

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗІНА

Навчально-науковий інститут «Каразінська школа бізнесу»

Кафедра управління та адміністрування

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

магістра

на тему: **«Удосконалення системи управління фінансовими ресурсами підприємства»**

Виконала: студентка 2 курсу, групи Пз-61
спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля»
освітньо-професійної програми «Підприємництво»
Ганна ШАТІЛО



Керівник: д.е.н., професор Олексій ВАСИЛЬЄВ



Рецензент: к.е.н., доцент Ганна ЖОВТЯК

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Навчально-науковий інститут «Каразінська школа бізнесу»
Кафедра управління та адміністрування
Рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень) магістр
Спеціальність 076 «Підприємництво та торгівля»
Освітньо - професійна програма «Підприємництво»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри



підпис

Вікторія ТРЕТЯК
ім'я, прізвище

“28” червня 2024 року

З А В Д А Н Н Я НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Шатіло Ганни Андріївни

(прізвище, ім'я, по батькові студента)

1. Тема роботи: «Удосконалення системи управління фінансовими ресурсами підприємства»

Керівник роботи: Васильєв Олексій Вікторович, доктор економічних наук, професор кафедри управління та адміністрування

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по університету від “10” жовтня 2024 року №4501-5/3283

2. Строк подання студентом роботи 15 листопада 2024 року

3. Перелік питань, які потрібно розробити:

1. Визначити теоретичні аспекти та сутність поняття «прибуток»;
2. Дослідити види та класифікації прибутку підприємства;
3. Проаналізувати основні фактори, що впливають на зростання прибутку;
4. Надано загальну характеристику ПАТ «Струм».
5. Проаналізувати фінансово-економічний стан підприємства
6. Визначити методи управління прибутком підприємства
7. Виявити можливості вдосконалення управління прибутком на підприємстві
8. Розробити шляхи вдосконалення стратегій управління прибутком компанії
9. Оцінити ефективність пропозицій щодо вдосконалення управління прибутком на підприємстві

1. План роботи

№ з/п	Назви етапів роботи
1	Узгодження змісту кваліфікаційної роботи
2	Підготовка першого розділу кваліфікаційної роботи
3	Доопрацювання першого розділу згідно з рекомендаціями науково керівника. Написання другого розділу кваліфікаційної роботи
4	Доопрацювання другого розділу згідно з рекомендаціями науково керівника. Підготовка третього розділу кваліфікаційної роботи
5	Доопрацювання третього розділу згідно з рекомендаціями науково керівника. Підготовка тез доповіді на наукову конференцію, та/або підготовка наукової публікації за темою дослідження
6	Написання вступу, висновків кваліфікаційної роботи. Оформлення списку літератури
7	Подання кваліфікаційної роботи на кафедру управління та адміністрування

2. Дата видачі завдання “28” червня 2024 року

Студент



 підпис

Ганна ШАТІЛЮ
 Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Керівник роботи



 підпис

Олексій ВАСИЛЬЄВ
 Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1 КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ	
1.1. Ключові аспекти та розкриття поняття «прибуток».....	7
1.2. Прибуток підприємства його види та класифікація.....	14
1.3. Фактори впливу на зростання прибутку.....	19
Висновки до розділу 1.....	27
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ТА ДІЯЛЬНОСТІ ПАТ «Струм»	
2.1. Характеристика діяльності підприємства ПАТ «Струм».....	28
2.2. Дослідження фінансово-економічного стану ПАТ «Струм». ...	36
2.3. Рентабельність та аналіз ефективності ПАТ «Струм».....	44
Висновки до розділу 2.....	51
РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПАТ «Струм»	
3.1. Потенціал покращення управління прибутком ПАТ «Струм».....	52
3.2. Розробка та упорядкування плану керування прибутком ПАТ «Струм».....	61
3.3. Оцінка рекомендацій щодо управління фінансовим станом ПАТ «Струм».....	69
Висновки до розділу 3.....	75
ВИСНОВКИ.....	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	78
ДОДАТКИ.....	83

ВСТУП

Актуальність дослідження Всі підприємства на початку своєї діяльності особливе місце відводять прибутку, який відіграє найважливішу роль у діяльності кожного підприємства. Для його отримання кожне підприємство повинно вміти чітко формулювати свої майбутні потреби у фінансах, ресурсах та джерелах їх отримання, а також оцінювати ефективність їх використання в процесі досягнення найголовнішої мети - отримання прибутку.

Зі збільшенням прибутку у підприємств з'являється більше можливостей для розширення, впровадження інновацій та збільшення капіталу.

Також сьогодні, в умовах глобалізації та ринкових коливань, необхідним є вдосконалення методів управління прибутком підприємств, що працюють в Україні, з урахуванням проблем та можливостей внутрішнього та зовнішнього середовища.

Теоретичні та методологічні питання управління прибутком підприємства ґрунтовно досліджували провідні фахівці у своїх наукових працях: Завгородній В.П. [11], Савицька Г.В. [17], Лебідь О. В. [36], Тульчинська С. О. [40], Бершадська І. І. [3], Данчук, Л. С. [10], Вишневський О. С. [5], Стрішенець О. А. [38], Бондаренко Н. С. [1], Бандурко О.М. [9], Куцик П. О. [20], Кунаєв А. Ю. [17] тощо.

Водночас слід зазначити, що існує ще достатньо невирішених питань щодо управління прибутком підприємств, які потребують більш детального дослідження та практичних рекомендацій. Це зумовило актуальність даного дослідження, визначило об'єкт, предмет, завдання та основну мету дослідження.

Об'єктом дослідження є процес управління прибутком підприємства.

Об'єктом дослідження є система методологічних і теоретичних аспектів та інструментів управління прибутком на ПАТ «Струм».

Метою дослідження є розробка методу управління прибутком підприємства.

Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання:

- Визначити теоретичні аспекти та сутність поняття «прибуток»;
- Дослідити види та класифікації прибутку підприємства;

- Проаналізувати основні фактори, що впливають на зростання прибутку;
- Надано загальну характеристику ПАТ «Струм».
- Проаналізувати фінансово-економічний стан підприємства
- Визначити методи управління прибутком підприємства
- Виявити можливості вдосконалення управління прибутком на підприємстві
- Розробити шляхи вдосконалення стратегій управління прибутком компанії
- оцінити ефективність пропозицій щодо вдосконалення управління прибутком на підприємстві

Для досягнення мети та виконання завдань, поставлених у процесі виконання магістерської кваліфікаційної роботи, було застосовано спеціальні та загальнонаукові методи і прийоми пізнання (здійснено теоретичне узагальнення та аналіз концепції прибутку з метою визначення теоретико-методологічних засад управління прибутком підприємства ПАТ «Струм».

Висновки щодо фінансового стану ПАТ «Струм» ґрунтуються на результатах фінансового аналізу господарської діяльності підприємства як засобу діагностики проблем і можливостей внутрішнього та зовнішнього середовища з використанням SWOT-аналізу.

Наукова новизна представленої магістерської роботи полягає в удосконаленні стратегії управління прибутком ПАТ «Струм» шляхом розробки карти проблем на основі аналізу основних проблем компанії та визначення найбільш важливих питань.

Практичне значення одержаних результатів полягає у розробці рекомендацій щодо управління інтересами підприємства.

Інформаційною базою кваліфікаційної роботи є законодавство України, постанови Кабінету Міністрів України, нормативно-правові акти, інформаційні документи, чинні положення (стандарти), річна фінансова звітність ПАТ «Струм», інформаційні ресурси мережі Інтернет, власні дослідження.

РОЗДІЛ 1

КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

1.1. Ключові аспекти та розкриття поняття «прибуток»

Прибуток є найпростішою і водночас найскладнішою категорією ринкових відносин. Його простота проявляється в тому, що він, як правило, є основним мотивом підприємницької діяльності, а складність - у безлічі факторів, які прямо чи опосередковано впливають на його величину [8].

Визнання прибутку похідним показником впливає з його трактування як простої та складної економічної категорії. Прибуток - це постійна базова маржа між періодами діяльності суб'єкта господарювання на ринку. Цей аспект породжує основні фактори діяльності суб'єкта господарювання. Теорія прибутку в системах економічної теорії вивчалася переважно у зв'язку з підприємницькою діяльністю, але існують різні погляди на формування прибутку. Спочатку економісти та фахівці більше переймалися питаннями формування та використання прибутку. У сучасному економічному середовищі інтерес зосереджується на оптимальному напрямку, кількості та якості їх формування, а не на природі прибутку.

Функціонування промислових підприємств у ринковому середовищі ставить проблему управління фінансовими результатами. Нова економічна ситуація вимагає нових підходів до аналізу управління ними. Це пов'язано з тим, що в ринковій економіці підприємницька діяльність спрямована на отримання позитивних фінансових результатів у вигляді прибутку. Управління, яке не залежить від капіталу, неможливе, оскільки прибуток є основним джерелом реального зростання капіталу та управління ним.

У сучасному економічному середовищі інтерес зосереджується на оптимальному напрямку, кількості та якості їх формування, а не на природі прибутку.

Функціонування промислових підприємств у ринковому середовищі ставить проблему управління фінансовими результатами. Нова економічна ситуація вимагає нових підходів до аналізу управління ними. Це пов'язано з

тим, що в ринковій економіці підприємницька діяльність спрямована на отримання позитивних фінансових результатів у вигляді прибутку.

Менеджмент без залежності від капіталу неможливий, оскільки прибуток є основним джерелом реального зростання капіталу та управління ним.

Загальновідомо, що капітал не може відтворюватися без отримання прибутку від його використання. Наприклад, якщо економічна діяльність відбувається без прибутку, то потенціал зростання капіталу дорівнює нулю [24].

Сьогодні термін «прибуток» має багато тлумачень.

У таблиці 1.1 наведено деякі з них для терміну «прибуток».

Таблиця 1.1 - Визначення поняття «прибуток» в різних літературних джерелах

№	Автор	Визначення терміну «прибуток»
1	Законі України "Про підприємства в Україні"[15]	це перевищення доходів від підприємницької діяльності над витратами перевищення і є єдиною самостійною формою нагромадження.
2	Податковий Кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI [34]	Прибуток із джерелом походження з України та за її межами визначається з урахуванням правил, встановлених статтею 152 Податкового кодексу, та зменшення суми доходів звітного періоду (визначених відповідно до статей 135-137 Податкового кодексу) на собівартість реалізованих товарів, виконаних робіт, наданих послуг та інших витрат звітного періоду (визначених відповідно до статей 138-143 Податкового кодексу) (визначених відповідно до статей 138-143 Податкового кодексу), зменшених на суму витрат, визначених відповідно до статей 138-143 Податкового кодексу), зменшених на суму витрат, визначених відповідно до статей 138-143 Податкового кодексу).
3	П(С)БО 3 «Звіт про фінансові результати» [33]	Сума, на яку доходи компанії перевищують її витрати.
4	Мочерний С.В. [18]	Сума коштів, на яку доходи компанії перевищують витрати
5	Бандурко О.М. [9, с.14]	Це надлишок доходу, отриманого від діяльності підприємства. над прибутком і є єдиною формою нагромадження самого підприємства.
6	Завгородній В.П. [11, с. 51]	Різниця між загальною виручкою без ПДВ та акцизного збору і собівартістю виробництва та реалізації.
7	Савицька Г.В. [17, с.57]	Частина чистого прибутку компанії, яка генерується у процесі виробництва та реалізується у сфері розподілу, Отримується безпосередньо підприємствами.

8	Вишневський О. С. [5, с. 98]	Загальний прибуток, отриманий від діяльності підприємства або бізнесу, мінус загальні витрати.
9	Тульчинська С. О. [3, с.73]	Показники ефективності - це фінансові результати будь-якої господарської діяльності і є основними індикаторами для оцінки роботи компанії на основі показників прибутковості. Вони можуть мати форму доходів, витрат, активів або відношення прибутку до загальної суми коштів.
10	Бондаренко Н. С. [1, с.12]	є основним джерелом для вирішення проблеми збільшення ринкової вартості майна компанії. Для досягнення цієї мети необхідно постійно збільшувати кошти компанії.
11	Кунаєв А. Ю. [17, с. 8]	є основним джерелом порятунку компаній від банкрутства. Залежність «прибуток - власні кошти» працює і тут. Залежність «прибуток - власні кошти» працює і тут, причому «прибуток - власні кошти» є основним У цьому відношенні достатній рівень стійкості
12	Плеханова Т. Є. [33, с. 86]	Податок на прибуток є одним з основних податків у національній податковій системі та найважливішим джерелом фінансування загальнодержавних потреб. Він є одним з основних податків
13	Стрішенець О. А. [38, с.62]	Дохід, що залишається після сплати всіх витрат. Ці витрати включають оплату праці, матеріали, відсотки за кредитами та податки. Прибуток зазвичай використовується для опису ефективності бізнесу. Однак, кожен, хто має дохід, має прибуток. Це те, що залишається після сплати рахунків.
14	Лебідь О. В. [36, с. 42]	Винагорода власникам компанії за їхні інвестиції. У менших компаніях вона виплачується безпосередньо як дохід. У менших компаніях виплачується безпосередньо як дохід. У великих компаніях часто виплачується у вигляді дивідендів акціонерам.
15	Данчук, Л. С. [10, с. 35]	Фінансова вигода для суб'єкта господарювання, коли дохід, отриманий від господарської діяльності, перевищує витрати та податки, пов'язані з підтриманням цієї діяльності.
16	Бузовська Г. О. [8, с.19]	Гроші, отримані бізнесом після того, як були враховані всі витрати. Незалежно від того, чи це кіоск з лимонадом, чи транснаціональна компанія, головна мета бізнесу - заробляти гроші.
17	Бондаренко Н. С. [1, с.12]	це надлишковий дохід від капіталу, землі та праці (відсоток, рента та заробітна плата)
18	Тульчинська С. О. [3, с.73]	можна розглядати як винагороду за справжню підприємницьку діяльність. Це винагорода, яку підприємець отримує за ризик. Це називається аналізом надприбутків.
19	Вишневський О. С. [5, с. 98]	може означати винагороду, яку компанія отримує за свої управлінські функції. Це називається нормальним прибутком і є мінімальною сумою, необхідною для того, щоб підприємство продовжувало свою діяльність.

20	Савицька Г.В. [17, с.57]	Доходи підприємців Для економістів найважливішим аспектом прибутку є те, що він є залишковим доходом: саме дохід підприємця є основним джерелом доходу його бізнесу.
21	Завгородній В.П. [11, с. 51]	визначається як сума грошей, отримана від продажу продукту, яка повинна перевищувати собівартість цього продукту. Це сума прибутку, отримана від будь-якого виду підприємницької діяльності. По суті, якщо ціна продажу (SP) продукту перевищує собівартість (CP) продукту, це вважається прибутком або прибутком. Це описує економічний прибуток, отриманий, коли дохід від господарської діяльності перевищує податки та витрати, необхідні для підтримки цієї діяльності.
22	Бандурко О.М. [9, с.14]	Фінансові вигоди, отримані від бізнесу. Передаються власнику бізнесу.
23	Мочерний С.В. [18]	відображає намагання покращити економічні показники підприємств і зробити їх корисними для суспільства в цілому. Іншими словами, вигода - це інструмент економічної інформації, який, як очікується, забезпечить додану вартість для користувачів. Очікується, що вона забезпечить додаткову цінність для користувачів.

Матеріал: підготовлено автором

Судячи з таблиці 1.1, ми бачимо, що існує велика кількість визначень терміну «прибуток» від різних науковців, і використовуємо метод дослідження - морфологічний аналіз - для визначення особливостей трактування поняття «прибуток» у різних літературних джерелах.

Бузовська Г. О. [9], Лебідь О. В. [34], Бондаренко Н. С. [2], Прибуток є джерелом вирішення певних проблем у діяльності підприємства, тому необхідно забезпечити його стабільність та збільшення. Це дозволить запобігти неплатоспроможності підприємства.

В П(С)БО № 3 «Фінансова звітність» прибуток визначається як сума, на яку доходи перевищують витрати, і подібні погляди поділяють наступні компанії. Ковальчук С. В. [21], Мочерний С.В. [17], Бандурко О.М. [8] та додають що він являє собою єдину власних нагромаджень.

Плеханова Т. Є. [22], Бершадська І. І. [2], Стрішенець О. А. [28], Спіфанова І. Ю. [23], Під поняттям «прибуток» розуміють винагороду та вигоди, отримані від підприємницької діяльності, які мотивують компанії продовжувати свою діяльність, зростати та розширюватися, а також

працювати більш ефективно.

Куцик П. О. [19], Тульчинська С. О. [2], Кунаєв А. Ю. [26], описують концепцію як показник ефективності економічної життєздатності підприємства та як інструмент економічної інформації. Вони роблять висновок, що ефективність бізнесу базується на різних формах прибутковості

Різні автори описують прибуток по-різному. Вони описують прибуток як пов'язаний з додатковим доходом або винагородою. Однак жоден з описів прибутку не є правильним або неправильним, це залежить лише від сфери, яку представляє термін «прибуток».

Розглядаючи економічну сутність прибутку, важливо відзначити наступні характеристики прибутку з точки зору сучасної економіки [29, с. 21]:

Прибуток - це отримання доходу; який отримують підприємці, що займаються певним видом діяльності.

Прибуток є основою будь-якого підприємства і являє собою форму доходу та капіталу підприємця, який вкладається в комерційну діяльність з метою досягнення успіху.

Іншими словами, підсумовуючи морфологічний аналіз, можна зробити висновок, що прибуток - це дохід, який залишається після сплати всіх витрат. Ці витрати включають витрати на оплату праці, матеріальні витрати, відсотки за кредитами та податки. Прибуток зазвичай використовується для опису результатів діяльності компанії. Однак, кожен, хто має дохід, має прибуток. Це те, що залишається після сплати витрат.

Стейкхолдери визнають економічну важливість прибутку по-різному [19, 26]:

1) Власники капіталу прагнуть збільшити прибуток, оскільки очікують вищого доходу на вкладений капітал;

2) Держави (регіони) зацікавлені у прибутковій діловій активності, оскільки це призводить до економічного зростання та збільшення надходжень до державного бюджету

3) для менеджерів вищі прибутки свідчать про кращі управлінські навички

4) для бізнес-партнерів вищі прибутки підвищують безпеку та надійність

економічних операцій.

Аналізуючи теоретичні аспекти прибутку, можна сказати, що прибуток є одним з найважливіших показників діяльності підприємства.

Отримання прибутку є важливою метою управління і може оцінюватися двояко. З одного боку, прибуток свідчить про ефективність роботи підприємства. У фінансовій звітності прибуток поділяється на види відповідно до виду діяльності, від якої він генерується. Зростаюче значення фінансового аналізу підкреслюється при оцінці методів аналізу прибутковості, представлених в науковій літературі. З різних визначень поняття прибутку зрозуміло, що показники прибутку характеризуються низкою факторів впливу [32, с. 11]. Аналіз визначень прибутку в науковій літературі показує, що найчастіше прибуток визначається як різниця між сукупним доходом і сукупними витратами. При оцінці прибутковості компанії слід використовувати методи фінансового аналізу (горизонтальний, вертикальний та відносний аналіз фінансової рентабельності). Для більш детального фінансового аналізу слід обирати більш складні методи фінансового аналізу.

Бізнес не може бути прибутковим без дисципліни прибутку. Перше правило в бізнесі - отримувати прибуток і залишатися в бізнесі. Однак для досягнення цієї мети необхідно мати так звану «дисципліну прибутку».

Наявність мети - це перший крок на шляху до дисципліни прибутку. Це може здатися очевидним, але багато менеджерів не мають чіткого уявлення про мету свого бізнесу (і саме це утримує їх від дисципліни) [18, с. 20].

Реалістична постановка цілей, необхідна складова фінансової дисципліни, повинна враховувати кількість зусиль і часу, які знадобляться для їх досягнення. Компанії повинні встановлювати цілі та продумувати, що можна зробити для того, щоб ці цілі були меншими і могли бути досягнуті за певний період часу, а також розбивати їх на менші частини.

Важливо також задокументувати план дій.

Коли ви прагнете досягти дисципліни прибутку, особливо у випадку з бізнесом, важливо мати письмовий план дій. Для цього важливо необхідно визначити, які дії необхідно здійснити для досягнення цілей, а також часові рамки, необхідні для виконання цих завдань/цілей [30, с. 19].

Раз на місяць слід виділяти час для перегляду всіх цілей і того, що було досягнуто протягом місяця. Якщо у списку є такі, які ще не були реалізовані, або тому, що вони не були важливими цілями, або їх просто неможливо було досягти, то переходьте до наступного кроку і робіть це [27, с.24].

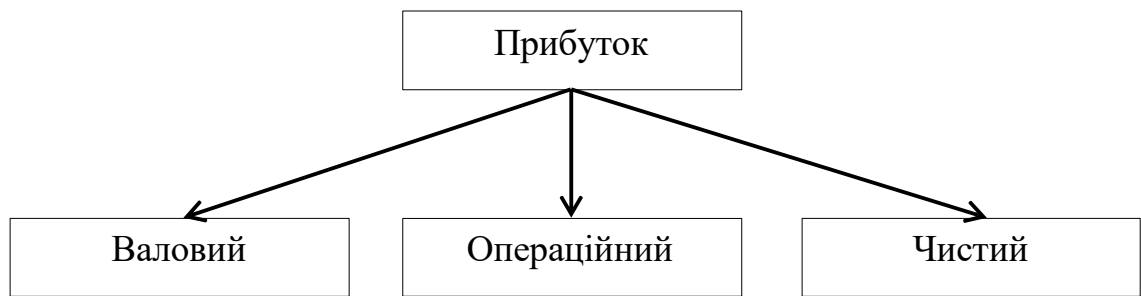
Прибуток є важливим результатом ведення бізнесу. Позитивні результати свідчать про те, що компанія є здоровою і добре працює. Прибуток - це капітал, який компанії можуть використовувати для різних цілей, таких як утримання робочих місць та обладнання, заміна або модернізація транспортних засобів та інших дорогих предметів, інвестування в нові продукти, послуги та співробітників [36, с.19]. Якщо прибутки хороші, компанії можуть продовжувати процвітати.

1.2 Прибуток підприємства його види та класифікація

Прибуток - це винагорода керівництву за його інвестиції. У малих компаніях він виплачується безпосередньо як прибуток. У великих компаніях він часто виплачується у вигляді дивідендів акціонерам. Якщо витрати перевищують доходи, це називається «збиток». Якщо збитки тривають протягом тривалого часу, компанія банкрутує [23, с. 37].

Компанії використовують три типи прибутку для аналізу різних сфер своєї діяльності. Розглянемо їх на малюнку 1.1.

Як видно з малюнку 1.1, існує три види прибутку: валовий прибуток, операційний прибуток та чистий прибуток. Кожен вид прибутку надає аналітикам більше інформації про результати діяльності компанії, особливо у порівнянні з іншими конкурентами та періодами.



Малюнок 1.1 – Прибуток та його види

Валовий прибуток - це валовий дохід від реалізації мінус собівартість реалізації. Змінні витрати стосуються лише витрат, необхідних для виробництва кожного продукту, таких як оплата праці складальників, матеріали та паливо. Вони не включають постійні витрати, такі як завод, обладнання та людські ресурси [2, с. 11].

Операційний прибуток - прибуток від операційної діяльності, що включає як змінні, так і постійні витрати. Специфічні фінансові витрати не включаються [17, с. 42].

Чистий прибуток не включає всі витрати. Це найбільш точне уявлення про те, скільки грошей заробляє бізнес. З іншого боку, він може вводити в оману. Наприклад, якщо компанія генерує багато грошей і вкладає їх у зростаючий фондовий ринок, може здаватися, що справи у неї йдуть добре.

Однак вона може не заробляти гроші на своїх основних продуктах просто тому, що має хороший фінансовий відділ. Компанії аналізують усі три види прибутку з точки зору норми прибутку. Норма прибутку показує, наскільки ефективно компанія використовує свої прибутки. Показники прибутку дозволяють інвесторам порівняти успішність великих і малих компаній. Великі компанії є більш прибутковими через свій розмір. Однак малі підприємства є більш ефективними, а отже, більш прибутковими і можуть бути кращими об'єктами для інвестування. Маржа також дозволяє інвесторам порівнювати компанії в часі. Коли компанії зростають, їхні прибутки збільшуються.

Однак, якщо вони не стають більш ефективними, їхні прибутки можуть знижуватися [21, с. 34].

Існує також два поняття прибутку: бухгалтерський прибуток та економічний прибуток. Для того, щоб точніше зрозуміти поняття прибутку, важливо знати різницю між цими двома поняттями [17, с. 15]:

1) Бухгалтерський прибуток: у бухгалтерському обліку прибуток визначається як сума, на яку отримані доходи перевищують загальні сплачені витрати, включаючи виробничі та накладні витрати. При розрахунку прибутку беруться до уваги лише явні або бухгалтерські витрати, тобто витрати, зафіксовані в бухгалтерських книгах.

2) Економічний прибуток відрізняється від бухгалтерського прибутку тим, що при розрахунку прибутку суб'єкта господарювання враховуються неявні або непередбачувані витрати. Неявні витрати називаються альтернативними витратами. Альтернативні витрати - це упущена вигода, яку можна було б отримати, реалізувавши наступну найкращу альтернативу. Наприклад, якщо підприємець витрачає свій капітал на власний бізнес, він уникає дивідендів, які міг би отримати, купивши акції іншої компанії.

Економічний прибуток також називають чистим прибутком. З чистого прибутку створюються резерви на амортизацію, страхові ризики, мінімально необхідні виплати акціонерам тощо, щоб вони не вийшли з капіталу. Таким чином, чистий прибуток - це залишковий прибуток після вирахування всіх контрактних витрат. Трансфертні витрати, такі як управління, амортизація,

страхові ризики та виплати акціонерам, покриваються [33, с. 42].

Існують різні класифікації різних науковців, кожна з яких може бути використана відповідно до цілей та діяльності підприємства. Для більш повного їх розуміння необхідно розглянути найбільш відомі з них.

Плеханова Т. Є. [22] класифікує прибуток за такими критеріями:

- За видами діяльності. Розрізняють прибуток від основної діяльності, прибуток від іншої діяльності, прибуток від реалізації необоротних та нематеріальних активів та прибуток від неопераційної діяльності;
- Порядок визначень. Балансовий прибуток, оподатковуваний прибуток, чистий прибуток;
- Визначення понять. Бухгалтерський прибуток та економічний прибуток;
- За методом оцінки розрізняють номінальний прибуток та реальний прибуток.

Ця класифікація є дуже простою і містить найосновніші ознаки, але не дає повної характеристики прибутку.

Враховуючи роботу Маркіної І.А. [14], можна виділити наступні ознаки класифікації

- за обліковим відображенням. Облікові та економічні вигоди;
- за видами діяльності. За рахунок реалізації продукції від позареалізаційних операцій;
- За ступенем використання. Нерозподілений та розподілений прибуток;
- За характером інфляційного «очищення». Реальний та номінальний прибуток;
- За характером оподаткування; Прибуток, що підлягає оподаткуванню та прибуток, що не підлягає оподаткуванню;
- За періодом формування прибутку Прибуток за попередній рік, звітний період та плановий період.

Ця класифікація більш широко використовується всіма типами підприємств, оскільки вона охоплює більш загальні характеристики прибутку.

Аналіз прибутку повинен використовуватися всіма підприємствами, а класифікація прибутку повинна бути доречною та зрозумілою. Аналіз з різних

точок зору може призвести до розробки більш універсальної та зручної для підприємств класифікації, як показано в Табличці 1.2.

Таблиця 1.2 – Поняття «прибуток» за класифікацією

	Класифікація	Вид
1	За характером оподаткування прибутку	Оподаткований та не оподаткований
2	За характером діяльності підприємства	Від надзвичайної діяльності підприємства та від звичайної діяльності
3	По основних видах господарчих операцій	Від реалізації та й позареалізаційних процесів
4	По основних видах діяльності підприємства	Фінансова, операційна й фінансова діяльність
5	По достатності рівня формування	Високий, середній та низький
6	За ступенем використання	Розподілений та нерозподілений
7	За потребами	Валовий, торгівельний, загальний
8	За складом складових, що формують прибуток	Чистий, маржинальний та валовий
9	За характером відображення в обліку	Економічний та бухгалтерський
10	За характером використання в складі чистого прибутку	Споживча частина та що капіталізується

Матеріал: підготовлено автором спираючись на [9], [14], [25], [28].

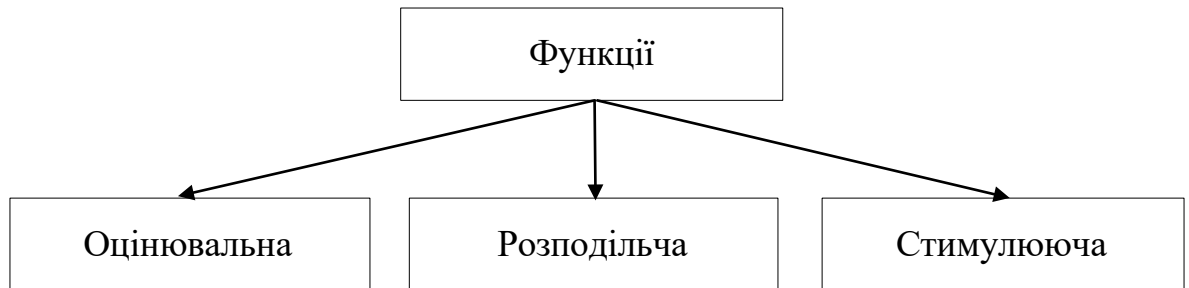
Підсумовуючи вищесказане, можна зробити висновок, що прибуток здатен поєднати інтереси всіх стейкхолдерів - від працівників до держави.

Оскільки прибуток призначений для задоволення потреб суспільства і споживачів та покриття витрат компанії, компанія повинна забезпечити його накопичення та розумне споживання.

Прибуткові компанії є привабливими для інвесторів, оскільки прибуток або повертається акціонерам у вигляді дивідендів, або реінвестується в компанію, збільшуючи вартість акцій.

Прибуток характеризується функцією, яку він виконує. На малюнку 1.2 показано основні функції.

Основною функцією прибутку є оціночна, оскільки прибуток є показником вартості компанії, що дозволяє оцінити її стан і можливості.



Малюнок 1.2 – Функції прибутку

Матеріал: підготовлено автором спираючись на [36]

Розподільча функція регулює розподіл ресурсів компанії між організаціями. Стимулююча функція заохочує підприємства впроваджувати інновації, знижувати витрати та вдосконалювати виробництво.

1.3 Фактори впливу на зростання прибутку

Метою більшості підприємств є збільшення прибутку та уникнення збитків. Збільшення прибутку спонукає компанії створювати нові продукти та послуги. Найголовніше, щоб це відбувалося у максимально ефективний спосіб. Більшість економістів погоджуються з тим, що мотив прибутку є найефективнішим способом розподілу економічних ресурсів.

Існує два основних способи збільшення прибутку [12, с. 24]:

Збільшити дохід. Збільшити дохід. Щоб збільшити дохід, потрібно або підвищити ціни, або збільшити кількість клієнтів чи кількість продукції, що продається кожному клієнту. Якщо є достатній попит, підвищення цін збільшить дохід. Клієнти повинні хотіти продукт настільки, щоб платити вищу ціну. Збільшення кількості клієнтів може бути дорогим і вимагати збільшення витрат на маркетинг і збут.

Скорочення витрат. Скорочення витрат - це хороший підхід до певної міри. Це робить компанію більш ефективною, а отже, більш конкурентоспроможною. Компанії, які хочуть отримати швидкий прибуток, звільняють працівників. Зрештою, компанія втрачає цінні навички та знання. Якщо багато компаній будуть так робити, це може призвести до економічної рецесії. Це пов'язано з тим, що не буде достатньої кількості працівників, які отримують заробітну плату, достатню для стимулювання попиту. Те саме відбувається, коли компанії передають робочі місця на аутсорсинг у країни з низькою вартістю праці.

На малюнку 1.3 основні фактори, що впливають на прибуток підприємства.



Малюнок 1.3– Фактори впливу на прибуток

Матеріал: підготовлено автором на основі [9], [26]

Ступінь конкуренції, з якою стикаються фірми. Частка ринку - забезпечує монопольну владу та ціну. Коли фірма має монопольну владу, вона стикається з незначною конкуренцією. Таким чином, її попит є більш нееластичним. Це дозволяє фірмі збільшувати свої прибутки за рахунок підвищення цін. Наприклад, дуже прибуткові фірми, такі як Google і Microsoft, досягли певного ступеня монополії.

Конкуренція обмежена. Теоретично, однак, державне регулювання може запобігти зловживанню монополіями своєю владою [33].

Якщо ринки є висококонкурентними, прибутки будуть низькими. Це відбувається тому, що споживачі купуватимуть товари лише у найдешевших фірм. Концепція конкуренції також важлива. Конкуренція на ринку - це те, наскільки легко новим фірмам увійти на ринок [48].

Якщо замінників багато або вони дорогі, попит на продукт буде вищим. Аналогічно, взаємодоповнюючі продукти будуть важливими для прибутку компанії. Сила попиту. Наприклад, попит буде вищим, якщо продукт добре розрекламований. Продукт зі зниженим попитом призводить до зниження прибутку компанії. Деякі компанії, такі як Apple, досягли успіху у

створенні сильної лояльності до бренду, що призвело до зростання попиту

Споживачі вимагають багато нових продуктів Apple [51].

Стан економіки. Коли економіка зростає, попит на більшість товарів збільшується, особливо на предмети розкоші, де еластичність попиту за доходом висока. Наприклад, виробники розкішних спортивних автомобілів отримують вигоду від економічного зростання, але страждають під час рецесії.

Обмінний курс. Там, де фірми залежать від експорту, падіння обмінного курсу збільшує прибутковість. Падіння обмінного курсу робить експорт дешевшим для іноземних покупців.

Реклама. Успішна рекламна кампанія може збільшити попит і зробити продукцію більш нееластичною. Однак, збільшений дохід повинен покривати витрати на рекламу. Іноді найкращим методом є «сарафанне радіо» [50].

Відносні витрати. Збільшення витрат зменшує прибуток. До них відносяться витрати на оплату праці, сировину та оренду. Наприклад, девальвація валютного курсу збільшує вартість імпорту, тому компанії, що імпортують сировину, стикаються зі збільшенням витрат. З іншого боку, якщо продуктивність можна підвищити за рахунок технологічних удосконалень, прибутки повинні зрости. Обмінний курс має важливе значення, коли фірми імпортують сировину. Девальвація робить імпорт дорожчим.

Однак слабша валюта є сприятливою для експортерів, які стають більш конкурентоспроможними [24, с. 56].

Фірми з високими постійними витратами отримують вигоду від ефекту масштабу і повинні виробляти якомога більше продукції в максимально ефективних масштабах.

Якщо підприємства не є динамічно ефективними, витрати з часом зростатимуть. Наприклад, державні монополії часто не мають стимулів знижувати витрати, наприклад, шляхом вивільнення надлишкової робочої сили. Як наслідок, до приватизації вони були лише незначно прибутковими, але стали більш ефективними завдяки ринковим операціям та стимулам [23, с.34].

Цінова дискримінація. Фірми стають більш ефективними, якщо вони можуть здійснювати цінову дискримінацію. Це передбачає встановлення різних цін на один і той самий продукт, щоб фірми могли встановлювати вищі ціни для тих, хто має нееластичний попит. Це важливо для авіакомпаній, оскільки вони можуть встановлювати вищі ціни для тих, хто має нееластичний попит [9].

Менеджмент. Успішний менеджмент важливий для довгострокового зростання та прибутковості компанії. Наприклад, поганий менеджмент знижує моральний дух працівників, якість обслуговування клієнтів та плинність кадрів. Крім того, підприємства можуть постраждати від неадекватних планів розширення [8, с. 54].

Корпоративні цілі. Не всі компанії максимізують прибуток. Деякі компанії прагнуть збільшити частку ринку, і в цьому випадку прибутком жертвують заради завоювання частки ринку.

У бізнесі управління прибутком є важливим елементом успіху. Без управління прибутком неможливо вижити в сучасному конкурентному світі бізнесу. Важливо стежити за фінансовими цілями та уникати спокус і імпульсів.

Існує низка принципів, якими компанії можуть керуватися в ефективному управлінні прибутком для забезпечення успіху в бізнесі. Найпоширеніші з них показані на малюнку 1.4.



Малюнок 1.4– Ключові аспекти створення системи управління прибутком

Матеріал: створено на основі [9], [52]

Принцип 1: Організація, орієнтована на клієнта Організаціям потрібні клієнти, тому вони повинні розуміти всі поточні та майбутні потреби клієнтів, їхнє сприйняття та мінливі вимоги, а також прагнути перевершити їхні очікування.

Цей принцип повинен застосовуватися як до клієнтів за межами організації, так і до «клієнтів» всередині організації. Іншими словами, однакові клієнтоорієнтованість та пріоритети застосовуються як всередині, так і поза

організацією, щоб забезпечити виконання визначених вимог клієнтів [33].

Принцип 2: Автентичне лідерство та підзвітність Лідери надихають на постійність та єдність цілей для постійного підвищення прибутковості організації. Усі зацікавлені сторони готові здійснювати або приймати лідерство, коли це необхідно, і слідувати вказівкам, коли цілі, засоби і терміни чітко визначені. Сильні лідери знають, як спрямовувати, допомагати і розширювати можливості людей, не відволікаючи їх від того, що є важливим [12, с. 66].

Принцип 3: Інтегровані системи управління. Визначення, розуміння та управління системами і підсистемами взаємопов'язаних процесів для досягнення конкретної мети - підвищення ефективності, результативності та прибутковості організації. Основна увага приділяється результатам, тобто підвищенню конкурентоспроможності на ринку та покращенню загальної ефективності діяльності компанії [25, с.44].

Принцип 4: Залучайте людей та надавайте їм повноваження. Люди на всіх рівнях організації є агентами змін, які, якщо їх належним чином наділити повноваженнями, надихнути і спрямувати, стають енергійними істотами з життєвою силою, інтелектом і видатною здатністю до заробітку, які можуть визначати майбутнє організації. Співробітники компанії - це живі істоти. Якщо керівництво хоче вплинути на фундаментальні зміни в компанії, працівники повинні знати, як відстежувати події, що змінюються, і належним чином реагувати на них [13, с. 29]. Коли працівники зможуть по-справжньому зрозуміти і замислитися над причинно-наслідковим впливом, який кожна людина має на колектив, вигоди від цього зростуть. Стратегії повинні надихати людей слідувати тим, які приносять користь. Компетентні працівники вміють справлятися з повсякденною невизначеністю і постійно вдосконалюють свої здібності. Навички покращуються, коли вимірюється ефективність певних дій і використовується зворотний зв'язок для коригування наступних дій. Ефективна система управління - це інструмент, який підтримує розвиток навичок, винагороджує правильну поведінку і створює згуртовану та компетентну робочу силу [52].

Принцип 5: Стратегічне планування та вимірювання ефективності.

Знання того, як виміряти результати плану до його оголошення, є фундаментальним для ефективної комунікації та підзвітності.

Принцип 6: Моделювання процесів для розвитку/вдосконалення системи. Процесний підхід сприяє кращому розумінню та залученню зацікавлених сторін, кращому використанню ресурсів, скороченню тривалості циклів, зниженню витрат та покращенню підзвітності перед внутрішніми та зовнішніми клієнтами.

Кожна компанія, відділ або окрема особа має систему, яку використовує для управління заходами та іншими процесами, навіть якщо це система «без системи». Мета системи, формальної чи неформальної, полягає у створенні стратегії, яка послідовно відповідає ринковим вимогам компанії. Процеси повинні постійно переглядатися, документуватися, переглядатися і перевизначатися таким чином, щоб вони були повністю і безпосередньо інтегровані в системи управління першої лінії і нижчих рівнів. Дотримуйтеся принципів США як стратегії впровадження/вдосконалення [38, с. 29].

Принцип 7: Постійне вдосконалення та вимірювання результативності. Постійне вдосконалення взаємопов'язаних процесів, індивідуальних навичок та відповідних систем є постійною організаційною метою і вимагає постійного вимірювання та оцінювання результатів і задоволеності. Покращення якості - це постійні зусилля, спрямовані на те, щоб зробити процеси більш ефективними та результативними. Такі дії часто вимагають нових цінностей і поведінки, з акцентом на вимірюванні та аналізі ефективності, а також на діях, орієнтованих на результат. Постійне підвищення ефективності загальної системи управління якістю за допомогою управлінських оглядів, внутрішніх/зовнішніх аудитів і коригувальних/попереджувальних дій - це підвищує прибутковість. Ставте реалістичні та складні цілі.

Встановлюйте реалістичні та складні завдання для цілей поліпшення, забезпечуйте ресурси та надавайте працівникам інструменти, можливості та стимули для сприяння постійному поліпшенню процесів [34].

Принцип 8: Прийняття рішень на основі фактичних даних із залученням зацікавлених сторін. Ефективне прийняття рішень та дії ґрунтуються на аналізі даних, інформації та консенсусі. Управління на основі фактів - це концепція

управління, яка запобігає управлінню на основі «думки». Факти не відомі доти, доки вони не будуть встановлені шляхом збору вимірних даних, які показують результати, що піддаються перевірці. Аналіз відповідних даних уможлиблює прийняття обґрунтованих рішень і значно знижує ризик висловлення думок, які не ґрунтуються на фактах [10, с. 50]. Спільне бачення має важливе значення для прийняття ризикованих рішень. Рішення та дії повинні ґрунтуватися на аналізі даних і стратегічній інформації, що використовуються для покращення результатів, процесів, систем, двосторонньої комунікації та підзвітності.

Принцип 9: Стратегічне партнерство між постачальниками Організації та постачальники є незалежними суб'єктами, і взаємовигідні відносини в ланцюгу поставок підвищують прибутковість, коли як внутрішні, так і зовнішні ланцюги поставок є взаємовигідними в межах організації.

Налагоджуйте якісні партнерські відносини з ретельно відібраними ключовими постачальниками на основі взаємної довіри та відкритої комунікації, поділяючи спільне розуміння поточних і майбутніх потреб кінцевого споживача. Належне визначення та документування вимог до субпідрядників є надзвичайно важливим. Забезпечити надання якісних продуктів та послуг шляхом аналізу та оцінки результатів діяльності. Створювати стратегічні альянси та партнерства для забезпечення раннього залучення та участі, а також визначати вимоги до спільної розробки та вдосконалення продуктів, процесів і систем.

За умови правильного дотримання цих принципів бізнес може отримати якомога більше прибутку.

Висновки до розділу 1

У процесі аналізу теоретичних аспектів управління прибутком підприємства були використані різні літературні джерела для аналізу теоретичних аспектів та сутності поняття «прибуток».

«Були використані різні літературні джерела. За допомогою морфологічного аналізу виявлено особливості визначення поняття різними науковцями. За результатами аналізу автор визначив, що «прибуток» - це економічна вигода, яка реалізується, коли доходи від господарської діяльності перевищують витрати та податки, необхідні для підтримання господарської діяльності підприємства. Весь отриманий прибуток повертається керівництву, яке вирішує, чи покласти гроші в кишеню, розподілити їх серед акціонерів у вигляді дивідендів або реінвестувати в бізнес.

Існує два поняття прибутку - бухгалтерський прибуток та економічний прибуток, і визначено відмінності між ними. Оскільки існують різні класифікації прибутку та різна кількість класифікаційних ознак, розглядається більш відома з них. Прибуток дозволяє пов'язати інтереси всіх зацікавлених сторін, від працівників до держави. Він спрямований на задоволення суспільних та споживчих потреб і покриває витрати підприємства, тому підприємство повинно забезпечувати його накопичення та розумне споживання.

До уваги беруться основні фактори, що впливають на прибуток: цілі компанії, витрати виробництва, конкуренція, менеджмент, реклама, економічні умови та попит на її продукцію і послуги.

РОЗДІЛ 2.

АНАЛІЗ ФІНОНСОВОГО СТАНУ ТА ДІЯЛЬНОСТІ ПАТ «Струм»

2.1. Характеристика діяльності підприємства ПАТ «Струм»

Приватне спільне підприємство «Струм» розташоване в Харкові. Основні види діяльності Діяльність у сфері інжинірингу, геології та геодезії, а також надання високоякісних технічних консультаційних послуг у цих галузях.

АТ «Струм» було створено в 1995 році, а з 1998 року входить до складу державного підприємства «Укрмонтажпетбуд».

Згідно з даними Єдиного реєстру підприємств та організацій України, генеральним директором ПрАТ «Струм» є Володимир Антонов.

Статутний капітал ПрАТ «Струм» становить 5 000 гривень. Пріоритетними напрямками діяльності компанії є:

- Проектування, інжиніринг, монтаж та пусконаладжувальні роботи електротехнічних компонентів для металургійних установок;
- Проектування промислових високовольтних джерел живлення (220-150-110/35-10-6кВ).
- Виробництво та постачання комплектного низьковольтного обладнання;
- Розробка, монтаж і пусконаладжувальні роботи мікропроцесорних систем управління технологічними процесами;
- Розробка та постачання високовольтних фільтрів-компенсаторів.

ПАТ «Струм» має всі необхідні ліцензії на виконання проектних та будівельних робіт. Має ліцензії на виконання проектних, будівельних, монтажних та пусконаладжувальних робіт.

Має ліцензію на виконання проектних, будівельних, монтажних та пусконаладжувальних робіт електрообладнання, освітлення, автоматизації процесів підприємства та електроустановок.

ПрАТ «Струм» є офіційним та надійним партнером підрозділу «Приводи

для автоматизації» компанії SIEMENS.

«Офіційний партнер підрозділу «Приводи для автоматизації» компанії SIEMENS у бізнес-напрямку «Системи автоматизації».

ПрАТ «Струм» має ліцензію на виробництво стандартного низьковольтного розподільчого пристрою SIVACON 8 PT. Обладнання компанії має надзвичайні можливості, що дозволяє комбінувати компоненти для задоволення всіх вимог замовника.

На ПАТ «Струм» впроваджена і успішно функціонує система управління якістю продукції, що випускається і поставляється, заснована на міжнародному стандарті ISO 9001-2001.

ПАТ «Струм» має власну виробничу базу та потужності, що включає конструкторський відділ, низьковольтний складальний цех та складські приміщення.

На низьковольтному заводі кваліфіковані електрики збирають повні комплекти низьковольтного обладнання під брендом Strum. У виробництві розподільчих пристроїв використовуються надійні, високоякісні імпорتنі комплектуючі (наприклад, SIEMENS, ALLEN BRADLEY, Schneider Electric, RITTAL), а також перевірене, недороге вітчизняне обладнання.

ПрАТ «Струм» забезпечує виконання наступних робіт

Попередні дослідження проекту та підготовка технічної і комерційної пропозицій.

Обстеження об'єкта та збір вихідних даних. Підготовка технічного завдання.

Проектування, програмування та налагодження математичних моделей.

Комплектація та поставка обладнання.

Виготовлення та випробування низьковольтного обладнання Монтаж та пусконаладжувальні роботи, авторський нагляд.

Якість виробленого обладнання та послуг гарантується досвідом комплексного будівництва для найбільших промислових підприємств України.

ПрАТ «Струм» має можливість постачати низьковольтне обладнання провідних зарубіжних виробників:

- ❖ NOKIAN CAPACITORS Ltd.
- ❖ LAPP KABEL
- ❖ HELUKABEL
- ❖ MOELLER
- ❖ TESAR
- ❖ SCHNEIDER ELECTRIC
- ❖ RITTAL
- ❖ PHOENIX CONTACT
- ❖ ABB
- ❖ ROCKWELL AUTOMATION
- ❖ SIEMENS
- ❖ WAGO

Ціни на обладнання цих виробників є прийнятними.

Широкий асортимент пропонованої продукції дозволяє підприємству уникати десятків різних постачальників, заощаджуючи час і гроші.

ПрАТ «Струм» орієнтоване на активну, взаємовигідну та плідну співпрацю з промисловими підприємствами, проектними, монтажними та будівельними організаціями, а також іншими споживачами електротехнічної продукції. Клієнтами компанії є багато українських та зарубіжних виробників.

У таблиці 2.1 наведено види економічної діяльності ПАТ «Струм».

Таблиця 2.1 – Діяльність ПАТ «Струм»

Види діяльності	КВЕД
Основні	71.12 Діяльність у сфері інжинірингу, геології та геодезії, Надання послуг технічного консультування в цих галузях.
Другорядні	27.12 Виробництво обладнання для розподілу та контролю електроенергії
	33.20 Встановлення та монтаж машин та обладнання
	46.90 Оптова торгівля (неспеціалізована)
	68.20 Надання в оренду та експлуатацію власної або орендованої нерухомості
	74.90 Інша професійна, наукова та технічна діяльність, не віднесена до інших категорій

Матеріал: створено автором

Компанія є не тільки технологічно розвиненою, але й соціально відповідальною.

Аналіз факторів зовнішнього та внутрішнього середовища дає більш чітке розуміння ситуації, що склалася на ПАТ «Струм». У таблиці 2.2 наведено аналіз впливу факторів зовнішнього середовища на конкурентоспроможність підприємства.

Таблиця 2.2 - Аналіз впливу факторів зовнішнього середовища на конкурентоспроможність ПАТ «Струм»

Фактори зовнішнього середовища	Стан фактору	Тенденція розвитку	Характер впливу
Економічні			
Конкуренція	Ринок обладнання в Україні є висококонкурентним.	Збільшення	Зростання конкуренції заважає компанії працювати ефективно та вести безперебійну діяльність
Ринок праці	Нестача кваліфікованих технічних спеціалістів	Дефіцит	Існує постійна потреба в утриманні досвідчених спеціалістів, пошуку нових працівників за допомогою рекрутингових агенцій та підвищенні кваліфікації існуючих працівників.
Споживачі	Споживачами інсталяційних послуг є юридичні та фізичні особи.	Зростання	Збільшення кількості споживачів призводить до збільшення попиту, що, в свою чергу, сприяє збільшенню прибутку.
Постачальники	Постачальники - це суб'єкти, які надають обладнання, необхідне для ведення господарської діяльності, послуги, що відповідають потребам компанії, електричну мережу та водопостачання.	Збільшення	Постачальники широкого спектру товарів та послуг можуть обрати найкращий та найвигідніший варіант.
Інвестиційна привабливість підприємства	Оцінити привабливість компанії для потенційних інвесторів.	Збільшення	Це підвищує інвестиційну привабливість компанії, а самі інвестиції покращують її фінансове становище та відкривають шлях до розширення бізнесу.

Продовження таблиці 2.2

Політико-правові			
Законодавство	Законодавчі рішення на державному рівні регулюють діяльність суб'єктів господарювання, а підприємства керуються законодавчими рішеннями на державному рівні протягом усієї своєї діяльності.	Постійні зміни та вдосконалення законодавчої бази	Прогалини в законодавстві створюють можливості для корупції та злочинної діяльності. Моніторинг змін.
Політична ситуація	Війна	Постійна зміна	Воєнний стан впливає на роботу компанії та спектр послуг, які вона надає
Техніко-екологічні			
Науково-технічний прогрес	Науково-технічний прогрес у всіх галузях промисловості, включаючи ПАТ «Струм»	Збільшення	Впроваджувати наукові результати в бізнес-діяльність та впроваджувати науково-технічні розробки. Це сприятиме розвитку компанії.
Екологічний фактор	Бізнес турбується про навколишнє середовище та зацікавлений у захисті довкілля.	Збільшення	Зменшити незворотний вплив нашої діяльності на навколишнє середовище. Ініціативи з охорони навколишнього середовища

Матеріал: адаптовано за [26, 24, 36]

Аналіз впливу факторів зовнішнього середовища на ПАТ «Струм» дозволяє компаніям передбачати загрози для своїх ринків і негайно реагувати на їх появу, а також мати певні плани контрзаходів, які не тільки враховують ці загрози, а й запобігають непередбачуваним негативним наслідкам. Це можливо. Аналіз таблиці 2.2 показує, що факторами, які мають значний негативний вплив на конкурентоспроможність електротехнічної компанії ПАТ «Струм» у зовнішньому середовищі, є посилення конкуренції на ринку електротехнічного обладнання та нестача кваліфікованих працівників, яких потребує компанія.

Аналіз таблиці 2.2 показує, що факторами, які мають значний негативний вплив на конкурентоспроможність електротехнічної компанії ПАТ «Струм» у зовнішньому середовищі, є посилення конкуренції на ринку електротехнічного обладнання та нестача кваліфікованих працівників, яких потребує компанія.

У таблиці 2.3 розглянемо вплив факторів внутрішнього середовища підприємства. Це дозволить краще проаналізувати внутрішнє середовище та його вплив на конкурентоспроможність за рахунок різних факторів.

Таблиця 2.3 - Аналіз впливу факторів внутрішнього середовища на конкурентоспроможність ПАТ «Струм»

Фактори внутрішнього середовища	Стан	Тенденція розвитку фактору	Характер впливу на підприємство
Працівники компанії	Кваліфікаційний рівень співробітників дуже високий, і більшість з них мають значний досвід роботи у своїх галузях.	Підвищення кваліфікації	Відмінний персонал і достатній практичний досвід покращують імідж компанії
Цілі	Основними цілями ПАТ «Струм» є розвиток, підвищення конкурентоспроможності та фінансової стабільності. Компанія поставила перед собою довгострокові та короткострокові цілі.	Розвиваються	Постановка правильних цілей допомагає ПАТ «Струм» розвиватися та бути конкурентоспроможними. розвиватися та ставати більш конкурентоспроможними.
Технологія	Техніка ПАТ «Струм» для надання електротехнічних послуг характеризується високою надійністю та якістю.	Розвиток	Розвиток технологій сприяє підвищенню ефективності роботи компанії.
Структура	Організаційна структура ПАТ «Струм» є лінійно-функціональною.	Постійна	Організаційна структура повністю відповідає бізнес-цілям компанії та забезпечує чіткий розподіл повноважень і відповідальності.

Ресурси	Наразі ПАТ «Струм» наразі недофінансовується, що пов'язано з посиленням конкуренції і, як наслідок, зменшенням валового прибутку.	Зниження	Нестача фінансових ресурсів негативно впливає на розвиток підприємства.
Атмосфера в колективі	Охарактеризуйте відносини між співробітниками компанії.	Нормальна	Дружня атмосфера сприяє продуктивності

Матеріал: адаптовано за [13, 23, 28]

Аналіз впливу факторів внутрішнього середовища дозволяє виявити, які з них відіграють вирішальну роль у життєдіяльності підприємств. Основною проблемою підприємства у внутрішньому середовищі є фінансові ресурси, нестача яких негативно позначається на діяльності підприємства, на що суттєво впливає високий рівень конкуренції. Компанія прагне розвивати свої технології та виробничі потужності, послуги з обслуговування електрообладнання наразі користуються великим попитом в Україні і розвиток виробничого обладнання може піти тільки на користь компанії.

SWOT-аналіз є інструментом для оцінки внутрішнього та зовнішнього середовища компанії. В даний час у зовнішньому і внутрішньому середовищі компанії відбуваються динамічні зміни, які впливають на її діяльність. Ці зміни впливають на процеси, відкривають нові можливості та створюють сприятливі умови, а також, навпаки, створюють нові перешкоди.

Для аналізу ринкової ситуації розглянемо SWOT-аналіз для визначення сильних та слабких сторін, можливостей та загроз, як показано в Табличці 2.4.

Таблиця 2.4 - SWOT-аналіз ПАТ «Струм»

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
1) Доступність послуг, що надаються, 2) надання широкого спектру послуг з електропостачання; та 3) конкурентоспроможна якість електричних послуг; та 4) висока кваліфікація персоналу; та 5) стабільний морально-психологічний клімат у колективі б) наявність постійних клієнтів, висока репутація компанії на ринку	1) Відсутність доступу до рекламних послуг, 2) низька конкурентоспроможність; та 3) недостатня модернізація підприємств; та 4) фінансові проблеми
Можливості (O)	Погрози (T)
1) можливість виходу на нові ринки; та 2) розширення послуг та робота з новими клієнтами 3) розробка нових інвестиційних проектів 4) маркетингова стратегія	1) Посилення конкуренції, 2) політична нестабільність 3) Зміна потреб споживачів, неактуальність існуючих послуг 4) Зменшення національного доходу, 5) неактуальність стратегічної політики компанії.

Матеріал: Розробка автора

На основі проведеного аналізу видно, що ринок електромонтажних послуг є дуже конкурентним і компанії слід звернути увагу на розвиток виробничих потужностей, планування нових інвестиційних проектів та залучення інвестицій. Також слід звернути увагу на розробку маркетингових стратегій, можливо, користуючись послугами інших компаній, що пропонують маркетингові послуги.

Для довгострокового успіху в бізнесі ПАТ «Струм» повинно вміти прогнозувати труднощі, які можуть виникнути для компанії в майбутньому, і нові можливості, які можуть з'явитися для компанії. Тому важливо, щоб аналіз був зосереджений на майбутніх загрозах і можливостях.

Тому важливо, щоб аналіз був зосереджений на майбутніх загрозах і можливостях, пов'язаних зі станом зовнішнього середовища, а також з урахуванням сильних і слабких сторін внутрішнього середовища компанії.

2.2. Дослідження фінансово-економічного стану ПАТ «Струм»

Для того, щоб підприємці могли визначити справжню вартість компанії, їм потрібно поглянути на її фінансові показники. Більшість компаній публікують свої фінансові звіти, з якими може ознайомитися будь-хто.

Економісти розглядають економічний аналіз як методологію найкращого використання обмежених ресурсів. Економічний аналіз - це оцінка та вивчення предмета або проблеми з точки зору економіста.

Мета аналізу - визначити, наскільки добре економіка або її складові працюють у бізнесі. Економічний аналіз - це тип оцінки, який допомагає відповісти на питання «чи варто це робити» на додаток до питання «чи працює це», яке є важливим для інших оцінок впливу.

Вертикальний і горизонтальний аналіз балансу слід застосовувати для дослідження фінансово-економічного стану підприємства. Вертикальний та горизонтальний аналіз балансу дозволяє визначити зміни в структурі та динаміці активів та пасивів ПАТ «Струм» у період 2021-2023 років. Вертикальний та структурний аналіз підприємства представляє структуру підсумкових даних балансу у вигляді відносних величин (таблиця 2.5).

Таблиця 2.5 - Горизонтальний аналіз балансу ПАТ «Струм»

Показник	Значення показників			Горизонтальний аналіз	
	2021	2022	2023	2023 до 2021	2023 до 2021
Нематеріальні активи, тис. грн	32	27	455	-15,63	1585,19
Основні засоби, тис. грн	2365	2346	2378	-0,80	1,36
Разом необоротні активи, тис. грн	2397	2373	2839	-1,00	19,64
Виробничі запаси, тис. грн	1765	1630	1554	-7,65	-4,66
Незавершене виробництво, тис. грн	1312	2734	5761	108,38	110,72
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги, тис. грн	10693	14299	1780	33,72	-87,55

Дебіторська заборгованість за виданими авансами, тис. грн	125	165	241	-100,00	46,06
Інша поточна дебіторська заборгованість, тис. грн	564	488	464	-13,48	-4,92
Гроші та їх еквіваленти, тис. грн	15816	10044	15781	-36,49	57,12
Рахунки в банках	15814	10041	15780	-36,51	57,16
Витрати майбутніх періодів, тис. грн	25	27	13	8,00	-51,85
Інші оборотні активи, тис. грн	300	200	199	-33,33	-0,50
Разом оборотні активи, тис. грн	33287	33001	27681	-0,86	-16,12
Разом активи, тис. грн	35684	35374	30520	-0,87	-13,72
Зареєстрований капітал, тис. грн	5	5	5	0,00	0,00
Нерозподілений прибуток, тис. грн	33446	33688	29047	0,72	-13,78
Разом власний капітал, тис. грн	33452	33694	29053	0,72	-13,77
Поточна кредиторська заборгованість за: - товари, роботи, послуги, тис. грн	219	15	11	-93,15	-26,67
-розрахунками з бюджетом, тис. грн	196	95	1	-51,53	-98,95

Матеріал: з фінансової звітності Додаток 1, Додаток 2, Додаток 3, Додаток 4

Згідно з розрахунками в таблиці 2.5, нематеріальні активи збільшилися на 428 грн., а необоротні активи зросли незначно - на 1,36%. Необоротні активи зросли на 19,64%, що свідчить про розширення господарської діяльності підприємства. Незавершене виробництво також значно зросло, майже вдвічі, що може свідчити про збільшення обсягів виробництва або зменшення оборотності капіталу.

Зменшення виробничих запасів на 4,6% може свідчити про виведення неліквідних запасів зі складу підприємства.

Дебіторська заборгованість за товари та послуги значно зменшилася на 87%, що може свідчити про зменшення обсягів відвантажених товарів або скорочення термінів окупності. Грошові кошти та їхні еквіваленти зросли на 57%, але цей показник був негативним у 2022 році, оскільки вони були на 36% меншими, ніж у 2020 році; витрати майбутніх періодів зменшилися на 51% у 2023 році, але зросли на 8% у 2022 році; грошові кошти та їхні еквіваленти зросли на 57% у 2023 році, але цей показник був негативним у 2022 році, оскільки вони були на 36% меншими, ніж у 2011 році.

У 2021 році оборотні активи компанії зменшилися на 16%, що може свідчити про фінансові труднощі. Нерозподілений прибуток і власний капітал зменшилися на 13%. Поточна кредиторська заборгованість значно зменшилася у 2022 році порівняно з 2021 роком і продовжила знижуватися у 2023 році. Загалом пасиви зменшилися на 13%.

Фінансові коефіцієнти розглядають і порівнюють різні цифри, що містяться в балансі, і є більш цінними, ніж окремі цифри, такі як чистий прибуток, загальний борг і зобов'язання. Крім того, важливо спостерігати за тенденціями, пов'язаними з цими фінансовими коефіцієнтами, щоб побачити, чи покращилися вони або зменшилися з часом.

Аналіз ліквідності оцінює здатність компанії обслуговувати свій борг, використовуючи грошові ресурси, наявні у компанії на дату балансу, та грошові кошти, згенеровані протягом операційного циклу компанії [46]. Коефіцієнт ліквідності показує, наскільки підприємство готове погасити свої поточні зобов'язання. Розрахунок показників ліквідності представлено в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6 – Аналіз спроможності ПАТ «Струм» 2021 – 2023 році

Показник	Оптим. знач.	2021	2022	2023
1 Коефіцієнт покриття (загальної ліквідності)	>1	14,90	24,79	22,28
2 Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,6-0,8	13,28	20,55	16,09
3 Коефіцієнт абсолютної ліквідності	>0,збільш.	7,08	7,55	12,71
4 Чистий оборотний капітал	>0,збільш.	31029,00	31644,0	26426,0

Матеріал: за даними фінансової звітності

Коефіцієнт покриття показує, чи достатньо у ПАТ «Струм» коштів для погашення своїх боргів протягом року, і зростання цього показника є позитивним: у 2022 році показник підскочив з 14,9 до 24,79, що є хорошим показником для компанії, тоді як у 2023 році показник знизився до 22,9. Згодом він дещо знизився до 28. Цей показник також є позитивним для кредиторів компанії. Однак такий високий показник може свідчити про надмірне залучення ліквідних активів. Для підтримання стабільності коефіцієнта покриття слід слідкувати за збільшенням оборотних активів та зменшенням поточних зобов'язань.

Очікується, що коефіцієнт поточної ліквідності також знизиться з 20,55 до 16,09 у 2023 році. Коефіцієнт абсолютної ліквідності зростає з року в рік і показує, якою мірою грошові кошти та депозити можуть покрити зобов'язання, і рекомендується збільшити цей показник. Чистий оборотний капітал вказує на можливість погашення зобов'язань за рахунок оборотних активів, який має зростати, але очікується його зменшення на 5218 у 2023 році.

Аналіз коефіцієнта платоспроможності - це спосіб для компаній визначити, чи достатнім є їхній періодичний дохід для погашення зобов'язань. Це стосується не лише поточних зобов'язань, а й майбутніх зобов'язань. Простіше кажучи, коефіцієнт платоспроможності має бути не надто високим і не надто низьким, а збалансованим [12, с. 13].

Аналіз ліквідності ПАТ «Струм» займає важливе місце в аналізі фінансового стану підприємства, як і аналіз платоспроможності. Аналіз

показників платоспроможності представлено в таблиці 2.7.

Таблиця 2.7 - Аналіз стійкості капіталів ПАТ «Струм» у 2021-2023 роках

Показник	Оптим. знач.	2021	2022	2023
Коефіцієнт платоспроможності (автономії)	>0,5	0,94	0,95	0,95
Коефіцієнт фінансування	<1, зменш.	0,07	0,05	0,05
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	>0,1	0,93	0,96	0,96
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	>0, збільш.	0,93	0,94	0,91

Матеріал: за даними фінансової звітності

Аналіз таблиці 2.7 показує, що індекс платоспроможності на 2023 рік становить 0,95, що є стабільним показником готовності негайно погасити борги. Коефіцієнт фінансування є досить низьким, але має тенденцію до зниження, як це рекомендовано нормативними значеннями. Коефіцієнт покриття власним капіталом та коефіцієнт маневреності власного капіталу також відповідають нормативним вимогам.

Шляхи підвищення платоспроможності включають збільшення прибутку, зменшення вартості основних засобів, оптимізацію капіталу та зменшення дебіторської заборгованості. Управління та оптимізація запасів може вплинути на перерозподіл оборотного капіталу компанії, підвищити ліквідність і зменшити неліквідні виробничі запаси.

Аналіз господарської діяльності дозволяє виявити можливості більш ефективного використання коштів компанії та розробити заходи, які допоможуть знизити витрати на виробництво та реалізацію продукції за рахунок економії оборотного капіталу та прискорення оборотності [35, с. 16].

Аналіз ліквідності бізнесу показує ефективність основних видів діяльності підприємства, що відображено в таблиці 2.8.

Таблиця 2.8 - Аналіз показників ПАТ «Струм» у 2021-2023 рр.

Показник	Оптимальне знач.	2021	2022	2023
Коефіцієнт оборотності активів	збільш.	0,69	0,62	0,38
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	збільш.	13,01	12,47	10,01
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	збільш.	1,45	1,44	1,19
Строк погашення дебіторської заборгованості (днів)	збільш.	230	254	306
Строк погашення кредиторської заборгованості (днів)	зменш.	28	29	36
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	збільш.	0,86	0,84	0,35
Коефіцієнт оборотності основних засобів (фондовіддача)	збільш.	0,71	0,64	0,36
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	збільш.	0,18	0,16	0,10

Матеріал: створено за даними фінансової звітності

У 2023 році оборотність активів зазнала різкого падіння майже вдвічі, що може свідчити про неефективне використання ресурсів. Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості - показник швидкості обороту кредиторської заборгованості - у звітному році зменшився на 2,46. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості також не досяг порогового значення, зменшившись на 0,25.

Проте строки погашення дебіторської та кредиторської заборгованості мають тенденцію до зростання. Такі коефіцієнти, як оборотність запасів, оборотність основних засобів (фондовіддача) та оборотність власного капіталу також зменшилися, що може свідчити про неефективне використання ресурсів компанії [39].

Ефективне використання оборотного капіталу компанії забезпечить стійкість фінансових ресурсів для досягнення кращих результатів за мінімальних витрат. Для цього підприємствам необхідно виявити фактори, що впливають на зміну оборотності оборотних активів, та розробити заходи щодо

покращення резерву оборотних активів, збільшення обсягів реалізації продукції та раціонального використання ресурсів.

Фінансова стійкість підприємства є гарантією його стабільної платоспроможності і базується на збалансованості активів і пасивів, доходів і витрат. Аналіз фінансової стійкості на основі балансу ПАТ «Струм» представлено в таблиці 2.9.

Таблиця 2.9 - Аналіз фінансової стійкості ПАТ «Струм» у період 2021-2023 рр.

Показник	Оптим. знач.	2021	2022	2023
Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії)	0,5-0,8	0,94	0,95	0,95
Коефіцієнт концентрації залученого капіталу	0,2-0,5	0,06	0,05	0,05
Коефіцієнт незалежності (2)	1,0-4,0	14,98	20,06	19,80
Коефіцієнт співвідношення залученого і власного капіталу	0,25-1	0,07	0,04	0,04
Коефіцієнт фінансової залежності	1,25-2,0	1,07	1,05	1,05
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,05-0,10	0,93	0,93	0,90
Коефіцієнт структури залученого капіталу		0,00	0,00	0,00
Коефіцієнт інвестування	>1,0	13,96	14,20	10,23
Коефіцієнт покриття запасів і затрат власними оборотними коштами	0,6-0,8	8,59	5,55	3,41
Коефіцієнт прогнозу банкрутства	в динам.	0,87	0,90	0,87
Коефіцієнт фінансової стійкості		14,98	25,33	23,39

Матеріал: створено за даними фінансової звітності

З таблиці 2.9 видно, що не всі показники відповідають нормативним значенням. Коефіцієнт фінансової незалежності щороку перевищує нормативне значення і становить 0,95 протягом останніх двох років, що на 0,25

вище нормативного значення. Коефіцієнт співвідношення позикових і власних коштів знизився до нормативного значення і становить 0,05 протягом останніх двох років. Коефіцієнт співвідношення позикового та власного капіталу є надто низьким і наближається до нуля. Коефіцієнт фінансової залежності трохи нижчий за порогове значення, але за останній рік не знизився.

Коефіцієнт інвестування падає майже на 27% щороку, що не відповідає результатам діяльності компанії, але показники зростають. Коефіцієнт фінансової стійкості показує різні значення з року в рік, зменшуючись майже на 70% у 2022 році та на 7% у 2023 році.

З метою покращення показників фінансової стійкості необхідно регулярно досліджувати фактори, які впливають на показники фінансової стійкості та можуть мати негативний вплив на діяльність компанії STRUM. Одним з основних факторів, що впливають на фінансову стійкість, є постійні та змінні витрати компанії. На зміцнення фінансової стійкості може вплинути розробка стратегії і тактики управління зовнішніми факторами, такими як попит на продукцію, конкуренти, зовнішньоекономічні зв'язки і кон'юнктура фінансового ринку.

2.3 Рентабельність та аналіз ефективності ПАТ «Струм»

В економічному аналізі результати діяльності підприємств можна оцінити за допомогою таких показників, як обсяг виробництва, товарообіг та прибуток. Однак, коли мова йде про оцінку ефективності діяльності підприємства, зрозуміло, що цих характеристик недостатньо, оскільки вони є абсолютними показниками. У зв'язку з цим в економічному аналізі можуть бути використані наступні методи, що дозволяють охарактеризувати ефективність роботи підприємства в цілому та прибутковість різних виробничих напрямків.

Зокрема, використовуються показники рентабельності. У широкому розумінні рентабельність означає ефективність і прибутковість. Рентабельність є найбільш узагальнюючим якісним показником економічної ефективності діяльності суб'єкта господарювання, який можна порівняти з величиною прибутку та вартістю засобів, що були використані для його отримання. Таким чином, рентабельність можна трактувати як міру віддачі, прибутковості та ефективності бізнесу [43].

Аналіз прибутковості - це процес порівняння доходів і витрат для визначення того, скільки прибутку було отримано за певний період. Ця діяльність допомагає власникам бізнесу визначити ефективність маркетингових кампаній, виявити сфери витрат, які, можливо, потребують перегляду, та визначити життєздатність бізнесу в цілому [24].

У таблиці 2.10 наведено аналіз прибутковості ПАТ «Струм» у період 2021-2023 років.

Таблиця 2.10 - Аналіз прибутковості ПАТ «Струм» у 2021-2023 рр.

Показник	Оптим. знач.	2021	2022	2023
Рентабельність майна (активів)	в динам.	1,58	1,82	0,45
Рентабельність власного капіталу	в динам.	1,67	1,91	0,47
Рентабельність основних засобів	в динам.	23,82	25,32	6,31
Рентабельність продукції	в динам.	1,84	2,72	1,19
Рентабельність основної діяльності	в динам.	2,92	3,86	1,60
Період окупності власного капіталу, міс.	-	59,84	52,46	210,56

Матеріал: створено за даними фінансової звітності

Рекомендованим значенням рентабельності є її збільшення. Тому порівняння показників рентабельності майна показує зростання у 2022 році та різке зниження у 2023 році.

Збільшення у 2022 році та різке зменшення у 2023 році може свідчити про те, що активи підприємства використовуються неефективно.

Основною причиною зниження рентабельності активів є збільшення собівартості продукції. Компанії варто зосередитися на підвищенні ефективності управління витратами. Рентабельність активів можна підвищити за рахунок скорочення оборотного капіталу та основних засобів. Продаж нерентабельного обладнання та скорочення запасів і незавершеного виробництва також допоможе досягти цієї мети.

Різке зниження рентабельності власного капіталу та рентабельності основних засобів у 2023 році може свідчити про неефективність інвестицій в компанію. Рентабельність продукції та основної діяльності також скоротилася вдвічі після зростання в попередньому році. Так само втричі збільшився період окупності інвестицій у 2023 році.

Зниження рентабельності продукції можна пояснити зростанням витрат на виробництво та реалізацію продукції, а також зниженням загального обсягу продажів.

Для ведення господарської діяльності кожне підприємство обліковує майно, яке перебуває на його балансі. Оцінка стану майна дає уявлення про фінансовий стан підприємства, як показано в таблиці 2.11.

Таблиця 2.11 - Оцінка стану активів ПАТ «Струм» у 2021-2023 роках

Показник	2021	2022	2023
Загальна сума господарських засобів, що знаходяться в розпорядженні п/ва	35684,00	35374,00	30520,00
Частка необоротних активів в активах	0,07	0,07	0,09
Частка основних засобів в активах	0,07	0,07	0,08
Частка осн. засобів в необоротн. активах	0,99	0,99	0,84
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,72	0,73	0,73
Коефіцієнт придатності	0,28	0,27	0,27

Матеріал: створено за даними фінансової звітності

Загальна сума господарських засобів, наявних для реалізації в ПАТ «Струм», щороку залишалася майже незмінною, але дещо зменшилася; частка необоротних та основних засобів в активах у 2023 році залишилася незмінною порівняно з попереднім роком, але збільшилася на 0,01-0,02. Коефіцієнт зносу основних засобів залишився незмінним протягом останніх двох років - 0,73. Коефіцієнт придатності, який показує, яка частина основних засобів придатна до використання, залишився без змін на рівні 0,27.

Коефіцієнти ліквідності та платоспроможності характеризують фінансовий стан підприємств [26]. Аналіз цих коефіцієнтів представлено в таблиці 2.12.

Таблиця 2.12 - Аналіз ліквідності та платоспроможності ПАТ «Струм»
у 2021-2023 роках

Показник	Оптим. знач.	2019	2020	2021
Оборотний капітал	> 0	31054,00	31671,00	26439,00
Власний оборотний (функціонуючий) капітал (ВОК)	> 0	31054,00	31321,00	26214,00
Коефіцієнт маневреності функціонуючого капіталу		0,51	0,32	0,60
Коефіцієнт оборотності оборотного капіталу	-	0,98	0,70	0,48
Коефіцієнт покриття (загальної ліквідності)	2,0-2,5	14,91	24,81	22,29
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,8-1,5	13,29	20,57	16,10
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,25-0,3	7,08	7,55	12,71
Частка оборотних активів в активах п/ва		0,93	0,93	0,91
Частка власних оборотних коштів в оборотних активах		0,93	0,95	0,95
Частка виробничих запасів в оборотних активах		0,11	0,17	0,28
Частка власних оборотних коштів у покритті запасів і затрат		8,59	5,55	3,41

Матеріал: створено за даними фінансової звітності

Аналіз таблиці 2.12 показує, що оборотний капітал підприємств у 2023 році зменшився на 16%. Коефіцієнт маневреності робочого капіталу показує, яка частина власного капіталу перебуває в обороті та є вільною для використання цього капіталу, і у 2023 році цей показник збільшився на 87%. Коефіцієнт оборотності оборотного капіталу зменшився на 0,22%, що може свідчити про менш ефективне використання капіталу. Коефіцієнт покриття показує, чи достатньо у підприємств коштів для обслуговування боргів, і цей показник значно вищий за базовий, вказуючи на 22,29 одиниць поточних активів на одиницю поточних зобов'язань у 2023 році. Коефіцієнт абсолютної ліквідності показує, яка частина поточних зобов'язань може бути погашена негайно; у 2023 році цей показник становив 12,71.

Частка оборотних активів в активах дещо зменшилася до 0,91 у 2021 році; співвідношення власного оборотного капіталу до оборотних активів у 2021 році становило 0,95. Частка запасів у поточних активах зросла з 0,17 до 0,28. Частка власного оборотного капіталу в запасах і витратах у звітному році суттєво зменшилася, майже вдвічі.

Аналіз ділової активності дозволяє виявити можливості більш ефективного використання коштів підприємства та розробити заходи, що сприятимуть зниженню витрат на виробництво та реалізацію продукції за рахунок економії оборотних коштів та прискорення їх оборотності. У таблиці 2.13 представлено аналіз ділової активності

Таблиця 2.13 - Аналіз ділової активності ПАТ «Струм» у період 2021-2023 рр.

Показник	2021	2022	2023	Відхилення (%) 2022 до 2021	Відхилення (%) 2023 до 2022
Виручка від реалізації	30439,00	21977,00	12567,00	-27,80	-42,82
Чистий прибуток	561,00	598,00	149,00	6,60	-75,08
Продуктивність праці, грн./чол.	279,26	201,62	161,12	-27,80	-20,09
Фондовіддача	13,25	9,33	5,32	-29,58	-42,98
Оборотність власного капіталу	0,91	0,65	0,40	-28,57	-38,46
Оборотність активів	0,74	0,62	0,38	-16,22	-38,71
Оборотність запасів (оборотів)	5,73	3,34	1,40	-41,71	-58,08
Період обертання запасів, днів	63	108	258	71,43	138,89
Коефіцієнт погашення дебіторської заборгованості	0,76	0,70	0,84	-7,89	20,00
Оборотність дебіторської заборгованості, оборотів	1,31	1,44	1,19	9,92	-17,36
Період обертання дебіторської заборгованості, днів	274	251	302	-8,39	20,32
Оборотність кредиторської заборгованості, днів	144	41	50	-71,53	21,95
Тривалість операційного циклу, днів	337	358	560	6,23	56,42

Продовження таблиці 2.13

Тривалість фінансового циклу, днів	193	317	510	64,25	60,88
------------------------------------	-----	-----	-----	-------	-------

Матеріал: створено за даними фінансової звітності

Аналіз ділової активності свідчить про значне її зниження у 2023 році, що призводить до неефективної роботи підприємств. Продуктивність праці працівників знизилася на 20%, тобто на 40,5 грн на особу. Як наслідок, товарообіг зменшився на 42%, а чистий прибуток - на 75%. На зміну продуктивності праці могли вплинути зміни в структурі виробництва, рівні технології виробництва, зміни в управлінській структурі організації виробництва, нормативних документах, зміни в обсягах виробництва, зміни в оплаті праці тощо. Тому HR-відділи повинні відстежувати задоволеність працівників роботою та шукати резерви для підвищення продуктивності праці.

Зниження фондівдачі на 43% вказує на те, що компанія використовує основні засоби неефективно. Покращити використання основних фондів можна шляхом ліквідації старого або невикористовуваного обладнання або заміни його на більш ефективне. Ефективність використання основних засобів також можна підвищити, збільшивши коефіцієнт використання обладнання за рахунок підвищення продуктивності праці працівників та перегляду кількості робочих змін.

Власний капітал та оборотність активів зменшилися на 38%, що свідчить про неефективне управління власним капіталом. Для покращення цих показників необхідно докласти зусиль для збільшення обсягів продажів. Оборотність запасів зменшилася на 58%, що свідчить про зниження виробничих потужностей компанії.

Коефіцієнт інкасації дебіторської заборгованості збільшився на 20% у 2023 році, що свідчить про платіжну дисципліну клієнтів, при цьому період обороту дебіторської заборгованості також збільшився на 51 день. Оборотність кредиторської заборгованості також зросла на 9 днів.

Період фінансового циклу суттєво збільшився до 193 днів (60%). Від'ємне значення цього показника свідчить про дефіцит грошових коштів. Тому підприємствам важливо прогнозувати фінансовий цикл комплексно, а не за окремими складовими [43].

Навіть високоприбутковим компаніям необхідно постійно аналізувати показники, їх динаміку та фактори впливу. У пошуках шляхів підвищення прибутковості та рентабельності для керівників підприємств дуже важливо оцінювати виведення на ринок нових послуг. Це пов'язано з тим, що нові послуги є успішними, розвивають показники прибутковості та спрямовують менеджмент компанії на збільшення прибутку.

Висновки до розділу 2

Другою частиною звіту був комплексний аналіз фінансово-господарської діяльності ПАТ «Струм». Було проведено загальний аналіз характеристик компанії, видів діяльності та напрямків роботи. Компанія працює в галузі інжинірингу, геології та геодезії і займається монтажними роботами. Пріоритетними напрямками роботи є проектування, будівництво, монтаж та пусконаладжувальні роботи електричної частини металургійних установок.

Аналіз зовнішнього середовища показує, що на компанію негативно впливає сильна конкуренція та дефіцит кваліфікованої робочої сили. Аналіз впливу факторів внутрішнього середовища показав, що основною проблемою є нестача фінансових ресурсів, що впливає на конкурентоспроможність; SWOT-аналіз показав, що підприємству слід звернути увагу на розвиток виробничого обладнання та використовувати залучення своїх співробітників у сфері маркетингу, а також залучення інших компаній, що надають маркетингові послуги. Було визначено, що компанія повинна.

Аналіз фінансово-економічного стану підприємства з використанням вертикального та горизонтального аналізу балансу показав стрімке зниження показників діяльності у 2023 році. Аналіз показників ліквідності, платоспроможності, ділової активності та фінансової стійкості показав, що вони почали демонструвати від'ємні значення з 2020 року.

Організації з управління доходами були проаналізовані з точки зору прибутковості, майнового стану, ліквідності та платоспроможності. Усі ці показники зазнали суттєвих змін, що негативно вплинуло на прибутковість та конкурентоспроможність компанії. Це зумовило створення третього розділу, в якому розглядаються рекомендації щодо управління прибутком компанії.

РОЗДІЛ 3.

ШЛЯХИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПАТ «Струм»

3.1. Потенціал покращення управління прибутком ПАТ «Струм»

Українська економіка останнім часом перебуває в кризовому стані. Доходи населення знижуються, інфляція зростає, що призводить до негативних очікувань серед українських споживачів та стрімкого зниження купівельної спроможності. У нинішніх умовах усі підприємства перебувають у стані невизначеності, що негативно впливає на рівень економічної ефективності та безпеки в цілому. У цих умовах компанії потребують чітких і спланованих дій, а також досвіду та навичок управління прибутком в умовах кризи.

Необхідність управління прибутком полягає в тому, щоб не допустити погіршення становища компанії та запобігти її банкрутству. Одним з основних управлінських заходів є зосередження уваги на персоналі, що може зменшити плинність кадрів та заохотити працівників до ефективної роботи, таким чином утримуючи частину найкращих кадрів [51].

Прибуток як джерело виробничого і соціального розвитку є одним з основних факторів, що впливають на самофінансування підприємств. Крім того, спроможність підприємства визначається насамперед тим, наскільки його доходи перевищують витрати. Тому збитки, як і прибутки, відіграють важливу роль в управлінні підприємствами. Зазвичай, це також може свідчити про прорахунки або помилки в організації виробництва та збуту.

У цьому відношенні прибуток є результатом діяльності підприємства і показником абсолютної ефективності підприємства.

Існує чотири ключові напрямки в бізнесі, які допомагають підвищити прибутковість. А саме: скорочення витрат, збільшення товарообігу, підвищення продуктивності та підвищення ефективності. Розумне управління витратами може підвищити прибутковість. Більшість підприємств можуть зменшити витрати, тому важливо не скорочувати витрати за рахунок якості продукції або послуг [28].

Джерела прибутку в організаціях включають

- 1) Зменшення виробничих витрат
- 2) Диверсифікація виробництва
- 3) Бюджетування та фінансове планування
- 4) скорочення витрат
- 5) освоєння нових ринків
- 6) Конкурентна перевага
- 7) Збільшення обсягів продажу продукції
- 8) Продаж або здача в оренду невикористовуваних активів
- 9) Впровадження нової технології або обладнання у виробництво;
- 10) Реструктуризація

Карта проблем надає аналіз ситуації та показує больові точки, які викликають найбільше проблем у компанії. Вона допомагає визначити, які сфери діяльності (продажі, маркетинг, виробництво, оборотний капітал, витрати та фінанси) є найбільш проблемними. Побудова «карти проблем» є частиною методології комплексної діагностики компанії [14]. Аналізуються основні проблеми підприємства, визначається одна з найважливіших проблем і створюється карта проблем (мал. 3.1). Однією з критичних проблем, яка може виникнути, є зменшення прибутку підприємства, що супроводжується збільшенням витрат і, як наслідок, зростанням цін на продукцію. Ціни на продукцію втрачають конкурентоспроможність. Це призводить до загрози банкрутства.

Дії, яких вживають підприємства, коли вони відчувають значне зменшення прибутку, показані на малюнку 3.1.



Малюнок 3.1 Схема проблеми підприємства

Матеріал: власна розробка автора.

Аналіз даних ПАТ «Струм» свідчить про зменшення прибутку у звітному році. Це свідчить про те, що існує низка загроз, які можуть призвести до неплатоспроможності підприємства. Тому кожному підприємству необхідно оцінювати свою діяльність, прораховувати та усувати загрози, що виникають у зв'язку з нею.

Однак збільшення доходів має сенс лише тоді, коли воно призводить до збільшення прибутку.

Компанії можуть покращити свої прибутки, виконавши кілька основних кроків [22]:

1. оцінка прибутковості. Регулярно аналізуйте валовий прибуток та операційну рентабельність і порівнюйте їх з найкращими компаніями в галузі. Бенчмаркінг у такий спосіб може виявити можливості для покращення.

2. аналіз окремих складових. Проаналізуйте прибутковість різних сфер бізнесу, таких як окремі продукти та послуги, напрямки діяльності, окремі робочі місця, географічні регіони та клієнти. Це допоможе зосередитися на слабких і сильних сторонах.

3. розгляньте варіанти. Сплануйте дії, які можна вжити для збільшення прибутку. Варіанти включають скорочення витрат, підвищення цін, відмову від нерентабельних продуктів або клієнтів. Кожен варіант потрібно ретельно оцінити, включаючи розробку сценаріїв можливих результатів.

4. розробити план. Оберіть найкращий варіант підвищення прибутковості компанії та розробіть план реалізації рішення.

5. встановлення та моніторинг цілей. На основі обраних варіантів слід скласти графік, в якому поставити амбітні, але реалістичні цілі. Крім того, слід проводити щоквартальний моніторинг, щоб переконатися, що план виконується або вживаються коригувальні дії.

Ключовим фактором успіху в підвищенні прибутковості бізнесу є правильний облік усіх витрат на продукт або послугу. Часто підприємці не мають точної системи калькуляції витрат, що призводить до помилкових висновків і поганих рішень.

Крім того, компанії повинні мати чітке розуміння своєї ціннісної пропозиції на ринку (чому клієнти повинні купувати саме у них). Це допоможе визначити найкращі варіанти збільшення прибутку.

Наприклад, рішення припинити виробництво збиткових продуктів може призвести до втрати клієнтів, які хочуть отримати все від одного постачальника. З іншого боку, враховуючи сприйняту цінність своєї продукції порівняно з продукцією конкурентів, вони можуть дійти висновку про необхідність підвищення цін.

Аналіз фінансової звітності компанії Strum показує, що їй необхідно

покращити управління прибутком. На основі даних за останні два роки було проведено факторний аналіз, наведений у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 Аналіз ключових показників діяльності ПАТ «Струм» у 2021-2023 роках

Показник	2021 рік	2022 рік	2023 рік	Відхилення (+/-)	Відхилення (%)
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	30439,00	21977,00	12567,00	-9410	-42,82
Собівартість продукції реалізованої	19240,00	15475,00	9314,00	-6161	-39,81
Валовий прибуток	11199,00	6502,00	3253,00	-3249	49,96
Операційний дохід	4146,00	4192,00	3142,00	-1053	-25,05
Адміністративні витрати	13717,00	9310,00	5734,00	-3576	-38,41
Витрати на збут	166,00	410,00	366,00	-44	-10,73
Інші операційні витрати	1031,00	628,00	352,00	-276	-43,95
Фінансовий результат від операційної діяльності	431,00	346,00	-57,00	-403	-116,47
Фінансовий результат до оподаткування	611,00	614,00	614,00	425	224,87
Податок на прибуток	2087,00	2070,00	1418,00	-652	-31,50
Чистий прибуток	561,00	598,00	149,00	-449	-75,08

Матеріал: створено за даними фінансової звітності

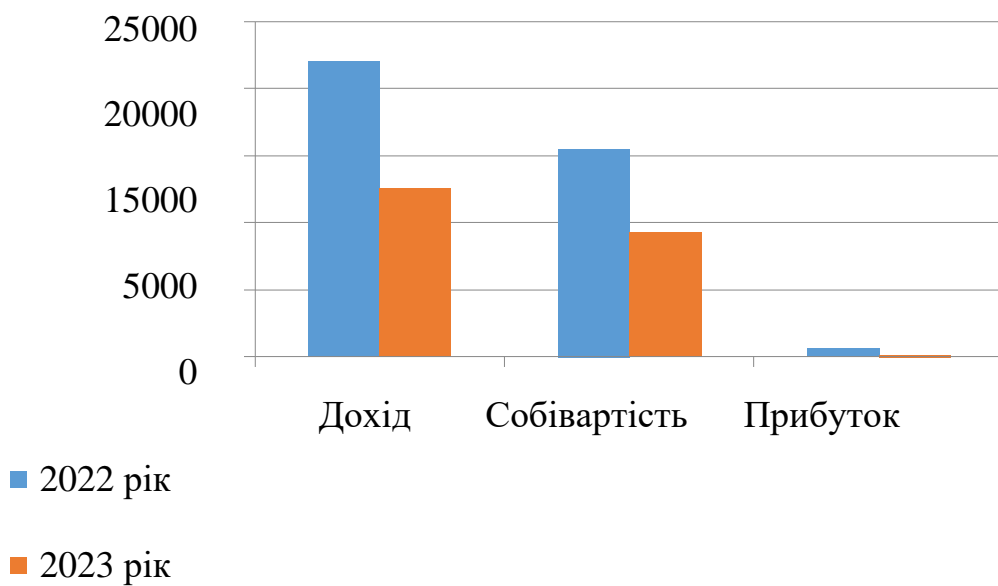
Як видно з таблиці 3.1, чистий прибуток підприємства зменшився на 449 тис. грн. (75%), що є дуже важливим показником для такого великого підприємства, як ПАТ «Струм», і впливає на стабільну та ефективну роботу підприємства.

По-перше, основним фактором, що вплинув на зменшення чистого прибутку, став чистий дохід, який зменшився на 9410 тис. грн. (42%). Крім того, зменшення витрат на 40% мало протилежний ефект, вплинувши на збільшення прибутку на 6161 тис. грн. Через вплив цих факторів валовий

прибуток зменшився майже на 50%, що не є позитивним показником для компанії; у 2023 році операційний прибуток зменшився на 1053 тис. грн (25%), що вплинуло на розмір прибутку. Це супроводжувалося зменшенням адміністративних витрат на 38% та зменшенням витрат на збут на 10%.

Ці зміни також вплинули на фінансовий результат від операційної діяльності, який зменшився на 403 тис. грн. Податок на прибуток за звітний рік зменшився на 652 тис. грн (31%). Іншими словами, ці фактори разом призвели до зменшення прибутку на 75%.

На малюнку 3.2 показано хід розвитку цих ключових показників доходів.



Малюнок 3.2 Хід розвитку ключових показників аналізу прибутку

Матеріал: побудовано автором.

Згідно з динамічним аналізом, показники ПАТ «Струм» стрімко погіршилися у звітному році. Перед керівництвом компанії стоїть дуже серйозна проблема посилення її конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Аналізуючи діяльність компаній у сфері проектно-монтажних робіт в країні в цілому, можна зробити наступні висновки.

По-перше, керівництво компаній вважає, що їхня компанія не потребує маркетингової допомоги. По-друге, менеджери мало знають про свою конкурентоспроможність на ринку і мають лише поверхнєве уявлення про те, як підвищити свою конкурентоспроможність. На жаль, компанії в цій галузі

приділяють мало уваги маркетинговим стратегіям. По-третє, керівництво вважає, що основна увага має бути зосереджена на виробничих потужностях, самій продукції та її продажах, але що успішних і зростаючих продажів можна досягти лише завдяки правильній презентації [39].

Компанія також повинна аналізувати свої конкурентні переваги і працювати над формуванням асортименту товарів і послуг, з якими вона може конкурувати на ринку. Для цього компанії необхідно

1) Виявити потреби споживачів та проаналізувати попит на електротехнічну продукцію.

2) проаналізувати продукцію аналогічних компаній та виявити відмінності

3) Оцінити якість продукції та її відповідність очікуванням споживачів.

4) Визначити необхідність введення нових продуктів в асортимент, виявити продукти категорії С та виключити їх з асортименту.

5) Модернізація виробництва та диверсифікація асортименту продукції.

6) Аналіз та оцінка загального асортименту компанії.

Також необхідно проаналізувати цінову політику та підвищити конкурентоспроможність.

Цінові переваги можуть допомогти у прийнятті таких рішень, як:

1) Збільшення виробництва, тобто зниження витрат на одиницю продукції за рахунок збільшення обсягів

2) Економія ресурсів та їх раціональне використання

3) Оптимізація адміністративних та виробничих витрат за рахунок покращення комунікації всередині компанії.

4) Покращення виробничих відносин з постачальниками, виробниками та дистриб'юторськими мережами.

Головною метою кожного підприємства є створення конкурентних переваг. При управлінні слід визначити та сформулювати чітку конкурентну стратегію, а також враховувати конкурентні переваги. Поточна ситуація в Україні, коли суверенітет знаходиться під загрозою, підвищує ризик інвестування в економіку країни. Наразі компанія потребує значних інвестицій для успішного функціонування.

Компанії необхідно визначити:

- 1) обґрунтування привабливості інвестиції для інвесторів
- 2) термін окупності грошових інвестицій
- 3) визначення прибутковості
- 4) визначення потреби у фінансових інвестиціях та капітальних витратах

Дефіцит грошових коштів у компанії впливає на її економічні показники, а їх погіршення негативно позначається на ефективності управління компанією.

Для того, щоб бути конкурентоспроможними, підприємствам необхідно визначати потреби ринку. Необхідно шукати нові способи взаємодії для впровадження змін. Усі успішні компанії прагнуть до вдосконалення, трансформації та постійних змін, щоб перейти від статус-кво до бажаного стану.

На рис. 3.3 показані варіанти позиціонування підприємств у системі координат.

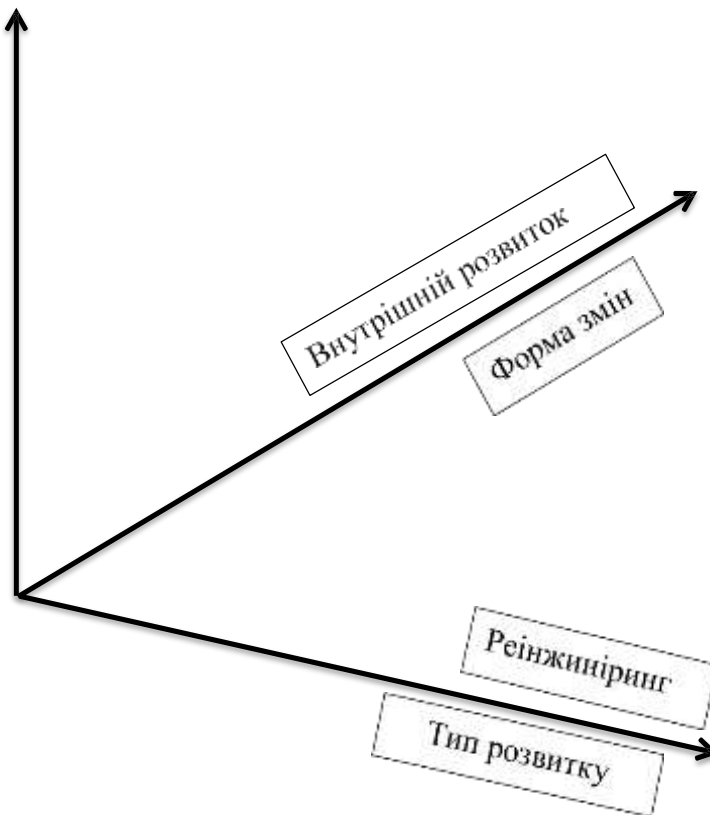
Для трансформації напрямку розвитку підприємства пропонуються наступні напрямки:

1. розробка місії та стратегії трансформації;
2. створити необхідну бізнес-культуру для підприємства;
3. інтегрувати та вдосконалити свою діяльність;
4. розвивати бізнес-культуру розробити необхідні технологічні рішення.

ПрАТ «Струм» вирішила консолідувати та вдосконалити свою діяльність. Для цього необхідно було вивчити своїх клієнтів та їхні потреби, проаналізувати та вдосконалити бізнес-процеси, розробити та впровадити ефективні системи управління.

Форма трансформації в компанії складається з наступних напрямків:

1. внутрішній розвиток.
2. обмін ресурсами.
3. міжорганізаційна співпраця.
4. приватизація підприємств.



Малюнок 3.3 - Впорядкування підприємств у системі координат

Джерело: власна розробка автора.

Виділено внутрішній розвиток підприємства та розглянуто організаційні зміни, такі як організаційна структура, структура персоналу, виробнича структура та інформаційна структура. Також пропонується розглянути структуру доходів, структуру витрат і структуру активів.

При виборі типу позиціонування підприємства розглядаються наступні варіанти розвитку

1. інноваційний.
2. реінжиніринг.
3. реструктуризація.
4. антикризовий розвиток.

Для підприємства обрано тип розвитку - реінжиніринг. Реінжиніринг - це метод, який фокусується на розробці нових процесів, існуючих процесів та організаційних структур. Він дозволяє скоротити витрати і час циклу.

3.2. Розробка та упорядкування плану керування прибутком ПАТ «Струм»

Проаналізувавши показники діяльності, можна зробити висновок, що становище компанії не є стабільним і що в такій складній ситуації Україні необхідно приймати виважені управлінські рішення в усіх сферах.

Дерево цілей - це метод підвищення ефективності роботи компаній, спеціальна схема якого вже сформована і успішно використовується багатьма підприємцями. Головною метою схеми є стан організації, що досягає піку фінансового благополуччя. Оскільки діяльність великих колективів різноманітна, необхідно обирати додаткові орієнтири в дії.

Для будь-якої компанії основною метою є прибуток, для ПАТ - прибуток.

Для «Струм» для досягнення цієї мети необхідно підвищити конкурентоспроможність компанії. Побудуємо дерево цілей.

Діяльність. Підпорядковані цілі підпорядковані і сприяють досягненню головних цілей вищого рівня.

Головна мета розбивається на менші цілі, щоб полегшити її досягнення. Таким чином створюються рівні цілей, поки не буде встановлено набір легко досяжних цілей. Дерево цілей створюється за принципом «від загального до конкретного». Якість таких планів залежить від рівня кваліфікації фахівця, якому доручено їх створення. На малюнку 3.4 показано схематичне зображення «кущ цілей».



Малюнок 3.4 Куц цілей для ПАТ «Струм».

Матеріал: авторська розробка.

Основною метою ПАТ «Струм» є збільшення прибутку, і ця мета поділяється на три можливі варіанти досягнення головної мети, встановлені для кожної сфери діяльності. Кожна сфера потім має варіанти досягнення головної мети.

Підхід до постановки цілей має вирішальне значення для якості роботи організації. Він є відправною точкою для планування всіх сфер діяльності організації. Дерево цілей організації слугує основою для побудови внутрішніх взаємовідносин і системою мотивації.

Прибутковість є одним з найважливіших показників успішності бізнесу і визначає, чи буде бізнес розвиватися чи ні. Знайомство з різними стратегіями підвищення прибутковості допоможе вам впроваджувати конкретні стратегії для збільшення доходів і зниження витрат.

Збільшення доходу та прибутковості бізнесу можна досягти за певних умов. Перелік таких умов наведено в Таблиці 3.2.

Таблиця 3.2 - Умови для збільшення прибутку та рентабельності ПАТ «Струм»

Спрямованість	Сутність	Реалізаційні вимоги
Зростання діапазону діяльності	Збільшення обсягу продажів призводить до збільшення прибутку, що може бути досягнуто за рахунок зменшення постійних витрат на одиницю продукції.	За рахунок кількісного та якісного збільшення трудових ресурсів За рахунок кількісного та якісного збільшення трудових ресурсів, виробничого обладнання та інших оборотних матеріалів, що призводить до збільшення обсягів виробництва та продажів.
Зниження затрат на виробництво та продажі	Це збільшує прибуток: важливою умовою ефективного функціонування ПАТ «Струм» є належне використання резерву собівартості продукції.	Підвищення рівня технологій на підприємствах та вдосконалення виробництва.
Запровадження регулювання (економічно-обґрунтованого)	Обґрунтовані та вдало підібрані стандарти і норми призводять до зниження виробничих витрат.	Розробка стандартів і норм для виробничих та інших процесів на підприємствах.
Політика цін	Стрибки цін є однією з ключових причин, що впливають на продажі товарів і послуг.	Використання чітких стратегій ціноутворення, аналізу цінового ринку та програм лояльності клієнтів
Прогрес науково-технічний	Впроваджувати найсучасніші технології та обладнання для покращення виробничих процесів, зниження витрат та збільшення обсягів виробництва.	Впровадження нових систем управління, моніторинг нових науково-технічних розробок, модернізація та вдосконалення технологій та обладнання.

Якість продукції (підвищення)	Покращена якість зменшує кількість бракованої продукції та витрати на неї, а також зменшує кількість товарів, які не підлягають ремонту.	Необхідний систематичний контроль якості продукції та правильна організація персоналу для запобігання дефектам.
Покращення ефективності праці	Зі зростанням продуктивності праці змінюються витрати на одиницю продукції, а питома вага заробітної плати в структурі витрат зменшується.	Підбір, мотивація та стимулювання персоналу відповідно до вимог посади та інші організаційні заходи для підвищення ефективності праці.
Стратегії маркетингу	Ефективна реалізація маркетингових стратегій	Розробка маркетингової стратегії, залучення маркетингових організацій.

Матеріал: власна розробка автора.

Усі вищезазначені негативні фактори, що впливають на стан компанії, можуть призвести до її банкрутства. Тому в управлінській діяльності, особливо в невизначених ситуаціях, слід бути дуже обережним.

Тому, щоб уникнути банкрутства, компаніям необхідно розробити чіткий план дій у кризових ситуаціях.

Основними документами, які повинні розроблятися компаніями в рамках управління, є програма антикризової готовності та антикризовий план дій. Антикризова програма - це спеціально підготовлений документ, в якому перераховані основні заходи, що мають бути здійснені на підприємстві, його структурними підрозділами та функціональними службами для досягнення мети - виведення підприємства з кризової ситуації.

Це пов'язано з тим, що обґрунтовані процедури та заходи можуть допомогти підприємству вийти зі стану неплатоспроможності або взагалі уникнути банкрутства.

Розрахунки, необхідні для оцінки операційної діяльності підприємства, показали, що тяжкість фінансової кризи є помірною.

На основі аналізу кризових підприємств можна зробити висновок, що використання стандартного підходу не відповідає ситуації, що склалася в Україні. Оцінка показників минулих років не дає правильного уявлення про поточний стан підприємств та їх діяльність. Тому для вирішення цієї проблеми

можна запропонувати теоретичний метод.

ПАТ «Струм» потребує чітко визначеної стратегії для запобігання неплатоспроможності підприємства та небажаних наслідків. На рисунку показано рекомендовану організаційну схему управління прибутком.

Виходячи з малюнку 3.5, розробка стратегії ПАТ «Струм» складається з десяти етапів:

1. моніторинг стану підприємства. Це дозволяє проаналізувати діяльність компанії. Це включає аналіз фінансової звітності з використанням різних методів та інструментів для визначення фінансового стану компанії.

2. формулювання концепції розвитку компанії. Для цього необхідно проаналізувати ринок, визначити попит, уподобання та конкурентні переваги.

3. формулювання стратегічних і тактичних цілей. Не менш важливо ставити цілі, спрямовані на підвищення ефективності діяльності компанії та збільшення прибутку.

4. конкретизація постановки цілей. Визначення бажаного стану для досягнення мети. стратегічною метою ПАТ «Струм» є збільшення прибутку.

Ця мета досягається шляхом проведення моніторингу діяльності, такі дослідження дозволяють виявити фактори, які впливають на прибутковість і в цілому становлять ризик для компанії. Створюються стратегічні проблеми та методи їх вирішення, які спрямовані на диверсифікацію виробництва, розподіл та реорганізацію ресурсів та зміну структури управління.



Малюнок 3.5 - Організаційна схема керування прибутком

Матеріал: створено автором на основі [9], [22] та [41].

Компанія може встановлювати такі стратегічні цілі, як: використання та/або розподіл позикових або власних коштів для вирішення різних завдань; оновлення або покращення якості ресурсної бази компанії.

Надалі стратегічні цілі будуть встановлюватися на різні періоди. Їх вирішення, планування діяльності та різні фактори будуть відрізнятися. Вони повинні бути поставлені таким чином, щоб їх досягнення сприяло успіху всіх секторів.

По-друге, слід ставити цілі, які ведуть до отримання прибутку,

необхідного для інвестування та стабілізації бізнесу.

1. вибір альтернативних стратегій використання внутрішніх ресурсів
Необхідно проаналізувати та перевірити існуючі стратегії, переглянути показники ефективності, визначити пріоритетні напрямки розвитку, переглянути стратегії та розробити нові стратегії.

2. формулювання програми інтеграції Аналіз усієї діяльності компанії та вирішення проблем компанії.

3. скорочення поточних витрат, інвестиційних ресурсів та раціоналізація активів
4. визначення джерел фінансування, розробка планових обсягів фінансування та встановлення термінів реалізації стратегій подолання кризи та її економічних наслідків

4. розробити стратегії, програми трансформації та інші стратегічні програми для відновлення позицій компанії в галузі
5. найняти фахівців з маркетингу для розвитку нових каналів збуту та збільшення частки ринку

5. сформував систему управління змінами. Впроваджувати організаційні, організаційно-технічні та технологічні інновації для підвищення ефективності всіх бізнес-процесів.

6. контролювати виконання стратегічних програм і бізнес-планів та оцінювати їх ефективність. Найголовніше - чітко визначити місію та цілі підприємства, а також здійснювати постійний моніторинг стану підприємства та його оточення.

Підприємствам пропонується використовувати систему оцінки виробничої системи «20 ключів». Три ключі використовуються для досягнення кращого стану виробничої системи:

Ключ 3 - Покращення роботи команди. Цей ключ запроваджується для підвищення ефективності роботи команди, підтримки місії компанії та покращення процесів управління людськими ресурсами. Визначити рівень мотивації персоналу та визначити шляхи його підвищення. Розробити систему, за допомогою якої працівники можуть подавати пропозиції щодо покращення роботи команди для забезпечення більш злагодженого виробничого процесу. Щодня організовуватимуться командні зустрічі (тренінги) для впровадження заходів з удосконалення. Робота команд нижчих

підрозділів (малих груп) отримуватиме постійну підтримку та відповідні стимули від усіх керівників компанії;

Ключ 5: Швидкий перехід на нові продукти та вдосконалення процесів. Під час реалізації цього ключа буде вдосконалено процес створення нових продуктів. Аналізуються навички працівників та наявний потенціал підприємства для створення нових продуктів. Також буде проведено навчання з використання нових видів сільськогосподарської техніки та вивчення методів вирощування нових культур.

Ключ 16: «Планування виробництва: підтримка підвищення якості». Досягнення певного рівня за цим ключем покращує виробничий та маркетинговий процес. Аналізується дотримання термінів підготовки до продажу та доставки готової продукції. Визначаються початкові та кінцеві дати для кожного продукту.

. Основною перевагою системи «20 ключів» є її простота і зручність у використанні: вона контролюється з самого початку виробництва і витрати визначаються в режимі реального часу,

Система «20 ключів» дозволяє підприємству підвищити власну продуктивність, знизити витрати і поліпшити якість.

В результаті компанія може підвищити власну продуктивність, знизити витрати, поліпшити якість і підвищити конкурентоспроможність своєї продукції, а також мати можливість без особливих зусиль впроваджувати зміни, що призводить до стабільної системи підтримки якості та адаптивності до змін.

3.3. Оцінка рекомендацій щодо управління фінансовим станом

ПАТ «Струм»

Стратегії управління прибутком повинні базуватися на комплексному підході, що охоплює всі сфери управління. Найважливішими суб'єктами, що впливають на прибуток компанії Strum, є фінанси, маркетинг, менеджмент та постачання і збут продукції.

Облік і фінанси компанії здійснює бухгалтерія, яка готує фінансову звітність компанії, розраховує ключові показники, аналізує минулі періоди і встановлює цільові показники і коефіцієнти для діяльності компанії. Потім економічний відділ аналізує отримані дані, стан компанії в цілому та бізнес-напрямків. На основі цього аналізу визначаються майбутні плани компанії та контролюється їх виконання.

Основна рекомендація для компанії STRUM - стабілізувати стратегію управління, враховуючи всі питання, такі як прибутковість, ліквідність, фінансова стабільність та використання капіталу і боргових зобов'язань.

Прибуток є найважливішим показником діяльності підприємства, основним джерелом усіх фінансових ресурсів у ринковій економіці та основним джерелом централізованих і децентралізованих фінансових ресурсів для підприємств групи «СТРУМ». Максимізація прибутку є головною метою управління компанією, що вимагає прийняття чітких і правильних рішень у сферах структурного управління, інвестування, управління доходами і витратами та управління капіталом.

На підприємстві пропонується збільшити кількість працівників відділу маркетингу для вирішення всіх питань, пов'язаних з просуванням продукції та освоєнням нових ринків збуту, а також підвищити ефективність закупівельної діяльності.

У таблиці 3.3 наведено витрати на організацію робочого місця таких працівників, які займаються маркетинговими дослідженнями та розширенням ринків збуту.

Таблиця 3.3 - Одноразові витрати на організацію робочого місця для маркетолога за рік (у тисячах)

Затрати	Ціна
Ноутбук/ПК	10,0
МФУ	15,0
Засіб зв'язку(телефон)	4,0
Освітлення та меблі	15,0
Проф. устаткування	6,0
Канцелярські товари	5,0
Послуги інтернет-зв'язку	2,0
Витрати не за списком	5,0
Разом	62,0

Матеріал: складено автором

На утримання робочого місця одного працівника компанія витратила б 62,0 тис. грн.

Витрати на утримання маркетологів наведені в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4 - Витрати на утримання маркетологів у ПАТ «Струм»

Плата	Місяць	Рік
Зарплатня	15,0	180,0
Внески в страхову організацію	3,1	37,2
Всього	18,1	217,2

Матеріал: складено автором

Відповідно до таблиці 3.4, витрати на оплату праці працівників складають 217,2 тис. грн., з яких 180,0 тис. грн. - заробітна плата та 37,2 тис. грн. - страхові внески.

Таким чином, прийняття на роботу фахівця з маркетингу приносить компанії економічні вигоди, оскільки дозволяє одній людині керувати всією маркетинговою діяльністю та розширювати ринок збуту. Новоприйнятий працівник займатиметься бюджетними продажами через систему ProZorro.

На платформі є фахівці, які підтримують користувачів у процесі участі в тендерах. За додаткову плату можна скористатися послугами юриста.

ProZorro дозволяє бюджетним установам укладати контракти через чесну конкуренцію на платформі. Ви можете брати участь у тендерах та переглядати конкурентів, що дозволяє зібрати додаткову інформацію про позиціонування ПАТ «Струм» на ринку своєї галузі. Також є можливість брати участь у комерційних тендерах.

Було виявлено, що сайт компанії не має достатньої відвідуваності, а сам сайт не має коштів на маркетингове просування.

Необхідно створити сторінки в соціальних мережах, таких як Facebook та Instagram.

Вартість реалізації маркетингових активностей на соціальних сторінках та веб-сайті становитиме 160 000 грн за сім місяців, якщо звернутися до спеціалізованої компанії. Фахівці компанії гарантують прибуток у розмірі 480 000 грн за цей період.

Оцінимо маркетингову діяльність компанії та знайдемо термін окупності в таблиці 3.5.

Це допоможе компанії визначити доцільність впровадження можливих інновацій.

Таблиця 3.5 - Розрахунок ефективності, рентабельності та терміну окупності рекламних акцій у ПАТ «Струм»

Показник	Результат
Результат, грн.	480 000
Витрати, грн	160 000
Ефект, грн.	$480\,000 - 160\,000 = 320\,000$
Ефективність, %	$480\,000 / 160\,000 = 3,0$
Чистий дисконтований дохід (NPV)	3000,0
Індекс прибутковості (PI)	2,5
Показник вигід/витрат (BCR)	1,33
Термін окупності, років	$160\,000/480\,000 = 0,3$

Матеріал: складено автором

За розрахунками, проект окупиться за 0,3 роки, а мінімальний дохід, отриманий компанією за час реалізації проекту, становитиме 260 тис. грн, тобто на кожну витрачену гривню компанія отримає 1,33 грн.

Створення нової посади спеціаліста з просування та маркетингу компанії дозволить компанії стати сильним конкурентом на ринку послуг.

Ще один спосіб покращити роботу компанії - запровадити аутсорсинг продажів. Аутсорсинг продажів є різновидом аутсорсингу бізнес-процесів і включає в себе такі інструменти, як вихідний телемаркетинг, прийом і обробка телефонних дзвінків, прямий маркетинг, такий як електронна пошта, і CRM.

Аутсорсинг продажів - це використання зовнішніх ресурсів, послуг або співробітників для виконання окремих частин процесу продажів, таких як

Вивчення невикористаного потенціалу через вхідні або вихідні канали.

Залежно від потреб клієнта, існують наступні форми співпраці

1) Повний аутсорсинг продажів: (включаючи передачу до 90% роботи клієнта з продажу аутсорсеру)

2) Частковий аутсорсинг процесу продажів (аналіз ринку, моніторинг конкурентів, пошук клієнтів, переговори, розміщення продукту в каналі збуту).

3) Аутсорсинг, орієнтований на конкретні групи споживачів або канали збуту (формат магазину, географічне розташування, місце покупки, соціокультурні особливості тощо).

4) Аутсорсинг, орієнтований на конкретні продукти (товарні категорії).

5) Спільний аутсорсинг: сторонами угоди є партнери).

Аутсорсинг відділів продажів може допомогти компаніям розкрити невикористаний потенціал на нових ринках і подолати технологічні та трудові бар'єри. Вони також можуть заощадити час і гроші для компаній, які хочуть швидко масштабуватися без необхідності наймати штатних працівників. [31]

Крім того, деякі можливості аутсорсингу можуть допомогти компаніям вийти на нові ринки або закріпитися в нових регіонах. Там, де існують мовні та культурні бар'єри, аутсорсинг може слугувати як короткостроковим мостом, так і довгостроковим рішенням. Аутсорсинг також може бути використаний, коли є потреба в нових продуктах і послугах, які ще не вийшли на ринок.

Аналіз основних каналів збуту компанії показує, що компанія зосереджена в Харківському регіоні та прилеглих областях, тому аутсорсинг продажів допоміг би компанії вийти на нові ринки в Україні та за кордоном.

Крім того, ринок електротехнічного обладнання є дуже спеціалізованим і потребує висококваліфікованого персоналу, який знайомий з цим видом продажів і може розробляти ефективні маркетингові кампанії.

При використанні ПАТ «Струм» аутсорсингу продажів пошук і залучення нових клієнтів і бізнес-партнерів, організація і проведення переговорів, презентацій і виставок, підготовка і укладання договорів,

юридичний супровід угод з клієнтами і логістична підтримка клієнтів передаються зовнішньому підряднику, Це робиться для того, щоб зменшити кількість та витрати, необхідні для виконання цих функцій.

Передаючи частину функцій аутсорсинговій компанії, компанія зменшує загальні витрати на їх виконання. Водночас формуються інші витрати підприємства на виконання послуг аутсорсинговою компанією. [26]

Процесний підхід дозволяє порівняти питомі операційні витрати підприємства з витратами на надання допоміжних послуг аутсорсером. Якщо витрати на сервісну підтримку послуг аутсорсера нижчі, ніж витрати підприємства на виконання аналогічних функцій, то аутсорсинг є економічно доцільним.

Загальна вартість для компанії розраховується з урахуванням середньої винагороди аутсорсингової компанії за конкретні аутсорсингові завдання (190 тис. грн. на рік), як без аутсорсингу, так і з аутсорсингом.

$$ZFP1 = (ZFP0 - ZFA) + ZF, \quad (3.1)$$

де $ZFP0$ і $ZFP1$ – Загальна вартість виконання функції без аутсорсингу та з аутсорсингом.

$$ZFP1 = (190 - 100) + 150 = 240\ 000 \text{ грн.}$$

В цілому, аутсорсинг є економічно ефективним, якщо виконуються наступні умови

$$(ZFP1 + ZA) < ZFP0 \quad (3.2)$$

Для ПАТ «Струм» ці показники $190 < 240$ відповідають вимогам і є дуже економічно ефективними.

Варто також відзначити необхідність забезпечення умови «рівності ефектів сторін» [15]:

- врахування всіх вигод і втрат усіх учасників процедури аутсорсингу, а також якісних змін у відповідних сферах
- дослідження витрат і результатів за різні періоди часу та приведення їх до єдиної точки відліку;
- аналіз витрат і результатів за весь період використання аутсорсингу;
- врахування ризиків і невизначеностей, що виникають у процесі аутсорсингу, при розрахунку показників ефективності;

- багатоваріантність методів розрахунку витрат і результатів на різних етапах життєвого циклу аутсорсингу.

За необхідності розраховуються й інші показники економічної доцільності аутсорсингу.

Чиста теперішня вартість:

$$480.000:(1+0,10)-190.000=246.363,63$$

Строк окупності:

$$PI=480.000:(1+0,10):190.000=2,29$$

Згідно з розрахунками підприємство отримає дохід у перший рік в 246.363,63 грн. Та термін окупності становить 2,29 роки.

Таким чином, передаючи на аутсорсинг частину функцій ПАТ «Струм», компанія може скоротити витрати, значно збільшити обсяги продажів і підвищити свою конкурентоспроможність на ринку.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі роботи були надані рекомендації щодо управління прибутком на ПрАТ «Струм». Досліджено потенціал для покращення діяльності з управління прибутком. За допомогою карти проблем було визначено ймовірність того, що неефективне управління прибутком може призвести підприємство до банкрутства, та розглянуто можливі загрози.

На основі фінансової звітності проведено аналіз основних показників діяльності компанії «Струм». Побудовано графік динаміки основних показників прибутку та простежено стрімке погіршення у 2021 році. Перед керівництвом компанії постає проблема підвищення конкурентоспроможності підприємства. У роботі зазначено, що проблемою є недостатня маркетингова підтримка підприємств, що впливає на їхню збутову діяльність та впізнаваність на українському ринку та за кордоном. Аналіз конкурентних переваг підприємств міг би допомогти в цьому питанні. У статті представлено варіанти позиціонування підприємства з використанням системи координат. Компанія обрала напрямок розвитку - інвестиції та операційне вдосконалення, форму змін - внутрішній розвиток та тип розвитку - реінжиніринг.

Дерево цілей було використано для визначення ключових сфер для підвищення прибутковості та конкурентоспроможності компанії, а саме: виробництво, маркетинг, фінанси та людські ресурси. Наразі основною сферою інтересів компанії є маркетинг. За допомогою цього напрямку компанія зможе розширити ринок збуту та стати фінансово привабливою для інвесторів.

Розглянуто умови збільшення прибутку та рентабельності, але всі ці напрямки можуть негативно вплинути на стан підприємства та призвести до банкрутства.

Проведено оцінку ефективності пропозицій щодо вдосконалення управління прибутком. Підприємствам запропоновано два шляхи підвищення прибутку, які можуть бути паралельно впроваджені на підприємствах.

ВИСНОВКИ

Дослідження теоретичних аспектів поняття «прибуток» дозволило нам зрозуміти його сутність та дослідити різні погляди на його трактування та характеристики. Аналізуючи теоретичні аспекти прибутку, можна сказати, що прибуток є одним з найважливіших показників діяльності підприємства.

Аналіз визначень прибутку в науковій літературі показує, що найчастіше прибуток визначається як різниця між сукупним доходом і сукупними витратами. В результаті узагальнення класифікацій прибутку було визначено більш універсальну класифікацію прибутку.

Було визначено принципи, які, за умови їх правильного застосування, дозволяють компаніям отримувати якомога більше прибутку, і які необхідно знати всім менеджерам, щоб збільшити свої шанси на отримання прибутку.

Підсумовуючи Розділ 1, можна зробити висновок, що прибуток може поєднати інтереси всіх зацікавлених сторін, від працівників до держави. Оскільки прибуток призначений для задоволення потреб суспільства і споживачів та покриття витрат підприємства, підприємство має забезпечувати його накопичення та розумне використання.

За даними фінансової звітності за 2021-2023 рр. аналіз фінансового стану ПАТ «Струм» свідчить про погіршення показників рентабельності, обсягів виробництва та реалізації продукції, що призвело до зменшення чистого прибутку від реалізації. Підприємству необхідно приймати рішення щодо підвищення ефективності діяльності ПАТ «Струм», які мають бути спрямовані на розробку рекомендацій з управління прибутком, що і є метою даної роботи.

Підприємству було запропоновано два шляхи збільшення прибутку, які можуть бути одночасно впроваджені та вдосконалені в діяльності компанії.

Результат. Такою пропозицією є введення нових працівників для вирішення маркетингових проблем компанії та використання послуг компанії, що пропонує аутсорсингові послуги.

ПАТ «СТРУМ» є потужним підприємством і має значні конкурентні переваги над своїми конкурентами. Належне управління операційною діяльністю та прибутком компанії дозволяє їй досягати значного зростання як в Україні, так і за її межами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бондаренко Н. С., Тюленева Ю. В. Удосконалення управління прибутком на підприємстві. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/102586/>
2. Буханець В. В. Дослідження сучасних методологічних підходів до оцінювання капіталізації промислових підприємств. Стратегія економічного розвитку України. 2015. № 36. С. 136 – 147.
3. Бершадська І. І., Тульчинська С. О. Методи управління прибутком підприємства. Сучасні проблеми економіки і підприємництва. 2017. № 20. С.181 – 188.
4. Власенко Т. Ю. Стародубцева О. С. Прибутковість підприємства: сутність та ефективність управління/ 2018. 259 с.
5. Вишневський О. С. Загальна теорія стратегування: від парадигми до практики використання : монографія / Київ, 2018. 156 с. URL: https://iie.org.ua/wpcontent/uploads/2019/01/mono_Vishnevskiy_ukr_2018.pdf.
6. Гуменюк В. С. Теоретичні основи управління прибутком підприємств /Інфраструктура ринку. 2018. № 20. С. 51 – 55.
7. Гринів Л. В., Вачіль О. П. Методи оцінки ефективності прийняття управлінських рішень в умовах невизначеності. Прикарпатського університету. Економіка. 2015. № 11. С. 292 – 296.
8. Гончарук О.В., Бузовська Г. О. Методичні положення графоаналітичної оцінки економічного потенціалу підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. № 10. С. 302 – 307.
9. Гринюк І.В., Бандурко О.М. Теоретичні та прикладні аспекти ідентифікації ризиків діяльності нафтогазовидобувних підприємств. Економічний аналіз. 2016. т. 25. № 2. С. 63 – 78.
10. Данчук В. Д. Стрес-тестування підприємницької діяльності підприємства з використанням синергетичного методу оцінювання ризиків/ Актуальні проблеми економіки. 2015. № 9. С. 189 – 198.

11. Дашко І. М. Кадровий потенціал: сутність та фактори його розвитку. Економіка та держава. 2017. С. 65 – 68.
12. Ефективність стратегічного управління підприємствами: сучасні проблеми та перспективи їх вирішення : монографія / В. П. Мікловда та ін.; Полтава : ПУЕТ, 2013. 218 с.
13. Єпіфанова І. Ю., Гуменюк В. С. Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності / 2016. 192 с.
14. Жигалкевич Ж. М., Фісенко Е. С. Система управління прибутком як умова ефективного функціонування підприємством. Економіка і суспільство, 2016. 148 с.
15. Закон України «Про підприємства» № 1280-IV від 18.11.2003 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1280>
16. Коваленко Д. І., Бейгу В. І. Формування стратегії управління прибутковістю підприємства / Міжнародний науковий журнал, 2015. 48 с.
17. Кунаєв А. Ю., Савицька Г. В. Основні підходи до оцінювання ефективності менеджменту промислового підприємства. Науковий вісник Херсонського університету. Серія Економічні науки. 2015. № 14. Ч. II. С. 100 – 104.
18. Кобилецький В. Р. Коефіцієнт оборотності оборотних активів. Онлайнжурнал «Financial Analysis online». URL: <https://www.finalon.com/slovník-ekonomichnikh-pokaznikiv/292>
19. Кривов'язюк І.В., Пушкарчук І.М. Капіталізація як основа динамічного розвитку підприємства. Економічний форум. 2017. № 1. С. 135 – 143.
20. Куцик П. О., Головацька С. І. Оцінка ефективності контролінгу у системі управління підприємства. Економічний аналіз. 2017. т. 27. № 2. С. 145 – 155.
21. Кошельок Г. В. Методика проведення стрес-тестування ризиків грошових потоків підприємства. Приазовський економічний вісник. 2017. № 5 (05). С. 143 – 149.

22. Ковальчук С. В. Застосування сценарного підходу до впровадження маркетингових стратегій управління персоналом у діяльність машинобудівних підприємств. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2017. т. 1. С. 7 – 16.
23. Маркіна І. А., В. Л. Вороніна. Управління прибутком торговельних підприємств : монографія. Полтава: ПП «Астроя». 2018. 167 с.
24. Мартиненко В. П., Кушик І. Л. Оцінка управління процесом формування прибутковістю суб'єкта господарювання / Інфраструктура ринку, 2018. № 17. С. 163 – 168.
25. Мельник Т. Ю. Теоретичні аспекти аналітичного забезпечення контролювання розподілу прибутку підприємства / Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки. 2015. ч. II. № 12. С. 201 – 205.
26. Методичні підходи до стратегічного управління діяльністю підприємства. кол. монографія за ред. П. П. Микитюка.– Тернопіль: Економічна думка, 2017. 400 с.
27. Николишин С. Є. Прибуток підприємства та особливості управління ним. Молодий вчений. 2017. № 2 (42). С. 299 – 303.
28. Ніпіаліді О. Практика управління прибутком підприємств в умовах проциклічності економіки. Міжнародний науковий журнал. 2016. № 3. С. 19 – 30.
29. Нечаєва І. А. Савчук І. О. Оцінка ефективності менеджменту організації на прикладі машинобудівного підприємства. Молодий вчений. 2016. № 11 (38). С. 635 – 639.
30. Назарук О. М. Зміст категорії «виробничі ресурси підприємства» в економічних дослідженнях. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2016. № 6. Ч. 2. С. 116 – 118.
31. Одіжний В. О. Стратегічний підхід до управління прибутком підприємства: підручник . Глобальні та національні проблеми економіки, 2017. 874 с.

32. Побудова та експлуатація електричних мереж. Технічна політика. URL:http://mpe.kmu.gov.ua/minugol/control/uk/publish/article?art_id=227966&cat_id=104126
33. Плеханова Т. Є. Визначення факторів ризику зовнішнього середовища підприємства, що реалізує інноваційні проекти. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2017. № 24. вип. 1. С. 130 – 134.
34. Податковий Кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2755-17>.
35. Податковий кодекс України. Редакція від 13.08.2020 р.
36. Розвиток фінансового менеджменту в умовах хаотичного структурування економіки : монографія / (С. А. Кузнецова, О. В. Лебідь, В. М. Косарев та ін.); за заг. наук. ред. С. А. Кузнецової. – Дніпропетровськ : Акцент ПП, 2015. 277 с.
37. Сьомкіна Т. В. Гужавіна І. В. Методологічні засади управління прибутком торговельного підприємства. Економіка. Менеджмент. Бізнес. – 2020. № 1 (31). С. 107 – 113.
38. Стрішенець О. Аналітичні підходи до управління прибутком на підприємстві. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету ім. Л. Українки. 2018. № 2. С. 18 – 25.
39. Савіна С. С., Гиренко Ю. В. Управління прибутком в системі фінансового менеджменту підприємства. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2018. № 6 (17). С. 321 – 324.
40. Скибінська З.М. Економіка та організація виробництва: навч. Посібник К.: Знання, 2016. 299 с.
41. Скібіцький О.М. Організація бізнесу. Менеджмент підприємницької діяльності: Навчальний посібник, К.: Кондор, 2011. 896 с.
42. Тульчинська С. О., Бершадська І. І. Напрями удосконалення управління прибутком на підприємстві. 2018. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2018/6.pdf

43. Тур О.В. Категорії криза і криза підприємств та фактори їх виникнення: Наукові праці Національного університету харчових технологій. 2013. № 51. 206–214 с.
44. Тельнова. Г. Життєвий цикл підприємства і роль антикризового управління на кожному його етапі. НАН України, 2011. 113–117 с.
45. Уткін Є. А. Управління бізнесом. Аутсорсинг та розвиток компанії: 2004. № 1. URL: <http://www.itbc.ru/articles>.
46. Федулова І.В. Стратегія ризик-менеджменту. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2019. Вип. 1, № 1. 65 – 74с.
47. Фостолович В. А. Вплив невизначеності на стійкість економічних суб'єктів. Інноваційна економіка. 2013. № 7 (45). 317–320с.
48. Фурман І. В. Вектори підвищення ефективності управління прибутком підприємства. Національний вісник Національної Академії статистики, обліку та аудиту. 2017. № 3. 55 – 64с.
49. Фролова Т. А. Економіка підприємства: Конспект лекцій, 2012. 112с.
50. Хейвуд Дж. Б. Аутсорсинг: в пошуках конкурентних переваг / пер. з англ. М. : Видавництво дім «Вільямс», 2004. 176 с.
51. Хомкін К. А. Інноваційний проект. Підготовка для інвестування. 2014. 120 с.
52. Хомяков В.І. Управління потенціалом підприємства. К.: Кондор, 2018. – 400 с.
53. Цивільний кодекс України URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/435-15/page14>
54. Чистий прибуток (збиток) великих та середніх підприємств за видами економічної діяльності за січень-червень 2020 року. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>, вільний.
55. Чібісова В.І. Методи оцінки і прогнозування банкрутства підприємств. Економічні науки. 2012. Вип. 22 (2). 389 – 394с

57. Шкурко В.Є., Бізнес-планування у підприємницькій діяльності: навчальний посібник, К: Наук. ред. А. В. Гребенкин; 2016. 172 с.
58. Школа І. М. Операційний менеджмент: практикум .Чернівці.: Книги - XXI, 2004. 376 с.
59. Шевцова О. Й. Антикризове управління щодо системи фінансового менеджменту підприємства. Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка». 2013. 132-236 с.
60. Шлапак А.В. Діагностика кризи методами фінансового аналізу: Науковий вісник НЛТУ України. 2014. 319–325с.
61. Янковець Т. М. Економічна сутність бізнес-плану інноваційного проекту / Т. М. Янковець // Науковий вісник Ужгородського університету. Економіка, 2013. 473 с.

ДОДАТКИ
ДОДАТОК 1

Звітність про фінансовий стан ПрАТ «СТРУМ» за 2023 р			
Актив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи:	1000	27	455
первісна вартість	1001	323	759
накопичена амортизація	1002	296	304
Незавершені капітальні інвестиції	1005		6
Основні засоби:	1010	2346	2378
первісна вартість	1011	8662	8666
знос	1012	6316	6288
Усього за розділом I	1095	2373	2839
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	5646	7681
Виробничі запаси	1101	1630	1554
Незавершене виробництво	1102	2734	5761
Готова продукція	1103	918	
Товари	1104	364	366

Продовження додатку 1

Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	14299	1780
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	165	241
з бюджетом	1135	2132	1522
у тому числі з податку на прибуток	1136	2070	1418
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	488	464
Гроші та їх еквіваленти	1165	10044	15781
Готівка	1166	3	1
Рахунки в банках	1167	10041	15780
Витрати майбутніх періодів	1170	27	13
Інші оборотні активи	1190	200	199
Усього за розділом II	1195	33001	27681
Баланс	1300	35374	30520
Рахунки в банках	1167	10041	15780

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	5	5
Резервний капітал	1415	1	1
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	33688	29047

Усього за розділом I	1495	33694	29053
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600		
Векселі видані	1605		
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610		
за товари, роботи, послуги	1615	15	11
за розрахунками з бюджетом	1620	95	1
за розрахунками з оплати праці	1630	7	
за одержаними авансами	1635	1191	1191
Поточні забезпечення	1660	350	225
Усього за розділом III	1695	1680	1467
Баланс	1900	35374	30520

ДОДАТОК 2

Звіт про фінансові результати ПрАТ «СТРУМ» за 2023 р

ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	12567	21977
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(9314)	(15475)
Валовий: прибуток	2090	3253	6502
Інші операційні доходи	2120	3142	4192
Адміністративні витрати	2130	(5734)	(9310)
Витрати на збут	2150	(366)	(410)
Інші операційні витрати	2180	(352)	(628)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190		346
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	(57)	
Інші доходи	2240	274	278
Інші витрати	2270	(28)	(10)
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	189	614
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-40	-16
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	149	598
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	149	598

Продовження додатку 2

ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ			
Матеріальні затрати	2500	3474	10576
Витрати на оплату праці	2505	9490	11762
Відрахування на соціальні заходи	2510	1586	1454
Амортизація	2515	200	205
Інші операційні витрати	2520	2734	3971
Разом	2550	17484	27968

РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ			
Середньорічна кількість простих акцій	2600	500	500
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	500	500
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	298	1196
Скоригований чистий прибуток на одну акцію	2615	298	1196
Дивіденди на одну просту акцію	2650		

ДОДАТОК 3

Звітність про фінансовий стан ПрАТ «СТРУМ» за 2022 р			
Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи:	1000	32	27
первісна вартість	1001	323	323
накопичена амортизація	1002	291	296
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0
Основні засоби:	1010	2365	2346
первісна вартість	1011	8482	8662
знос	1012	6117	6316
Усього за розділом I	1095	2397	2373
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	3614	5646
Виробничі запаси	1101	1765	1630
Незавершене виробництво	1102	1312	2734
Готова продукція	1103	0	918

Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	10693	14299
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	125	165
з бюджетом	1135	2150	2132
у тому числі з податку на прибуток	1136	2087	2070
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	564	488

Гроші та їх еквіваленти	1165	15816	10044
Готівка	1166	2	3
Рахунки в банках	1167	15814	10041
Витрати майбутніх періодів	1170	25	27
Інші оборотні активи	1190	300	200
Усього за розділом II	1195	33287	33001
Баланс	1300	35684	35374

Пасив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	5	5
Резервний капітал	1415	1	1
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	33446	33688
Усього за розділом I	1495	33452	33694
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
за товари, роботи, послуги	1615	219	15
за розрахунками з бюджетом	1620	196	95
за розрахунками з оплати праці	1630	5	7
за одержаними авансами	1635	1796	1191
Поточні забезпечення	1660	0	350
Інші поточні зобов'язання	1690	16	22

Усього за розділом III	1695	2232	1680
Баланс	1900	35684	35374

ДОДАТОК 4

Звітність про фінансові результати ПрАТ «СТРУМ» за 2022 р			
ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	21977	30439
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(15475)	(19240)
Валовий: прибуток	2090	6502	11199
Інші операційні доходи	2120	4192	4146
Адміністративні витрати	2130	(9310)	(13717)
Витрати на збут	2150	(410)	(166)
Інші операційні витрати	2180	(628)	(1031)

Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	346	431
Інші доходи	2240	278	192
Інші витрати	2270	(10)	(12)
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	614	611
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-16	-50
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	598	561
Сукупний дохід	2465	598	561

Продовження додатку 4

ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ			
Матеріальні затрати	2500	10576	2157
Витрати на оплату праці	2505	11762	17387
Відрахування на соціальні заходи	2510	1454	2618
Амортизація	2515	205	201
Інші операційні витрати	2520	3971	6419
Разом	2550	27968	28782

РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ			
Середньорічна кількість простих акцій	2600	500	500
Скоригована середньорічна кількість простих	2605	500	500
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	1196	1122
Скоригований чистий прибуток на одну акцію	2615	1196	1122

ДОДАТОК 5

Звітність про фінансовий стан ПрАТ «СТРУМ» за 2021			
Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
Нематеріальні активи:	1000	37	32
первісна вартість	1001	328	323
накопичена амортизація	1002	291	291
Основні засоби:	1010	2229	2365
первісна вартість	1011	8289	8482
знос	1012	6060	6117
Усього за розділом I	1095	2266	2397
Запаси	1100	3102	3614
Виробничі запаси	1101	1962	1765
Незавершене виробництво	1102	453	1312
Товари	1104	687	537

Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	30763	10693
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	1282	125
з бюджетом	1135	316	2150
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	2087
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	516	564

Продовження додатку 5

Гроші та їх еквіваленти	1165	7537	15816
Готівка	1166	4	2
Рахунки в банках	1167	7533	15814
Витрати майбутніх періодів	1170	25	25
Інші оборотні активи	1190	539	300
Усього за розділом II	1195	44080	33287
Баланс	1300	46346	35684

Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	5	5
Резервний капітал	1415	1	1
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	33185	33446
Усього за розділом I	1495	33191	33452
за товари, роботи, послуги	1615	4841	219
за розрахунками з бюджетом	1620	4484	196
за у тому числі з податку на прибуток	1621	2545	0
за розрахунками з оплати праці	1630	24	5
за одержаними авансами	1635	3653	1796
Інші поточні зобов'язання	1690	153	16
Усього за розділом III	1695	13155	2232
Баланс	1900	46346	35684

ДОДАТОК 6

Звітність про фінансові результати ПрАТ «СТРУМ» за 2021 р			
ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	30439	87453
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(19240)	(62516)
Валовий: прибуток	2090	11199	24937
Інші операційні доходи	2120	4146	2548
Адміністративні витрати	2130	(13717)	(10450)
Витрати на збут	2150	(166)	(315)

СУКУПНИЙ ДОХІД			
Інші операційні*витрати	2180	(1031)	(472)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	431	16248
Інші доходи	2240	192	189
Інші витрати	2270	(12)	(19)
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	611	16418
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-50	-2549
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	561	13869
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	561	13869

ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ			
Матеріальні затрати	2500	2157	43222
Витрати на оплату праці	2505	17387	14443
Відрахування на соціальні заходи	2510	2618	2642
Амортизація	2515	201	202
Інші операційні витрати	2520	6419	4723
Разом	2550	28782	65232

РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ			
Середньорічна кількість простих акцій	2600	500	500
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	500	500
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	1122	27738
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	1122	27738