

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

11.07 – МКР.1534 «С» 2022.10.21. 018. ПЗ

ОЛІЙНИК КОСТЯНТИН ВОЛОДИМИРОВИЧ

2023 р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
Економічний факультет

УДК 658.155:631.11

ПОГОДЖЕННЯ
Декан економічного факультету

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ
В.о. завідувача кафедри фінансів

Анатолій ДІБРОВА

(підпис)

Наталія ШВЕЦЬ

(підпис)

« » 2023 р.

« » 2023 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

на тему «Управління прибутком аграрних підприємств»

Спеціальність 072 Фінанси, банківська справа та страхування

(код і назва)

Освітня програма

Фінанси і кредит

(назва)

Орієнтація освітньої програми

(освітньо-професійна або освітньо-наукова)

освітньо-професійна

Гарант освітньої програми

к.е.н., доцент

Руслана ОПАЛЬЧУК

(підпис)

(ПІБ)

Керівник магістерської

кваліфікаційної роботи

к.е.н., доцент

Виконала

Зоя Тітенко

(ПІБ)

(підпис)

Костянтин ОЛІШНИК

(підпис)

(ПІБ студента)

Київ 2023

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
 І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
 Економічний факультет

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан економічного факультету

д.е.н., проф. Анатолій ДІБРОВА
(науковий ступінь, вчене звання) (підпис) (ІПБ)

“ ” 2022 року

ЗАВДАННЯ

ДО ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ МАГІСТЕРСЬКОЇ РОБОТИ
 СТУДЕНТУ

Олійник Костянтин Володимирович

(прізвище, ініціал, по-батькові)

Спеціальність 072.Фінанси, банківська справа та страхування
(код і назва)

Освітня програма Фінанси і кредит

(назва)

Орієнтація освітньої програми

освітньо-професійна

(освітньо-професійна або освітньо-наукова)

Тема магістерської кваліфікаційної роботи «Управління прибутком аграрних підприємств»

Затверджена наказом ректора НУБіП України № 1534«С» від 21.10.2022 р.

Термін подання завершеної роботи на кафедру 2023.11.06

(рік, місяць, число)

Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи:

Перелік питань, що підлягають дослідженню:

1. Теоретичні основи управління прибутком підприємств.
2. Аналіз управління прибутком ТОВ «КРОАГРО»
3. Шляхи підвищення ефективності управління ТОВ «КРОАГРО»

Перелік графічного матеріалу (за потреби) _____

Дата видачі завдання «25» листопада 2022 р.

Керівник магістерської
кваліфікаційної роботи

(підпис)

Зоя ТІТЕНКО

(прізвище та ініціали)

Завдання прийняла до
виконання

(підпис)

Костянтин ОЛІЙНИК

(прізвище та ініціали студента)

РЕФЕРАТ

Магістерська робота на тему: «Управління прибутком аграрних підприємств» виконана на основі статистичних даних підприємства ТОВ «КРОАГРО» складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури, і викладено на 89 сторінках комп'ютерного тексту, що містить 16 таблиць, 10 рисунків.

Метою магістерської роботи є дослідження теоретичних аспектів процесу управління прибутком підприємства та розробка методичних й практичних рекомендацій щодо удосконалення цього процесу на аграрному підприємстві

Об'єкт дослідження – процес управління прибутком підприємства.

Предмет дослідження – сукупність теоретико-методичних і практичних аспектів управління прибутком аграрних підприємств.

У процесі дослідження використовувалися такі *методи дослідження*: методи системного підходу, на базі яких був уточнений склад факторів, які впливають на процес формування і розподілу прибутку на підприємстві. У роботі також використовувалися методи логічного аналізу (при дослідженні методів управління прибутком), експертний метод (при дослідженні факторів зовнішнього середовища, які впливають на процес управління прибутком) і економіко-математичні методи.

У першому розділі розкривається теоретичні та методичні аспекти управління прибутком підприємств. В другому розділі проведено фінансово-економічну оцінку діяльності підприємства, проаналізовано ефективність управління прибутком досліджуваного підприємства здійснюється аналіз динаміки та структури податкових надходжень, визначається. Третій розділ присвячено обґрунтуванню шляхів підвищення ефективності управління прибутком підприємства.

Ключові слова: ПРИБУТОК, ДОХОДИ, РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ, АГРАРНІ ПІДПРИЄМСТВА, УПРАВЛІННЯ.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА	6
1.1. Поняття та економічна сутність прибутку.....	6
1.2. Основні види та функції прибутку.....	14
1.3. Методика управління прибутком підприємства.....	24
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ТОВ «КРОАГРО»	33
2.1. Фінансово-економічна характеристика підприємства.....	33
2.2. Аналіз стану та динаміки прибутку ТОВ «КРОАГРО».....	42
2.3. Оцінка ефективності управління прибутком підприємства....	48
РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ТОВ «КРОАГРО»	55
3.1. Пріоритетні напрями удосконалення управління прибутком ТОВ «КРОАГРО».....	55
3.2. Підвищення прибутку ТОВ «КРОАГРО» за рахунок впровадження системи знижок.....	58
3.3. Формування та розподіл прибутку підприємства у плановому періоді.....	68
ВИСНОВКИ	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	76
ДОДАТКИ	82

ВСТУП

НУБІП України

Актуальність теми. Ринковий механізм ґрунтується на економічних показниках, які є важливими для планування і об'єктивної оцінки діяльності підприємства. Ці показники включають у себе формування та використання спеціальних фондів, порівняння витрат і результатів на різних етапах відтворювального процесу. Прибуток відіграє значну роль у стимулюванні розвитку виробництва, проте через різні обставини або помилки (невиконання договірних зобов'язань, недотримання нормативних документів, що регулюють фінансову діяльність підприємства тощо), підприємство може зазнати збитків.

НУБІП України

Прибуток є одним з ключових показників фінансового стану та життєздатності підприємства. Він дає змогу вирішувати фінансові зобов'язання, фінансувати розширення виробництва, збільшувати науково-технічний потенціал та ін. Зростання прибутку створює фінансову основу для розширеного розвитку підприємства та задоволення соціальних і матеріальних потреб засновників та працівників. Ефективне управління прибутком, його формування та ретельний аналіз використання надають гарантії щодо існування компанії та перспектив для її подальшого розвитку, що й обумовило актуальність дослідження.

НУБІП України

Теоретичним та практичним аспектами даного питання присвячені праці вітчизняних та зарубіжних науковців, таких як: І. Бланк, В. Ковальова, А. Маршалова, Р. Солоу, А. Поддєрьогіна, С. Покропівного, Г. Крамаренко, Є. Винниченка, А. Шеремет, В. Чернова, Н. Чумаченко та ін. Однак, незважаючи на велику кількість наукових розробок з означеної тематики, питання удосконалення управління прибутком аграрних підприємств залишається актуальним і не до кінця вирішеним.

НУБІП України

Об'єкт дослідження – процес управління прибутком підприємства.

Предмет дослідження – сукупність теоретико-методичних і практичних аспектів управління прибутком аграрних підприємств.

НУБІП України

Метою роботи є дослідження теоретичних аспектів процесу управління прибутком підприємства та розробка методичних й практичних рекомендацій щодо удосконалення цього процесу на аграрному підприємстві.

Для досягнення поставленої мети в роботі необхідно вирішити *наступні завдання:*

- узагальнити теоретичні підходи щодо економічної сутності та видів прибутку підприємства;
- розглянути методику управління прибутком підприємства;
- надати фінансово-економічну характеристику підприємства;
- проаналізувати стан та динаміку прибутку ТОВ «КРОАГРО»;
- оцінити ефективність управління прибутком підприємства;
- запропонувати шляхи підвищення ефективності управління прибутком ТОВ «КРОАГРО».

У процесі дослідження використовувалися такі *методи дослідження:* методи системного підходу, на базі яких був уточнений склад факторів, які впливають на процес формування і розподілу прибутку на підприємстві. У роботі також використовувалися методи логічного аналізу (при дослідженні методів управління прибутком), експертний метод (при дослідженні факторів зовнішнього середовища, які впливають на процес управління прибутком) і економіко-математичні методи.

Інформаційною основою дослідження послужили інформація з періодичної преси, монографії та підручники вітчизняних і зарубіжних фахівців, публікації періодичної преси та мережі Інтернет, статистичні дані, бухгалтерська (фінансова) звітність досліджуваного підприємства, власні аналітичні розрахунки тощо.

Практичне значення одержаних результатів дослідження полягають в тому, що пропозиції та рекомендації, надані у магістерській роботі, дозволяють розробити конкретні заходи, спрямовані на збільшення прибутковості підприємства, що полягає в повному аналізі фінансових результатів діяльності підприємства і виявленні резервів щодо їх покращення. Використання на практиці

запропонованих в роботі заходів дозволить підприємству отримати додатковий прибуток.

Структура та обсяг дослідження. Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, 9 підрозділів, висновків, списку використаних джерел (66 найменувань), 2 додатки. Повний обсяг роботи становить 85 сторінки, зокрема 75 сторінок основного тексту.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Поняття та економічна сутність прибутку

Найбільш важливою економічною категорією, яка відображає фінансовий результат діяльності підприємства, є прибуток. Підприємства, які генерують прибуток, не лише забезпечують дохід своїм власникам, але також роблять значний внесок у розвиток економіки країни, соціальної сфери та держави в цілому.

Поняття прибутку є однією зі складних та обговорюваних проблем у сучасній економічній теорії. З розвитком економічної науки розуміння прибутку постійно змінювалося та ускладнювалося. Так, представники класичної школи політекономії, такі як Адам Сміт та Давид Рікардо, вбачали джерело прибутку в процесі виробництва. Вони вважали, що при обміні створеного товару на гроші, окрім покриття всіх витрат, виникає «щось», що є компенсацією підприємцю за ризик, і ця компенсація називається прибутком. Важливо відзначити, що розмір прибутку в цій концепції залежить від обсягу капіталу та не пов'язаний з рівнем заробітної плати [64, 66].

Д. Кларк розглядає прибуток як зарібок підприємця, і цей підхід був запропонований ще в XIX столітті та розвинутий німецьким вченим В. Раішером, який визначав прибуток як зарплату підприємця [22, с. 103]. Подальше розширене пояснення прибутку було подане Й. Шумпетером. За його думкою, сутність підприємницької діяльності полягає не в простому володінні капіталом, а у творенні технічних інновацій та нових методів організації виробництва або прийняття ризику, що при поточних цінах сприяє зменшенню виробничих витрат. Це створює певний різницю, яку він вважав підприємницьким прибутком. Отже,

Й. Шумпетер розглядає прибуток як компенсацію за технічний прогрес та успішну підприємницьку діяльність, і вказує, що доходи, отримані завдяки новим технічним вдосконаленням, є складовою прибутку [22, с. 401].

Ф. Найт також пов'язував походження прибутку з підприємницькою діяльністю, але він підходив до аналізу прибутку через призму господарського ризику. Згідно з його поглядом, ризик є обов'язковою характеристикою підприємця, і тому ризик вимагає спеціальної компенсації у формі прибутку [22].

К. Маркс визнавав прибуток як перетворену форму додаткової вартості, яка виникає внаслідок використання всього внесеного капіталу. Він вважав, що джерелом додаткової вартості є праця найманих робітників, які займаються матеріальним виробництвом. Робітники своєю працею створюють вартість, яка перевищує вартість їхньої робочої сили [33].

П. Самуельсон та В. Нордхаус наполягали, що прибуток представляє собою дохід, який виникає внаслідок факторів виробництва, включаючи винагороду за підприємницьку діяльність та впровадження технічних інновацій. Прибуток складається з різних складових, таких як імпліцитні (неявні) витрати, включаючи дохід від власного капіталу, дохід від ризику та інноваційний прибуток [65].

Аналіз сучасної економічної літератури також підтверджує відсутність загального розуміння поняття прибутку. У таблиці 1.1 подаються сучасні підходи до визначення досліджуваного поняття [1; 2; 9; 23; 25; 32; 50; 57].

Таблиця 1.1

Підходи до визначення поняття «прибуток»

Автори, джерела	Визначення прибутку
Тлумачний словник економіста	«Перевищення доходів від продажу товарів та послуг над витратами на виробництво та продаж цих товарів та послуг»
Фінансово-кредитний енциклопедичний словник	«Різниця між доходами, отриманими від реалізації продукції, основних засобів та іншого майна, виконаних робіт, послуг, позареалізаційної діяльності, та нарахованою сумою витрат за виробництво, реалізацію продукції та на здійснення інших видів діяльності»
Т. Білик	«Основний підсумковий показник, що характеризує результати діяльності підприємства, що є перевищенням доходів над витратами»
І. Бланк	«Виразений у грошовій формі чистий прибуток підприємця на вкладений капітал, що характеризує його

	винагороду за ризик здійснення підприємством діяльності, різниця між сукупним доходом та сукупними витратами у процесі здійснення підприємницької діяльності»
О. Кривицька	«Кінцевий позитивний фінансовий результат підприємства, являє собою реалізовану частину чистого доходу, створеного додатковою працею»
Н. Мардус	«Грошовий вираз частини вартості додаткового продукту».
Р. Скалюк	«Частина чистого доходу, безпосередньо одержуваного суб'єктами господарювання у процесі реалізації продукції»
Н. Іщенко	«Чистий дохід підприємця на вкладений капітал, різниця між сукупним доходом та сукупними витратами в процесі господарської діяльності»

Аналіз представлених підходів показує, що в економічній літературі під прибутком розуміється:

- грошовий вираз частини вартості додаткового товару;
- чистий дохід підприємця на вкладений капітал;
- різниця між сукупними доходами та сукупними витратами;
- кінцевий позитивний фінансовий результат підприємства.

З урахуванням вищевикладеного пропонуємо наступне комплексне визначення поняття прибутку. Прибуток – це економічна група, яка узагальнює фінансові показники результатів господарської діяльності та обчислюється шляхом розрахунку різниці між доходами та витратами підприємства, пов'язаними зі здійсненням даної діяльності.

Для визначення теоретичних підходів і практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності управління прибутком підприємства, необхідно виявити та проаналізувати сутність поняття «управління прибутком підприємства». В таблиці 1.2 представлені головні підходи щодо визначення зазначеного поняття [2; 3; 24; 40; 50; 58; 62].

Таблиця 1.2

Підходи до з'ясування дефініції «Управління прибутком підприємства»

Автор	Поняття
І. Бланк	Управління прибутком представляє собою процес, який включає в себе розробку та прийняття ефективних управлінських рішень щодо всіх ключових аспектів генерації та розподілу прибутку. Метою цього процесу є досягнення максимального добробуту для власників компанії
О. Янковий, Г. Кошельок	Управління прибутком охоплює процес розробки та прийняття рішень, які стосуються генерації, розподілу та використання прибутку з метою досягнення максимального добробуту для власників компанії як в поточному, так і в майбутньому періодах
М. Кармінська	Управління прибутком є цілеспрямованим та систематичним процесом, який включає в себе підготовку, оцінку, відбір та впровадження альтернативних управлінських рішень у всіх аспектах генерації, розподілу та використання прибутку в конкретній організації
С. Ногіна	Управління прибутком представляє собою процес розробки та ухвалення управлінських рішень, які охоплюють всі основні аспекти створення, розподілу, використання та стратегічного планування прибутку в організації
Р. Скалюк	Управління прибутком підприємства є складним процесом, який включає в себе розробку та впровадження обґрунтованих управлінських рішень у контексті формування, розподілу та використання прибутку. Ці рішення націлені на досягнення стійкого підвищення прибутковості, ринкової цінності та довгострокового економічного зростання організації, сприяючи успішній реалізації її основної мети
В. Худа	Управління прибутком є систематичним та цілеспрямованим процесом, включаючим підготовку, оцінку, відбір та реалізацію альтернативних управлінських рішень у всіх аспектах формування, розподілу та використання прибутку в конкретній організації
В. Блонська	Управління прибутком підприємства – це створення системи управління, яка враховує як тактичні, так і стратегічні аспекти управління та спрямована на підвищення кінцевих результатів діяльності підприємства

Після аналізу сутності поняття «управління прибутком підприємства» як економічної категорії можна зробити висновок, що більшість дослідників поділяє спільну позицію і розглядає це поняття як процес ухвалення управлінських рішень, спрямованих на максимізацію добробуту власників та підвищення кінцевих результатів діяльності організації або підприємства. Важливо підкреслити, що деякі учені вважають, що управління прибутком безпосередньо пов'язане з формуванням, розподілом і використанням чистого фінансового результату в організації або підприємстві.

Після критичного аналізу і узагальнення поглядів вітчизняних і зарубіжних економістів на сутність управління прибутком підприємства, можна сформулювати власне визначення цього поняття: управління прибутком підприємства – це систематичний і безперервний процес, пов'язаний з розробкою, ухваленням і впровадженням управлінських рішень щодо визначення оптимальних методів формування, розподілу і використання прибутку з метою забезпечення стійкого економічного розвитку підприємства і підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства.

Для оцінки фінансового результату підприємства важливо порівнювати отриману виручку з витратами на придбання товарів для подальшого перепродажу, що називаються собівартістю реалізованих товарів. Якщо збільшення виручки від продажу перевищує собівартість, то це призводить до утворення позитивного фінансового результату, і організація отримує прибуток [4, с. 109].

Розглянемо можливі джерела отримання прибутку:

Прибуток формується завдяки діяльності організації, яка має монополістичну позицію на ринку унікальних товарів і послуг. Для забезпечення тривалого прибутку від таких унікальних товарів і послуг необхідно постійно модернізувати продукт та переосмислювати надані послуги.

Діяльність організації тісно пов'язана з виробництвом. Ефективність виробництва залежить від здатності організації адаптуватися на конкурентному ринку та збільшувати свій виробничий масштаб відповідно до попиту споживачів.

Величина прибутку, отриманого організацією, залежатиме від наступних факторів.

- спрямованості виробництва, зокрема, обсягу випуску товарів певної марки та якості, які відповідають стабільному високому попиту на ринку;

- поліпшення конкурентоспроможних умов для реалізації виготовлених товарів, включаючи налаштування ціноутворення, скорочення строків поставок, підвищення якості обслуговування тощо.

- збільшення обсягів виробництва для збільшення обороту продукції;

- контролю над витратами на виробництво та зменшення витрат виробництва [5, с. 62].

Дохід від інноваційної діяльності організації. Завдяки постійному оновленню виробництва, активному просуванню продукції на ринку та забезпеченню високої конкурентоспроможності, досягається збільшення обсягу продажів та зростання доходів організації. Хоча при визнанні прибутку як економічної категорії ми маємо загальне розуміння її суті, для аналізу фінансових показників та планування прибутку на майбутні періоди використовують більш конкретні показники прибутку.

До них відносять певні показники прибутку, які відображені у фінансовій звітності (рис. 1.1)

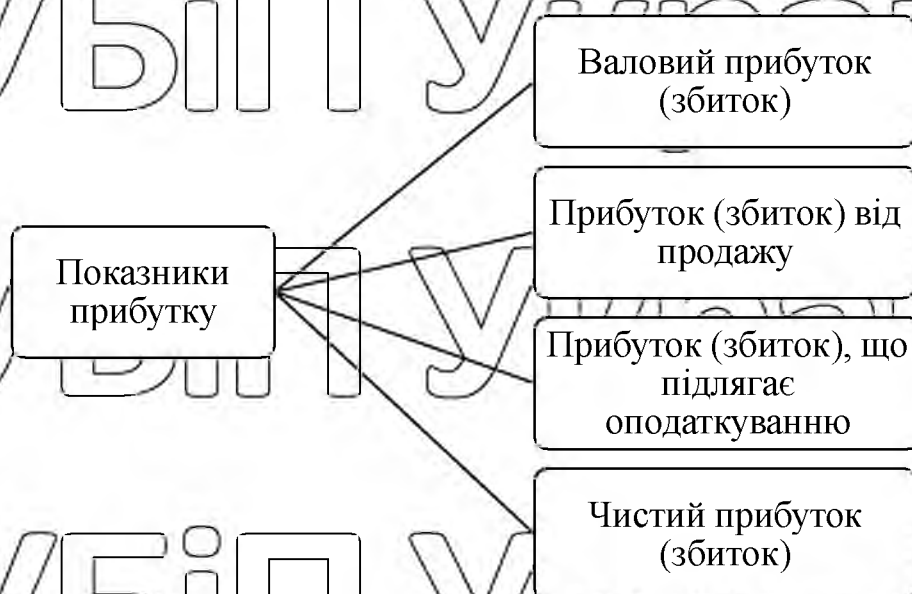


Рис. 1.1. Показники прибутку підприємства [16]

Найбільш об'єктивним показником є балансовий прибуток, який охоплює прибуток від продажу продукції та інших незв'язаних з основною діяльністю доходів організації.

Дефініція «прибуток від реалізації» охоплює не лише продаж готових товарів, а також надання послуг. Балансовий прибуток представляє собою остаточний результат фінансової діяльності організації і може бути визначений шляхом розгляду постатейного бухгалтерського балансу [6].

Весь прибуток організації підлягає обов'язковому розподілу, включаючи внесення до бюджету та розподіл між різними статтями внутрішнього бюджету організації. Процес розподілу прибутку регулюється законодавчими нормами, які визначають спрямування прибутку до різних бюджетів у вигляді податків і інших платежів.

Частина прибутку, що залишається після усіх платежів, називають чистим прибутком, який також піддається подальшому розподілу [8].

Процес розподілу чистого прибутку сприяє розвитку організації у сферах соціальної діяльності. На сьогоднішній день не існує конкретних умов, які б обов'язково регулювала держава щодо розподілу прибутку, але вона може підтримувати цей процес шляхом надання податкових пільг, фінансування заходів з охорони навколишнього середовища і підтримки соціальних центрів допомоги та ін.

Керівник організації, який призначений відповідно до статуту організації, може визначити порядок використання та розподілу прибутку. Згідно зі статутом, керівник може скласти план витрат та кошторису, в яких буде вказано, яким чином чистий прибуток буде використовуватися для створення фондів спеціального призначення, таких як (рис. 1.2).

Витрати на розвиток виробництва включають в себе таке:

- витрати, що пов'язані з науковою діяльністю;
- витрати на технологічну діяльність;
- витрати на розвиток нових видів продукції;

- витрати, що пов'язані з освоєнням нових технологій та розширенням масштабів підприємства;

- витрати, пов'язані з погашенням кредитів і позик та інші заходи, які вимагають витрат.

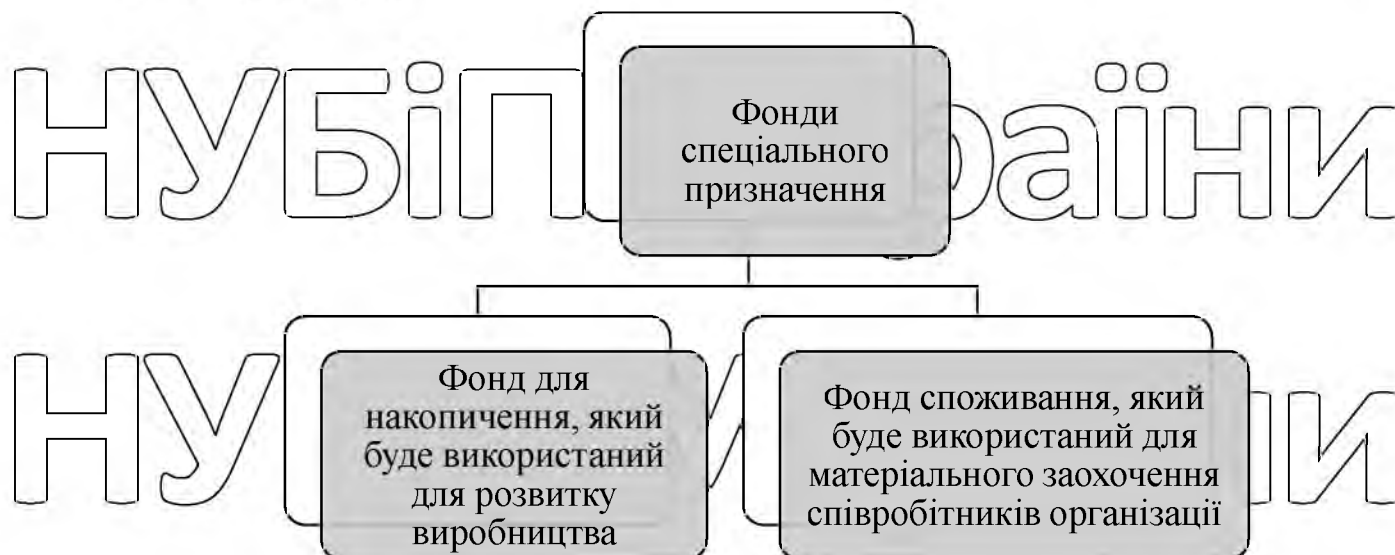


Рис. 1.2. Фонди спеціального призначення підприємства [18]

Відрахування прибутку на соціальні потреби включає в себе видатки на нові будівництва, розвиток сільськогосподарських об'єктів, організацію культурних і оздоровчих ініціатив та інші подібні заходи.

Додаткові витрати можуть включати витрати на матеріальну допомогу і винагороду співробітникам у вигляді одноразових виплат, які можуть виплачуватися за вчасне виконання плану, вивчення та впровадження нових технологій для виробництва, а також виплати ветеранам праці, які досягли пенсійного віку, або компенсація витрат на харчування в організаційних їдальнях та інші подібні витрати [20].

Отже, чистий прибуток або прибуток, який залишається у розпорядженні організації, може виконувати дві основні стимулюючі функції. По-перше, він вказує на частину прибутку, яка буде використана для подальшого розвитку організації. По-друге, він сприяє збільшенню та нагромадженню активів організації.

1.2 Основні види та функції прибутку

В економічній літературі пропонують різні ознаки класифікації прибутку та його види [17; 21; 34]. Узагальнена класифікація прибутку представлена таблиці

1.3. Використання того чи іншого показника прибутку залежить від цілей проведення дослідження. Так, наприклад, для оцінки рівня прибутковості виробництва продукції використовується показник прибутку від продажу продукції, з метою оцінки рівня прибутковості сукупних активів (сукупного капіталу) підприємства – показник прибутку до виплати відсотків за кредит та податку на прибуток, з метою оцінки рівня прибутковості власного капіталу – показник чистого прибутку, до розрахунку беззбиткового обсягу продажів – показник маржинального прибутку.

Таблиця 1.3

Класифікація видів прибутку підприємства

Ознака класифікації	Види прибутку
1. Напрямок діяльності підприємства	Прибуток від операційної діяльності Прибуток від інвестиційної діяльності Прибуток від фінансової діяльності
2. Склад елементів, що включаються	Маржинальний прибуток Прибуток від реалізації продукції Прибуток до виплати відсотків за кредит та податку на прибуток Прибуток до оподаткування Чистий прибуток
3. Характер діяльності підприємства	Прибуток від звичної діяльності Прибуток від надзвичайних ситуацій
4. Оподаткування прибутку	Оподатковуваний прибуток Неоподатковуваний прибуток
5. Урахування інфляції	Номінальний прибуток Реальний прибуток

6. Економічний зміст прибутку	Бухгалтерський прибуток Економічний прибуток
7. Характер використання чистого прибутку	Капіталізований (нерозподілений) прибуток Споживчий прибуток
8. Ступінь узагальнення	Прибуток організації Консолідований прибуток

Для точного визначення сутності прибутку необхідно для початку вивчити його функції, до яких відносяться такі (табл. 1.4) [7].

Таблиця 1.4
Функції прибутку підприємства

Функція	Пояснення
Економічна	Організація отримує економічний прибуток у процесі своєї діяльності, але практика показує, що не всі аспекти функціонування організації можна оцінити лише за допомогою прибутку. Тому для оцінки фінансово-економічної діяльності організації використовується розширена система показників
Стимулююча	Цей показник одночасно відображає фінансові ресурси та фінансові результати організації. Здатність організації до самофінансування і росту виражається через прибуток, який залишається після сплати податків, зборів та інших обов'язкових виплат. Ця частина прибутку може бути використана для розвитку організації та розширення її діяльності
Постійне джерело формування бюджету	Прибуток, отриманий організацією, служить стабільним джерелом формування бюджету. Частина прибутку, у вигляді податків і зборів, надходить до бюджету і може бути використана для задоволення громадських потреб, розвитку регіонів країни, а також сприяє державі у виконанні її обов'язкових функцій

Під час аналізу стану прибутку слід проводити порівняння прогнозних показників з фактичними результатами, щоб визначити, наскільки організації вдалося досягти запланованих результатів. Це порівняння рекомендується

проводити за конкретний період, наприклад, рік, місяць або квартал. Це дозволяє аналізувати динаміку та структуру прибутку, включаючи філії та структурні підрозділи, які входять до складу організації. Шляхом цього аналізу можна виявити філії, які можуть бути неефективними і внести корективи у стратегію їхньої оптимізації. Оцінка витрат і доходів горизонтальним методом надає можливість аналізувати їх динаміку та виявляти тенденції для подальшого розвитку.

Необхідно приділити увагу позареалізаційним видатками та доходами, тому що позареалізаційні витрати з'являються в зв'язку з відсутністю контролю за ними.

При їх аналізі необхідно оцінювати кожен вид витрат окремо (27).

Вивчення прибутку є ключовою складовою комплексної оцінки фінансової діяльності будь-якого підприємства або організації. Проте варіативність цього показника може бути обумовлена безліччю факторів з різних сфер впливу. Деякі з цих факторів сприяють позитивним змінам прибутку, тоді як інші можуть негативно позначитися і спричинити зменшення прибутковості. При аналізі цих впливаючих факторів важливо обрати методи, які забезпечать точну оцінку змін прибутку в найкоротший строк. Існує величезна кількість чинників, проте при групуванні виділяють основні (рис. 1.3).

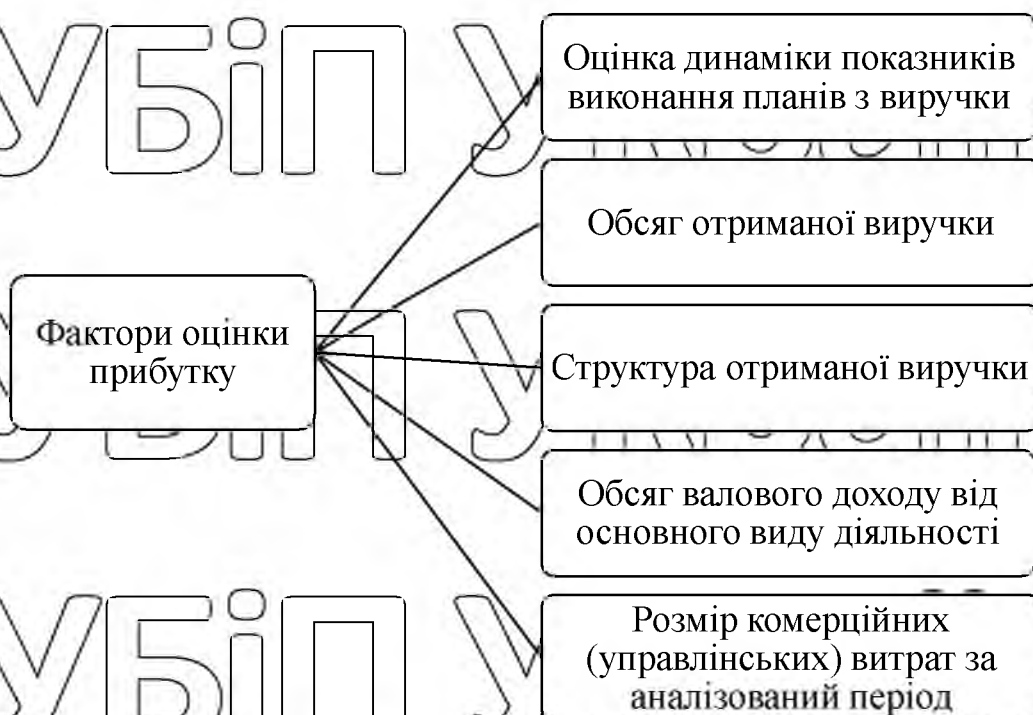


Рис. 1.3. Фактори оцінки прибутку підприємства [38]

Формування чистого прибутку відбувається шляхом зіставлення доходів та витрат підприємства. Процес формування різних видів прибутку підприємства представлений рис. 1.4 [42].

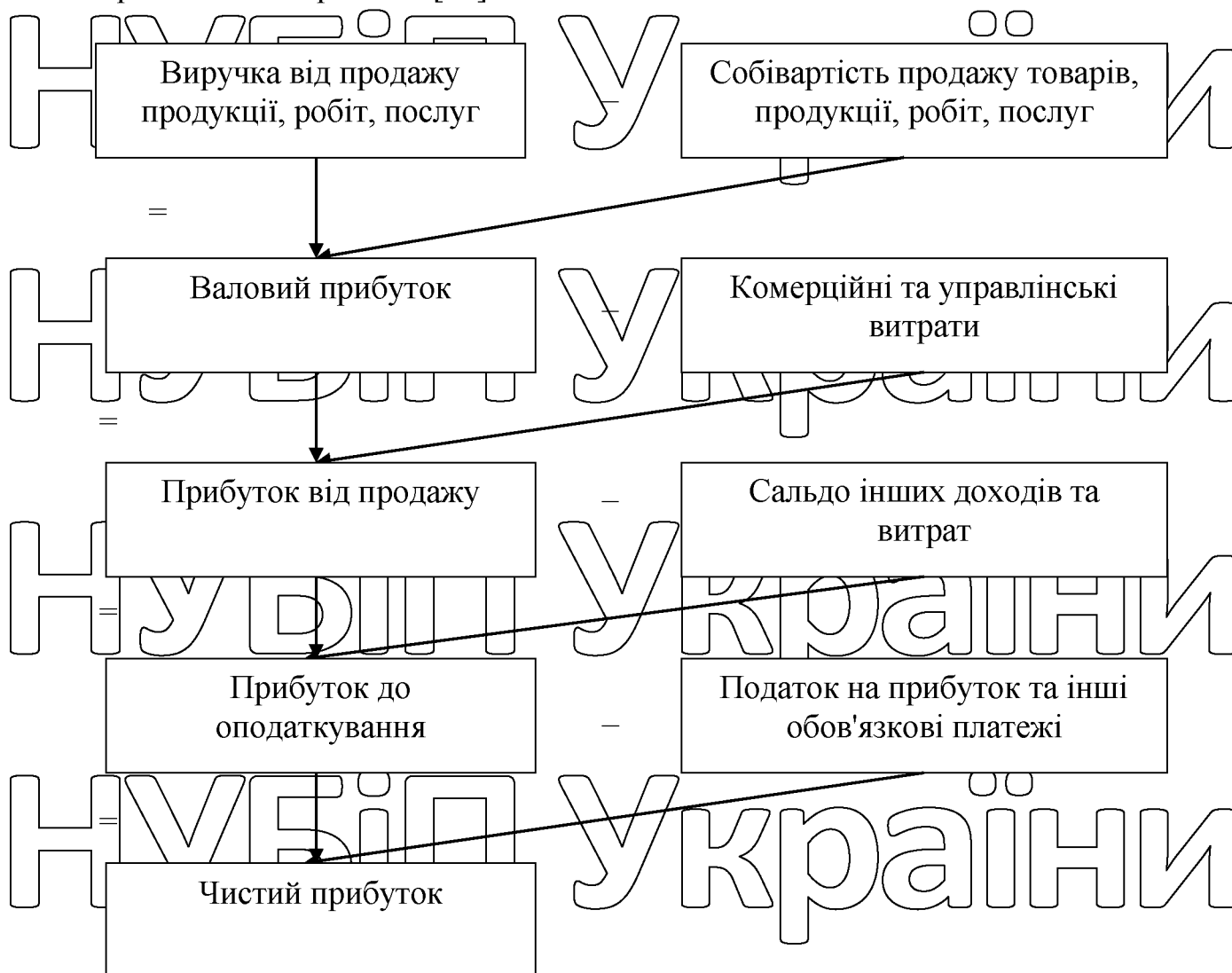


Рис. 1.4. Процес формування прибутку підприємства

Чистий прибуток (збиток) організації за звітний період визначається як показник прибутку (збитку) до оподаткування, збільшений на суму різниці між відстроченими податковими активами та відстроченими податковими зобов'язаннями, зменшений на суму поточного податку на прибуток та обов'язкових платежів до бюджету.

Коли досягнуте зростання прибутку відповідає прогнозованому рівню або перевищує його, прибуток організації збільшується. Вплив цього фактору на прибуток може бути оцінений шляхом групування організації за рівнем зростання виручки від продажів.

При зростанні обсягу виручки, прибуток в організації збільшується, а при зниженні виручки прибуток зменшується прямо пропорційно спаду показника виручки.

Для визначення впливу виручки на зростання прибутку можна використовувати формулу, де спочатку вираховується рентабельність продажів базового року, а потім виручка минулого року та поточного року перемножуються і результат ділять на 100, як це показано у формулі.

$$(Тоб_1 - Тоб_0) * УР_0 / 100, \quad (1.1)$$

де $УР_0$ – рентабельність продажів базисного періоду;

$Тоб_1$ – виручка звітного року;

$Тоб_0$ – виручка базисного року.

Будь-яка зміна в структурі виручки може мати як позитивний, так і негативний вплив на прибуток. Це свідчить про те, що різні види товарів можуть мати відмінні рівні рентабельності. Для оцінки впливу структури виручки на загальний прибуток часто використовують метод відсоткових показників.

Однак у сфері торгівлі виникає проблема, оскільки рентабельність не розглядається окремо для кожного товару, а є загальним показником, іноді оцінка проводиться вибірково або базується на даних управлінського обліку [35].

Вплив середньорічного валового прибутку на прибуток можна визначити як виручка базисного періоду мінус виручка звітного періоду, як показано у формулі:

$$\Delta Тоб_{\text{увд}} = Тоб_1 * (УВД_1 - УВД_0) / 100\%, \quad (1.2)$$

Якщо валовий прибуток зростає, то відповідно зростає і прибуток від продажів, навпаки. Зміна обсягу обігових витрат має прямий вплив на показник прибутку. Збільшення витрат призводить до зменшення прибутку організації, у той час як зменшення витрат приносить позитивний ріст прибутку, як це показано у формулі:

$$\Delta T_{об, \text{vio}} = T_{об, \text{vio}} * (U_{10} - U_{100}) / 100\% \quad (1.3)$$

За результатами перевірки величина всіх факторів буде рівна зміні виручки від продажів, як показано у формулі:

$$\Delta T_{об, \text{увд}} + \Delta T_{об, \text{vio}} = \Delta T_{об} \quad (1.4)$$

Прибуток піддається впливу безлічі факторів, які у свою чергу впливають на фінансовий результат організації: деякі з цих факторів приносять позитивні зміни, тоді як інші можуть мати негативний вплив. Якщо спостерігається хоча б один негативний фактор, це може спричинити пов'язані з ним інші негативні фактори і призвести до зниження показника прибутку до мінімуму [44].

Фактори, що можуть впливати на прибуток, не є однорідно згрупованими. Оскільки підприємство функціонує у рамках складних економічних відносин, оцінку цих факторів необхідно розглядати окремо, розділяючи на внутрішні та зовнішні.

Фактори, що впливають на прибуток, потрібно класифікувати, оскільки їх важливість визначається під час виявлення можливих резервів для підвищення прибутку та виділення слабких сторін діяльності організації.

При визначенні факторів, які впливають на динаміку прибутку, важливо провести додаткове дослідження процесу формування прибутку. Фактори, що мають вплив на прибуток, можна поділити на дві основні категорії (рис. 1.5):

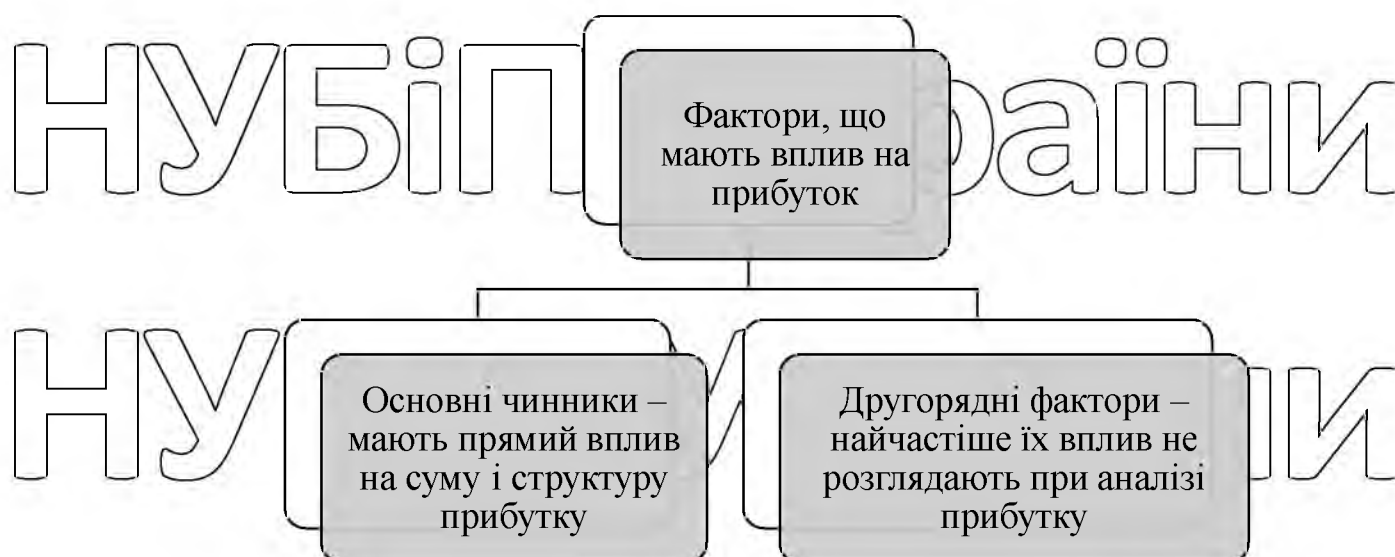


Рис. 1.5. Фактори, що мають вплив на прибуток [45]

Всі ці фактори взаємодіють послідовно і можуть бути розділені на зовнішні і внутрішні. Вплив цих факторів призводить до змін в абсолютних і відносних показниках прибутку в організації.

До зовнішніх факторів відносяться такі аспекти як інфляція, оподаткування, витрати на сплату праці працівникам, зміни у законодавчих та нормативних актах, кредити, які отримує організація.

Внутрішні чинники також безпосередньо впливають на формування та розподіл прибутку в організації. Наприклад, зміна кількості працівників може призвести до перерахунку фонду оплати праці, що може як підвищити, так і знизити рівень прибутку, і, відповідно, вплинути на динаміку чистого прибутку. При цьому рентабельність продажів може залишитися незмінною або мати незначні відхилення [48].

Усі зазначені фактори та їх вплив на прибуток можна оцінити шляхом проведення факторного аналізу. Для оцінки прибутку за допомогою зовнішнього аналізу використовують дані з форми №2 бухгалтерської (фінансової) звітності «Звіт про фінансові результати».

Динаміка прибутку відбувається за рахунок впливу таких чинників (рис. 1.6).

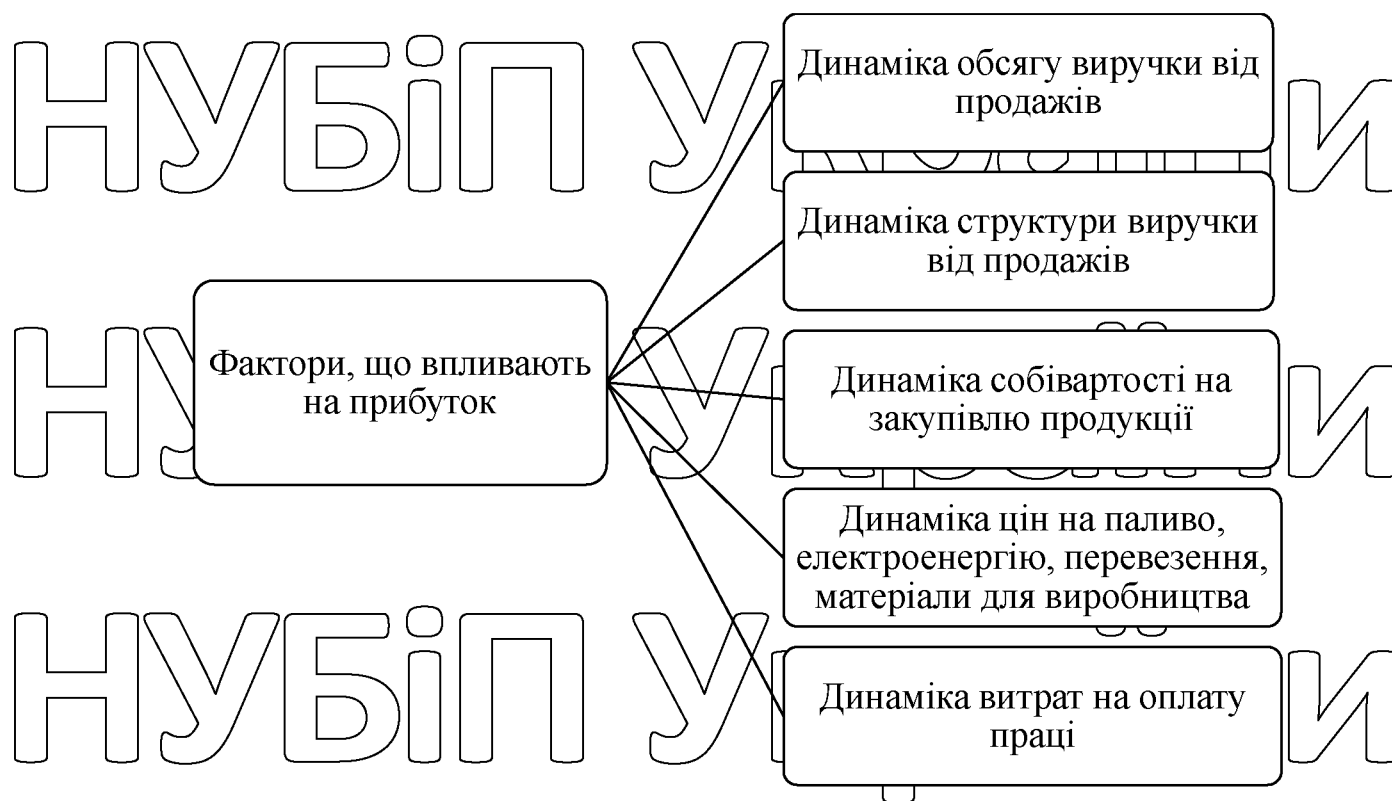


Рис. 1.6. Фактори, що впливають на прибуток підприємства [48]

Розглянемо методи розрахунку чинників, що впливають на прибуток. Розрахунок загальної динаміки прибутку (ΔP) від реалізації товарів відбувається за формулою:

$$\Delta P = P_1 - P_0 \quad (1.5)$$

де продажів P_1 – прибуток звітного року;

P_0 – прибуток минулого року.

Метод розрахунку впливу собівартості товарів, що закуповуються на зміну прибутку π (ΔP_1) представлений у формулі [51]:

$$\Delta P_1 = N p_1 - N p_{1,0} = \sum p_1 q_1 - \sum p_0 q_1, \quad (1.6)$$

де $N p_1 = \sum p_1 q_1$ – продаж товарів в звітному році (p – ціна одиниці товару; q – кількість товару в шт.);

$Np_{1,0} = \sum p_{0q1}$ – продаж в звітному році за цінами попереднього року.

Метод розрахунку впливу динаміки обсягу реалізованих товарів (ΔP_2) на прибуток представлений у формулі [51]:

$$\Delta P_2 = P_0 K_1 - P_0 = P_0 (K_1 - 1), \quad (1.7)$$

де P_0 – прибуток минулого підприємства року;

K_1 – коефіцієнт зростання обсягу виручки, представлений у наступній формулі.

$$K_1 = S_{1,0} / S_0, \quad (1.8)$$

де $S_{1,0}$ – фактична собівартість реалізованої продукції за звітний рік у цінах базисного року;

S_0 – собівартість у минулому році.

Метод розрахунку впливу структури виручки на прибуток (ΔP_3) представлений у формулі:

$$\Delta P_3 = P_0 (K_2 - K_1), \quad (1.9)$$

де K_2 – коефіцієнт зростання обсягу виручки за відповідними цінами;

$K_2 = Np_{1,0} / Np_0$, де $Np_{1,0}$ – виручка звітного року за цінами минулого року;

Np_0 – виручка у минулому році.

5. Метод розрахунку впливу собівартості за рахунок змін у складі товарів на прибуток (ΔP_4) представлений у формулі [59].

$$\Delta P_4 = S_{1,0} - S_1, \quad (1.10)$$

де $S_{1,0}$ – собівартість товарів у звітному році в цінах минулого;

S_1 – собівартість товарів у звітному році.

Проводиться розрахунок впливу собівартості за рахунок зміни структур на прибуток (ΔP_5).

7. Проводиться окремий розрахунок зміни цін на послуги, тарифи, матеріали і їх вплив на прибуток (ΔP_6). Отримані результати сумуються, і показують загальну зміну прибутку за аналізований період організації [59]:

$$\Delta P = P_1 - P_0 = \Delta P_1 + \Delta P_2 + \Delta P_3 + \Delta P_4 + \Delta P_5 + \Delta P_6 \quad (1.11)$$

де ΔP – загальна динаміка прибутку.

Зробивши висновок на основі методики формування та розподілу фінансових результатів, можна ідентифікувати фактори, які безпосередньо впливають на зміну показника прибутку, і до таких факторів відносяться виручка, собівартість та обігові витрати.

Оцінити їх вплив можна за наступними формулами [61]:

1. Фактор прибутку «Виручка прибутку»:

$$P_v = ((B_1 - B_0) * P_0) / 100, \quad (1.12)$$

де B_1, B_0 – виручка минулого і звітного року, тис. грн.;

P_0 – рентабельність продажів в минулому році

2. Фактор «Собівартість»:

$$P_c = B_1 (UC_1 - UC_0) / 100, \quad (1.13)$$

де UC_1, UC_0 – частка собівартості у виручці, %.

3. Фактор «Витрати обігу»:

$$P_k = B_1 (KK_1 - UK_0) / 100, \quad (1.14)$$

де KK_1, UK_0 – частка витрат обігу в виручці, %.

Отже, прибуток організації є ключовим каталізатором економіки країни, який становить спільний інтерес для держави, власників організації та їх співробітників. Тому головним завданням керівників на всіх рівнях організації або підприємства є ефективне та сучасне управління прибутком у процесі розвитку підприємства.

Розуміння основних механізмів формування прибутку та їх практичного використання є важливою складовою управління прибутком. Процес формування прибутку повинен йти одночасно з ефективним розподілом.

Організації мають аналізувати кожний етап розподілу прибутку у звітному році, що надає інсайти в ефективні умови формування прибутку в майбутніх періодах.

Отже, прибуток організації сформований під впливом різних факторів, які можна класифікувати як внутрішні та зовнішні. Аналіз цих факторів у рамках факторного аналізу допомагає виявити потенціал для підвищення ефективності діяльності організації. При аналізі цих факторів можна відкрити причини, які впливають на зміну прибутку та його структуру, і виявити можливості для подальшого поліпшення цієї ситуації.

1.3 Методика управління прибутком підприємства

Управління прибутком в організації є необхідною частиною економічної діяльності організації з метою підвищення рівня прибутку. Планування прибутку вимагає розгляду різних показників окремо [65].

При розробці планів на майбутні періоди важливо враховувати всі фактори, які впливають на прибуток, а також розглядати різні торгові програми для досягнення максимальних фінансових результатів. Планування прибутку здійснюється у рамках поточного фінансового плану з урахуванням стабільності цін. Це передбачає розрахунок окремих елементів балансового прибутку, зокрема прибутку від продажу товарів. При розрахунку використовують дані про динаміку

продажів, замовлень від клієнтів та укладених угод про поставки товарів за попередній період [53].

Методи, які використовуються для проведення розрахунків, повинні бути обґрунтованими. Як результат планування в організації очікується значне покращення фінансової діяльності, включаючи збільшення оборотних коштів і інвестицій, а також своєчасну оплату зобов'язань. Отже, своєчасне і правильне планування має важливе значення, як для керівництва організації, так і для економіки країни в цілому.

Різновиди методів планування прибутку представлено на рис. 1.7.

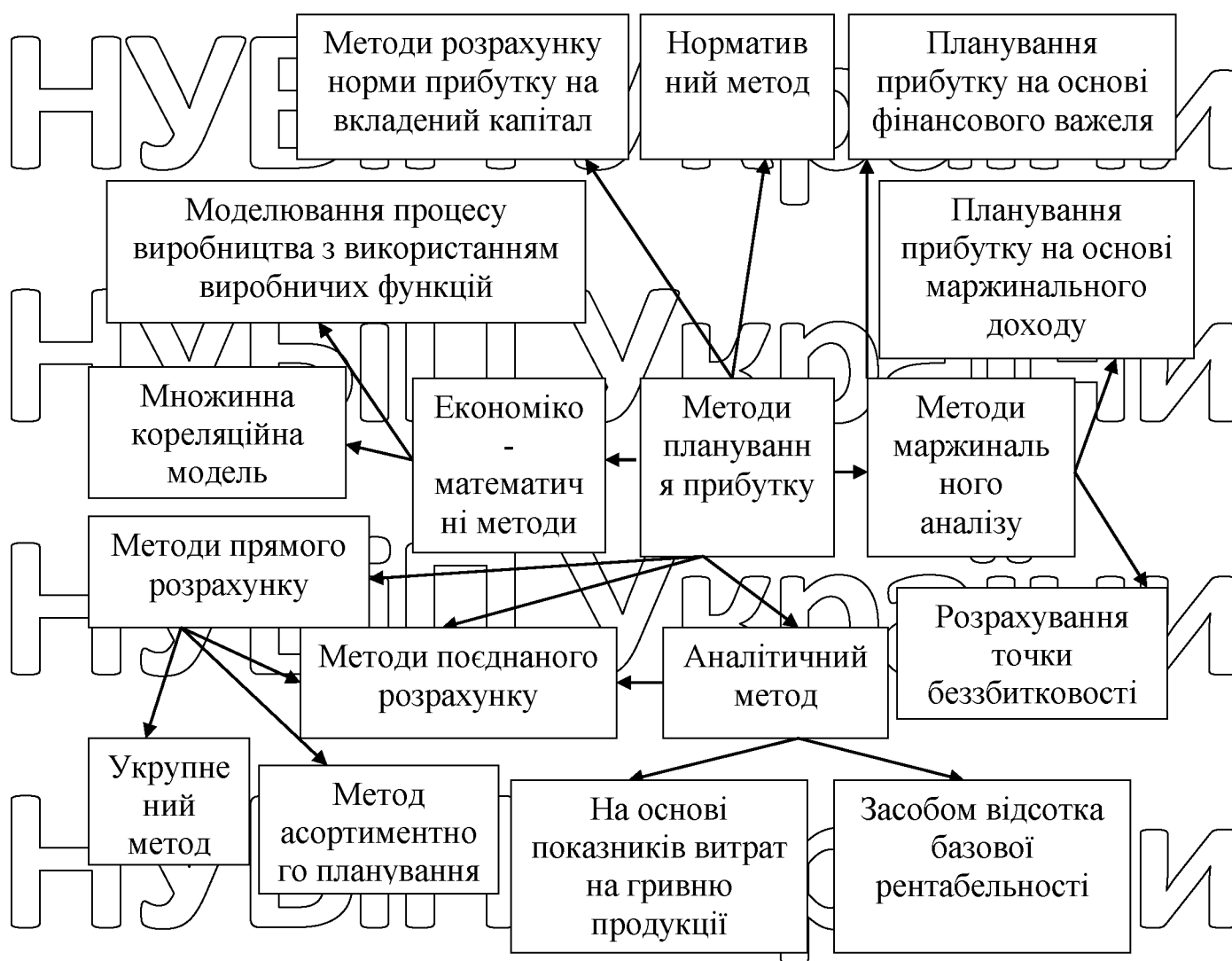


Рис. 1.7. Методи планування прибутку підприємства [55]

1. Методика прямого розрахунку.

В даній методиці об'єктом планування виступає: прибуток від продажів та доходи від іншої діяльності.

За основу береться обсяг реалізованої продукції відповідно до документів замовлення покупців.

Прибуток з реалізації ($\Pi_{то}$) можна планувати на підставі документів про витрати, де відображена собівартість товару, що купується для подальшого перепродажу планованого періоду.

Прибуток по товарному випуску ($\Pi_{ТВ}$) планується на основі кошторису витрат, де визначається собівартість товарного випуску планованого періоду, як

показано формулою

$$\Pi_{ТВ} = \Pi_{ПШ} - С_{П}, \quad (1.15)$$

де $\Pi_{ПШ}$ – ціна продукції, що закуповується, планованого періоду в діючих цінах без ПДВ;

$С_{П}$ – повна собівартість (собівартість, витрати обігу) на планований період.

Отже, обсяг продукції планового періоду може бути розрахований як сума залишків товарної продукції з попереднього періоду та кількості закупленої

продукції для подальшого перепродажу протягом планованого періоду, не враховуючи при цьому товари, які залишаються нереалізованими на кінець цього планованого періоду. Метод розрахунку планованого прибутку ($\Pi_{пр}$) показано у

формулі:

$$\Pi_{пр} = \Pi_{оп} + \Pi_{пп} - \Pi_{ок}, \quad (1.16)$$

де $\Pi_{оп}$ – прибуток, який залишився в нереалізованому товарі на початок планованого періоду;

$\Pi_{ок}$ – прибуток, який залишився в товарі і не буде реалізований наприкінці планованого періоду.

Основною перевагою цього методу є те, що всі розрахунки прибутку базуються на обчисленні собівартості продукції та виручки від продажів за всім асортиментом реалізованої продукції. Цей метод відзначається простотою обчислень і застосовується менеджерами для складання довгострокових планів, оскільки він використовує товарну продукцію як основу для аналізу [55].

Є і недоліки використання цього методу. Наприклад, коли організація має різноманітний асортимент продукції, планові та звітні показники собівартості готової продукції розраховуються лише для найбільш популярних товарів, коли для інших товарів використовуються стандартні розрахунки. Це може призвести до зниження точності розрахунку планованого прибутку. Також метод прямого розрахунку може бути застосований лише на короткостроковий період, поки не відбувається зміна цін, інфляції та інших зовнішніх факторів. Цей метод не підходить для планування прибутку на річному чи перспективному рівні.

Існує також варіація методу прямого розрахунку, відома як метод асортиментного планування прибутку. В цьому підході прибуток обчислюється для кожної товарної позиції, і результати об'єднуються. Крім цього, до загального прибутку додається прибуток від залишків готової продукції, яка не була реалізована на початку планованого періоду.

2. Аналітичний метод планування. Метод є додатковим інструментом для перевірки контролю планування, і його застосування доцільне в тих випадках, коли організація має різноманітний асортимент товарів.

Цей метод дозволяє визначити вплив окремих факторів на планований прибуток. Основу розрахунків складають витрати на придбаний товар за одиницю (в оптових цінах організації) та сукупні планові показники діяльності організації.

На підставі витрат на 1 грн проводиться планування прибутку за такою формулою:

$$П_{Пл} = ГП_{Пл} * (1 - З_{Пл}), \quad (1.17)$$

де $П_{Пл}$ – прибуток за реалізований товар в плановому періоді;

$T_{пл}$ – вартість товару для подальшого перепродажу в планованому періоді;

$З_{пл}$ – витрати на 1 грн. товарів.

Для здійснення планування прибутку за допомогою базової рентабельності, необхідно передбачити, як відсоток рентабельності продажів з попереднього року вплине на майбутній період, враховуючи збільшення виручки, зниження витрат на закупівлю товарів для перепродажу, зміни асортименту, цінову динаміку та інші фактори, які можуть вплинути на обсяг прибутку [54].

Розрахунок прибутку за рахунок базової рентабельності відбувається в три етапи:

Необхідне виявлення базової рентабельності (P_6) шляхом ділення очікуваного прибутку (Π_6) в прогнозованому періоді на повну собівартість ($СП_6$) за той же період за такою формулою:

$$P_6 = \frac{\Pi_6}{СП_6} \quad (1.18)$$

Обчислення виручки в плановому періоді відбувається за рахунок собівартості звітного року ($С_{пл}$) і виявлення прибутку по проданому товару з урахуванням базової рентабельності.

Потрібно враховувати вплив факторів, що можуть вплинути на запланований прибуток, такі як зміна загальних витрат, зміни в якості та упаковці продукції, зміна асортименту, цінова динаміка. Крім того, слід ретельно моніторити рівень інфляції, оскільки він безпосередньо впливає на зростання або зменшення прибутку [46].

Виручка від реалізації товару може впливати на прибуток як позитивно, так і негативно. Підвищення рентабельності продажів безпосередньо сприяє зростанню прибутку. Відсутність своєчасного контролю за обсягами товарних залишків може призвести до накопичення неліквідних запасів, які завдають збитків організації, в результаті, зменшують прибуток.

Собівартість товару також має прямий вплив на прибуток. Збільшення цін на закупівлю товарів може призвести до зменшення попиту на них та, відповідно, до зменшення прибутку. У випадку успішного ведення переговорів і вибору більш вигідних постачальників за тих самих роздрібних цін, організація зможе збільшити свій прибуток порівняно з попереднім звітним роком.

Аналіз структури товарів може виявити, які групи товарів мають негативний або позитивний вплив на прибуток. Збільшення частки високорентабельної продукції призводить до зростання прибутку, в той час як збільшення нерентабельних товарів може призвести до збитків для організації [39].

Також зміна цін впливає на прибуток: підвищення цін призводить до збільшення прибутку, а зниження цін зменшує прибуток. Розглянемо вплив цих факторів, які мають прямий вплив на планований прибуток, за допомогою наведеної нижче формули:

$$P_{пл} = C_{пл} * P_б \pm \Delta B \pm \Delta C \pm \Delta A \pm \Delta Ц, \quad (1.19)$$

де $P_{пл}$ – планований прибуток майбутніх періодів;

ΔB – зміна цін на товарну продукцію в порівнянних цінах;

ΔC – зміна впливу собівартості товарів для перепродажу;

ΔA – вплив зміни асортименту продукції, що реалізується;

$\Delta Ц$ – вплив зміни цін на продукцію.

Зміна цін також впливає на прибуток: підвищення цін призводить до збільшення прибутку, тоді як зниження цін зменшує прибуток.

3. Комплексний метод (посланого розрахунку) об'єднує метод прямого розрахунку з аналітичним підходом, включаючи використання базової рентабельності та урахування всіх факторів, які впливають на прибуток у планованому періоді. Цей метод може бути застосований в організаціях з обмеженим асортиментом товарів, оскільки розрахунки в інших випадках можуть стати складними.

4. Розрахунок норми прибутку, пов'язаної з вкладенням в капітал, залежить від обороту капіталу та рентабельності активів. Рівень прибутку в організації безпосередньо пов'язаний з обраною стратегією. Цей метод застосовується в ситуаціях, коли організація прагне зберегти поточні досягнуті результати і підвищити рентабельність.

Для визначення необхідного рівня прибутку потрібно оцінити обсяг інвестованого капіталу, вартість запозичених ресурсів, процентну ставку за позиками і норму прибутку капіталу, як це відображено у формулі:

$$П_{пл} = (СК + ЗК) * P_{ашл}, \quad (1.20)$$

де СК – середньорічна вартість власних коштів;

ЗК – середньорічна вартість позикових коштів;

$P_{ашл}$ – рентабельність планового періоду, в частках.

Для визначення необхідного обсягу прибутку, цей обсяг враховується на основі потреб організації у фінансуванні своєї діяльності, соціальному розвитку, виконанні своїх зобов'язань перед державою та створенні додаткових фондів, які передбачені статутом організації.

5. При нормативному методі планування прибутку прибуток у планованому році визначається на основі встановлення єдиного відсотка рентабельності для всієї реалізованої продукції. Цей метод використовується при плануванні прибутку на підприємствах і організаціях, де розрахунок прибутку проводиться на основі фіксованого відсотка від річного обсягу робіт за кошторисними цінами або від загальних прямих та накладних витрат [28].

6. Економіко-математичні методи є основою для розробки економічних моделей планових показників, з урахуванням вивчення їх кількісних залежностей від основних факторів. Суть і зміст економіко-математичного методу в плануванні прибутку полягають у можливості виявлення кількісних зв'язків між фінансовими показниками та факторами, які їх визначають. Ці зв'язки виражаються за допомогою економіко-математичних моделей, які є точним математичним описом

даного економічного процесу, використовуючи математичні символи та методи (рівняння, нерівності, таблиці, графіки та інше).

7. Метод узагальненого розрахунку прибутку ґрунтується на величині витрат на виробництво 1 гривні продукції і може використовуватися на рівні всього підприємства для оцінки прибутку від загального обсягу випуску і реалізації продукції. В цьому методі використовуються дані про виробничі витрати та обсяг реалізації продукції за попередній період, а також передбачається врахування очікуваних змін в них в майбутньому періоді.

8. Методи маржинального аналізу дозволяє повніше вивчити взаємозв'язки між показниками та точніше виміряти вплив факторів на прибуток.

Методика факторного аналізу прибутку передбачає використання наступної моделі.

$$\Pi = \text{VPP} * (p - c), \quad (1.21)$$

де: VPP – фізичний обсяг продажів;

p – вартість реалізації;

c – собівартість одиниці продукції.

Перевага методики маржинального аналізу прибутку у тому, що вона, на відміну традиційної, дозволяє досліджувати і кількісно виміряти як безпосередні, так і опосередковані зв'язки та залежності.

Фінансовий результат діяльності підприємства складається з суми фінансових результатів:

- від реалізації продукції, робіт, послуг;

- інших доходів і витрат.

Відповідно до цих напрямів формується прибуток (збиток):

На сьогоднішній день економічна ситуація у світі змінюється майже щодня.

Підприємствам нестійно потрібно розмірковувати, як максимізувати свій прибуток, розробляючи як тактичні, так і стратегічні плани. Ускладнює це той факт, що в

кожній галузі є свої унікальні особливості у збільшенні прибутку, і немає жодного загального рецепту для досягнення високої рентабельності підприємства.

Отже, можна зробити висновок, що планування прибутку є невід'ємною частиною фінансового планування і важливою складовою фінансово-економічної діяльності на підприємстві. Прибуток планується окремо для кожного виду діяльності підприємства. Під час розробки планів щодо прибутку необхідно не лише враховувати всі фактори, що впливають на можливі фінансові результати, але й, розглядаючи різні варіанти виробничої програми, обирати ту, яка гарантує найбільший прибуток.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ТОВ «КРОАГРО»

2.1 Фінансово-економічна характеристика підприємства

Товариство з обмеженою відповідальністю «КРОАГРО» (ТОВ «КРОАГРО») – це підприємство, яке працює в галузі, яка є найбільш ефективною серед агропромислового комплексу країни та тою, що швидко розвивається.

ТОВ «КРОАГРО» знаходиться за адресою: Україна, 41353, Сумська обл.,

Кролевецький район, с. Буйвалове.

У ТОВ «КРОАГРО» такі види діяльності:

- вирощування зернових культур, бобових культур і насіння олійних культур;
- неспеціалізована оптова торгівля;
- розведення великої рогатої худоби молочних порід;
- торгівля зерном, необробленим тютюном, кормами для тварин та хімічними продуктами, тощо.

ТОВ «КРОАГРО» добре відома споживачам продукції, як надійний і добросовісний виробник продуктів харчування на ринку Сумського регіону. За темпом виробництва сільгосппродукції Сумщина посіла 7 місце у 2021 р. у країні. Відповідно до статистичних даних, у 2021 р. у всіх господарських категоріях Сумського регіону індекс сільськогосподарської продукції склав 98,2% (по свій країні – 95,2%) по відношенню до 2020 року, зокрема, у сільськогосподарських підприємствах регіону – 104,1%, господарствах населення – 94,7% [36].

У 2022 році, не дивлячись на тимчасову окупацію декількох районів Сумської області та постійні обстріли, сільське господарство регіону змогло показати позитивні результати діяльності, в тому числі й ТОВ «КРОАГРО».

У порівнянні з конкурентами продукція ТОВ «КРОАГРО» на ринку Сумської області має незаперечну перевагу у широкому асортименті продукції,

НУБІП України

якості;
популярності продукції;
міцних зв'язках з постачальниками.

Мета ТОВ «КРОАГРО» – випустити якомога більше якісної продукції для задоволення потреб пересічного споживача і стати високотехнологічним підприємством, що забезпечує 20% прибутку за вкладені активи.

Одним з важливих елементів при аналізі діяльності підприємства є структура управління, що представляє собою упорядковану сукупність самостійних органів управління, що знаходяться в певному взаємному зв'язку і співдирядності, і об'єднані комунікаційними каналами.

ТОВ «КРОАГРО» використовує лінійно-функціональну управлінську структуру (рис. 2.1). Дана управлінська структура допомагає більш серйозно підготувати рішення та плани, що пов'язані зі спеціалізацією персоналу; дозволяє залучити консультантів й експертів. Проте, одночасно, у такої структури є й недоліки, зокрема, відсутність тісних взаємозв'язків та взаємодії на горизонтальному рівні між підрозділами; недостатньо чітко визначена відповідальність тощо.



Рис. 2.1. Організаційна структура ТОВ «КРОАГРО»

ТОВ «КРОАГРО» експортує товари в наступні країни: Болгарія, Молдова, Польща та ін. (рис. 2.2)

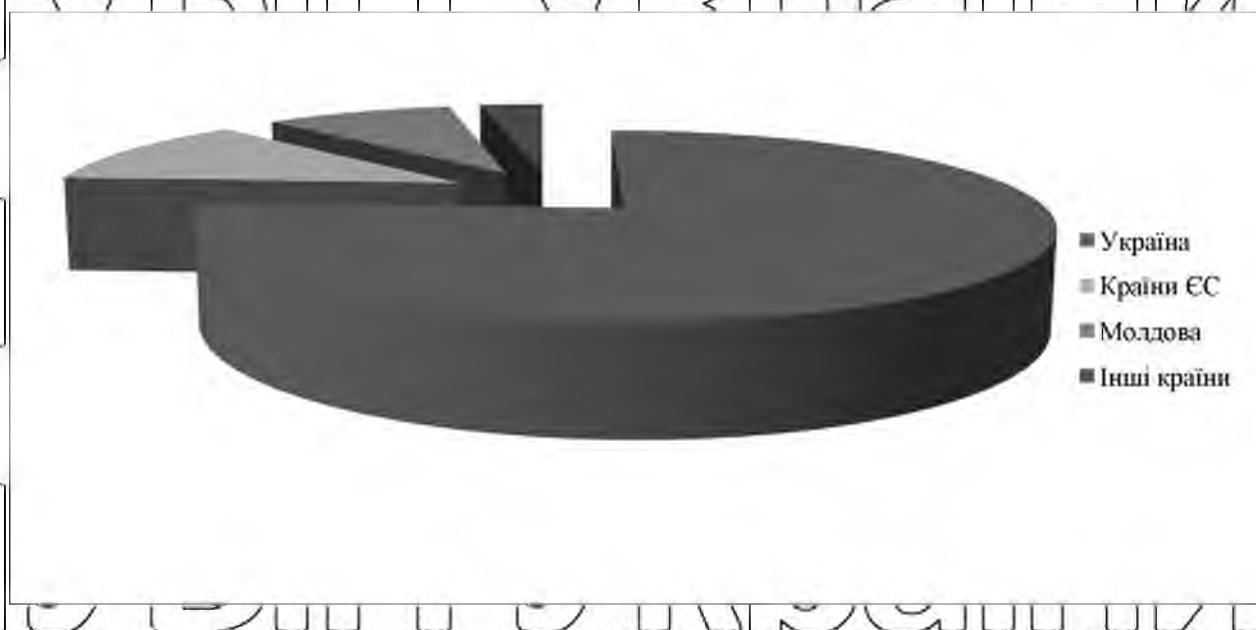


Рис. 2.2. Ринки збуту ТОВ «КРОАГРО» у 2022 р., %

На всю продукцію компанії видається сертифікат походження товару для країн СІД – (СТ-1) і Certificate of Original (FORM-A) – для країн Європи. Аудит якості щорічно підтверджується сертифікатом ІSO-9001-2001.

Оцінка конкурентоспроможності показує, що ТОВ «КРОАГРО» є цілком конкурентоспроможним підприємством. Для того, щоби здійснити оцінку конкурентоспроможності, було опитано менеджерів підприємства. Фахівці визначили найбільш вагомими показниками якість товару (35%), ціну товару (25%), маркетинг і менеджмент (15%) та якість обслуговування (10%). Далі за 100 бальною оцінкою експертами було поставлено бали кожній характеристиці.

На основі експертної оцінки визначимо відносні якісні показники ТОВ «КРОАГРО» та його конкурентів (табл. 2.1).

Результати аналізу свідчать, що ТОВ «КРОАГРО» має гарні позиції у порівнянні з його конкурентами. Так, загальна оцінка розрахованих показників для ТОВ «КРОАГРО» дорівнює 362 бали, тоді як у ТОВ «ЗЕРНЕ» – 374 бали; а у ПРАТ «Сад» – 360 бали. Наочне представлення отриманих результатів щодо радарів обраних підприємств зображене на рис. 2.3.

Таблиця 2.1

Оцінка відносних якісних показників діяльності ТОВ «КРОАГРО» для побудови конкурентного профілю підприємства.

Характеристики	Вага показн., %	ТОВ «ЗЕРНЕ»		ТОВ «КРОАГРО»		ПрАТ «Сад»	
		Бали	Оцінка	Бали	Оцінка	Бали	Оцінка
1. Ціна товару	25	80	22,5	85	21,25	65	15
2. Якість товару	35	84	29,4	70	24,5	75	26,25
3. Маркетинг	15	45	6,75	65	9,75	75	11,25
4. Менеджмент	15	70	10,5	60	9,00	70	10,5
5. Якість обслуговування	10	95	9,5	82	8,2	75	7,5
Разом		374	78,65	362	72,70	360	70,50
Рейтинг			I		II		III

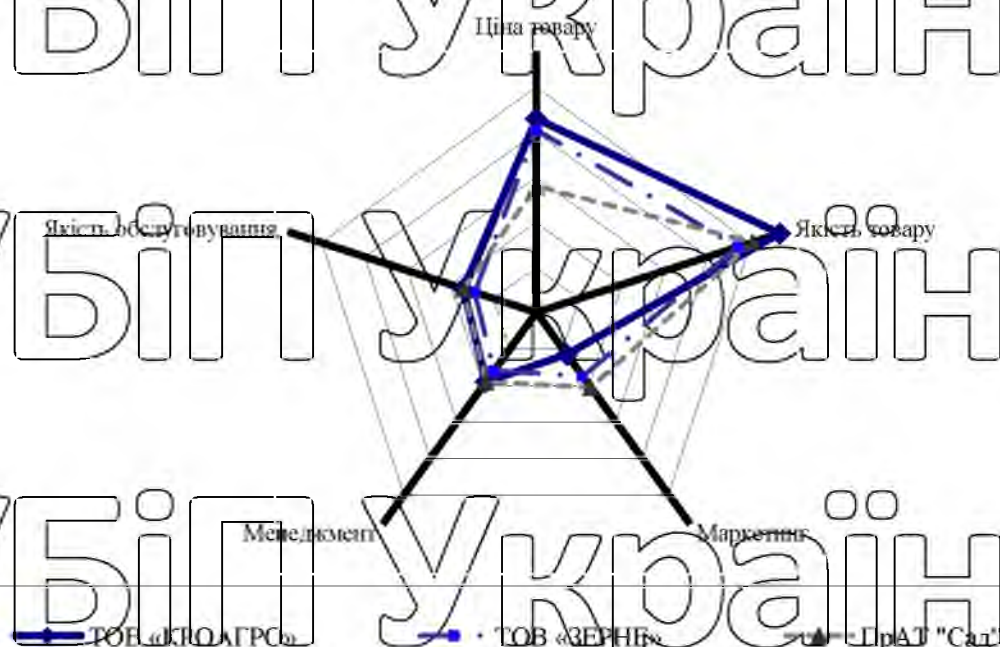


Рис. 2.3. Радар конкурентоспроможності ТОВ «КРОАГРО» та його конкурентів

Таким чином, ТОВ «КРОАГРО» є достойним конкурентом, про що свідчить великі значення показника різня конкурентоспроможності.

Управління підприємницькою діяльністю підприємства повинно враховувати вплив факторів зовнішнього середовища на діяльність ТОВ «КРОАГРО». Для виявлення таких факторів було застосовано PEST-аналіз та SWOT-аналіз.

У даний час в Україні склалася не зовсім сприятлива економічна ситуація. Відбувається падіння платоспроможності споживачів, а значить і попиту на продукцію ТОВ «КРОАГРО». Валютний курс прямим чином впливає на ціну продукції, адже значна частина сировини та матеріалів закуповується за кордоном. Отже, підвищення валютного курсу євро та долара має негативний вплив на функціонування підприємства, і це змушує його шукати оптимальну цінову стратегію, яка зберегла би прибуток на попередньому рівні, при цьому незначно знижуючи попит. Наразі також спостерігається збільшення інфляції, що призводить до депреціації запасів сировини, напівфабрикатів, комплектуючих, готівки тощо. Це вимагає, щоб підприємство знайшло джерело для поповнення оборотних коштів. Крім того, зростання витрат на виробництво та реалізацію продукції призводить до підвищення цін на продукцію, що, у свою чергу, може зменшити попит на неї. Нестабільність українського податкового законодавства створює значні податкові ризики, які можуть зростати чи зменшуватися в залежності від дій законодавчої та виконавчої влади.

Діяльність ТОВ «КРОАГРО», як і усіх інших вітчизняних підприємств, об'єктивно пов'язана з політико-економічними ризиками, які можуть виникнути у майбутньому та вплинути на здатність ТОВ «КРОАГРО» виконувати свої зобов'язання та на вартість її активів загалом. Внутрішній ринок та діяльність ТОВ «КРОАГРО» постійно піддані впливу політичних подій та прийнятих рішень, і керівництво компанії повинно слідкувати за прийнятими рішеннями та законами України, а також місцевими органами влади.

Після оцінки кожного фактору, були отримані наступні результати: зважена оцінка політичного фактору становить 1,55; соціального – 2,5, економічного – 2,3; технологічного – 2,05.

Аналіз отриманих даних показав, що більше уваги слід приділити оцінці впливу економічних та політичних факторів на підприємство. При цьому політичний та економічний фактори в сумі мають меншу оцінку, ніж технологічний і соціальний фактори, хоча вони мають найбільший вплив на підприємство. Це свідчить про економічну та політичну стабільність даного підприємства на ринку України. Загальна оцінка чотирьох факторів складає 8,3. Якщо оцінювати їх вплив за двадцятибальною шкалою, можна зазначити, що ТОВ «КРОАГРО» є досить розвиненим підприємством, яке вчасно реагує на поточні та передбачувані впливи зовнішнього середовища і може знизити їх до мінімуму. Це випливає з використання даної шкали та аналізу даних. Згідно з якими підприємство опинилося в зоні помірної впливу факторів зовнішнього середовища на свою діяльність, ТОВ «КРОАГРО» повинно провести аудит зовнішнього середовища, надаючи особливу увагу тим факторам, які отримали найвищі зважені оцінки: демографічному та економічному.

Підвести підсумки і оцінити становище підприємства можна за допомогою SWOT-аналізу (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

SWOT-аналіз ТОВ «КРОАГРО»

S – strength	W – weakness
<ul style="list-style-type: none"> – висока якість продукції; – досвідчений персонал; – вигідне географічне місце розташування; – ціни нижчі, ніж у конкурентів; – широкий асортимент продукції 	<ul style="list-style-type: none"> – немає чіткого стратегічного розвитку; – застаріле устаткування; – відсутність рекламної активності
O – opportunity	OT – threats
<ul style="list-style-type: none"> – ослаблення позицій фірм-конкурентів; – розширення асортименту продукції для задоволення більших потреб споживачів; – розширення експорту продукції; – закупівля вітчизняної та закордонної техніки для обробки землі; – удосконалення існуючого процесу виготовлення продукції; – формування стратегії розвитку 	<ul style="list-style-type: none"> – загострення конкуренції; – технологічне відставання; – несприятливе політико-економічне становище; – недостатність державної підтримки галузі; – зростання витрат виробництва

Аналіз показав, що ТОВ «КРОАГРО» має як можливості для розвитку, так і загрози, у підприємства існують як сильні, так і слабкі сторони. Зокрема, до сильних сторін можна віднести: досвідчений персонал, виробництво якісної продукції та вигідне географічне розташування. Продукція, виготовлена ТОВ «КРОАГРО», є надійною, якісною і екологічно безпечною. Ціни на продукцію ТОВ «КРОАГРО» також є конкурентоспроможними. Важливо звернути увагу на аспекти збуту та маркетингу товарів на ринку. Враховуючи ці сильні сторони, підприємство має потенціал для збільшення обсягів виробництва, впровадження сучасних технологій у виробництво, підвищення кваліфікації персоналу та інші можливості. Ретельно розроблена маркетингова кампанія може сприяти ефективному виведенню продукції на ринок інших регіонів та закордонних ринків.

Також дослідження показало, що розширити зараз виробництво немає можливості, але є кілька напрямів розвитку підприємства для збільшення прибутковості:

- заповнення поточної ринкової ніші;
- пошук можливостей збільшення обсягу реалізації за допомогою сучасного інтернет-сайту.

Отже, на основі проведеного аналізу підприємства, можна зробити висновок, що слабкими сторонами підприємства є недостатній власний досвід реклами, відсутність можливості впливати на постачальників, а також розподіл вищим керівництвом ресурсів та кадрів. Можливостями ТОВ «КРОАГРО» є розширення каналів збуту та виробництва, постачання товарів до інших міст та країн, підвищення купівельної спроможності та, як наслідок, збільшення попиту.

Основні економічні показники діяльності ТОВ «КРОАГРО» за період 2020 – 2022 рр., розраховані на основі Додатку А та Б, представлені у таблиці 2.3

Таблиця 2.3

Динаміка показників господарської діяльності ТОВ «КРОАГРО», тис. грн.

Показники	Період, роки			Відхилення, +/-	
	2020	2021	2022	2021 / 2020	2022 / 2021
Чистий дохід від реалізації продукції	156009	156450	164525	441,0	8075,0
Собівартість реалізованої продукції	144405	145306	152907	901,0	7601,0
Валовий прибуток	11604,0	11144,0	11618,0	-460,0	474,0
Адміністративні витрати	1958,0	1357,0	463,0	-601,0	-894,0
Витрати на збут	8042,0	8643,0	8937,0	601,0	294,0
Інші операційні витрати	604,0	166,0	266,0	-438,0	100,0
Фінансовий результат від операційної діяльності	1604,0	1144,0	2218,0	-460,0	1074,0
Інші фінансові доходи	70,0	20,0	43,0	-50,0	23,0
Фінансовий результат до оподаткування	1070,0	998,0	1995,0	-72,0	997,0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	184	191	253,0	7,0	62,0
Чистий прибуток	886,0	807,0	1742,0	-79,0	935,0

Дані таблиці 2.3 відбивають як позитивну, так і негативну динаміку економічних показників ТОВ «КРОАГРО» за підсумками 2020-2022 рр. Так, чистий дохід від реалізації продукції за досліджуваний період збільшився на 8516 тис. грн. У порівнянні з 2021 роком чистий дохід від реалізації продукції збільшився на 8075 тис. грн. Для наочності зобразимо у вигляді діаграми динаміку доходів підприємства ТОВ «КРОАГРО» за період 2020-2022 рр. (рис. 2.4). Негативним результатом діяльності є збільшення собівартості на 7601,0 тис. грн. у порівнянні з 2021 р. За два роки собівартість на 8502 тис. грн. (рис. 2.5).



Рис. 2.4. Динаміка доходів ТОВ «КРОАГРО» за 2020-2022 рр.

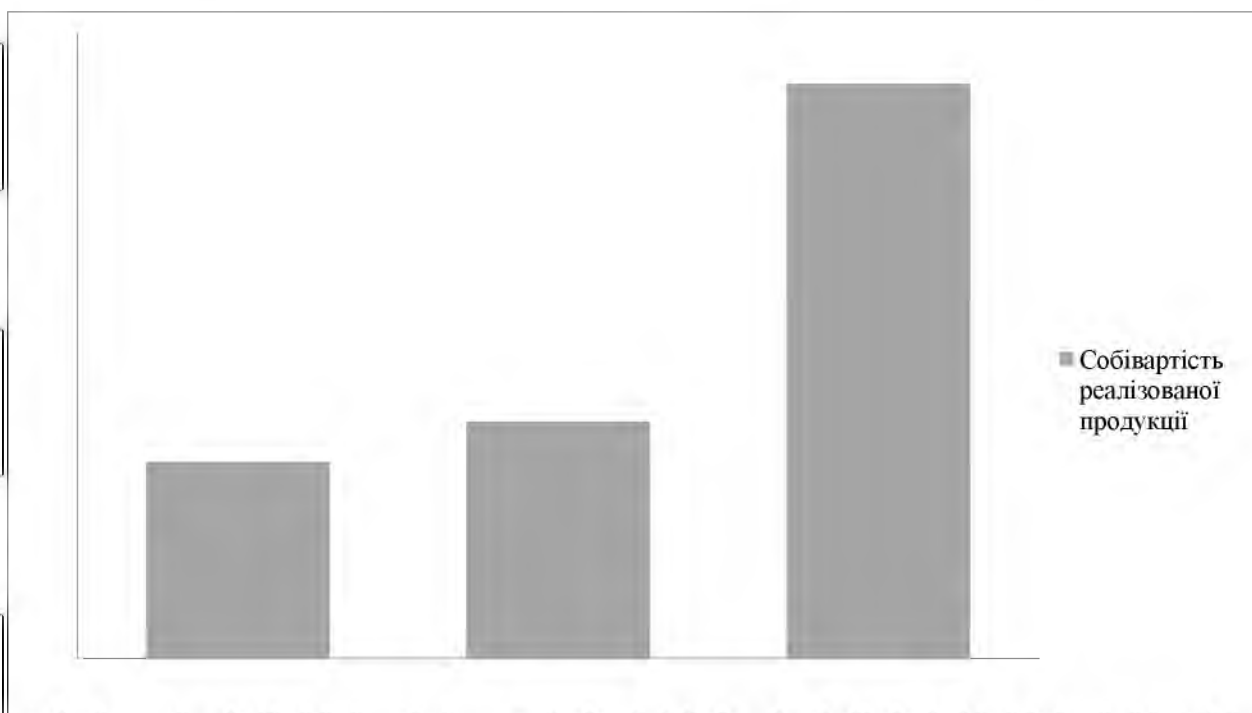


Рис. 2.5. Динаміка собівартості ТОВ «КРОАГРО» за 2020-2022 рр.

З даних таблиці видно, що у 2022 р. у порівнянні з 2021 роком зросли витрати на збут та інші операційні витрати – на 294 тис. грн. та 100 тис. грн. відповідно (рис. 2.6). Це сталося за рахунок збільшення обсягів закупівлі

продукції, а також зростання закупівельних цін. Адміністративні витрати зменшилися на 894 тис. грн. за рік.

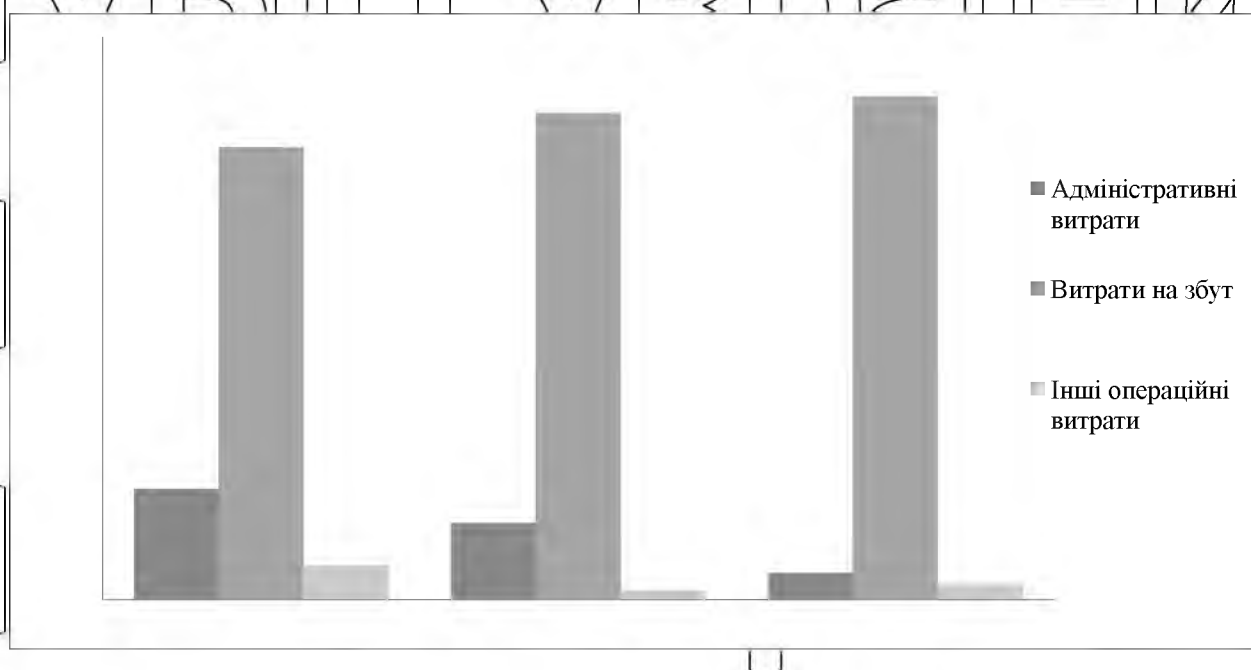


Рис. 2.6. Динаміка операційних витрат компанії ТОВ «КРОАГРО»

Отже, аналіз основних економічних показників діяльності ТОВ «КРОАГРО» за період 2020 – 2022 рр. виявив нестабільну динаміку показників доходів та витрат. У 2022 р. щодо даних 2020 р. зросли усі розглянуті показники.

2.2 Аналіз стану та динаміки прибутку ТОВ «КРОАГРО»

В умовах ринкової економіки та прибутковість є основним показником, що характеризує результати фінансово-економічної діяльності підприємства. Показниками прибутку є: валовий прибуток, прибуток від продажів, прибуток до оподаткування та чистий прибуток.

Щодо показників прибутку ТОВ «КРОАГРО», то за досліджуваний період валовий прибуток збільшився на 14 тис. грн., а у порівнянні з 2021 р – на 474,0 тис. грн. Фінансові результати також зросли, що є позитивним результатом діяльності підприємства: від операційної діяльності – на 1074 тис. грн., прибуток до оподаткування – на 997 тис. грн. (рис. 2.7).



Рис. 2.7. Динаміка видів прибутку ТОВ «КРОАГРО»

Показник чистого фінансового результату показує, що ТОВ «КРОАГРО» є прибутковим підприємством. Чистий прибуток у 2022 р. збільшився на 935 тис. грн. у порівнянні з 2021 р., а за два роки – виріс на 856 тис. грн.

Проілюструємо темпи зростання доходів та витрат ТОВ «КРОАГРО» за 2020-2022 роки (рис. 2.8).

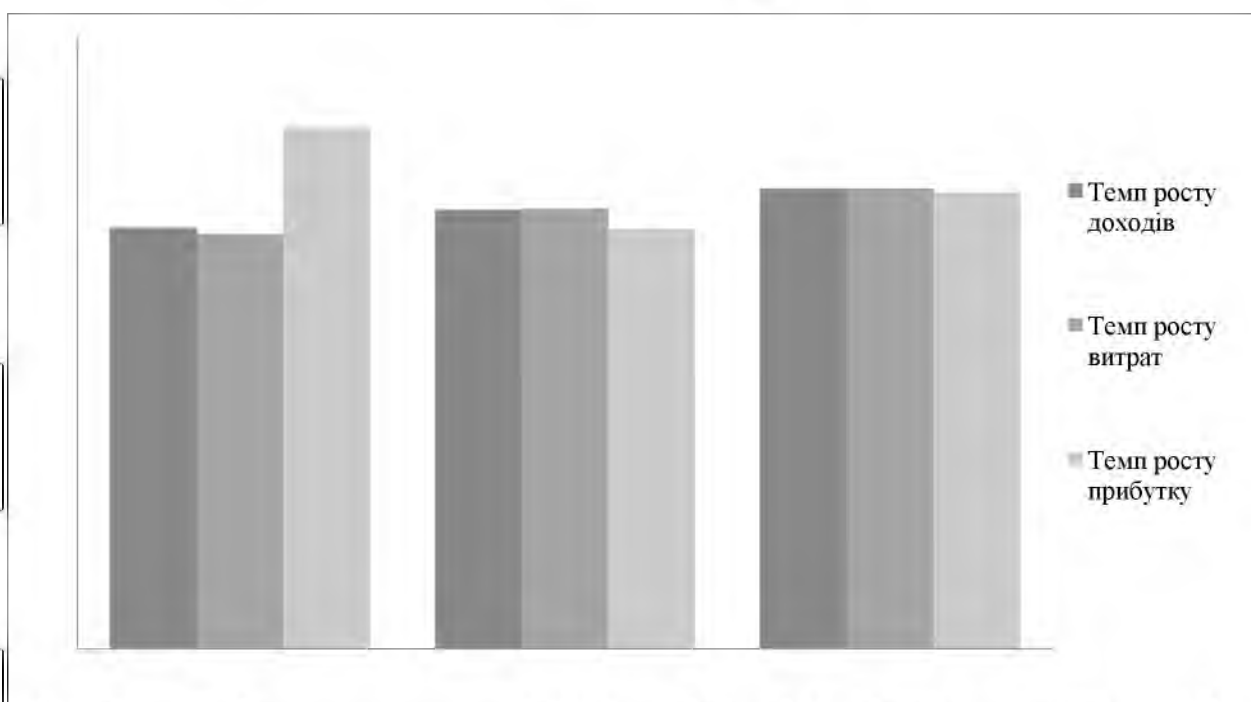


Рис. 2.8. Темп зростання доходів та витрат ТОВ «КРОАГРО», %

Діаграма на рисунку 2.8 показує збільшення темпів зростання доходів та витрат ТОВ «КРОАГРО» за досліджуваний період, крім показника темпу зростання прибутку, він у 2021 р. знизився на 23,1% у порівнянні з 2020 р., а в 2022 р. виріс на 8,3%.

Розрахуємо структуру доходів та витрат ТОВ «КРОАГРО» за період 2020-2022 рр. (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Структура доходів та витрат ТОВ «КРОАГРО», %

Показники	Період, роки		
	2020	2021	2022
ДОХОДИ			
Виручка від реалізації продукції	99,96	99,99	99,97
Інші доходи	0,04	0,01	0,03
Всього	100	100	100
ВИТРАТИ			
Собівартість реалізованої продукції	93,2	93,5	94,1
Витрати на збут	5,2	5,5	5,5
Адміністративні витрати	1,2	0,9	0,3
Інші витрати	0,4	0,1	0,1
Всього	100	100	100

На рис. 2.9, 2.10 зображено структуру доходів та витрат ТОВ «КРОАГРО» за період 2020-2022 рр.

Основну частку доходів ТОВ «КРОАГРО» становить прибуток від продажів, інші доходи компанії досить невеликі.

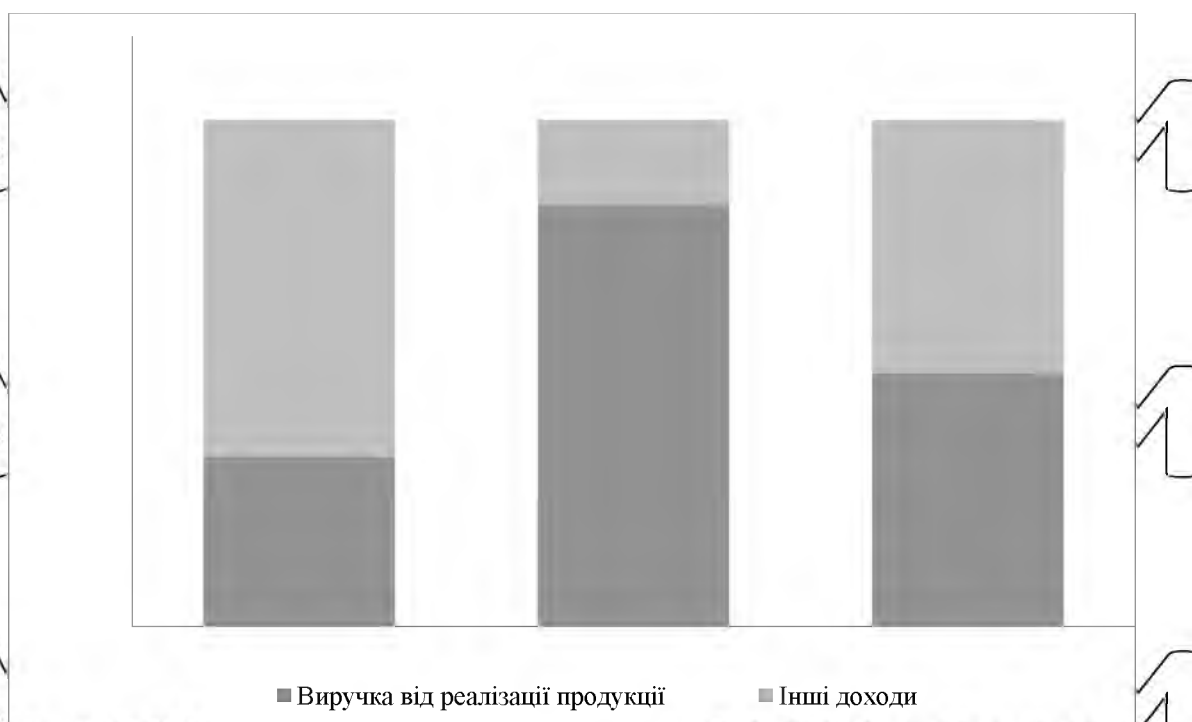


Рис. 2.9. Структура доходів ТОВ «КРОАГРО», %

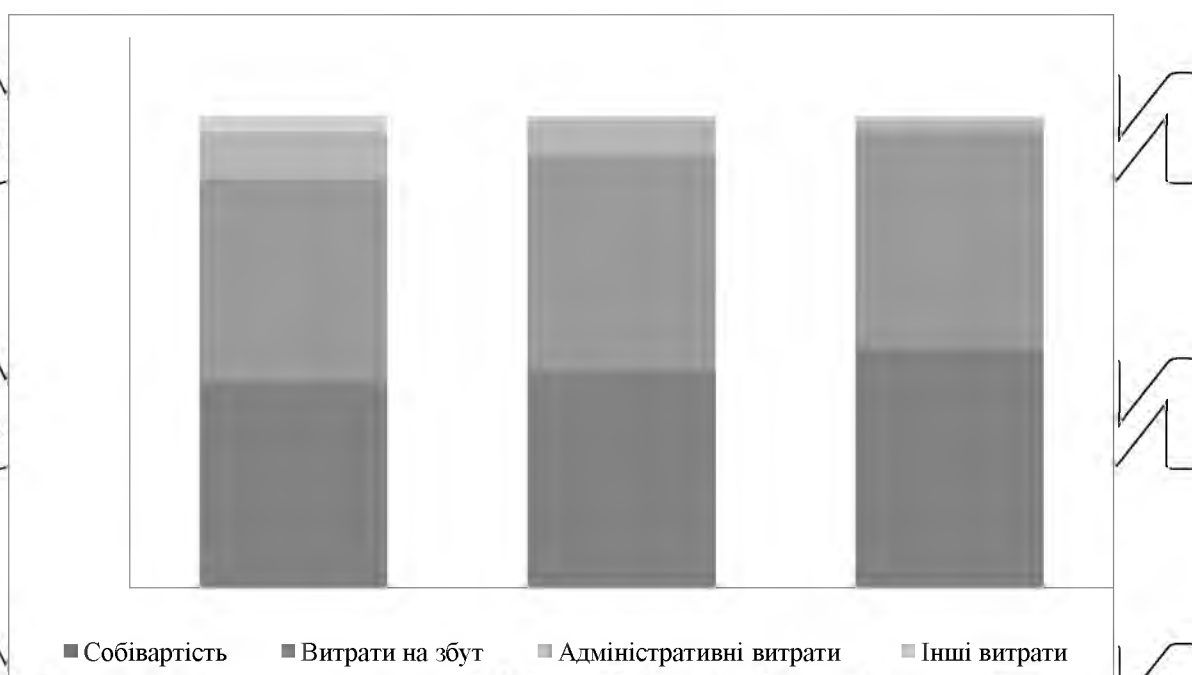


Рис. 2.10. Структура витрат ТОВ «КРОАГРО», %

Темп зростання виручки та собівартості ТОВ «КРОАГРО» за період 2020-2022 рр. представлений на рис. 2.11.

НУБІП України

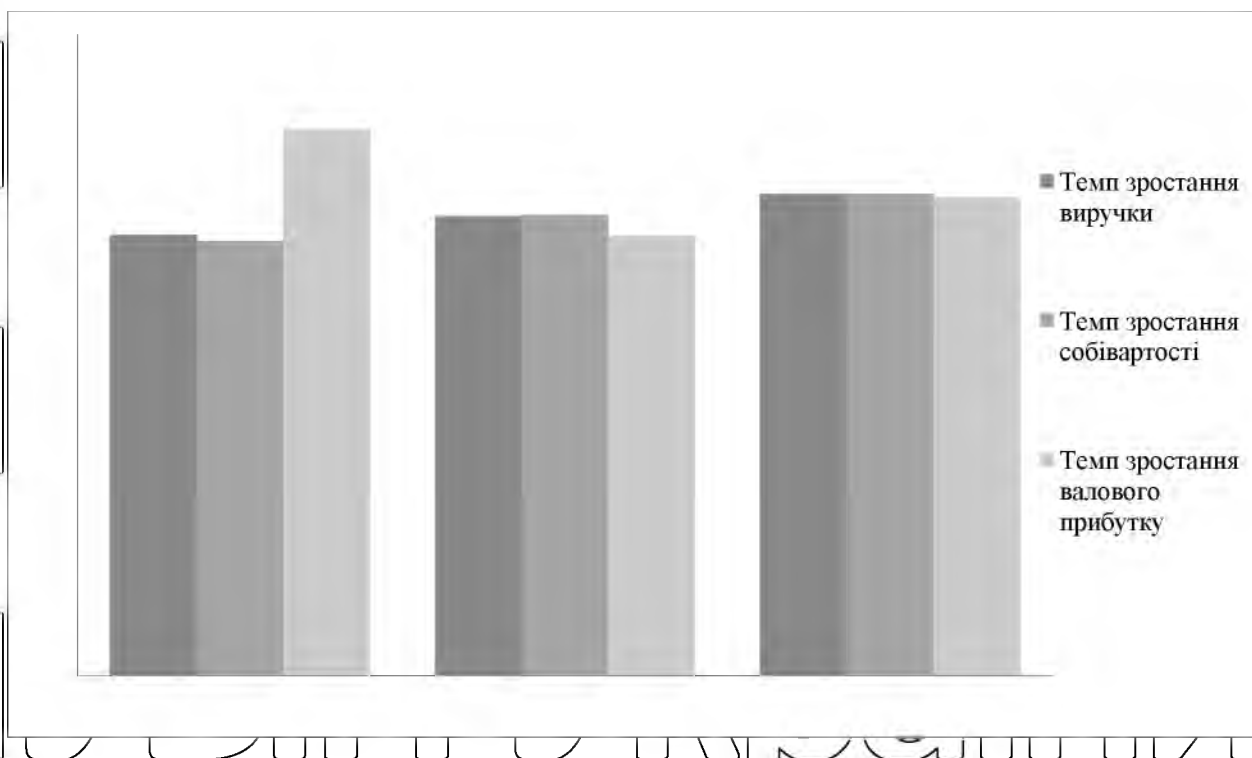


Рис. 2.11. Темп зростання виручки та собівартості продажів ТОВ «КРОАГРО»

Проведемо аналіз темпу зростання комерційних та управлінських витрат ТОВ «КРОАГРО» за період 2020-2022 рр. (рис. 2.12).

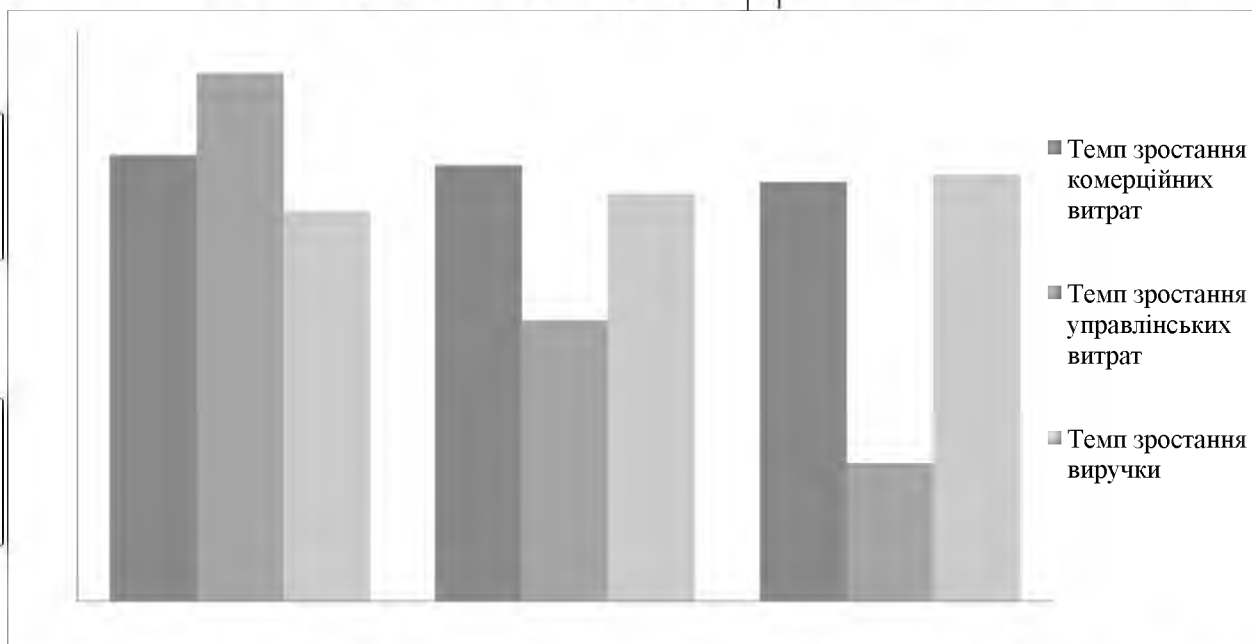


Рис. 2.12. Темпи зростання комерційних та управлінських витрат ТОВ «КРОАГРО»

Як видно з рис. 2.12, темп зростання комерційних та управлінських витрат за досліджуваний період знизився.

Розглянемо структуру комерційних та управлінських витрат ТОВ «КРОАГРО» за період 2020-2022 рр. (рис. 2.13, 2.14).

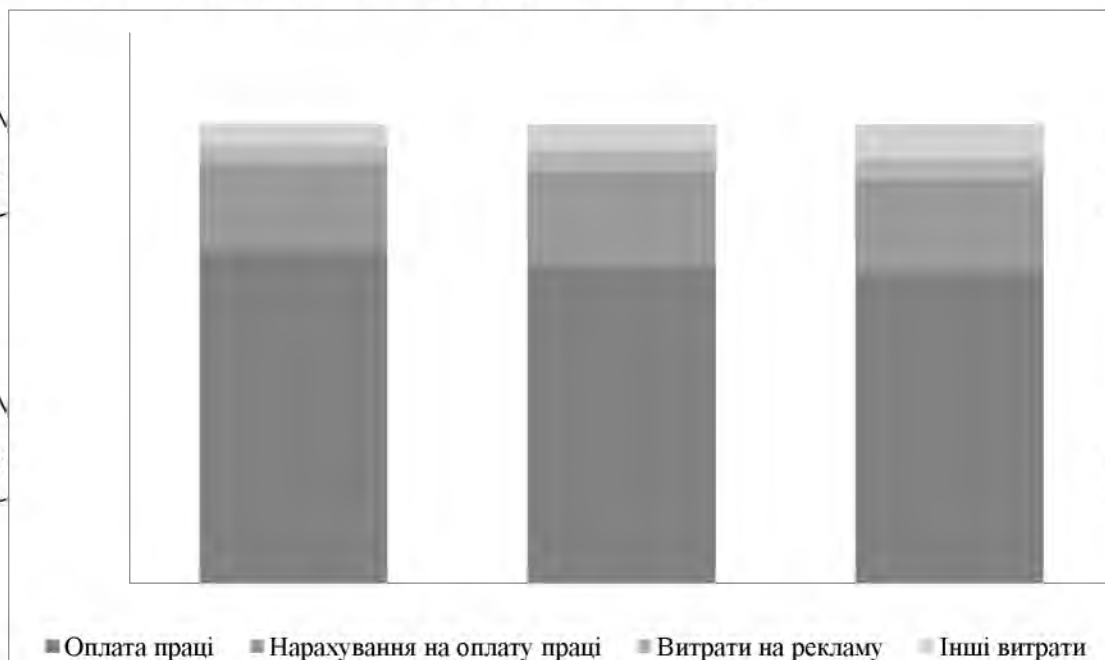


Рис. 2.13. Структура комерційних витрат ТОВ «КРОАГРО» %

Отже, основну частку в структурі комерційних витрат підприємства займає

оплата праці

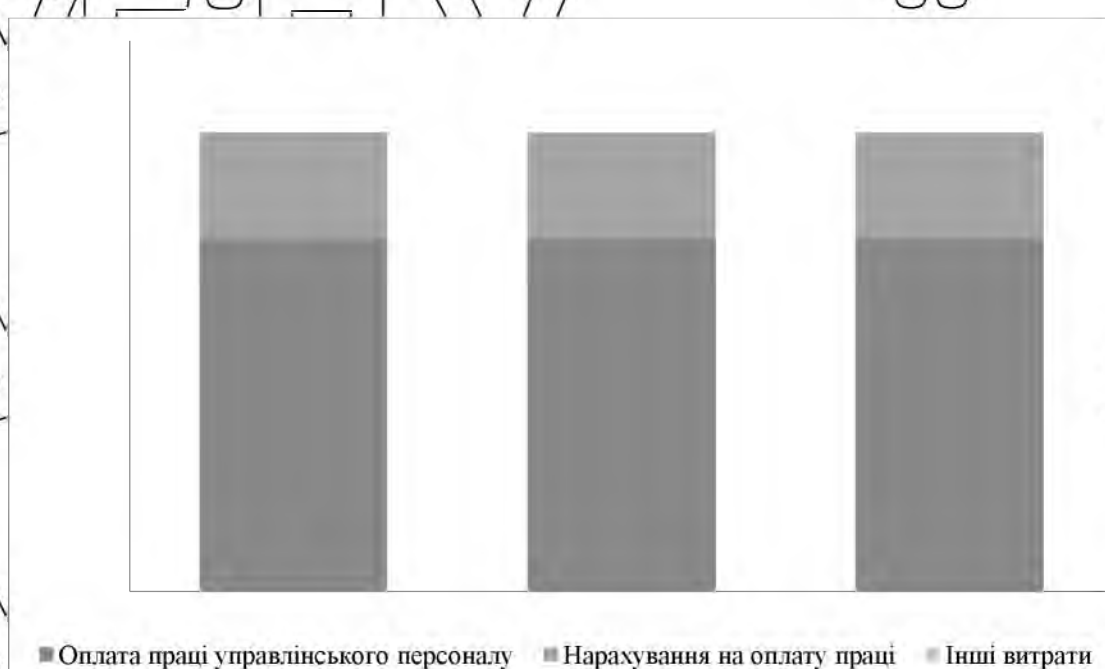


Рис. 2.14. Структура адміністративних витрат ТОВ «КРОАГРО», %

Основну частку в структурі управлінських витрат підприємства займає оплата праці управлінського персоналу.

Таким чином, доходи ТОВ «КРОАГРО» зросли на 2377 тис. грн., витрати – на 944 тис. грн., це сталося за рахунок збільшення обсягів закупівлі продукції, а також зростання закупівельних цін, в результаті прибуток до оподаткування збільшився на 1433 тис. грн. Також спостерігається збільшення темпів зростання доходів та витрат ТОВ «КРОАГРО» за досліджуваний період, крім показника

темпу зростання прибутку, він в 2021 р. знизився на 23,1% щодо 2020 р., а в 2022 р. зріс на 8,3%. Основну частку доходів становить прибуток від продажів, інші доходи компанії досить невеликі. Спостерігається зростання комерційних витрат

ТОВ «КРОАГРО» за досліджуваний період на 1617 тис. грн. За три роки адміністративні витрати знизилися на 1495 тис. грн. Темп зростання комерційних та адміністративних витрат за досліджуваний період знижується. Основну частку структури адміністративних витрат підприємства займає оплата праці управлінського персоналу.

2.3 Оцінка ефективності управління прибутком підприємства

Одним із найважливіших методологічних питань в маржинальному аналізі є визначення беззбиткової діяльності підприємства на основі визначення запасу фінансової міцності. Запас фінансової міцності – це показник фінансової стійкості підприємства, який визначає до якого рівня підприємство може зменшити своє виробництво, не зазнаючи при цьому збитків. Чим вище цей показник, тим стійкішим є підприємство, і тим менш ймовірний для нього ризик втрат та зменшення прибутку.

Проведемо аналіз запасу фінансової міцності ТОВ «КРОАГРО», результати оформимо у вигляді таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Визначення запасу фінансової міцності ТОВ «КРОАГРО», тис. грн.

№	Показник	Значення, тис. грн.		
		2020	2021	2022
1	Виторг від продажів	156079,0	156457,0	163725,0
2	Змінні витрати	141205,0	145306,0	142067,0
3	Маржинальний дохід	14874,0	11151,0	21658,0
4	Рівень маржинального доходу, %	9,53%	7,13%	13,23%
5	Прибуток від продажу	1604,0	1144,0	2218,0
6	Мостійні витрати	13270,0	10007,0	19440,0
7	«Критична точка» обсягу продажів	139247,6	140405,8	146957,9
8	Запас фінансової міцності	16831,4	16051,2	16767,1
9	Рівень запасу фінансової міцності в обсязі продажів, %	10,78%	10,26%	10,24%

Запас фінансової міцності показує, що у ТОВ «КРОАГРО» обсяг продажу може знизитися приблизно на 10%, щоб підприємству вдалося уникнути збитків.

Зобразимо на діаграмі «критичний» (беззбитковий) обсяг продажів (рис. 2.15).

Мінімально необхідна підприємству виручка від продажів, що дозволяє в несприятливих умовах понести на його продукцію забезпечити беззбитковість продажів, становить у 2022 р. 146957,9 тис. грн. і є найбільшою за весь період, що досліджується.

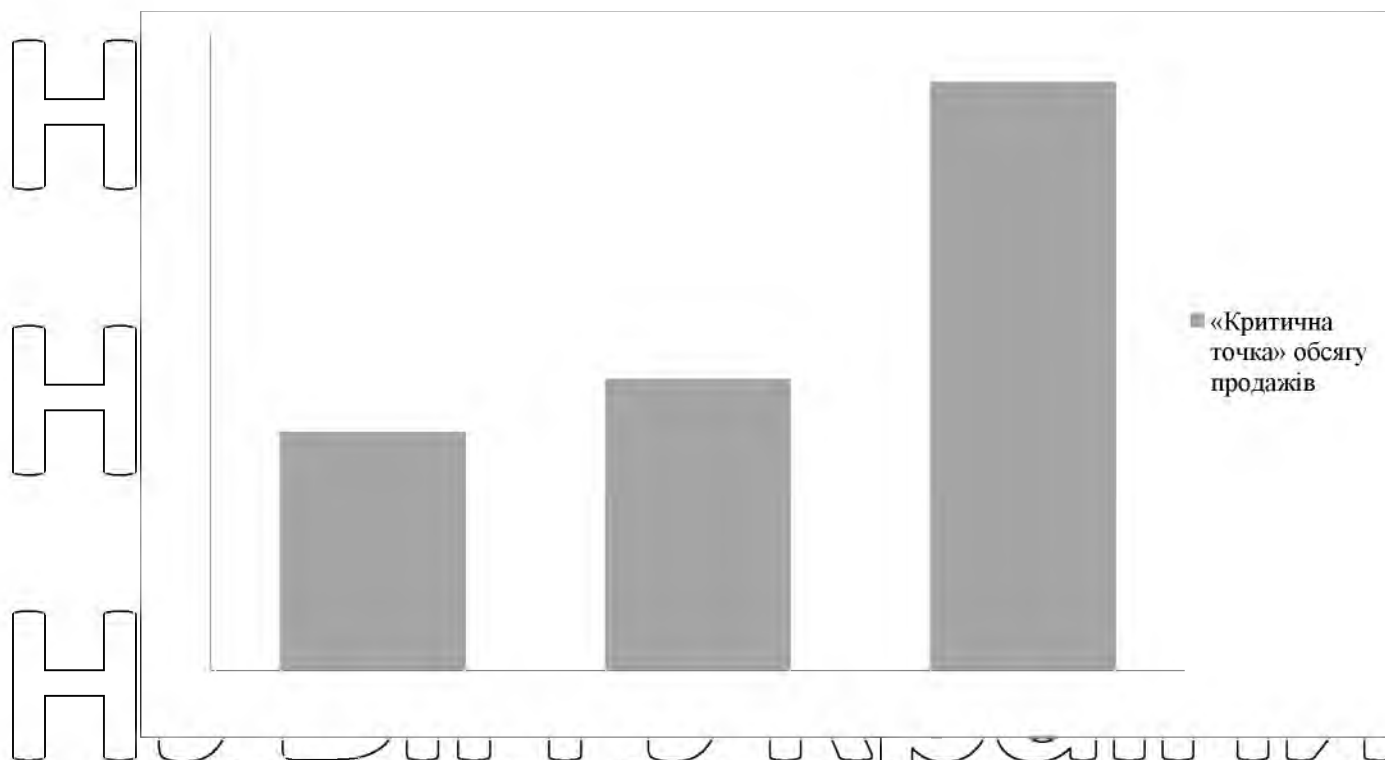


Рис. 2.15. «Критичний» (беззбитковий) обсяг продажів ТОВ «КРОАГРО»

Запас фінансової міцності ТОВ «КРОАГРО» досить низький, лише на рівні 10%, а нормативне значення становить 60-70%. (рис. 2.16)

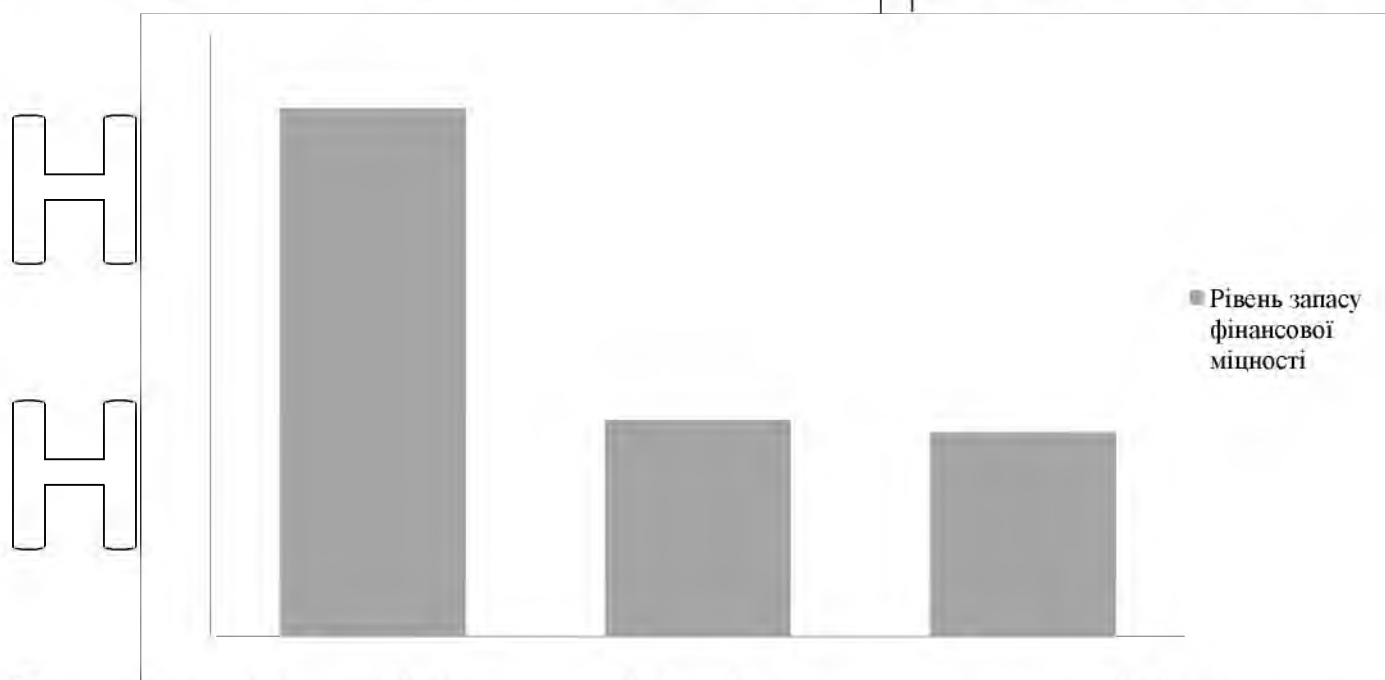


Рис. 2.16 Рівень запасу фінансової міцності ТОВ «КРОАГРО»

Проведемо аналіз формування чистого прибутку ТОВ «КРОАГРО» за період 2020-2022 рр. Темпи зростання показників прибутку представлені на рис. 2.17.

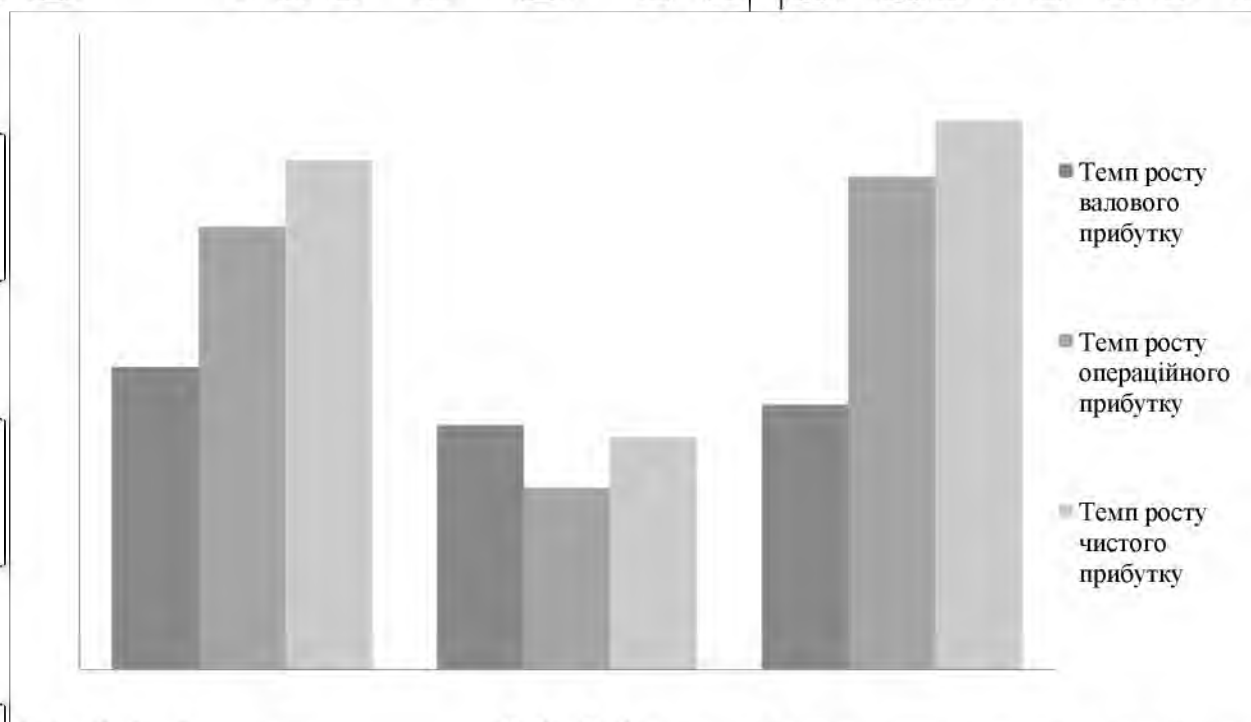


Рис. 2.17. Темпи зростання видів прибутку ТОВ «КРОАГРО»

У 2021 р. спостерігалось зниження темпів зростання показників прибутку ТОВ «КРОАГРО», проте у 2022 р. спостерігається позитивна динаміка даних показників.

Далі проведемо аналіз рентабельності діяльності підприємства (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Аналіз показників рентабельності ТОВ «КРОАГРО»

Показник	2020	2021	2022	Абс. зміна за період	
				2022/2020	2022/2021
Рентабельність продажів	1,03	0,73	1,35	0,32	0,62
Рентабельність продукції	7,4	7,1	7,1	-0,3	0
Рентабельність активів	1,09	1,07	2,87	1,78	1,80
Рентабельність власного капіталу	21,01	16,07	30,96	9,95	14,89

Рентабельність продажів визначає, скільки гривень прибутку отримано підприємством внаслідок реалізації продукції на одну гривню виручки (рис. 2.18).

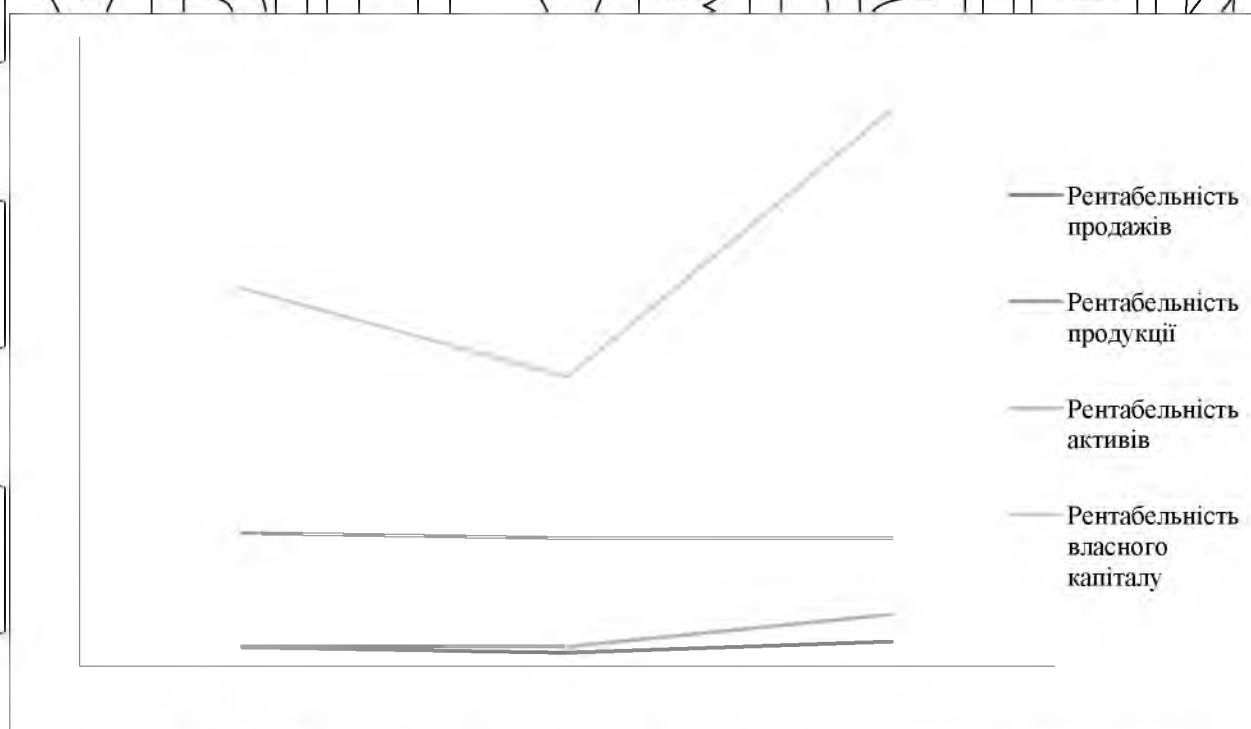


Рис. 2.18. Динаміка показників рентабельності ТОВ «КРОАГРО»

В цьому випадку відзначається зростання показника у 2022 р. по відношенню до 2021 р. на 0,62%, що є позитивним результатом, проте показники рентабельності продажів за весь період, що досліджується, досить низькі. Зниження показника рентабельності продукції свідчить про погіршення ефективності реалізації продукції ТОВ «КРОАГРО».

Рентабельність активів підприємства характеризує ефективність використання всього майна підприємства. Зростання показника на 1,7% свідчить про зростання попиту на товари ТОВ «КРОАГРО» у 2022 р.

У 2022 р. показник рентабельності власного капіталу найбільший за весь період і становить 30,96%, його зростання по відношенню до попереднього періоду становило 14,89%. Чим вище рентабельність власного капіталу, тим краще. Це найважливіший фінансовий показник віддачі будь-якого інвестора, власника бізнесу, що показує, наскільки ефективно використали вкладений у справу капітал.

Далі проаналізуємо показники ділової активності (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Динаміка показників ділової активності ТОВ «КРС АГРО»

№	Показники	2020	2021	2022	Відхилення 2022/2020 рр. +/-
1.	Оборотність активів (оборотів), ресурсовіддача	1,927	2,080	2,709	0,782
3.	Коефіцієнт оборотності оборотних коштів (оборотів)	1,951	1,993	2,050	0,099
4.	Період одного обороту оборотних коштів (днів)	184,501	180,612	175,618	-8,883
5.	Коефіцієнт оборотності власного капіталу	36,986	31,159	29,244	-7,743
6.	Коефіцієнт оборотності запасів (оборотів)	4,341	3,946	3,687	-0,654
7.	Період одного обороту запасів (днів)	82,933	91,237	97,635	14,702

З табл. 2.7 видно, що ресурсовіддача збільшилася на 0,782 за два роки, також збільшився коефіцієнт оборотності оборотних коштів на 0,099, інші коефіцієнти ділової активності зменшилися (рис. 2.19).

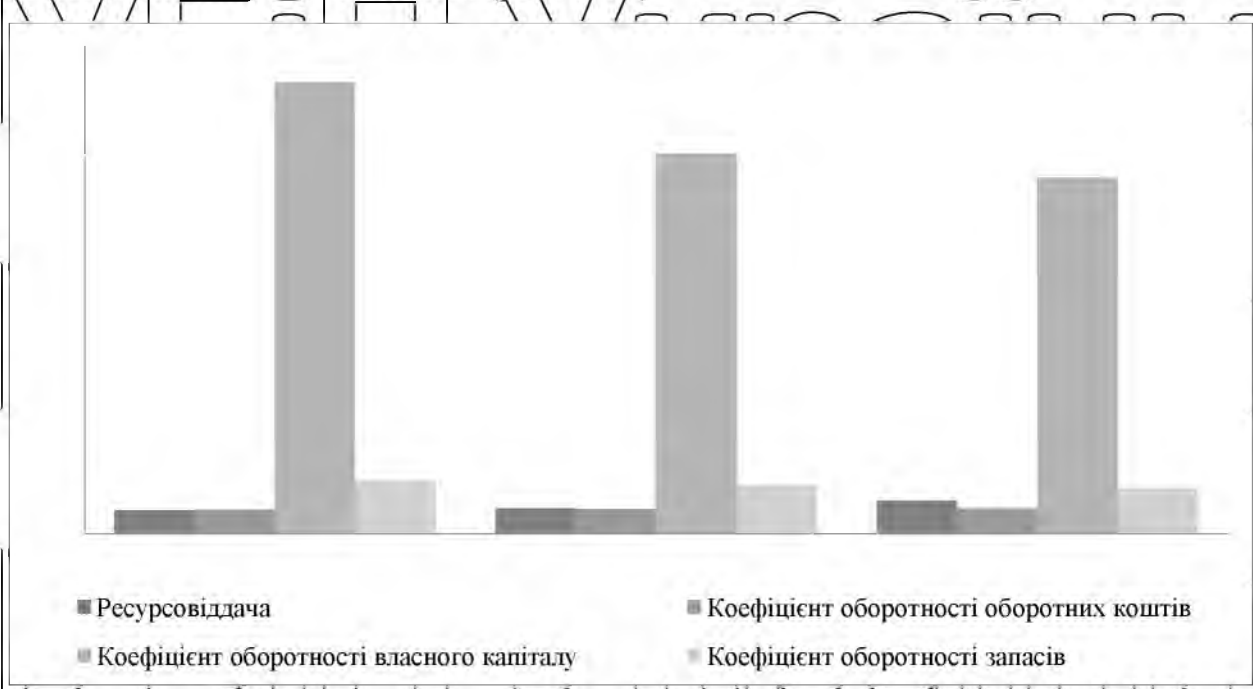


Рис. 2.19. Динаміка показників ділової активності ТОВ «КРОАГРО»

Позитивним результатом діяльності ТОВ «КРОАГРО» є зменшення періоду одного обороту оборотних коштів на 8,883 та періоду одного обороту запасів на 14,702. Тобто ситуація на підприємстві почала стабілізуватися.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ
ТОВ «КРОАГРО»3.1 Пріоритетні напрями удосконалення управління прибутком ТОВ
«КРОАГРО»

В сучасних умовах мінливості ринку важливою стає стратегічна орієнтація підприємства на встановлення і підтримку відповідності між своєю метою, цілями та потенційними можливостями у сфері ціноутворення. Це необхідно через те, що визначення цін на продукцію є дуже серйозною проблемою для підприємства. Занадто високі ціни можуть відлякати покупців, а конкуренти можуть витіснити підприємство з ринку. З іншого боку, низькі ціни можуть призвести до втрати прибутку. Отже, правильна стратегія ціноутворення грає ключову роль у підприємницькій діяльності підприємства. Прийнятний стратегічний підхід до ціноутворення на продукцію визначає спосіб, за допомогою якого підприємство веде свій бізнес при продажу продукції через різні маркетингові канали та різні сегменти ринку.

Стратегічний аналіз у процесі визначення цін включає в себе вивчення та визначення відповідності між цілями ціноутворення, можливостями підприємства в умовах конкуренції на ринку і планами у сфері маркетингу. Застосування цього аналізу як основи для формування цінової стратегії вимагає від підприємства:

- постійне врахування перспектив розвитку підприємства та змін на ринку;
- чітке визначення цілей ціноутворення, які відповідають основним маркетинговим цілям і конкретній ринковій ситуації.

За останні 10 років (з 2012 по 2022 рр.) у сільськогосподарських підприємствах України спостерігається надзвичайно динамічний ріст цін реалізації на продукцію, особливо по групі зернових та зернобобових культур – у 5,62 рази, олійних культур – у 5,58 разів та яєць – майже у 4 рази (рис. 3.1) [14].

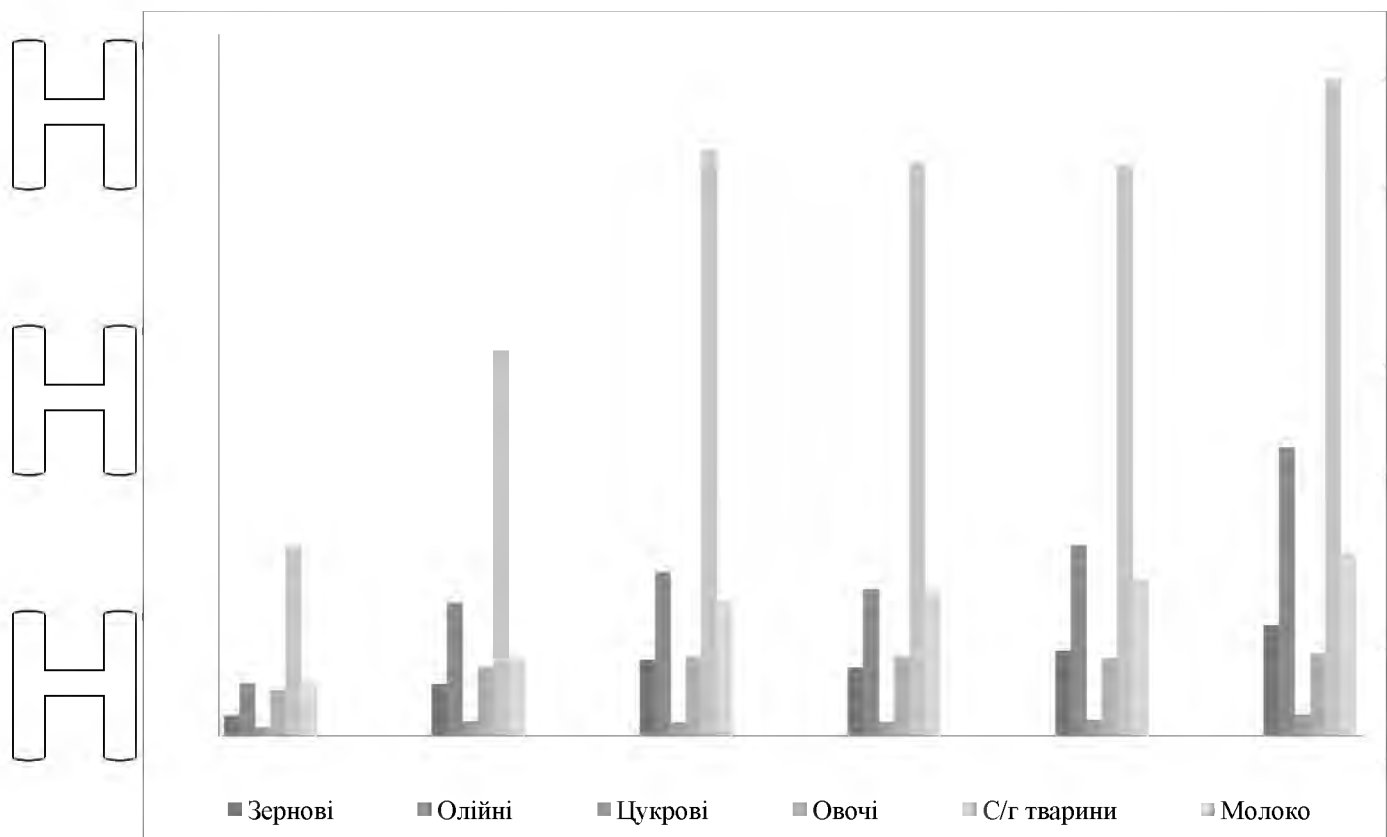


Рис. 3.1. Середньорічні ціни на основні види сільськогосподарської продукції, що реалізована підприємствами України у 2012-2022 рр., грн/т

Трохи меншими темпами зростали ціни на продукцію тваринництва.

Інтенсивний ріст цін, через функцію стимулювання виробничої діяльності, знайшов своє відображення у діяльності сільськогосподарських підприємств і зокрема економічній ефективності виробництва та реалізації продукції. Протягом 2012-2022 рр. найбільший ріст цін спостерігався на зернові та олійні культури, що обумовлено насамперед зовнішніми факторами, оскільки внутрішній ринок перенасичений цими продуктами.

За офіційними даними Державної служби статистики України у 2022 році самозабезпеченість зерном в Україні склала 323,3%, а самозабезпеченість олією (де більше 80% соняшnikової олії) перевищила 1400%. Унаслідок локдауну, пандемії та міжнародних військових конфліктів на світовому ринку зростає попит саме на ці продукти, що призвело до підвищення світових цін на зернові, зернобобові та олійні культури. Відповідно, саме в цих галузях спостерігається найвищий рівень прибутковості, включаючи середнє значення прибутковості

соняшникової одії, яке складає 46,2%, та прибутковості зернових і зернобобових культур, яке становить 22,6% [14]. Цей процес є складним і передбачає необхідність наявності точної та докладної інформації щодо зовнішнього (конкуренція, ринкова кон'юнктура, споживачі продукції) та внутрішнього (виробничі можливості, фінансові ресурси) маркетингового оточення підприємства. Для проведення стратегічного аналізу в ціновій політиці було проведено дослідження кон'юнктури ринку щодо основних видів сільськогосподарської продукції.

На даний момент ТОВ «КРОАГРО» знаходиться в не дуже сприятливому положенні: на ринку появляються великі підприємства-конкуренти, які поступово завоюють більший ринковий відсоток і витісняють невеликі компанії. У цьому контексті існують лише два можливі шляхи: встановлювати ціни на рівні основних конкурентів або встановлювати ціни нижчі, ніж у конкурентів.

Конкуренти не реагуватимуть на зниження власних цін через невелику частку ринку, що належить ТОВ «КРОАГРО». При формуванні своєї цінової політики ТОВ «КРОАГРО» акцентується на короткостроковій перспективі. Це обумовлено тим, що підприємство відчуває потребу у фінансових ресурсах і ставить завданням виживання на ринку. Тому майбутнє підприємства залишається неоднозначним, і встановлені ціни на продукцію спрямовані на отримання прибутку в найближчій перспективі.

Як можливий шлях удосконалення цінової стратегії ТОВ «КРОАГРО», можна розглядати використання стратегії нейтрального ціноутворення, при якій ціни встановлюються на рівні середнього рівня, що склалися на ринку. Для цього можна використовувати сучасні офіційні дані Державної служби статистики України і провести прогноз цін на основні види продукції підприємства (рис. 3.2).

Зроблено прогноз цін на зернові та зернобобові культури на 2023/2024 рік на рівні 6400 гривень за тону, а ціни на олійні культури становитимуть 16400 гривень за тону. Перевагою стратегії низьких цін є той факт, що вони роблять продукцію менш привабливою для існуючих та потенційних конкурентів.

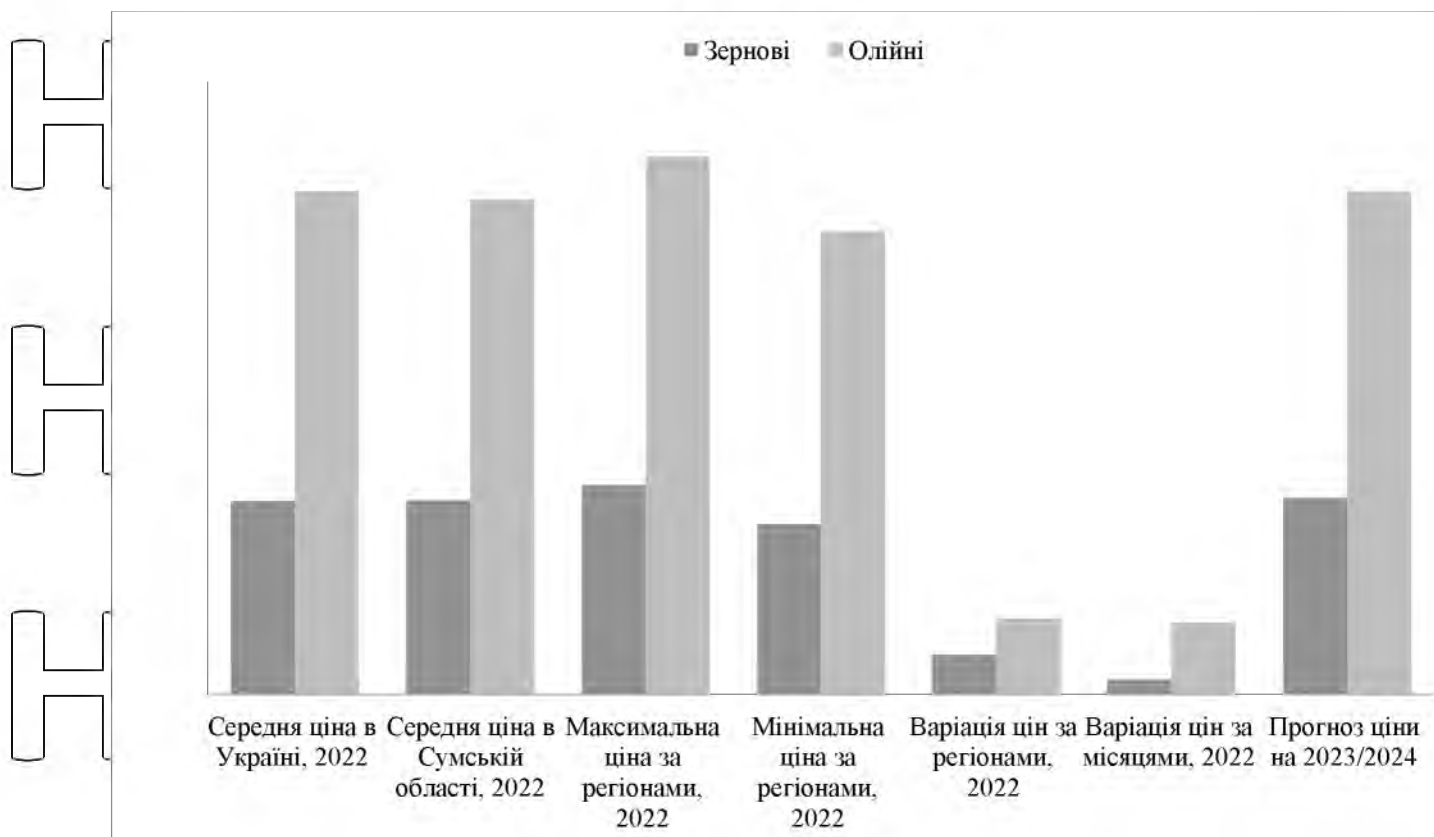


Рис. 3.2. Прогноз цін на основні види сільськогосподарської продукції ТОВ «КРОАГРО» у 2023/2024 марк. рік, грн. ц

Щодо діяльності ТОВ «КРОАГРО», то його конкуренти не будуть реагувати на невелике зниження цін демпінгом, оскільки частка ринку ТОВ «КРОАГРО» є невеликою. Отже, стратегія низьких цін, яку запропоновано ТОВ «КРОАГРО», не може бути довгостроковою. Для довгострокової перспективи підприємству варто розглянути можливість завоювання певної частки ринку та її утримання.

3.2 Підвищення прибутку ТОВ «КРОАГРО» за рахунок впровадження системи знижок

Шляхи підвищення прибутку, а також рентабельності ТОВ «КРОАГРО», які є базовими характеристиками його діяльності, є одним з основних завдань, що стоїть перед керівництвом підприємства. Саме ці показники розглядаються як основні критерії успішності. Проведений аналіз рентабельності виявив, що

показники рентабельності продукції та продажів за весь досліджуваний період досить низькі.

У зв'язку з тим, що ТОВ «КРОАГРО» працює з клієнтами, зокрема оптовими, існує можливість розробки такої системи знижок, за якої співпрацювати вигідно і продавцю, і клієнту. У свою чергу, дані заходи дозволять залучити нових клієнтів. За рахунок зростання обсягів реалізації товарів ТОВ «КРОАГРО» буде вигідно переглянути умови договорів з підприємствами – постачальниками щодо надання знижки на більший обсяг закупівлі (зниження собівартості товарів) за умови тривалого періоду співробітництва.

Розглянемо підвищення прибутку для підприємства ТОВ «КРОАГРО» у двох напрямках: збільшення оборотного капіталу та зниження собівартості продукції (рис. 3.3).



Рис. 3.3. Заходи щодо підвищення прибутку ТОВ «КРОАГРО»

Метою надання знижок є збільшення оборотного капіталу, а також підвищення ефективності діяльності підприємства зі збуту товарів постійним клієнтам, досягнення підприємством максимального прибутку.

Основне завдання – правильний розрахунок розміру знижок, що дозволяє перекрити втрати зростанням обсягу продажу продукції.

Найбільшу ефективність буде мати система знижок, проста в розумінні покупця і яка залежить від обсягів продукції, що купується ним.

Загалом можна виділити основні групи існуючих знижок:

1. Тимчасові знижки. Надаються у певний часовий інтервал.
2. Сегментні знижки. Надаються певному колу осіб чи соціальній групі.
3. Приховані або непослідовні знижки. Тип знижки, про яку покупець дізнається, лише стоячи біля каси та збираючись розплачуватися за товар.

4. Ті, що рятують від додаткових витрат. Продаж залежалою товару або розпродаж у зв'язку із закінченням сезону та звільнення від витрат на зберігання та транспортування товару.

Найпоширеніший вид знижок – це той, при якому підприємством розробляється ціла шкала відсотків знижки. Відсоток зростає зі збільшенням обсягу товару, що закупається, у певний проміжок часу.

Спочатку передбачається, що прогресивна шкала знижок насамперед спровокує зростання продажів, тобто збільшення обсягу. Виходячи з економічного поняття прибутковості отриманий прибуток при ціні зі знижкою та збільшеним обсягом продажів має бути не менше (а навіть і більше), ніж очікуваний прибуток при цінах без знижок та існуючому рівні продажів.

Формула розрахунку прогресивної шкали знижок наступна:

$$\text{Необхідний обсяг продажів} = \frac{\text{Прибуток} + \text{Очікуваний приріст прибутку}}{1 - (\text{знижка}) + (\text{націнка})}, \quad (3.1)$$

де

- прибуток – поточний обсяг товарної виручки з відрахуванням вартості закупівлі товару;

- очікуваний приріст прибутку – це запланований виторг за збільшений обсяг товарів.

Важливо враховувати, що шкала знижок розробляється для всієї категорії товарів, яку потрібно просувати, і її можна використовувати або для індивідуального налаштування для кожного клієнта, або для загального застосування для всіх клієнтів, нікого не виділяючи.

Наприклад, постійний покупець ТОВ «КРОАГРО» бажає отримати додаткову знижку на товар, що купується. Розрахуємо наскільки вигідно це підприємству, та визначимо умови для надання знижки.

Цей покупець вже має знижку 3% і щомісяця купує продукції на 50000 тис.грн. за товар. Тобто з урахуванням знижки товарна ціна всього купленого ним товару складає:

$$Ц = 50000 / (1 - 3\% / 100\%) = 51546 \text{ тис.грн.}$$

Торгова націнка цього товару – 20%.

$$\text{Закупівельна ціна} = 51546 / (1 + 20\% / 100\%) = 42955 \text{ тис.грн.}$$

$$\text{Прибуток} = 50\,000 - 42955 = 7045 \text{ тис.грн.}$$

Розрахуємо яка сума покупки має бути для отримання знижки 5% чи 7%. Для кожного відсотка знижок зробимо умови розрахунку. Припустимо, що підприємство-продавець хоче при знижці 5% отримати додатковий прибуток 1000 тис.грн., а для 7% – 1500 тис.грн. Розрахунок оформимо у вигляд таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Прогнозування нових обсягів продажу продукції при наданні знижок клієнтам

Показник	Знижка, %			
	3	5	7	10
Очікуваний приріст прибутку, тис.грн.	-	1000	1500	2500
Валовий прибуток, тис.грн.	7045	8045	8545	9545
Повна ціна всього обсягу товару без знижок, тис.грн.	51 546	68 957	88 396	143 175
Закупівельна ціна всього обсягу товару, тис.грн.	42 955	57 464	73 664	119 312
Необхідний обсяг продажів за цінами зі знижкою, тис.грн.	50 000	65 509	82 208	128 857
Відношення необхідного обсягу до поточного, %	-	15	64	158
Кількість товару, ц.	20	23	33	52

При наданні знижки ТОВ «КРОАГРО» клієнту в 5% потрібно підвищити прибуток на 1000 грн. на пропонований обсяг товару:

$$\text{Необхідний обсяг продажів} = \frac{7045 + 1000}{1 - \frac{1}{(1 - 0,05)(1 + 0,2)}} = 65509 \text{ тис. грн.}$$

Таким чином, необхідний обсяг продажів зі знижкою – 65509 тис.грн.

Повна вартість складе: $65509 / (1 - 5 / 100) = 68957$ тис.грн.

Закупівельна ціна: $68957 / (1 + 20 / 100) = 57464$ тис.грн.

Відношення необхідного обсягу до поточного: $(65509 - 50000) / 50000 \times 100\% = 13\%$.

Таким чином, покупець може розраховувати на знижку 5%, якщо збільшить закупівлю товару мінімум на 15%.

При наданні знижки ТОВ «КРОАГРО» клієнту в 7% потрібно підвищити прибуток на 1500 тис. грн. на пропонований обсяг товару:

$$\text{Необхідний обсяг продажів} = \frac{7045 + 1500}{1 - \frac{1}{(1 - 0,07)(1 + 0,2)}} = 82208 \text{ тис. грн.}$$

Таким чином, необхідний обсяг продажів зі знижкою – 82208 тис.грн.

Повна вартість складе: $82208 / (1 - 7 / 100) = 88396$ тис.грн.

Закупівельна ціна: $88396 / (1 + 20 / 100) = 73664$ тис.грн.

Відношення необхідного обсягу до поточного: $(82208 - 50000) / 50000 \times 100\% = 64\%$.

Таким чином, покупець може розраховувати на знижку 7%, якщо збільшить закупівлю товару мінімум на 64%.

При наданні знижки ТОВ «КРОАГРО» клієнту в 10% потрібно підвищити прибуток на 2500 тис.грн. на пропонований обсяг товару:

$$\text{Необхідний обсяг продажів} = \frac{7045 + 2500}{1 - \frac{1}{(1 - 0,1)(1 + 0,2)}} = 128857 \text{ тис. грн.}$$

Таким чином, необхідний обсяг продажу зі знижкою – 128857 тис.грн.

Повна вартість складе: $128857 / (1 - 10 / 100) = 143175$ тис.грн.

Закупівельна ціна: $143175 / (1 + 20/100) = 119312$ тис. грн.

Відношення необхідного обсягу до поточного: $(128857 - 50000) / 50000 \times 100\% = 158\%$.

Якщо клієнт ТОВ «КРОАГРО» захоче знижку в 10%, то обсяг товару, що закуповується, повинен зрости в 2,5 рази. Якщо покупець на це погоджується, така співпраця буде взаємовигідною.

Проілюструємо як зростає обсяг проданих товарів при збільшенні відсотка знижки та збереженні незмінної частки прибутку (рис. 3.4).

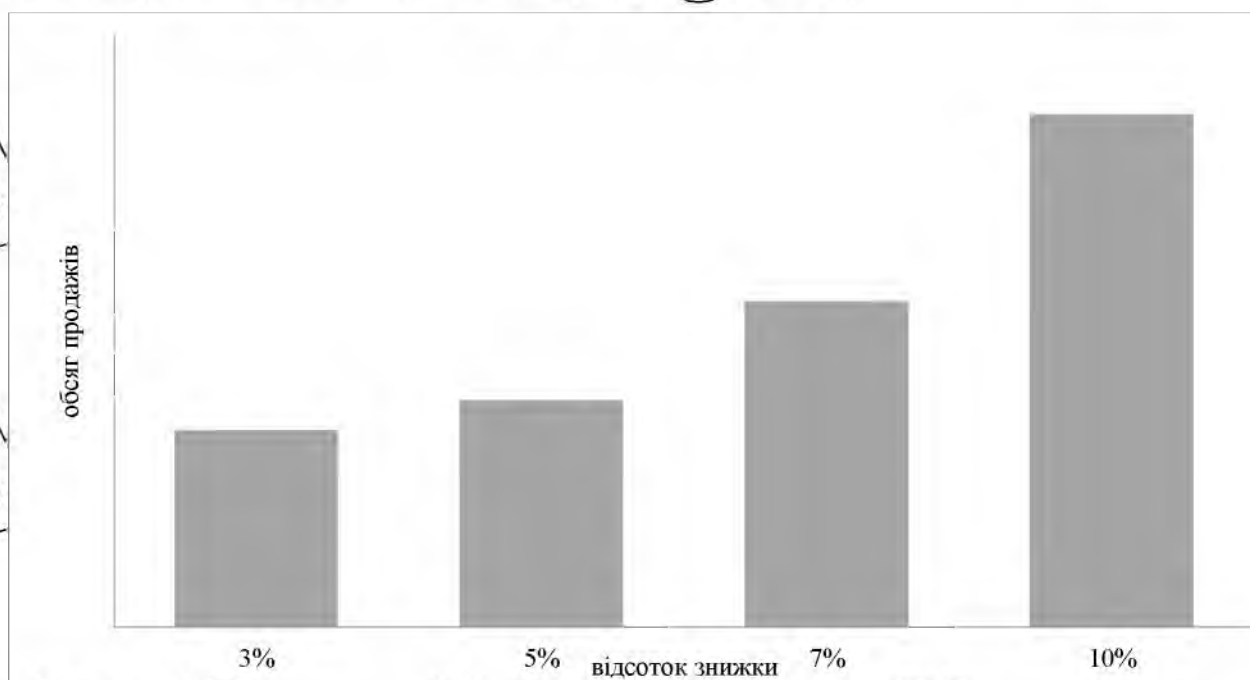


Рис. 3.4. Динаміка обсягу проданих товарів ТОВ «КРОАГРО», тис. грн.

На діаграмі видно, що чим вища знижка, тим більше зростання динаміки обсягів проданих товарів.

Проведемо розрахунок економічної ефективності від заходів, направлених на збільшення оборотного капіталу ТОВ «КРОАГРО» за допомогою запровадження системи прогресивної шкали знижок.

Впровадження прогресивної шкали знижок вимагатиме запровадження нового пакету «ІС-Бухгалтерія: Торгівля та склад», дисконтні картки та навчання персоналу.

Програмне забезпечення запропонованої системи включає дві основні частини: програми «Магазин» і «Дисконт», що включають наступні компоненти:

а) сервер дисконтних транзакцій, компонент введення та редагування даних про клієнта, у тому числі й величини знижки (ставки дисконту);

б) компонент блокування окремих карт (стоп-лист);

в) блок формування різноманітних звітів – за клієнтами, за продажами тощо;

г) блок напівавтоматичної зміни знижки при наборі клієнтом певного обсягу покупок за певний період;

д) блок автоматичного резервування баз даних клієнтів та транзакцій;

ж) засоби імпорту-експорту баз плюс окремий додатковий редактор бази для підготовки даних в офісі та подальшого завантаження на сервер.

Компонента пакету «1С-Бухгалтерія: Торгівля і склад» вводить дані про покупки в бухгалтерський контур «1С-Бухгалтерії» і тим самим автоматизує бухгалтерський облік.

Технологія функціонування системи дисконту полягає в наступному:

а) клієнт пред'являє картку;

б) зі стану підсумку на касі оператор зчитує картку;

в) програма обмінюється даними із сервером щодо наявності карти в базі і величини знижки;

г) при позитивному результаті програма блокує клавіатуру каси, приймає від сервера та передає до каси величину знижки;

д) дані по чеку передаються на сервер (підсумок, знижка);

ж) оператор закриває на касі чек;

з) на сервері закривається транзакція.

Вартість організації впровадження прогресивної шкали знижок становитиме:

Додаткова компонента пакету «1С-Бухгалтерія: Торгівля та склад»: 20000 грн.

Програми «Магазин» та «Дисконт»: 7000 грн.

Рідер: 2 шт. × 8000 грн. = 16000 грн.

Дисконтні картки: $400 \text{ шт.} \times 40 \text{ грн.} = 16000 \text{ грн.}$

Навчання менеджерів по роботі з клієнтами, поводженню з новим програмним забезпеченням та з рідером займе 8 год., витрати становитимуть 375 грн./год. Спочатку навчатиметься 3 особи:

Витрати навчання персоналу: $375 \times 8 \times 3 = 9000 \text{ грн.}$

Разом витрати становитимуть:

Витрати = $20000 + 7000 + 16000 + 16000 + 9000 = 68000 \text{ грн.}$

Вартість кожної дисконтної картки буде:

Ц картки = $68000 / 400 = 170 \text{ грн.}$

Клієнт ТОВ «КРОАГРО» купує картку за 170 грн., таким чином окупаючи витрати на засоби автоматизації запропонованого заходу.

Зміну основних економічних показників, що відбудуться внаслідок вжитих заходів, вносено до таблиці 3.2. Розрахунок зробимо на прикладі надання клієнтам знижки в 5%.

Таблиця 3.2

Динаміка показників прибутковості ТОВ «КРОАГРО»

Показники	До заходів	Після проведених заходів	Зміни	
			Абсолютні (+,-)	Відносні, %
Виторг від продажу товарів, тис. грн.	164525	190262	25737,0	15,6
Собівартість, тис. грн.	152907	164913	12006,0	7,9
Валовий прибуток, тис. грн.	11618	25349	13731,0	118,2
Рентабельність реалізованої продукції, %	7,1	13,3	6,3	88,7

Враховуючи зростання обсягів продукції, що реалізується, відбувається зростання рентабельності продукції ТОВ «КРОАГРО» після запропонованих заходів на 6,3%. Відносне зростання виручки становитиме 15,6%.

Проілюструємо для наочності дані таблиці за допомогою рис. 3.5.

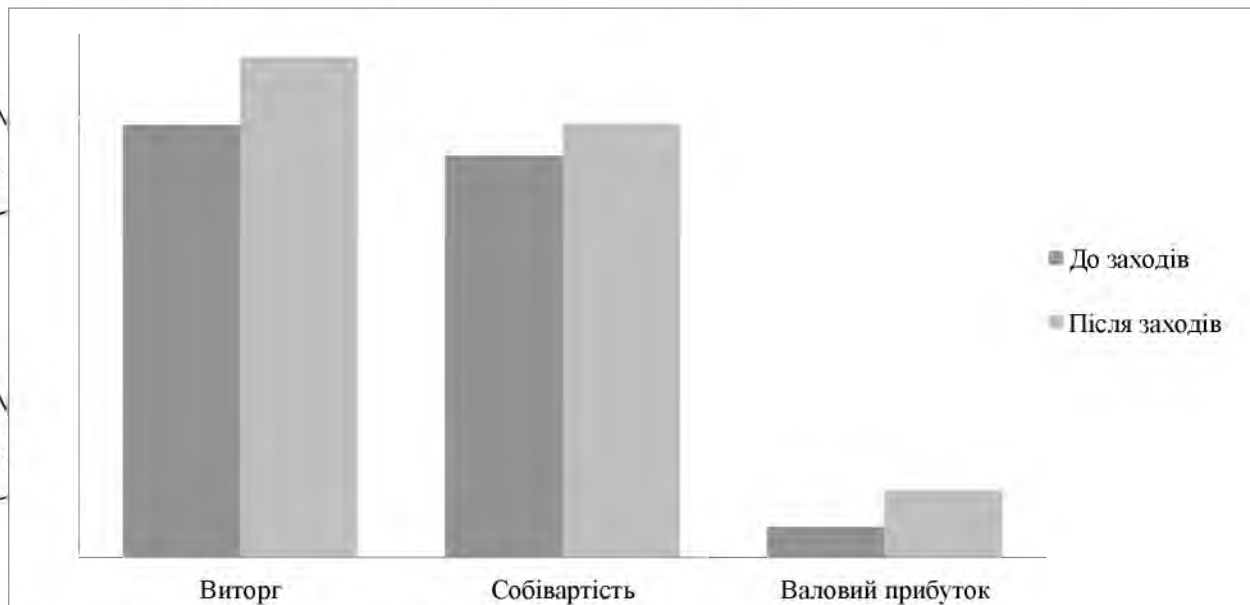


Рис. 3.5. Динаміка валового прибутку ТОВ «КРОАГРО» до та після проведення заходів

Отже, спостерігається зростання розглянутих показників.

Проведемо факторний аналіз прибутку від продажів ТОВ «КРОАГРО» у порівнянні до та після запропонованих заходів (табл. 3.3 – 3.5).

Таблиця 3.3

Дані щодо факторного аналізу прибутку від продажів, тис. грн.

Показники	До заходів	Реалізація звітнього року за цінами та витратами попереднього року	Після заходів
Виторг від продажу	164525	178650	190262
Собівартість проданих товарів	152907	166034	164913
Комерційні витрати	11618	12615	11618
Управлінські витрати	463	503	463
Прибуток від продажів	2218	2408	2351

Таблиця 3.4

Темпи зростання доходів та витрат ТОВ «КРОАГРО», %

Показники	Темп зростання
Темп зростання цін на продукцію	106,5
Темп зростання виручки у порівнянних цінах	108,6
Темп приросту обсягу продажів	8,6

Таблиця 3.5

Факторний аналіз прибутку від продажів, %

Чинники зміни прибутку	Абсолютна оцінка впливу фактора на зміну прибутку від продажу	Відносна оцінка впливу фактора на зміну прибутку від продажу
Загальна зміна прибутку від продажів	133,00	1,00
Зміна прибутку за рахунок обсягу продажів	190,42	1,43
Зміна прибутку за рахунок зміни собівартості	1121,34	8,43
Зміна прибутку за рахунок комерційних витрат	997,43	7,50
Зміна прибутку за рахунок адміністративних витрат	39,75	0,30
Зміна прибутку за рахунок зміни цін на товари	11612,23	87,31
Зміна прибутку за рахунок структурних зрушень в обсязі продажів	0,00	0,00

Покажемо на графіку (рис. 3.6) вплив чинників зміну прибутку від продажу ТОВ «КРОАГРО» до і після запропонованих заходів.

НУБІП України

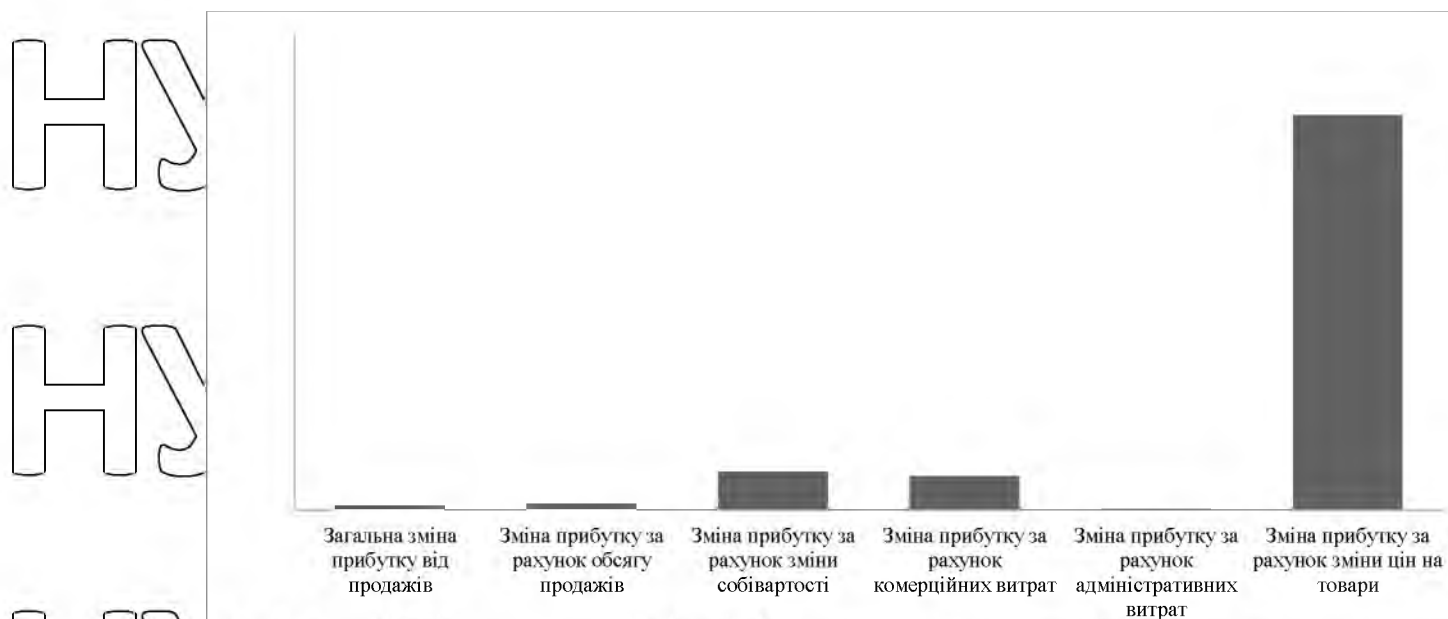


Рис. 3.6. Вплив чинників на зміну прибутку від продажів після запропонованих заходів, тис. грн.

Таким чином, спостерігається позитивний вплив змін обсягів продажів та запропонованих цін на товари на загальну зміну прибутку після проведення запропонованих заходів: впровадження в роботу ТОВ «КРОАГРО» прогресивної шкали знижок для оптових клієнтів.

3.3 Формування та розподіл прибутку підприємства у плановому періоді

Визнання того факту, що в даний час у більшості вітчизняних підприємств існують проблеми з управління, формування, розподілу прибутку, вимагає розгляду певних методів вирішення цих питань. Керівництво ТОВ «КРОАГРО» має враховувати інтереси одразу кількох сторін.

По-перше, держава має інтерес як у створенні умов, що сприяють розвитку виробництва, так і у виконанні своїх економічних функцій, що вимагає введення оподаткування для зменшення частини прибутку, яка йде на податкові сплати.

По-друге, працівники зацікавлені в отриманні високих доходів, що призводить до збільшення витрат позиції «Заробітна плата» та «Нарахування».

По-третє, кредитори та акціонери повинні мати впевненість у фінансовій стійкості компанії і у поверненні позичених коштів.

Керівництво ТОВ «КРОАГРО» має за мету залишити якнайбільший обсяг прибутку нерозподіленим з метою зміцнення фінансових підстав для самофінансування. Вони беруть на себе відповідальність за такий розподіл прибутку, який не завдає шкоди жодній зі сторін і водночас забезпечити добробут підприємства (рис. 3.7).

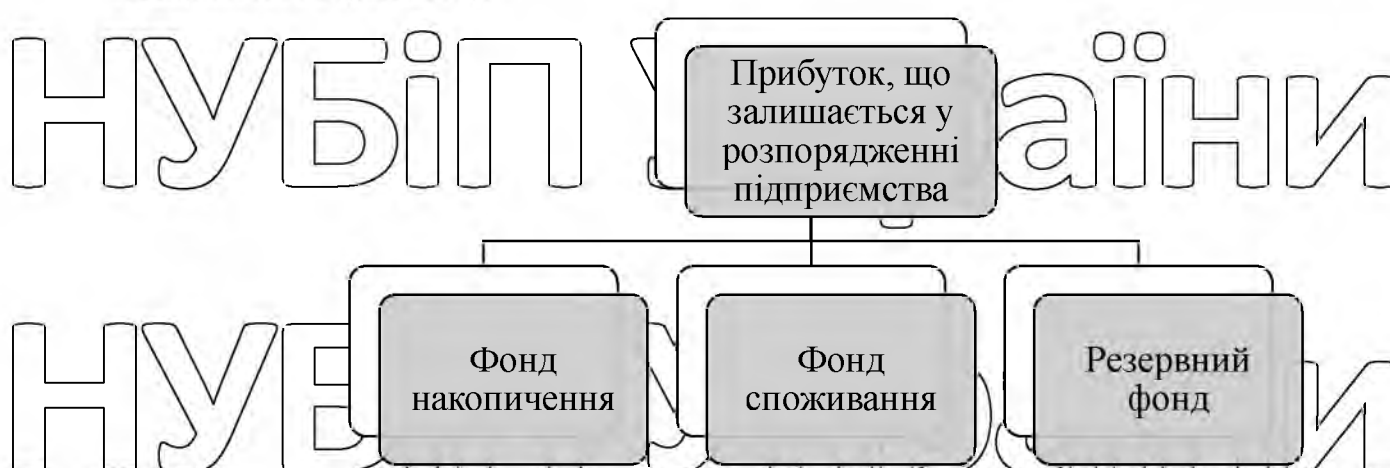


Рис. 3.7. Основні напрямки розподілу прибутку ТОВ «КРОАГРО»

Фонд накопичення призначається для фінансового забезпечення фінансування різних заходів, спрямованих на розвиток виробництва підприємства та створення нового майна. Ці кошти використовуються для фінансування таких заходів, як будівництво нових виробничих об'єктів, розширення та реконструкція підприємства, придбання та модернізація обладнання, погашення довгострокових кредитів та відсотків за ними, а також забезпечення приросту власних оборотних коштів та інших подібних потреб.

Фонд нагромадження може існувати у формі об'єданого фонду, що включає фонд накопичення та фонд соціальної сфери. Фонд соціальної сфери призначений для фінансування капітальних інвестицій у розвиток соціальних

об'єктів, таких як будівництво житла, культурно-освітні заклади, санаторії, будинки відпочинку, табори для дітей, шкільні та дошкільні заклади та ін.

Фонд споживання акумулює кошти, які спрямовуються на здійснення заходів для розвитку соціальної сфери, за винятком капітальних інвестицій. Ці кошти також використовуються для матеріального заохочення працівників та інших схожих цілей, які не призводять до створення нового майна підприємства. Це може включати виплату дивідендів, відсотків за акціями та вкладками, одноразові премії для працівників за виконання особливо важливих завдань, надання матеріальної допомоги, надбавки та одноразові виплати до пенсій.

Резервний фонд служить для компенсації непродуктивних збитків і покриття балансових втрат підприємства за підсумками звітного року, і може навіть використовуватися для виплати доходів (наприклад, дивідендів) учасникам, якщо звітний рік завершується без прибутку. Рішення про виплату дивідендів ґрунтується повністю на поточних фінансових результатах, а не на результатах попередніх періодів.

Дані про розподіл чистого прибутку ТОВ «КРОАГРО» до та після проведених заходів наведені у табл. 3.6.

Таблиця 3.6

Дані про розподіл чистого прибутку ТОВ «КРОАГРО» до та після проведених заходів

Показник	Значення показника		Значення показника		
	До заходів	Частка, %	Після заходів	Частка, %	Абсолютні зміни, +/-
1. Чистий прибуток звітного періоду	1742	100	1849	100	107
2. Розподіл прибутку:					
- дивідендні виплати	345	19,8	368	19,9	23
- резервний фонд	233	13,4	251	13,6	18
- капітальні вкладення	1164	66,8	1230	66,5	66

Наведені дані показують, що у ТОВ «КРОАГРО» на виплату дивідендів використовують у середньому 20% прибутку, створення резервів 4%, на капітальні вкладення 66% (рис. 3.8). При цьому за всіма здійсненими напрямками виплат спостерігається зростання показників (рис. 3.9).

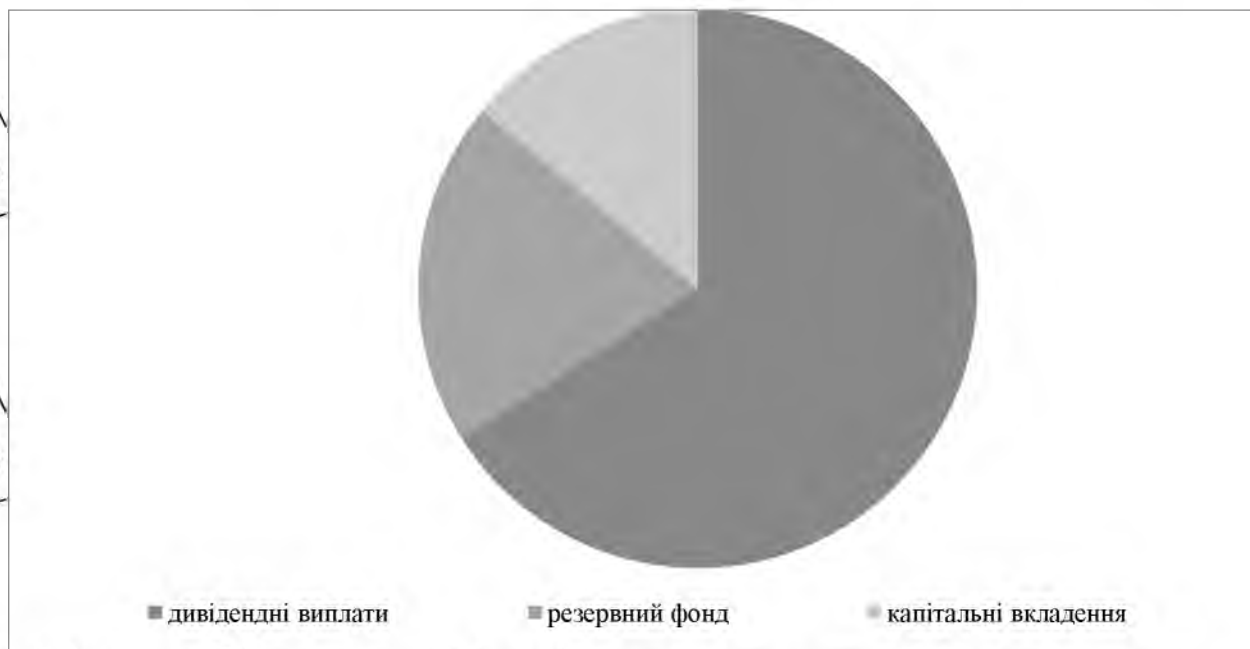


Рис. 3.8 Структура розподілу чистого прибутку ТОВ «КРОАГРО» у 2022 р.

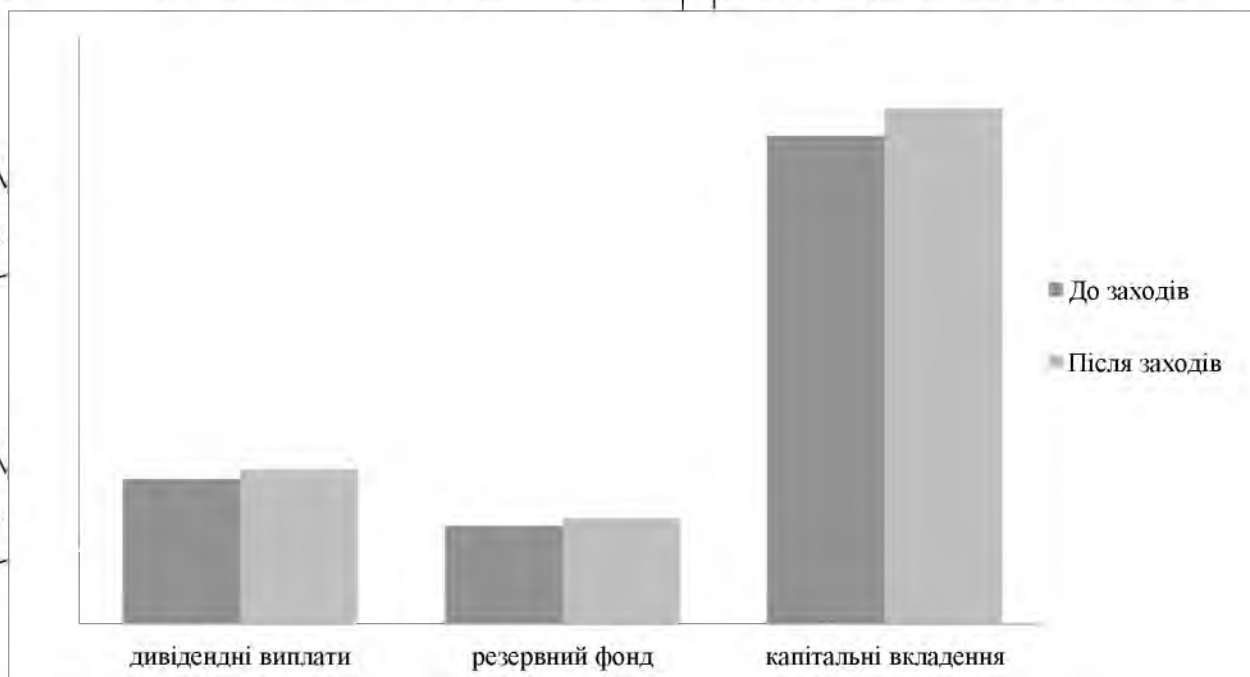


Рис. 3.9 Розподіл чистого прибутку ТОВ «КРОАГРО» у 2022 р.

Більшість чистого прибутку спрямовано на фінансове забезпечення виробничого розвитку ТОВ «КРОАГРО» та інші аналогічні заходи щодо створення нового майна.

Частина прибутку підприємства, призначена для розподілу між його учасниками, розподіляється пропорційно. Строк та порядок виплати частини розподіленого прибутку підприємства визначаються статутом або рішенням загальних зборів.

Таким чином, підвищення прибутку на ТОВ «КРОАГРО» було розглянуто за двома напрямками: збільшення оборотного капіталу та зниження собівартості продукції. Це стане можливим завдяки впровадженню в роботу ТОВ «КРОАГРО» прогресивної шкали знижок для оптових клієнтів. Після реалізації запропонованих заходів, з урахуванням зростання обсягів продукції, що реалізується, відбудеться зростання рентабельності продукції ТОВ «КРОАГРО» на 6,3%, відносне зростання виручки складе 15,6%. Більшість чистого прибутку спрямовано на фінансове забезпечення виробничого розвитку ТОВ «КРОАГРО» та інші аналогічні заходи щодо створення нового майна.

ВИСНОВКИ

У дослідженні зроблено теоретичне узагальнення, проведений аналіз та визначена ефективність управління прибутком ТОВ «КРОАГРО». Обґрунтовано методичні та практичні рекомендації, що забезпечують підвищення якості й ефективності цього процесу. У результаті дослідження була досягнута поставлена мета, вирішені поставлені завдання й отримані наступні результати:

На основі дослідження наукової літератури було узагальнено теоретичні підходи щодо економічної сутності та видів прибутку підприємства. Економічна сутність прибутку є однією зі складних та дискусійних проблем в сучасній економічній теорії. У роботі було запропоновано наступне комплексне визначення поняття прибутку: прибуток – це економічна категорія, що є узагальнюючим показником фінансових результатів господарської діяльності, яка визначається як різниця між доходами підприємства та витратами, пов'язаними зі здійсненням даної діяльності, обчислена в грошах. В економічній літературі пропонують різні ознаки класифікації прибутку та його види. Використання того чи іншого показника прибутку залежить від цілей проведення дослідження.

Узагальнюючи вивчення літератури, було розглянуто методика управління прибутком підприємства. Формування чистого прибутку відбувається шляхом зіставлення доходів та витрат підприємства. Чистий прибуток (збиток) організації за звітний період визначається як показник прибутку (збитку) до оподаткування, збільшений на суму різниці між відстроченими податковими активами та відстроченими податковими зобов'язаннями, зменшений на суму поточного податку на прибуток та обов'язкових платежів до бюджету. При оцінці прибутку зовнішнім аналізом використовують дані бухгалтерської (фінансової) звітності, зокрема балансового звіту підприємства та звіту про фінансові результати діяльності підприємства. Планування прибутку включає в себе врахування стабільності цін і виконується в рамках поточного фінансового плану. У процесі розробки прибуткових планів важливо не лише враховувати всі чинники, що впливають на можливі фінансові результати, але також, розглядаючи різні

варіанти виробничої програми, вибрати той, що забезпечує максимальний рівень прибутку.

Фінансово-економічна характеристика діяльності ТОВ «КРОАГРО» показала, що дане підприємство працює в галузі, яка є найбільш ефективною серед агропромислового комплексу країни та тою, що швидко розвивається.

Оцінка конкурентоспроможності показує, що ТОВ «КРОАГРО» є цілком конкурентоспроможним підприємством. Аналіз показав, що ТОВ «КРОАГРО» має як певні можливості для розвитку, так і загрози, як сильні, так і слабкі сторони.

Чистий дохід від реалізації продукції за досліджуваний період збільшився на 8516

тис. грн. У порівнянні з 2021 роком чистий дохід від реалізації продукції збільшився на 8075 тис. грн. Негативним результатом діяльності є збільшення собівартості на 7601,0 тис. грн. у порівнянні з 2021 р. За два роки собівартість на 8502 тис. грн. Отже, аналіз основних економічних показників діяльності ТОВ «КРОАГРО» за період 2020 – 2022 рр. виявив нестабільну динаміку показників доходів та витрат.

Аналіз стану та динаміки прибутку підприємства показав, що за досліджуваний період валовий прибуток збільшився на 14 тис. грн., а у порівнянні з 2021 р. – на 474,0 тис. грн. Фінансові результати також зросли, що є позитивним результатом діяльності підприємства: від операційної діяльності – на 1074 тис. грн., прибуток до оподаткування – на 997 тис. грн. Також спостерігається збільшення темпів зростання доходів та витрат ТОВ «КРОАГРО» за досліджуваний період, крім показника темпу зростання прибутку, він в 2021 р. знизився на 23,1% щодо 2020 р., а в 2022 р. зріс на 8,3%.

Оцінка ефективності управління прибутком підприємства дала змогу зробити висновок, що аналіз запасу фінансової міцності виявив, що у ТОВ «КРОАГРО» обсяг продажів може знизитися приблизно на 10%, щоб підприємству вдалося уникнути збитків. Мінімально необхідна підприємству виручка від продажів, що дозволяє в несприятливих умовах попиту на його продукцію забезпечити беззбитковість продажів, становить у 2022 р. 146957,9 тис. грн. і є найбільшою за весь період, що досліджується. Також зазначається

зростання показника рентабельності продажів у 2022 р. на 0,62%, що є позитивним результатом, проте показники рентабельності продажів за весь період, що досліджується, досить низькі. Коефіцієнти платоспроможності ТОВ «КРОАГРО» показують достатність оборотних коштів підприємства для погашення своїх боргів протягом року та можливість негайної готовності підприємства ліквідувати короткострокову заборгованість, що є гарним результатом діяльності.

На основі проведеного дослідження було запропоновано шляхи підвищення ефективності управління прибутком ТОВ «КРОАГРО». В сучасних умовах мінливості ринку важливою стає стратегічна орієнтація підприємства на встановлення і підтримку відповідності між своєю метою, цілями та потенційними можливостями у сфері ціноутворення. Зроблено прогноз цін на зернові та зернобобові культури на 2023/2024 рік на рівні 6400 гривень за тону, а ціни на олійні культури становитимуть 16400 гривень за тону. Але стратегія низьких цін, яку запропоновано ТОВ «КРОАГРО», не може бути довгостроковою. Для довгострокової перспективи підприємству варто розглянути можливість завоювання певної частки ринку та її утримання. Підвищити прибуток ТОВ «КРОАГРО» планується шляхом збільшення оборотного капіталу та зниження собівартості продукції. Це стане можливим завдяки впровадженню в роботу ТОВ «КРОАГРО» прогресивної шкали знижок для оптових клієнтів. Після реалізації запропонованих заходів, з урахуванням зростання обсягів продукції, що реалізується, відбудеться зростання рентабельності продукції ТОВ «КРОАГРО» на 6,3%, відносно зростання виручки складе 15,6%.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Білик Т. О. Теоретичні аспекти прибутку. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2005. №8. С. 8-13.
2. Бланк И. А. Управление прибылью. К. : Ника-Центр, 1998. 544 с.
3. Блонська В. І., Адамович П. П. Вдосконалення системи управління розподілом та використанням прибутку підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2010. Вип. 20.7. С. 92–104.
4. Бондарюк В. А., Міценко Н. Г. Структура економічного механізму управління прибутком торговельного підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України. Економіка, планування та управління в галузях*. 2012. Випуск 22.5. С. 190.
5. Вороніна В. Л. Концептуальні аспекти формування системи управління прибутком торговельного підприємства та організація її обліково-аналітичного забезпечення. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2014. Випуск 8. Частина 1. С. 71.
6. Гаватюк Л.С., Дармограй Н.В., Г.М. Хімійчук Прибутковість українських підприємств: реалії сьогодення. *Молодий вчений*. 2016. № 1 (28). С. 40-43.
7. Гетьман О. О., Шаповал В. М. Економіка підприємства : навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2010. 313 с.
8. Гладка Л. І., Домашенко М. О. Управління прибутком в сучасних умовах. *Економіка і регіон*. 2012. № 1(32). 18-23 с.
9. Гончаров С. М., Кушнір Н. Б. Тлумачний словник економіста / за ред. проф. С. М. Гончарова. К.: Центр учбової літератури, 2009. 264 с.
10. Гринів Л. В., Вачіль О.П. Методи оцінки ефективності прийняття управлінських рішень в умовах невизначеності *Вісник Прикарпатського університету*. 2015. Випуск XI. С. 292 – 296.
11. Громов О. Сільське господарство під час війни: зміна пріоритетів. URL: <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/silске-gospodarstvo-pid-chas-vijni-zmina-prioritet/> (дата звернення: 10.10.2023).