ЕПВМ
наук. ступінь, вч. звання


Ратушняк О. Г.
«08» червня 2023 р.

Допущено до захисту
Завідувач кафедри ФІМ

д.е.н., проф. Зянько В. В.
(прізвище та ініціали)

«09» червня 2023 р.

Вінниця ВНТУ – 2023 рік

Вінницький національний технічний університет
Факультет менеджменту та інформаційної безпеки
Кафедра фінансів та інноваційного менеджменту
Рівень вищої освіти II-й (магістерський)
Галузь знань – Управління та адміністрування
Спеціальність – 073 Менеджмент
Освітньо-професійна програма – Менеджмент фінансово-кредитної діяльності

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

«28» березня 2023 року

ЗАВДАННЯ НА МАГІСТЕРСЬКУ КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Калітаю Володимиру Володимировичу
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: Управління прибутком підприємств молочної галузі в умовах кризи (на прикладі ТОВ «Молочна компанія «Галиччина»)

Керівник роботи Ткачук Людмила Миколаївна, д.е.н., професор,
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)
затверджені наказом ВНТУ від «20» березня 2023 року №68.

2. Строк подання студентом роботи: 09 червня 2023 р.

3. Вихідні дані до роботи:

Онисько С. М. Дослідження економічної сутності категорії «прибуток». Економічний вісник. 2020. №1. С. 58-65.
Стащук О.В., Шептицька Л.Р., Крижанівський С.О. Особливості формування прибутку на підприємстві. Інфраструктура ринку. 2020. Вип. 49. С.291-296.
Богацька Н. М. Прибуток підприємства: його роль, формування та резерви збільшення в умовах ринкової економіки. Ефективна економіка. 2019. №9.
Сухачова О.О. Формування «дерева цілей» підвищення суми прибутку підприємств зв'язку. Економіка та підприємництво. 2019. № 6 (111). С. 101-105.
Сябер Є.О. Фактори формування прибутку підприємства. Молодий вчений. 2018. №6. С. 431-435.
Ларіонова К., Капінос Г. Механізм управління прибутком підприємства. Modeling the development of the economic systems. 2022. № 1. С.

120–128. Маркіна І.А., Вороніна В.Л. Управління прибутком торговельних підприємств: [монографія]. Погорелова Т. В. Фінансові результати підприємницької діяльності та їх розподіл у національній економіці. Науковий вісник Одеського національного економічного університету 2022, 8 (297), Деренська Я. М. Оцінка ефективності діяльності підприємства. Економіка підприємства та організація виробництва. 2023. №1. С.81-85. фінансова звітність ТОВ «Молочна компанія «Галичина» за 2020-2022 рр., наведена в додатках

4. Зміст текстової частини:


у першому розділі – дослідити економічну сутність прибутку та особливості управління прибутком в умовах кризи, систематизувати методичні підходи до аналізу процесу управління прибутком підприємства;

у другому розділі – проаналізувати стан та перспективи розвитку підприємств мобільного зв'язку, надати загальну характеристику ТОВ «Молочна компанія «Галичина», проаналізувати фінансово-економічний стан та процес управління прибутком ТОВ «Молочна компанія «Галичина» в 2020-2022 рр.;
у третьому розділі – запропонувати пропозиції та рекомендації з покращення фінансово-економічного стану ТОВ «Молочна компанія «Галичина».

5. Перелік ілюстративного матеріалу: Таблиці: Підходи до визначення прибутку. Абсолютні показники, які характеризують майновий стан ТОВ «Молочна компанія «Галичина» за 2020-2022 рр. Відносні показники, які характеризують фінансовий стан ТОВ «Молочна компанія «Галичина» за 2020–2022 рр. Аналіз складу, структури та динаміки доходів ТОВ «Молочна компанія «Галичина». Аналіз складу, структури та динаміки витрат ТОВ «Молочна компанія «Галичина». Фінансові результати ТОВ «Молочна компанія «Галичина» за 2020-2022рр. Показники прибутковості ТОВ «Молочна компанія «Галичина» за 2020-2022рр. Факторний аналіз рентабельності власного капіталу ТОВ «Молочна компанія «Галичина». Переваги та недоліки ТОВ «Молочна компанія Галичина». Характеристика рекомендованих інтернет-стратегій для ТОВ «Молочна компанія Галичина».

Рисунки: Класифікація прибутку. Фактори впливу на прибуток.

6. Консультанти розділів роботи

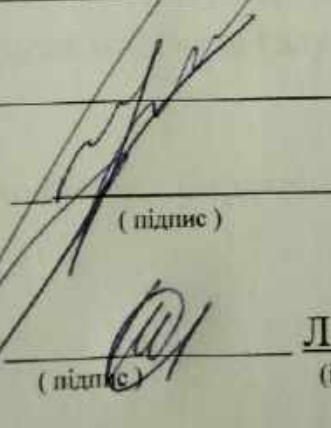
Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Спеціальна частина	д.е.н., проф. кафедри ФІМ Єпіфанова І. Ю.	28.03.2023р.	

7. Дата видачі завдання «28» березня 2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Назва етапів магістерської кваліфікаційної роботи (МКР)	Строк виконання етапів проекту (роботи)	Примітка
Формування та затвердження теми магістерської кваліфікаційної роботи (МКР)	Грудень-січень	<i>вик.</i>
Виконання теоретичної частини МКР. Перший рубіжний контроль виконання МКР (1-й розділ МКР)	II декада лютого	<i>вик.</i>
Виконання аналітичної частини МКР. Другий рубіжний контроль виконання МКР (2-й розділ МКР)	I декада квітня	<i>вик.</i>
Розробка рекомендацій та пропозицій. Третій рубіжний контроль виконання МКР (3-й розділ МКР)	II декада травня	<i>вик.</i>
Перевірка МКР на плагіат. Попередній захист МКР	III декада травня	<i>вик.</i>
Рецензування МКР	I декада червня	<i>вик.</i>
Захист МКР	I декада червня (за графіком)	<i>вик.</i>

Студент


(підпис)

В. В. Калітай

(ініціали та прізвище)

Керівник роботи


(підпис)

Л. М. Ткачук

(ініціали та прізвище)

АНОТАЦІЯ

УДК 338.45

Калітай В. В. Управління прибутком підприємств молочної галузі в умовах кризи (на прикладі ТОВ «Молочна компанія «Галиччина»). Магістерська кваліфікаційна робота зі спеціальності 073 – Менеджмент, освітня програма – Менеджмент фінансово-кредитної діяльності. Вінниця: ВНТУ, 2023. 113с. На укр. мові. Бібліогр.: 26 назв; рис.: 4; табл. 11.

У магістерській кваліфікаційній роботі запропоновано напрямки покращення стану управління прибутком ТОВ «Молочна компанія «Галиччина». Наукові і практичні положення щодо напрямків покращення управління прибутком можуть бути впроваджені на досліджуваному в роботі підприємстві та інших підприємствах молочної галузі, що дозволить покращити фінансові результати господарської діяльності. У теоретичній частині роботи досліджено економічну сутність управління прибутком, проаналізовано сучасні методики аналізу процесу управління прибутком підприємства. В аналітичній частині роботи проаналізовано стан підприємств молочної галузі, здійснено оцінювання фінансово-економічної діяльності та управління прибутком ТОВ «Молочна компанія «Галиччина». У прикладній частині роботи запропоновано напрямки покращення ефективності господарської діяльності та управління прибутком досліджуваного підприємства та підприємств молочної галузі в цілому.

Ключові слова: прибуток, управління прибутком, доходи, витрати, прибутковість

ABSTRACT

Kalitai V. V. Profit management of dairy enterprises in crisis conditions (on the example of LLC "Milk Company "Halychchyna"). Master's qualification work in the specialty 073 - Management, educational program - Management of financial and credit activities. 113 p. In Ukrainian. Bibliography: 26 titles, Fig. : 4, Table 11.

In the master's qualification work, directions for improving the state of profit management of LLC "Milk Company "Halychchyna" were proposed. Scientific and practical provisions regarding directions for improving profit management can be implemented at the enterprise studied in the work and other enterprises of the dairy industry, which will improve the financial results of economic activity. The theoretical part of the work examines the economic essence of profit management, analyzes modern methods of analyzing the process of enterprise profit management. In the analytical part of the work, the state of the enterprises of the dairy industry was analyzed, the financial and economic activity and profit management of LLC "Milk Company "Halychchyna" LLC were evaluated. In the applied part of the work, directions for improving the efficiency of economic activity and profit management of the researched enterprise and enterprises of the dairy industry are proposed.

Key words: profit, profit management, income, expenses, profitability

ЗМІСТ

ВСТУП	8
1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА	11
1.1 Прибуток як економічна категорія	11
1.2 Особливості управління прибутком підприємств в умовах кризи	19
1.3 Методичні підходи до оцінювання стану управління прибутком підприємства	24
Висновки до розділу 1	33
2 АНАЛІЗУВАННЯ СТАНУ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ КРИЗИ	35
2.1 Стан підприємств молочної галузі України та загальна характеристика ТОВ «Молочна компанія Галичина»	35
2.2 Аналіз показників фінансово-економічної діяльності підприємства	37
2.3 Оцінювання системи управління прибутком ТОВ «Молочна компанія Галичина» в 2020-2022рр	53
Висновки до розділу 2	66
3 ПРОПОЗИЦІЇ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ З УДОСКОНАЛЕННЯ СТАНУ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ КРИЗИ	67
3.1 Рекомендації з покращення стратегічного управління ТОВ «Молочна компанія Галичина»	67
3.2 Пропозиції з покращення управління фінансовими результатами ТОВ «Молочна компанія Галичина»	73
Висновки до розділу 3	78
ВИСНОВКИ	79
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	81
Додаток А (обов'язковий) Протокол перевірки навчальної (кваліфікаційної) роботи	84
Додаток Б (довідниковий) Фінансова звітність ТОВ «Молочна компанія Галичина» за 2020-2022 рр.	85
Додаток В Ілюстративна частина	102

ВСТУП

Актуальність теми магістерської кваліфікаційної роботи. Прибуток є основним показником ефективності функціонування кожного суб'єкта господарювання, оскільки він включає резерви всіх аспектів підприємницької діяльності. Отримання прибутку є головною та найважливішою метою для створення та функціонування будь-якого господарського суб'єкта. Воно відображає загальну доцільність існування підприємства та є основою економічного розвитку країни. У ринковій економіці діяльність підприємств ще більше стимулюється до збільшення прибутку.

У зв'язку з високим рівнем конкуренції в сучасній ринковій економіці, підприємства примушені шукати ефективні шляхи розвитку, які не лише дозволять їм отримати максимальний можливий прибуток, але й забезпечать довгострокові конкурентні переваги.

Отримання прибутку сприяє досягненню основних завдань, таких як збільшення обсягів виробництва для задоволення потреб виробництва і особистих потреб, зниження загальних витрат на виробництво та реалізацію продукції, а також поліпшення її якості.

Питання, пов'язані із управлінням прибутком підприємства є об'єктом досліджень таких вчених як: Брігхем Є. Ф., Гладій М. Р., Деренська Я. М., Просович О. П., Шевчук К. В., Бондарь В. І., Савіна С. С., Гиренко Ю. В., Ларіонова К., Капінос Г., Майборода О. Є., Сукрушева Г. О., Куліш Є. В.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Магістерська кваліфікаційна робота виконувалась відповідно до напрямку наукових досліджень кафедри фінансів та інноваційного менеджменту «Дослідження сучасних тенденцій фінансових, грошово-кредитних та інноваційних процесів в Україні».

Метою магістерської кваліфікаційної роботи є формування пропозицій та рекомендацій щодо покращення фінансового стану підприємств молочної галузі на основі аналізу процесу управління прибутком

підприємства.

Для виконання мети в ході написання роботи були поставлені наступні **завдання:**

- проаналізувати існуючі підходи до визначення сутності прибутку;
- систематизувати методичні підходи до аналізу процесу управління прибутком підприємств;
- проаналізувати сучасний стан та перспективи розвитку підприємств молочної галузі;
- надати загальну характеристику ТОВ «Молочна компанія «Галичина»;
- оцінити фінансовий стан ТОВ «Молочна компанія «Галичина» за 2020-2022 рр.;
- проаналізувати процес управління прибутком ТОВ «Молочна компанія «Галичина» за 2020-2022 рр.;
- надати пропозиції та рекомендації щодо покращення фінансового стану ТОВ «Молочна компанія «Галичина».

Об'єктом дослідження в магістерській кваліфікаційній роботі є процес управління прибутком ТОВ «Молочна компанія «Галичина».

Предметом дослідження в магістерській кваліфікаційній роботі є управління прибутком підприємств молочної галузі.

Наукова новизна одержаних результатів:

- визначено, що управління прибутком є складним процесом, який включає аналіз, планування, регулювання та контроль формування, розподілу та використання прибутку. Цей процес реалізується через багаторівневу і взаємозалежну систему всіх організаційних елементів підприємства з метою забезпечення зростання прибутку як у короткостроковій, так і у довгостроковій перспективі;
- запропоновано напрямки удосконалення стратегії підприємства на основі впровадження інтернет-маркетингових комунікацій.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що отримані в роботі теоретичні висновки та практичні рекомендації доведені до

рівня конкретних методик та пропозицій, що можуть бути використані для глибокого та розгорнутого дослідження ефективності діяльності підприємств. Наукові і практичні положення щодо покращення процесу управління прибутком підприємства можуть бути впроваджені на підприємствах молочної галузі.

Особистий внесок здобувача. Магістерська кваліфікаційна робота – самостійно виконана наукова праця, в якій сформовано пропозиції з покращення фінансового стану підприємств молочної галузі на основі аналізу процесу управління прибутком.

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. Тема роботи апробована на ЛІІ Науково-технічній конференції факультету менеджменту та інформаційної безпеки (м. Вінниця, 2023 р.), Молодь в науці (м. Вінниця, 2023).

Наукові публікації. За темою магістерської кваліфікаційної роботи опубліковано 2 наукові праці, в тому числі 2 тез доповідей [1-2].

Структура і зміст магістерської кваліфікаційної роботи. Магістерська кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, використаних джерел, додатків. Загальний обсяг роботи становить 113 сторінок, включаючи 11 таблиць, 4 рисунка, 3 додатки і список використаної літератури із 26 найменувань.

1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Прибуток як економічна категорія

Прибуток є головною та основною метою для створення та функціонування кожного господарського суб'єкта в умовах ринкової економіки. Він виконує стимулюючу роль і має ключове значення для досягнення важливих першочергових завдань, таких як зростання обсягів виробництва з метою задоволення виробничих і особистих потреб, зниження суспільно необхідних витрат на виробництво і реалізацію продукції, а також підвищення якості. Прибуток займає центральне місце серед вартісних інструментів та засобів управління економікою, оскільки фінанси, кредит, ціни, собівартість та інші економічні важелі безпосередньо або опосередковано пов'язані з ним.

Основним завданням кожного підприємця є вивчення ефективних методів організації виробництва та реалізації продукції, які дозволять отримати максимальний прибуток. Прибуток є ключовим показником, який повніше характеризує ефективність господарської діяльності підприємств, їх фінансові можливості та визначає рівень фінансової стабільності країни, що в свою чергу впливає на підвищення рівня добробуту населення.

Прибуток є складною і багатогранною економічною категорією, яка формується залежно від ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства, сфери його діяльності, галузі господарства та умов, встановлених законодавством щодо обліку фінансових результатів.

В класичному розумінні, прибуток є різницею між ціною продукту і його собівартістю, що відображає якість господарювання підприємства. Якісний показник прибутку полягає в тому, що він синтезує всі аспекти діяльності підприємства і в цілому характеризує ефективність його господарської діяльності. Розмір прибутку відображає внесок підприємства в зміцнення

економіки країни, і як для підприємства, так і для держави є важливим, оскільки він сприяє розширенню виробництва, стимулює співробітників та забезпечує збільшення надходжень до бюджету.

В літературі існують різні підходи до визначення сутності прибутку, узагальнені в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1 – Підходи до визначення прибутку

Автор	Прибуток – це
Господарський кодекс України [3]	показник фінансових результатів його господарської діяльності, що визначається шляхом зменшення суми валового доходу суб`єкта господарювання за певний період на суму валових витрат та суму амортизаційних відрахувань
Брігхем Є. Ф. [4]	виробнича категорія, яка характеризує відносини, що складаються у процесі суспільного виробництва
Череп А. В. [5]	частина чистого доходу, створеного в процесі виробництва і реалізованого у сфері обертання, що безпосередньо одержує підприємство
Єпіфанова І. Ю., Гуменюк В. С. [6]	частина доходу, що залишається на підприємстві після вирахування всіх витрат, безпосередньо пов'язаних із виробництвом та реалізацією виробленої продукції
Гетьман О. О. [7]	основне джерело фінансування витрат на виробничий і соціальний розвиток підприємства, а також найвагомим джерелом централізованих ресурсів держави: до доходів бюджету здійснюються відрахування від одержаного доходу підприємства, значною частиною якого є прибуток
Онисько С. М. [8]	форма сукупного доходу, яка формується в результаті реалізації власності на капітал у різних сфери його застосування, що є одночасно об'єктом та інструментом управління фінансами
Стащук О.В., Шептицька Л.Р., Крижанівський С.О. [9]	частина доходу, яка залишається після вирахування всіх витрат, пов'язаних із отриманням цього прибутку, а також витрат зі сплати податків.

Продовження таблиці 1.1

Автор	Прибуток – це
Богацька Н. М. [10]	головним джерелом розвитку підприємства. Саме за рахунок прибутку підприємство має змогу вдосконалювати свою матеріально-технічну базу, проводити успішну фінансову та інвестиційну діяльність, розробляти нові типи продукції тощо.
Лисенко Б. О. [11]	форма доходу підприємця, який вклав свій капітал з метою досягнення певного комерційного успіху, проте він характеризує лише ту частину доходу, яка «очищена» від затрат, понесених на здійснення цієї діяльності.
Сухачова О.О. [12]	різниця між ціною товару й витратами на виготовлення товару, тобто його собівартістю, основне джерело розвитку діяльності підприємства

З таблиці 1.1 видно, що прибуток визначають по-різному. Разом з тим, більшість вчених погоджується із тим, що прибуток – це частина доходу, яка залишається після вирахування всіх витрат, пов'язаних із отриманням цього прибутку.

Прибуток, отриманий від діяльності підприємства, розподіляються за різними видами, такими як операційний прибуток, фінансовий прибуток і інвестиційний прибуток (рис. 1.1). У процесі управління прибутком підприємства найбільш важлива роль належить формуванню прибутку від операційної діяльності. Більшість підприємств базує свою операційну діяльність на виробничо-комерційній або торгівельній діяльності, яка доповнюється інвестиційною та фінансовою діяльністю.

Як уже зазначено, крім операційної діяльності, підприємство може займатися іншими видами діяльності, зокрема інвестиційною (процес ефективного вкладання власного капіталу) та фінансовою діяльністю (процес залучення позикового капіталу) та отримувати від них певний прибуток. З точки зору бухгалтерського обліку, прибуток може бути отриманий в результаті різних видів діяльності. В фінансовому обліку окремо визначити

фінансовий результат від інвестиційної та фінансової діяльності без додаткових розрахунків неможливо.

За видами діяльності	<ul style="list-style-type: none"> • Прибуток від операційної діяльності • Прибуток від фінансової діяльності • Прибуток від інвестиційної діяльності
Залежно від порядку визначення	<ul style="list-style-type: none"> • Валовий прибуток • Прибуток від операційної діяльності • Прибуток до оподаткування • Чистий прибуток
За характером оподаткування	<ul style="list-style-type: none"> • Оподатковуваний прибуток • Прибуток, що не підлягає оподаткуванню
За характером використання	<ul style="list-style-type: none"> • Нерозподілений прибуток • Розподілений прибуток
За значенням підсумкового результату	<ul style="list-style-type: none"> • Позитивний (прибуток) • Негативний (збиток)
За розміром	<ul style="list-style-type: none"> • Мінімальний прибуток • Нормальний прибуток • Максимальний прибуток
За періодами формування	<ul style="list-style-type: none"> • Прибуток минулого періоду • Прибуток звітного періоду • Прибуток планового періоду
За метою визначення	<ul style="list-style-type: none"> • Бухгалтерський прибуток • Економічний прибуток

Рисунок 1.1 – Класифікація прибутку

На рахунках бухгалтерського обліку ведеться облік доходів і витрат від фінансових операцій. Під фінансовими операціями розуміють операції, які відбуваються як у процесі фінансової діяльності, так і в процесі інвестиційної діяльності.

У фінансовій звітності виділяють такі види прибутку: валовий прибуток, прибуток від операційної діяльності, прибуток від звичайної діяльності до оподаткування, прибуток від звичайної та надзвичайної діяльності, чистий прибуток, а також скоригований прибуток, який припадає на одну просту акцію (порядок відображення ще не визначений). Цей розподіл обумовлений порядком визначення прибутку: валовий прибуток характеризує різницю між чистим доходом від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) і собівартістю реалізованої продукції; прибуток від операційної діяльності визначається як алгебраїчна сума валового прибутку, інших операційних доходів, адміністративних витрат, витрат на збут та інших операційних витрат; прибуток до оподаткування визначається як алгебраїчна сума прибутку від основної діяльності, фінансових та інших доходів, фінансових та інших витрат; чистий прибуток характеризує обсяг прибутку, який залишається в розпорядженні підприємства після сплати податку на прибуток.

За способом використання прибуток поділяють на розподілений і нерозподілений. Нерозподілений прибуток відображає суму прибутку, яка реінвестується у підприємство. Нерозподілений прибуток є складовою частиною власного капіталу і залишається в розпорядженні підприємства після виплати доходів власникам та формування резервного капіталу.

Зазвичай прибуток класифікують відповідно до його розміру:

1. Мінімальний прибуток. Це прибуток, розмір якого, після сплати податків, задовольняє очікування власників щодо мінімального рівня рентабельності вкладеного капіталу. Зазвичай, цей рівень відповідає середній процентній ставці на депозитному ринку.

2. Нормальний прибуток. Це прибуток, який відповідає нормі прибутковості на вкладений капітал у конкретній галузі. Він враховує конкуренцію та ризики, пов'язані з галузевою діяльністю.

3. Максимальний прибуток. Це прибуток, пов'язаний з досягненням мети підприємства на ринку, яка полягає у максимізації прибутку. Підприємство спрямовує всі зусилля на отримання максимального можливого

прибутку, використовуючи стратегії, такі як оптимізація витрат, збільшення обсягів продажу та підвищення ефективності діяльності.

У бухгалтерському розумінні, прибуток підприємства визначається як різниця між доходами та бухгалтерськими витратами. Такі витрати називаються явними, оскільки вони відображають конкретні фінансові витрати підприємства. Зокрема, вони включають витрати, пов'язані з придбанням товарів або послуг на ринку, а також з оплатою праці, орендою приміщень і подібні.

Однак, в економічному аспекті витрати підприємства включають не лише явні бухгалтерські витрати, а й вартість використання всіх ресурсів, що залучаються в господарську діяльність, незалежно від того, чи придбані вони на ринку, чи є власністю підприємця. Такі витрати називають упущеною вигодою або внутрішніми неявними витратами. Упущена вигода оцінюється на рівні вартості ресурсів, які могли бути використані іншим чином. Таким чином, економічні витрати перевищують бухгалтерські витрати на суму упущеної вигоди.

Отже, економічний прибуток, в контрасті до бухгалтерського прибутку, розраховується шляхом віднімання суми упущеної вигоди від бухгалтерського прибутку. Це вказує на те, що економічний прибуток завжди менший за бухгалтерський прибуток на суму упущеної вигоди.

Економічний зміст прибутку можна визначити через його функції, які він виконує [12]:

1. Оціночна функція: Прибуток надає можливість оцінити якість та ефективність діяльності господарського суб'єкту протягом певного періоду. Він служить показником успішності підприємства та його здатності до генерації прибутку.

2. Розподільча функція: Прибуток використовується для формування джерел фінансування діяльності підприємства. Він використовується для забезпечення фінансування розвитку, виплати дивідендів власникам та відрахувань у вигляді податків до бюджетів на різних рівнях.

3. Стимулююча функція: Прибуток підприємства має стимулюючий ефект на власників та працівників. Він мотивує їх до проведення операційної та фінансової діяльності більш ефективно з метою отримання більшого прибутку. Власники можуть використовувати прибуток для задоволення своїх потреб та реінвестування у підприємство, а працівники можуть отримувати стимулюючі винагороди.

Розмір прибутку будь-якого підприємства залежить від способу обліку фінансових результатів, витрат і доходів. На кожному етапі формування прибутку - валового, операційного, фінансового та чистого - важливим є збільшення доходів і зменшення витрат.

У формуванні прибутку існують особливості, які залежать від галузі діяльності підприємства, сфери господарювання, форми власності, розвитку ринкових відносин та інших факторів. Процес отримання прибутку підприємством піддається впливу як внутрішніх, так і зовнішніх факторів (рис. 1.2). Зовнішні фактори не залежать від самого підприємства, але значно впливають на його прибуток. Сюди входять природні умови, транспортні умови, ринкова інфраструктура, конкуренція на ринку, рівень інфляції та інші фактори.

Внутрішні фактори, що впливають на прибуток, можуть бути керовані та використовуються для моделювання господарських процесів з метою збільшення прибутковості. Ці внутрішні фактори включають ритмічність виробництва, матеріальне, науково-технічне та організаційне оснащення, якість продукції, її асортимент і структуру, ефективне використання ресурсів, комерційну та екологічну діяльність, соціальні умови праці і побуту.

Деякі внутрішні фактори впливу можна розділити на основні (первинні) та додаткові (другорядні).

Основні фактори, що впливають на прибуток, включають [6,13]:

- Зростання обсягів продажу продукції.
- Собівартість продукції.
- Управлінський облік.

- Ціна продукції.
- Рівень конкурентоспроможності.
- Вплив структури продукції, який визначається співвідношенням високо-, низькорентабельної і збиткової продукції.

Неосновні фактори впливу на прибуток мають менш значний вплив, який може не виявитися одразу, але впливає на діяльність підприємства. До неосновних факторів впливу на прибуток відносять [6,13]:

- Умови праці.
- Рівень технічного оснащення.
- Рівень організації виробництва.
- Корпоративна соціальна відповідальність.



Рисунок 1.2 – Фактори впливу на прибуток (складено за даними [6, 13-14])

Таким чином, узагальнення існуючих підходів показало, що прибуток – це частина доходу, яка залишається після вирахування всіх витрат, пов'язаних із отриманням цього прибутку.

Прибуток, отриманий від діяльності підприємства, розподіляються за різними видами.

Узагальнено функції прибутку та фактори впливу на прибуток.

1.2 Особливості управління прибутком підприємств в умовах кризи

Особливості ринкової економіки включають циклічність економічних процесів, нестабільність та появу кризових явищ. В сучасних умовах економіка України перебуває в кризовому стані, спричиненим наслідками збройної агресії РФ та пандемії COVID-19. На рівні окремого промислового підприємства кризові явища посилюються неефективністю загального, виробничого та фінансового управління, а також відсутністю стратегічного планування, що призводить до зниження основних показників діяльності підприємства. Тому одним зі способів запобігання кризовим явищам, їх усунення та мінімізації втрат під час кризи є ефективне управління прибутком.

Під управлінням прибутком підприємства розуміють комплексний процес, що включає аналіз, планування, регулювання та контроль формування, розподілу і використання прибутку, та який реалізується за допомогою багаторівневої і взаємозалежної системи всіх організаційних елементів підприємства для забезпечення зростання прибутку в короткостроковому і довгостроковому періодах [14].

Основною метою управління прибутком підприємства є максимізація та оптимізація абсолютної величини чистого прибутку та забезпечення стабільності його формування у часі.

Для успішного досягнення вказаної мети, важливо є виконання завдань управління прибутком підприємства [14-16]:

- Максимізація прибутку, що формується з урахуванням ресурсного потенціалу підприємства.
- Забезпечення оптимальної пропорційності між рівнем прибутку та припустимим рівнем ризику.
- Підвищення ефективності використання матеріально-технічної бази, оптимізація складу та структури обігових коштів.
- Забезпечення виплати необхідного рівня доходу на інвестований капітал власникам підприємства.
- Досягнення високого рівня якості прибутку із процесів його формування.
- Забезпечення формування відповідного обсягу фінансових ресурсів з прибутку для завдань розвитку підприємства у майбутньому.
- Створення умов для збільшення ринкової вартості підприємства, що визначається рівнем капіталізації прибутку.
- Розробка ефективних програм, які включають зацікавленість персоналу в кінцевих результатах діяльності підприємства та підвищення продуктивності праці персоналу підприємства.
- Досягнення збільшення обсягу прибутку підприємства шляхом підвищення якості та конкурентоспроможності товарів на ринку і т.д.

В управлінні прибутком важливо дотримуватися регулятивних принципів, таких як [15]:

1. Принцип об'єктивної необхідності: система управління прибутком є необхідною для функціонування підприємства, оскільки його діяльність спрямована на отримання прибутку.

2. Принцип безперервності: управління прибутком повинно функціонувати постійно, оскільки діяльність підприємства є безперервною.

3. Принцип системності: кожне управлінське рішення, пов'язане з формуванням прибутку, впливає на його рівень. Важливо враховувати взаємозв'язок між такими рішеннями, оскільки вплив може бути різноспрямованим.

4. Принцип інтеграції: система управління прибутком повинна бути узгоджена зі стратегічними цілями розвитку підприємства. Неузгодженість короткострокових і довгострокових цілей може призвести до втрати потенціалу підприємства.

5. Принцип оптимальності: управлінське рішення має спрямовуватися на досягнення найбільшого економічного ефекту при обмежених ресурсах.

6. Принцип відповідальності: система управління прибутком пов'язує діяльність кожного підрозділу з відповідальністю конкретних суб'єктів управління і дозволяє оцінити їх внесок у загальні результати підприємства.

7. Принцип інформаційної забезпеченості: якість управлінського рішення визначається рівнем інформованості суб'єкта управління про зовнішнє і внутрішнє середовище підприємства. Ефективність управління залежить від якості використовуваної інформації.

Ці принципи є регулятивними принципами, які слід враховувати при управлінні прибутком для досягнення ефективних результатів.

Підприємство може використовувати отриманий прибуток для задоволення різних потреб. Основні напрями використання прибутку включають [17]:

1. Формування фінансових ресурсів держави та фінансування бюджетних видатків. Це досягається шляхом вилучення частини прибутку в державний бюджет.

2. Використання прибутку як джерела фінансових ресурсів самого підприємства для забезпечення його господарської діяльності.

Розподіл прибутку можна розділити на два етапи:

- Розподіл загального прибутку між державою та підприємством. Кожен з учасників отримує свою частку прибутку. Пропорція розподілу прибутку між державою та підприємством впливає на задоволення державних потреб і потреб підприємства.

- Розподіл і використання чистого прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства після сплати податків до бюджету. На цьому

етапі можуть створюватися цільові фонди за рахунок прибутку для фінансування відповідних витрат.

Напрями і структура розподілу чистого прибутку підприємства залежать від різних факторів, таких як технічний рівень та інвестиційні потреби підприємства, наявність альтернативних джерел фінансових ресурсів, рівень фінансової стійкості та платоспроможності підприємства, рентабельність капіталу та інші фактори.

Розподіл чистого прибутку підприємства відбувається у певній послідовності [18]:

1. Спочатку проводиться відрахування до резервного капіталу.
2. Потім здійснюється повернення позик, за якими надійшов термін погашення, а також викуп облігацій підприємства та виплата дивідендів за привілейованими акціями.
3. Далі прибуток розподіляється на виробничі цілі та споживання.
4. Частина прибутку призначається для споживання, включаючи виплату доходів власникам, матеріальне стимулювання персоналу та соціальний розвиток підприємства.

Нерозподілений прибуток є важливою складовою власного капіталу підприємства. Це та частина чистого прибутку, яка залишається у розпорядженні підприємства після виплати доходів власникам у вигляді дивідендів, формування резервного капіталу, поповнення статутного капіталу та використання на інші потреби.

У випадках, коли підприємство зазнає збитків, нерозподілений прибуток може зменшувати власний капітал підприємства.

У зарубіжних корпораціях часто існують обмеження, які встановлюються для нерозподіленого прибутку. Ці обмеження тимчасово відводять певну суму нерозподіленого прибутку, яка могла бути виплачена у вигляді дивідендів. Коли обмеження скасовуються, ця сума може бути виплачена як дивіденди або використана для інших потреб.

Обмеження нерозподіленого прибутку можуть бути добровільними або обов'язковими. Одним з найпоширеніших добровільних обмежень є обмеження на нерозподілений прибуток з метою розширення матеріально-технічної бази підприємства. Це обмеження може бути зняте керівництвом компанії у будь-який момент.

Резервний капітал створюється з метою подолання можливих тимчасових фінансових труднощів і забезпечення нормальної роботи підприємства. Величина резервного капіталу визначається у засновницьких документах і може становити максимальний відсоток від статутного капіталу. Наприклад, у акціонерних підприємствах резервний капітал повинен складати не менше 25% від розміру статутного капіталу. Він формується шляхом щорічних відрахувань від прибутку у відсотках, передбачених у засновницьких документах, але не менше 5% чистого прибутку [19].

Кошти резервного капіталу використовуються для додаткових витрат на виробничий і соціальний розвиток підприємства, поповнення оборотних коштів, покриття збитків, виплати гарантованих дивідендів за привілейованими акціями (у разі недостатнього прибутку) та інших заходів, передбачених у засновницьких документах.

Дивіденди представляють собою частину чистого прибутку, яка розподіляється між учасниками (власниками) підприємства, зазвичай пропорційно їх відсоткам у статутному (пайовому) капіталі підприємства.

Виплата дивідендів також може здійснюватися за рахунок нерозподіленого прибутку, який був оголошений протягом звітного періоду. У випадку, коли чистий прибуток відповідного року недостатній, виплата дивідендів може проводитися за рахунок резервного капіталу. Таким чином, для обчислення суми дивідендів можуть використовуватися не лише чистий прибуток поточного року, але й нерозподілений прибуток та резервний капітал. Сума прибутку, що підлягає розподілу, визначається шляхом виключення прибутку, який має спеціальне призначення та залишається в розпорядженні підприємства, з загального балансового прибутку.

Таким чином, визначено, що управління прибутком є складним процесом, який включає аналіз, планування, регулювання та контроль формування, розподілу та використання прибутку. Цей процес реалізується через багаторівневу і взаємозалежну систему всіх організаційних елементів підприємства з метою забезпечення зростання прибутку як у короткостроковій, так і у довгостроковій перспективі.

Основною метою управління прибутком підприємства є максимізація та оптимізація абсолютної величини чистого прибутку та забезпечення стабільності його формування у часі.

Розглянуто завдання, принципи та складові управління прибутком підприємства.

1.3 Методичні підходи до оцінювання стану управління прибутком підприємства

Існує значна різноманітність варіантів прийняття рішень щодо визначення прибутку, поточних витрат і авансованої вартості для розрахунку рентабельності. Це призводить до наявності великої кількості показників, які використовуються в цьому аналізі.

Для проведення аналізу прибутку інформаційною базою є різноманітні джерела, такі як бухгалтерські звіти (форми №1 "Баланс підприємства", №2 "Звіт про фінансові результати", №3 "Звіт про рух грошових коштів", №4 "Звіт про власний капітал", №5 "Примітки до річної фінансової звітності"), дані рахунків бухгалтерської звітності, бізнес-плани, фінансові плани, матеріали ревізій, аудиторські перевірки та інше.

Особливість аналізу прибутку полягає в тому, що він охоплює вивчення факторів, пов'язаних з виробництвом, де прибуток створюється, а також з обігом, де він реалізується.

Основними завданнями аналізу прибутку є [18]:

- оцінка структури, виконання плану і динаміки прибутку;

- оцінка впливу факторів на зміну прибутку;
- оцінка впливу факторів на зміну рентабельності;
- виявлення резервів зростання прибутку і рентабельності та розробка заходів для їх використання.

Основною метою аналізу є визначення реального розміру чистого прибутку, стабільності основних елементів балансового прибутку, тенденцій їх змін та можливостей використання для прогнозування прибутку. Також проводиться оцінка спроможності підприємства заробляти.

Комплекс показників рентабельності відображає ефективність виробничої (операційної), інвестиційної та фінансової діяльності підприємства і відповідає інтересам учасників економічного процесу. Рівень показників рентабельності залежить від багатьох чинників, які відображають різні аспекти діяльності підприємства. Позитивні чинники сприяють зростанню рентабельності, тому регулюючи їх розмір з урахуванням взаємозв'язку, можна досягти бажаного рівня рентабельності.

Показники рентабельності використовуються для оцінки результатів діяльності підприємства, його структурних підрозділів, в ціноутворенні, інвестиційній політиці, порівняльному аналізі споріднених підприємств, що виробляють аналогічну продукцію, для вибору варіантів формування асортименту і структури продукції, аналізу раціональності виробництва продукції. Рентабельність як показник надає уявлення про достатність чи недостатність прибутку порівняно з іншими величинами, що впливають на виробництво, реалізацію та фінансово-господарську діяльність підприємства. При визначенні показника рентабельності, прибуток співвідноситься з чинниками, які мають найбільший вплив на його отримання. Одним із таких чинників є витрати, оскільки вони визначають величину прибутку, який отримується разом з компенсацією понесених витрат.

У процесі аналізу фінансових результатів на першому етапі необхідно оцінити їх рівень і динаміку, дослідити структуру прибутку за звітний період (здійснити вертикальний аналіз), зміну окремих складових та їх вплив на суму

прибутку, зміну темпів зростання прибутку в розрізі окремих складових частин (горизонтальний аналіз) та інші аспекти. У процесі аналітичного дослідження варто оцінити виконання плану щодо величини прибутку, який у ринкових умовах має прогностичний, а не директивний характер на найближчу перспективу. Такий план враховує реальні можливості підприємства отримувати прибуток і є інструментом перспективного аналізу. Після оцінки динаміки фінансових результатів необхідно проаналізувати структуру доходів і витрат, понесених для отримання цих доходів, оскільки порівнюючи їх, визначаються фінансові результати.

Аналіз структури та динаміки доходів і витрат вказує на виправданість здійснення витрат у порівнянні з отриманими доходами. Поміж витрат також аналізується структура відрахувань з доходу, таких як непрямі податки, знижки та інші [20].

Далі проводиться аналіз, який повинен уточнити причини зміни прибутку за кожним фактором. Факторний аналіз є методикою комплексного системного вивчення та вимірювання впливу факторів на результативні показники. Один з прийомів факторного аналізу - елімінування, що передбачає виключення впливу всіх факторів на результативний показник, крім одного.

Розмір прибутку, як і будь-який абсолютний показник, не завжди відображає ефективність діяльності підприємства, тому аналіз прибутку доповнюється аналізом рентабельності. Показник рентабельності характеризує ефективність роботи підприємства в цілому, прибутковість різних напрямів діяльності, окупність витрат і здійснює просторово-часове порівняння.

Основні показники рентабельності можна об'єднати в наступні групи [18]:

- показники рентабельності капіталу (активів);
- показники рентабельності продукції;
- показники, розраховані на основі потоків наявних грошових коштів.

На думку Лахтіонової Л. А. усі показники рентабельності можна поділити на чотири основні групи [21]:

- показники рентабельності щодо реалізації;
- показники рентабельності щодо активів;
- показники рентабельності щодо власного капіталу та зобов'язань;
- показники рентабельності витрат і продукції.

До першої групи автор відносить такі показники:

1. Рентабельність за валовим прибутком (маржинальним доходом) — відношення валового прибутку (маржинального доходу) до чистої виручки від реалізації (чистого доходу), показує, скільки гривень (копійок) валового прибутку припадає на 1 грн чистої виручки, і розраховується за формулою [21]:

$$P_{\text{ВП}} = \frac{\text{ВП(МД)}}{\text{ЧД}} \times 100\%, \quad (1.1)$$

де ВП(МД) – валовий прибуток (маржинальний дохід);

ЧД – чиста виручка від реалізації (чистий дохід);

2. Рентабельність за операційним прибутком – відношення суми операційного прибутку до чистого доходу (виручки) від реалізації, показує, скільки гривень (копійок) операційного прибутку припадає на 1 грн чистого доходу (виручки), і розраховується за формулою [21]:

$$P_{\text{ОП}} = \frac{\text{ОП}}{\text{ЧД}} \times 100\%, \quad (1.2)$$

де ОП – операційний прибуток.

3. Рентабельність за чистим прибутком — відношення суми чистого прибутку до чистого доходу (виручки) від реалізації і розраховується за формулою [21]:

$$P_{\text{чп}} = \frac{\text{ЧП}}{\text{ЧД}} \times 100\%, \quad (1.3)$$

де ЧП – чистий прибуток.

Ці показники можна віднести до категорії рентабельності реалізованої продукції, оскільки вони відображають рівень рентабельності за валовим, операційним і чистим прибутками.

До показників другої групи автор відносить такі:

1. Рентабельність активів – відношення чистого прибутку до середньої величини активів підприємства; розраховується за формулою [21]:

$$P_A = \frac{\text{ЧП}}{A} \times 100\%, \quad (1.4)$$

де А – середньорічна вартість активів підприємства.

2. Термін окупності активів – відношення 100 % до рентабельності активів, вираженої у процентах. Показує, за який період будуть компенсовані чистим прибутком інвестовані в активи кошти, тобто за який термін окупляться всі активи підприємства, враховуючи досягнутий їх рівень рентабельності за аналізований період, і визначається за формулою [21]:

$$T_{\text{окА}} = \frac{100\%}{P_A}. \quad (1.5)$$

3. Рентабельність необоротних активів – відношення чистого прибутку до середньої величини необоротних активів, що розраховується за формулою [21]:

$$P_{HA} = \frac{ЧП}{HA} \times 100\%, \quad (1.6)$$

де HA – середньорічна вартість необоротних активів.

Характеризує величину чистого прибутку, що припадає на кожну гривню необоротних активів. Може розраховуватися у процентах. Зростання є позитивним результатом.

4. Термін окупності необоротних активів – відношення 100 % до рентабельності необоротних активів у процентах [21]:

$$T_{окHA} = \frac{100\%}{P_{HA}}, \quad (1.7)$$

5. Рентабельність оборотних активів – відношення чистого прибутку до середньої величини оборотних активів, розраховується за формулою [21]:

$$P_{OA} = \frac{ЧП}{OA} \times 100\%, \quad (1.8)$$

де OA – середньорічна вартість оборотних активів підприємства.

6. Термін окупності оборотних активів – відношення 100 % до рентабельності оборотних активів у процентах [18]:

$$T_{окOA} = \frac{100\%}{P_{OA}}, \quad (1.9)$$

7. Рентабельність основних засобів — відношення валового або чистого прибутку до середньої величини основних засобів, розраховується за формулою [18]:

$$P_{\text{ОЗ}} = \frac{\text{ВП(ЧП)}}{\text{ОЗ}} \times 100\%, \quad (1.10)$$

де ОЗ – основні засоби підприємства.

Показниками третьої групи є:

1. Рентабельність власного капіталу – відношення чистого прибутку до середньої величини власного капіталу (ВК), розраховується за формулою [18]:

$$P_{\text{ВК}} = \frac{\text{ЧП}}{\text{ВК}} \times 100\%, \quad (1.11)$$

де ВК – середньорічна вартість власного капіталу.

2. Термін окупності власного капіталу – відношення 100 % до рентабельності власного капіталу, виражену у процентах.

$$T_{\text{окВК}} = \frac{100\%}{P_{\text{ВК}}}, \quad (1.12)$$

3. Рентабельність залученого капіталу як відношення чистого прибутку до середньої величини залученого капіталу розраховується за формулою [18]:

$$P_{\text{ЗК}} = \frac{\text{ЧП}}{\text{ЗК}} \times 100\%, \quad (1.13)$$

де ЗК – середньорічна вартість залученого капіталу.

4. Термін окупності залученого капіталу – відношення 100 % до рентабельності залученого капіталу, у процентах [18]:

$$T_{\text{окЗК}} = \frac{100\%}{P_{\text{ЗК}}}, \quad (1.14)$$

5. Рентабельність діяльності підприємства – відношення прибутку від звичайної діяльності до середньої величини власного та позикового капіталу або суми всіх активів (валюти балансу).

Показники четвертої групи — це:

1. Рентабельність операційних витрат – відношення прибутку від операційної діяльності до величини операційних витрат.

2. Рентабельність продукції за валовим прибутком – відношення валового прибутку до собівартості реалізованої продукції. Характеризує прибутковість (вигідність) виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг або продажу товарів.

3. Рентабельність витрат діяльності – відношення загального прибутку від звичайної діяльності до всіх витрат від звичайної діяльності. Характеризує витратну рентабельність, показує, скільки прибутку припадає на кожную гривню всіх понесених за звітний період витрат.

Низка авторів [18, 20, 22] показники рентабельності поділяють на:

- Показники рентабельності витрат – характеризують ефективність витрат (виробничих, комерційних, інвестиційних тощо) і показують, який прибуток (ефект) генерує підприємство на кожную гривню витрат. Загалом, в цій групі показників у знаменнику завжди враховуються витрати.

- Ресурсні показники рентабельності – відображають ефективність використання ресурсів підприємства, таких як загальний капітал, чисті активи, оборотні активи, необоротні активи, власний капітал тощо. Вони показують, яку рентабельність забезпечують ці ресурси підприємству.

- Доходні показники рентабельності – такі як валова рентабельність реалізації, чиста рентабельність реалізації і операційна рентабельність реалізації, вказують на ефективність доходів, отриманих від реалізації продукції або послуг. Вони відображають, яка частка доходу залишається після врахування всіх витрат, пов'язаних з реалізацією.

Валова рентабельність – показує скільки отримано валового прибутку з однієї гривні витрат на собівартість і розраховується за формулою [18]:

$$P_B = \frac{BP}{C} \times 100\% , \quad (1.15)$$

де ВП – валовий прибуток, отриманий підприємством;

С – собівартість реалізованої продукції.

Рентабельність операційної діяльності, яка показує скільки отримано прибутку від операційної діяльності з однієї гривні операційних витрат. Розраховується як відношення фінансового результату від операційної діяльності до операційних витрат за формулою [18]:

$$P_{Op} = \frac{\text{ФРОД}}{C + AB + B3 + IOB} \times 100\% \quad (1.16)$$

де АВ – адміністративні витрати,

ВЗ – витрати на збут,

IOB – інші операційні витрати.

Рентабельність звичайної діяльності, яка показує скільки отримано прибутку від звичайної діяльності з однієї гривні звичайних витрат. Цей показник розраховується як відношення фінансового результату від звичайної діяльності до витрат від звичайної діяльності [18]:

$$P_{3B} = \frac{\text{ФРЗДОп}}{C + AB + B3 + IOB + \Phi B + IB + BK} \times 100\% , \quad (1.17)$$

де ФРЗДОп – фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування;

ФВ – фінансові витрати;

IB – інші витрати;

BK – витрати від участі в капіталі.

Результати розрахунку ресурсних показників рентабельності характеризують ефективність використання підприємством ресурсів (активів) та показують величину прибутку, яка припадає на гривню ресурсів. У загальній формі ресурсного показника рентабельності в знаменнику завжди будуть показники балансу.

Дохідні показники характеризують ефективність комерційної діяльності та відображають, яку суму прибутку отримує підприємство з кожної гривні продажу. У загальній формі цієї групи в знаменнику завжди будуть доходи.

Таким чином, прибутковість досліджуваного підприємства будемо проводити в такій послідовності: проаналізуємо прибуток підприємства, його доходи та витрати; проаналізуємо показники рентабельності, використовуючи формули (1.1)-(1.17); проведемо факторний аналіз показника рентабельності.

Отже, узагальнення існуючих методик оцінки стану управління прибутком показало, що для оцінки стану управління прибутком використовують абсолютні показники прибутку та відносні (показники рентабельності). Сформовано методику аналізу процесу управління прибутком ТОВ «Молочна компанія Галичина».

Висновки до розділу 1

Систематизація існуючих підходів показала, що прибуток – це частина доходу, яка залишається після вирахування всіх витрат, пов'язаних із отриманням цього прибутку.

Прибуток, отриманий від діяльності підприємства, розподіляються за різними видами.

Узагальнено функції прибутку та фактори впливу на прибуток.

Визначено, що управління прибутком – це комплексний процес, що включає аналіз, планування, регулювання та контроль формування, розподілу і використання прибутку, та який реалізується за допомогою багаторівневої і взаємозалежної системи всіх організаційних елементів підприємства для

забезпечення зростання прибутку в короткостроковому і довгостроковому періодах.

Основною метою управління прибутком підприємства є максимізація та оптимізація абсолютної величини чистого прибутку та забезпечення стабільності його формування у часі.

Розглянуто завдання, принципи та складові управління прибутком підприємства.

Узагальнення існуючих методик оцінки стану управління прибутком показало, що для оцінки стану управління прибутку використовують абсолютні показники прибутку та відносні (показники рентабельності). Сформовано методику аналізу процесу управління прибутком ТОВ «Молочна компанія Галиччина».

Матеріали цього розділу опубліковано у працях [1-2], вказаних в списку літературних джерел.

2 АНАЛІЗУВАННЯ СТАНУ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ КРИЗИ

2.1 Стан підприємств молочної галузі України та загальна характеристика ТОВ «Молочна компанія Галичина»

Ринок молока та молочних продуктів в Україні є однією з найважливіших і перспективних складових ринку сільськогосподарського комплексу (АПК) і займає місце серед двадцяти найбільших світових виробників молока. Розвиток цього ринку має вирішальне значення для забезпечення населення України необхідними харчовими продуктами, що виготовляються з молока.

Молочна галузь включає маслоробну, сироробну, молочноконсервну підгалузі, а також виробництво продукції з незбираного молока і є однією з провідних галузей у структурі харчової індустрії України [23]. Продукція молочної галузі займає важливе місце у харчуванні населення. Витрати на молочні продукти становлять 15% від загальних витрат на харчування, що робить їх четвертою за величиною групою витрат після хлібобулочних, м'ясних, борошняних та макаронних виробів.

Молочна галузь України має значний рівень конкуренції. Найбільші частки ринку займають: ДП «Лакталіс-Україна», ТОВ «Данон», ТОВ «Терра Фуд», ТОВ «Люстдорф», ПрАТ «Молочний альянс», ПрАТ «Вінницький молочний завод «Рошен», ТОВ «Група компаній «Альянс», ПАТ «Вімм-Білл-Данн Україна», ПрАТ «Тернопільський молокозавод» та багато інших. Керівництво цих підприємств вкладає значні кошти в модернізацію виробництва та поліпшення якості молочних продуктів, слідкує та відповідно реагує на зміни кон'юнктури ринку, постійно поліпшує та розширює асортимент видів продукції для покращення процесу виробництва продукції, збільшення обсягів реалізації продукції та отримання чистого прибутку.

Разом з тим, у зв'язку із військовою агресією РФ в молочній галузі України спостерігаються негативні тенденції останні роки. Так, за останні 30 років кількість переробних підприємств зменшилася втричі. У перших тижнях війни, 32% молочних підприємств припинили свою діяльність або зменшили виробництво через логістичні проблеми. Проте, до кінця травня ця частка скоротилася до 17%. Молочний ринок вже працював у складних умовах дефіциту сировини, а з лютого цього року ситуація ще погіршилася.

Найбільший обсяг промислового молока, яке надходило на переробку, раніше постачали Чернігівська (8,9%), Харківська (8,9%), Київська (8,2%), Сумська (5,9%) та Житомирська (4,3%) області [34].

У багатьох постраждалих регіонах, за даними учасників ринку, продуктивність корів знизилася на 15-70%. В цілому, експерти Асоціації виробників молока передбачають зменшення виробництва сільськогосподарськими підприємствами цього продукту на 19,5% з 2,75 до 2,21 мільйонів тонн у 2022 році [35].

На даний момент більшість молокопереробних підприємств відновили свою діяльність і працюють над налагодженням нових ланцюгів продажу та експортних каналів збуту молочних продуктів. Спостерігається відновлення зовнішньої торгівлі молочними продуктами. Це, до певної міри, пов'язано з завершенням бойових дій у раніше окупованих північних областях. Молочні підприємства відновлюють свою роботу в Київській, Сумській та Чернігівській областях, звідки відступили російські війська.

Українські ферми постачають молоко як для внутрішнього ринку, де його використовують для виробництва та продажу молочної продукції вітчизняним компаніям, так і для експорту на міжнародні ринки. Однак українські молочні продукти стикаються зі значною конкуренцією продукції з-за кордону, яка пропонується за подібну ціну, але має кращу якість.

Основними факторами, що впливають на ціни, є якість молочної продукції, нестабільність експорту та великий імпорт з Європи, сезонне коливання обсягів виробництва молока і низька вартість національної валюти.

Товариство з обмеженою відповідальністю «Молочна компанія «Галичина» (Скорочена назва: ТОВ «МК Галичина») заходиться за адресою: Україна, 79024, Львівська обл., місто Львів, вул. Липинського, буд. 54.

Основний напрямок діяльності підприємства: оптова торгівля молочними продуктами, яйцями, харчовими оліями та жирами.

ТОВ «МК Галичина» може займатись також такими видами діяльності:

- Оптова торгівля іншими товарами господарського призначення.
- Перероблення молока, виробництво масла та сиру.
- Оптова торгівля деталями та приладдям для автотранспортних засобів.
- Надання в оренду інших машин, устаткування та товарів, н.в.і.у.
- Оптова торгівля твердим, рідким, газоподібним паливом і подібними продуктами.
- Оптова торгівля хімічними продуктами.
- Оптова торгівля іншими проміжними продуктами.
- Неспеціалізована оптова торгівля.
- Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами.
- Вантажний автомобільний транспорт.
- Інша допоміжна діяльність у сфері транспорту.
- Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна.
- Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки.
- Надання в оренду автомобілів і легкових автотранспортних засобів.
- Надання в оренду вантажних автомобілів.
- Роздрібна торгівля пальним.

Виробничі потужності ТМ «Галичина» розташовані на заході України: у містечку Радехів Львівської області.

Завод був побудований ще в 1955 році, коли Україна була частиною Радянського Союзу. Тоді це було державне підприємство “Радехівський маслозавод” із спеціалізацією – виробництво масла та згущеного молока.

Після розпаду Радянського Союзу підприємство, як і інші підприємства по всій країні, почало простоювати без урядових грантів та підтримки. Проте підприємству, на відміну від багатьох інших українських підприємств, пощастило і у 1998 році «Галичина» відновила виробництво.

Спочатку завод виробляв масло та згущене молоко, як це було раніше, потім його поступово модернізували; почалося виробництво сметани та молока. Після 2000 року запуск виробництва кефіру та йогурту відкрив нову сторінку в історії компанії та заводу. «Галичина» зростала, а продукція ставала дедалі актуальнішою.

Організаційна структура управління підприємством має таку структуру:

- директор – здійснює загальне управління;
- комерційний директор, заступники директора з логістики, з виробництва, з питань заготівлі молочної сировини, з якості, з постачання – здійснюють безпосереднє керівництво напрямками діяльності.

Основними структурними одиницями ТОВ «Молочна компанія «Галичина» є відділи.

Згідно з основними напрямками діяльності та функціями, що забезпечують діяльність, в структуру організації входять:

Відділ логістики:

- 1) відділ транспортної логістики;
- 2) відділ постачання;
- 3) дитспетчерська служба;

Відділ фінансів:

- 4) бухгалтерська служба;
- 5) контрольно-ревізійний відділ;

Відділ маркетингу та продажу:

- 6) дистрибуція;
- 7) гуртовий продаж;
- 8) відділ маркетингу;

Відділ виробництва:

9) молокозавод

Відділ сировини;

10) відділ заготівля сировини;

Відділ HR:

11) відділ роботи з персоналом;

12) відділ кадрів;

Відділ діяльності:

13) адміністративно-господарська служба;

15) юридичний відділ;

16) відділ IT.

98% сировини МК «Галичина» отримує з фермерських господарств, що забезпечує високий вміст білка та якісні показники молока у виготовлені продукції.

Якість продукції підтверджено міжнародним сертифікатом відповідності FSSC 22000 v5.1, який відноситься до категорії найвищих міжнародних стандартів у сфері безпеки харчових продуктів.

У 2018 році у компанії відбувся ребрединг. ТМ «Галичина» змінила дизайн і випустила нові, унікальні для України продукти за авторським рецептом – карпатський йогурт та карпатський кефір. Запуск лінійки карпатських кисломолочних продуктів став результатом тривалих досліджень потреб та вподобань споживачів, вивчення новітніх світових трендів та традицій молочного виробництва Галичини.

При цьому традиції Галицького молочного виробництва залишаються незмінними, а ТМ «Галичина» є відомим українським йогуртно-кефірним брендом.

Таким чином, молочна галузь потребує стратегічних рішень з покращення діяльності. Основний напрямок діяльності ТОВ «Молочна компанія «Галичина»: оптова торгівля молочними продуктами, яйцями, харчовими оліями та жирами.

2.2 Аналіз показників фінансово-економічної діяльності підприємства

Проведемо аналіз показників, які характеризують фінансовий стан ТОВ «Молочна компанія «Галичина» за 2020-2022рр. З цією метою в першу чергу проаналізуємо абсолютні показники, які характеризують майновий стан підприємства, наведені в таблиці 2.1, отримані за даними додатку Б.

Таблиця 2.1 – Абсолютні показники, які характеризують майновий стан ТОВ «Молочна компанія «Галичина» за 2020-2022 рр.

Показник	2020 р.	2021 р.	2022 р.	Зміна значень 2022 р. порівняно із 2020р.		Зміна значень 2022 р. порівняно із 2021р.	
				Абсолютна	Темп приросту %	Абсолютна	Темп приросту %
Загальна вартість майна, тис. грн.	609227,50	736041,50	1083022,00	473794,50	77,77	346980,50	47,14
Власний капітал, тис. грн.	28457,00	42404,00	257717,00	229260,00	805,64	215313,00	507,77
Залучений капітал, тис. грн.	580770,50	693637,50	825305,00	244534,50	42,11	131667,50	18,98
Необоротні активи, тис. грн.	171084,50	206343,00	413384,00	242299,50	141,63	207041,00	100,34
Оборотні активи, тис. грн.	438143,00	529698,50	669638,00	231495,00	52,84	139939,50	26,42

З таблиці 2.1 видно, що на ТОВ «Молочна компанія «Галичина» спостерігається позитивна динаміка зростання загальної вартості майна

підприємства: в 2022 р. середньорічна вартість майна складала 1083022 тис. грн., що на 77,77% більше порівняно із 2020р. та на 47,14% більше порівняно із 2021р.

Зростання загальної вартості майна ТОВ «Молочна компанія «Галичина» відбулось за рахунок збільшення власного та залученого капіталу. Власний капітал ТОВ «Молочна компанія «Галичина» в 2022р. порівняно із 2020р. зріс на 805,64%, а порівняно із 2021р. –на 507,77%. Зростання власного капіталу відбувалось за рахунок зростання нерозподіленого прибутку.

З рисунка 2.1 видно, що частка залученого капіталу суттєво перевищує частку власного.

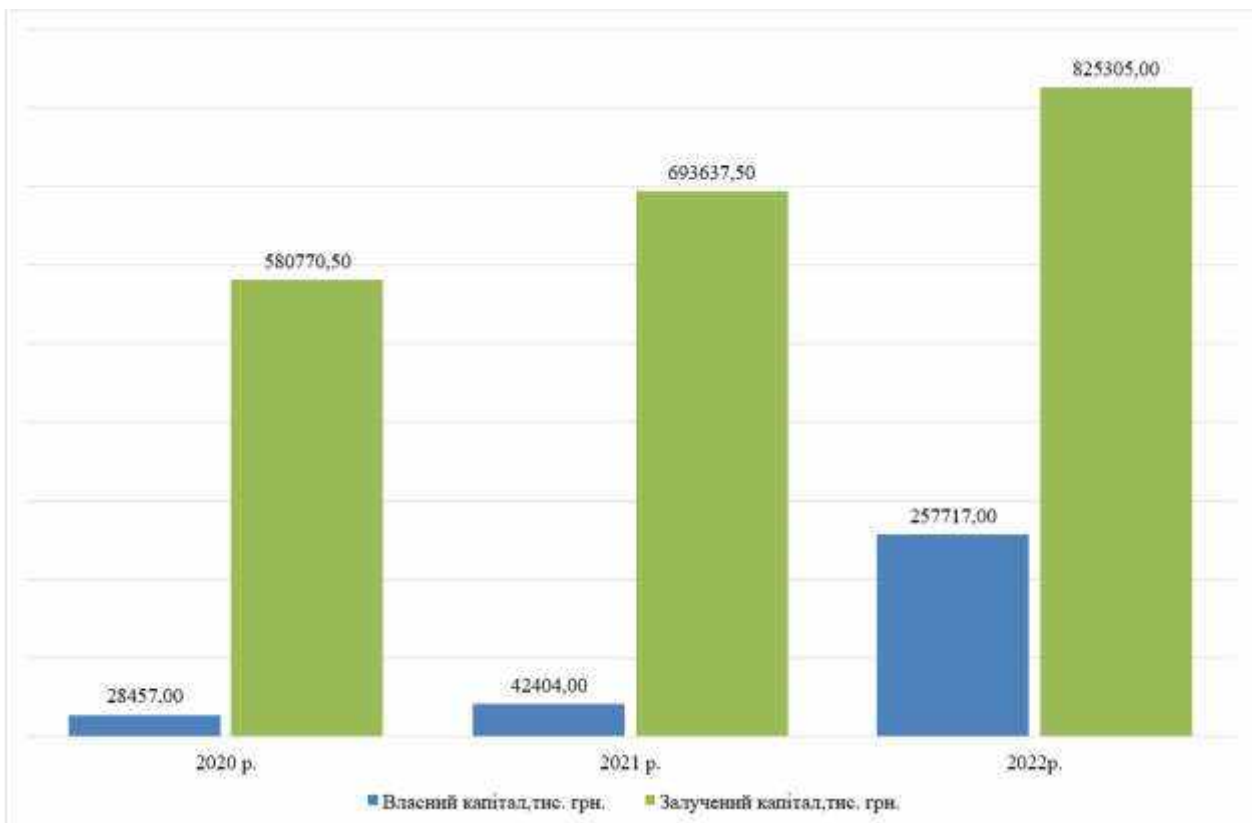


Рисунок 2.1 – Динаміка джерел фінансування майна ТОВ «Молочна компанія «Галичина» за 2020-2022 рр

Величина залученого капіталу в 2022р. порівняно із 2020-2021рр. зростали більш повільними темпами порівняно із власним капіталом. В 2022р.

середньорічна вартість залученого капіталу склала 825305 тис. грн., що на 42,11% більше порівняно із 2020р. та на 18,98% менше порівняно із 2021р.

Зростання загальної вартості майна ТОВ «Молочна компанія «Галичина» відбулось як в необоротній, так і в оборотній частинах, при цьому необоротні активи зростали швидшими темпами порівняно із оборотними активами. З рисунка 2.2 видно, що оборотні активи ТОВ «Молочна компанія «Галичина» перевищують вартість необоротних активів.

В цілому оборотні активи ТОВ «Молочна компанія «Галичина» в 2022 р. склали 669638 тис. грн., що на 52,84% більше порівняно із 2020р. та на 26,42% більше порівняно із 2021р. Необоротні активи ТОВ «Молочна компанія «Галичина» в 2022р. склали 413384 тис. грн., що на 141,63% більше порівняно із 2020 р. та на 100,34% більше порівняно із 2021р. Зростання вартості необоротних активів відбулось за рахунок зростання вартості нематеріальних активів, що свідчить про орієнтацію ТОВ «Молочна компанія «Галичина» на інноваційну діяльність.

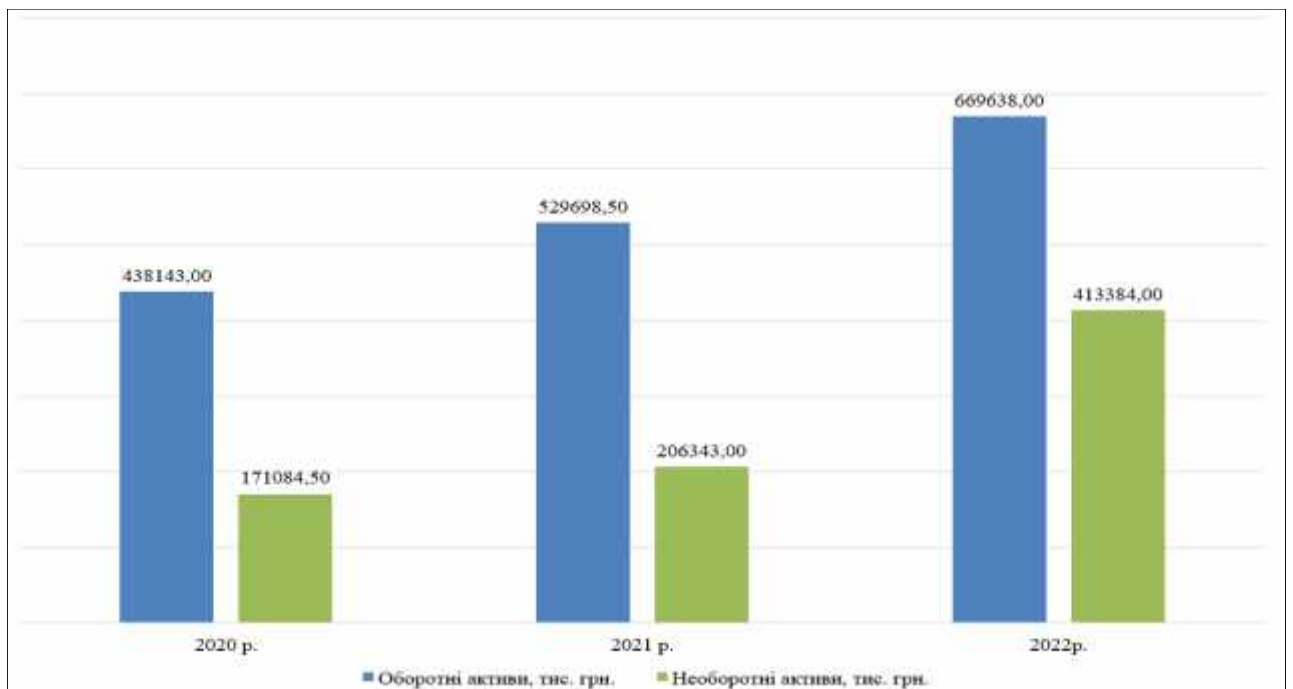


Рисунок 2.2 – Динаміка складу майна ТОВ «Молочна компанія «Галичина» за 2020-2022 рр

Отже, попередній аналіз показав покращення майнового стану ТОВ «Молочна компанія «Галичина».

Проведемо аналіз ліквідності та фінансової стійкості ТОВ «Молочна компанія «Галичина».

Розрахуємо коефіцієнт покриття, який дозволяє оцінити частку поточних зобов'язань, яку може погасити ТОВ «Молочна компанія «Галичина» за рахунок оборотних активів за формулою [18]:

$$K_{\Pi} = \frac{OA}{ПЗ}, \quad (2.1)$$

де OA – оборотні активи;

ПЗ – поточні зобов'язання.

$$2020\text{р.}: K_{\Pi} = \frac{438143}{559910} = 0,78;$$

$$2021\text{р.}: K_{\Pi} = \frac{529698,50}{675897} = 0,78;$$

$$2022\text{р.}: K_{\Pi} = \frac{669638,00}{788814} = 0,85.$$

Розрахуємо коефіцієнт швидкої ліквідності за формулою [18]:

$$K_{ЛШВ} = \frac{OA - З}{ПЗ} \quad (2.2)$$

де З – величина запасів.

$$2020\text{р.}: K_{ЛШВ} = \frac{438143 - 115377,5}{559910} = 0,58;$$

$$2021\text{р.}: K_{\text{ЛШВ}} = \frac{529698,50 - 176836}{675897} = 0,52;$$

$$2022\text{р.}: K_{\text{ЛШВ}} = \frac{669638,00 - 253583,5}{788814} = 0,53.$$

Розрахуємо показник абсолютної ліквідності [18]:

$$K_{\text{Лабс}} = \frac{\Gamma + \text{ПФІ}}{\text{ПЗ}}, \quad (2.3)$$

де Γ – грошові кошти та їх еквіваленти;

ПФІ – поточні фінансові інвестиції.

$$2020\text{р.}: K_{\text{Лабс}} = \frac{78461}{559910} = 0,14;$$

$$2021\text{р.}: K_{\text{Лабс}} = \frac{66093}{675897} = 0,1;$$

$$2022\text{р.}: K_{\text{Лабс}} = \frac{86853,5}{788814} = 0,11.$$

Основними показниками, які характеризують фінансову стійкість підприємства, є:

- коефіцієнт автономії,
- коефіцієнт фінансової залежності,
- коефіцієнт фінансового ризику,
- коефіцієнт маневрування власного капіталу;
- коефіцієнт забезпеченості активів власним оборотним капіталом.

Розрахуємо коефіцієнт автономії за формулою (2.4) [18]:

$$K_{\text{авт}} = \frac{\text{ВК}}{\text{К}}, \quad (2.4)$$

де ВК – власний капітал;

К – капітал підприємства.

$$2020\text{р.}: K_{\text{авт}} = \frac{28457,00}{609227,50} = 0,05;$$

$$2021\text{р.}: K_{\text{авт}} = \frac{42404}{736041,50} = 0,06;$$

$$2022\text{р.}: K_{\text{авт}} = \frac{257717}{1083022,00} = 0,24.$$

Розрахуємо коефіцієнт концентрації залученого капіталу за формулою (2.5) [18]:

$$K_{\text{концЗК}} = \frac{\text{ЗК}}{K}, \quad (2.5)$$

де ЗК – залучений капітал.

$$2020\text{р.}: K_{\text{концЗК}} = \frac{580770,50}{609227,50} = 0,95;$$

$$2021\text{р.}: K_{\text{концЗК}} = \frac{693637,50}{736041,50} = 0,94;$$

$$2022\text{р.}: K_{\text{концЗК}} = \frac{825305,00}{1083022,00} = 0,76.$$

Розрахуємо коефіцієнт фінансового ризику за формулою (2.6) [18]:

$$K_{\text{фр}} = \frac{\text{ЗК}}{\text{ВК}}, \quad (2.6)$$

$$2020\text{р.}: K_{\text{фр}} = \frac{580770,50}{28457,00} = 20,41;$$

$$2021\text{р.}: K_{\text{фр}} = \frac{693637,50}{42404,00} = 16,36;$$

$$2022\text{р.}: K_{\text{фр}} = \frac{825305,00}{257717,00} = 3,20.$$

Визначимо коефіцієнт маневрування власного капіталу за формулою (2.7) [18]:

$$K_{\text{манВК}} = \frac{\text{ВК} - \text{НА}}{\text{ВК}}, \quad (2.7)$$

де НА – середньорічна вартість необоротних активів підприємства.

$$2020\text{р.}: K_{\text{манВК}} = \frac{28457,00 - 171084,50}{28457,00} = -5,01;$$

$$2021\text{р.}: K_{\text{манВК}} = \frac{42404,00 - 206343,00}{42404,00} = -3,87;$$

$$2022\text{р.}: K_{\text{манВК}} = \frac{257717,00 - 413384,00}{257717,00} = -0,6.$$

Проаналізуємо рівень ділової активності підприємства.

Розрахуємо коефіцієнт оборотності активів, який характеризує швидкість обороту активів підприємства і визначається за формулою [18]:

$$K_{\text{оА}} = \frac{\text{ЧД}}{\text{А}}, \quad (2.8)$$

де ЧД – чистий дохід (виручка) від реалізації продукції.

$$2020\text{р.}: K_{\text{оА}} = \frac{2043262,00}{609227,50} = 3,35 \text{ (оборотів)};$$

$$2021\text{р.}: K_{oA} = \frac{2369061,00}{736041,50} = 3,22 \text{ (оборотів)};$$

$$2022\text{р.}: K_{oA} = \frac{3175091,00}{1083022,00} = 2,93 \text{ (оборотів)}.$$

Коефіцієнт оборотності власного капіталу характеризує швидкість обороту власного капіталу підприємства і визначається за формулою [18]:

$$K_{oBK} = \frac{\text{ЧД}}{\text{БК}}. \quad (2.9)$$

$$2020\text{р.} : K_{oBK} = \frac{2043262,00}{28457,00} = 71,8 \text{ (оборотів)};$$

$$2021\text{р.} : K_{oBK} = \frac{2369061,00}{42404,00} = 55,87 \text{ (оборотів)};$$

$$2022\text{р.} : K_{oBK} = \frac{3175091,00}{257717,00} = 12,32 \text{ (оборотів)}.$$

Коефіцієнт оборотності залученого капіталу характеризує швидкість обороту залученого капіталу підприємства і визначається за формулою [18]:

$$K_{o3K} = \frac{\text{ЧД}}{\text{ЗК}}. \quad (2.10)$$

$$2020\text{р.} : K_{o3K} = \frac{2043262,00}{580770,50} = 3,52 \text{ (оборотів)};$$

$$2021\text{р.} : K_{o3K} = \frac{2369061,00}{693637,50} = 3,42 \text{ (оборотів)};$$

$$2022\text{р.} : K_{o3K} = \frac{3175091,00}{825305,00} = 3,85 \text{ (оборотів)}.$$

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості показує швидкість обороту дебіторської заборгованості і визначається за формулою [18]:

$$K_{o_{ДЗ}} = \frac{ЧД}{ДЗ}, \quad (2.11)$$

де ДЗ – середньорічна дебіторська заборгованість підприємства.

$$2020р. : K_{o_{ДЗ}} = \frac{2043262,00}{211204 + 17183,5 + 13024} = 9,11 \text{ (оборотів);}$$

$$2021р. : K_{o_{ДЗ}} = \frac{2369061,00}{244120 + 17741 + 15418,5} = 9,13 \text{ (оборотів);}$$

$$2022р. : K_{o_{ДЗ}} = \frac{3175091,00}{289468 + 9221,5 + 19128,5} = 10,29 \text{ (оборотів).}$$

Розрахуємо коефіцієнт тривалості обороту дебіторської заборгованості за формулою [18]:

$$T_{об_{ДЗ}} = \frac{360}{K_{o_{ДЗ}}}. \quad (2.12)$$

$$2020р. : T_{об_{ДЗ}} = \frac{360}{9,11} = 39,51 \text{ (днів);}$$

$$2021р. : T_{об_{ДЗ}} = \frac{360}{9,13} = 39,44 \text{ (днів);}$$

$$2022р. : T_{об_{ДЗ}} = \frac{360}{10,29} = 34,99 \text{ (днів).}$$

Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості показує швидкість обороту кредиторської заборгованості і визначається за формулою [18]:

$$K_{o_{КЗ}} = \frac{ЧД}{КЗ}, \quad (2.13)$$

де КЗ – середньорічна кредиторська заборгованість підприємства.

$$2020\text{р.} : K_{\text{окЗ}} = \frac{2043262,00}{203308 + 1925,5 + 867,5 + 3168,5 + 29106} = 7,36 \text{ (об)};$$

$$2021\text{р.} : K_{\text{окЗ}} = \frac{2369061,00}{249942,5 + 2140,5 + 1002,5 + 3677,5 + 30946} = 7,68 \text{ (об)};$$

$$2022\text{р.} : K_{\text{окЗ}} = \frac{3175091,00}{285487,5 + 6805 + 1290 + 4762 + 14880,5} = 9,64 \text{ (оборотів)}.$$

Розрахуємо коефіцієнт тривалості обороту кредиторської заборгованості за формулою [18]:

$$T_{\text{обКЗ}} = \frac{360}{K_{\text{окЗ}}}. \quad (2.14)$$

$$2020\text{р.} : T_{\text{обКЗ}} = \frac{360}{7,36} = 48,89 \text{ (днів)};$$

$$2021\text{р.} : T_{\text{обКЗ}} = \frac{360}{7,68} = 46,88 \text{ (днів)};$$

$$2022\text{р.} : T_{\text{обКЗ}} = \frac{360}{9,64} = 37,34 \text{ (днів)}.$$

З таблиці 2.2 видно, що впродовж 2020-2022рр. за відносними показниками, які характеризують фінансово-економічний стан, ТОВ «Молочна компанія «Галичина» має незадовільний фінансовий стан. є достатньо ліквідним та фінансово стійким підприємством.

Зокрема підприємство є неліквідним. Коефіцієнт покриття, який має складати 1,5–2, на ТОВ «Молочна компанія «Галичина» в 2022р. становив 0,85. Хоча значення коефіцієнта покриття зросло порівняно із 2020р. на 8,48% та порівняно із 2021р. на 8,32%, проте за таких значень ТОВ «Молочна компанія «Галичина» не може погасити поточні зобов'язання.

Таблиця 2.2 – Відносні показники, які характеризують фінансовий стан
ТОВ «Молочна компанія «Галичина» за 2020–2022 рр

Показник	2020 р.	2021 р.	2022 р.	Зміна значень 2022 р. порівняно із 2020р.		Зміна значень 2022 р. порівняно із 2021р.	
				Абсолют- на	Темп приросту %	Абсолют- на	Темп приросту %
Коефіцієнт покриття	0,78	0,78	0,85	0,07	8,48	0,07	8,32
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,58	0,52	0,53	-0,05	-8,50	0,01	1,03
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,14	0,10	0,11	-0,03	-21,43	0,01	12,60
Коефіцієнт автономії	0,05	0,06	0,24	0,19	409,44	0,18	313,05
Коефіцієнт концентрації залученого капіталу	0,95	0,94	0,76	-0,19	-20,06	-0,18	-19,14
Коефіцієнт фінансового ризику	20,41	16,36	3,20	-17,21	-84,31	-13,16	-80,42
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	-5,01	-3,87	-0,60	4,41	-87,95	3,26	-84,38
Коефіцієнт оборотності активів	3,35	3,22	2,93	-0,42	-12,59	-0,29	-8,92
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	71,80	55,87	12,32	-59,48	-82,84	-43,55	-77,95
Коефіцієнт оборотності залученого капіталу	3,52	3,42	3,85	0,33	9,35	0,43	12,64
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	9,11	9,13	10,29	1,18	12,91	1,16	12,72
Тривалість обороту дебіторської заборгованості, днів	39,51	39,44	34,99	-4,52	-11,43	-4,45	-11,28
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	7,36	7,68	9,64	2,28	30,91	1,96	25,53
Тривалість обороту кредиторської заборгованості, днів	48,89	46,88	37,34	-11,54	-23,61	-9,53	-20,34

Коефіцієнт швидкої ліквідності, який характеризує спроможність ТОВ «Молочна компанія «Галичина» погашати поточні зобов'язання за рахунок активів, що швидко реалізуються, в 2022р. склав 0,53, що є нижчим за мінімальне рекомендоване значення (0,6). Цей показник в 2022р. зменшився на 8,5% порівняно із 2020р., проте зріс на 1,03% порівняно із 2021р.

Аналогічну динаміку має й коефіцієнт абсолютної ліквідності ТОВ «Молочна компанія «Галичина», який в 2022р. склав 0,11. Це на 21,43% менше порівняно із 2020р. та на 12,6% більше порівняно із 2021р.

Отже, ТОВ «Молочна компанія «Галичина» варто вжити заходів щодо підвищення рівня ліквідності підприємства.

Незадовільним є фінансовий стан ТОВ «Молочна компанія «Галичина» і за показниками фінансової стійкості. Так, коефіцієнт автономії в 2022р. склав 0,24, тобто лише 24% усіх коштів, вкладених в діяльність ТОВ «Молочна компанія «Галичина», є власними. Значення цього показника в 2022р. збільшилось на 409,44% порівняно із 2020р. та на 313,05% порівняно із 2021р., проте залишається критично низьким.

В свою чергу коефіцієнт концентрації залученого капіталу ТОВ «Молочна компанія «Галичина» в 2022р. склав 0,76, тобто 76% усього капіталу підприємства є залученими коштами. Незважаючи на те, що цей показник в 2022р. зменшився на 20,06% порівняно із 2020р. та на 19,14% порівняно із 2021р., значення показника є досить високим.

Незначне зростання власного капіталу ТОВ «Молочна компанія «Галичина» сприяло зниженню значення коефіцієнта фінансового ризику. В 2022р. на кожну гривню власного капіталу ТОВ «Молочна компанія «Галичина» залучало 3,2 грн. залученого капіталу, що свідчить про високий рівень фінансового ризику. Разом з тим, позитивним є суттєве скорочення цього показника, адже в 2020р. його значення складало 20,41, а в 2021р. знизилось до 16,36. Отже, ТОВ «Молочна компанія «Галичина» варто вжити заходів щодо зменшення частки залученого капіталу за зростання власного.

Фінансово нестійким є ТОВ «Молочна компанія «Галичина» і за показниками, які характеризують здатність підприємства фінансувати поточну діяльність, оскільки на підприємстві протягом 2020-2022рр. відсутній власний оборотний капітал.

Таким чином, ТОВ «Молочна компанія «Галичина» фінансово нестійким підприємством і необхідно вжити заходів щодо збільшення власного капіталу в цілому та в частині власного оборотного капіталу.

ТОВ «Молочна компанія «Галичина» має незадовільний фінансовий стан і за показниками ділової активності. Про це свідчить зниження значної частини коефіцієнтів оборотності, що свідчить про збільшення тривалості обороту. Так, коефіцієнт оборотності активів ТОВ «Молочна компанія «Галичина» в 2022р. склав 2,93 обороти, що на 12,59% менше порівняно із 2020р. та на 8,92% менше порівняно із 2021р. Зменшилась ефективність використання й власного капіталу. Коефіцієнт оборотності власного капіталу ТОВ «Молочна компанія «Галичина» в 2022р. склав 12,32 обороти, що на 82,84% менше порівняно із 2020р. та на 77,95% менше порівняно із 2021р.

Разом з тим, зросла оборотність залученого капіталу ТОВ «Молочна компанія «Галичина»: якщо в 2020р. залучений капітал зробив 3,52 обороти, то в 2021р. – 3,42 обороти, а в 2022р. – 3,85 обороти. В цілому коефіцієнт оборотності залученого капіталу

Разом з тим ТОВ «Молочна компанія «Галичина» ефективно здійснює управління заборгованістю, оскільки темпи погашення дебіторської та кредиторської заборгованості є досить узгодженими. Якщо дебіторська заборгованість в 2022р. погашалась в середньому протягом 34,99 днів, то кредиторська – протягом 37,34.

Таким чином, аналіз фінансового стану ТОВ «Молочна компанія «Галичина» показав, що підприємство є неліквідним, фінансово нестійким, має низький рівень ділової активності. Разом з тим, на ТОВ «Молочна компанія «Галичина» спостерігається зростання вартості його майна за рахунок власних коштів, здійснюється ефективне управління заборгованістю.

2.3 Оцінювання системи управління прибутком ТОВ «Молочна компанія Галичина» в 2020-2022рр

Проведемо аналіз процесу управління прибутком ТОВ «Молочна компанія «Галичина» за 2020-2022рр. З цією метою в першу чергу проаналізуємо доходи та витрати підприємства. В таблиці 2.3 наведено склад, структуру та динаміку зміни доходів ТОВ «Молочна компанія «Галичина» за 2020-2022 рр.

Таблиця 2.3 – Аналіз складу, структури та динаміки доходів ТОВ «Молочна компанія «Галичина»

Показник	2020 р.		2021 р.		2022р.		Зміна значень 2022р. порівняно із 2020р.,%		Зміна значень 2022р. порівняно із 2021р.,%	
	Тис. грн	Питома вага	Тис. грн	Питома вага	Тис. грн	Питома вага	Темп приросту	Питома вага	Темп приросту	Питома вага
Чистий дохід від реалізації продукції	2043262,00	96,65	2 369 061,00	87,40	3 175 091,00	98,39	55,39	1,74	34,02	10,98
Інші операційні доходи	70 684,00	3,34	341 028,00	12,58	51 857,00	1,61	-26,64	-1,74	-84,79	-10,98
Інші доходи	99	0,005	375	0,01	191	0,01	92,93	0,00	-49,07	-0,01
Разом	2 114 045,00	100	2 710 464,00	100	3 227 139,00	100	52,65	0,00	19,06	0,00

З таблиці 2.3 видно, що загальна величина доходів ТОВ «Молочна компанія «Галичина» протягом 2020-2022рр. мала динаміку зростання і в 2022р. склала 3227139 тис. грн. Це на 52,65% більше порівняно із 2020р. та на 19,06% більше порівняно із 2021р. Аналіз складу доходів показав, що ТОВ «Молочна компанія «Галичина» отримувало доходи лише від реалізації продукції, інші операційні доходи та інші доходи. Основну частину доходів ТОВ «Молочна компанія «Галичина» складає чистий дохід від реалізації продукції. Чистий дохід ТОВ «Молочна компанія «Галичина» в 2022 р. склав 3175091 тис. грн., що на 55,39% більше порівняно із 2020 р. та на 34,02% більше порівняно із 2021 р. Питома вага чистого доходу в загальній величині доходів, отриманих ТОВ «Молочна компанія «Галичина» в 2022р. складала 98,39%. Частка чистого доходу ТОВ «Молочна компанія «Галичина» в 2022р. зросла на 1,74% порівняно із 2020р. та на 10,98% – порівняно із 2021р. Інші операційні доходи та інші доходи склали незначну частину доходів ТОВ «Молочна компанія «Галичина».

Інші операційні доходи ТОВ «Молочна компанія «Галичина» протягом 2020-2022рр. мали динаміку зменшення. Питома вага інших операційних доходів ТОВ «Молочна компанія «Галичина» в 2022 р. складала 1,61% усіх доходів, отриманих ТОВ «Молочна компанія «Галичина». Це на 1,74% менше порівняно із 2020 р. та на 10,98% менше порівняно із 2021 р. В абсолютному вираженні інші операційні доходи в 2022 р. склали 51857 тис. грн, що на 26,64% менше порівняно із 2020 р. та на 84,79% менше порівняно із 2021 р.

Інші доходи зменшились порівняно із 2021 р., проте збільшились порівняно із 2020 р.

Отже, ТОВ «Молочна компанія «Галичина» має позитивну динаміку зміни доходів за 2020-2022рр.

Проведемо аналіз витрат, понесених ТОВ «Молочна компанія «Галичина».

Таблиця 2.4 – Аналіз складу, структури та динаміки витрат
ТОВ «Молочна компанія «Галичина»

Показник	2020 р.		2021 р.		2022р.		Зміна значень 2022р. порівняно із 2020р.,%		Зміна значень 2022р. порівняно із 2021р.,%	
	Тис. грн	Питома вага	Тис. грн	Питома вага	Тис. грн	Питома вага	Темп при- росту	Питома вага	Темп при- росту	Питома вага
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	1 582 203,00	75,19	2 055 421,00	76,11	2 334 666,00	73,05	47,56	-2,15	13,59	-3,07
Адміністративні витрати	53 866,00	2,56	50 007,00	1,85	65 540,00	2,05	21,67	-0,51	31,06	0,20
Витрати на збут	396 541,00	18,85	508 514,00	18,83	654 459,00	20,48	65,04	1,63	28,70	1,65
Інші операційні витрати	45 910,00	2,18	62 148,00	2,30	105 955,00	3,32	130,79	1,13	70,49	1,01
Фінансові витрати	23 457,00	1,11	22 137,00	0,82	28 763,00	0,90	22,62	-0,21	29,93	0,08
Інші витрати	214	0,01	0,0	0,00	7	0,00	-96,73	-0,01	0,00	0,00
Податок на прибуток	1 960,00	0,09	2 203,00	0,08	6 795,00	0,21	246,68	0,12	208,44	0,13
Разом	2 104 151,00	100	2 700 430,00	100	3 196 185,00	100	51,90	0,00	18,36	0,00

З таблиці 2.4 видно, що витрати ТОВ «Молочна компанія «Галичина» мали динаміку зростання в 2022 р. порівняно із 2020-2021рр. В 2022 р. загальна сума витрат, понесених ТОВ «Молочна компанія «Галичина» склала 3196185 тис. грн., що на 51,9% більше порівняно із 2020 р. та на 18,36% більше порівняно із 2021 р. Серед витрат підприємства найбільшу питому вагу займає собівартість реалізованої продукції та витрати на збут.

Зростання чистого доходу спричинило зростання й собівартості реалізованої продукції, яка разом з тим, як видно з таблиці 2.4, мала нижчі темпи зменшення порівняно із чистим доходом. В 2022 р. собівартість реалізованої продукції склала 2334666 тис. грн., що на 47,56% більше порівняно із 2020р. та на 13,59% – порівняно із 2021 р. Питома вага собівартості у загальних витратах ТОВ «Молочна компанія «Галичина» складала в 2022р. 73,05% усіх витрат підприємства, що на 2,15% менше порівняно з 2020 р. та на 3,07% менше порівняно із 2021 р.

Саме собівартість реалізованої продукції є основною частиною витрат ТОВ «Молочна компанія «Галичина».

Значну частку витрат складала і витрати на збут. В 2022р. питома вага витрат на збут в загальній сумі витрат ТОВ «Молочна компанія «Галичина» складала 18,85%, в 2021р. – 18,83%, а в 2022р. – зросла до 20,48%. Питома вага цієї складової витрат ТОВ «Молочна компанія «Галичина» в 2022р. зросла на 1,63% порівняно із 2020р. та на 1,65% – порівняно із 2021р. В 2022р. загальна величина витрат на збут мала динаміку зростання порівняно із 2020-2021рр. та склала 654459 тис. грн.

Адміністративні витрати ТОВ «Молочна компанія «Галичина» в 2020-2022рр. склали незначну частину витрат. В 2022р. адміністративні витрати склали 65540 тис. грн, що на 21,67% більше порівняно із 2020р. та на 31,06% більше порівняно із 2021р.

Інші операційні витрати ТОВ «Молочна компанія «Галичина» мали динаміку зростання в 2020-2022рр. В 2022 р. дана складова витрат становила 105955 тис. грн., що на 130,79% більше порівняно із 2020 р. та на 70,49%

більше порівняно із 2021 р. Питома вага цієї складової витрат ТОВ «Молочна компанія «Галичина» мала також динаміку зростання. Інші операційні витрати ТОВ «Молочна компанія «Галичина» в 2022 р. склали 3,32% усіх витрат, понесених ТОВ «Молочна компанія «Галичина», що на 1,13% більше порівняно із 2020 р. та на 1,01% більше порівняно із 2021 р.

Фінансові витрати ТОВ «Молочна компанія «Галичина» в 2022 р. склали 28763 тис. грн., що становить 0,9% усіх витрат.

Інші витрати ТОВ «Молочна компанія «Галичина» мало в 2020р. в розмірі 214 тис. грн та в 2022р. (7 тис. грн).

Протягом 2020-2022рр. ТОВ «Молочна компанія «Галичина» сплачувало податок на прибуток. В 2022р. ТОВ «Молочна компанія «Галичина» сплатило 6795 тис. грн податку на прибуток, що на 246,68% більше порівняно із 2020р. та на 208,44% більше порівняно із 2021р.

Порівнюючи таблиці 2.3 та 2.4 можна зробити висновок, що протягом 2020-2022 рр. сукупна величина доходів ТОВ «Молочна компанія «Галичина» перевищувала величину понесених витрат.

Фінансові результати ТОВ «Молочна компанія «Галичина» наведені в таблиці 2.5.

З таблиці 2.5 видно, що більшістю видів діяльності ТОВ «Молочна компанія «Галичина» отримувало прибуток, проте він мав переважно динаміку зменшення.

Фінансовий результат від основної діяльності ТОВ «Молочна компанія «Галичина» в 2022р. склав 840425 тис. грн., що на 82,28% більше порівняно із 2020р. та на 167,96% більше порівняно із 2021р. Зростання фінансового результату від основної діяльності ТОВ «Молочна компанія «Галичина» зумовлене тим, що чистий дохід зростав швидшими темпами порівняно із собівартістю реалізованої продукції.

Негативним є те, що від іншої операційної діяльності в 2022р. ТОВ «Молочна компанія «Галичина» отримало збиток в 54098 тис. грн, тоді як в 2020-2021рр. прибуток.

Таблиця 2.5 – Фінансові результати ТОВ «Молочна компанія «Галичина» за 2020-2022рр.

Показник	2020 р.	2021 р.	2022 р.	Зміна значень 2022 р. порівняно із 2020р.		Зміна значень 2022 р. порівняно із 2021р.	
				Абсолют- на	Темп приросту %	Абсолют- на	Темп приросту %
Фінансовий результат від основної діяльності	461059	313640	840425	379366	82,28	526785,00	167,96
Фінансовий результат від іншої основної операційної діяльності	24774	278880	-54098	-78872	-318,37	-332978,00	-119,40
Фінансовий результат від операційної діяльності	35426	33999	66328	30902	87,23	32329,00	95,09
Фінансовий результат від участі в капіталі	0	0	0	0	0,00	0,00	0,00
Фінансовий результат від фінансової діяльності	-23457	-22137	-28763	-5306	22,62	-6626,00	29,93
Фінансовий результат від іншої діяльності	-115	375	184	299	-260,00	-191,00	-50,93
Фінансовий результат до оподаткування	11 854,00	12 237,00	37 749,00	25895	218,45	25512,00	208,48
Фінансовий результат від господарської діяльності	9 894,00	10 034,00	30 954,00	21060	212,86	20920,00	208,49

Прибуток від операційної діяльності в 2022р. склав 66328 тис. грн, що на 87,23% більше порівняно із 2020р. та на 95,09% порівняно із 2021р.

Фінансовим результатом від фінансової діяльності протягом 2020-2022рр. був збиток, який в 2022р. склав 28763 тис. грн, що на 22,62% більше порівняно із 2020р. та на 29,93% більше порівняно із 2021р.

Фінансовим результатом від іншої діяльності в 2021-2022рр. був прибуток. Якщо в 2020р. ТОВ «Молочна компанія «Галичина» отримало

збиток в розмірі 115 тис. грн., то в 2021р. – прибуток в розмірі 375 тис. грн, а в 2022р. – прибуток в розмірі 184 тис. грн.

Прибуток до оподаткування мав динаміку зростання. В 2022р. склав 37749 тис. грн, що на 218,45 тис. грн більше порівняно з 2020р. та на 208,48 тис. грн більше порівняно з 2021р.

Динаміку зростання мав чистий прибуток ТОВ «Молочна компанія «Галичина». В 2022р. чистий прибуток склав 30954 тис. грн, що на 212,86% більше порівняно з 2020р. та на 208,49% порівняно з 2021р.

Наступним етапом аналізу стану управління прибутком ТОВ «Молочна компанія «Галичина» є розрахунок показників, які характеризують прибутковість діяльності.

За формулою (1.3) розрахуємо рентабельність продажу:

$$2020р. : K_{\text{чп}} = \frac{9894}{2043262} \times 100\% = 0,48 (\%);$$

$$2021р. : K_{\text{чп}} = \frac{10034}{2369061} \times 100\% = 0,42 (\%);$$

$$2022р. : K_{\text{чп}} = \frac{30954}{3175091} \times 100\% = 0,97 (\%).$$

За формулою (1.4) розрахуємо коефіцієнт рентабельності активів ТОВ «Молочна компанія «Галичина»:

$$2020р. : P_A = \frac{9894}{609227,5} \times 100\% = 1,62 (\%);$$

$$2021р. : P_A = \frac{10034}{736041,5} \times 100\% = 1,36 (\%);$$

$$2022р. : P_A = \frac{30954}{1083022} \times 100\% = 2,86 (\%).$$

За формулою (1.5) розрахуємо термін окупності активів ТОВ «Молочна компанія «Галичина»:

$$2020\text{р.} : T_{\text{окА}} = \frac{100\%}{1,62\%} = 61,58(\text{років});$$

$$2021\text{р.} : T_{\text{окА}} = \frac{100\%}{1,36\%} = 73,35(\text{років});$$

$$2022\text{р.} : T_{\text{окА}} = \frac{100\%}{2,86\%} = 34,99(\text{років}).$$

За формулою (1.6) розрахуємо коефіцієнт рентабельності необоротних активів ТОВ «Молочна компанія «Галичина»:

$$2020\text{р.} : P_{\text{НА}} = \frac{9894}{171084,5} \times 100\% = 5,78(\%);$$

$$2021\text{р.} : P_{\text{НА}} = \frac{10034}{2369061} \times 100\% = 20,56(\%);$$

$$2022\text{р.} : P_{\text{НА}} = \frac{30954}{413384} \times 100\% = 7,49(\%).$$

За формулою (1.7) розрахуємо період окупності необоротних активів ТОВ «Молочна компанія «Галичина»:

$$2020\text{р.} : T_{\text{окНА}} = \frac{100\%}{5,78\%} = 17,29(\text{років});$$

$$2021\text{р.} : T_{\text{окНА}} = \frac{100\%}{4,86\%} = 20,56(\text{років});$$

$$2022\text{р.} : T_{\text{окНА}} = \frac{100\%}{7,49\%} = 13,35(\text{років}).$$

За формулою (1.8) розрахуємо коефіцієнт рентабельності оборотних активів ТОВ «Молочна компанія «Галичина»:

$$2020\text{р.} : P_{\text{OA}} = \frac{9894}{438143} \times 100\% = 44,28 (\%);$$

$$2021\text{р.} : P_{\text{OA}} = \frac{10034}{529698,5} \times 100\% = 52,79 (\%);$$

$$2022\text{р.} : P_{\text{OA}} = \frac{30954}{669638} \times 100\% = 21,63 (\%).$$

За формулою (1.9) розрахуємо період окупності оборотних активів ТОВ «Молочна компанія «Галичина»:

$$2020\text{р.} : T_{\text{окOA}} = \frac{100\%}{2,26\%} = 44,28(\text{років});$$

$$2021\text{р.} : T_{\text{окOA}} = \frac{100\%}{1,89\%} = 52,79(\text{років});$$

$$2022\text{р.} : T_{\text{окOA}} = \frac{100\%}{4,62\%} = 21,63 (\text{років}).$$

За формулою (1.11) розрахуємо рентабельність власного капіталу ТОВ «Молочна компанія «Галичина»:

$$2020\text{р.} : P_{\text{BK}} = \frac{9894}{28457} \times 100\% = 34,77 (\%);$$

$$2021\text{р.} : P_{\text{BK}} = \frac{10034}{42404} \times 100\% = 23,66 (\%);$$

$$2022\text{р.} : P_{\text{BK}} = \frac{30954}{257717} \times 100\% = 12,01 (\%).$$

За формулою (1.12) розрахуємо період окупності власного капіталу ТОВ «Молочна компанія «Галичина»:

$$2020\text{р.} : T_{\text{окВК}} = \frac{100\%}{34,77\%} = 2,88(\text{років});$$

$$2021\text{р.} : T_{\text{окВК}} = \frac{100\%}{23,66\%} = 4,23(\text{років});$$

$$2022\text{р.} : T_{\text{окВК}} = \frac{100\%}{12,01\%} = 8,33(\text{років}).$$

За формулою (1.13) розрахуємо рентабельність залученого капіталу ТОВ «Молочна компанія «Галичина»:

$$2020\text{р.} : P_{\text{зК}} = \frac{27144}{580770,5} \times 100\% = 58,7(\%);$$

$$2021\text{р.} : P_{\text{зК}} = \frac{27144}{693637,5} \times 100\% = 69,13(\%);$$

$$2022\text{р.} : P_{\text{зК}} = \frac{22586}{825305} \times 100\% = 26,66(\%).$$

За формулою (1.14) розрахуємо період окупності залученого капіталу ТОВ «Молочна компанія «Галичина»:

$$2020\text{р.} : T_{\text{окЗК}} = \frac{100\%}{1,70\%} = 58,7(\text{років});$$

$$2021\text{р.} : T_{\text{окЗК}} = \frac{100\%}{1,45\%} = 69,13(\text{років});$$

$$2022\text{р.} : T_{\text{окЗК}} = \frac{100\%}{3,75\%} = 26,66(\text{років}).$$

Зведемо усі розраховані показники до таблиці. З таблиці 2.6 видно, що в цілому ТОВ «Молочна компанія «Галичина» є прибутковим підприємством.

Таблиця 2.6 – Показники прибутковості ТОВ «Молочна компанія «Галичина» за 2020-2022рр.

Показник	2020 р.	2021 р.	2022 р.	Зміна значень 2022 р. порівняно із 2020р.		Зміна значень 2022 р. порівняно із 2021р.	
				Абсолют- на	Темп приросту %	Абсолют- на	Темп приросту %
Коефіцієнт рентабельності продажу,%	0,48	0,42	0,97	0,49	101,33	0,55	130,18
Коефіцієнт рентабельності активів,%	1,62	1,36	2,86	1,23	75,99	1,49	109,66
Термін окупності активів	61,58	73,35	34,99	-26,59	-43,18	-38,37	-52,30
Коефіцієнт рентабельності необоротних активів	5,78	4,86	7,49	1,70	29,48	2,63	53,99
Термін окупності необоротних активів	17,29	20,56	13,35	-3,94	-22,77	-7,21	-35,06
Коефіцієнт рентабельності оборотних активів	2,26	1,89	4,62	2,36	104,70	2,73	144,02
Термін окупності оборотних активів	44,28	52,79	21,63	-22,65	-51,15	-31,16	-59,02
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу,%	34,77	23,66	12,01	-22,76	-65,45	-11,65	-49,24
Термін окупності власного капіталу	2,88	4,23	8,33	5,45	189,47	4,10	97,01
Коефіцієнт рентабельності залученого капіталу,%	1,70	1,45	3,75	2,05	120,16	2,30	159,28
Термін окупності залученого капіталу	58,70	69,13	26,66	-32,04	-54,58	-42,47	-61,43

Зокрема, коефіцієнт рентабельності продажу ТОВ «Молочна компанія «Галичина» в 2022р. склав 0,97%, що на 101,33% більше порівняно із 2020р. та на 130,18% більше порівняно з 2021р. Зросла і рентабельність активів ТОВ «Молочна компанія «Галичина». В 2022р. рентабельність активів зросла на 75,99% порівняно із 2020р. та на 109,66% порівняно із 2021р. та склала 2,86%. Зростання рівня рентабельності активів спричинило зменшення терміну окупності активів – якщо в 2020р. активи могли повністю окупитись за 61,58 років, то в 2022р. – за 34,99 років.

В 2022р. зросла і рентабельність оборотних та необоротних активів ТОВ «Молочна компанія «Галичина». Коефіцієнт рентабельності необоротних активів ТОВ «Молочна компанія «Галичина» в 2022р. зріс на 29,48% порівняно із 2020р., на 53,99% порівняно із 2021р. та склав 7,49%. а коефіцієнт рентабельності оборотних активів ТОВ «Молочна компанія «Галичина» в 2022р. зріс на 104,7% порівняно із 2020р. та на 144,02% порівняно із 2021р. і склав 4,62%.

Зростання показників рентабельності оборотних та необоротних активів спричинило зменшення терміну окупності оборотних та необоротних активів, що свідчить про підвищення ефективності їх використання.

Досить негативним є зниження ефективності використання власного капіталу, про що свідчить зменшення рівня рентабельності власного капіталу ТОВ «Молочна компанія «Галичина» з 34,77% у 2020р. до 23,66% – в 2021р. та до 12,01% – в 2022р. Разом з тим, зросла рентабельність залученого капіталу.

Таким чином, показники рентабельності в переважній більшості мали позитивну динаміку зменшення, але досить низькі значення.

Проведемо факторний аналіз рентабельності власного капіталу з метою виявлення причин погіршення даного показника.

З цією метою скористаємось факторною моделлю [18]:

$$P_{VK} = \frac{ЧП}{ВК} = \frac{ЧП}{ЧД} \times \frac{А}{ВК} \times \frac{ПЗ}{А} \times \frac{ОА}{ПЗ} \times \frac{ЧД}{ОА} = a \times б \times в \times г \times д, \quad (2.15)$$

де а – рентабельність продажу,

б – коефіцієнт фінансового левериджу,

в – коефіцієнт поточної заборгованості,

г – коефіцієнт покриття,

д – коефіцієнт оборотності оборотних активів.

В таблиці 2.7 проведемо розрахунок показників, за допомогою яких буде проводитись факторний аналіз рентабельності власного капіталу.

Таблиця 2.7 – Факторний аналіз рентабельності власного капіталу ТОВ «Молочна компанія «Галичина»

Показник	Значення		Абсолютна зміна	Вплив на зміну рентабельності власного капіталу
	2021р.	2022р.		
Рентабельність продажу	0,004	0,010	0,006	0,308
Коефіцієнт фінансового левериджу	17,358	4,202	-13,155	-0,413
Коефіцієнт поточної заборгованості	0,918	0,728	-0,190	-0,027
Коефіцієнт покриття	0,784	0,849	0,065	0,009
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	4,472	4,742	0,269	0,007
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	0,237	0,120	-0,117	-0,117

Таким чином, зменшення коефіцієнта рентабельності власного капіталу на 0,117 спричинив вплив зміни коефіцієнта поточної заборгованості та коефіцієнта фінансового левериджу. Зміна рентабельності продажу спричинила зменшення рентабельності власного капіталу на 0,308, зменшення коефіцієнта фінансового левериджу спричинило зменшення рентабельності власного капіталу на 0,413. Зменшення коефіцієнта поточної заборгованості зменшило рентабельність власного капіталу на 0,027, а зростання ефективності використання оборотних активів сприяло зростанню рентабельності власного капіталу на 0,007.

Отже, для покращення рентабельності власного капіталу, ТОВ «Молочна компанія «Галичина» варто оптимізувати структуру капіталу.

Таким чином, аналіз стану управління прибутком показав, що ТОВ «Молочна компанія «Галичина» є прибутковим підприємством, разом з тим, підприємству варто вжити заходів для підвищення значень показників, які характеризують управління прибутком.

Висновки до розділу 2

Молочна галузь потребує стратегічних рішень з покращення діяльності. Основний напрямок діяльності ТОВ «Молочна компанія «Галичина»: оптова торгівля молочними продуктами, яйцями, харчовими оліями та жирами.

Аналіз фінансового стану ТОВ «Молочна компанія «Галичина» показав, що підприємство є неліквідним, фінансово нестійким, має низький рівень ділової активності. Разом з тим, на ТОВ «Молочна компанія «Галичина» спостерігається зростання вартості його майна за рахунок власних коштів, здійснюється ефективне управління заборгованістю.

Аналіз стану управління прибутком показав, що ТОВ «Молочна компанія «Галичина» є прибутковим підприємством, разом з тим, підприємству варто вжити заходів для підвищення значень показників, які характеризують управління прибутком.

3 ПРОПОЗИЦІЇ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ З УДОСКОНАЛЕННЯ СТАНУ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ КРИЗИ

3.1 Рекомендації з покращення стратегічного управління ТОВ «Молочна компанія Галичина»

Вітчизняна молочна галузь, знаходячись у стадії зрілості, потребує визначення шляхів покращення фінансового розвитку підприємства з урахуванням цієї специфіки, а також кризових явищ в економіці. Серед таких явищ можна виділити скорочення товарного асортименту, удосконалення виробничого процесу, зниження витрат, стимулювання збуту, інтеграцію та переорієнтацію на міжнародні ринки.

Однією з причин подорожчання молочної продукції є нестабільний курс гривні щодо іноземних валют, що призводить до зростання цін на сировину, енергоресурси та транспортні витрати. Отже, важливими напрямками розвитку є підтримка конкурентоспроможності та фінансової стійкості, а також розвиток виробничо-господарської діяльності підприємства та уникнення кризових ситуацій. Для досягнення цих цілей необхідно вдосконалювати та впроваджувати стратегічне управління, в якому ключовим елементом є формування або покращення конкурентної стратегії.

З метою виявлення шляхів покращення фінансового розвитку підприємства слід проаналізувати його переваги та недоліки.

В результаті аналізу переваг та недоліків варто зауважити, що для розширення власної роздрібною торгівлі варто було б розробити та впровадити інтернет-магазин та підвищити ефективність використання власного сайту, тобто впровадити інтернет-маркетинг. Інтернет-маркетинг є практикою використання всіх аспектів традиційного маркетингу в Інтернеті, що стосується основних елементів маркетинг-міксу: ціна, продукт, місце продажу

та просування. Основною метою інтернет-маркетингу є отримання максимального ефекту від потенційної аудиторії сайту.

Таблиця 3.1 – Переваги та недоліки ТОВ «Молочна компанія Галичина»

Переваги	Недоліки
Сучасні технологічні лінії з виробництва молочної продукції	Використання частково старих технологій, що підвищує витрати енергоресурсів
Оновлення основних фондів підприємства	Значний знос іншого виробничого обладнання
Широкий асортимент продукції та його постійне оновлення	Раніше розроблені вироби знімаються з виробництва до того, як вони окуплять витрачені на їх розробку час і кошти
Наявність власної роздрібної мережі	Відсутність посередників в каналі розподілу продукції підприємства

Маркетингові комунікації набувають популярності з ряду причин:

- Більшість користувачів Інтернету є активними учасниками ринку, як продавці чи потенційні покупці, тому вони є цільовою аудиторією для маркетингових повідомлень.

- Інтернет-комунікації мають технічні можливості автоматичної та надійної оцінки комерційної ефективності рекламних повідомлень, що вирішує проблему, яку неможливо вирішити в реальному світі - оцінку ефективності.

- Інтернет дозволяє зосередити вплив на цільову аудиторію та персоналізувати повідомлення шляхом розміщення інформації на спеціалізованих сайтах, вибору географічного та часового сегменту впливу.

- Комунікаційну діяльність конкурентів легше оцінювати та відстежувати в Інтернеті, ніж за допомогою традиційних засобів масової інформації.

- Інтернет-комунікація поєднує в собі властивості газет, журналів, телебачення, радіо, поштової розсилки, телефонного та особистого спілкування, що робить його унікальним та інтегрованим каналом взаємодії.

- Маркетингові комунікації в Інтернеті дозволяють здійснювати зворотний зв'язок з аудиторією через веб-сайти або соціальні мережі.

- Впровадження Інтернет-маркетингу сприяє більш динамічному оновленню інформації, форм і методів впливу.

Для впровадження Інтернет-маркетингу на підприємстві рекомендується використовувати стратегії, зазначені в таблиці 3.2. Це означає, що підприємству слід моніторити потреби та бажання споживачів і намагатись мінімізувати витрати на збут продукції шляхом перенесення деяких операцій до онлайн-середовища.

Таблиця 3.2 – Характеристика рекомендованих інтернет-стратегій для ТОВ «Молочна компанія Галичина»

Стратегія	Мета	Тактичні засоби
Збору інформації	Збір інформації	онлайн опитування, обговорення, обробка даних; збір вторинної інформації, обробка даних.
Стратегія мінімізації витрат	Зниження витрат на комунікацію з клієнтами за рахунок мінімізації ролі продавця в ланцюзі відвідування сайту до купівлі	— докладний каталог товарів з можливістю порівняння, пошуку за характеристиками, фотографіями; — поради щодо вибору товарів, рекомендації з використання, експертні оцінки, виділення «лідерів продажів», новинок; — корзина (система відкладеного замовлення), система автоматичного замовлення; — конструктори, конфігуратори, калькулятори вартості; — відгуки про товари; — інформація про всі додаткові опції і можливості, включаючи доставку.

Крім цього, ТОВ «Молочна компанія Галичина» може ефективно використовувати маркетингові комунікації в соціальних медіа через великий попит на їхню продукцію серед українських споживачів.

При створенні нового продукту в соціальних мережах користувачі мають можливість залишати свої коментарі, рекомендації, відгуки та задавати питання, а також взаємодіяти між собою для обговорення нового продукту. Будь-який споживацький відгук або коментар, незалежно від того, чи є він позитивним чи негативним, може впливати на інших користувачів і стати каталізатором для їхнього вибору чи відмови від певного продукту.

Маркетингові комунікації в соціальних медіа мають ряд переваг, таких як наявність конкретної цільової аудиторії, можливість оперативного управління рекламними кампаніями, отримання зворотного зв'язку, можливість оцінки ефективності та мінімізація витрат порівняно зі звичайними засобами масової комунікації. Соціальні медіа включають соціальні мережі, блоги, мікроблоги, фото- та відеосервіси, соціальні вкладки, соціальні новини, підкасти, веб-форуми та геосоціальні мережі.

Успішне використання маркетингових комунікацій в соціальних медіа залежить від компетентності працівників, що займаються цією сферою. Ключовим фактором успіху у просуванні продуктів в соціальних мережах є чітко визначена стратегія, тактика роботи та професіоналізм маркетингового відділу. Однак, існує невизначеність щодо ролі та функцій маркетолога в роботі з соціальними медіа. Складність полягає в тому, що саме співтовариство користувачів здійснює просування товарів. Тому роль маркетолога в цьому процесі полягає у запуску та постійній підтримці цього процесу.

З метою поліпшення фінансового розвитку ТОВ «Молочна компанія Галичина», важливим є вдосконалення управління дебіторською та кредиторською заборгованістю.

В літературних джерелах зазначається, що прискорення погашення дебіторської заборгованості можна досягти за допомогою таких заходів, як:

- Оцінка фінансового стану покупця та впевненість у його платоспроможності.
- Своєчасне оформлення розрахункових документів.
- Використання попередньої оплати.
- Складання платіжного календаря.
- Вдосконалення процесу розрахунків.

Рекомендується організувати щоденний оперативний контроль за платежами, надходженнями матеріальних цінностей та виконанням фінансових зобов'язань перед бюджетом, позабюджетними фондами та банками на підприємстві.

Дебіторська заборгованість, створена в рамках узгодженого строку оплати, є нормальним явищем у фінансово-господарській діяльності. Однак, заборгованість, яка перевищує встановлені строки платежів, може погіршити платоспроможність підприємства. Тому важливо детально проаналізувати стан заборгованості кожного контрагента та визначити наступні показники:

- Відсоток неповернутої дебіторської заборгованості відносно основних боржників.
- Ймовірність погашення заборгованості, строки погашення та відсоток векселів у загальному обсязі заборгованості.

Залежно від обсягу дебіторської та кредиторської заборгованості, кількості розрахункових документів, дебіторів та кредиторів, аналіз можна проводити як загальним, так і вибіркоким методом. Загальна схема контролю, як правило, включає кілька етапів.

На першому етапі необхідно встановити критичний поріг дебіторської або кредиторської заборгованості, що потребує уваги. Це вимагає перевірки всіх розрахункових документів, пов'язаних з заборгованістю, що перевищує визначений критичний рівень.

На наступному етапі здійснюється контрольна вибірка решти розрахункових документів, щоб перевірити їх точність.

На третьому етапі проводиться перевірка реальності сум дебіторської та кредиторської заборгованості у відібраних документах.

Крім того, слід відзначити, що розвиток ринкових відносин та фінансової інфраструктури дозволяють використовувати нові форми управління дебіторською заборгованістю, такі як її рефінансування - швидке перетворення на інші оборотні активи підприємства, такі як грошові кошти та високоліквідні короткострокові цінні папери.

Підприємству варто вжити заходів для збільшення власного оборотного капіталу, що можна досягти шляхом:

- Впровадження нових видів продукції.
- Збільшення частки високорентабельної продукції.
- Зниження витрат ресурсів.
- Збільшення доходів підприємства.

ТОВ «Молочна компанія «Галичина» варто вжити заходів щодо прискорення оборотності капіталу. Основними шляхами в прискоренні оборотності капіталу для підприємств молочної галузі є:

- Зменшення тривалості виробничого циклу шляхом впровадження передових технологій, механізації та автоматизації виробничих процесів, підвищення продуктивності праці, ефективного використання виробничих потужностей підприємства, а також раціонального використання трудових і матеріальних ресурсів.

- Вдосконалення організації матеріально-технічного постачання для забезпечення безперебійного постачання необхідних матеріальних ресурсів та скорочення часу утримання капіталу у запасах.

- Прискорення процесу відвантаження продукції та швидке оформлення супровідних документів.

- Підвищення рівня маркетингових досліджень, оскільки це необхідна умова для прискореного просування товарів від виробника до споживача.

3.2 Пропозиції з покращення управління фінансовими результатами ТОВ «Молочна компанія Галичина»

Враховуючи фінансову стійкість аналізованого підприємства, рекомендується розглянути можливість залучення додаткового капіталу з метою збільшення обсягів продажу і підвищення рівня прибутку. Це обумовлено виявленою негативною тенденцією зменшення доходу від реалізації продукції і, відповідно, чистого прибутку.

Для підвищення прибутковості підприємства можна запропонувати наступні заходи для поліпшення його фінансового стану:

- Збільшення обсягів виробництва стабільно реалізованої продукції.
- Поліпшення структури і асортименту продукції, зосередження на популярних товарах з великим обсягом виробництва.
- Покращення якості продукції і її споживчих характеристик.
- Зменшення витрат на виробництво та реалізацію.
- Встановлення оптимальних цін на продукцію.
- Активізація маркетингової діяльності.

Важливим показником ефективності виробничої діяльності та збільшення прибутку є підвищення якості продукції, що часто є вирішальним для збільшення обсягів продажу. У ринкових умовах, підвищення якості продукції повинно бути поєднано з конкурентоспроможністю на ринку. Важливим аспектом є управління технологіями, що вимагає витрат на інноваційну діяльність та придбання нової техніки та інших нововведень.

Основна стратегія підприємства в умовах ринку полягає в тому, щоб виготовлена продукція відповідала вимогам споживача. Шляхом проведення маркетингових досліджень ринку, удосконалення збутової та цінової політики, надання знижок постійним та оптовим клієнтам, рекламних заходів, розширення роздрібних магазинів, поліпшення товару та методів його

просування до споживача, а також впровадження інтернет-магазину, підприємство зможе збільшити обсяги продажу.

Експертним методом виявлено, що зазначені заходи сприятимуть зростанню чистого доходу на 15%.

В 2022р. чистий дохід підприємства становив 3175091 тис. грн. Отже, в наступному році у випадку впровадження зазначених рекомендацій чистий дохід становитиме:

$$\text{ЧД}_{\text{пл}} = 3175091 \times 1,15 = 3651354,65 \text{ (тис. грн.)} \quad (3.1)$$

Отже, із проведеного розрахунку видно, що приріст чистого доходу підприємства у 2022р. становитиме:

$$\Delta \text{ЧД} = \text{ЧД}_{\text{пл}} - \text{ЧД}_{2022} = 3651354,65 - 3175091 = 476\,263,65 \text{ (тис. грн.)}, \quad (3.2)$$

де $\text{ЧД}_{\text{пл}}$, ЧД_{2022} – величина чистого доходу планова та реальна.

Проведемо визначення точки беззбитковості (порогу рентабельності) та запасу фінансової стійкості для ТОВ «Молочна компанія «Галичина» за допомогою таблиці 3.3.

На основі проведених розрахунків наведених в таблиці 3.3 можна зробити висновок про те, що на підприємстві спостерігається постійна зміна запасу фінансової стійкості що свідчить про погіршення фінансової стійкості підприємства.

Для того щоб в наступному році відбулось покращення фінансового стану, підприємству рекомендується зменшити суму постійних витрат. Зниження витрат на виробництво продукції - складний процес, що вимагає від трудового колективу дотримання запланованих витрат трудових, матеріальних та енергетичних ресурсів, ефективного використання обладнання, пошуку резервів економії ресурсів.

Таблиця 3.3 - Визначення точки беззбитковості та запасу фінансової стійкості для ТОВ «Молочна компанія «Галичина»

Показник	Методика розрахунку	2020р.	2021р.	2022р.
1. Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, тис. грн.	P.2000 ф.№2	2043262,0	2369061,0	3175091,00
2. Валовий прибуток (збиток), тис. грн.	P.2090 ф.№2	461059,00	313640,00	840425,00
3. Сума умовно-постійних витрат, тис. грн.		611834,8	780653,45	946483,75
4. Сума маржинального доходу, тис. грн.	P.2+p.3	1072893,8	1094293,45	1786908,75
5. Частка маржинального доходу у виручці	P.4/p.1	0,53	0,46	0,56
6. Точка беззбитковості (поріг рентабельності)	P.3/p.5	1165202,74	1690054,57	1681771,40
7. Запас фінансової стійкості (тис.грн.)	P.1-p.6	878059,26	679006,43	1493319,60
8. Запас фінансової стійкості (%)	(p.1-p.6)/p.1×100 %	42,97	28,66	47,03

Зниження витрат виробництва на підприємстві досягаються шляхом наступних заходів:

- Використання ресурсозберігаючих технологій, які забезпечують економію матеріалів та енергії і можуть призвести до зменшення робочої сили.
- Суворе дотримання технологічної дисципліни, що призводить до зменшення втрат від браку.
- Ефективне використання технологічного обладнання, особливо в економічно ефективних сферах і режимах.
- Балансована експлуатація виробничих потужностей, що дозволяє знизити вартість основних засобів, незавершеного виробництва і запасів продукції.
- Розробка оптимальної стратегії технічного розвитку підприємства, яка забезпечує раціональні витрати на створення технічного потенціалу.

- Підвищення організаційного рівня виробництва, що призводить до скорочення втрат робочого часу, тривалості виробничого циклу і, відповідно, зниження собівартості продукції і оборотних засобів.

- Впровадження ефективних систем внутрішньовиробничих економічних відносин, що сприяють економії ресурсів та підвищенню якості продукції.

- Раціоналізація організаційної структури системи управління виробництвом, що допомагає скоротити витрати на управління і підвищити його ефективність.

Щоб збільшити дохід підприємства, необхідно також знизити витрати на одиницю продукції. Для цього підприємство повинно постійно контролювати рівень постійних і змінних витрат. Величина постійних витрат, яка припадає на одну гривню продукції, майже не змінюється або змінюється незначно внаслідок збільшення обсягів виробництва.

Величина змінних витрат неухильно і завжди змінюється із зміною обсягів виробництва.

У 2022р. витрати на виробництво продукції підприємства, тобто собівартість продукції становили 2334666 тис. грн. Для того, щоб визначити величину фактичних витрат на одну гривню реалізованої продукції, знайдемо співвідношення між собівартістю продукції та чистим доходом, отриманим підприємством в 2022р.:

$$V_{1\text{грн}} = \frac{C}{\text{ЧД}} = \frac{2334666}{3175091} = 0,74. \quad (3.3)$$

Таким чином, як видно із проведеного розрахунку, на підприємстві досить високий рівень витрат на 1 грн. продукції, які складають 0,74.

В результаті зростання обсягів реалізації продукції витрати на виробництво продукції також збільшаться. Разом з тим, впровадження енергозберігаючої політики сприятиме тому, що витрати зростатимуть

меншими темпами порівняно із доходом і зростання складе 10%. Тоді собівартість у плановому періоді становитиме:

$$\text{Спл} = 2334666 \times 1,1 = 2568132,6 \text{ (тис. грн.)} \quad (3.4)$$

Виходячи із проведених розрахунків, зважаючи на планові значення величини собівартості та чистого доходу витрати на 1 грн становитимуть:

$$V_{1\text{грн}}^{\text{пл.}} = \frac{2568132,6}{3651354,65} = 0,7 \quad (3.5)$$

Зменшення величини витрат на одну гривню продукції забезпечить збільшення прибутку на одну гривню.

На підставі аналізу «Звіту про фінансові результати» ТОВ «Молочна компанія «Галичина» видно, що підприємство має високий рівень поточних витрат. В зв'язку із цим, доцільним є пропозиція зниження цих витрат шляхом більш економного використання МШП, витратних матеріалів, накладних витрат тощо.

Основними джерелами резервів зниження собівартості продукції є:

- збільшення обсягів її виробництва за рахунок більш повного використання виробничої потужності підприємства;
- скорочення затрат на її виготовлення за рахунок підвищення рівня продуктивності праці, економного використання сировини, матеріалів, електроенергії, палива, обладнання. скорочення невиробничих витрат виробничого браку: ліквідація непродуктивних витрат і невиправданих перевитрат за елементами і калькуляційними статтями витрат;
- економне витрачання матеріальних, трудових і грошових запасів і запровадження прогресивних організаційних та технічних заходів підвищення ефективності виробництва.

Висновок до розділу 3

Сформовано пропозиції та рекомендації щодо покращення фінансового стану ТОВ «Молочна компанія «Галичина». Визначено перспективи впровадження інтернет-маркетингу, визначено напрямки підвищення фінансового розвитку та підвищення прибутковості діяльності.

ВИСНОВКИ

В роботі сформовано пропозиції та рекомендації щодо покращення фінансового стану підприємств молочної галузі на основі аналізу процесу управління прибутком підприємства.

1. Систематизація існуючих підходів показала, що прибуток – це частина доходу, яка залишається після вирахування всіх витрат, пов'язаних із отриманням цього прибутку.

2. Прибуток, отриманий від діяльності підприємства, розподіляються за різними видами. Узагальнено функції прибутку та фактори впливу на прибуток.

3. Визначено, що управління прибутком є складним процесом, який включає аналіз, планування, регулювання та контроль формування, розподілу та використання прибутку. Цей процес реалізується через багаторівневу і взаємозалежну систему всіх організаційних елементів підприємства з метою забезпечення зростання прибутку як у короткостроковій, так і у довгостроковій перспективі.

4. Основною метою управління прибутком підприємства є максимізація та оптимізація абсолютної величини чистого прибутку та забезпечення стабільності його формування у часі.

5. Розглянуто завдання, принципи та складові управління прибутком підприємства. Узагальнення існуючих методик оцінки стану управління прибутком показало, що для оцінки стану управління прибутком використовують абсолютні показники прибутку та відносні (показники рентабельності). Сформовано методику аналізу процесу управління прибутком ТОВ «Молочна компанія Галиччина».

6. Молочна галузь потребує стратегічних рішень з покращення діяльності. Основний напрямок діяльності ТОВ «Молочна компанія «Галиччина»: оптова торгівля молочними продуктами, яйцями, харчовими оліями та жирами.

7. Аналіз фінансового стану ТОВ «Молочна компанія «Галичина» показав, що підприємство є неліквідним, фінансово нестійким, має низький рівень ділової активності. Разом з тим, на ТОВ «Молочна компанія «Галичина» спостерігається зростання вартості його майна за рахунок власних коштів, здійснюється ефективне управління заборгованістю.

8. Аналіз стану управління прибутком показав, що ТОВ «Молочна компанія «Галичина» є прибутковим підприємством, разом з тим, підприємству варто вжити заходів для підвищення значень показників, які характеризують управління прибутком.

9. Сформовано пропозиції та рекомендації щодо покращення фінансового стану ТОВ «Молочна компанія «Галичина». Визначено перспективи впровадження інтернет-маркетингу, визначено напрямки підвищення фінансового розвитку та підвищення прибутковості діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Калітай В. В. Особливості управління прибутком підприємств в умовах кризи. Молодь в науці. 2023. <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/mn/mn2023/paper/view/18639>
2. Ткачук Л. М., Калітай В. В. Прибуток як економічна категорія. ЛІ Науково-технічна конференція факультету менеджменту та інформаційної безпеки. <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-fm/all-fm-2023/paper/view/18637>.
3. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436 – IV. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/436-15>.
4. Брігхем С. Ф. Основи фінансового менеджменту: Підручник: Пер. з англ. К.: Молодь, 1997. 1000 с.
5. Череп А. В. Економічний аналіз: навчальний посібник. К.: Кондор, 2005. 160 с.
6. Єпіфанова І. Ю., Гуменюк В. С. Фактори зростання прибутку підприємства. Молодий вчений. 2016. №7(34). С. 46-49.
7. Гетьман О. О., Шаповал В. М. Економіка підприємства: Навч. посіб. 2-ге видання. К.: Центр учбової літератури, 2010. С. 313.
8. Онисько С. М. Дослідження економічної сутності категорії «прибуток». Економічний вісник. 2020. №1. С. 58-65.
9. Стащук О.В., Шептицька Л.Р., Крижанівський С.О. Особливості формування прибутку на підприємстві. Інфраструктура ринку. 2020. Вип. 49. С.291-296.
10. Богацька Н. М. Прибуток підприємства: його роль, формування та резерви збільшення в умовах ринкової економіки. Ефективна економіка. 2019. №9. http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2019/32.pdf.
11. Сухачова О.О. Формування «дерева цілей» підвищення суми прибутку підприємств зв'язку. Економіка та підприємництво. 2019. № 6 (111). С. 101-105.

12. Майборода О. Є., Сукрушева Г. О., Куліш Є. В. Теоретична сутність категорії «прибуток підприємства». *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 10. С. 310-313. URL: <http://economyandsociety.in.ua/>.
13. Сябер Є.О Фактори формування прибутку підприємства. *Молодий вчений*. 2018. №6. С. 431-435.
14. Ларіонова К., Капінос Г. Механізм управління прибутком підприємства. *Modeling the development of the economic systems*. 2022. № 1. С. 120–128. <https://doi.org/10.31891/mdes/2022-3-14>.
15. Маркіна І.А., Вороніна В.Л. Управління прибутком торговельних підприємств: [монографія]. Полтава: Вид-во ПП «Астроя». 2018. 167 с.
16. Савіна С. С., Гиренко Ю. В. Управління прибутком в системі фінансового менеджмента підприємства. *Східна Європа: Економіка, Бізнес та Управління*. 2018. Вип. 6. С. 321–324.
17. Погорєлова Т. В. Фінансові результати підприємницької діяльності та їх розподіл у національній економіці. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету* 2022, 8 (297), С. 25-31.
18. Єпіфанова І. Ю., Джеджула В. В. *Фінансовий аналіз та звітність : практикум*. Вінниця: ВНТУ, 2017. 143 с.
19. Шевчук К. В., Бондарь В. І. Фінансові результати як економічна категорія та особливості відображення їх в обліку та звітності підприємства. *Економічні науки: зб. наук. праць Луцького національного технічного університету*. 2019. Вип. 16(61). С. 159-166.
20. Новіченко Л. С. Аналіз показників рентабельності підприємства: теоретичні та прикладні аспекти. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021, № 5, Том 2. С. 254-259.
21. Лахтіонова Л. А. *Фінансовий аналіз сільськогосподарських підприємств*: Навч. посіб. К.: КНЕУ, 2004. 365 с.
22. Деренська Я. М. Оцінка ефективності діяльності підприємства. *Економіка підприємства та організація виробництва*. 2023. №1. С.81-85.

23. Джеджула В.В., Єпіфанова І.Ю., Гладка Д.О. Ринок молочної галузі: стан та тенденції розвитку. *Економіка та суспільство*. 2018. Вип. № 18. С. 382-388.

24. Гладій М. Р., Просович О. П. Сучасний стан та перспективи розвитку молочної галузі України. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія "Проблеми економіки та управління"*. 2022. №2. С. 20-31.

25. Капустіна К. (2022). Як війна-2022 змінює ринок молока в Україні. URL: <https://zemliak.com/biznes/2590-yak-viyna-2022-zminyuue-rinok-moloka-v-ukrajini>

26. Офіційний сайт ТОВ «Молочна компанія «Галичина»
<https://galychyna.com.ua/>

**Додаток А
ПРОТОКОЛ
ПЕРЕВІРКИ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ
РОБОТИ НА НАЯВНІСТЬ ТЕКСТОВИХ
ЗАПОЗИЧЕНЬ**

Назва роботи: « Управління прибутком підприємств молочної галузі в умовах кризи (на прикладі ТОВ «Молочна компанія «Галиччина») »

Тип роботи: МКР

(БДР, МКР)

Підрозділ кафедра фінансів та інноваційного менеджменту
(кафедра, факультет)

Показники звіту подібності Unichesk

Оригінальність 80,6%

Схожість 19,4%

Аналіз звіту подібності (відмітити потрібне):

1. Запозичення, виявлені у роботі, оформлені коректно і не містять ознак плагіату.
2. Виявлені у роботі запозичення не мають ознак плагіату, але їх надмірна кількість викликає сумніви щодо цінності роботи і відсутності самостійності її виконання автором. Роботу направити на розгляд експертної комісії кафедри.
3. Виявлені у роботі запозичення є недобросовісними і мають ознаки плагіату та/або в ній містяться навмисні спотворення тексту, що вказують на спроби приховування недобросовісних запозичень.

Особа, відповідальна за перевірку

(підпис)

Єпіфанова І. Ю.

(прізвище, ініціали)

Ознайомлені з повним звітом подібності, який був згенерований системою Unichesk щодо роботи.

Автор роботи

(підпис)

Калітай В. В.

(прізвище, ініціали)

Керівник роботи

(підпис)

Ткачук Л. М.

(прізвище, ініціали)