

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА  
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ**

**Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту**

**Кафедра фінансів та економічної безпеки**

**Пояснювальна записка**

**до кваліфікаційної роботи**

**на тему:**

**«ДОХІДНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ (НА  
ПРИКЛАДІ ТДВ «ЯГОТИНСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД», КИЇВСЬКА ОБЛ., М.  
ЯГОТИН)»**

**Виконав: студент ДФН,**

**групи ФІН-51м**

**Спеціальності 072 «Фінанси, банківська  
справа та страхування»**

**Щевич Д.О.**

**Керівник : к.е.н. Шило Ж.С.**

**Рецензент: доц., к.е.н. Кондрацька Н.М.**

**Рівне – 2024**

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА  
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ**

Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту  
Кафедра фінансів та економічної безпеки  
Освітній ступінь магістр  
Спеціальність 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»

**«ЗАТВЕРДЖУЮ»**  
Завідувач кафедри фінансів  
та економічної безпеки  
д.е.н., професор Л.В. Мельник  
“ ” 2024 року

**З А В Д А Н Н Я**  
**ДЛЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ (ПРОЕКТУ) СТУДЕНТА**  
**Шевичу Дмитру Олександровичу**

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи (проекту) «Дохідність підприємства та шляхи її підвищення (на прикладі ТДВ «Яготинський маслозавод», Київська обл., м. Яготин)»

керівник роботи (проекту) **Шило Жанна Степанівна, к.е.н., доц.**  
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом університету від “23” 10 2024 року №735

2. Строк подання студентом роботи (проекту) 19 грудня 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи (проекту) фінансова, бухгалтерська і статистична звітність про результати виробничо-господарської діяльності ТДВ «Яготинський маслозавод» за період 2021-2023 рр., довідкова і нормативна література за темою дослідження

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Вступ. Розділ 1. Теоретичні основи дохідності діяльності підприємства. Розділ 2. Аналіз та оцінка дохідності діяльності підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод». Розділ 3. Обґрунтування напрямів зростання дохідності діяльності підприємства. Висновки

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

1. Мультимедійна презентація по темі дослідження
2. Роздатковий матеріал

## 6. Консультанти розділів роботи (проекту)

| Розділ | Прізвище, ініціали та посада консультанта | Підпис, дата    |                  |
|--------|-------------------------------------------|-----------------|------------------|
|        |                                           | завдання видав  | завдання прийняв |
| 1      | <i>Шило Ж.С., доц.</i>                    | <i>25.10.24</i> | <i>05.11.24</i>  |
| 2      | <i>Шило Ж.С., доц.</i>                    | <i>06.11.24</i> | <i>06.12.24</i>  |
| 3      | <i>Шило Ж.С., доц.</i>                    | <i>07.12.24</i> | <i>15.12.24</i>  |
|        | <i>Грицюк П.М., проф</i>                  |                 |                  |

7. Дата видачі завдання 25.10.2024 р.

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

| № з/п | Назва етапів кваліфікаційної роботи (проекту)                                                 | Строк виконання етапів роботи (проекту) | Примітка |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|----------|
| 1.    | <i>Обґрунтування теми кваліфікаційної роботи</i>                                              | 25.10 – 27.10.2024 р.                   |          |
| 2.    | <i>Розроблення плану кваліфікаційної роботи</i>                                               | 28.10 – 29.10.2024 р.                   |          |
| 3.    | <i>Опрацювання теоретичного розділу кваліфікаційної роботи</i>                                | 30.10 – 06.11.2024 р.                   |          |
| 4.    | <i>Опрацювання аналітичного розділу кваліфікаційної роботи</i>                                | 07.11 – 06.12.2024 р.                   |          |
| 5.    | <i>Опрацювання розрахункового розділу кваліфікаційної роботи</i>                              | 07.12 – 14.12.2024 р.                   |          |
| 6.    | <i>Оформлення роботи, написання вступу, висновків, оформлення списку літератури, додатків</i> | 15.12 – 16.12.2024 р.                   |          |
| 7.    | <i>Розроблення електронної презентації результатів та роздаткового матеріалу</i>              | 16.12. – 18.12.2024 р.                  |          |
| 8.    | <i>Здача кваліфікаційної роботи на кафедрі</i>                                                | 19.12.2024 р.                           |          |
| 9.    | <i>Рецензування кваліфікаційної роботи</i>                                                    | 19.12. – 20.12.2024 р.                  |          |
| 10.   | <i>Захист кваліфікаційної роботи</i>                                                          | 22.12. – 25.12.2024 р.                  |          |

Студент

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Щевич Д.О.  
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи (проекту)

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Шило Ж.С.  
(прізвище та ініціали)

# Звіт подібності

## метадані

Заголовок

diplom Shchevuch magistr 072\_\_\_2024.docx

Автор

Щевич Дмитро Олександрович

Науковий керівник / Експерт

Щевич Дмитро Олександрович

підрозділ

National University of Water and Environmental Engineering

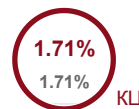
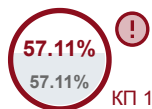
## Тривога

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про МОЖЛИВІ маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

|                        |  |     |
|------------------------|--|-----|
| Заміна букв            |  | 10  |
| Інтервали              |  | 410 |
| Мікропробіли           |  | 2   |
| Білі знаки             |  | 25  |
| Парафрази (SmartMarks) |  | 870 |

## Обсяг знайдених подібностей

Коефіцієнт подібності визначає, який відсоток тексту по відношенню до загального обсягу тексту було знайдено в різних джерелах. Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.



25

Довжина фрази для коефіцієнта подібності 2

14714

Кількість слів

115728

Кількість символів

## Подібності за списком джерел

Нижче наведений список джерел. В цьому списку є джерела із різних баз даних. Колір тексту означає в якому джерелі він був знайдений. Ці джерела і значення Коефіцієнту Подібності не відображають прямого плагіату. Необхідно відкрити кожне джерело і проаналізувати зміст і правильність оформлення джерела.

### 10 найдовших фраз

Колір тексту

| ПОРЯДКОВИЙ<br>НОМЕР | НАЗВА ТА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА URL (НАЗВА БАЗИ)                                                                                                                                      | КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ<br>(ФРАГМЕНТІВ) |        |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|--------|
| 1                   | <a href="https://www.ela.kpi.ua/bitstreams/2d18897a-b6c4-4f00-aa43-74757fc30715/download">https://www.ela.kpi.ua/bitstreams/2d18897a-b6c4-4f00-aa43-74757fc30715/download</a> | 633                                       | 4.30 % |
| 2                   | <a href="https://www.ela.kpi.ua/bitstreams/2d18897a-b6c4-4f00-aa43-74757fc30715/download">https://www.ela.kpi.ua/bitstreams/2d18897a-b6c4-4f00-aa43-74757fc30715/download</a> | 472                                       | 3.21 % |
| 3                   | <a href="https://www.ela.kpi.ua/bitstreams/2d18897a-b6c4-4f00-aa43-74757fc30715/download">https://www.ela.kpi.ua/bitstreams/2d18897a-b6c4-4f00-aa43-74757fc30715/download</a> | 405                                       | 2.75 % |
| 4                   | <a href="https://www.ela.kpi.ua/bitstreams/2d18897a-b6c4-4f00-aa43-74757fc30715/download">https://www.ela.kpi.ua/bitstreams/2d18897a-b6c4-4f00-aa43-74757fc30715/download</a> | 391                                       | 2.66 % |
| 5                   | <a href="https://www.ela.kpi.ua/bitstreams/2d18897a-b6c4-4f00-aa43-74757fc30715/download">https://www.ela.kpi.ua/bitstreams/2d18897a-b6c4-4f00-aa43-74757fc30715/download</a> | 296                                       | 2.01 % |
| 6                   | <a href="https://www.ela.kpi.ua/bitstreams/2d18897a-b6c4-4f00-aa43-74757fc30715/download">https://www.ela.kpi.ua/bitstreams/2d18897a-b6c4-4f00-aa43-74757fc30715/download</a> | 263                                       | 1.79 % |

Кваліфікаційна робота «Дохідність підприємства та шляхи її підвищення (на прикладі ТДВ «Яготинський маслозавод», Київська обл., м. Яготин)» / Щевич Д.О.  
Рівне: НУВГП, 2024. 91 с.

У кваліфікаційній роботі здійснено обґрунтування напрямів підвищення дохідності підприємства. Розглянуто теоретичні аспекти господарської діяльності підприємства. Проведено комплексний аналіз основних фінансово-економічних показників господарської діяльності. За результатами дослідження обґрунтовано заходи щодо підвищення дохідності підприємства.

In the qualification work, the reasons for increasing the company's profitability were substantiated. The theoretical aspects of the economic activity of the enterprise are considered. A comprehensive analysis of the main financial and economic indicators of economic activity was carried out. According to the results of the study, the measures to increase the profitability of the enterprise are substantiated.

## ЗМІСТ

|                                                                                                                                           |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ВСТУП.....                                                                                                                                | 8  |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОХІДНОСТІ<br>ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....                                                                    | 12 |
| 1.1 Економічна сутність доходу та дохідності підприємства.....                                                                            | 12 |
| 1.2 Фактори впливу на зростання дохідності діяльності підприємства...                                                                     | 20 |
| 1.3 Методичні підходи щодо до оцінки та забезпечення<br>дохідності діяльності підприємства .....                                          | 26 |
| РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ДОХІДНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ<br>ПІДПРИЄМСТВА ТДВ «ЯГОТИНСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД».....                                        | 33 |
| 2.1 Господарсько-правові засади функціонування підприємства ТДВ<br>«Яготинський маслозавод» та його загальна характеристика .....         | 33 |
| 2.2 Аналіз ефективності використання фінансових ресурсів<br>підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод».....                                | 38 |
| 2.3 Дослідження дохідності підприємства ТДВ<br>«Яготинський маслозавод».....                                                              | 50 |
| РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ЗРОСТАННЯ<br>ДОХІДНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....                                                     | 59 |
| 3.1 Напрями зростання дохідності підприємства ТДВ<br>«Яготинський маслозавод» .....                                                       | 59 |
| 3.2 Розробка пропозицій щодо забезпечення зростання<br>дохідності підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод» .....                         | 63 |
| 3.3 Розрахунок ефективності введення запропонованих заходів<br>для зростання дохідності підприємства ТДВ «Яготинський<br>маслозавод»..... | 77 |
| Загальні висновки .....                                                                                                                   | 82 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....                                                                                                           | 84 |
| ДОДАТКИ .....                                                                                                                             | 88 |

## ВСТУП

**Актуальність обраної теми.** У сучасному світі, де ринкові умови постійно змінюються і підприємства стикаються з численними викликами, такими як зростання конкуренції, зміни в споживчих уподобаннях, економічна нестабільність та інноваційні прориви. В таких умовах пошук шляхів підвищення дохідності є життєво необхідним для забезпечення стійкості та конкурентоспроможності бізнесу.

Зростання дохідності не тільки сприяє стабільному розвитку підприємства і підвищенню його конкурентоспроможності, але й має суттєвий вплив на економічний стан регіону та країни в цілому. В умовах глобалізації та швидких технологічних змін, підприємства змушені шукати нові підходи та інструменти для забезпечення стійкого зростання доходів. Це включає ефективне управління ресурсами, оптимізацію виробничих процесів, впровадження інновацій та модернізацію технологій. Крім того, важливу роль відіграє аналіз ринку, стратегічне планування та адаптація до змін у споживчих уподобаннях.

Розробки та впровадження ефективних стратегій управління, які дозволяють максимізувати прибуток і забезпечити стабільне фінансове становище підприємства. Сучасні підприємства повинні вміти оперативно адаптуватися до змін на ринку, використовувати новітні технології, впроваджувати інноваційні підходи до виробництва та управління ресурсами.

Дослідження напрямів зростання дохідності дозволяє підприємствам не лише покращити свої фінансові показники, але й підвищити якість продуктів та послуг, збільшити задоволення споживачів, що в свою чергу сприяє зміцненню їх ринкових позицій. Економічне обґрунтування таких напрямів включає аналіз внутрішніх та зовнішніх факторів, оцінку поточного стану підприємства, прогнозування майбутніх тенденцій та розробку конкретних заходів, спрямованих на покращення фінансових результатів.

Тема є надзвичайно актуальною і має велике практичне значення для будь-якого підприємства, що прагне досягти успіху в умовах сучасної економіки. Вивчення та впровадження економічно обґрунтованих напрямів зростання дохідності стає необхідним кроком на шляху до підвищення ефективності діяльності та забезпечення довгострокового процвітання бізнесу.

**Ступінь розробки наукової проблеми** Протягом століть багато видатних науковців внесли значний вклад у розуміння та розвиток різних економічних концепцій. Дослідження економічних проблем займали такі відомі вчені, як А. Сміт, К. Маркс, Дж. Мілль, Дж. Хікс, В. Парето, Л. Вальрас, Ф. Найт, Д. Рікардо, Нассау Вільям Сеніор, Жан-Батіст Сей, Ф. Кене, Ж. Тюрго, Дж. Бейтс Кларк, А. Маршалл, М. Блауг, К. Менгер та Д. Мейнард Кейнс.

**Мета та завдання дослідження** є економічне обґрунтування напрямів підвищення дохідності діяльності ТДВ «Яготинський маслозавод». Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

- визначити економічну сутність доходу та дохідності підприємства;
- виокремити фактори впливу на зростання дохідності діяльності підприємства;
- проаналізувати методичні підходи щодо оцінки та забезпечення дохідності діяльності підприємства;
- дослідити господарсько-правові засади функціонування підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод» та його загальну характеристику;
- проаналізувати показники ефективності використання фінансових ресурсів підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод»;
- провести дослідження дохідності підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод»;
- здійснити кореляційно-регресійний аналіз дохідності діяльності підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод»;
- описати напрями зростання дохідності підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод»;

- надати пропозиції щодо забезпечення зростання дохідності підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод» визначити ступінь доцільності впровадження нового продукту та розрахунок витрат для підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод».

*Об'єкт дослідження* є процес підвищення дохідності діяльності підприємства.

*Предмет дослідження* є комплекс теоретичних, практичних та методичних аспектів, спрямованих на підвищення дохідності діяльності ТДВ «Яготинський маслозавод».

Методи дослідження. Під час проведення дослідження було використано різноманітні загальнонаукові методи, що сприяли більш глибокому та комплексному аналізу предмету дослідження.

Були використані наступні методи:

- факторний аналіз;
- аналітичний метод;
- табличний та графічний методи;
- порівняльний аналіз доходів;
- методи ймовірності банкрутства.

Практичне значення отриманий результатів полягає в розробці і впровадженні стратегій для підвищення доходності діяльності на прикладі Товариства з обмеженою відповідальністю «Яготинський маслозавод». Запропоновані рекомендації включають у себе оптимізацію виробничих процесів, впровадження інноваційних технологій, покращення маркетингових стратегій та ефективне управління фінансовими ресурсами, впровадження нового продукту. Ці заходи спрямовані на збільшення ефективності та прибутковості підприємства, що може мати значний вплив на його конкурентоспроможність та стабільність на ринку.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОХІДНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

### 1.1 Економічна сутність доходу та дохідності підприємства

У сучасному світі, економічна наука використовує поняття «доходу» як одну з основних категорій. Воно є надзвичайно важливою складовою для методів оцінки ефективності та розвитку будь-якої економічної діяльності. Розуміння сутності доходу є ключем до ефективного фінансового планування, та досягнення фінансової стабільності.

Дохід має безліч понять, він є дуже поширеним і критично важливим фінансовим показником для будь-якої компанії, що представляє загальну суму грошей, отриману в результаті господарської діяльності за певний період часу. Слід розглянути поняття «дохід підприємства». Він зазвичай означає загальний дохід, отриманий бізнесом або підприємством. Це комплексний термін, який охоплює різні джерела доходу в компанії. Серед сучасних економістів визначення «дохід підприємства» є широко поширеним, і визначається як сума виручки від реалізації продукції та майна, а також від позареалізаційних операцій [1].

Зокрема, А. Сміт в своїй праці «Дослідження про природу та причини багатства народів» покращив теорію відтворення та відділив поняття валовий дохід та чистий дохід. Терміни доходу можуть бути різними все залежить від того, що саме вимірюється. Валовий дохід – це вся загальна вартість заробітної плати або платежів без урахування будь-яких відсотків готівки. Чистий дохід – це дохід, що залишається після вирахування податків або зборів.

Для цілей оподаткування дохід відноситься до видів доходів, які підлягають оподаткуванню прибутковим податком. Ці визначення можуть відрізнятися залежно від юрисдикції. Зарплати та продажі зазвичай вважаються оподатковуваним доходом, але спадщина та подарунки зазвичай не вважаються оподатковуваним доходом. Найважливіше, що

дохід дозволяє формувати прибуток, який слугує не лише як індикатор ефективності, але й як джерело для розширення і розвитку діяльності підприємства. В ньому у грошовій формі акумулюються зусилля усіх складових діяльності підприємства:

- виробництво і реалізація;
- якість і асортимент;
- ефективність використання виробничих ресурсів;
- собівартість продукції [2].

В свою чергу прибуток у економічному контексті визначається як різниця між виручкою від реалізації товарів чи послуг та собівартістю їх виробництва, і це являється як результат фінансової діяльності підприємства.

Поняття «дохід» вивчається вже протягом багатьох століть в тісній взаємодії з такими термінами як «виручка» та «прибуток» в працях А. Сміта, К. Маркса, Дж. Мілля, Дж. Хікса, В. Парето, Л. Вальраса, Ф. Найта та інших (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Тлумачення економічної сутності доходу представниками різних економічних шкіл

| Економічна школа           | Науковий представник | Тлумачення «доходу»                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----------------------------|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Класична економічна теорія | Адам Сміт            | Розвив вчення про доходи та поділив на первинні та вторинні. Первинні - прибуток, рента та заробітна плата (його одержують: капіталісти, землевласники, робітники). Для решти населення доходи є вторинним, адже їх джерелом є перерозподілені первинні доходи – прибуток, рента або заробітна плата; Тобто це основні три основні джерела будь-якого доходу, і також визначають мінову вартість. А беручи до уваги весь інший дохід, в кінцевому підсумку, виникає внаслідок взаємодії з одним чи іншим із цих джерел. |
|                            | Давид Рікардо        | Також вважав, що дохід робітника - це заробітна плата (плата за працю).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                            | Нассау Вільям Сеніор | Він також розглядав такі форми доходу, як заробітна плата, прибуток, рента та процент.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

## Продовження таблиці 1.1

|                                    |                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------------------------------|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                    | Жан-Батіст Сей   | Його теорія розподілу виходить з того, що кожний фактор виробництва продовжує відповідний вид доход: праця — заробітну плату (винагороду за працю), капітал — прибуток(компенсація за ризик), а земля — ренту(винагороду за використання природного ресурсу).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Економічна теорія фізіократів      | Франсуа Кене     | Він є основоположником фізіократії та вважав економічний дохід це вплив матеріальних факторів природи (води та землі). Основний дохід виникає внаслідок природної продуктивності землі. Іншими словами, фізіократи мали на увазі, що селяни створюють чистий продукт через використання природних ресурсів. А якість залежить від різних факторів, таких як родючість та клімат.                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                                    | Жак Тюрго        | Ж. Тюрго бачить чистий продукт та винагороду за працю, так само як Кене., але він виділив ще прибуток - як самостійний дохід, який отримує підприємець у якості позичкового відсотку, пояснюючи тим що, банкір має змогу в будь-який момент придбати землю за власні кошти і стати одержувачем ренти.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Неокласична економічна теорія      | Джон Бейтс Кларк | Теорія Кларка стверджує, що дохід підприємця визначається граничною продуктивністю капіталу. Це означає, що підприємці отримують більше доходу, якщо їхній капітал більш продуктивний і дохід - це різниця між вартістю створеного продукту і зарплатою найманих працівників. За теорією Кларка, дохід підприємця як власника засобів виробництва являє собою відсоток на вкладений капітал. Кларк вважав, що підприємець є власником засобів виробництва і тому має право на відсоток на свій вкладений капітал. Він стверджував, що підприємець ризикує своїм капіталом, вкладаючи його в виробництво, і за це він повинен отримувати винагороду. |
|                                    | Альфред Маршалл  | Він вважав, що дохід - це основа для споживання, заощадження та інвестицій, також додав що дохід домогосподарства залежить від їх трудової діяльності та власності. Маршалл стверджував, що "джерелом доходів усіх факторів виробництва в міру граничних послуг, які вони надають, є національний дивіденд"                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Неокласична маржиналістська теорія | Майкл Блауг      | Його концепція, що до теорії доходів розглядається зі сторони макроекономіки, розвитку продуктивних сил та виробничих відносин, його відмінністю до визначення поняття доходу було те що він не визнавав інші теорії з якими пов'язувати інші науковці, такі як заробітна плата, ренту, прибутку та відсотка.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

## Продовження таблиці 1.1

|                                   |              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------------------|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Маржиналістська економічна теорія | Карл Менгер  | К. Маргер критикував класичну економічну школу, через недосконалість концепції вартості праці, нерівномірність розподілу виробничих доходів або недостатнє урахування інших факторів, що впливають на формування заробітної плати. Він підкреслював що ціна праці також визначається талантами та кваліфікацією працівника, і визначає це як рентний дохід.                                                                                                                                                                                   |
| Кейнсіанська економічна теорія    | Дж. М. Кейнс | Він розглядав, що дохід залежить від поведінки людей, тому важливо впливати на настрої та очікування суспільства, щоб люди продовжували витратити гроші та тим самим стимулювати економіку. Та припускав що отриманий дохід складається з двох частин - першої, яка йде на споживання (наслідком цього витрачається), та другої - тієї що заощаджується (в цьому значенні повністю йде на витрати)                                                                                                                                            |
| Марксистська економічна теорія    | Карл Маркс   | Передбачав, що дохід ґрунтується на теорії доданої вартості, де джерелом доходу є праця. Тобто тільки робітник або власний робочої сили приймає участь у створенні нової вартості. А інші види доходів залишаються як результат неоплаченої праці робітників. І тільки робітник може по-впливати на вартість своєї праці (кількість коштів достатньої для власного існування), однак робітник виробляє більше вартості, ніж йому сплачується. І ця різниця яка є між працею робітника та вартістю його заробітної плати є додатковою вартістю |

*Джерело: складено автором на основі [4]*

Через велику кількість різних визначень поняття «доходу» залишається однією з найскладніших та обговорюваних тем в економічній науці, що викликала масу широких дискусій між науковими представниками економічних шкіл. Ця тема провокує до уточнень та потребує поглиблення, через відсутність точного та чіткого визначення.

Розуміння доходу підприємства має вирішальне значення для прийняття стратегічних рішень і планування на майбутнє. Підприємства часто аналізують свої рух доходів, щоб визначити сфери зростання, оцінити прибутковість різних продуктів або послуг і зробити обґрунтований інвестиційний вибір. Дохід підприємства – це всі гроші, які воно отримує від реалізації продукції, робіт та послуг отримані за певний період часу. До прикладу можуть включати ренти, відсотки та дивіденди,

отримані щодо грошових рахунків і резервів підприємств, що пов'язані з бізнесом. А загальний заробіток у формі заробітної плати або прибуток від інвестицій, розподілу пенсій та інших надходжень є доходом для більшості людей.

Коли компанія отримує дохід, це свідчить про те що, продукція або послуга підприємства знайшла свого споживача, тобто продукт чи послуга розроблена з урахуванням потреб та очікувань клієнтів, відповідають конкретним критеріям та стандартам на ринку. Отримання доходу є цілю будь-якої компанії для ефективного функціонування. Коли підприємство може оплатити свої витрати, податки заробітні плати працівникам та інші зобов'язання із власних ресурсів, то це є гарною для самофінансування. Така ситуація є можливістю для подальшого розвитку бізнесу та покращення діяльності підприємства, оскільки воно не залежить виключно від зовнішніх джерел фінансування. Якщо компанія спроможна генерувати дохід, це ознака стійкості та конкурентоспроможності на ринку.

Дохідність підприємства – це є одним з найголовніших показників його фінансового стану, та визначає мету підприємницької діяльності. Важливість цього показника в тому щоб, мати здатність покривати усі поточні витрати (тобто витрати на зарплату працівників, закупівлю сировини, витрати на обладнання та інфраструктуру.)

Таким чином, багатогранний характер доходу підприємства підкреслює його важливість як комплексного показника фінансового добробуту компанії, пропонуючи цінну інформацію для ефективного управління та сталого зростання.

Існує кілька категорій доходів, які вносять свій внесок у загальний потік доходів компанії.

| Доходи підприємства          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Дохід від реалізації         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Реалізація готової продукції;</li> <li>• Реалізація товарів;</li> <li>• Виконання робіт та послуг;</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Операційні доходи            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Від реалізації іноземної валюти;</li> <li>• Від реалізації оборотних активів;</li> <li>• Від операційної курсової різниці;</li> <li>• Від операційної оренди;</li> <li>• Одержані штрафи, певні неустойки;</li> <li>• Відшкодування різних списаних активів;</li> <li>• Від списаної кредитної заборгованості;</li> <li>• Інші доходи</li> </ul>                             |
| Доходи від участі в капіталі | Доходи від інвестицій і асоційовані, дочірні або спільні підприємства, яку обліковують з методом участі в капіталі.                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Фінансові доходи             | Дивіденди, проценти отримані за кредитами, випущеними облігаціями, фінансовою орендою, крім тих, що відображають за методом участі у капіталі                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Інші доходи                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Від реалізації фінансових інвестицій</li> <li>• Від відновлення корисності активів</li> <li>• Від неопераційних курсових різниць;</li> <li>• Від безоплатно одержаних активів</li> <li>• Інші доходи, отримані від звичайної діяльності, але які пов'язані з операційною діяльністю (в т. ч. доходи, у вигляді відшкодування витрат втрат від надзвичайних подій)</li> </ul> |

Рис. 1.1. Класифікація доходів підприємства

Джерело: побудовано автором на основі [5]

Дохід підприємства отримується з різних джерел як ми бачимо з рисунку 1.1, головні з яких є наступні. Операційний дохід, він включає продажі товарів і послуг, ліцензійні збори та інші доходи, отримані від основної діяльності підприємства і є для більшості підприємств основним видом доходу. Крім того, підприємства можуть отримувати дохід від інвестицій (своїх власних коштів або від інвесторів), таких як дивіденди та

приріст капіталу від акцій або відсотки від облігацій. Співпраця з іншими компаніями, укладання партнерських угод та участь у спільних проектах може призводити до отримання додаткового доходу. Якщо підприємство створює або утримує права на інтелектуальну власність, воно може отримувати дохід від платежів за ліцензії та авторські права.

Касовий метод передбачає, що дохід підприємства – це сума грошей, які надійшли упродовж всього періоду від споживачів на рахунок або в касу за надані послуги та виконану роботу.

А метод нарахувань обґрунтовує дохід підприємства саме за конкретний період описує визначення ціни відвантаженої продукції споживачам за вартість наданих послуг, незалежно чи оплачена вона ними впродовж цього періоду чи ні.

Ще одним ключовим джерелом доходу підприємства є управління витратами. Ефективні заходи контролю за витратами безпосередньо сприяють збільшенню доходу, оскільки вони підвищують норму прибутку. Компанії, які стратегічно керують своїми витратами, мають кращі можливості для оптимізації своєї операційної ефективності та максимізації загального доходу.

Оскільки цей показник є важливим у фінансовій ефективності підприємства, слід зрозуміти його сутність. Він дає змогу зрозуміти, наскільки успішно компанія отримує прибуток від своєї діяльності. Так як економічний дохід служить як КРІ (ключовий показник ефективності) для оцінки продуктивності ресурсів компанії, це дає змогу визначити наскільки ефективно використовуються людські, фінансові та матеріальні ресурси.

У контексті визначення доходу підприємства зазвичай використовуються два фундаментальних підходи: витратний і ринковий. Різні теорії об'єднують ці підходи, щоб забезпечити повне розуміння доходу. З визнаних сучасних теорій, слід розглянути ці чотири теорії пропонують несхожі погляди на фактори, що впливають на дохід компанії:

- факторна теорія доходу - теорія підкреслює, що дохід компанії є результатом ефективного використання різних економічних ресурсів або факторів виробництва. Отриманий дохід розглядається як винагорода за ефективне використання цих ресурсів і управління ними;
- компенсаторна теорія доходу (теорія підприємницького доходу) – теорія розглядає дохід як компенсацію за ризики, прийняті в підприємницькій діяльності;
- інноваційна теорія доходу – теорія розглядає певний вид додаткового доходу, яке створило підприємство, впроваджуючи більш ефективні технології, організаційні моменти та залучає інновації, для збільшення доходу завдяки підвищенню продуктивності праці;
- теорія монопольного доходу – теорія пояснює причини великого доходу через обмежену конкуренцію або монопольне становище в окремих сегментах ринку. Тому компанія має змогу ставити більші ціни та потенційно отримувати більший контроль над ринком [6].

Хоча ці теорії можуть пропонувати різні точки зору, вони не виключають одна одну. Насправді вони можуть доповнювати один одного і разом забезпечувати більш повне розуміння складної динаміки, яка сприяє прибутку компанії. Кожна теорія проливає світло на конкретні аспекти отримання доходу, пропонуючи цінне розуміння багатогранної природи процесу.

Отримання доходу не можливе без витрат, через те, що підприємство отримує кошти, вкладаючи їх в діяльність підприємства, чим більшим буде дохід, тим більшими будуть витрати. Це як винагорода за певні матеріальні та нематеріальні блага. Існують грошові та негрошові доходи та витрати. В сучасному світі через різні чинники обирають грошові, оскільки саме вони забезпечують розширення та покращення виробництва та стабільне функціонування.

Негрошові доходи – цей дохід надається підприємству у відмінній від грошової форми. Тим не менш немає точно визначених термінів, коли цей

дохід отримується. Сюди можуть бути включені різні види вигод або ресурсів, які підприємство отримує [7].

Коли готівкові доходи надходять на банківський рахунок або в касу, це завжди є вигідно для підприємств. Зазвичай компанії отримують готівкові або безготівкові кошти від покупців, замовників та дебіторів. У фінансовому обліку це призводить до збільшення активів у вигляді грошових коштів і їх еквівалентів, а також до зменшення активів у вигляді розрахунків із покупцями, замовниками та іншими дебіторами. Це є першим типом змін у балансі.

Таким чином, об'єктивна необхідність отримання доходу тісно пов'язана зі стратегічним і цільовим здійсненням витрат. Добре керований баланс між доходами та витратами має важливе значення для фінансового здоров'я та стабільності підприємства. Це вимагає розумного фінансового планування, ефективного управління витратами та чіткого розуміння економічної динаміки, в якій працює бізнес.

## **1.2 Фактори впливу на зростання дохідності діяльності підприємства**

Для успішного функціонування бізнесу, потрібно розуміти, що впливає на дохідність підприємства, оскільки він відіграє важливу роль у розробці стратегій та прийнятті ефективних рішень. Та потрібно розраховувати на зміни в попиті, конкуренції на ринку, постійно розвиватись та залучати інновації в бізнес. Підприємці, які детально слідкують за ринком та постійно аналізують різні аспекти функціонування свого бізнесу, мають більший потенціал до збільшення доходу, будуть більш спокійно сприймати зміни у бізнес-середовищі, вдосконалювати свої продукти або послуги, а також правильно управляти ресурсами.

Розмір компанії є достатньо великим фактором, який безпосередньо впливає на її дохід. Його часто оцінюють різними показниками,

включаючи дохід, кількість співробітників, частку ринку та активи. У міру зростання або скорочення компанії її дохід зазнає відповідних змін.

Одним з основних факторів, що впливає на розмір компанії, є її здатність генерувати дохід. Більші компанії, як правило, мають ширший асортимент продуктів або послуг, що дозволяє їм охоплювати різноманітні ринки та сегменти споживачів. Чим більше компанія може продати, тим вищий її дохід, що безпосередньо впливає на її загальний дохід.

Великі компанії виграють оптовими закупівлями, спрощеними виробничими процесами і мають більші навички у веденні переговорів з постачальниками.

Ефективне функціонування бізнесу безпосередньо залежить від його корпоративних відносин. Постачальники, які надають ресурси підприємству за визначеною оплатою, грають ключову роль, а посередники беруть участь у реалізації продукції чи послуг, отримуючи свій відсоток від отриманої винагороди. Порушення стабільності бізнес-відносин може призвести до ризику переривання дохідного циклу.

Ці фактори сприяють зниженню витрат на одиницю продукції, позитивно впливаючи на норму прибутку і, як наслідок, на загальний дохід. Глобальна присутність збільшує потенційний дохід компанії. Доступ до міжнародних ринків відкриває можливості для зростання та отримання додаткових доходів. Компанії, які співпрацюють міжнародним ринком, та мають офіси в інших країнах, відчують позитивний вплив на свої доходи.

Зростання доходів є природним результатом здатності великих компаній розширювати продажі та диверсифікувати пропозицію своїх продуктів або послуг. Рівень прибутку покращується, оскільки починає діяти економія на масштабі, що призводить до підвищення прибутковості для великих компаній.

Більші компанії, як правило, сприймаються як більш стабільні та менш ризиковані, що залучають ширшу базу інвесторів. Ця підвищена впевненість призводить до вищої ринкової оцінки, забезпечуючи доступ до додаткового капіталу, який може додатково сприяти доходу компанії.

Незважаючи на переваги, пов'язані з розміром, виникають проблеми, які також слід зазначити. Більші організації можуть зіткнутися з такими проблемами, як бюрократія та повільніші процеси прийняття рішень. Крім того, економічні спади можуть непропорційно вплинути на їхні доходи та фінансову стабільність.

Підсумовуючи, можемо сказати, що розмір компанії має прямий і значний вплив на її дохід. Такі фактори, як отримання прибутку, частка ринку, економія за рахунок масштабу, глобальна присутність і довіра інвесторів – усі вони впливають на формування фінансових показників компанії. Розуміння цієї динаміки має значення для корпоративних стратегів та інвесторів, які прагнуть орієнтуватися в складному ландшафті розміру та доходу компанії.

Аналіз факторів, що впливають на доходність, включає оцінку ефективності маркетингових стратегій, ціноутворення, якості продукції та обслуговування клієнтів. Детальне вивчення цих аспектів дозволяє підприємцям не лише пристосовувати свою стратегію до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі, але й ідентифікувати нові можливості для розвитку.

Класифікувати джерела, що впливають на рівень доходності підприємства, можна наступними ознаками:

- як джерела підвищення ефективності (підвищення продуктивності праці, раціоналізація використання матеріальних ресурсів);
- як напрями вдосконалення виробництва (науково-технічний прогрес, впровадження сучасних технологій, модернізація застарілого обладнання, механізація і автоматизація виробництва, впровадження передових методів і форм організації виробництва і праці);
- за місцем впровадження (внутрішні - застосування нових технологій, покращення устаткування, та зовнішні – зміна постачальників, ринків збуту, кон'юнктурні зміни ринку та ін.) [8].

Зазвичай прийнято вважати, що підвищення цін призводить до зменшення обсягу продажу. Проте важливо відзначити, що це не завжди

відбувається, і навіть якщо відбудеться, невелике скорочення продажів, це буде варто того, якщо його компенсує підвищена ціна.

Також, зміна собівартості продукції значно впливає на дохід підприємства. Існує пряма залежність між прибутком та собівартістю. Низька собівартість веде до високого прибутку та навпаки. При аналізі зміни собівартості важливо визначити чинники, які викликають зниження чи підвищення витрат.

Будь-яке підприємство має виявити шляхи збільшення доходу, тому треба приділяти увагу дослідженню факторів, що призводять до збільшення доходу. Фактори впливу на дохідність підприємства поділяються на внутрішні та зовнішні. Тому слід розглянути ці два чинники детальніше. Внутрішні фактори, що впливають на обсяг доходу підприємства та його діяльності виділимо кілька основних – це виробничі, комерційні, фінансові, соціальні відіграють вирішальну роль у формуванні доходу та діяльності підприємства в цілому.

На рис. 1.2 детальніше наведена характеристика внутрішніх факторів впливу на обсяги доходу.

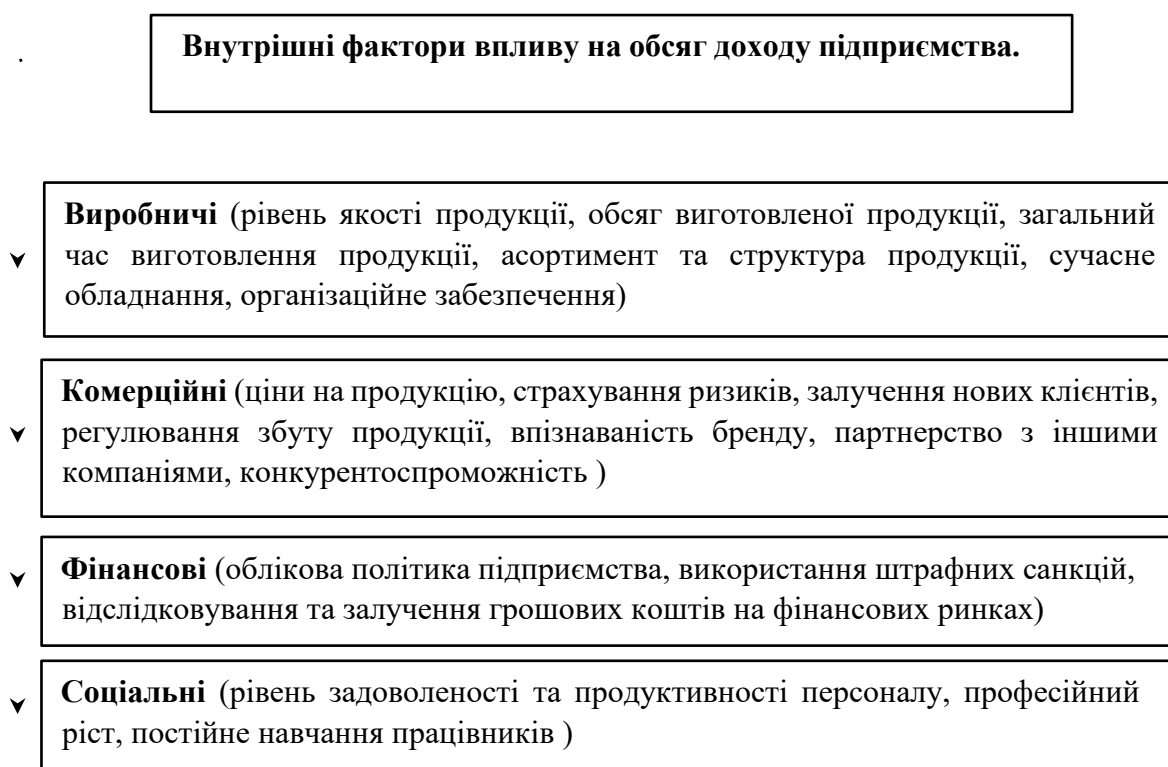


Рис. 1.2. Внутрішні фактори впливу на обсяг доходу підприємства

Наступним розглянемо фактори зовнішнього впливу на обсяг доходу підприємства, що включає в себе економічні та політичні тенденції, природні умови, соціальні та демографічні фактори (рис. 1.3).

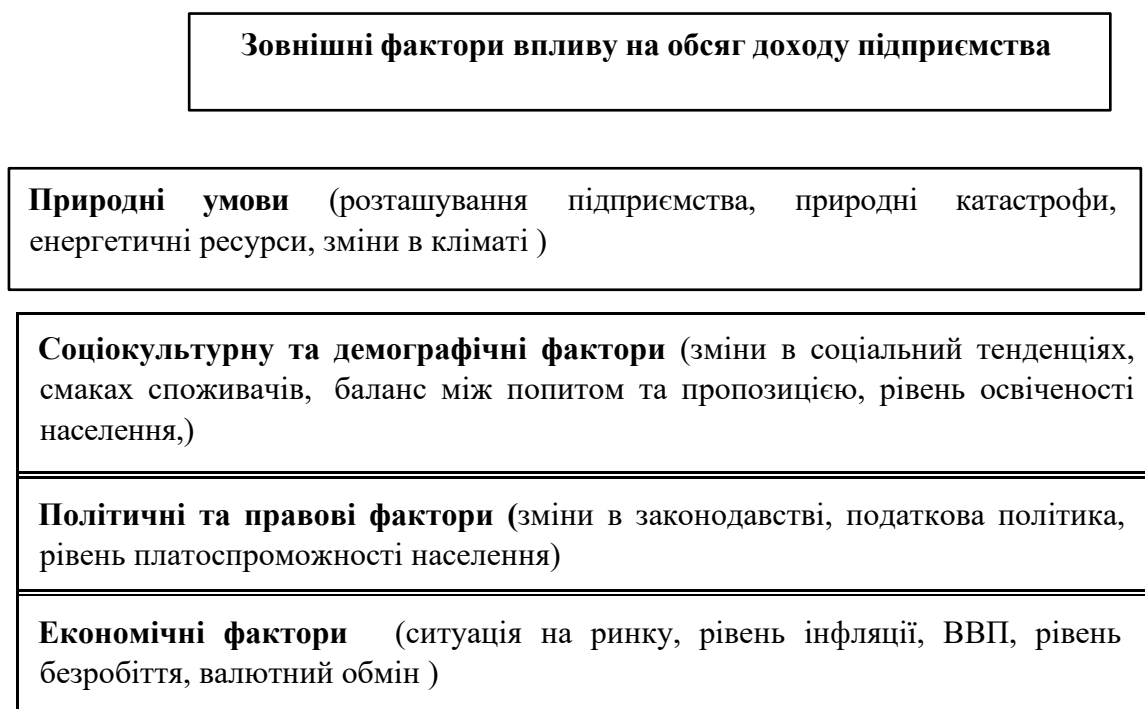


Рис. 1.3. Характеристика зовнішніх факторів впливу на дохідність діяльності

Розуміння та управління внутрішніми та зовнішніми факторами має важливе значення для прийняття стратегічних рішень та забезпечення фінансового успіху підприємства. Взаємодія цих факторів створює динамічне середовище, яке вимагає ретельного розгляду та адаптації до зовнішніх змін. Завдяки всебічному аналізу та вирішенню цих впливів компанії можуть краще позиціонувати себе для стабільної та прибуткової діяльності в бізнес-середовищі, яке постійно змінюється та вимагає бути готовим до будь-яких викликів і можливостей. Це включає в себе здатність швидко реагувати на ринкові тенденції, регуляторні зміни, технологічні інновації та зміни в споживчій поведінці. Успішні підприємства повинні вміти ефективно використовувати свої внутрішні ресурси, адаптуватися до нових умов і оптимізувати процеси для досягнення конкурентних переваг. Таким чином,

вони можуть забезпечити стійке зростання та розвиток, мінімізуючи ризики та максимізуючи можливості у складному бізнес-середовищі. Збільшення доходів підприємства може бути досягнуте за допомогою різноманітних стратегій та підходів (рис 1.4).

Підвищення якості продукції є надзвичайно важливим пунктом будь-якого підприємства, оскільки від нього залежить конкурентоспроможність на ринку та задоволення очікувань споживачів. Для досягнення цієї мети підприємства повинні впроваджувати комплексні стратегії, що охоплюють усі аспекти виробництва.

Створення системи управління якістю, оптимізація виробничих процесів, навчання, мотивації персоналу та використання сучасного обладнання, це лише половина успіху. Якісна взаємодія з постачальниками та орієнтація на зворотний зв'язок з клієнтами створюють умови для постійного вдосконалення.

Також важливо враховувати роль корпоративної культури, де співробітники розуміють важливість якості та беруть участь у створенні високоякісних продуктів.

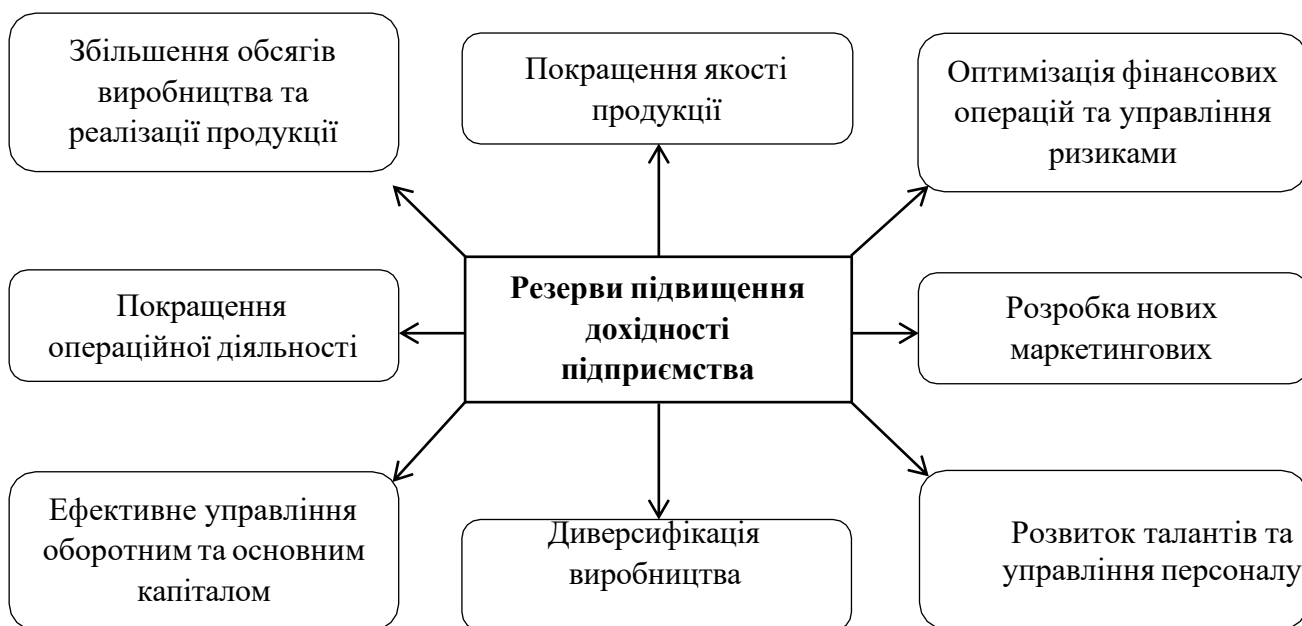


Рис. 1.4. Резерви підвищення дохідності підприємства

Застосування цих стратегій не тільки покращить якість, але й підвищить ефективність, зменшить витрати та підвищить задоволеність споживачів.

Тому реалізація цих заходів дозволить підприємствам не тільки зберегти свої позиції на ринку, а й активно розвиватися, впроваджуючи інновації та забезпечуючи стабільне зростання в довгостроковій перспективі.

### **1.3 Методичні підходи щодо до оцінки та забезпечення дохідності діяльності підприємства**

Вирішення завдань щодо оцінки та забезпечення дохідності діяльності підприємства вимагає відповідних методичних підходів, спрямованих на максимізацію результативності та оптимізацію ресурсів. Тому здійснення комплексної оцінки ефективності підприємства вимагає систематичного аналізу різних аспектів його фінансово-господарської діяльності.

Застосування різних методів дозволяє визначити ключові фактори, що впливають на доходність, а також на розробку стратегій для їх покращення.

Аналіз доходів – це як частина економічної стратегії підприємства, спрямований на створення умов, що дозволяють компенсувати постійні витрати, покривати змінні витрати, які залежать від обсягу реалізації продукції, а також на своєчасну оплату всіх податків та обов'язкових платежів, забезпечуючи отримання доходу[9].

Тож аналіз доходу включає:

- створення бази даних для прийняття стратегічних управлінських рішень;
- розробка стратегії отримання доходу та вибір засобів та методів її впровадження;
- прогноз всіх можливих сценаріїв отримання доходів за окремими видами діяльності та оцінка з точки зору реалізації;
- створення оптимального плану доходів для підприємства.

Аналіз доходів підприємства є важливою частиною фінансового

аналізу і включає в себе оцінку різних аспектів доходної діяльності компанії. Основною метою такого аналізу є надання керівництву підприємства та зацікавленим сторонам (інвесторам, кредиторам, аналітикам) інформації для прийняття рішень та формування стратегій.

Методичні підходи орієнтовані на врахування внутрішніх та зовнішніх факторів, що можуть впливати на фінансові результати підприємства. Використання сучасних інструментів та технологій дозволяє ефективно впроваджувати нові стратегії та адаптувати бізнес-процеси до змінних умов ринку. Тому слід розглянути основні методичні підходи, яку подано в таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

## Методичні підходи для аналізу доходності компанії

| Назва                         | Сутність                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Горизонтальний аналіз доходів | вивчення та порівняння змін у доходах підприємства протягом певного періоду, зазвичай в порівнянні звітного періоду з попереднім роком чи періодом.                                                                                                                                                                       |
| Вертикальний аналіз доходів   | вивчення структури доходів за джерелами їх надходження.                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Порівняльний аналіз доходів   | порівняння всіх можливих показників, таких як порівняльний аналіз з конкурентами підприємства та порівняльний аналіз звітних та планових показників. Цей метод включає у себе оцінку та зіставлення фінансових показників доходів підприємства з метою виявлення змін, тенденцій або відмінностей в різних періодах часу. |
| Факторний аналіз доходів      | цей метод вивчає та визначає вплив різних факторів на доходи підприємства, такі як економічні умови, зміни відомостей про споживачів, стратегічні рішення підприємства. Тому для розуміння та передбачення можливих змін в майбутньому використовують цей метод.                                                          |

*Джерело: систематизовано автором на підставі [9]*

Наведені методи є необхідним інструментом для прийняття обґрунтованих стратегічних рішень та визначення шляхів підвищення ефективності доходності підприємства, через те ринок що постійно змінюються.

Також важливо систематично контролювати наявні та впроваджувати

наступні заходи з метою забезпечення стійкості та дохідності, такі як:

- оцінку доходів та витрат для кожного виду продукції чи послуги, це допомагає визначити їхню рентабельність;
- вплив фінансового забезпечення на дохідність;
- визначення та аналіз ефективності витрат на різних етапах виробництва і управління;
- встановлення оптимальних цін на продукцію чи послуги для максимізації прибутку;
- залучення нових клієнтів та ринків для збільшення обсягів продажів;
- використання фінансових моделей для прогнозування впливу різних факторів на дохідність;
- мінімізація запасів, що необхідні для виробництва, для зменшення затрат;
- ретельне планування інвестицій для забезпечення максимальної ефективності витрат;
- система внутрішнього контролю для уникнення втрат і шахрайства;
- регулярна підготовка фінансових звітів для оцінки фінансового стану підприємства.

Навіть, якщо дохід вважається одним з ключових показників успішності підприємства, сам по собі він не є визначальним показником ефективності його функціонування. Тому ще одним важливим показником ефективності є – рентабельність. Він є відносним показником, який відображає рівень віддачі витрат, це може значити, що зростання цього показника свідчить про процес розвитку та вдосконалення фінансового, економічного, організаційного потенціалу компанії. Ефективність підприємства визначається за допомогою абсолютних та відносних показників дохідності. Абсолютний показник дохідності визначається сумою прибутку або доходів, проте не формує повного уявлення про ефективність, в той же час коли відносний показник визначається рівнем рентабельності, тобто дає зрозуміти ефективність управління фінансами [10]. Багато вчених рекомендують вимірювати рентабельність виробництва

шляхом обчислення відношення прибутку від реалізації до собівартості виробництва і реалізації продукції [11].

Будь-яке підприємство не зможе успішно функціонувати, без взаємовідносин з іншими суб'єктами, та без впливу різноманітних ситуацій на них. Основних суб'єкти, які мають значний вплив на діяльність підприємства, наступні: держава, конкуренти, споживачі продукції, посередники та інші установи та суб'єкти [12].

Суспільство повинно мати доступ до об'єктивної інформації щодо рівня прибутковості різних видів діяльності, і лише на основі точних та достовірних даних слід розробляти стратегію економічного розвитку.

Показники якості рентабельності за О.А. Зінченко поділяються:

- За часом: моментальні, статичні та динамічні показники;
- За витратами: активи, застосовані ресурси, споживчі ресурси;
- За результатом: загальний прибуток, оподаткований прибуток, чистий прибуток;
- За критерієм узагальнення: узагальнюючі, локальні, часткові;

Наступним, розглянемо, основні види рентабельності.

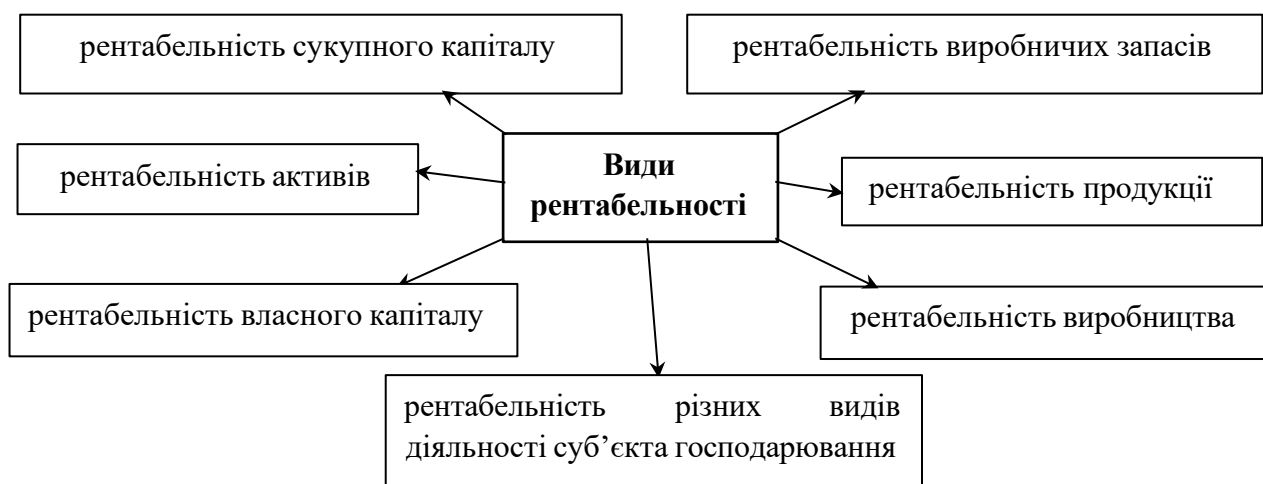


Рис. 1.5. Види рентабельності

На рисунку зображені основні види рентабельності, які допомагають комплексно оцінити підприємство з урахуванням різних аспектів та факторів.

Рентабельність окремих видів продукції розраховується за формулами:

$$P = \frac{\text{Прибуток розрахунку на одиницю продукції}}{\text{Собівартість одиниці продукції}} \times 100\% \quad (1.1)$$

$$P = \frac{\text{Прибуток з розрахунку на товарний випуск}}{\text{Собівартість товарної продукції}} \times 100\% \quad (1.2)$$

$$P = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Сума основних виробничих фондів і матеріальних оборотних засобів}} \times 100\% \quad (1.3)$$

Вона визначає прибутковість різних категорій товарів, загальної товарної продукції і рентабельність підприємства та є основою для встановлення ціни.

Рентабельність реалізації продажу, розраховується за формулами:

$$P = \frac{\text{Прибуток від продажу продукції}}{\text{Виручка від реалізації}} \times 100\% \quad (1.4)$$

$$P = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Чиста виручка від реалізації + Доходи від іншої реалізації}} \times 100\% \quad (1.5)$$

Цей показник рентабельності вказує на те, яку частку прибутку отримує підприємство з кожної гривні продажу.

Рентабельність активів, розраховується за формулою:

$$P = \frac{\text{Прибуток}}{\text{Сукупні активи}} \times 100\% . \quad (1.6)$$

Рентабельність поточних активів, розраховується за формулою:

$$P = \frac{\text{Прибуток}}{\text{Поточні активи}} \times 100\% . \quad (1.7)$$

Рентабельність чистих активів, розраховується за формулою:

$$P = \frac{\text{Прибуток}}{\text{Чисті активи}} \times 100\% . \quad (1.8)$$

Ці показники визначають, скільки припадає доходу на кожну гривню відповідних активів.

Рентабельність власного капіталу, розраховується за формулою:

$$P = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Власний капітал}} \times 100\% . \quad (1.9)$$

Рентабельність власного капіталу визначає прибуток, який припадає на одну гривню власного капіталу після сплати відсотків за кредити і податки та характеризує віддачу або дохідність власних засобів [14].

Ліквідність або фінансова стабільність підприємства на короткий термін суттєво визначається його здатністю до генерації прибутку. У цьому контексті важливим аспектом є рентабельність, що представляє собою якісний і кількісний показник ефективності загальної діяльності підприємства.

Оптимізація показників рентабельності при урахуванні переходу підприємств на міжнародні стандарти фінансової звітності є важливим методологічним підходом. Треба бути обережним при виборі показників, тому що жоден з них не є універсальний та виконує певну функцію.

Основними шляхами підвищення доходу підприємства, можемо виділити:

- збільшення обсягу збуту, шляхом розширення бізнесу та виходи на міжнародні ринки;
- випуск нових продуктів, послуг або ж удосконалення наявних для привернення уваги нових клієнтів та утримання нових;
- встановлення конкурентоспроможних цін;
- покращення якості продукції та виробництва, впровадження нових технологій для отримання кращого результату;
- ефективні сучасні маркетингові стратегії, просування через інтернет, реклама на біг-бордах, на радіо та ТВ-каналах, акції, розпродажі;
- співпраця з іншими компаніями відкриває нові можливості та залучає нових клієнтів;
- оптимізація процесів та підвищення продуктивності позитивно впливають на дохід підприємства;
- спрямованість на задоволення потреб і очікувань клієнтів через високий рівень обслуговування може призвести до повторних покупок та позитивного впливу на репутацію компанії.

До показників сприятливого, заохочувального стимулювання персоналу належать всі досягнення в галузі організації праці, що дають певний економічний ефект. Вони включають: матеріальне стимулювання праці через механізми заробітної плати, преміювання; всі заходи, спрямовані на поліпшення устаткування та організацію робочих місць, їх правильне та ефективне розташування; ініціативи, що сприяють для підвищення кваліфікації працівників розширення їхнього профілю, що дає для поєднання професій й функцій у виробництві. Використання цих стратегій підвищення прибутковості дозволить суб'єктам господарювання досягти максимального ефекту від виробничої діяльності [15].

Отже, вирішення завдань з оцінки та забезпечення дохідності діяльності підприємства вимагає використання різноманітних методичних підходів, спрямованих на максимізацію результативності та оптимізацію ресурсів. Комплексний аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства включає в себе ретельний розгляд різних аспектів дохідності, що дозволяє чітко визначити ключові фактори та розробляти стратегії для їх покращення. Підприємства мають брати до уваги як і внутрішні чинники, що сприяють підвищенню прибутковості, охоплюють організаційно-управлінські аспекти, матеріально-технічні аспекти, фінансові складові та кадрові фактори, так і зовнішні фактори, до яких належать адміністративні, зовнішньоекономічні та ринкові впливи.

Слід впроваджувати ці заходи для забезпечення дохідності, це допоможе підприємству бути стійким в стресових ситуаціях. Через постійні зміни, це буває складно приймати рішення та впроваджувати нове, через те, що немає достовірної та точної інформації про результат, але бізнес – це ризик, тому потрібно розглядати різні варіанти та дивитись, які зміни вони приносять та обирати найкращий.

Отже, сутність доходу залишається, однією з найскладніших понять для чіткого визначення. Але залишається необхідною складовою для успішності та результативності підприємства. Адже, визначає наскільки

ефективно підприємство використовує свої ресурси. Дохід є однією з цілей для розширення та розвитку бізнесу, він може бути результатом правильного підходу до роботи, мотивації робітників, по з клієнтами, щоб забезпечити постійний ріст обсягів продажів та підтримати стійке фінансове положення.

Фактори впливу на зростання дохідності діяльності підприємства розглядаються в контексті внутрішніх та зовнішніх впливів. Внутрішні фактори включають: ефективне управління ресурсами (раціональне управління людською працею та фінансовими ресурсами, правильна мотивація працівників та вдосконалення умов праці), оптимізацію процесів (пошуки зменшення витрат, вдосконалення якості послуг) та ринкову стратегію (розробка ефективної маркетингової стратегії, вивчення потреб споживачів). Зовнішні фактори можуть включати: економічні умови (рівень інфляції валютні курси які суттєво впливають на підприємство), конкуренцію та зміни в законодавстві.

Щодо методичних підходів для оцінки та забезпечення дохідності діяльності підприємства, вони є елементами стратегічного управління, спрямованими на забезпечення стійкого фінансового успіху та конкурентоспроможності. Фінансовий аналіз включає вивчення рентабельності активів, оборотність капіталу та дохідності. Використання ключових показників ефективності допомагає аналізувати та спостерігати за результатами від операційної діяльності.

Маючи на меті постійне забезпечення зростання дохідності потрібно регулярно шукати всі можливі варіанти збільшення резервів зростання доходу. На стадії планування, виробництва, реалізації продукції має здійснюватися цей пошук, а їх використання їх має бути добре продуманим та на чіткому контролі ефективності реалізації за принципами раціонального зворотного зв'язку та постійного відслідковування змін на ринку.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ДОХІДНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТДВ «ЯГОТИНСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД»

### 2.1 Господарсько-правові засади функціонування підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод»

Молочна продукція є джерелом корисних жирів та білків, які є важливі для забезпечення енергії та будівництва клітин в організмі. Також вони містять багато вітамінів і мінералів. Молоко та його похідні багаті на вітаміни, зокрема А, D, E, K і мінерали кальцію, фосфору, які покращують здоров'я шкіри, зір та сприяють зміцненню кісток, покращують імунітет та загалом сприяють здоровому функціонуванню організму.

Виробництво молочної продукції займає важливе місце в економіці. Виготовлення масла та молочних продуктів – це велика галузь економіки, яка створює робочі місця і робить внесок у валовий внутрішній продукт країни. Ця галузь має високий експортний потенціал, тому що багато країн мають попит на молочні продукти, що створює можливість для експорту та заробітку валютних коштів. Також виробництво масла сприяє розвитку сільського господарства, зокрема, малих господарств та сільських громад. Основні відомості про об'єкт дослідження наведено в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

#### Основні відомості про об'єкт дослідження

|                                      |                                                                                |
|--------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| Код за ЄДРПОУ:                       | 446003                                                                         |
| Повне найменування:                  | Товариство з додатковою відповідальністю «Яготинський маслозавод»              |
| Скорочене найменування               | ТДВ «Яготинський маслозавод»                                                   |
| Юридична адреса:                     | 07700, Київська обл., Яготинський район, м. Яготин, вул. Шевченка, будинок 213 |
| Керівник:                            | Генеральний директор Приліпко Ігор                                             |
| Код території за КОАТУУ:             | 3225510100                                                                     |
| Регіон:                              | Київська область                                                               |
| Зберігач, що обслуговує емітента:    | Товариство з обмеженою відповідальністю "ПРО КАПІТАЛ СЕК'ЮРІТІЗ";              |
| Депозитарій, що обслуговує емітента: | ПАТ "Національний депозитарій України";                                        |

«Яготинський маслозавод» розташований в Київській області, в місті Яготин, його історія починається з 1956 року, напочатку завод був підприємством для переробки вершків та молока, вони мали змогу перероблювати до 100 т молока та робити тонну масла за годину, що робило їх одними з найкращій на ринку, згодом в 2006 році «Яготинський маслозавод» приєднався до групи «Молочний Альянс», що започаткувало нову еру його розвитку. Це об'єднання не лише принесло впевненість у стабільності та високих стандартах якості, але й відзначалося значними змінами у технічному обладнанні. Результатом стала комплексна реконструкція заводу, яка відбулась з впровадженням передових технологій та новітнього обладнання. Від тоді ввели в експлуатацію 17 ємностей з сумарним об'ємом 92 м<sup>3</sup> для виготовлення, фасувальні автомати, ємності для ферментації, дві установки для пастеризації та охолодження з виробничою потужністю 10000 та 5000 літрів на годину [18]. Основні техніко-економічні показники діяльності наведено в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

## Основні техніко-економічні показники діяльності (грн)

| Показник                              | Роки      |           |           | Абсолютне відхилення |               | Відносне відхилення, % |               |
|---------------------------------------|-----------|-----------|-----------|----------------------|---------------|------------------------|---------------|
|                                       | 2021      | 2022      | 2023      | 2022 від 2021        | 2023 від 2022 | 2022 від 2021          | 2023 від 2022 |
| Чистий дохід від реалізації продукції | 3 103 661 | 3 736 091 | 4 857 266 | 632430               | 1121175       | 20,4%                  | 30,0%         |
| Собівартість реалізованої продукції   | 27845 04  | 30908 47  | 39793 09  | 306343               | 888462        | 11,0%                  | 28,7%         |
| Фондовіддача                          | 1,800     | 2,313     | 3,013     | 0,513                | 0,7           | 28,5%                  | 30%           |
| Валовий: прибуток                     | 319 157   | 645 244   | 877 957   | 326087               | 232713        | 102,2%                 | 36,1%         |
| Чистий прибуток (збиток)              | 63 319    | 129 547   | 255 160   | 66228                | 125613        | 104,6%                 | 97,0%         |

На сьогодні завод має широкий асортимент та виробляє 36 видів молочної продукції: молоко, сметана, простокваша, кефір, ряжанку, йогурти, вершки, сироватку молочну, олію, кисломолочні та м'які сири,

айран, какао на молоці, питну закваску. Візиткою заводу вже більше 60 років є вершкове масло ТМ «Яготинське», яке має багато нагород. Обсяги виробництва та реалізації основних видів продукції наведено в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Обсяги виробництва та реалізації основних видів продукції ТДВ  
«Яготинський маслозавод»

| Основний вид продукції   | Обсяг виробництва       |                        |                                           | Обсяг реалізованої продукції           |                        |                                             |
|--------------------------|-------------------------|------------------------|-------------------------------------------|----------------------------------------|------------------------|---------------------------------------------|
|                          | у натуральній формі (т) | у грошовій формі (грн) | у відсотках до всієї виробленої продукції | у натуральній формі (фізична од. вим.) | у грошовій формі (грн) | у відсотках до всієї реалізованої продукції |
| Молоко питне             | 50022                   | 1249039                | 50,5                                      | 50796                                  | 1256972                | 44,8                                        |
| Кисломолочна продукція   | 43949                   | 1757365                | 44,3                                      | 43861                                  | 1734688                | 38,7                                        |
| Сирно-творожна продукція | 3781                    | 471414                 | 3,80                                      | 5153                                   | 713826                 | 4,50                                        |

*Джерело: складено автором бухгалтерської звітності підприємства*

Основною метою підприємства є забезпечення високої якості своєї продукції, задоволення потреб споживачів, збереження і розвиток власної репутації як надійного виробника. Крім того, компанія спрямовує зусилля на впровадження інноваційних технологій та підтримку сталого розвитку. Збереження високих стандартів етичності та корпоративної відповідальності є невід'ємною частиною стратегії підприємства.

Компанія забезпечує більше 900 людей робочими місцями, постійно залучає нових осіб, вдосконалює методи роботи та постійно мотивує персонал до професійного розвитку та удосконалення навичок. Матеріальна мотивація працівників ґрунтується на підставі «Положення по розподілу премії між підрозділами та окремими працівниками». Постійно створюються комфортні умови праці на виробництві. Кадровий склад підприємства має можливість кар'єрного зростання та бачення перспективи власного професійного розвитку. Працівникам, які працюють у шкідливих

умовах, надаються додаткові дні відпочинку різної тривалості, а також встановлені доплати до тарифів [19].

Всі ці аспекти позитивно впливають на роботу підприємства, сприяють зменшенню плинності кадрів і формують стабільний колектив працівників. Це надзвичайно важливо для підприємства, оскільки таким чином воно може залишатись конкурентоспроможним, особливо в умовах швидкого темпу зміни ринку, де постійно з'являються нові гравці.

17 квітня 2018 року відбулась зміна організаційно – правової форми підприємства: та з Публічного акціонерного товариства «Яготинський маслозавод» став Товариство з додатковою відповідальністю «Яготинський маслозавод» Вищим органом управління підприємства є Загальні збори учасників [17].

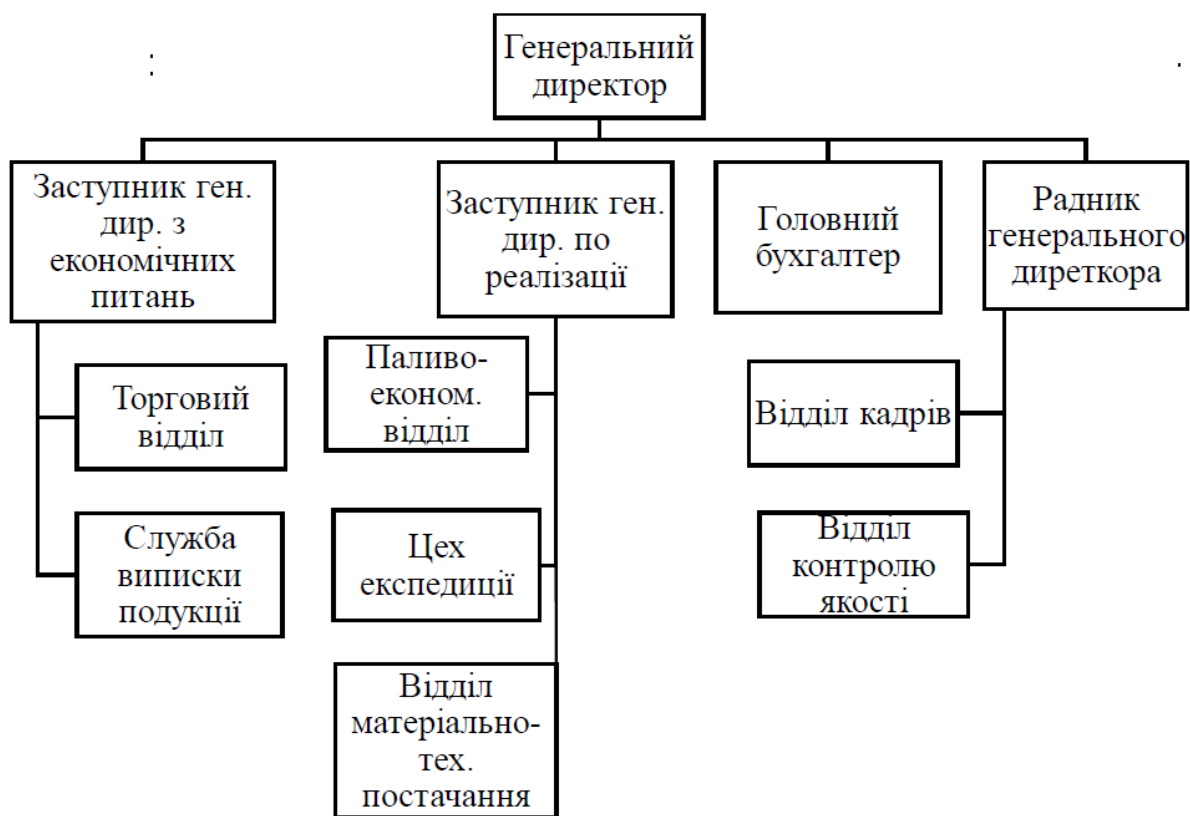


Рис 2.1. Організаційна структура ТДВ «Яготинський маслозавод»

*Джерело: складено автором на основі [17].*

ТДВ «Яготинський маслозавод» використовує комбіновану організаційну структуру, що поєднує елементи лінійної та функціональної структур. На вершині його знаходиться керівництво, що визначає загальну

стратегію та напрямки розвитку підприємства. За функціональним принципом підприємство розділене на різні відділи або підрозділи відповідно до функцій, які вони виконують, такі як виробництво, маркетинг, фінанси. Кожен відділ спеціалізується на конкретному аспекті діяльності підприємства та відповідає за його виконання.

В той же час, існує також лінійна структура, де існують прямі комунікації між керівництвом та підрозділами. Це забезпечує чітку систему контролю та вирішення завдань в рамках підприємства.

Таке поєднання дозволяє забезпечити ефективне управління процесами виробництва, оптимізацію робочих потоків та координацію дій між різними функціональними групами, що в свою чергу сприяє досягненню стратегічних цілей підприємства.

На заводі використовується високотехнологічне обладнання від зарубіжних виробників, його особливість полягає в автоматизованому режимі роботи, що дозволяє виконувати виробничі процеси без втручання людини, а це є гарантом безпеки та якості. Обладнання має бути сучасним та відповідати високим стандартам якості, та ефективності. Вимоги до такого обладнання наразі стають все строгішими, оскільки галузь стає все більш конкурентоспроможною та уважною до екологічних аспектів.

Підприємство займає близько 14 % всього українського ринку. Проте, його вплив не обмежується лише національними кордонами, оскільки компанія активно розвивається на міжнародному рівні. «Яготинський маслозавод» також експортує свою продукцію до Молдови, Грузії, Канади, Сінгапуру та Нідерландів.

Важливим аспектом також є соціальна відповідальність підприємства перед спільнотою та довкіллям. Компанія приймає участь у соціокультурних проектах, займається благодійністю, підтримує військовослужбовців. Дитячим будинкам та реабілітаційним центрам у Київській та Житомирській області, щомісяця надсилала свою продукцію. Також був запущений благодійний проект «Серце б'ється завдяки...», з метою збору коштів для лікування дітей з вродженою вадою серця.

## **2.2 Аналіз ефективності використання фінансових ресурсів підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод»**

Аналіз ефективності використання фінансових ресурсів відіграє важливу роль у загальній системі управління підприємством. Це система аналізу, обробки та використання інформації з метою забезпечення конкурентоспроможності підприємства [20]. Це дозволяє підприємству оцінити та вирішити наступні завдання:

- дозволяє виявити можливості для збільшення прибутковості шляхом оптимізації витрат, підвищення ефективності операцій та інвестицій;
- допомагає швидше виявити ризики, пов'язанні з нестачею коштів або неплатоспроможністю, неефективними інвестиціями;
- надає підстави для розробки стратегій, планів для прийняття обґрунтованих та вірних управлінських рішень. Наприклад, аналіз витрат на виробництво, маркетинг та реалізацію різних продуктів може допомогти визначити, які з них приносять найбільшу прибутковість і які можуть бути оптимізовані або припинені;
- підприємство, яке ефективно використовує свої фінансові ресурси, здатне бути більш гнучким і адаптивним на ринку, а це значно збільшує його конкурентоспроможність;
- інвестори та кредитори звертають увагу на ефективне використання фінансових ресурсів підприємства як показник його стійкості та потенціалу для отримання прибутку.

На основі фінансової звітності підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод» можна проаналізувати його зміну фінансового стану.

В таблиці 2.4 представлено динаміку балансу підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод» за 2021-2023 роки.

Таблиця 2.4

Аналіз динаміки активів та пасивів ТДВ «Яготинський  
маслозавод» протягом 2021 – 2023 рр.

| Показники                  | Роки    |         |         | Абсолютне відхилення, тис. грн |               | Темп приросту, % |               |
|----------------------------|---------|---------|---------|--------------------------------|---------------|------------------|---------------|
|                            | 2021    | 2022    | 2023    | 2022 від 2021                  | 2023 від 2022 | 2022 від 2021    | 2023 від 2022 |
| Активи                     |         |         |         |                                |               |                  |               |
| Необоротні активи          | 432579  | 424089  | 447473  | -8490                          | 23384         | -2%              | 5,5%          |
| Оборотні активи            | 1142041 | 1604930 | 1717107 | 462889                         | 112177        | 40,5%            | 7%            |
| Пасиви                     |         |         |         |                                |               |                  |               |
| Власний капітал            | 529401  | 685040  | 940195  | 155639                         | 255155        | 29,4%            | 37,2%         |
| Довгострокові зобов'язання | 247574  | 253895  | 239316  | 6321                           | -14579        | 2,6%             | -5,7%         |
| Поточні зобов'язання       | 797645  | 1090084 | 985069  | 292439                         | -105015       | 36,7%            | -9,6%         |

За аналізом показників за 2021-2023 роки видно, що абсолютне відхилення активів підвищилися на всіх рівнях, що свідчить про загальне покращення фінансового стану компанії. Однак, необоротні активи зазнали певного зниження у 2022 році, але відновилися, показавши зростання на 5,5% у 2023 році. Щодо оборотних активів, то вони значно збільшилися за цей період, що свідчить про зростання активності підприємства, особливо в першій половині аналізованого періоду.

Щодо пасивів, власний капітал зростав протягом всього аналізованого періоду, що свідчить про позитивну динаміку фінансового стану компанії. Довгострокові зобов'язання зросли незначно у 2022 році, але зазнали зниження у 2023 році, але загалом залишається більш менш стабільним.

Для глибокого розуміння фінансової ситуації підприємства, слід перейти до оцінки стану та ефективності використання основних засобів (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Показники стану та ефективності використання основних  
засобів ТДВ «Яготинський маслозавод» протягом 2021 – 2023 рр.

| Показник                                                                             | Формула розрахунку                                                 | Роки  |       |       | Відхилення:<br>+,- : |                     |
|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|----------------------|---------------------|
|                                                                                      |                                                                    | 2021  | 2022  | 2023  | 2022<br>від<br>2021  | 2023<br>від<br>2022 |
| 1. Фондомісткість                                                                    | $\frac{\Phi_k}{V_p}$<br>(1010п+1010к)*0,5/2000)                    | 0,067 | 0,052 | 0,043 | -<br>0,015           | -<br>0,009          |
| 2. Фондоозброє-<br>ність                                                             | $\frac{\Phi_k}{Ч}$<br>(1010п+1010к)*0,5/додашки)                   | 478,4 | 448,2 | 437,6 | - 30,19              | - 10,62             |
| 3. Коефіцієнт<br>реальної<br>вартості<br>основних<br>засобів у майні<br>підприємства | $\Phi_z/M$ (1010/1300)                                             | 0,265 | 0,192 | 0,192 | - 0,07               | - 0,00              |
| 4. Коефіцієнт<br>зносу ОЗ (Кз)                                                       | $З_о/\Phi_k$ (1012/1011)                                           | 0,461 | 0,519 | 0,538 | 0,058                | 0,019               |
| 5. Коефіцієнт<br>придатності<br>основних<br>засобів                                  | 1-Кз                                                               | 0,539 | 0,481 | 0,462 | -<br>0,058           | -<br>0,019          |
| 6. Фондовіддача                                                                      | $\frac{V_p}{\Phi_k}$<br>(2000/(1010п+1010к)*0,5)                   | 1,800 | 2,313 | 3,013 | 0,513                | 0,700               |
| 7. Рентабельність<br>(Озв)                                                           | $\frac{П_б}{\Phi_k} * 100\%$<br>(2350/(1010п+1010к)*0,5))*10<br>0% | 3,672 | 8,019 | 15,82 | 4,347                | 7,807               |

Отже, дивлячись на результат аналізу ключових показників, можна зробити наступні висновки.

Фондомісткість зменшилася з 0,067 у 2021 році до 0,043 у 2023 році, що свідчить про певне зниження ефективності використання капіталу відносно обсягу виробництва. Це може вказувати на збільшення витрат або зменшення продуктивності капіталу на підприємстві.

Фондоозброєність на підприємстві ТДВ «Яготинський маслозавод» показує покращення, зменшившись з 478,47 у 2021 році до 437,65 у 2023 році. Відхилення становить 30,191 між 2021 і 2022 роками та 10,626 між 2022 і 2023 роками.

Коефіцієнт реальної вартості основних засобів у майні підприємства залишався стабільним на рівні 0,192 у 2022 і 2023 роках, і це може вказувати на те, що зміни у фактичній вартості основних засобів у майні підприємства були незначними протягом цього періоду, при цьому спостерігається відхилення - 0,073 між 2021 і 2022 роками.

Щодо коефіцієнту зносу ОЗ зріс з 0,461 у 2021 році до 0,538 у 2023 році, що може свідчити про погіршення стану основних засобів.

Коефіцієнт придатності основних засобів зменшився з 2021 до 2023, відповідно, збільшилося використання основних засобів. Відхилення складає - 0,058 між 2021 і 2022 роками та -0,19 між 2022 і 2023 роками.

Фондовіддача протягом аналізованого періоду зростає до 2023 року, що свідчить про покращення ефективності використання основних засобів порівняно з минулими роками.

Рентабельність ОЗ є ключовим показником ефективності використання основних засобів на підприємстві. Збільшення цього показника з 3,672 у 2021 році до 15,826 у 2023 році свідчить про значне покращення рентабельності використання основних засобів протягом цього періоду. Коли рентабельність ОЗ зростає, це може вказувати на покращення ефективності виробничих процесів, зниження витрат на утримання основних засобів, підвищення продуктивності праці, або збільшення вартості виробленої продукції. Відхилення яке можемо бачити в таблиці є наслідком ефективного управління основними засобами, впровадження нових технологій, оптимізації виробничих процесів, чи інших стратегій, Аналіз майнового стану підприємства наведено в табл. 2.6.

Таблиця 2.6

## Аналіз майнового стану ТДВ «Яготинський маслозавод»

| Показник                             | Роки  |       |       | Відхилення: +,-: |              |
|--------------------------------------|-------|-------|-------|------------------|--------------|
|                                      | 2021  | 2022  | 2023  | 2022 до 2021     | 2023 до 2022 |
| 1. Коефіцієнт зносу основних засобів | 0,461 | 0,519 | 0,538 | 0,058            | 0,019        |

Продовження таблиці 2.6

|                                            |        |        |       |         |         |
|--------------------------------------------|--------|--------|-------|---------|---------|
| 2. Коефіцієнт оновлення основних засобів   | 0,052  | 0,047  | 0,097 | - 0,005 | 0,050   |
| 3. Коефіцієнт вибуття основних засобів     | 0,486  | 0,545  | 0,595 | 0,059   | 0,051   |
| 4. Коефіцієнт придатності основних засобів | 0,514  | 0,455  | 0,405 | - 0,059 | - 0,051 |
| 5. Коефіцієнт приросту основних засобів    | -0,036 | -0,033 | 0,028 | - 0,058 | - 0,019 |

Для більш наглядного огляду аналізу майнового стану перейдемо до рис. 2.2.

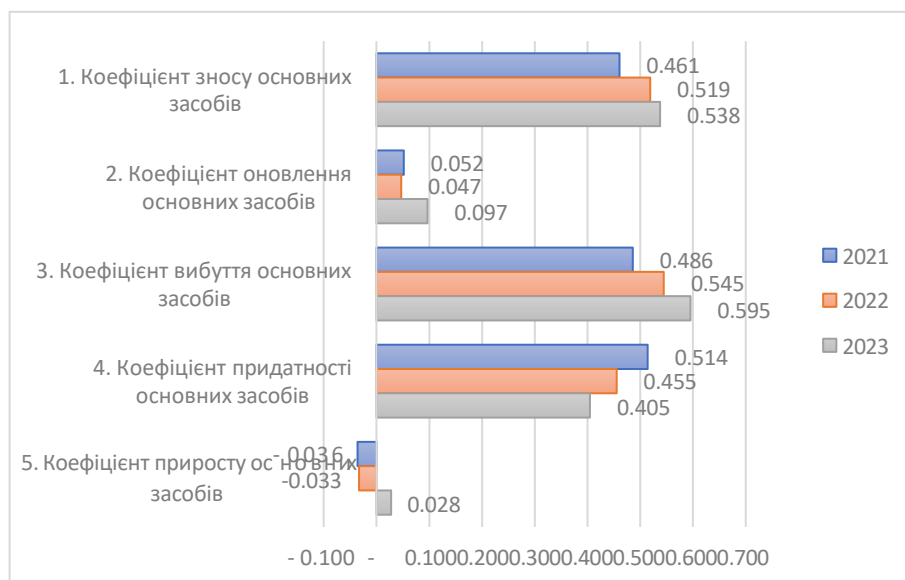


Рис. 2.2. Динаміка зміни показників ефективності використання основних засобів ТДВ «Яготинський маслозавод»

З рис. 2.2 видно, що коефіцієнт зносу основних засобів поступово збільшувався до 0,538 з кожним роком, відхилення є невеликим протягом років, але важливо звернути на це увагу, тому що основні засоби зношені вже в 2023 році на 53%, це свідчить про те що, вони є застарілими та має вимагати додаткових інвестицій на ремонт та модернізацію.

Як результат цього коефіцієнт придатності основних засобів на кінець 2023 року всього 40% придатних основних засобів підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод», та це буде вимагати додаткових витрат на ремонт та заміну.

Коефіцієнт оновлення основних засобів, є критично низьким, але його різкий зріст у 2023 є позитивним показником, але при цьому коефіцієнт вибуття основних засобів також зростав протягом усього досліджуваного періоду, але його значення є дуже високими, і це свідчить про те, що підприємство втрачає частину свого основного майна, і цей процес триває, але з меншою інтенсивністю.

Загалом, за результатом проведеного аналізу можна сказати, що підприємство ТДВ «Яготинський маслозавод» стикається з певними викликами та в майбутньому слід більше звертати увагу на основні засоби та розробляти стратегії для забезпечення ефективного використання основних активів у майбутньому.

Наступним кроком є детальний розгляд ділової активності підприємства. Аналіз показників ділової активності допомагає в оцінці життєздатності та успішності бізнесу.

Аналіз важливий з ряду причин:

- швидкість обороту коштів залежить від розміру річного обороту;
- оборотність впливає на величину умовно-постійних витрат: чим швидше оборот, тим менше витрат на кожний оборот;
- прискорення обороту на одній стадії призводить до прискорення обороту на інших, а також до вивільнення грошей, які можна використовувати на інших галузях діяльності підприємства [21].

Отже, необхідно аналізувати показники ділової активності для того щоб залишатись на ринку та бути конкурентоспроможним. Крім впровадження нових технологій безпосередньо у виробництво, важливо займатися довгостроковим прогнозуванням показників, які відображають економічну ефективність підприємства.

Досягнення цих цілей дозволить підприємству не лише зберегти свою позицію на ринку, але й забезпечить його стійкий розвиток у майбутньому. Тому, розглянемо аналіз показників ділової активності ТДВ «Яготинський маслозавод» які представлені в табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Аналіз показників ділової активності ТДВ «Яготинський  
маслозавод»

| Показник                                                         | Роки    |         |         | Відхилення: +,-: |              |
|------------------------------------------------------------------|---------|---------|---------|------------------|--------------|
|                                                                  | 2021    | 2022    | 2023    | 2022 до 2021     | 2023 до 2022 |
| 1. Коефіцієнт ділової активності (оборотності оборотних засобів) | 2,861   | 2,720   | 2,924   | - 0,141          | 0,204        |
| 3. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості            | 6,86    | 7,02    | 7,65    | 0,154            | 0,633        |
| 4. Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості           | 12,837  | 13,782  | 16,569  | 0,946            | 2,787        |
| 5. Коефіцієнт тривалості одного обороту оборотних засобів        | 127,569 | 134,184 | 124,817 | 6,614            | - 9,366      |
| 6. Тривалість одного обороту дебіторської заборгованості         | 53,181  | 52,012  | 47,710  | - 1,169          | - 4,301      |
| 7. Тривалість одного обороту кредиторської заборгованості        | 28,434  | 26,483  | 22,029  | - 1,951          | - 4,454      |

З наведених даних видно, що коефіцієнт ділової активності зріс порівняно з попереднім 2022 роком, тому варто зазначити, що ділова активність підприємства ТДВ «Яготинського маслозаводу» пришвидшилась та показує покращення в управлінні запасами, грошовими коштами та іншими оборотними засобами.

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості зростає протягом усього досліджуваного періоду, і це є хорошим показником для забезпечення стабільної роботи та ефективного управління борговими зобов'язаннями

Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості зріс на 0,946 від 2021 до 2022 року та на 2,787 від 2022 до 2023 року, що може вказувати на збільшення періоду оплати кредиторської заборгованості та погіршення умов взаєморозрахунків з постачальниками

Але в основному тривалість одного обороту дебіторської та кредиторської заборгованості зменшується, що свідчить про ефективне управління оборотними коштами.

У цілому, аналіз показників фінансової діяльності вказує на певні позитивні тенденції у використанні активів та управлінні заборгованістю, але потребує слідкування та можливих змін для підтримки стійкого фінансового розвитку компанії.

Наступним розглянемо аналіз показників рентабельності.

Рентабельність – характеризує на скільки ефективно підприємство виконує свою роботу, та який рівень віддачі витрат в міру використання наявних ресурсів в процесі реалізації продукції [20]. Відображає здатність генерувати прибуток від використання наявних ресурсів.

Аналіз цього показника дозволяє зрозуміти, наскільки успішно підприємство використовує свої ресурси в процесі виробництва і в реалізації продукції. Детальний аналіз в таблиці 2.8 цього показника допоможе виявити потенційні проблеми та можливості для оптимізації виробничих процесів і збільшення прибутковості підприємства.

Таблиця 2.8

Аналіз показників рентабельності ТДВ «Яготинський маслозавод»

| Показник                          | Роки  |       |       | Відхилення: +,-: |              |
|-----------------------------------|-------|-------|-------|------------------|--------------|
|                                   | 2021  | 2022  | 2023  | 2022 до 2021     | 2023 до 2022 |
| Коефіцієнт рентабельності активів | 0,041 | 0,072 | 0,122 | 0,031            | 0,050        |

|                                             |       |       |       |       |       |
|---------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Коефіцієнт рентабельності власного капіталу | 0,113 | 0,213 | 0,314 | 0,100 | 0,101 |
| Коефіцієнт рентабельності продукції         | 0,023 | 0,042 | 0,064 | 0,019 | 0,022 |
| Рентабельність продажів                     | 0,020 | 0,035 | 0,053 | 0,014 | 0,018 |

За період з 2021 по 2023 роки спостерігається значний позитивний тренд у всіх показниках рентабельності компанії. Коефіцієнти рентабельності активів та власного капіталу виявили значне зростання в порівнянні з попереднім періодом, що свідчить про покращення ефективності використання ресурсів та капіталу компанії. Крім того, рентабельність продажів також показала позитивну динаміку, хоча не настільки значну.

Коефіцієнт рентабельності продажу, з кожним роком зростає та це дає зрозуміти, що продукція є прибутковою.

Динаміку показників рентабельності подано графічно на рисунку 2.3, для більш наглядного сприйняття.

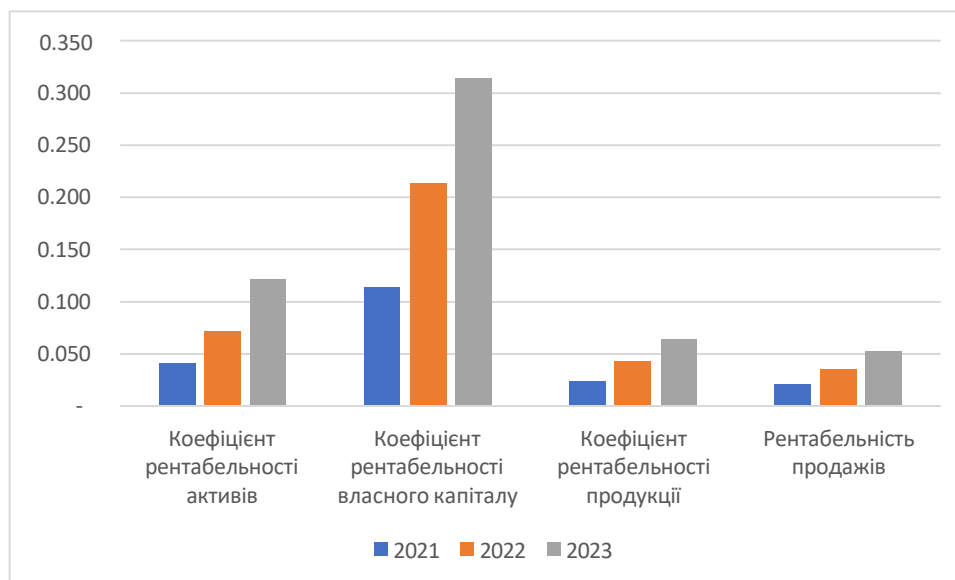


Рис. 2.3 Динаміка показників рентабельності підприємства ТДВ  
«Яготинський маслозавод»

Отже, підприємство ТДВ «Яготинський маслозавод» показало хороший результат, про що свідчить зростання всіх показників. Тобто про успішну фінансову діяльність та сильну віддачу від реалізованої продукції, капіталу та активів.

Наступним на розгляді в аналізі ефективності використання фінансових ресурсів є аналіз платоспроможності підприємства.

Для детального огляду аналізу, слід визначити що являє собою фінансова стійкість підприємства – це стан фінансових ресурсів, яке забезпечує розвиток підприємства на основі зростання прибутку при збереженні платоспроможності.

Платоспроможність – це коли підприємство може розраховуватись за своїми поточними зобов'язаннями[22].

Тож, перейдемо до розгляду аналізу платоспроможності досліджуваного підприємства (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

Аналіз платоспроможності підприємства ТДВ «Яготинський  
маслозавод» за 2021-2023 роки

| Показник                                             | Роки  |       |       | Відхилення: +,-: |                 | Нормативн<br>е значення |
|------------------------------------------------------|-------|-------|-------|------------------|-----------------|-------------------------|
|                                                      | 2021  | 2022  | 2023  | 2022 до<br>2021  | 2023 до<br>2022 |                         |
| Коефіцієнт платоспроможності (автономії),%           | 0,336 | 0,338 | 0,434 | 0,001            | 0,097           | більше 0,5              |
| Коефіцієнт фінансування (фінансової стабільності),%  | 0,506 | 0,510 | 0,768 | 0,003            | 0,258           | 1                       |
| Коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами | 0,085 | 0,163 | 0,287 | 0,078            | 0,124           | більше 0,1              |
| Коефіцієнт маневреності власного капіталу            | 0,183 | 0,381 | 0,524 | 0,198            | 0,143           | більше 0,1              |

Продовження таблиці 2.9

|                                 |       |       |       |        |       |         |
|---------------------------------|-------|-------|-------|--------|-------|---------|
| Коефіцієнт фінансової стійкості | 0,493 | 0,463 | 0,545 | -0,031 | 0,082 | 0,7-0,9 |
|---------------------------------|-------|-------|-------|--------|-------|---------|

Результати проведених розрахунків зображено на рис. 2.4.

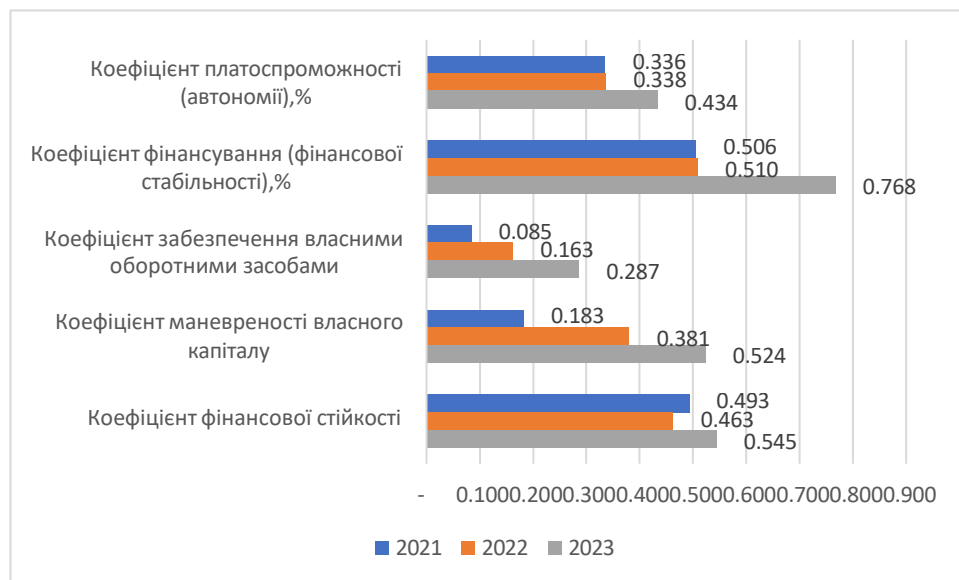


Рис. 2.4. Аналіз платоспроможності підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод» за 2021-2023 роки

Джерело: сформовано автором

Майже всі показники фінансової стійкості знаходяться в межах норми, але мають тенденцію до зростання. Коефіцієнт платоспроможності залишається нижче нормативного значення і становить 0,097, це може вказувати на проблеми з ліквідністю компанії та здатністю до виконання своїх фінансових зобов'язань у найближчому майбутньому.

Коефіцієнт фінансової стабільності є на багато меншими за нормативне значення, це дає зрозуміти що треба збільшити розмір власного капіталу, інакше це може призвести до зниження прибутковості та збільшення відсоткових ставок.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу не є в межах нормованого значення, а це означає про недостатність самофінансування.

Наступним проведемо аналіз показників ліквідності ТДВ «Яготинський маслозавод» за 2021-2023 роки (табл. 2.10).

Таблиця 2.10

**Аналіз ліквідності підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод»  
за 2021-2023 роки**

| Показник                          | Роки  |       |       | Відхилення:<br>+,-: |                 | Нормативне<br>значення |
|-----------------------------------|-------|-------|-------|---------------------|-----------------|------------------------|
|                                   | 2021  | 2022  | 2023  | 2022<br>до 2021     | 2023<br>до 2022 |                        |
| Коефіцієнт покриття ліквідності   | 1,432 | 1,472 | 1,743 | 0,041               | 0,271           | Більше 1               |
| Коефіцієнт швидкої ліквідності    | 1,224 | 1,321 | 1,548 | 0,096               | 0,227           | 0,7-1,5                |
| Коефіцієнт абсолютної ліквідності | 0,040 | 0,007 | 0,042 | - 0,033             | 0,034           | Більше 0,1             |

Коефіцієнт покриття ліквідності перебуває в межах нормативного значення, це свідчить про те що вказує на позитивні тенденції в забезпеченні платоспроможності.

Коефіцієнт швидкої ліквідності протягом досліджуваного періоду зростає, та є в межах норми, що вказує на те, що підприємство має здатність швидко погасити поточні зобов'язання

Коефіцієнт абсолютної ліквідності знаходиться на критично низькому рівні порівняно з нормативним значенням в 2023 році значення становить 0,042, і це свідчить про неефективне використання активів підприємства. Це може вказувати на коливання у рівні готівки та еквівалентів готівки в балансі компанії. Це може створити труднощі у забезпеченні невідкладних фінансових потреб або спричинити ризик затримки у погашенні зобов'язань.

## 2.3 Дослідження дохідності підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод»

Ефективність діяльності підприємств визначається їх здатністю до досягнення прибутковості. Завжди актуальним залишається пошук шляхів збільшення прибутковості, але це ускладняється додатковими ризиками, що виникають внаслідок воєнних дій у нашій країні [23].

Дохідність підприємства - це фінансовий показник, який визначає, яку частину прибутку компанія здобула від своєї діяльності протягом певного періоду. Вона вказує на ефективність використання ресурсів та здатність підприємства генерувати прибуток. Дохідність може обчислюватися різними методами, включаючи чистий прибуток від продажу, прибуток до оподаткування, або чистий прибуток від акції.

Тож, слід почати з аналізу фінансових результатів підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод» (табл. 2.11)

Таблиця 2.11

### Аналіз фінансових результатів підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод» (грн)

| Показник                                                       | Роки      |           |           | Абсолютне відхилення |              | Відносне відхилення, % |              |
|----------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|----------------------|--------------|------------------------|--------------|
|                                                                | 2021      | 2022      | 2023      | 2022 до 2021         | 2023 до 2022 | 2022 до 2021           | 2023 до 2022 |
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 3 103 661 | 3 736 091 | 4 857 266 | 632430               | 1121175      | 20,4%                  | 30,0%        |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)   | 27845 04  | 30908 47  | 39793 09  | 306343               | 888462       | 11,0%                  | 28,7%        |
| Валовий: прибуток                                              | 319 157   | 645 244   | 877 957   | 326087               | 232713       | 102,2%                 | 36,1%        |
| Інші операційні доходи                                         | 23 650    | 47 017    | 19 109    | 23367                | -27908       | 98,8%                  | -59,4%       |
| Адміністративні витрати                                        | 33 130    | 37 602    | 44 464    | 4472                 | 6862         | 13,5%                  | 18,2%        |
| Витрати на збут                                                | 254 742   | 296 742   | 367 149   | 42000                | 70407        | 16,5%                  | 23,7%        |

Продовження таблиці 2.11

|                                                           |        |         |         |        |        |         |         |
|-----------------------------------------------------------|--------|---------|---------|--------|--------|---------|---------|
| Інші операційні витрати                                   | 34 147 | 65 926  | 41 416  | 31779  | -24510 | 93,1%   | -37,2%  |
| Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток | 20 788 | 291 991 | 444 037 | 271203 | 152046 | 1304,6% | 52,1%   |
| Інші фінансові доходи                                     | 1 512  | 2 539   | 1 836   | 1027   | -703   | 67,9%   | -27,7%  |
| Інші доходи                                               | 58 650 | 24 903  | 1 390   | -33747 | -23513 | -57,5%  | -94,4%  |
| Фінансові витрати                                         | 87 142 | 72 302  | 138 408 | -14840 | 66106  | -17,0%  | 91,4%   |
| Інші витрати                                              | 57 127 | 24 739  | 0       | -32388 | -24739 | -56,7%  | -100,0% |
| Фінансовий результат до оподаткування: прибуток           | 0      | 153 739 | 308 855 | 153739 | 155116 | -       | 100,9%  |
| Чистий прибуток (збиток)                                  | 63 319 | 129 547 | 255 160 | 66228  | 125613 | 104,6%  | 97,0%   |

*Джерело: складено автором на основі фінансової звітності*

Можемо зробити висновки, що зміна фінансових показників зумовлена по наступних причинах. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) збільшується з кожним роком досліджуваного періоду, у 2022 на 20,4%, а у 2023 році на 30%, це свідчить про позитивну динаміку фінансових результатів підприємства. Це може бути наслідком росту обсягів продажів та підвищення цін на продукцію. Тож можемо бачити, що собівартість реалізованої продукції зростає в 2023 на 3 979 309 грн. що на 28% більше ніж в минулий період. Валовий прибуток значно збільшився, на 102,2% у 2022 році порівняно з 2021 роком і на 36,1% у 2023 році порівняно з 2022 роком. Це може бути позитивним сигналом щодо ефективності управління виробництвом та збутом продукції.

Прибуток від операційної діяльності дуже зріс з 20 788 тис грн на 291 991 тис грн. у 2022 році порівняно з 2021 роком і на 52,1% у 2023 році порівняно з 2022 роком. Це свідчить про значне покращення ефективності операційної діяльності підприємства.

Чистий прибуток також зростає протягом всіх років, що може свідчити про покращення фінансової стабільності.

Отже, на підставі аналізу можна зробити висновок, що фінансовий стан ТДВ «Яготинський маслозавод» покращується, що свідчить про успішну стратегію управління підприємством.

Щоб краще розібратися у масштабах підприємства, слід розглянути, як змінювалися обсяги виробництва та реалізації продукції протягом 2021-2023 років підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод» (табл. 2.12).

Таблиця 2.12

Аналіз обсягів виробництва та реалізації продукції ТДВ  
«Яготинський маслозавод» за 2021-2023 роки (тис. грн)

| Показники                                | Роки    |        |        | Абсолютне відхилення |              | Відносне відхилення, % |              |
|------------------------------------------|---------|--------|--------|----------------------|--------------|------------------------|--------------|
|                                          | 2021    | 2022   | 2023   | 2022 до 2021         | 2023 до 2022 | 2022 до 2021           | 2023 до 2022 |
| Обсяг виробництва                        | 1961,64 | 2593,9 | 3477,8 | 632,3                | 883,83       | 32,2                   | 33,7         |
| Обсяг реалізованої продукції             | 2162,55 | 2576,4 | 3705,4 | 413,8                | 1129,06      | 19,1                   | 43,8         |
| Коефіцієнт відповідності, %              | 1,10    | 0,99   | 1,07   | -0,11                | 0,07         | -0,90                  | 0,73         |
| Середні залишки нереалізованої продукції | -200,91 | 17,57  | -227,6 | 218,4                | -245,24      | -10,8                  | -1,40        |

Дивлячись на таблицю 2.13 можемо бачити, що протягом досліджуваного періоду 2021-2023 р. спостерігалася позитивна динаміка у сфері виробництва та реалізації продукції. Обсяг виробництва в 2022 році порівняно з 2021 роком збільшився на 632,35 млн грн, або на 32,2%. У 2023 році порівняно з 2022 роком обсяг виробництва збільшився на 883,83 млн грн, або на 33,7%. Обсяг реалізованої продукції також зростає, збільшившись на 43,8%. Це свідчить про позитивну тенденцію у розвитку діяльності компанії та підвищення попиту на її продукцію.

У той же час, коефіцієнт оборотності продукції відображав певну нестабільність, він зменшувався у 2021-2022 роках, але зростає у 2022-

2023 роках. Це може вказувати на покращення ефективності управління запасами та оптимізацію процесів обігу продукції.

Середні залишки нереалізованої продукції в 2022 році порівняно з 2021 роком значно зросли. У 2023 році ці залишки знизилися, що свідчить про те, що підприємству вдалося трохи покращити свою роботу з реалізації продукції.

Взагалі можемо сказати, що основним джерелом доходу є реалізація продукції, це видно табл. 2.13, яка наведена нижче.

Таблиця 2.13

Динаміка доходів ТДВ «Яготинський маслозавод» за 2021- 2023 роки, (тис. грн)

| Показники                                                      | Роки     |          |          | Абсолютне відхилення |              |
|----------------------------------------------------------------|----------|----------|----------|----------------------|--------------|
|                                                                | 2021     | 2022     | 2023     | 2022 до 2021         | 2023 до 2022 |
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 3 103,66 | 3 736,09 | 4 857,27 | 632,43               | 1 121,18     |
| Інші операційні доходи                                         | 23,65    | 47,02    | 19,11    | 23,37                | 23,37        |
| Інші фінансові доходи                                          | 1,51     | 2,54     | 1,84     | 1,03                 | 1,03         |
| Інші доходи                                                    | 58,65    | 24,90    | 1,39     | -33,75               | -23,51       |

У 2023 році чистий дохід від реалізації продукції склав 4 857,27 млн грн, а це є значно більше, ніж будь-яке інші джерела доходу. Загалом, можна сказати, що реалізація продукції є основним джерелом доходу для компанії. Однак інші джерела доходу також відіграють певну роль у загальній структурі доходів компанії.

Рентабельність реалізації продукції має значний вплив на загальну прибутковість компанії, а виходячи з попереднього аналізу показників рентабельності, спостерігається значне зростання всіх показників протягом трьох досліджуваних років, та це свідчить про те, що підприємство має достатні показники ефективності та стійкості до негативних впливів. А

враховуючи, те що компанія має широкий асортимент молочної продукції, який користується довірою споживачів, можна припустити, що за умови дотримання всіх норм та сумлінного виконання всіх зобов'язань, показники компанії й надалі зростатимуть щороку.

Через проблеми з показниками є доцільним провести оцінку ймовірності банкрутства за методами О. О. Терещенка та В. П. Мартиненка.

Метод О. О. Терещенка оцінює ризик фінансових труднощів і дозволяє приймати рішення щодо мінімізації наслідків банкрутства.

Модель О. О. Терещенка визначається за формулою:

$$Z = 1,5x_1 + 0,08x_2 + 10x_3 + 5x_4 + 0,3x_5 + 0,1x_6, \quad (2.1)$$

де  $x_1$  – співвідношення між грошовими надходженнями та зобов'язаннями;  $x_2$  – відношення між валютним балансом та зобов'язаннями;

$x_3$  – відношення чистого прибутку до середньорічної суми активів;

$x_4$  – співвідношення між прибутком та виручкою;

$x_5$  – співвідношення між виробничими запасами та виручкою;

$x_6$  – відношення виручки до основного капіталу.

Якщо  $Z > 2$  – вказує на фінансову стійкість підприємства і відсутність загрози банкрутства;  $1 < Z < 2$  – свідчить про порушення фінансової рівноваги на підприємстві, але при вжитті антикризових заходів загроза банкрутства може бути вирішена;  $0 < Z < 1$  – існує загроза банкрутства, якщо не будуть прийняті санаційні заходи;  $Z < 0$  – підприємство є напівбанкрутом (табл. 2.14).

Таблиця 2.14

Оцінка банкрутства за моделлю О.О. Терещенка ТДВ  
«Яготинський молокозавод» за 2021–2023 р.

|       | Роки   |       |       |
|-------|--------|-------|-------|
|       | 2021   | 2022  | 2023  |
| $x_1$ | 1,04   | 0,95  | 1,52  |
| $x_2$ | 0,98   | 0,85  | 1,31  |
| $x_3$ | 0,0402 | 0,063 | 0,117 |
| $x_4$ | 0,02   | 0,034 | 0,052 |

Продовження таблиці 2.14

|     |       |       |       |
|-----|-------|-------|-------|
| x5  | 0,054 | 0,044 | 0,034 |
| x6  | 1,97  | 1,84  | 2,24  |
| Z = | 2,361 | 2,496 | 4,059 |

Джерело: створено автором

Оскільки показники підприємства ТДВ «Яготинський молокозавод» протягом 2021–2023 років демонструють постійний ріст, і значення показника Z перевищує 2, можна зробити висновок, що підприємство є фінансово стійким і не має ризику банкрутства.

Метод В. П. Мартиненка використовується для визначення ймовірності банкрутства підприємства. Цей метод базується на використанні певних фінансових показників і їх комбінації для прогнозування фінансової стійкості або нестійкості підприємства.

Модель В. П. Мартиненка визначається за формулою:

$$Кіб = 2x_1 + 0,1x_2 + 0,08x_3, \quad (2.2)$$

де  $x_1$  - коефіцієнт поточної ліквідності;  $x_2$  - коефіцієнт автономії;  
 $x_3$  - коефіцієнт рентабельності власного капіталу.

Таблиця 2.15

Оцінка банкрутства за моделлю В. П. Мартиненка ТДВ  
 «Яготинський молокозавод» за 2021–2023 р.

| Показник                                    | Роки  |       |       |
|---------------------------------------------|-------|-------|-------|
|                                             | 2021  | 2022  | 2023  |
| Коефіцієнт поточної ліквідності;            | 1,432 | 1,472 | 1,743 |
| Коефіцієнт рентабельності власного капіталу | 0,314 | 0,681 | 0,367 |
| Коефіцієнт автономії, %                     | 0,336 | 0,338 | 0,434 |
| Коефіцієнт ймовірності банкрутства          | 2,922 | 3,033 | 3,559 |

Згідно оцінки банкрутства за методом В. П. Мартиненка, підприємство виявляє високу ймовірність банкрутства, проте з кожним роком ця ймовірність поступово зменшується. Це може свідчити про те, що підприємство здійснює певні заходи для поліпшення своєї фінансової стійкості та зниження ризику фінансових труднощів. Аналіз динаміки

ймовірності банкрутства засвідчує важливість вжиття ефективних заходів управління та стратегічного планування для забезпечення стабільності та успішності підприємства в майбутньому.

Проведемо факторний аналіз дохідності власного капіталу за моделлю, розробленою фірмою Du Pont (табл. 2.16):

$$Р_{вк} = Р_{п} \times О_{а} \times К_{зл} \quad (2.3)$$

де  $Р_{п}$  – рентабельність продажів,

$О_{а}$  – оборотність активів (коефіцієнт оборотності);

$К_{зл}$  - коефіцієнт фінансової залежності.

Таблиця 2.16

Факторний аналіз дохідності власного капіталу за 2022-2023 рр.

| № з/п | № підст. | Взаємодіючі фактори |                |                 | Р <sub>вк</sub> | Відхилення |
|-------|----------|---------------------|----------------|-----------------|-----------------|------------|
|       |          | Р <sub>п</sub>      | О <sub>а</sub> | К <sub>зл</sub> |                 |            |
| 1     | 0        | 0,03                | 1,84           | 2,96            | 0,1634          | -          |
| 2     | 1        | 0,05                | 1,84           | 2,96            | 0,2723          | 0,1089     |
| 3     | 2        | 0,05                | 2,24           | 2,96            | 0,3315          | 0,0592     |
| 4     | 3        | 0,05                | 2,24           | 2,3             | 0,2576          | -0,0739    |

Зміна показника кожного фактора вплинула на дохідність власного капіталу наступним чином:

- збільшення рентабельності продажів, збільшило дохідність власного капіталу на 10,89%;
- збільшення коефіцієнту оборотності збільшило дохідність власного капіталу на 5,92%;
- зменшення коефіцієнту фінансової залежності зменшило дохідність власного капіталу на 7,39%.

Загальна зміна дохідності дорівнює:  $0,2576 - 0,1634 = 0,0942$ .

В другому розділі було проведено глибоке дослідження фінансової діяльності підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод». В рамках цього розділу розглянуто господарсько-правові засади його функціонування, здійснено аналіз ефективності використання фінансових ресурсів, проведено

дослідження дохідності, а також виконано кореляційно-регресійний аналіз дохідності.

З організаційної структури та методів управління ТДВ "Яготинський маслозавод", можна зробити висновок про його високий рівень організації та стратегічного керівництва. Комбінація лінійної та функціональної структур дозволяє ефективно координувати діяльність різних відділів та забезпечує чітку систему управління та контролю. Крім того, використання високотехнологічного обладнання свідчить про стрімке розвиток та прагнення до вдосконалення виробничих процесів.

Значний обсяг виробництва та активна експортна діяльність свідчать про успішну конкурентоспроможність підприємства на міжнародному ринку. Активна участь у соціальних та благодійних проектах вказує на соціальну відповідальність компанії перед спільнотою та середовищем, що є важливим аспектом сучасного бізнесу.

Також, варто зазначити, відчутні позитивні зміни в їх фінансовій діяльності. За останні кілька років спостерігається постійне зростання рентабельності активів та власного капіталу. Це говорить про те, що компанія знаходить ефективні шляхи використання своїх ресурсів для забезпечення стабільного прибутку. Можливо, це відображає наполегливість та інноваційні підходи до управління, що допомагають підвищити якість та ефективність виробництва.

Проте, наш аналіз також виявив певні проблеми, зокрема, у сфері платоспроможності. Низькі показники коефіцієнта платоспроможності та абсолютної ліквідності можуть свідчити про можливі труднощі у виконанні фінансових зобов'язань. Також, низький рівень коефіцієнта фінансової стабільності показує потребу у посиленні власного капіталу для забезпечення надійності та стабільності у фінансовій діяльності. Ці виклики можуть вимагати додаткових заходів для забезпечення успішного майбутнього.

ТДВ "Яготинський маслозавод" проявляє стабільну тенденцію зростання доходів протягом досліджуваного періоду з 2021 по 2023 роки.

Чистий дохід від реалізації продукції показав значне зростання, збільшившись на 20,4% у 2022 році та на 30% у 2023 році порівняно з попереднім роком. Це свідчить про позитивну динаміку фінансових результатів підприємства, яка може бути наслідком збільшення обсягів продажів та підвищення цін на продукцію.

Значне зростання чистого прибутку від реалізації продукції також підтверджує успішну стратегію управління виробництвом та збутом продукції. Прибуток від операційної діяльності зріс на 52,1% у 2022 році та на 36,1% у 2023 році порівняно з попереднім роком, що свідчить про значне покращення ефективності операційної діяльності підприємства.

Згідно з методом Терещенка, підприємство вважається фінансово стійким, оскільки показники його діяльності демонструють постійний ріст протягом 2021–2023 років, а значення показника  $Z$  перевищує 2, що свідчить про відсутність ризику банкрутства.

Натомість, за методом Мартиненка показники високої ймовірності банкрутства можуть бути виявлені, проте з часом ця ймовірність зменшується. Це вказує на те, що підприємство здійснює заходи для поліпшення своєї фінансової стійкості та зниження ризику банкрутства.

### **РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ЗРОСТАННЯ ДОХІДНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

#### **3.1 Напрями зростання дохідності підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод»**

Як вже зазначалось в першому розділі дохідність підприємства є надзвичайно важливою складовою для успішного функціонування. Він має вплив на розробку нових стратегій та на прийняття рішень.

Підвищення дохідності підприємства може включати в себе:

- оптимізацію виробничих процесів, тобто вдосконалення технологічних складових, автоматизація виробництва, оптимізація використання ресурсів, зменшення відходів;
- пошук нових ринків для збуту продукції, введення продуктів або послуг на них, підвищення ефективності дистрибуції;
- розробка ефективних маркетингових стратегій, підвищення впізнаваності бренду, вдосконалення стратегій ціноутворення, стимулювання продажів через акції та знижки;
- впровадження інноваційних технологій, дослідження та розробка нових продуктів або послуг, залучення інвестицій у дослідження;
- аналіз та оптимізація витрат, зменшення надмірних адміністративних витрат, контроль над операційними витратами;
- підвищення якості продукції, відповідність стандартам якості, забезпечення задоволеності клієнтів;
- ефективне управління оборотним та основним капіталом, оптимізація фінансових процесів, зменшення фінансових ризиків;
- навчання та розвиток персоналу, стимулювання продуктивності, створення мотиваційних програм.

Враховуючи різноманітність стратегій та підходів, нижче наведено схема резервів для збільшення доходу підприємства (рис. 3.1). Вона дозволяє підприємству ідентифікувати потенційні можливості для збільшення доходу, визначити пріоритети.



Рис. 3.1. Резерви для збільшення доходу підприємства

*Джерело: розроблено автором*

Але слід бути обачним, перед впровадженням нових заходів, через те що це може нашкодити доходу підприємства, ось наприклад, різке зниження цін може збільшити попит, але при цьому знизити прибуток; реалізація продукції за більш короткі строки може привезти до кращого використання оборотних коштів, але також може призвести до зниження якості продукції; зниження собівартості продукції, через використання більш дешевих сировини та матеріалів, може призвести до втрати наявної цільової аудиторії.

Знаходження найбільш вигідного способу для збільшення доходу залежить від самого підприємства, та його конкретної ситуації. Слід ретельно оцінювати можливості та загрози, перш ніж приймати рішення.

Тому для більш чіткого розуміння, які заходи для зростання дохідності підприємства слід впровадити, необхідно провести SWOT-аналіз підприємства (табл. 3.1). Він допоможе розглянути внутрішні (сильні та слабкі сторони) та зовнішні (загрози і можливості).

Таблиця 3.1

## SWOT-аналіз підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод»

| Сильні сторони                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Слабкі сторони                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Висока якість продукції</li> <li>Вихід на міжнародні ринки</li> <li>Великий асортимент продукції</li> <li>Розташування підприємства в сільськогосподарській місцевості, яке забезпечує доступ до якісної сировини.</li> <li>Довіра споживачів</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Наявність застарілого обладнання може приводити до низької ефективності виробництва</li> <li>Проблеми з логістикою</li> <li>Залежність від постачальників</li> <li>Великі витрати на енергію</li> </ul>       |
| Можливості                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Загрози                                                                                                                                                                                                                                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Розробка та впровадження нових продуктів</li> <li>Впровадження нових технологій</li> <li>Зростає попит на органічну молочну продукцію</li> <li>Інвестування в сучасне обладнання</li> </ul>                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>Конкуренція на ринку</li> <li>Зміни цін на сировину</li> <li>Війна може призвести до зруйнувань та втрат</li> <li>Кваліфіковані кадри можуть покинути країну</li> <li>Зростання цін на енергоносії</li> </ul> |

ТДВ «Яготинський маслозавод» має достатньо широкий асортимент якісної продукції, а це є одним з основних факторів, які впливають на розмір та успішність компанії, для того щоб генерувати дохід.

Чим більше компанія може продати, тим вищий її дохід, що безпосередньо впливає на її загальний прибуток.

Оскільки «Яготинський маслозавод» вже знаходиться доволі довго на ринку, вони виграють оптовими за купівлями, спрощеними виробничими процесами і мають кращі навички у веденні переговорів з постачальниками, тобто мають більший досвід, велику довіру, порівняно з новими брендами.

Через на успішний вихід ТДВ «Яготинський маслозавод» на міжнародні ринки та його активний експорт до Молдови, Грузії, Канади,

Сінгапуру та Нідерландів, можна зробити припущення, що оптимізація процесів та ретельне планування дозволяють підвищувати продуктивність, забезпечуючи при цьому високу якість продукції, зберігаючи добробут працівників та уникаючи негативних наслідків.

Щодо можливостей, то ТДВ «Яготинський маслозавод», може запровадити нові смаки або види продукції, цим самим привертаючи нових клієнтів, і задовольняючи потреби існуючих. Також, зараз зростає попит на органічну продукцію, тому можна, зосередитися на розвитку своєї органічної лінійки продукції, що дозволить привернути увагу екологічно свідомих споживачів та збільшити прибуток. Можна відслідковувати можливості для розширення географії збуту продукції. Це може включати пошук нових ринків збуту як в межах країни, так і за кордоном.

Але перед цим варто виправити слабкі сторони, щоб підприємство могло ефективніше функціонувати. Через старе обладнання, підприємство може стикатися з проблемами виробництва. Тому слід провести аудит обладнання для ідентифікації головних об'єктів необхідних для оновлення.

Підприємство стикається з великими витратами на енергію, до прикладу в 2022 році підприємство попереджало про зупинення виробництва через високі ціни на газ, та звертались до держави з проханням про запровадження пільгових цін на енергоносії. Через це тоді, виробники підняли ціну молочної продукції на 7% [27].

Через вторгнення російських агресорів існує ризик руйнування виробничих об'єктів, складських приміщень, транспортних маршрутів та інфраструктури та втрати капіталовкладень, що змушує підприємства переривати або зупиняти виробництво взагалі. Крім того, воєнні дії порушують нормальний хід бізнес-операцій, ускладнюючи логістичні та постачальні ланцюги. Зменшення попиту на товари та послуги, невизначеність у валютних курсах та падіння рівня споживчих можливостей стають додатковими факторами, що ускладнюють умови для бізнесу. Війна також створює небезпеку для персоналу та споживачів, що може призвести до збитків у виробництві.

### **3.2 Розробка пропозицій щодо забезпечення зростання дохідності підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод»**

З огляду на те що було розглянуте, в попередніх пунктах, слід звернути увагу для забезпечення зростання дохідності підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод» на наступні пропозиції:

- участь у різноманітних фестивалях може сприяти підвищенню обізнаності про продукцію та залученню нових клієнтів через більше охоплення аудиторії.
- організація промоакцій може стимулювати попит на продукцію та забезпечити конкурентні переваги на ринку.
- розробка нового виду продукції може розширити асортимент і задовольнити різноманітні потреби споживачів, що також може призвести до збільшення обсягів продажів.
- розробка маркетингової стратегії є ключовим етапом для ефективного просування продукції та підвищення свідомості про бренд серед цільової аудиторії.

Слід розглянути всі вище перераховані пропозиції більш детально та на основі них зробити висновки, що до того, як це буде сприяти зростанню дохідності на підприємстві ТДВ «Яготинський маслозавод».

Організація промоакцій та дегустацій продукції «Яготинське» на різноманітних заходах, які привертають увагу цільової аудиторії, це можуть бути фестивалі харчової культури, ярмарки, виставки.

Промоція - це стратегічний маркетинговий інструмент, спрямований на стимулювання попиту на товари або послуги шляхом привертання уваги споживачів, збільшення їх зацікавленості та сприяння зростанню продажів. Вона може включати в себе різні методи, такі як реклама, знижки, акції, конкурси, подарунки та інше. Мета промоції - залучити увагу цільової аудиторії та переконати її здійснити покупку або взяти участь у певній дії.

Участь у міжнародних виставках стала стратегічно важливим кроком

для просування продукції на нові ринки та збільшення обсягів продажів. Тому, участь «Яготинського маслозаводу» в «Inter Food EXPO» має великий потенціал для збільшення його дохідності та конкурентоспроможності.

Inter Food EXPO – це міжнародна виставка харчової промисловості, яка щорічно збирає виробників, постачальників, дистриб'юторів та фахівців з усього світу. Вона створена для презентації новинок в галузі харчової промисловості, для обміну досвідом та для укладання партнерських угод. [24].

Переваги участі в цій виставці представлення продукції перед широкою аудиторією міжнародних покупців дозволить розширити географію збуту; залучення нових клієнтів; привернути увагу на свої продукти, що позитивно впливає на імідж компанії.

У супермаркетах часто проводять стенди з дегустаціями, спрямовані на привернення уваги споживачів та збільшення продажів. Крім того, можна розробити прилавок з куштуванням нових продуктів, що сприятиме їхній популяризації серед клієнтів. Також ефективним методом може бути створення спеціального пакування до якогось свята або події, що приверне увагу споживачів та зацікавить їх придбати товар.

Крім маркетингових заходів, важливо підтримувати та створювати благодійні акції. Наприклад, конкурент, молочна компанія «Волошкове поле» запустила нову благодійну ініціативу, мета якої полягає у зборі коштів на закупівлю дрону Mini Shark для Збройних Сил України. Така акція має велике значення для України, оскільки забезпечення армії сучасними технологіями є важливим аспектом національної безпеки та обороноздатності.

Зараз дуже важлива присутність в соціальних мережах, це є невід'ємним аспектом успішної комунікації та реклами для підприємств. «Яготинський молокозавод», тільки нещодавно почали вести сторінки в Instagram та Facebook. Активне ведення сторінок та купівля таргетованої реклами є дуже важливим фактором для просування бренду, та допомоги знайти цільову аудиторію. Це пояснюється тим, що конкуренти мають вже

відносно розвинені платформи у соціальних мережах, що підкреслює важливість активних заходів для збільшення конкурентоздатності.

Для досягнення успіху в цьому напрямку, «Яготинському», варто звернути увагу на кілька наступних аспектів:

- необхідно розробити стратегію контенту, яка б відповідала інтересам та очікуванням цільової аудиторії;
- важливо систематично оновлювати контент і підтримувати активність на сторінці, щоб залучити та утримувати увагу користувачів;
- рекламні кампанії повинні бути спрямованими на цільову аудиторію для максимізації ефективності витрат на рекламу;
- укладання партнерських угод з відомими кулінарними блогерами, ресторанами або кулінарними телевізійними програмами для просування продукції «Яготинське».

Спонсорство подій, конкурсів чи фестивалів, пов'язаних з харчуванням, також може стати потужним інструментом для привертання уваги до продукції «Яготинське».

Участь у таких заходах дозволить підприємству демонструвати якість своїх продуктів та підтримувати позитивний імідж у галузі харчової промисловості.

Як і зазначалось в попередньому пункті, новий вид продукції – розширює асортимент, задовольняє різний сегмент споживачів, що призводить до збільшення доходу підприємства.

Незважаючи на свій широкий асортимент, ТДВ «Яготинський маслозавод» постійно прагне до пошуку нових можливостей для росту і розвитку. Тому, розглядається пропозиція ввести на ринок новий вид продукції - глазуровані сирки, з метою збільшення обсягів продукції.

Пропозиція, що до введення, глазурованих сирків має потенціал зацікавити цільову аудиторію через їхнє пряме пов'язання з молочною продукцією.

Глазуровані сирки можуть виявитися привабливими як для існуючих клієнтів, які шукають нові варіанти молочного виду продукції, так і для нових

споживачів, які можуть бути привернуті нестандартними смаковими поєднаннями та апетитним зовнішнім виглядом продукту.

Таким чином, введення глазурованих сирків може допомогти розширити аудиторію компанії та залучити нових клієнтів.

Для успішного впровадження глазурованих сирків у продуктову лінійку Яготинського необхідно провести ряд дій:

- провести аналіз ринку та цільової аудиторії для визначення потенційного попиту на глазуровані сирки. Врахувати смакові та стильові попередні вподобання споживачів, а також конкурентну ситуацію;
- створити асортимент глазурованих сирків, який відповідатиме потребам та смакам цільової аудиторії. Важливо врахувати не лише смакові якості, а й зовнішній вигляд продукту;
- розробити маркетингову стратегію для просування нового продукту. Це може включати рекламні кампанії у соціальних мережах, співпрацю з кулінарними блогерами та організацію промо-акцій.

Для розрахунку витрат підприємства на впровадження нового продукту, потрібно провести планову калькуляцію продукції, який буде впроваджено, а саме глазурованого сирку. Рецептуру глазурованого сирка представлено у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Рецептура для глазурованого сирка на одну одиницю продукції

| Компонент рецептури | Питома вага окремого компонента (т/т) |
|---------------------|---------------------------------------|
| Сир 9% жирності     | 0,45                                  |
| Вершкове масло      | 0,22                                  |
| Цукор               | 0,22                                  |
| Ванілін             | 0,002                                 |
| Глазур кондитерська | 0,25                                  |

Тож перейдемо до витрат, які пов'язані з сировиною та матеріалами (табл. 3.3)

Таблиця 3.3

## Витрати на сировину та матеріалами

| Сировина та матеріали | Витрати на одиницю продукції |                   |              | Витрати на рік |           |
|-----------------------|------------------------------|-------------------|--------------|----------------|-----------|
|                       | Кіл-ть, т                    | Ціна, тис. грн/1т | Вартість грн | Кіл-ть, т      | Сума, грн |
| Сир 9% жирності       | 0,45                         | 170 000           | 76500        | 1,35           | 229500    |
| Вершкове масло        | 0,22                         | 145 600           | 32032        | 0,66           | 96096     |
| Цукор                 | 0,22                         | 9435              | 2075,7       | 0,66           | 6227,1    |
| Ванілін               | 0,002                        | 72 000            | 144          | 0,006          | 432       |
| Глазур кондитерська   | 0,25                         | 110 000           | 27500        | 0,75           | 82500     |

*Джерело: розроблено автором*

Найбільш значущими компонентами рецептури є сир з 9% жирності та глазур кондитерська. Вони становлять найбільшу частку витрат на одиницю продукції. Щорічні витрати на сировину та матеріали становлять 414 тис. грн. це приблизно 3 т/рік виготовлених сирків.

Наступним розглянемо, витрати на електроенергію для виробництва продукції запропонованої продукції (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

## Витрати на електроенергію

| Обладнання               | Кіл-ть, од. | Потужність, од.вим. | Продуктивність, кг/год | Ціна, грн |
|--------------------------|-------------|---------------------|------------------------|-----------|
| Коагулятор «Адамас»      | 1           | 1,5 кВт             | 200                    | 200 000   |
| Конвеєр                  | 2           | 2 кВт               | 450                    | 350 000   |
| Охолоджувач              | 1           | 3 кВт               | 500                    | 210 000   |
| Упаковувальне обладнання | 1           | 1,5 кВт             | 450                    | 60 000    |
| Місильна машина          | 1           | 3 кВт               | 150                    | 75 000    |
| Формувальна машина       | 1           | 2,4 кВт             | 300                    | 100 000   |
| Фасувальний автомат      | 1           | 3,5 кВт             | 800                    | 130 000   |

*Джерело: розроблено автором*

Вартість на 1 квітня становить для підприємств коштує приблизно 6,5 грн. за 1кВт. Тож, можемо розрахувати вартість витрат, які складатимуть за рік. Спочатку дізнаємось скільки кВт год. на рік. Будемо враховувати, приблизне значення, робота здійснюватиметься в 3 зміни, де один робочий день – 8 годин. Усього вартість всіх обладнань коштуватиме – 1 125 000 грн. Загальна потужність всіх обладнань становить - 16,9 кВт, тож можемо сказати, що сума витрат за електроенергію буде 7 698 288 грн (табл. 3.5).

Таблиця 3.5

## Фонд оплати праці

| Посада                     | Кіл-ть працівників | Заробітна плата грн/міс. | ЄСВ, грн/міс. | Фонд оплати праці, грн/рік |
|----------------------------|--------------------|--------------------------|---------------|----------------------------|
| Технолог                   | 1                  | 23 000                   | 5060          | 336720                     |
| Менеджер виробництва з     | 1                  | 15 000                   | 3300          | 219600                     |
| Оператори виробничих ліній | 4                  | 18000                    | 3960          | 263520                     |
| Пакувальник                | 2                  | 12 000                   | 2640          | 175680                     |
| Всього                     | 8                  | 68000                    | 14960         | 995520                     |

Згідно з наданою таблицею, фонд оплати праці підприємства становить 995 520 грн на рік.

Реклама нового продукту на телебаченні, особливо при впровадженні нового продукту, є важливою, оскільки так, створюється емоційний зв'язок, збільшується охоплення та формується позитивне враження. При впровадженні реклами на телеканалах, де знаходиться цільова аудиторія «Яготинського», тобто жінки від 25 до 50 років, слід обрати канали – СТБ, 1+1, Новий канал. Хоч і ТМ «Яготинське» має сильний бренд та велику впізнаваність, нагадування та присутність на різних платформах є необхідною. Тому наступним розрахуємо, витрати на рекламу та маркетинг (табл. 3.6).

Таблиця 3.6

## Витрати на рекламу на ТБ

| Телеканали | Кількість показів на день | Ціна за 1 сек відео, грн. | Частка, % глядачів | Ціна за 15 сек. ролику (1 вихід) | Ціна за місяць грн. |
|------------|---------------------------|---------------------------|--------------------|----------------------------------|---------------------|
| СТБ        | 4                         | 1250                      | 7,40%              | 18750                            | 1500000             |

Продовження таблиця 3.6

|             |    |      |        |       |         |
|-------------|----|------|--------|-------|---------|
| 1+1         | 4  | 1050 | 7,10%  | 15750 | 1260000 |
| Новий канал | 3  | 2300 | 11,60% | 34500 | 2070000 |
| Усього      | 11 | 4600 | 0,261  | 69000 | 4830000 |

*Джерело: розроблено автором*

Будемо враховувати, що реклама буде 20 днів на місяць.

Так, як Яготинське вже має акаунти в Instagram та Facebook, але вони не розвинуті, слід активізувати присутність та розробити стратегії для більшої онлайн-комунікації з клієнтами. Проте, для забезпечення більш ефективного просування продуктів і підвищення їхньої популярності, необхідно зробити додаткові інвестиції у рекламні кампанії та маркетингові заходи. Необхідно розробити різноманітні формати контенту, такі як, відео-огляди, рецепти з використанням готової продукції, історію успіху, щоб зацікавити та залучити більше уваги до «Яготинського».

Крім того, пропонується розширити аудиторію за допомогою спонсорованих публікацій, та рекламних кампаній, спрямованих на привернення нових підписників до соціальних мереж, також слід розглянути можливість співпраці з впливовими особистостями та брендованими партнерствами, щоб розширити аудиторію та підвищити довіру до бренду серед споживачів (табл. 3.7).

Таблиці 3.7

#### Витрати на рекламу в Instagram та Facebook

| Види витрат           | Опис                                                                                                             | Вартість           |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| SMM-спеціаліст        | Створення контенту: фото/відео, копірайтинг                                                                      | 15000 за місяць    |
| Таргетована реклама   | Реклама в пошукових системах, в соц. мережах                                                                     | 120грн/1000показів |
| Співпраця з блогерами | Реклама в блозі                                                                                                  | 7 000 за пост      |
| Аналітика             | Платформи для аналізу ефективностірекламних кампаній                                                             | 10 000 на місяць   |
| Продуктові витрати    | Придбання програмного забезпечення для редагування фото / відео, підписка на інструменти для планування контенту | 4000 на місяць     |

Приблизні витрати на місяць з урахуванням зазначених вище, будуть становити – 1236000 грн/на місяць, враховуючи той факт що приблизно буде 10000 показів.

Витрати, які знадобляться на впровадження нового продукту – глазуровані сирки, для підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод» становлять – 29 930 808 грн. на рік. Таким чином, ми зможемо посприяти підвищенню дохідності підприємства, збільшивши обсяги продажів.

Для більш детального розуміння та аналізу залежності прибутковості від різних чинників, необхідно враховувати широкий спектр факторів, що впливають на фінансові результати ТДВ «Яготинський маслозавод». Один із найефективніших методів в такому аналізі - факторний аналіз.

Факторний аналіз - це статистичний метод, спрямований на виявлення впливу різних змінних на певний результат. У контексті дослідження прибутковості підприємства, факторний аналіз допоможе ідентифікувати ключові чинники, які визначають рівень прибутку компанії.

Результати факторного аналізу дозволить виявити не лише основні фактори, що впливають на прибутковість підприємства, але й їх взаємозв'язки та важливість кожного з них. Це дозволить розробити стратегії для оптимізації діяльності підприємства та збільшення його прибутковості.

Після проведення аналізу можна визначити потенційні способи збільшення прибутку компанії, включаючи оптимізацію виробничих процесів, управління ресурсами, розвиток нових продуктів або послуг, а також збільшення продажів або покращення маркетингової стратегії.

Співвідношення між ефективністю та факторними властивостями можна виразити за допомогою лінійного рівняння регресії:

$$y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3 + a_4x_4 \quad (3.1)$$

де  $y$  – чистий дохід від реалізації продукції;

$x_1$  – фінансові витрати, тис. грн;

$x_2$  – адміністративні витрати, тис. грн;

$x_3$  – витрати на збут, тис. грн;

$x_4$  – інші операційні витрати, тис. грн;

$a_0$  – вільний член рівняння регресії;

$a_i$  – коефіцієнти рівняння регресії, які характеризують кількісний вплив на результуючий показник зміни величини відповідного факторного показника на одиницю його виміру ( $i = 1,4$ ).

Для проведення кореляційно-регресійного аналізу, нам слід сформулювати вихідні дані, вони представлені у таблиці 3.8.

Таблиця 3.8

Основні фінансові показники діяльності підприємства  
за 2019– 2023 рр.

| Показник                                                                 | 2019    | 2020    | 2021    | 2022    | 2023    |
|--------------------------------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) тис. грн. | 3495741 | 3166323 | 3103661 | 3736091 | 4857266 |
| Фінансові витрати тис. грн                                               | 79520   | 72302   | 87142   | 72302   | 138408  |
| Адміністративні витрати тис. грн                                         | 33139   | 33076   | 33130   | 37602   | 44464   |
| Витрати на збут тис. грн                                                 | 581379  | 239378  | 254742  | 296742  | 367149  |
| Інші операційні витрати тис. грн.                                        | 22961   | 15995   | 34147   | 65926   | 41416   |

*Джерело: складено автором на основі розрахунків*

Для виявлення основних факторів, які впливають на чистий прибуток підприємства, необхідно провести кореляційний аналіз окремих фінансових показників. Для цього використовується програмне забезпечення MS Excel, зокрема надбудова (Аналіз даних/Кореляція).

Результати такого аналізу представлені у таблиці 3.9.

Таблиця 3.9

Результати кореляційного аналізу прибутковості підприємства.

| <i>Показник</i>                                                | <i>Чистий дохід від реалізації продукції</i> | <i>Фінансові витрати</i> | <i>Адмін. витрати</i> | <i>Витрати на збут</i> | <i>Інші операційні витрати</i> |
|----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|--------------------------|-----------------------|------------------------|--------------------------------|
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 1                                            |                          |                       |                        |                                |
| Фінансові витрати                                              | 0,869682089                                  | 1                        |                       |                        |                                |
| Адміністративні витрати                                        | 0,973638216                                  | 0,853561624              | 1                     |                        |                                |
| Витрати на збут                                                | 0,217306642                                  | 0,101658192              | -0,000829622          | 1                      |                                |
| Інші операційні витрати                                        | 0,396445647                                  | 0,106259462              | 0,506253989           | -0,196834              | 1                              |

Джерело: складено автором

В таблиці наведено характеристику тісноти зв'язку між досліджуваними ознаками, яка була визначена за допомогою шкали Чеддока.

Таблиця 3.10

Характеристика тісноти зв'язку чистого доходу із факторними ознаками

| <b>Показник</b> | <b>Фінансові витрати</b> | <b>Адміністративні витрати</b> | <b>Витрати на збут</b> | <b>Інші операційні витрати</b> |
|-----------------|--------------------------|--------------------------------|------------------------|--------------------------------|
| Чистий дохід    | тісний                   | дуже тісний                    | майже відсутній        | слабкий                        |

Джерело: складено автором

Аналізуючи характеристику тісноти зв'язку між чистим доходом та факторними ознаками, можна зробити наступні висновки. Між чистим доходом та фінансовими витратами спостерігається тісний зв'язок. Це свідчить про те, що збільшення фінансових витрат може привести до зменшення чистого доходу, і навпаки. Зв'язок між чистим доходом та адміністративними витратами є дуже тісним. Це означає, що ефективне управління адміністративними витратами може максимізувати чистий дохід компанії. Зв'язок між чистим доходом та витратами на збут майже

відсутній, з чого слідує, що дані витрати не несуть великого впливу на чистий дохід. Зв'язок між чистим доходом та іншими операційними витратами є слабким. Це може означати, що ці витрати не мають значущого впливу на чистий дохід.

Отримані дані свідчать про наявність мультиколінеарності ( $r_{ij} \neq 0, i \neq j$ ), проте вона є помірною ( $r_{ij} < r_{yx,max}, i \neq j$ ).

Щоб провести регресійний аналіз, було використано програмне забезпечення MS Excel, зокрема пакет «Аналіз даних/Регресія». Даний інструмент надає можливість детального статистичного аналізу даних, зокрема обрахунків регресійних коефіцієнтів, ступінь впливу незалежних змінних на залежну та оцінка адекватності моделі.

Оскільки тісний та дуже тісний зв'язок показали дві факторні ознаки (фінансові витрати та адміністративні витрати відповідно), потрібно скалькулювати дві парні регресійні моделі. У відповідних таблицях наведено результати регресійного аналізу, які отримані в рамках проведеного дослідження. Ці дані включають коефіцієнти регресії, значення t-статистики та ступінь значущості кожного коефіцієнта, що дозволяє оцінити стійкість виявлених зв'язків між змінними (табл. 3.11).

Таблиця 3.11

## Регресійна статистика

| Показник             | Значення  |
|----------------------|-----------|
| Множинний R          | 0,8696    |
| R-квадрат            | 0,756     |
| Нормований R-квадрат | 0,6751    |
| Стандартна помилка   | 404917,39 |

*Джерело: складено автором*

У таблиці вказано, що скоригований коефіцієнт детермінації становить приблизно 0,675129248. Це означає, що майже на 67,51% зміна результативної ознаки пояснюється змінами у факторній фінансові витрати. Тобто, практично зміни в результаті випливають з впливу факторів (табл. 3.12).

Таблиця 3.12

## Результати дисперсійного аналізу

|          | <i>df</i> | <i>SS</i>       | <i>MS</i>       | <i>F</i>   | Значимість<br>у <i>F</i> |
|----------|-----------|-----------------|-----------------|------------|--------------------------|
| Регресія | 1         | 1,52687E+1<br>2 | 1,52687E+1<br>2 | 9,31258883 | 0,05535579               |
| Залишок  | 3         | 4,91874E+1<br>1 | 1,63958E+1<br>1 |            |                          |
| Всього   | 4         | 2,01875E+1<br>2 |                 |            |                          |

Результати аналізу вказують на те, що отримана модель є надійною. За критерієм Фішера значення статистики *f* дорівнює 9,312588836, що перевищує критичне значення 0,055355795 при рівні значимості 0,05. Це означає, що рівняння регресії і його коефіцієнти є значущими на рівні значимості 95%, і вплив випадкових факторів можна вважати відсутнім.

Проведено регресійний аналіз для факторної ознаки фінансові витрати, що показала тісний кореляційний зв'язок з Чистим доходом, адже для ознак зі слабким та майже відсутнім кореляційним зв'язком регресійний аналіз не проводився, оскільки він не дає інформативно значущих результатів. Отримані значення регресійного аналізу табл. 3.13 показують, що усі показники мають Р-значення менше 0,5. Це означає, що коефіцієнти можна вважати значущими. Тобто, факторні ознаки мають вплив на результативність.

Таблиця 3.13

## Результати регресійного аналізу

|                                                                                  | Коефіцієн<br>ти | Стандартн<br>а помилка | t -<br>статистик<br>а | Р-<br>значення | Нижнє<br>95%   | Верхнє<br>95% |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----------------|------------------------|-----------------------|----------------|----------------|---------------|
| Чистий<br>дохід від<br>реалізації<br>продукції<br>(товарів,<br>робіт,<br>послуг) | 1671916,09      | 679908,01              | 2,459                 | 0,091          | -491854,<br>64 | 3835686,8     |
| Фінансові<br>витрати                                                             | 22,237          | 7,286                  | 3,051                 | 0,055          | -0,953         | 45,427        |

Оцінка статистичної значимості параметрів регресії проводиться

через  $t$ - критерій. Якщо значення  $t$ -статистики менше, ніж критичне значення  $t$  для  $n-1$  ступенів свободи (0,95; 1), яке дорівнює 0,078, то припускається, що параметр  $a_i$  формується випадковим чином. У протилежному випадку, параметр вважається статистично значущим. Таким чином, для параметра, що стосується фінансових витрат, його природа є випадковою.

Інтервали для параметрів лінії регресії:

$$-0,953 \leq a \leq 45,427$$

Рівняння регресії виглядає наступним чином

$$y = 1671916,094 + 22,237x_1$$

Коефіцієнт еластичності в даному випадку визначається за формулою:

$$\varepsilon_i = a \frac{x_i}{y}$$

Звідси, маємо:  $\varepsilon_1 = 0,545$ .

Робимо висновок, що у випадку зростання фінансових витрат на 1%, прибутковість збільшиться на 0,545%,

Проведемо аналіз факторної, що показала дуже тісний кореляційний зв'язок, а саме адміністративних витрат (табл. 3.14).

Таблиця 3.14

#### Регресійна статистика

| Показник             | Значення   |
|----------------------|------------|
| Множинний R          | 0,973      |
| R-квадрат            | 0,947      |
| Нормований R-квадрат | 0,931      |
| Стандартна помилка   | 187112,011 |

*Джерело: складено автором*

У таблиці ми бачимо, що коефіцієнт детермінації становить приблизно 0,931. Це означає, що майже на 93,06% зміна результативної ознаки пояснюється змінами у адміністративних витратах.

Таблиця 3.15

## Результати дисперсійного аналізу

|          | <i>df</i> | <i>SS</i>       | <i>MS</i>       | <i>F</i>        | Значимість<br><i>F</i> |
|----------|-----------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------------|
| Регресія | 1         | 1,91372E+1<br>2 | 1,91372E+1<br>2 | 54,6605682<br>8 | 0,00511765<br>8        |
| Залишок  | 3         | 1,05033E+1<br>1 | 3501090469<br>9 |                 |                        |
| Всього   | 4         | 2,01875E+1<br>2 |                 |                 |                        |

Результати аналізу вказують на те, що отримана модель є надійною. За критерієм Фішера значення статистики  $f$  дорівнює 54,6605, що перевищує критичне значення 0,005 при рівні значимості 0,05. Це означає, що рівняння регресії (і його коефіцієнти) є значущими на рівні значимості 95%, і вплив випадкових факторів можна вважати відсутнім.

Отримані значення регресійного аналізу табл. 3.16 показують, що усі показники мають Р-значення менше 0,5. Отже, коефіцієнти можна вважати значущими.

Таблиця 3.16

## Результати регресійного аналізу

|                                                                | Коефіцієнти | Стандарт на помилка | t - статистика | Р-значення | Нижнє 95%  | Верхнє 95% |
|----------------------------------------------------------------|-------------|---------------------|----------------|------------|------------|------------|
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | -1378271,19 | 688171,17           | -2,002         | 0,138      | -3568338,9 | 811796,606 |
| Адміністративні витрати                                        | 139,189     | 18,826              | 7,393          | 0,005      | 79,2749    | 199,103    |

Інтервали для параметрів лінії регресії:

$$79,274 \leq \mu^* \leq 199,103$$

Рівняння регресії виглядає наступним чином

$$y = -1378271,193 + 139,1891229x_2$$

Робимо висновок, що у випадку зростання адміністративних витрат на 1%, прибутковість збільшиться на 1,377%

Отже, коефіцієнт еластичності адміністративних витрат становить 1.377, що свідчить про значний позитивний вплив на чистий дохід: збільшення адміністративних витрат на 1% призводить до зростання доходу на 1,377%. Фінансові витрати мають коефіцієнт еластичності 0,544, вказуючи на помірний вплив: 1% зростання фінансових витрат збільшує дохід на 0,544%. Таким чином, підприємству варто зосередитися на інвестиціях в адміністративні витрати для максимізації доходу, одночасно контролюючи фінансові витрати для збереження фінансової стійкості.

### **3.3 Розрахунок ефективності введення запропонованих заходів для зростання дохідності підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод»**

В умовах швидкого розвитку, жорсткої конкуренції та нових викликів, для досягнення успіху компаніям стає вкрай важливо оптимізувати використання ресурсів та активно впроваджувати інноваційні стратегії.

Оцінка економічної ефективності дозволяє не лише визначити наскільки якісно будуть використовуватись ресурси, але й створює основу для обґрунтування інвестиційних рішень та стратегій розвитку.

Цей пункт спрямований на систематизацію та аналіз даних з метою визначення потенційної вигоди від запропонованих заходів, враховуючи їхні вартісні та стратегічні аспекти. Включає в себе оцінку впливу запропонованих заходів на виробничі процеси, фінансові показники, ринкову позицію та здатність підприємства ТДВ «Яготинського маслозаводу» до адаптації.

На основі вище проведеного аналізу, можемо сформулювати прогнозовані витрати та доходи усього проекту за перший рік діяльності при впровадженні нового продукту на підприємство ТДВ «Яготинського маслозаводу» (табл. 3.17).

Таблиця 3.17

Прогнозовані витрати та доходи при запровадженні нового  
продукту (грн)

| Показник                                                       | За звітний період | З диверсифікацією на прогнозований період | Абсолютне відхилення, тис. грн | Відносне відхилення, % |
|----------------------------------------------------------------|-------------------|-------------------------------------------|--------------------------------|------------------------|
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 4 857 266         | 4 895 529                                 | 38 263                         | 1,28                   |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)   | 3 979 309         | 4 008 078                                 | 28 769                         | 1,39                   |
| Валовий: прибуток                                              | 877 957           | 887 451                                   | 9 494                          | 0,93                   |
| Інші операційні доходи                                         | 19 109            | 19 109                                    | -                              | -                      |
| Адміністративні витрати                                        | 44 464            | 44 519                                    | 55                             | 8,14                   |
| Витрати на збут                                                | 367 149           | 367 189                                   | 40                             | 90,98                  |
| Інші операційні витрати                                        | 41 416            | 41 416                                    | -                              | -                      |
| Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток      | 444 037           | 494 487                                   | 50 450                         | 0,10                   |
| Інші фінансові доходи                                          | 1 836             | 2 103                                     | 267                            | 0,08                   |
| Фінансові витрати                                              | 138 408           | 138 431                                   | 23                             | 58,98                  |
| Фінансовий результат до оподаткування: прибуток                | 308 855           | 341 410                                   | 32 555                         | 0,10                   |
| Чистий прибуток (збиток)                                       | 255 160           | 316 406                                   | 61 246                         | 0,05                   |
| Усього доходи                                                  | 6 489 951         | 6 620 980                                 | 131 029                        | 0,51                   |
| Усього витрати                                                 | 3 446 166         | 3 737 988                                 | 291 822,0                      | 12,81                  |

Запровадження нового продукту та розробку маркетингової стратегії дасть зростання чистого доходу, а саме на:

- реалізацію та виробництво глазурованих сирків, стане додатковим джерелом доходу. Очікується, що продукт, зацікавить нових та наявних клієнтів та призведе до зростання продажів;
- розвиток соціальних мереж, якщо підприємство стане активнішим в соціальних мережах, то це частіше буде нагадувати людям про цей бренд;
- розміщення реклами на телебаченні, оскільки підприємство є відомим, важливо регулярно нагадувати клієнтам про присутність на ринку та переваги продуктів.

З таблиці видно, що ці всі заходи матимуть позитивний вплив на підприємство та збільшить дохідність всього підприємства на 0,51% або на 131 029 тис. грн, порівнюючи з 2023 роком. Очікується, що впровадження нового продукту та розробка маркетингової стратегії матимуть тривалий позитивний вплив на чистий дохід підприємства. Ці стратегії допоможуть підприємству збільшити свою клієнтську базу, зростити продажів та збільшити чистий дохід у майбутньому.

Зважаючи на впровадження заходів, треба провести оцінку зміни показників рентабельності. Це допоможе з'ясувати, наскільки ефективно новий продукт впливає на фінансові результати (табл. 3.18).

Таблиця 3.18

## Оцінка показників рентабельності

| Показник                                    | Формула розрахунку                                  | За звітний період | З диверсифікацією на прогнозований період | Відхилення |
|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-------------------|-------------------------------------------|------------|
| Коефіцієнт рентабельності активів           | Чистий прибуток/<br>Середньорічна вартість активів  | 0,122             | 0,245                                     | 0,123      |
| Коефіцієнт рентабельності власного капіталу | Чистий прибуток/<br>Власний капітал                 | 0,314             | 0,330                                     | 0,016      |
| Коефіцієнт рентабельності продукції         | Прибуток від реалізації /<br>Витрати на виробництво | 0,064             | 0,070                                     | 0,006      |

Продовження таблиці 3.18

|                         |                                                               |       |       |       |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|
| Рентабельність продажів | Прибуток від реалізації послуг / Чиста виручка від реалізації | 0,053 | 0,058 | 0,006 |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|

*Джерело: розроблено автором*

В таблиці представлені розрахунки показників рентабельності за звітний та прогнозований періоди. Згідно цих даних всі розглянуті показники продемонстрували позитивну динаміку в усіх аспектах у прогнозованому періоді. Коефіцієнт рентабельності активів збільшиться на 0,135 якщо порівнювати зі звітним періодом, це свідчить про більш ефективне використання активів. Показники рентабельності продукції та рентабельності продажів також підвищилися з 0,064 до 0,079 та з 0,053 до 0,065 відповідно.

Це підтверджує успішність впровадження нових заходів і буде мати позитивний вплив на дохідну діяльність компанії ТДВ «Яготинського маслозаводу» .

На основі критичного аналізу літератури здійснено обґрунтування напрямів зростання дохідності для підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод». Проаналізовано різноманітні стратегії та підходи, спрямовані на збільшення прибутку підприємства. Серед них варто відзначити оптимізацію виробничих процесів, пошук нових ринків для збуту, розробку маркетингових стратегій, впровадження інновацій, аналіз та оптимізацію витрат, підвищення якості продукції, ефективне управління капіталом, навчання та розвиток персоналу.

Розроблений SWOT-аналіз дозволив ідентифікувати сильні сторони та можливості, а також загрози та можливості, що надає підприємству обрати оптимальний шлях розвитку. Було виявлено, що «Яготинський маслозавод» може вдосконалити свою діяльність шляхом розширення асортименту продукції, впровадження нових маркетингових стратегій.

Запропоновано організацію промо-акцій та дегустацій продукції «Яготинське» на різноманітних заходах, участь у міжнародних виставках, спонсорство подій та партнерство з кулінарними блогерами чи ресторанами можуть відігравати важливу роль у забезпеченні зростання дохідності підприємства. Такі заходи спрямовані на залучення уваги споживачів, розширення аудиторії та збільшення продажів продукції, що в свою чергу призведе до підвищення доходності ТДВ «Яготинський маслозавод».

На основі критичного аналізу економічної літератури та здійснених розрахунків проаналізовано витрати на введення нового продукту – глазуrowані сирки. Розширення асортименту виробництва сприятиме задоволенню різних сегментів споживачів і збільшенню доходів підприємства. Загальна сума витрат на впровадження глазуrowаних сирків складає 29 930 808 грн. на рік, з яких витрати на сировину та матеріали – 414 000 грн. витрати на обладнання - 1 125 000 грн., сума витрат за електроенергію буде 7 698 288 грн. рекламу на телебаченні сирків – 4 830 000 грн., витрати на маркетинг в соціальних мережах на рік – складає – 1 236 000 грн, на місяць, фонд оплати праці - 995 520 грн., що має потенціал позитивно вплинути на доходність підприємства шляхом збільшення обсягів продажів та розширення аудиторії споживачів.

Висвітлено доцільність та ефективність впровадження глазуrowаних сирків. Аналіз показав, що чистий дохід збільшиться на 15%. Очікується, що впровадження нового продукту та розробка маркетингової стратегії матимуть тривалий позитивний вплив на чистий дохід підприємства. Розраховані показники демонструють позитивну динаміку у прогнозованому періоді, що свідчить про успішність впровадження нових заходів та їх позитивний вплив на фінансові показники підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод». Ці стратегії допоможуть підприємству збільшити свою клієнтську базу, зростити продажі та підвищити чистий дохід у майбутньому.

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Отже, у ході дипломної роботи, в першому розділі було розглянуто сутність доходу як одне з основних понять у фінансовому управлінні підприємством. Зазначено, що дохід є не лише метою, але й важливим індикатором ефективності діяльності підприємства.

В першому розділі визначили поняття доходність, проаналізували фактори впливу на доходність, було виявлено, що внутрішні та зовнішні чинники, обидва мають суттєве значення. Внутрішні фактори включають ефективне управління ресурсами, оптимізацію процесів та розробку ефективної ринкової стратегії. Зовнішні фактори можуть включати економічні умови, конкуренцію та зміни в законодавстві.

Зокрема, ефективне управління ресурсами, оптимізація процесів та ринкова стратегія визначають успішність у досягненні доходності. Дослідження також вказує на методичні підходи до оцінки та забезпечення доходності, зокрема застосування фінансового аналізу та ключових показників ефективності. Завдяки цьому аналізу підприємство може спостерігати за результатами своєї діяльності та вчасно коригувати стратегії для досягнення стійкого фінансового успіху.

У другому розділі досліджено фінансову діяльність ТДВ «Яготинський маслозавод». Зроблено аналіз господарсько-правових засад його функціонування, ефективності використання фінансових ресурсів, та доходності. Досліджено організаційну структуру та методи управління, відзначено високий рівень стратегічного керівництва та ефективне використання високотехнологічного обладнання. Успішна конкурентоспроможність підтверджується значним обсягом виробництва та активною експортною діяльністю.

Водночас, аналіз показав проблеми у сфері платоспроможності, що можуть вимагати додаткових заходів для забезпечення фінансової стабільності. Тому, була проведена оцінка ймовірності банкрутства, отже сказати, що за методом О.О. Терещенка підприємство ТДВ "Яготинський молокозавод"

вважається фінансово стійким, проте за методом В.П. Мартиненка, хоча підприємство може мати високу ймовірність банкрутства, Однак, спостереження за динамікою доходів свідчить про позитивну тенденцію у зростанні прибутку та ефективності операційної діяльності. Кореляційно-регресійний аналіз показав, що розмір фінансових витрат майже не впливає на чистий дохід, що вказує на можливість оптимізації управління фінансовими ресурсами без значного впливу на загальний дохід. Дослідження підтверджує успішну стратегію управління та ефективне використання ресурсів підприємства. Проте, виявлені проблеми в сфері фінансової стабільності вимагають уваги та можливих корекційних заходів для забезпечення стійкості та надійності фінансової діяльності в майбутньому.

У третьому розділі досліджено напрями зростання доходності для ТДВ "Яготинський маслозавод". Проаналізовано кілька ідей та пропозицій, включаючи оптимізацію виробничих процесів, пошук нових ринків для збуту, розробку маркетингових стратегій, впровадження інновацій, аналіз та оптимізацію витрат, підвищення якості продукції, ефективне управління капіталом, навчання та розвиток персоналу. Було запропоновано введення нового продукту – глазурованих сирків. Розрахунок витрат на його впровадження показав, що ця ініціатива має потенціал позитивно вплинути на доходність підприємства.

У заключному підпункті 3 розділу висвітлено, що впровадження глазурованих сирків та запропоновані маркетингові стратегії матимуть позитивний вплив на чистий дохід підприємства. Прогнозовані показники продемонстрували позитивну динаміку, що свідчить про успішність впровадження нових заходів та їх позитивний вплив на фінансові показники підприємства. Підприємство збільшить свій чистий дохід на 131 029 тис. грн. Тож, ці стратегії сприятимуть збільшенню клієнтської бази, зростанню продажів та підвищенню доходів у майбутньому.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Нагорна І. В., Морозов І. О. Резерви підвищення ефективності управління доходами підприємства. *Наукове фахове видання України «Ефективна економіка»* 2019. С. 3.
2. Лойко В. В., Макаровська Т. П. Економіка підприємства : навч. посіб. Київ : КНУТД, 2015. С. 201.
3. Рудик В. В., Кудирко О. М. Підходи науковців до визначення сутності доходу підприємства. *Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту.* .2018. № 49.
4. Кириленка В. В. Історія економічних вчень: навч. посіб. Тернопіль: «Економічна думка», 2007. С. 37-78
5. Молодець А. Я. Доходи підприємства: сутність та класифікація. Розвиток системи обліку, аналізу та аудиту в Україні: тези доп. всеукр. наук-практ. конф. М. Київ : ДП«Інформ. – аналіт. агентство», 2020. С. 168.
6. Яворська Т. І., Соболевська О. О. Теоретичні аспекти сутності доходів та їх класифікація. *Зб. наук. праць ТДАТУ імені Дмитра Моторного*, 2020. С. 5.
7. Козаченко А. Ю. Доходи суб'єктів господарюванні: економічна сутність та класифікація. *Вісник Хмельницького національного університету.* 2021. С. 38.
8. Гречко А. В., Мельнікова М. О. Дослідження факторів впливу на прибутковість підприємства та пошук резервів збільшення прибутку. *Наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. Київ: КІП 2017. №11.
9. Волошина О. А., Кордзаія І. А, Даценко С. М., Ульченко А. М. Методичні підходи до аналізу доходів підприємства та факторів їх формування. *Наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. 2019. № 6. С..2
10. Васильєв О. В., Уваров І. С. Сучасні підходи формування організаційно-економічного механізму забезпечення економічної ефективності діяльності підприємства. Сучасні проблеми розвитку права та економіки в інноваційному суспільстві: збірник наукових праць. м. Харків, 2019. С.99.
11. Шашина М. В. Седун. Р. С. Методика розрахунку рентабельності

підприємства. Сучасні проблеми економіки і підприємництва : збірник наукових праць. Київ. С. 250

12. Кривда О. В., Мошкун Г. І. Вплив зовнішніх та внутрішніх чинників на зростання рентабельності підприємства. Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи : зб. тез доп. III Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 08 груд. 2022 р. С. 190

13. Єпіфанова І. Ю., Гуменюк В.С., Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності. *Наукова робота*. Економіка і суспільство. 2016 №3 С.191

14. Гринчуцький І.В., Карапетян Е.Т, Погріщук В.Б., Економіка підприємництва : навч. посібнк. Київ: «Центр учбової літератури» 2010. С. 287

15. Усатюк В.В. Мартиненко В.П Напрями підвищення прибутковості підприємства. Актуальні проблеми економіки та управління.: збірник наук-практ. Київ. 2015. №9 С. 6

16. Офіційний сайт: Яготинський маслозавод (дата звернення: 30.04.2024)  
URL: <https://milkalliance.com.ua/company/enterprises/yagotinskij-maslozavod/>  
(дата звернення: 30.04.2024)

17. Річна звітність ТДВ «Яготинський маслозавод» за 2022. URL:  
[https://smida.gov.ua/db/feed/showform/urossob\\_o/92037](https://smida.gov.ua/db/feed/showform/urossob_o/92037) (дата звернення:  
05.05.2024

18. Історія про ТДВ «Яготинський маслозавод»  
URL: <https://milkalliance.com.ua/company/enterprises/yagotinskij-maslozavod/>  
(дата звернення: 06.12.2024)

19. Річна звітність ТДВ «Яготинський маслозавод» за 2023. URL:  
[https://milkalliance.com.ua/tools/cms/site/download.php?url=/uploads/site\\_factory\\_docs/file/0008/74.pdf&name=richna-informatsiya-emitenta-tsi](https://milkalliance.com.ua/tools/cms/site/download.php?url=/uploads/site_factory_docs/file/0008/74.pdf&name=richna-informatsiya-emitenta-tsi) (дата звернення:  
06.12.2024)

20. Глушко А. Д. Філін М. Ф, Науково-методичні підходи до аналізу фінансових ресурсів підприємства. *Збірник наукових праць* Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. Київ. 2018. С. 470.

21. Гайдаєнко О.М., Аналіз ділової активності підприємства *Збірник*

наукових праць. Одеса: ОНЕУ. 2020 С. 1.

22. Яремик Я. Х., Методичні підходи до оцінки платоспроможності підприємства. *Наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. Львів. 2015 С.3

23. Інформаційне агентство Україна ІНФОРМ. Звернення «Яготинського маслозаводу» до держави з приводу підвищення цін на газ URL: <https://ukraine-inform.com/news-ekonomika-industry/105290-nayb-l-shiy-v-ukra-n-yagotins-kiy-molokozavod-pripinya-svoyu-robotu-cherez-p-dvischennya-c-ni-na-gaz-u-10-raz-v.html>

24. Міжнародна виставка Inter Food EXPO URL: <https://expo.am/uk/exhibition/inter-food-expo>

25. Мартиненко В.П. Особливості маркетингової діяльності агропромислових господарств. Науковий журнал ЕКОНОМІК SYNERGY. №4(6). Київ. 2022.

26. Ткаченко Т.П., Бойчук Д. В. Управління доходами на підприємстві. *Наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. Київ. 2018.

27. Марченко М. В. Основи підприємницької діяльності : підручник. – Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського. Вид-во «Політехніка», 2022.

28. Мішаков А. О., Кравець Д. Є., Шеремета І. А. Маркетингова стратегія, як основа розробки бізнес-плану. Економіка підприємства: теорія та практика: зб. наук-прак. конф. Луцьк. 2023.

29. Мартиненко В. П., Макалюк І. В. Запобігання банкрутства промислових підприємств у нестійкому ринковому середовищі. Формування ринкових відносин в Україні. Збірник наукових прац. Київ. 2023. №5

30. Річна звітність ТДВ «Яготинський маслозавод» за 2021. URL: [https://milkalliance.com.ua/tools/cms/site/download.php?url=/uploads/site\\_factory\\_docs/file/0008/42.pdf&name=richna-finansova-zvitnist-za-202](https://milkalliance.com.ua/tools/cms/site/download.php?url=/uploads/site_factory_docs/file/0008/42.pdf&name=richna-finansova-zvitnist-za-202)

31. Єпіфанова І. Ю., Стратегічне управління ризиками в системі управління персоналом. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2021.

32. Кривда О. В., Братченко А. І. Управління формуванням прибутку в системі стратегічного управління підприємством. *Вісник Черкаського*

університету. Серія: Економічні науки. 2018. Вип. №1.

33. Мамонтова Н. А., Корнійчук Т. С. Особливості дебіторської заборгованості за національними і міжнародними стандартами. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка» : науковий журнал.* 2021 .

34. Тульчинська С. О., Дергалюк М. О. Оцінювання ефективності організаційно-економічного механізму розвитку агропромислового комплексу регіонів України: монографія. Херсон, Ви-во ФОП Вишемирський В. С., 2019.

35. Шашина М. В., Недзельський А. О. Оцінювання ефективності управління ресурсами підприємства як інструмент забезпечення прибутковості. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ.* Львів. 2023.

36. Джеджула В. В., Єпіфанова І. Ю, Дзюбо Ю. М. Напрями підвищення ефективності діяльності молочної галузі. *Наукове фахове видання «Ефективна економіка».* 2018.

37. Мартиненко В. П., Григоренко В. О. Система управління прибутком промислових підприємств в сучасних умовах розвитку економіки. *Формування ринкових відносин в Україні.* Вип.2 (261). Київ, 2023.

38. Духновська Л. М. Прибутковість підприємства: сутність та ефективність управління. *Науковий вісник Ужгородського національного університету.* 2018.

39. Литовченко М. В. , Молочна промисловість України: Стан та перспективи розвитку. *Агросвіт* №8, 2015.

40. Онегіна В.М., Новітні чинники конкурентоспроможності продукції на світовому ринку молока. *Економічні читання: між. наук-прак конф.* Харків: ХНАУ, 2021.

41. Волошина В. О. Роль власного капіталу в діяльності підприємства та особливостей його обліку. *Вісник студентського наукового товариства.* Харків. 2020.

42. Марченко В. М. Управління витратами в процесі формування цінності проекту. *Формування ринкових відносин в Україні.* Київ, 2018. №5.

# ДОДАТКИ

## ДОДАТОК А

Таблиця А1 – Баланс (Звіт про фінансовий стан) на кінець періоду на  
2021-2023 роки. Активи

| Актив                                                                                                |              |         |         |         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|---------|---------|---------|
| Назва рядка                                                                                          | Код<br>рядка | 2021    | 2022    | 2023    |
| I. Необоротні активи                                                                                 |              |         |         |         |
| Нематеріальні активи                                                                                 | 1000         | 2 901   | 1 528   | 1 295   |
| первісна вартість                                                                                    | 1001         | 11 532  | 11 581  | 9 526   |
| накопичена амортизація                                                                               | 1002         | 8 631   | 10 053  | 8 231   |
| Незавершені капітальні інвестиції                                                                    | 1005         | 0       | 0       | 0       |
| Основні засоби                                                                                       | 1010         | 417 251 | 390 541 | 415 608 |
| первісна вартість                                                                                    | 1011         | 773 761 | 811 917 | 898 932 |
| знос                                                                                                 | 1012         | 356 510 | 421 376 | 483 324 |
| Інвестиційна нерухомість                                                                             | 1015         | 0       | 0       | 0       |
| первісна вартість                                                                                    | 1016         | 0       | 0       | 0       |
| знос                                                                                                 | 1017         | 0       | 0       | 0       |
| Довгострокові біологічні активи                                                                      | 1020         | 0       | 0       | 0       |
| первісна вартість                                                                                    | 1021         | 0       | 0       | 0       |
| накопичена амортизація                                                                               | 1022         | 0       | 0       | 0       |
| Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств | 1030         | 0       | 0       | 0       |
| інші фінансові інвестиції                                                                            | 1035         | 0       | 0       | 0       |
| Довгострокова дебіторська заборгованість                                                             | 1040         | 936     | 0       | 0       |
| Відстрочені податкові активи                                                                         | 1045         | 0       | 0       | 0       |
| Гудвіл                                                                                               | 1050         | 0       |         | 0       |
| Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах                                          | 1065         | 0       | 0       | 0       |
| Інші необоротні активи                                                                               | 1090         | 11 491  | 32 020  | 30 570  |
| Усього за розділом I                                                                                 | 1095         | 432 579 | 424 089 | 447 473 |
| II. Оборотні активи                                                                                  |              |         |         |         |
| Запаси                                                                                               | 1100         | 165 657 | 165 465 | 192 592 |
| Виробничі запаси                                                                                     | 1101         | 75 361  | 117 522 | 106 103 |
| Незавершене виробництво                                                                              | 1102         | 6 854   | 6 581   | 9 745   |
| Готова продукція                                                                                     | 1103         | 80 394  | 37 927  | 70 083  |
| Товари                                                                                               | 1104         | 3 048   | 3 435   | 6 661   |
| Поточні біологічні активи                                                                            | 1110         | 0       | 0       | 0       |
| Депозити перестрахування                                                                             | 1115         | 0       | 0       | 0       |
| Векселі одержані                                                                                     | 1120         | 0       | 0       | 0       |
| Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги                                     | 1125         | 425 104 | 592 908 | 623 833 |

|                                                                  |      |         |           |           |
|------------------------------------------------------------------|------|---------|-----------|-----------|
| Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами | 1130 | 8 229   | 11 642    | 25 628    |
| з бюджетом                                                       | 1135 | 1 967   | 12 613    | 14        |
| у тому числі з податку на прибуток                               | 1136 | 0       | 0         | 0         |
| з нарахованих доходів                                            | 1140 | 24      | 56        | 68        |
| із внутрішніх розрахунків                                        | 1145 | 495 782 | 806 529   | 831 558   |
| Інша поточна дебіторська заборгованість                          | 1155 | 9 330   | 2 977     | 206       |
| Поточні фінансові інвестиції                                     | 1160 |         |           |           |
| Гроші та їх еквіваленти                                          | 1165 | 31 692  | 7 818     | 41 043    |
| Готівка                                                          | 1166 | 2       | 4         | 2         |
| Рахунки в банках                                                 | 1167 | 31 690  | 7 814     | 41 041    |
| Витрати майбутніх періодів                                       | 1170 | 377     | 452       |           |
| Частка перестраховка у страхових резервах                        | 1180 | 0       | 0         | 0         |
| у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань              | 1181 | 0       | 0         | 0         |
| резервах збитків або резервах належних виплат                    | 1182 | 0       | 0         | 0         |
| резервах незароблених премій                                     | 1183 | 0       | 0         | 0         |
| інших страхових резервах                                         | 1184 | 0       | 0         | 0         |
| Інші оборотні активи                                             | 1190 | 3879    | 4 470     | 2 165     |
| Усього за розділом II                                            | 1195 | 1142041 | 1 604 930 | 1 717 107 |
| III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття | 1200 | 0       | 0         | 0         |
| Баланс                                                           | 1300 | 1574620 | 2 029 019 | 2 164 580 |

Таблиця А1 – Баланс (Звіт про фінансовий стан) на кінець періоду на 2020-2023 роки. Пасиви

| Пасив                                                  |           |            |            |            |
|--------------------------------------------------------|-----------|------------|------------|------------|
| Назва рядка                                            | Код рядка | 31.12.2021 | 31.12.2022 | 31.12.2023 |
| I. Власний капітал<br>Зареєстрований (пайовий) капітал | 1400      | 3 797      | 3 797      | 3 797      |
| Внески до незареєстрованого статутного капіталу        | 1401      | 0          | 0          | 0          |
| Капітал у дооцінках                                    | 1405      | 0          | 0          | 0          |
| Додатковий капітал                                     | 1410      | 0          | 0          | 0          |
| Емісійний дохід                                        | 1411      | 0          | 0          | 0          |

|                                                                                     |      |         |         |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------|---------|---------|-----------|
| Накопичені курсові різниці                                                          | 1412 | 0       | 0       | 0         |
| Резервний капітал                                                                   | 1415 | 1 528   | 1 528   | 1528,00   |
| Нерозподілений прибуток<br>(непокритий збиток)                                      | 1420 | 524 076 | 679 715 | 934870    |
| Неоплачений капітал                                                                 | 1425 | 0       | 0       | 0         |
| Вилучений капітал                                                                   | 1430 | 0       | 0       | 0         |
| Інші резерви                                                                        | 1435 | 0       | 0       | 0         |
| Усього за розділом I                                                                | 1495 | 529 401 | 685 040 | 940195,00 |
| II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення<br>Відстрочені податкові зобов'язання | 1500 | 0       | 0       | 0         |
| Пенсійні зобов'язання                                                               | 1505 | 0       | 0       | 0         |
| Довгострокові кредити банків                                                        | 1510 | 41 870  | 27 913  | 13957,00  |
| Інші довгострокові зобов'язання                                                     | 1515 | 205 704 | 225 982 | 225359,00 |
| Довгострокові забезпечення                                                          | 1520 | 0       | 0       | 0         |
| Довгострокові забезпечення витрат персоналу                                         | 1521 | 0       | 0       | 0         |
| Цільове фінансування                                                                | 1525 | 0       | 0       | 0         |
| Благодійна допомога                                                                 | 1526 | 0       | 0       | 0         |
| Страхові резерви                                                                    | 1530 | 0       | 0       | 0         |
| у тому числі: резерв довгострокових зобов'язань                                     | 1531 | 0       | 0       | 0         |
| резерв збитків або резерв належних виплат                                           | 1532 | 0       | 0       | 0         |
| резерв незароблених премій                                                          | 1533 | 0       | 0       | 0         |
| інші страхові резерви                                                               | 1534 | 0       | 0       | 0         |
| Інвестиційні контракти                                                              | 1535 | 0       | 0       | 0         |
| Усього за розділом II                                                               | 1595 | 247 574 | 253 895 | 239316,00 |
| III. Поточні зобов'язання і забезпечення<br>Короткострокові кредити банків          | 1600 | 378 396 | 366 248 | 485430,00 |
| Векселі видані                                                                      | 1605 | 0       | 0       |           |
| Поточна кредиторська заборгованість за:<br>довгостроковими зобов'язаннями           | 1610 | 22 096  | 21 756  | 22609,00  |

|                                                                                                   |      |           |           |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-----------|-----------|-----------|
| товари, роботи, послуги                                                                           | 1615 | 228 624   | 214 804   | 244287,00 |
| розрахунками з бюджетом                                                                           | 1620 | 2 338     | 33 616    | 25101,00  |
| у тому числі з податку на прибуток                                                                | 1621 |           | 4 681     | 6811,00   |
| розрахунками зі страхування                                                                       | 1625 | 1 715     | 2 301     | 2721,00   |
| розрахунками з оплати праці                                                                       | 1630 | 6 151     | 7 979     | 9913,00   |
| за одержаними авансами                                                                            | 1635 | 142       | 641       | 579,00    |
| за розрахунками з учасниками                                                                      | 1640 | 1 774     | 1 774     | 1774,00   |
| із внутрішніх розрахунків                                                                         | 1645 | 131 761   | 409 228   | 154117,00 |
| За страховою діяльністю                                                                           | 1650 | 0         | 0         | 0         |
| Поточні забезпечення                                                                              | 1660 | 18 337    | 24 879    | 31639,00  |
| Доходи майбутніх періодів                                                                         | 1665 | 0         | 0         | 0         |
| Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків                                                  | 1670 | 0         | 0         | 0         |
| Інші поточні зобов'язання                                                                         | 1690 | 6 311     | 6 858     | 6899,00   |
| Усього за розділом III                                                                            | 1695 | 797 645   | 1 090 084 | 985069,00 |
| IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття | 1700 | 0         | 0         | 0         |
| V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду                                           | 1800 | 0         | 0         | 0         |
| Баланс                                                                                            | 1900 | 1 574 620 | 2 029 019 | 2 164 580 |

## ДОДАТОК Б

Таблиця Б1 – Звіт про фінансові результати за 2021-2023

| Фінансові результати                                            |           |                |                |                |
|-----------------------------------------------------------------|-----------|----------------|----------------|----------------|
| Назва рядка                                                     | Код рядка | 2021, тис. грн | 2022, тис. грн | 2023, тис. грн |
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)  | 2000      | 3 103 661      | 3 736 091      | 4 857 266      |
| Чисті зароблені страхові премії                                 | 2010      | 0              | 0              | 0              |
| Премії підписані, валова сума                                   | 2011      | 0              | 0              | 0              |
| Премії, передані у перестраховування                            | 2012      | 0              | 0              | 0              |
| Зміна резерву незароблених премій, валова сума                  | 2013      | 0              | 0              | 0              |
| Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій      | 2014      | 0              | 0              | 0              |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)    | 2050      | 2784504        | 3 090 847      | 3 979 309      |
| Чисті понесені збитки за страховими виплатами                   | 2070      | 0              | 0              | 0              |
| Валовий: прибуток                                               | 2090      | 319 157        | 645 244        | 877 957        |
| Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань | 2105      | 0              | 0              | 0              |
| Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів              | 2110      | 0              | 0              | 0              |
| Зміна інших страхових резервів, валова сума                     | 2111      | 0              | 0              | 0              |
| Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах         | 2112      | 0              | 0              | 0              |
| Інші операційні доходи                                          | 2120      | 23 650         | 47 017         | 19 109         |
| Адміністративні витрати                                         | 2130      | 33 130         | 37 602         | 44 464         |
| Витрати на збут                                                 | 2150      | 254 742        | 296 742        | 367 149        |
| Інші операційні витрати                                         | 2180      | 34 147         | 65 926         | 41 416         |
| Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток       | 2190      | 20 788         | 291 991        | 444 037        |
| Дохід від участі в капіталі                                     | 2200      | 0              | 0              | 0              |
| Інші фінансові доходи                                           | 2220      | 1 512          | 2 539          | 1 836          |
| Інші доходи                                                     | 2240      | 58 650         | 24 903         | 1 390          |
| Фінансові витрати                                               | 2250      | 87 142         | 72 302         | 138 408        |
| Втрати від участі в капіталі                                    | 2255      | 0              | 0              | 0              |
| Інші витрати                                                    | 2270      | 57 127         | 24 739         | 0              |
| Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті       | 2275      | 0              | 0              | 0              |

|                                                          |                  |             |             |                       |
|----------------------------------------------------------|------------------|-------------|-------------|-----------------------|
| Фінансовий результат до оподаткування: прибуток          | 2290             | 0           | 153 739     | 308 855               |
| Витрати (дохід) з податку на прибуток                    | 2300             | 0           | -24 192     | - 53 695              |
| Чистий прибуток (збиток)                                 | 2350             | 63 319      | 129 547     | 255 160               |
| <b>Сукупний дохід</b>                                    |                  |             |             |                       |
| <b>Назва рядка</b>                                       | <b>Код рядка</b> | <b>2021</b> | <b>2022</b> | <b>2023, тис. грн</b> |
| Накопичені курсові різниці                               | 2410             | 0           | 0           | 0                     |
| Інший сукупний дохід                                     | 2445             | 0           | 0           | 0                     |
| Інший сукупний дохід до оподаткування                    | 2450             | 0           | 0           | 0                     |
| Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом | 2455             | 0           | 0           | 0                     |
| Інший сукупний дохід після оподаткування                 | 2460             | 0           | 0           | 0                     |
| Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)          | 2465             | 63 319      | 155 639     | 255 160               |
| <b>Елементи операційних витрат</b>                       |                  |             |             |                       |
| <b>Назва рядка</b>                                       | <b>Код рядка</b> | <b>2021</b> | <b>2022</b> | <b>2023, тис. грн</b> |
| Матеріальні затрати                                      | 2500             | 2 237 345   | 2 634 094   | 3 246 084             |
| Витрати на оплату праці                                  | 2505             | 168 573     | 195 918     | 249 790               |
| Відрахування на соціальні заходи                         | 2510             | 38 327      | 47 339      | 52 222                |
| Амортизація                                              | 2515             | 79 243      | 75 141      | 73 423                |
| Інші операційні витрати                                  | 2520             | 197 946     | 200 416     | 288 693               |
| Разом                                                    | 2550             | 2 721 434   | 3 152 908   | 3 910 212             |