

Український державний університет залізничного транспорту

Кафедра економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом

## ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ДОХОДІВ ПІДПРИЄМСТВА

Пояснювальна записка і розрахунки  
до кваліфікаційної роботи

МРЕ.141.02.06 ПЗ

Розробила: студентка 2 курсу, групи 213-ЕП-322  
спеціальності 051 «Економіка»  
(роботу виконано самостійно, відповідно до  
принципів академічної доброчесності)

\_\_\_\_\_ Жанна УТЕМІСОВА  
(підпис)

Керівник: доцент, канд. екон. наук  
Ірина ВОЛОВЕЛЬСЬКА

Рецензент: доцент, канд. екон. наук  
Олена СЕМЕНЦОВА

2024

# Український державний університет залізничного транспорту

**Факультет економічний**

**Кафедра** економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом

**Рівень вищої освіти:** магістр

**Спеціальність:** 051 «Економіка»

**Освітня програма:** «Економіка підприємства»

## ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри,  
професор, д-р екон. наук

\_\_\_\_\_ Володимир ДИКАНЬ

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2024 р.

## ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ Утемісовій Жанні Калимжанівні

1 Тема «Шляхи підвищення доходів підприємства»

керівник Воловельська Ірина Валеріївна, канд. екон. наук, доцент

затверджені розпорядженням по економічному факультету

від «23» жовтня 2023 року № 30/23

2 Строк подання студентом закінченої роботи «02» січня 2024 року

3 Вихідні дані: Баланс (форма № 1) ВАТ «МАСК»

Звіт про фінансові результати (форма № 2) ВАТ «МАСК»

Звіт про наявність та рух основних засобів ВАТ «МАСК»

Звіт про рух грошових коштів ВАТ «МАСК»»

Науково-методична література

Статистична інформація

Періодичні видання

4 Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):

1 Теоретичні основи підвищення доходу підприємства

2 Аналіз господарської діяльності ТОВ «МАСК»

3 Економічне обґрунтування необхідності впроваджень з метою підвищення доходів підприємства

5 Перелік графічного матеріалу

1 Мета, об'єкт та предмет кваліфікаційної роботи

2 Фактори, що впливають на величину доходу, прибутку і рентабельність

3 Склад доходів підприємства

4 Аналіз ОФ підприємства

5 Аналіз показників по праці та заробітної платні

6 Аналіз операційних витрат за елементами

7 Аналіз собівартості продукції

8 Аналіз фінансових результатів підприємства

9 Матриця SWOT для підприємства

10 Зведена таблиця критеріїв по стратегіям

11 Приклад розрахунків по критеріям

12 Розрахунок витрат та доходів за 1 місяць

6 Консультанти окремих розділів

| Розділ | Прізвище, ініціали, посада<br>та науковий ступінь<br>консультанта | Підпис, дата      |                     |
|--------|-------------------------------------------------------------------|-------------------|---------------------|
|        |                                                                   | завдання<br>видав | завдання<br>прийняв |
|        |                                                                   |                   |                     |
|        |                                                                   |                   |                     |

7 Дата видачі завдання «02» жовтня 2023 року.

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

| Назва етапів                                                                                      | Строк<br>виконання<br>етапів | Примітка |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|----------|
| 1 Теоретичні основи підвищення доходу підприємства                                                | 23.10.2023                   | викон.   |
| 2 Аналіз господарської діяльності ТОВ «МАСК»                                                      | 02.11.2023                   | викон.   |
| 3 Економічне обґрунтування необхідності<br>впроваджень з метою підвищення доходів<br>підприємства | 14.11.2023                   | викон.   |
| Висновки                                                                                          | 11.12.2023                   | викон.   |
| Графічна частина                                                                                  | 25.12.2023                   | викон.   |

Студент \_\_\_\_\_ Жанна УТЕМІСОВА

Керівник \_\_\_\_\_ Ірина ВОЛОВЕЛЬСЬКА

## Зміст

|                                                                                             |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Вступ                                                                                       | 5   |
| 1 Теоретичні основи підвищення доходу підприємства                                          | 8   |
| 1.1 Джерела та класифікація доходів підприємства                                            | 8   |
| 1.2 Складові доходу підприємства                                                            | 28  |
| 1.3. Шляхи підвищення доходів підприємств                                                   | 33  |
| Висновки до розділу 1                                                                       | 42  |
| 2 Аналіз господарської діяльності ТОВ «МАСК»                                                | 45  |
| 2.1 Історія створення й розвитку підприємства ТОВ «МАСК»                                    | 45  |
| 2.2 Аналіз основних фондів підприємства                                                     | 56  |
| 2.3 Аналіз показників праці та заробітної плати                                             | 63  |
| 2.4 Аналіз операційних витрат ВАТ «МАСК»                                                    | 66  |
| 2.5 Аналіз собівартості продукції                                                           | 70  |
| 2.6. Аналіз фінансових результатів підприємства                                             | 73  |
| Висновки до розділу 2                                                                       | 75  |
| 3 Економічне обґрунтування необхідності впроваджень з метою підвищення доходів підприємства | 78  |
| 3.1 Історія виникнення «скотча»                                                             | 78  |
| 3.2 Економічне обґрунтування необхідності інноваційних впроваджень                          | 86  |
| Висновки до розділу 3                                                                       | 100 |
| Висновки                                                                                    | 103 |
| Список використаних джерел                                                                  | 105 |

|           |      |              |                    |          |                                       |           |      |        |
|-----------|------|--------------|--------------------|----------|---------------------------------------|-----------|------|--------|
|           |      |              |                    |          | МРЕ. 141.02.06 ПЗ                     |           |      |        |
|           |      |              |                    |          |                                       |           |      |        |
| Змн.      | Арк. | № докум.     | Підпис             | Дата     | Шляхи підвищення доходів підприємства | Літ.      | Арк. | Аркуші |
| Розроб.   |      | Утенісова    |                    |          |                                       |           |      |        |
| Перевір.  |      | Воловельська |                    |          |                                       |           | 4    | 110    |
| Рецензент |      |              |                    |          |                                       | УкрДУЗТ 4 |      |        |
| Н. Контр. |      | Назаренко    | <i>М.Назаренко</i> | 02.01.24 |                                       |           |      |        |
| Затверд.  |      | Дикань       |                    |          |                                       |           |      |        |

## Вступ

**Актуальність дослідження.** В сучасних умовах усі процеси застосування нових знань пов'язані з ринковими відносинами. Практика показує, що інновації спрямовані на ринок і задоволення його потреб. Головною проблемою поки залишається розірваність зв'язків між основними учасниками інноваційного процесу (розробниками і споживачами нововведень), інформаційна непрозорість і тому низька мотивація як до розробки, так і фінансування інновацій.

В останній третині ХХ століття почався перехід до нового типу виробництва. На зміну масового потокового виробництва на базі жорсткої автоматизації прийшло високоефективне, гнучке виробництво, розраховане на створення продукту високої якості. Замість жорсткої управлінської системи стала впроваджуватися "виробнича демократія" - широке участь трудящих в управлінні, прийнятті ділових рішень. В основі цих якісних змін у системі суспільного виробництва - НТП. Глибина пов'язаних з ним перетворень, широкі наслідки для національної економіки та її місця у світовому господарстві роблять життєво необхідним для кожної країни не тільки участь у цьому процесі, але і вивчення, і сприйняття міжнародного досвіду організації науково-технічного розвитку. Успіх на цьому шляху в значній мірі залежить від механізму, що з'єднує розвиток наукової ідеї, прикладну розробку на її основі і впровадження результату на виробництві в єдиний потік. Знання інноваційного механізму, його важелів, стимулів, провідних каналів має велике значення для конкурентоспроможності та стабільності вітчизняних підприємств, так і всієї країни в цілому.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, темами.** Кваліфікаційна робота виконувалася у рамках і за тематикою наукових досліджень, що проводяться на

|      |      |          |        |      |                  |      |
|------|------|----------|--------|------|------------------|------|
|      |      |          |        |      | МРЕ.141.02.06 ПЗ | Арк. |
|      |      |          |        |      |                  | 5    |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата |                  |      |

кафедрі «Економіка та управління виробничим і комерційним бізнесом» Українського державного університету залізничного транспорту.

**Мета і задачі дослідження.** Метою кваліфікаційної роботи є теоретичне обґрунтування та розробка практичних рекомендацій щодо підвищення доходів підприємства за допомогою інноваційних впроваджень.

Мета дослідження обумовила необхідність постановки і вирішення таких **завдань:**

- аналіз виробничо-фінансової діяльності ТОВ «МАСК»;
- визначення основних проблем та резервів підвищення ефективності роботи підприємства;
- аналіз сильних, слабих сторін підприємства та його можливостей та загроз, виявлення його основних ризиків;
- формування рекомендацій щодо підвищення доходів підприємства на основі впровадження інновацій та обґрунтування цього впровадження за допомогою теорії ігор;
- обґрунтування економічної доцільності реалізації запропонованих заходів в умовах діяльності підприємства.

**Об'єкт дослідження** –виробничо-господарська діяльність товариства з обмеженою відповідальністю «МАСК».

**Предмет дослідження** – теоретичні та практичні засади підвищення доходів підприємства за рахунок інноваційних впроваджень.

**Методи дослідження.** Теоретичну та методологічну основу дослідження склали системний розгляд проблем інноваційних впроваджень, сучасні теорії прийняття рішень, стратегічного вибору та теорія ігор, фундаментальні та прикладні дослідження вітчизняних та зарубіжних вчених, закони України та інші нормативні акти.

Дослідження ґрунтується на статистичних даних про стан підприємств виробництва скотчу в Україні та за кордоном, матеріалах про результати господарської діяльності таких підприємств, довідкових та інструктивних матеріалах.

**Інформаційною основою роботи** є дослідження вітчизняних та закордонних вчених в сфері проблем підвищення доходів підприємства, сучасних теорій інноваційних впроваджень, стратегічного управління та теорії ігор, статистична та довідкова інформація, періодичні видання та відомості з мережі Інтернет, які містяться у джерелах [1 – 73], наведених у списку використаних джерел, а також інформація, отримана в результаті консультування з керівником роботи, науковими, науково-педагогічними працівниками та іншими особами, яка є неопублікованими авторськими напрацюваннями (найсучасніша інформація дослідницького, інноваційного характеру), дозволена для використання автору роботи виключно при виконанні тільки цієї кваліфікаційної роботи.

**Наукова новизна** результатів дослідження полягає у використанні при обґрунтуванні необхідності інноваційного впровадження теорії ігор, завдяки якій стає можливим обґрунтований вибір основних пріоритетних напрямків діяльності підприємства на найближчу перспективу.

**Практичне значення** одержаних результатів полягає у їх використанні на підприємстві та підвищення за рахунок цього доходів підприємства.

Запропоновані рекомендації щодо використання методів обґрунтування вибору оптимального інноваційного впровадження за допомогою теорії ігор дозволяє обрати основні пріоритети у подальшій діяльності підприємства для підвищення його доходів.

**Результатами роботи** автора є розробка та обґрунтування підходів щодо вибору оптимального шляху підвищення доходів підприємства на основі теорії ігор.

Також формування практичних пропозицій щодо оцінки економічної ефективності запроваджених заходів, завдяки яким стає можливим обґрунтований вибір основних пріоритетних напрямків діяльності підприємства на найближчу перспективу.

**Публікації.** За темою роботи опубліковано 1 стаття на тему «Економічна безпека підприємства: сучасні методи управління», у збірнику наукових праць «Вісник економіки транспорту і промисловості» загальним обсягом 10 сторінок.

**Апробація результатів роботи.** Основні положення і результати кваліфікаційної роботи доповідалися на 83-й студентській науково-технічній конференції СНТК Українського державного університету залізничного транспорту (12-14 грудня 2023 р., м. Харків).

**Структура і обсяг роботи.** Робота складається з вступу, трьох розділів, висновків.

В першому розділі досліджено поняття, сутність та шляхи підвищення доходів підприємства.

У другому розділі досліджено характеристика підприємства та аналіз його господарської діяльності.

У третьому розділі наведено історію основного продукту, яке виробляє підприємство, проведено аналіз його сильних та слабих сторін, можливостей та загроз за допомогою SWOT- аналізу. Також на основі теорії ігор обрано оптимальне управлінське рішення відносно впровадження нового продукту. Та обґрунтовано економічна доцільність інноваційного впровадження для підвищення доходів підприємства.

# 1 Теоретичні основи підвищення доходу підприємства

## 1.1 Джерела та класифікація доходів підприємства

Для визначення основних напрямів пошуку резервів збільшення доходів і підвищення рентабельності необхідно визначити фактори, що впливають на них, вони класифікуються за різними ознаками. (рисунок 1.1).

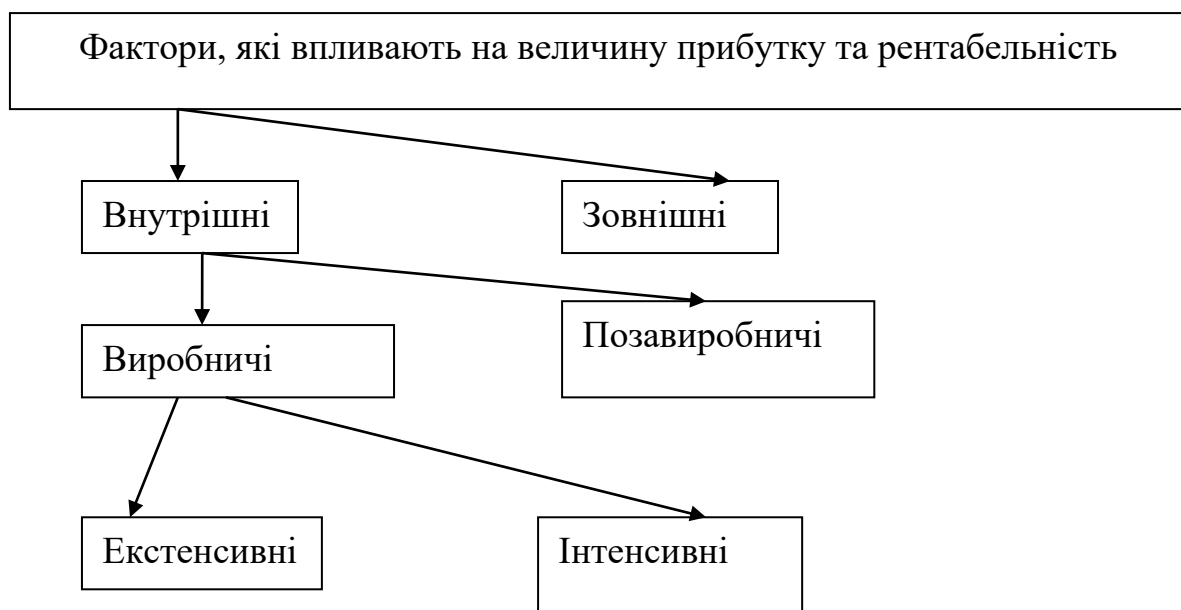


Рисунок 1.1 - Фактори, що впливають на величину прибутку і рентабельність

На дохід підприємства впливають різноманітні фактори. Їх можна об'єднати в 2 групи: позитивні і негативні [60].

Позитивні - це такі фактори, які благотворно впливають на діяльність підприємства, а негативні - навпаки.

Існує велика кількість факторів, що роблять вплив на результати діяльності підприємства. В основу класифікації факторів можуть бути покладені різні ознаки:

- за місцем виникнення розрізняють зовнішні та внутрішні чинники;

- по важливості результату - основні і другорядні;
- за часом дії - постійні і тимчасові і т.д.

На величину доходу і прибутку, їх динаміку впливають фактори, як залежні, так і не залежні від зусиль господарюючого суб'єкта.

Фактори внутрішнього середовища вивчаються і враховуються в господарській практиці, на них можна впливати в плані збільшення прибутку. Вони діють на прибутковість підприємства через збільшення обсягу випуску і реалізації продукції, поліпшення якості продукції, підвищення відпускних цін та зниження витрат виробництва і реалізації продукції. До внутрішнім чинникам ставляться [57]:

- рівень господарювання;
- обсяг виробництва;
- конкурентоспроможність продукції;
- заробітна плата;
- рівень цін на реалізовану продукцію;
- організація виробництва і праці;
- прискорення НТП.

Внутрішні фактори поділяються на виробничі і позавиробничі.

Виробничі фактори характеризують наявність і використання засобів і предметів праці, трудових і фінансових ресурсів і, в свою чергу, можуть підрозділятися на екстенсивні і інтенсивні.

Екстенсивні фактори впливають на процес отримання прибутку через кількісні зміни: обсягу засобів і предметів праці, фінансових ресурсів, часу роботи обладнання, чисельності персоналу, фонду робочого часу та ін.

Інтенсивні фактори впливають на формування і збільшення доходу і прибутку, підвищення рентабельності через "якісні" зміни: підвищення продуктивності обладнання і його якості, використання прогресивних матеріалів, удосконалення технології обробки, прискорення оборотності оборотних засобів, підвищення кваліфікації і продуктивності праці персоналу, зниження

трудомісткості і матеріаломісткості продукції, вдосконалення організації праці і більш ефективне використання фінансових ресурсів та ін

До позавиробничих факторів належать, наприклад, постачальницько-збутова і природоохоронна діяльність, соціальні умови праці і побуту та ін

При здійсненні фінансово-господарської діяльності підприємства всі перераховані вище фактори знаходяться в тісному взаємозв'язку і взаємозалежності.

"Прямий" вплив на собівартість продукції, а отже, на прибуток і рентабельність, пов'язано з тим, наскільки раціонально і економно витрачаються матеріальні ресурси-адже частка матеріальних витрат у собівартості значна і коливається від 60 до 90%.

У розвинених країнах (США, Канада, Німеччина, Франція, Італія та ін) широке поширення отримав розрахунок кінцевих результатів діяльності підприємства за допомогою методу "витрати - випуск". У відповідності з цим методом загальний результат роботи підприємства визначається шляхом підсумовування експлуатаційного та фінансового результатів. По кожному з видів діяльності витрати порівнюються з виробництвом і збутом (реалізацією), доходами і визначається кінцевий результат.

Значний вплив на доходи підприємства впливають зовнішні фактори. Вони знаходяться поза сферою впливу. До них відносяться [7]:

- рівень цін на споживані ресурси;
- конкурентне середовище;
- бар'єри входу;
- податкова система;
- державні органи управління;
- вплив природних, географічних, транспортних і технічних умов на виробництво і реалізацію продукції;
- норми амортизації;
- політичні, соціальні, культурні, релігійні та ін.

Ці фактори не залежать від діяльності підприємств, але можуть спричиняти

значний вплив на величину доходу, прибутку та рентабельність.

Загальну рентабельність підприємства необхідно розглядати як функцію ряду кількісних показників - чинників: структури і фондівіддачі основних виробничих фондів, оборотності нормованих оборотних коштів, рентабельності реалізованої продукції.

Як випливає з усього вищесказаного, об'єм реалізації і величина прибутку, рівень рентабельності залежать від виробничої, постачальницької, збутової і комерційної діяльності підприємства, тобто характеризують всі сторони господарювання. Тому основними завданнями аналізу фінансових результатів діяльності є [59]:

- систематичний контроль за виконанням планів реалізації продукції й одержанням прибутку;
- визначення впливу як об'єктивних, так і суб'єктивних факторів на обсяг реалізації продукції і фінансові результати;
- виявлення резервів збільшення обсягу виробництва та реалізації продукції і суми прибутку;
- оцінка роботи підприємства по використанню можливостей збільшення обсягу реалізації продукції, прибутку і рентабельності;
- розробка заходів по використанню резервів.

В складній ситуації, зумовленої економічною кризою, найголовнішим завданням для підприємств є знаходження шляхів підвищення прибутковості і уникнути банкрутства.

Основні шляхи підвищення доходу :

- збільшення обсягів випуску продукції;
- поліпшення якості продукції;
- продаж зайвого устаткування та іншого майна або здача його в оренду
- зниження собівартості продукції за рахунок більш раціонального використання матеріальних ресурсів, виробничих потужностей і площ, робочої сили і робочого часу;
- диверсифікація виробництва;

- розширення ринку продажу та ін.;
- поліпшення використання виробничих фондів;
- вдосконалення структури капіталу та джерел його формування;
- підвищення рівня організації виробництва і управління і ін.

Однією з найважливіших завдань при підвищенні доходів підприємства є оптимізація витрат або досягнення такого їх рівня, який забезпечить необхідний фінансовий результат за умови виконання виробничих планів підприємства. Серед існуючих інструментів оптимізації витрат основними є інструменти регулярного управління витратами, до яких відносяться планування, облік, контроль і програма заходів щодо зниження витрат.

Особливість сучасного етапу економічного розвитку полягає в тому, що інновації стають найважливішим фактором підтримання конкурентоспроможності підприємства і зростання його вартості.

Вітчизняні підприємства відчують спад інвестицій, в першу чергу в інноваційний розвиток підприємства. Спад інвестицій призводить до зниження фінансових результатів діяльності підприємств, а також до технічної та технологічної деградації. «Спостерігається так званий «російський парадокс», «... парадокс економічної динаміки останніх років полягає в тому, що струмочок ресурсів на здійснення інновацій спостерігається на тлі надлишку капіталу в національній економіці... Надлишок капіталу є у підприємницькому секторі... у держави... у населення». Цей парадокс пояснюється формуванням неефективного фінансового поведінки інвесторів» [44].

Сучасний підхід до формування фінансового механізму інноваційного розвитку промислових підприємств будується на обґрунтуванні двох моделей внутрішнього механізму відтворення активів підприємства - продуктової та відтворювальної моделі. Відтворення продуктової моделі засноване на залученні прямих інвестицій і ефективно переважно в умовах слабкої конкуренції. Відтворювальна модель виявляється у стійкому зростанні власного капіталу фірми, і ґрунтується на фінансовому механізмі, що забезпечує зростання фінансових результатів. Головним критерієм відтворювальної моделі є вартість

бізнесу. У таблиці 1.1 наведено фінансові результати за основними видами економічної діяльності [32].

Таблиця 1.1 - Склад доходів підприємства

| Вид доходів                                                      | Склад доходів підприємства                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 Доходи від реалізації товарів (робіт, послуг) та майнових прав | Доходом від реалізації для цілей цієї глави визнаються виручка від реалізації товарів (робіт, послуг) власного виробництва, так і раніше придбаних, виручка від реалізації майна (включаючи цінні папери) і майнових прав.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 2 Позареалізаційні доходи                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- від пайової участі в інших організаціях;</li> <li>- від операцій купівлі-продажу іноземної валюти; виникає, коли курс продажу (купівлі) вище (нижче) офіційного курсу іноземної валюти до гривні на дату здійснення операції;</li> <li>- у вигляді штрафів, пені та (або) інших санкцій за порушення договірних зобов'язань, а також сум відшкодування збитків;</li> <li>- від здачі майна в оренду (суборенду);</li> <li>- від надання в користування прав на результати інтелектуальної діяльності та прирівняні до них засоби індивідуалізації;</li> <li>- у вигляді відсотків, отриманих за договорами позики, кредиту, банківського рахунку;</li> <li>- у вигляді сум відновлених резервів, витрати на формування яких були прийняті в складі витрат;</li> <li>- у вигляді безоплатно отриманого майна або майнових прав;</li> <li>- у вигляді прибутку минулих років, виявлених у звітному (податковому) періоді;</li> <li>- у вигляді позитивної курсової різниці, отриманої від переоцінки майна і вимог (зобов'язань), вартість яких виражена в іноземній валюті;</li> <li>- у вигляді позитивної різниці, отриманої від переоцінки майна;</li> <li>- у вигляді вартості отриманих матеріалів або іншого майна при демонтажі або розбирання при ліквідації виведених з експлуатації основних засобів;</li> <li>- у вигляді використаних не за цільовим призначенням майна (в т.ч. грошових коштів), робіт, послуг, які отримані в рамках благодійної діяльності;</li> </ul> |
|                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- у вигляді отриманих цільових коштів, призначених для резервів з розвитку і забезпечення функціонування та безпеки атомних електростанцій, використаних не за цільовим призначенням;</li> <li>- у вигляді сум, на які у звітному (податковому) періоді сталося зменшення статутного (складеного) капіталу (фонду) організації, якщо таке зменшення здійснено з одночасною відмовою повернення вартості відповідної частини внесків акціонерам (учасникам) організації; суми кредиторської заборгованості, списані у зв'язку із закінченням строку позовної давності або з інших підстав;</li> <li>- доходи, отримані від операцій з фінансовими інструментами термінових угод;</li> <li>- вартість надлишків товарно-матеріальних цінностей, виявлених у результаті інвентаризації.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

Кінцевий продукт у своєму фізичному виразі містить не тільки речову складову, але й інтелектуальну, і вона тим більше, чим більш високі характеристики і велику споживчу вартість об'єкта.

Таким чином, без інноваційної діяльності сучасне підприємство існувати не може. Одна лише виробнича діяльність умови частоті змінюваності продукції позбавляє його економічної перспективи та призводить до банкрутства вже протягом 3-10 років.

На доході підприємства найсуттєвішим чином впливає НТП. Основою для матеріалізації НТП є капітальні вкладення. Реальні інвестиції на підприємстві в основному спрямовуються [8]:

- на реконструкцію і технічне переозброєння виробництва;
- розширення діючого підприємства; модернізацію продукції і випуск нової продукції;
- вирішення соціальних проблем;
- освоєння нових ринків збуту та ін.

Економічну ефективність використання реальних інвестицій, спрямованих на впровадження нової техніки і технологій, характеризують різні показники, що виявляють зміну доходу і прибіли.

Реконструкція і технічне переозброєння впливають на фінансові результати підприємства через обсяг реалізації, собівартість, ціну і податкові платежі.

Таким чином, прискорення НТП на підприємстві підвищує ефективність його діяльності і збільшує прибутковість підприємства.

Одним з основних шляхів підвищення прибіли є зниження собівартості продукції. Витрати на виробництво і реалізацію продукції визначають рівень і структуру її собівартості. Кількісно в структурі ціни вона займає значну питому вагу, тому зниження собівартості дуже помітно позначається на зростанні прибутку за інших рівних умов. Управління витратами виробництва та реалізації продукції з метою їх мінімізації на підприємстві є складовою частиною управління підприємством.

Для вирішення проблеми зниження витрат виробництва і реалізації

продукції на підприємстві повинна бути розроблена загальна концепція (програма), яка має щорічно коригуватися з урахуванням змінених на підприємстві обставин.

Дуже важливо для підприємства мати чіткий механізм реалізації всіх заходів, передбачених програмою по зниженню витрат (собівартості продукції). В даний час зниження собівартості має стати головною умовою зростання прибутковості і рентабельності виробництва. Справа в тому, що розвиток виробництва за рахунок економії ресурсів на даному етапі набагато дешевше, ніж розробка нових родовищ і залучення у виробництво нових ресурсів .

Не менш важливим фактором, що впливає на величину доходу підприємства, є зміна обсягу виробництва. Залежність ця за інших рівних умов прямо пропорційна

Падіння обсягу неминує спричиняє скорочення обсягу прибутку. Тому необхідно заходи щодо забезпечення зростання обсягу виробництва продукції на основі технічного його оновлення і підвищення ефективності виробництва [21].

Ефективність виробництва може підвищуватися навіть при скороченні обсягу реалізації, але це можливо лише в тому випадку, якщо якість продукції зростає більш швидкими темпами, ніж темпи зниження обсягу випуску і реалізації продукції.

Досягти підвищення якості продукції можна через підвищення технічного рівня виробництва, підвищення рівня кваліфікації персоналу, удосконалення організації виробництва і праці проведення дієвої реклами, матеріальне і моральне стимулювання персоналу за високоякісне виконання своїх обов'язків, впровадження нових, більш якісних матеріалів при виготовленні продукції і т.д. Якість продукції визначає рівень цін на підприємстві, що впливає на величину прибутку.

Для отримання більшого прибутку підприємство також може здати частину свого майна, включаючи приміщення, споруди, обладнання тощо, на оренду на більш чи менш тривалий термін. Здача майна в оренду може приймати в результаті форму оренди з викупом. В результаті підприємство отримує дохід, що

збільшує позареалізаційні доходи і валовий прибуток.

На результати фінансової діяльності підприємства великий вплив справляє продуктивності праці. Її зростання дозволяє істотно знизити витрати на виробництво і реалізацію продукції, якщо зростання продуктивності праці випереджає зростання середньої заробітної плати; більш успішно здійснювати реконструкцію і технічне переозброєння підприємства; підвищити конкурентоспроможність підприємства і продукції, забезпечити фінансову стійкість роботи, збільшити обсяг виробництва і реалізації продукції, а отже, і зростання прибутку. Таким чином, за зростанням продуктивності праці слід зростання доходів підприємства.

В результаті виробництва та реалізації товарів (послуг) формуються фінансові ресурси підприємства, що забезпечують кругообіг основного і оборотного капіталу і взаємини по завоюванню ніші ринку або виходу на світовий ринок, надалі розраховуючи на отримання доходів. При аналізі фінансової діяльності підприємства більша увага приділяється розгляду структури одержуваних доходів, а так само динаміку формування прибутку. Це пов'язано з тим, що прибуток є основним оціночним показником діяльності фірми, а так само є джерелом надходження доходів до бюджету держави, через систему оподаткування.

Найважливішим фактором, що впливає на суму всіх видів прибутку підприємства, є розмір доходів, що формуються в процесі діяльності. Операційна діяльність це основний вид діяльності підприємства, з метою здійснення якого воно створено. Характер операційної діяльності підприємства визначається специфікою сфери або галузі економіки, до якої вона належить.

Будь-яка організація створюється для збільшення капіталу її власників, поліпшення добробуту, збільшення багатства.

При цьому, в залежності від форми вкладеного капіталу, дохід є різними, наприклад, заробітна плата, що виплачується працівникові підприємства, так само кошти, отримані від здачі в оренду майна, % по кредитах і т.д.

При цьому фінансовий результат, відбивну зміна власного капіталу за

певний період в результаті виробничо - фінансової діяльності, залежить від співвідношення доходів і витрат фірми. Поняття доходів змінюється і при прийнятті визначених законодавчих та нормативних документів. Наведемо поняття доходів, з документів з бухгалтерського обліку. Доходи організації в залежності від їх характеру, умови отримання і напрямків діяльності організації підрозділяються на [9]:

- доходи від звичайних видів діяльності;
- операційні доходи;
- позареалізаційні доходи.

Дохід, як найважливіша категорія ринкових відносин виконує певні функції.

По-перше, дохід характеризує екологічний ефект, отриманий в результаті діяльності підприємства.

Її значення полягає в тому, що він відображає кінцевий фінансовий результат. Разом з тим на його величину і динаміку впливають фактори, як залежні, так і не залежні від зусиль підприємства. Практично всі сфери впливу підприємства знаходяться кон'юнктура ринку, рівень цін на споживані матеріально-сировинні і паливно-енергетичні ресурси, норми амортизаційних відрахувань.

Певною мірою залежать від підприємства такі фактори, як рівень цін на реалізацію продукції і зарплати, рівень господарювання, компетентність керівництва і менеджерів, конкурентоспроможність продукції, організація виробництва і праці його продуктивність, стан і ефективність виробничого та фінансового планування.

Перераховуються фактори впливають на дохід через обсяг реалізованої продукції і собівартість.

По-друге, прибуток має стимулюючої функцією. Її зміст полягає в тому, що вона одночасно є фінансовим результатом і основним елементом фінансових ресурсів підприємства.

Реальне забезпечення принципу самофінансування визначається отриманим прибутком. Частка чистого прибутку, що залишається в розпорядженні

підприємства після сплати податків та інших обов'язкових платежів, повинна бути достатньою для фінансування розширення виробничої діяльності, науково-технічного і соціального розвитку підприємства, матеріального заохочення працівників.

По-третє, дохід є одним з джерел формування бюджетів різних рівнів. Він надходить до бюджетів та поряд з іншими прибутковими надходженнями використовується для фінансування задоволення спільних громадських потреб, забезпечення виконання державою своїх функцій, державних інвестиційних, виробничих, науково-технічних та соціальних програм.

Доходи, відмінні від доходів від звичайних видів діяльності, вважаються іншими надходженнями. До інших надходжень відносяться також надзвичайні доходи.

Доходами від звичайних видів діяльності є виручка від продажу продукції і товарів, надходження, пов'язані з виконанням робіт, наданням послуг (далі - виручка).

В організаціях, предметом діяльності яких є надання за плату в тимчасове користування своїх товарів за договором оренди, вважаються виручкою надходження, отримання яких пов'язане з цією діяльністю (орендна плата).

Доходи, отримувані організацією від надання за плату у тимчасове користування (тимчасове володіння і користування) своїх активів, прав, що виникають з патентів на винаходи, промислові зразки та інших видів інтелектуальної власності, і від участі в статутних капіталах інших організацій. Коли це є предметом діяльності організації, також відносять до доходів від звичайних видів діяльності [28].

Операційними доходами є:

- надходження, пов'язані з наданням за плату в тимчасове користування активів організації;
- надходження, пов'язані з наданням за плату прав, що виникають з патентів на винаходи, промислові зразки та інших видів інтелектуальної власності;
- надходження, пов'язані з участю в статутних капіталах інших організацій

(включаючи відсотки та інші доходи з цінних паперів);

- прибуток, отриманий організацією в результаті спільної діяльності (за договором простого товариства);
- надходження від продажу основних засобів та інших активів, відмінних від грошових коштів (крім іноземної валюти) продукції, товарів;
- відсотки, отримані за надання в користування коштів організації, а також відсотки за використання коштів, що знаходяться на рахунку в організації цього банку.

Надзвичайними доходами вважаються: надходження, що виникають як наслідки надзвичайних обставин господарської діяльності (стихійного лиха, пожежі, аварії, націоналізації і т.п.); страхове відшкодування, вартість матеріальних цінностей, що відносяться від списання непридатних до відновлення й подальшого використання активів [13].

Чітка класифікація доходів і витрат є базою обґрунтованого визначення чистого результату діяльності за певний період. Крім цього, класифікація необхідна для:

- визначення, з якого джерела отримана основна частина доходів і прибутку звітного періоду;
- поділу виробничої собівартості продукції і невиробничих витрат, у тому числі витрат з управління та реалізації, а також витрат за фінансової діяльності;
- поділу постійних і змінних витрат в цілях управлінського і фінансового аналізу.

Для визначення джерел отримання доходів вся діяльність підприємства поділяється на:

- основну або операційну діяльність (виробництво та реалізація продукції, робіт і послуг підприємства);
- фінансову діяльність (одержання кредитів і видача їх іншим підприємствам; участь підприємства в діяльності інших компаній; операції підприємства на фінансових ринках, курсові різниці та ін.);

- надзвичайні статті (операції, що не є характерними для діяльності підприємства).

Такий поділ дуже важливо, оскільки воно дозволяє визначити, який питома вага доходів, отриманих як від основної діяльності підприємства, так і з інших джерел, особливо з таких, які взагалі не є характерними для діяльності цього підприємства і не можуть розглядатися як постійне джерело отримання його доходів.

Таким чином, в системі фінансового управління необхідно мати наступні показники:

Показники доходів і прибутку [20]:

- чиста виручка від реалізації продукції (робіт, послуг) - це валова виручка від реалізації за вирахуванням податку на додану вартість, акцизів, повернутих товарів і цінових знижок. Саме цей показник є реальною базою для подальшого розрахунку показників прибутку та оцінки рентабельності підприємства;

- валовий прибуток від реалізації - чиста виручка від реалізації за вирахуванням виробничих витрат на реалізовану продукцію. Цей показник дозволяє аналізувати ефективність виробничої діяльності підприємства;

- прибуток (збиток) від основної діяльності (операційний прибуток або операційний збиток) - валовий прибуток від реалізації за вирахуванням витрат по управлінню і витрат зі збуту. Цей показник відображає вплив витрат по управлінню і збуту на фінансовий результат від реалізації;

- прибуток від фінансової діяльності - сальдо доходів і витрат за фінансової діяльності. Цей показник необхідний для того, щоб відокремити прибуток від виробничо-господарської діяльності підприємства від таких джерел прибутку, як одержання відсотків і дивідендів підприємством, операції з іноземною валютою та ін.;

- прибуток від звичайної господарської діяльності - сума прибутків від основної господарської діяльності і прибутків від фінансової діяльності;

- надзвичайні прибутку;

- прибуток (збиток) до сплати податку. Цей показник є точкою переходу від бухгалтерського прибутку до оподаткованого прибутку.

Бухгалтерська (або звітна) прибуток - це прибуток, розрахований відповідно до вимог бухгалтерського обліку. Основна мета визначення бухгалтерського прибутку - показати ефективність діяльності підприємства за звітний період.

Бухгалтерський облік для того й існує, щоб зібрати і розібрати інформацію про доходи і витрати підприємства, а також про чистому результаті його діяльності для прийняття управлінських рішень на майбутні періоди. Після того як цієї цілі досягли отриманий результат (прибуток до сплати податку) повинен коректуватися згідно з податковим законодавством країни. Таким чином, оподатковуваний прибуток - це бухгалтерський прибуток, перерахована згідно з податковим вимогам [51]:

- чистий прибуток (чистий збиток) - прибуток після сплати податку. В умовах ринкової економіки це найважливіший показник діяльності підприємства. Саме він перебуває в центрі уваги керівників підприємства та фінансових ринків. Від його динаміки залежить саме існування підприємства, робочі місця для його працівників, виплата дивідендів у акціонерної компанії.

Поділ виробничої собівартості і загальногосподарських витрат періоду, а також витрат зі збуту необхідно, щоб оцінити, який вплив на кінцеві результати надала виробнича діяльність підприємства, а також його адміністративна і позавиробничої діяльності. Так, невисоке значення показника "Валовий прибуток від реалізації продукції" свідчить про те, що підприємству потрібно внести зміни у виробничий процес з метою підвищення його ефективності. Невисоке значення показника "Прибуток від основної діяльності" (операційний прибуток) при хорошому рівні валового прибутку від реалізації відображає проблеми підприємства в системі загальногосподарського управління виробничим процесом і збутом.

Поділ постійних і змінних витрат важливо для цілей фінансового планування. Основне завдання тут полягає в тому, щоб визначити, як повинні змінитися постійні і змінні витрати при запланованих темпів зростання обсягу

реалізованої продукції з урахуванням того, що тільки змінні витрати змінюються пропорційно зростання або падіння обсягу виробництва і реалізації.

Найкращий менеджер мало чого зможе досягти на ринку, якщо у підприємства, яким він керує, буде серйозний недолік коштів. Тому завдання залучення і максимального використання грошового капіталу - одна з ключових в наших сучасних умовах. Оскільки про залучення і використання грошових ресурсів на короткі терміни (обігових коштів) йтиметься нижче, насамперед зупинимося на грошові витрати з довгим циклом освоєння - інвестиції і капіталовкладеннях.

При створенні свого підприємства підприємець авансує майбутнє виробництво. Продукція ще не проведена і, природно не реалізована, а певні кошти та майно вже вкладені у формування виробничої структури.

Авансування здійснюється у вигляді формування статутного капіталу, майна і грошових коштів, що дозволяють приступити до реалізації проекту, що лежить в основі створюваного підприємства. Мова далі йде про розширення статутного капіталу і реалізації інвестиційних проектів [36].

Інвестиційні операції, як відомо, - операції, пов'язані з вкладенням коштів у реалізацію проектів, які будуть забезпечувати отримання фірмою вигоди протягом періоду, що перевищує один рік. В комерційній практиці розрізняють такі типи таких інвестицій:

- інвестиції в фізичні активи, які частіше називають інвестиціями у реальні активи (виробничі будівлі та споруди, а також будь-які види машин і устаткування з терміном служби більше одного року);
- інвестиції в грошові активи (депозити в банках, облігації, акції та інші права на отримання грошових сум від інших фізичних і юридичних осіб);
- інвестиції в нематеріальні (незримі) активи (цінності, придбані фірмою в результаті проведення програм перепідготовки або підвищення кваліфікації персоналу, розробки торгових знаків, придбання ліцензії тощо.).

Проблема залучення з боку інвестицій, здатних створити потужний імпульс для фінансового господарського розвитку підприємств, хвилює сьогодні більшість

вітчизняних підприємців. Інвестиції потрібні всім, проте отримує їх далеко не кожен. Для фінансування основних коштів короткостроковий банківський кредит є винятком, а не правилом, оскільки пов'язаний з ним ризик надзвичайно великий. Крім того, підприємствам доводиться враховувати умови, на яких він отримує інвестиції, так як якщо гроші отримані на не вигідних умовах, підприємство ризикує зазнати збитків, а в ряді випадків і стати банкрутом.

З точки зору одержуваної за залученими коштами віддачі для інвестора інвестиції можуть бути поділені на [45]:

- субсидії, гранти, дотації від держави, якими забезпечуються підприємства пріоритетних напрямків в економіці. Це - найкращі інвестиції для розвитку;

- грошові кошти з фіксованою сумою відсотки, які складаються з кредитів (банків, держави, підприємств, інших комерційних і некомерційних структур), облігацій (акціонерних товариств і держави), привілейованих акцій (акціонерних товариств відкритого типу). По кожному з позикових коштів виплачується певний відсоток, який встановлюється для кредиту - у договорі позики, а для облігацій і привілейованих акцій - у проспекті емісії;

- залучені кошти, на які виплачується дивіденд (дивіденди виплачуються пропорційно вкладень в статутний фонд).

При розробці інвестиційного проекту важливо раціонально вибрати форми залучення капіталу і насамперед визначити, нарощувати чи власний капітал, випускаючи цінні папери, або залучити позиковий капітал [24].

Основними формами по залученню коштів на фінансування інвестиційного проекту для збільшення власного капіталу є наступні інструменти фінансування: звичайні акції (цінні папери, які оформляють права на власний капітал компанії і тому мають особливе значення для оцінки його бухгалтерської вартості); привілейовані акції, які дають інвесторові, порівняно з звичайними акціями, певні переваги (гарантовані дивіденди, переважні права при ліквідації компанії); боргові зобов'язання з варіантами, що представляють зобов'язання компанії повернути кредитору певну суму через фіксований термін і з узгодженою премією у вигляді

процентного доходу. Проте у ряді випадків такі позики настільки ризиковані, що не допомагає навіть підвищена прибутковість.

Тоді до них додається варіант (право на покупку акцій у межах фіксованого терміну за визначеною ціною). Кредитору повинна бути повернута вся сума запозичених у нього коштів і, крім того, він може ще реалізувати свої варіанти.

В рамках боргового фінансування існує наступні основні типи кредиту:

- торговий кредит, який надається однією компанією іншій при продажу товару під обіцянку про його майбутньої оплаті;
- банківський кредит, що надається банком (або іншою фінансовою установою) підприємству (фізичній особі) з метою фінансування тимчасових потреб підприємства, зокрема, фінансування сезонних потреб підприємства;
- фінансування тимчасово збільшення кількості товарно-матеріальних запасів, для допомоги у фінансуванні тимчасово збільшеного обсягу дебіторською заборгованістю;
- фінансування сплати податків, для допомоги на покриття неординарних і досить великих витрат (наприклад, переїзд підприємства).

Короткострокові позики можуть надаватися комерційними банками, фінансовими компаніями, урядовими установами. Гроші на короткі терміни можуть бути отримані і за допомогою використання незабезпечених квитків терміном від одного до дев'яти місяців, які продаються компаніями, що мають стабільне положення і високий рейтинг.

Практикується далі інвестиційний кредит, який, як правило, являє собою довгостроковий кредит, який надається для придбання землі, будівель, споруд, устаткування та інших активів, що є за своєю природою швидше "основними", а не "поточними активами". Він може бути незабезпеченим, видаватися під заставу нерухомості, забезпечений правом арешту інших активів боржника у разі несплати боргу. Інвестиційний кредит може надаватися лізинговими компаніями, страховими компаніями, комерційними банками, ощадними банками, трастовими компаніями, освітніми та благодійними установами, пенсійними фондами, індивідуальними інвесторами, андеррайтерами - учасниками ринку, які

займаються перепродажем векселів, облігацій і заставних, а також урядовими установами.

Особистий споживчий кредит (надається) торговцем, банком, фінансовою компанією окремій особі (наприклад, для покупки їм будь-якого товару по окремому рахунку в магазинах і при продажу товарів тривалого користування, наприклад, автомобілів або побутової техніки).

Застосовується також державний кредит, одержуваний різними урядовими установами для виконання ними своїх обов'язків. Одержувачем позики виступають органи влади, урядові установи.

Центральний питання для менеджера, отримує кредит - у розрахунку максимальної процентної ставки, за якою кредит залишається для нього ефективним. Найбільш істотну роль серед названих вище джерел фінансування, за ступенем зменшення їх частки в інвестиційних операціях, грають розширення акціонерного капіталу, позики, випуск облігацій. Отже, збільшення акціонерного капіталу є основною формою залучення коштів для розвитку компаній в умовах ринкової економіки [45].

Якщо вкладення в підприємство здійснюється з одержуваної в ході виробництва прибутку, то такі вкладення приймають форму реінвестування.

Авансування виробництва - процес формування статутного (тобто первісного) капіталу, інвестування виробництва - додаткові вкладення до статутного капіталу, реінвестування - це додаткові вкладення, здійснювані з прибутку, одержуваного від виробництва товарів та їх подальшою реалізації.

Вартість авансованого капіталу постійно зберігається в незмінному розмірі за рахунок адекватної компенсації його зносу, тобто за рахунок адекватної компенсації його зносу, тобто за рахунок амортизації капіталу. Процес амортизації - це триєдиний процес:

- списання зносу, тобто зменшення вартості використовуваного капіталу;
- включення повної величини списання в ціну товару, який виробляється з допомогою даного обладнання і призначений для реалізації;

- зарахування величини внеску, включеної в ціну товару, на амортизаційний рахунок для збереження величини капіталу на колишньому рівні.

- розмір цього амортизаційного рахунку повинен бути еквівалентний сумі вкладень або авансового капіталу.

Знецінення авансованого капіталу не відбувається, оскільки знос компенсується амортизацією.

Однак така ситуація характерна лише для функціонуючого капіталу, тобто залученого в процес виробництва. Капітал, який авансований, але не залучений у процес виробництва, знецінюється.

Під ліквідністю розуміється оборотність капіталу в грошову форму у разі виникнення такої необхідності (наприклад, для погашення боргів). Поняття "неліквід", яке існує в середовищі російських ділових людей, означає, що якась вартість не може бути звернена в гроші (наприклад, неякісний товар, який не вдається продати) [25].

Неліквідні кошти, зрештою, доводиться списувати за рахунок прибутку, що знижує ефективність виробництва, чим, природно, не зацікавлений ні один менеджер. У цьому сенсі самим ліквідним засобом є самі гроші.

По своєму функціональному призначенню капітал, як відомо, підрозділяється на два великих складових елемента - капітал основний й оборотний капітал.

Кошти, вкладені в основний капітал, відшкодовуються поступово, частинами, протягом досить тривалого періоду часу.

Причому стосовно кожного елемента основного капіталу період повернення вкладених коштів буде різний (залежно від нормативного терміну його використання).

Низькі значення коефіцієнта поточної ліквідності можуть свідчити не про фінансовий нездоров'я і неплатоспроможності, а про динамічний розвиток підприємства, бурхливому нарощуванні обігу та швидке освоєння ринку.

## 1.2 Складові доходу підприємства

Функціонування підприємства супроводжується безперервним кругообігом коштів, який здійснюється у формах витрат ресурсів і одержання доходів, їх розподілу і використання. При цьому визначаються джерела коштів, напрямки та форми фінансування, оптимізується структура капіталу, проводяться розрахунки з постачальниками матеріально-технічних ресурсів, покупцями продукції, державними органами, персоналом підприємства.

Усі ці грошові відносини становлять зміст фінансової діяльності підприємства [51].

Основні завдання фінансової діяльності такі:

- вибір оптимальних форм фінансування, структури капіталу підприємства і напрямків його використання. З метою стабільно високої прибутковості;
- балансування в часі надходжень і витрат платіжних засобів;
- підтримання належності ліквідності та своєчасності розрахунків.

Головний зміст фінансової діяльності підприємства полягає в належному забезпеченні фінансування. Відповідно до джерел фінансування поділяється на:

- внутрішнє - здійснюється за рахунок коштів підприємства:
  - а) прибуток;
  - б) амортизаційні відрахування;
  - в) виручка від продажу майна;
  - г) виручка від здачі майна в оренду.
- зовнішнє - використовує кошти не пов'язані з діяльністю підприємства:
  - а) внески власників у статутний фонд;
  - б) кредит;
  - в) зобов'язання боржників;
  - г) державні субсидії.

Фінансування ділиться на фінансування:

- за рахунок залучених коштів - це такі кошти, які необхідно повернути,

тобто кредит, або боргові зобов'язання;

- за рахунок власних коштів - це кошти від діяльності підприємства або внески власників.

Головними показниками, які відображають фінансові результати діяльності підприємства є дохід і прибуток. Ці показники є вирішальними для підприємства тому, що відображають мету його діяльності, а також цікавлять інвесторів, кредиторів, фінансові органи, податкову службу, фондові біржі.

Основний показник є прибуток, який іноді замінюють показником доходу.

Доход підприємства - це більш загальний показник і прибуток входить до величини доходу.

Доход досить поширений показник серед економічних показників. Зміст його не є однозначним. Часто цим поняттям позначають загальну виручку чи суму грошових надходжень підприємства або окремої особи, існує поняття національний дохід, дохід сім'ї і т.д.

У сфері підприємницької діяльності визнано, що дохід - це виручка від підприємницької діяльності за вирахуванням матеріальних і прирівняних витрат.

Дохід - це загальна сума коштів, яка поступає підприємству за певний період і за вирахуванням податків може бути використана на інвестування і споживання.

Загальна величина доходу підприємства включає дохід від [9]:

- реалізації продукції, робіт, послуг;
- реалізації матеріальних цінностей і майна;
- позареалізаційних операцій (пайова участь у спільних підприємствах, здача майна в оренду, цінних паперів, товарного кредиту, надходжень від економічних санкцій).

Доход від реалізації продукції обчислюється як різниця між виручкою і матеріальними і прирівняними до них витратами. При цьому не враховується податок на додану вартість і акцизний збір. Прирівняні витрати до матеріальних - це амортизація основних фондів, відрахування на соціальні потреби, платежі та виплати, які об'єднуються у кошторисі виробництва під назвою «Інші витрати».

Таким чином до матеріальних і прирівняних витрат належать всі витрати

крім зарплати.

Доход від реалізації матеріальних цінностей і майна - це різниця між ціною їх продажу і матеріальними витратами на придбання і реалізацію, відповідно доходу від реалізації основних фондів - різниця між виручкою від продажу, залишковою вартістю і матеріальними витратами на демонтаж і реалізацію.

На підприємствах для яких доход є об'єктом оподаткування після вирахування податку він поділяється на фонди споживання, інвестиційний і страховий. Фонд споживання використовується на оплату праці персоналу підприємства (фонд зарплати) і виплату за підсумком роботи за певний період за частку в статутному фонді (дивіденд), матеріальну допомогу [20].

Прибуток - це та частина виручки, що залишається після відшкодування усіх витрат на виробничу і комерційну діяльність підприємства. Прибуток є основним фінансовим джерелом розвитку підприємства, науково-технічного удосконалення його матеріальної бази і продукції всіх форм інвестування. Він служить джерелом сплати податків. Вся діяльність підприємства спрямована на те, щоб забезпечити зростання його величини або принаймні стабілізувати її на певному рівні.

Прибутковість та дохідність підприємства є одним з найголовніших показників, що відображають фінансовий стан підприємства. Вони визначають мету підприємницької діяльності. Основний результат діяльності підприємства визначається за допомогою показників, які діляться на: абсолютні та відносні.

Абсолютний показник - це прибуток підприємства; відносний показник - це рентабельність підприємства.

Іноді прибуток ототожнюють з поняттям доход. Але це ототожнення неправильне.

Дохід широко використовується у загальному, економічному та побутовому рівні. Можна говорити про національний дохід держави, дохід громадян, дохідність підприємства. Досить часто цим поняттям визначають загальну суму грошових надходжень підприємства від реалізованої продукції, виконаних робіт або послуг.

Разом з тим визначається як різниця між виручкою, отриманою від

підприємницької діяльності та матеріальними і прирівняними витратами. Таке тлумачення підпадає під загальнодержавне, макроекономічне тлумачення.

Прибуток є основне джерело розвитку підприємства, науково-технічного вдосконалення його матеріальної бази і продукції, всіх форм інвестування. Прибуток як важлива категорія ринкових відносин визначає такі функції [36]:

–характеризує економічний ефект - вона служить кінцевим фінансовим результатом. Разом з тим на величину прибутку, його динаміку, які залежать і не залежать від підприємства. Практично поза межами підприємства знаходяться кон'юнктура ринку, рівень ціни на матеріально-сировинні і паливно-енергетичні ресурси, норми амортизації. Від підприємства залежить рівень цін на реалізовану продукцію, зарплату, рівень господарювання, компетентність керівників, конкурентоспроможність продукції, організація виробництва і праці, продуктивність праці, фінансове планування;

–прибуток відіграє стимулюючу функцію - він одночасно є фінансовим результатом і основним елементом фінансових ресурсів підприємства. Самофінансування визначається отриманим прибутком. Доля чистого прибутку має бути достатньою для фінансування виробничої діяльності соціального розвитку колективу і матеріального стимулювання;

–прибуток джерело формування бюджетів різних рівнів. Він поступає в бюджет у виді додатків і використовується для фінансування державних, інвестиційних, виробничих, науково-технічних і соціальних програм.

Прибуток - це та частина виручки, що залишається після відшкодування всіх витрат на виробничу і комерційну діяльність підприємства. Він характеризує перевищення надходжень над витратами, характеризує мету підприємницької діяльності і береться як головний показник результативності підприємства.

Існує декілька видів прибутку:

- загальний - це весь прибуток від усіх видів діяльності, до його оподаткування розподілу. Інакше - це балансовий прибуток.

- прибуток після оподаткування - це прибуток, що реально поступає в розпорядження підприємства. Це є чистий прибуток.

У зарубіжній практиці існує поняття валовий прибуток - це різниця між виручкою та виробничими витратами. Це поняття включає прибуток і невиробничі (адміністративні, комерційні) витрати.

- операційний прибуток - це чистий прибуток і дорівнює валовому прибутку за виключенням невиробничих витрат.

- маржинальний прибуток - обсяг виручки від продажу продукції за мінусом змінних витрат. Отже, це валовий прибуток, коли калькування ведеться тільки за змінними витратами.

Прибуток підприємств формується за рахунок таких джерел:

- продаж (реалізація) продукції
- продаж іншого майна
- позареалізаційні операції.

Прибуток від продажу продукції є основним складником загального прибутку. Це прибуток від операційної діяльності, яка відображає місію і профіль підприємства. Він обчислюється як різниця між виручкою та її повною собівартістю (без урахування ПДВ і акцизного збору) [57].

У разі калькування за неповними витратами ту частину витрат, що її не включено в собівартість продукції, відносять на певний період і прибуток обчислюється: як різниця між виручкою та собівартість реалізованої продукції на неповними витратами і витратами, що не включені в собівартість, а віднесено на певний період. Це так званий прямий метод обчислення прибутку.

Існує ще аналітичний метод обчислення, за яким прогнозований прибуток визначається коригуванням його фактичної (базової) величини. З урахування впливу певних чинників у плановому періоді. Чинниками може служити зміна обсягів виробництва та продажу, собівартість продукції і цін.

Прибуток від продажу майна включає прибуток від продажу основних фондів, нематеріальних активів, цінних паперів. Його розраховують як різницю між ціною продажу та балансовою (залишковою) вартістю об'єкта, який продається з урахуванням витрат на продаж-демонтаж, транспортування, оплата агентських служб.

Прибуток від позареалізаційних операцій - це прибуток від пайової участі у спільних підприємствах, здаванням майна в оренду, дивіденди на цінні папери, дохід від володіння борговими зобов'язаннями, надходження від економічних санкцій і обчислюється як різниця між доходами, отриманими внаслідок виконання цих операцій і витратами на їх виконання.

Обчислення величини загального прибутку має важливе значення для аналізу та господарської діяльності, тому що прибуток є об'єкт оподаткування. Оподаткований прибуток обчислюється Згідно із Законом України "Про оподаткування прибутку"

У фінансовій політиці підприємства важливе місце займає розподіл і використання одержуваного прибутку як основного джерела фінансування інвестиційних потреб і задоволення економічних інтересів власників.

Із загального прибутку сплачується податок згідно чинного законодавства. Прибуток, що залишається після оподаткування - чистий прибуток та використовується згідно зі статутом підприємства і ділиться на 2 частини [13]:

- прибуток, що спрямовується за межі підприємства у вигляді виплат власникам підприємства, персоналу, як заохочувальний засіб, на соціальну підтримку, благодійність;

- прибуток, що залишається в розпорядженні підприємства і є фінансовим джерелом його розвитку і спрямовується на розвиток виробництва та інвестиційну діяльність та резервний фонд на компенсацію непередбачених відхилень.

### 1.3 Шляхи підвищення доходів підприємств

Насамперед, прибуток потрібно розглянути як економічну категорію, що виражає певні виробничі економічні відносини з приводу формування і використання сукупного національного продукту (ВВП), вартості і прибавочну

вартість (додаткового продукту). У реальному економічному житті прибуток може приймати форму коштів, матеріальних цінностей, фондів, ресурсів і вигод.

Конкретні форми прояву прибутку тісно пов'язані з національним регулюванням економіки. При вивченні питання слід звернути увагу на те, що в даний час використовується кілька понять прибутку: бухгалтерська валовий прибуток до оподаткування, чистий і т. д.

Розглядаючи прибуток як економічну категорію, необхідно виділити виконувані нею функції [60].

В сучасній економічній науці не склалося єдиної думки, що відносити до функцій прибутку. Як правило, виділяють дві основні функції прибутку - вимірювач (захід) ефективності суспільного виробництва і стимулююча функція.

Функція прибутку як заходи ефективності виробництва полягає в тому, що саме прибуток і рентабельність є основними показниками успішної діяльності підприємства і зумовлюють прийняття таких рішень, як вихід фірми на нові ринки збуту, вплив капіталу з одних галузей в інші тощо.

Стимулююча функція прибутку зумовлена тим, що прибуток дозволяє не тільки отримувати особистий дохід акціонерам компанії, пов'язаний з виплатою дивідендів, але і створює можливості для нарощування капіталу, а відповідно і збільшення обсягу виробництва, зростання сегмента ринку, на якому діє фірма, можливість виходу на нові ринки збуту, що в свою чергу призводить до збільшення робочих місць, збільшення податкових надходжень до бюджету.

Розрізняють прибуток бухгалтерську і чисту економічну прибуток. Як правило, під економічної прибутком - розуміється різниця між загальною виручкою і зовнішніми і внутрішніми витратами.

У число внутрішніх витрат включають при цьому і нормальну прибуток підприємця. (Нормальна прибуток підприємця - це мінімальна плата, необхідна, щоб утримати підприємницький хист.)

Прибуток, який визначається на підставі даних бухгалтерського обліку, являє собою різницю між доходами від різних видів діяльності та зовнішніми витратами.

В даний час в бухгалтерському обліку виділяють п'ять видів (етапів) прибутку: валовий прибуток (збиток) від продажу, прибуток (збиток) до оподаткування прибуток (збиток) від звичайної діяльності, чистий прибуток (нерозподілений прибуток (збиток) звітного періоду).

Валовий прибуток визначається як різниця між виручкою від продажу товарів, продукції, робіт, послуг (за мінусом ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів) і собівартістю проданих товарів, продукції, робіт і послуг. Виручку від реалізації товарів, продукції, робіт і послуг називають доходами від звичайних видів діяльності. Витрати на виробництво товарів, продукції, робіт і послуг вважають витратами по звичайних видах діяльності.

Прибуток (збиток) від продажу являє собою валовий прибуток за вирахуванням управлінських і комерційних витрат.

Прибуток (збиток) до оподаткування - це прибуток від продажів з урахуванням інших доходів і витрат, які поділяються на операційні та позареалізаційні.

У число операційних доходів включають надходження, пов'язані з наданням за плату в тимчасове користування активів організації; надходження, пов'язані з наданням за плату прав, що виникають з патентів на винаходи, промислові зразки та інших видів інтелектуальної власності; надходження, пов'язані з участю в статутних капіталах інших організацій (включаючи відсотки та інші доходи з цінних паперів); надходження від продажу основних засобів та інших активів, відмінних від грошових коштів (крім іноземної валюти), продукції, товарів; відсотки, отримані за надання в користування коштів організації, а також відсотки за використання банком грошових коштів, що знаходяться на рахунку організації в цьому банку [18].

Операційні витрати - це витрати, пов'язані з наданням за плату в тимчасове користування (тимчасове володіння і користування) активів організації; витрати, пов'язані з наданням за плату прав, що виникають з патентів на винаходи, промислові зразки та інших видів інтелектуальної власності; витрати, пов'язані з участю в статутних капіталах інших організацій; відсотки, які сплачуються

організацією за надання їй у користування грошових коштів (кредитів, позик); витрати, пов'язані з продажем, вибуттям та іншим списанням основних засобів та інших активів, відмінних від грошових коштів (крім іноземної валюти), товарів, продукції; витрати, пов'язані з оплатою послуг, що надаються кредитними організаціями.

Позареалізаційними доходами є штрафи, пені, неустойки за порушення умов договорів; активи, отримані безоплатно, у тому числі за договором дарування; надходження до відшкодування заподіяних організацією збитків; прибуток минулих років, виявлена у звітному році; суми кредиторської і депонентської заборгованості, за якими минув строк позовної давності; курсові різниці; сума дооцінки активів (за винятком необоротних активів).

До позареалізаційними витратами відносять штрафи, пені, неустойки за порушення умов договорів; відшкодування заподіяних організацією збитків; збитки минулих років, визнані у звітному році; суми дебіторської заборгованості, за якою минув строк позовної давності, інших боргів, нереальних для стягнення; курсові різниці; сума уцінки активів (за винятком необоротних активів).

На кожному підприємстві повинні передбачатися планові заходи щодо збільшення прибутку [36].

У загальному плані ці заходи можуть бути наступного характеру:

- збільшення випуску продукції;
- поліпшення якості продукції;
- продаж надлишкового обладнання та іншого майна або здача в оренду;
- зниження собівартості продукції за рахунок раціонального використання матеріальних ресурсів, виробничих потужностей і площ, робочої сили і робочого часу;
- диверсифікація виробництва;
- розширення ринку збуту та ін.;
- раціональне витрачання економічних ресурсів;
- зниження витрат на виробництво; підвищення продуктивності праці;

- ліквідація невиробничих витрат і втрат;
- підвищення технічного рівня виробництва.

В умовах ринкової економіки значення прибутку велике. Прагнення до її отримання орієнтує товаровиробників на збільшення обсягу виробництва продукції, потрібної споживачеві, зниження витрат на виробництво. При розвиненою конкуренції цим досягається не тільки мета підприємництва, але і задоволення суспільних потреб. Однак, економічна нестабільність, монопольне становище товаровиробників спотворюють формування прибутку як чистого доходу, призводять до прагнення отримання доходів, головним чином, в результаті підвищення цін.

Незважаючи на те, що прибуток є найважливішим економічним показником діяльності підприємства, вона не характеризує ефективність його роботи. Для визначення ефективності роботи підприємства необхідно зіставити результати (в даному випадку прибуток) з витратами або ресурсами, які забезпечили ці результати.

В умовах ринкових відносин підприємство має прагнути якщо не до отримання максимального прибутку, то, принаймні, до того обсягом прибутку, який дозволяв би йому не тільки міцно утримувати свої позиції на ринку збуту своїх товарів і надання послуг, але і забезпечувати динамічний розвиток його виробництва в умовах конкуренції. У кінцевому підсумку це передбачає знання джерел формування прибутку і знаходження методів за краще їх використання.

Як свідчить світова практика, є три основні джерела отримання прибутку: перший джерело утворюється за рахунок монопольного становища підприємства по випуску тієї або іншої продукції або (і) унікальність продукту. Підтримка цього джерела на відносно високому рівні передбачає оновлення продукту. Тут слід враховувати такі які протидіють сили, як антимонопольна політика держави і зростаюча конкуренція з боку інших підприємств.

Друге джерело пов'язаний безпосередньо з виробничої і підприємницькою діяльністю. Практично він стосується всіх підприємств. Ефективність його використання залежить від знання кон'юнктури ринку і вміння адаптувати

розвиток виробництва під цю постійно змінюється кон'юнктуру. Тут все зводиться до проведення відповідного маркетингу. Величина прибутку в даному випадку залежить, по-перше, від правильності вибору виробничої спрямованості підприємства по випуску продукції (вибір продуктів, які користуються стабільним і високим опитуванням); по-друге, від створення конкурентоспроможних умов продажу своїх товарів і надання послуг (ціна, терміни постачання, обслуговування покупців; післяпродажне обслуговування); по-третє, від обсягів виробництва (чим більше обсяг виробництва, тим більше маса прибутку); по-четверте, від структури зниження витрат виробництва.

Третє джерело виникає з інноваційної діяльності підприємства. Його використання припускає постійної оновлення продукції, забезпечення її конкурентоспроможності, зростання обсягів реалізації та збільшення маси прибутку.

Розглядаючи прибуток як економічну категорію, ми говоримо про неї абстрактно. Але при плануванні та оцінці господарської і фінансової діяльності підприємства, розподіл прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства, використовуються конкретні показники. Ємним інформативним показником є балансовий прибуток.

На кожному підприємстві повинні передбачатися планові заходи щодо збільшення прибутку. У загальному плані ці заходи можуть бути наступного характеру:

- збільшення випуску продукції;
- поліпшення якості продукції;
- продаж надлишкового обладнання та іншого майна або здача в оренду;
- зниження собівартості продукції за рахунок раціонального використання матеріальних ресурсів; виробничих потужностей і площ; робочої сили і робочого часу;
- диверсифікація виробництва;
- розширення ринку збуту та ін.

З цього переліку заходів випливає, що вони тісно пов'язані з іншими заходами на підприємстві, спрямованими на зниження витрат виробництва, поліпшення якості продукції та використання факторів виробництва.

В умовах вільної конкуренції ціна продукції, виробленої підприємствами, фірмами вирівнюється автоматично. На неї впливають закони ринкового ціноутворення. В той же час кожен підприємець прагне до отримання виробництва продукції, просування її на незаповнені ринки та ін., невблаганно висувається проблема зниження витрат на виробництво і реалізацію цієї продукції, зниження витрат виробництва.

У традиційному поданні найважливішими шляхами зниження витрат є економія всіх видів ресурсів, споживаних у виробництві: трудових і матеріальних.

Так, значну частку в структурі витрат виробництва займає оплата праці. Тому актуальною є задача зниження трудомісткості продукції, зростання продуктивності праці, скорочення чисельності адміністративно-обслуговуючого персоналу.

Зниження трудомісткості продукції, зростання продуктивності праці можна досягти різними способами. Найбільш важливі з них - механізація та автоматизація виробництва, розробка і застосування прогресивних, високопродуктивних технологій, заміна і модернізація застарілого обладнання. Однак деякі заходи щодо вдосконалення вживаної техніки і технології не дадуть належної віддачі без поліпшення організації виробництва і праці. Нерідко підприємства (фірми) набувають або беруть в оренду дороге обладнання, не підготувавшись до його використання. В результаті коефіцієнт використання такого обладнання дуже низький. Витрачені на придбання кошти не приносять очікуваного результату.

Важливе значення для підвищення продуктивності праці має належна його організація: підготовка робочого місця, повна його завантаження, застосування передових методів і прийомів праці та ін.

Матеріальні ресурси займають до 3/5 у структурі витрат на виробництво продукції. Звідси зрозуміло значення економії цих ресурсів, раціонального їх

використання. На перший план тут виступає застосування ресурсозберігаючих технологічних процесів. Важливим є підвищення вимогливості і повсюдне застосування вхідного контролю за якістю що надходять від постачальників сировини і матеріалів, комплектуючих виробів і напівфабрикатів.

Скорочення витрат по амортизації основних виробничих фондів можна досягти шляхом кращого використання цих фондів, максимальної їх завантаження [45].

На закордонних підприємствах розглядаються також такі фактори зниження витрат на виробництво продукції, як визначення і дотримання оптимальної величини партії закупаваних матеріалів, оптимальної величини серії запуску у виробництво продукції, рішення питання про те, виробляти самим або купувати у інших виробників окремі компоненти або комплектуючі вироби.

Відомо, що чим більше партія закупівлі сировини, матеріалів, тим більше величина середньорічного запасу і більше розмір витрат, пов'язаних зі складанням цієї сировини, матеріалів (орендна плата за складські приміщення, втрати при тривалому зберіганні, втрати, пов'язані з інфляцією та ін.). Разом з тим придбання сировини і матеріалів великими партіями має свої переваги. Знижуються витрати, пов'язані з розміщенням замовлення на товари, з прийняттям цих товарів, контролем за проходженням рахунків та ін. Таким чином, постає задача визначення оптимальної величини закупаваних сировини і матеріалів.

При виробництві продукції значним числом дрібних серій витрати зі складування готової продукції будуть мінімальними. Однак зростуть витрати на підготовку виробництва.

У поєднанні з традиційними шляхами зниження витрат на виробництво продукції знов що виникли фактори дозволять в комплексі довести величину витрат виробництва до оптимального рівня.

Проблема беззбиткового функціонування, розширеного відтворення, з одного боку, збитковості та банкрутства - з іншого, багатьох вітчизняних компаній, банків, підприємств різних галузей господарства і сфер діяльності є як не можна більш актуальною. Тільки зростання прибутку, нововведення

забезпечують фінансову основу самофінансування ринкової діяльності фірми, її здійснення розширеного відтворення.

Завдяки прибутку виконуються зобов'язання підприємства перед бюджетом, банками, іншими підприємствами та організаціями.

Показники рентабельності і прибутковості мають загальну економічну характеристику, вони відображають кінцеву ефективність роботи підприємства й продукції, що їм продукції. Головним з показників рівня рентабельності є відношення загальної суми прибутку до виробничих фондів.

Існує багато факторів, що визначають величину прибутку і рівень рентабельності. Ці фактори можна підрозділити на внутрішні і зовнішні. Зовнішні - це фактори, що не залежать від зусиль цього колективу, наприклад, зміна цін на матеріали, продукцію, тарифів перевезення, норм амортизації і т.д. Такі заходи проводяться в загальному масштабі і сильно впливають на узагальнюючі показники виробничо-господарської діяльності підприємств.

Структурні зрушення в асортименті продукції істотно впливають на величину реалізованої продукції, собівартість і рентабельність виробництва. Завдання економічного аналізу - виявити вплив зовнішніх факторів, визначити суму прибутку, отриману в результаті дії основних внутрішніх факторів, що відображають трудові вкладення працівників та ефективність використання виробничих ресурсів.

Показники рентабельності (прибутковості) є загальноекономічних. Вони відображають кінцевий фінансовий результат і відображаються в бухгалтерському балансі і звітності про прибутки й збитки, про реалізації, про прибутку й рентабельності.

Рентабельність можна розглядати як результат впливу техніко – економічних факторів, а значить як об'єкти техніко-економічного аналізу, основна мета якого виявити кількісну залежність кінцевих фінансових результатів виробничо-господарської діяльності від основних техніко – економічних факторів.

Рентабельність є результатом виробничого процесу, вона формується під впливом факторів, пов'язаних з підвищенням ефективності оборотних коштів,

зниженням собівартості і підвищенням рентабельності продукції та окремих виробів.

Загальну рентабельність підприємства необхідно розглядати як функцію ряду кількісних показників - факторів: структури і фондівдачі Основних виробничих фондів, оборотності нормованих оборотних коштів, рентабельність реалізованої продукції [36].

Балансова (загальна) прибуток - це кінцевий фінансовий результат виробничо - фінансової діяльності. Замість загального прибутку у підприємства може утворитися загальний збиток, і таке підприємство перейде в категорію збиткових.

Загальна прибуток (збиток) складається з прибутку (збитку) від реалізації продукції, робіт і послуг; позареалізаційних прибутків і збитків. Під рентабельністю підприємства розуміється його здатність до приросту вкладеного капіталу.

## Висновки до розділу 1

На дохід підприємства впливають різноманітні фактори. Їх можна об'єднати у дві групи: позитивні і негативні.

Позитивні - це такі фактори, які благотворно впливають на діяльність підприємства, а негативні - навпаки.

Існує велика кількість факторів, що роблять вплив на результати діяльності підприємства. В основу класифікації факторів можуть бути покладені різні ознаки: за місцем виникнення розрізняють зовнішні та внутрішні чинники; по важливості результату - основні і другорядні; за часом дії - постійні і тимчасові і т.д.

На величину доходу і прибутку, їх динаміку впливають фактори, як залежні, так і не залежні від зусиль господарюючого суб'єкта.

Фактори внутрішнього середовища вивчаються і враховуються в господарській практиці, на них можна впливати в плані збільшення прибутку. Вони діють на прибутковість підприємства через збільшення обсягу випуску і реалізації продукції, поліпшення якості продукції, підвищення відпускних цін та зниження витрат виробництва і реалізації продукції.

Внутрішні фактори поділяються на виробничі і позавиробничі. Виробничі фактори характеризують наявність і використання засобів і предметів праці, трудових і фінансових ресурсів і, в свою чергу, можуть підрозділятися на екстенсивні і інтенсивні.

Екстенсивні фактори впливають на процес отримання прибутку через кількісні зміни: обсягу засобів і предметів праці, фінансових ресурсів, часу роботи обладнання, чисельності персоналу, фонду робочого часу і ін

Інтенсивні фактори впливають на формування і збільшення доходу і прибутку, підвищення рентабельності через "якісні" зміни: підвищення продуктивності обладнання і його якості, використання прогресивних матеріалів, удосконалення технології обробки, прискорення оборотності оборотних засобів, підвищення кваліфікації і продуктивності праці персоналу, зниження трудомісткості і матеріаломісткості продукції, вдосконалення організації праці і більш ефективне використання фінансових ресурсів та ін

До позавиробничих факторів належать, наприклад, постачальницько-збутова і природоохоронна діяльність, соціальні умови праці і побуту та ін

При здійсненні фінансово-господарської діяльності підприємства всі перераховані вище фактори знаходяться в тісному взаємозв'язку і взаємозалежності.

"Прямий" вплив на собівартість продукції, а отже, на прибуток і рентабельність, пов'язано з тим, наскільки раціонально і економно витрачаються матеріальні ресурси-адже частка матеріальних витрат у собівартості значна і коливається від 60 до 90%.

У розвинених країнах широке поширення отримав розрахунок кінцевих результатів діяльності підприємства за допомогою методу "витрати - випуск". У

відповідності з цим методом загальний результат роботи підприємства визначається шляхом підсумовування експлуатаційного та фінансового результатів. По кожному з видів діяльності витрати порівнюються з виробництвом і збутом (реалізацією), доходами і визначається кінцевий результат.

Значний вплив на доходи підприємства впливають зовнішні фактори. Вони знаходяться поза сферою впливу.

На кожному підприємстві повинні передбачатися планові заходи щодо збільшення доходу. У загальному плані ці заходи можуть бути наступного характеру: збільшення випуску продукції; поліпшення якості продукції; продаж надлишкового обладнання та іншого майна або здача в оренду; зниження собівартості продукції за рахунок раціонального використання матеріальних ресурсів; виробничих потужностей і площ; робочої сили і робочого часу; диверсифікація виробництва; розширення ринку збуту та ін.

## 2 Аналіз господарської діяльності ТОВ «МАСК»

### 2.1. Історія створення й розвитку підприємства ТОВ «МАСК»

Товариство з обмеженою відповідальністю «МАСК» створене згідно із Законами України «Про підприємництво», «Про господарські товариства», «Про підприємства в Україні» шляхом перереєстрації Товариства з обмеженою відповідальністю «Скотч», та об'єднання на частковій основі грошових внесків фізичних осіб та є підприємством в організаційно-правовій формі товариства з обмеженою відповідальністю.

Місцезнаходження ТОВ «МАСК»: Україна, м. Харків.

ТОВ «МАСК» є юридичною особою згідно із законодавством України. Підприємство набуває прав юридичної особи з дня його державної реєстрації у встановленому законом порядку.

ТОВ «МАСК» створюється для здійснення підприємницької діяльності з метою задоволення громадських потреб, одержання прибутку і на його основі розширення виробництва продукції, реалізації виробничо-економічних і соціально-культурних інтересів учасників підприємства і осіб, що працюють за наймом; для прискорення розробки та впровадження науково-технічних досягнень у виробництво, та з метою, задоволення інтересів населення, підприємств та учасників підприємства у необхідній продукції, здійснення широкого спектру різноманітних сервісних послуг.

Предметом діяльності ТОВ «МАСК» є виробництво продукції:

- науково-технічної продукції, в тому числі проектів, креслень, формулярів, іншої науково-технічної документації, дослідних та експериментальних зразків нових виробів;
- промислових товарів народного споживання, в тому числі меблі, косметичної та парфумної продукції;

- виробничо-технічне призначення: скотч, гумово–технічні вироби, продукція деревообробки, будівельних матеріалів, хімічної продукції,
- машин та обладнання, в тому числі слюсарного, токарного, та ін.
- виробництво (вирощування) сільськогосподарської продукції рослинництва, зокрема, вирощування і заготівля олійних, зернових та інших видів сільськогосподарських культур;
- виробництво (вирощування) сільськогосподарської продукції тваринництва;
- переробка сільськогосподарської продукції рослинництва;
- переробка сільськогосподарської продукції тваринництва;
- - племінне тваринництво;
- виведення нових продуктивних сортів рослин;
- розведення риби;
- переробка рибної продукції;
- бджільництво;
- вирощування лікарських рослин;
- закупівля сільськогосподарської продукції у населення;
- виробництво, переробка та реалізація сільськогосподарської тваринницької та звіровідницької продукції;
- заготівля, переробка та збут рослинної та тваринної сировини;
- надання послуг, пов'язаних із сільськогосподарським виробництвом (послуги машинно-тракторного парку, будівельних і ремонтних бригад тощо);
- науково-дослідні і експериментально-конструкторські роботи зі створення нових засобів діагностики, лікування і профілактики інфекційних, паразитарних і незаразних хвороб тварин, риб і бджіл;
- виробництво, реалізація і застосування засобів діагностики, лікування та профілактики хвороб сільськогосподарських і домашніх тварин;
- придбання сировини, матеріалів, ветеринарних і медичних препаратів у т.ч. і закордонного виробництва з метою їх застосування у тваринництві;

- обслуговування на договірній основі фермерських і державних тваринницьких підприємств з метою забезпечення стійкого ветеринарного благополуччя та підвищення продуктивності тварин;

- оптово-роздрібна, комісійна, лоткова та інші види торгівлі, у тому числі через власні підприємства, магазини;

- торговельна діяльність у сфері роздрібної торгівлі щодо реалізації предметів гігієни та санітарії, косметично-парфумерних виробів, алкогольних напоїв, тютюнових виробів, товарів побутової хімії;

- торговельна діяльність у сфері оптової торгівлі предметами гігієни та санітарії, косметично- парфумерними виробами, алкогольними напоями, тютюновими виробами, товарами побутової хімії;

- торговельна діяльність у сфері громадського харчування;

- діяльність, пов'язана з реалізацією транспортних засобів, які підлягають реєстрації та обліку в органах внутрішніх справ;

- торгівля витворами мистецтва;

- торгівля друкованими виданнями;

- виробництво, закупівля та переробка товарів народного споживання продовольчої та непродовольчих груп;

- виробництво, закупівля та реалізація устаткування для переробки продуктів харчування, його доставка споживачам, монтаж та експлуатація; виготовлення вина і коньячних виробів; виготовлення пива, спирту, горілчаних, лікерних і тютюнових виробів;

- науково-дослідні роботи по виготовленню нових фармпрепаратів;

- діяльність, пов'язана з розробкою та виробництвом фармакологічних, косметичних та медичних

- напівфабрикатів, препаратів та матеріалів; заготівля, переробка та збут лікарської сировини;

- виготовлення, оптова і роздрібна реалізація медикаментів;

- здійснення медичної практики, проведення судово-медичної та судово-психіатричної експертизи;

- діагностика (у тому числі комп'ютерна), безмедикаментозне лікування різних захворювань з використанням нової медичної технології;
- проведення оздоровчих та лікувальних сеансів методами нетрадиційної медицини;
- медичне, санаторно-курортне обслуговування; фізіотерапевтичні процедури;
- організація гуртків (шкіл) саморегуляції та адаптації до умов соціального та природного середовища;
- переробка лісу та деревних відходів, виробництво та реалізація виробів з дерева, у тому числі будматеріалів, різних типів меблів і комплектуючих до них;
- виконання топографо-геодезичних, картографічних робіт і кадастрових зйомок, виконання аерофотозйомок;
- виготовлення цінних паперів, грошових знаків і знаків поштової оплати; виготовлення та реалізація ветеринарних медикаментів і препаратів;
- здійснення ветеринарної практики;
- страхування здоров'я тварин і ветеринарної безпеки тваринництва, учбово-просвітницька, консультативна і винахідницька діяльність в області ветеринарної медицини;
- будівельні, будівельно-монтажні, ремонтні, шеф-монтажні, пусконаладжувальні та інші роботи, у тому числі будівництво і фінансування будівництва будівель та споруд виробничого та невиробничого призначення, готелів, кемпінгів, мотелів, житлових будинків, садово-городніх будинків, лікарень, гаражів та ін;
- виробництво, закупівля та реалізація будівельних матеріалів (у тому числі плитки, цементу, гонти, цегли і т. ін.);
- здійснення спеціальних видів робіт у проектуванні та будівництві;
- будівництво й технічне обслуговування передавальних станцій супутникового зв'язку, міжнародні та міжміські поштові перевезення, обробка поштової кореспонденції, використання радіочастот, будівництво й технічне

обслуговування загальнодержавних мереж передачі даних і документального зв'язку;

- будівництво та технічне обслуговування мереж міжнародного, міжміського і місцевого телефонного зв'язку;

- будівництво та технічне обслуговування мереж зв'язку з рухомими об'єктами;

- будівництво та технічне обслуговування мереж теле- і радіомовлення;
- проектування, будівництво та експлуатація об'єктів атомної енергетики, а також надання послуг з їх обслуговування;

- внутрішні й міжнародні перевезення пасажирів і вантажів повітряним, річковим, морським, залізничним та автомобільним транспортом, агентування і фрахтування морського торговельного флоту, виконання авіаційно-хімічних робіт;

- надання послуг по обслуговуванню і ремонту транспортних засобів;
- надання транспортно-експедиційних послуг під час перевезень зовнішньоторговельних і транзитних вантажів;

- виробництво пожежної техніки, протипожежного устаткування, надання послуг і виконання робіт

- протипожежного призначення;
- видання газет, журналів, бюлетенів тощо;
- створення і видавництво науково-популярної і методичної літератури, рекламних проспектів, плакатів і іншої інформаційної продукції;

- видобування дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння, виготовлення та реалізація виробів з їх використанням;

- збирання, переробка твердих і рідких відходів виробництва, що містять дорогоцінні метали й дорогоцінне каміння, та їх брухт;

- оптова та роздрібна торгівля дорогоцінним та напівдорогоцінним камінням;

- скупка дорогоцінного каміння, металів та предметів антикваріату у населення; пошук (розвідка) родовищ корисних копалин, виконання інженерно-пошукових робіт для об'єктів енергетики, державного зв'язку, оборонного

комплексу, а також для газопроводів, магістральних трубопроводів, мостів, тунелів, електростанцій, аеропортів, морських портів, які виконуються на територіях, що піддаються дії сейсмічності, а також картоутворенню, підтопленню, осіданням іншого типу, дробці, зсувам та обвалам;

- експлуатація родовищ корисних копалин;

- збирання, переробка твердих і рідких відходів виробництва, що містять дорогоцінні метали й дорогоцінне каміння, та їх брухт;

- видобування, виробництво й використання радіоактивних речовин і джерел іонізуючого випромінювання, переробка та поховання радіоактивних відходів;

- виготовлення і реалізація хімічних речовин, збирання, заготівля, переробка, купівля і продаж брухту та відходів кольорових та чорних металів;

- монтаж, налагодження та обслуговування технологічного, електротехнічного, пневматичного, гірничодобувного і каменепереробного устаткування, автоматизованих систем управління та регулювання технологічними процесами;

- монтаж та налагодження електрообладнання підстанцій, проведення електричних випробувань і вимірювань електроустаткування та заземлюючих пристроїв до і вище тисячі вольт; (ЗД виробництво та ремонт засобів вимірювання і контролю;

- виробництво та сервісне обслуговування систем і засобів, виконання робіт, надання послуг, що забезпечують технічний захист інформації;

- розробка, виготовлення та реалізація спеціальних пристроїв (у тому числі іноземного виробництва) для зняття інформації з каналів зв'язку, інших технічних засобів негласного отримання інформації;

- створення, придбання та використання комутаційних систем, функціонування яких здійснюється у межах єдиної національної системи зв'язку (за винятком відомчих та інших систем, що не мають виходу на мережу загального користування), з обов'язковим укомплектуванням зазначених систем спеціальним обладнанням для зняття інформації з каналів зв'язку;

- рекламно-інформаційна, аналітична, перекладацька та видавницька діяльність, машинописні, оправні та інші роботи;
- виробництво, ремонт і реалізація спортивної, мисливської вогнепальної зброї та боєприпасів до неї, а також холодної зброї, виготовлення і реалізація спеціальних засобів, заряджених речовинами сльозоточивої та дратівної дії, індивідуального захисту, активної оборони та засобів для виконання спеціальних операцій і оперативно-розшукових заходів;
- створення та утримання стрілецьких тирів, стрільбищ, мисливських стендів;
- надання послуг, пов'язаних з охороною колективної та приватної власності, а також охороною громадян;
- монтаж, ремонт, профілактичне обслуговування засобів охоронної сигналізації;
- створення та утримання штемпельно-граверних майстерень, виготовлення печаток і штампів;
- здійснення юридичної практики; судово-експертна діяльність;
- організація дозвілля населення, включаючи проведення виставок, лотерей, аукціонів, конкурсів,
- концертів, створення та утримання бібліотек тощо;
- організація та проведення конференцій, лекцій, семінарів тощо;
- створення та утримання гральних закладів, організація азартних ігор;
- діяльність, пов'язана з наданням туристичних послуг;
- складські та митні послуги;
- фінансова, інвестиційна, посередницька діяльність, організація пунктів купівлі-продажу, обміну валют;
- дизайнерські, реставраційні та художньо-оформлюючі роботи;
- участь у державних екологічних програмах;
- надання послуг з оформлення та реєстрації документів про право власності на квартири (будинки);
- видача і приймання грошових переказів;

- зовнішньоекономічна діяльність по напрямках, передбачених статтею 6 Статуту.

- діяльність, пов'язана з виробництвом, виготовленням, зберіганням, придбанням, відпуском, перевезенням, ввезенням, вивезенням, та знищенням наркотичних засобів, психотропних речовин та прекурсорів.

ТОВ «МАСК» вправі займатись будь-якими іншими видами діяльності, не забороненими чинним законодавством.

Види діяльності, які підлягають ліцензуванню, можуть здійснюватися ТОВ «МАСК» тільки за умови наявності спеціального дозволу (ліцензії), отриманого у встановленому законом порядку.

ТОВ «МАСК» є юридичною особою з моменту державної реєстрації, має самостійний баланс, поточний та інші рахунки в установах банків, круглу печатку та штампи зі своєю повною назвою, товарний знак та інші реквізити. ТОВ «МАСК» може відкривати і закривати рахунки в банках в порядку, визначеному чинним законодавством України як на її території, так і за її межами.

ТОВ «МАСК» володіє на праві приватної власності відокремленим майном, вартість та кількість якого відображена на його самостійному балансі, може набувати від свого імені майнові та особисті немайнові права, набувати зобов'язань, що не суперечать чинному законодавству України, виступати від свого імені в суді, господарському суді.

ТОВ «МАСК» може створювати на території України, а також за її межами дочірні підприємства, філії, представництва чи інші відокремлені підрозділи, передбачені чинним законодавством, міжнародними угодами (конвенціями, тощо), учасниками яких є Україна.

Філії та представництва ТОВ «МАСК» діють від імені підприємства та на основі положень про них, затверджених ним, а дочірні підприємства — на основі затверджених ТОВ «МАСК» статутів.

Майно ТОВ «МАСК» складають основні та обігові засоби, а також інші кошти, вартість яких відображається у самостійному балансі підприємства.

Джерелом формування майна ТОВ «МАСК» є:

- майно, яке передане підприємству за розподільчим балансом;
- грошові та матеріальні внески учасників;
- доходи, які одержані від реалізації продукції, товарів, робіт та послуг;
- доходи від цінних паперів;
- кредити банків та кредиторів - громадян, підприємств, організацій, об'єднань, які надали підприємству у тимчасове користування на умовах повернення зі сплатою обумовлених відсотків свої грошові кошти;
- капітальні вкладення;
- безоплатні та благодійні внески підприємств, об'єднань і громадян;
- інші джерела, які не заборонені законодавством України.

ТОВ «МАСК» має право:

- зводити на землі у встановленому порядку жилі, виробничі, культурно-побутові та інші будівлі і споруди;
- використовувати в установленому порядку для власних потреб наявні на земельній ділянці загальнопоширені корисні копалини, водні об'єкти, а також експлуатувати інші корисні властивості землі;
- передавати, а також брати земельні ділянки в оренду як в юридичних, так і в фізичних осіб. Розрахунки за користування землею можуть проводитися як в грошовій, так і натуральній формі.
- ТОВ «МАСК» зобов'язане:
  - забезпечувати використання землі відповідно до цільового призначення;
  - ефективно використовувати землю, підвищувати її родючість, застосовувати природоохоронні технології виробництва, не допускати погіршення екологічної обстановки на території в результаті своєї господарської діяльності;
  - здійснювати комплекс заходів щодо охорони земель, не порушувати прав суміжних землевласників, орендарів та інших землекористувачів.

Органами управління підприємства є Загальні збори учасників, Спостережна рада, Директор, Ревізійна комісія.

Вищим органом управління підприємства є Загальні збори учасників. Вони складаються з учасників ТОВ «МАСК» або призначених ними представників, які наділені відповідними повноваженнями. Учасник вправі в будь-який час замінити свого представника на зборах учасників, сповістивши про це інших учасників. Невизнання дій представника учасника, якого він представляє, не допускається.

Виконавчим органом підприємства є Директор, що призначається Загальними зборами учасників ТОВ «МАСК» та здійснює оперативне керівництво його поточною діяльністю. Директор вирішує всі питання діяльності ТОВ «МАСК», окрім тих, які віднесені до компетенції Загальних зборів учасників.

Контроль за фінансово-господарською діяльністю Директора здійснюється Ревізійною комісією. Ревізійна комісія призначається загальними зборами учасників строком на 5 років. Члени ревізійної комісії можуть бути (або не бути) учасниками підприємства.

Перевірки фінансово-господарської діяльності здійснюються за дорученням Загальних зборів ТОВ «МАСК», по власній ініціативі Ревізійної комісії або на вимогу учасників, які володіють у сукупності не менше ніж 10 % голосів.

ТОВ «МАСК» вправі здійснювати такі види зовнішньоекономічної діяльності:

- експорт та імпорт сільськогосподарської продукції, продукції виробничо-технічного призначення та товарів народного споживання;
- експорт та імпорт товарів, капіталів та робочої сили;
- надання послуг іноземним суб'єктам господарської діяльності, у тому числі: виробничих, транспортно- експедиційних, консультаційних, маркетингових, експортних, посередницьких, брокерських, агентських, консигнаційних, управлінських, облікових, юридичних, туристських та інших, які прямо або у винятковій формі не заборонені законодавством України;
- наукова, науково-технічна, науково-виробнича, виробнича, навчальна та інша кооперація з іноземними суб'єктами господарчої діяльності;
- навчання та підготовка фахівців на комерційній основі;

- міжнародні фінансові операції;
- кредитні та розрахункові операції, створення та діяльність банківських, кредитних та страхових установ за межами України;
- спільна діяльність з іноземними господарськими суб'єктами, у тому числі утворення сумісних підприємств різних видів та форм, проведення спільних господарських операцій та сумісне володіння майном на території України та за її межами;
- проведення виставок, аукціонів, торгів, конференцій, симпозіумів, семінарів на комерційній та некомерційній основі;
- організація та здійснення оптової, консигнаційної та роздрібно торгівлі за іноземну валюту;
- товарообмінні (бартерні), орендні, у тому числі лізингові операції;
- операції по придбанню, продажу та обміну валюти на валютних аукціонах та валютних біржах;
- інші види зовнішньоекономічної діяльності не заборонені прямо або у виключній формі законодавством України.

Основним узагальнюючим показником виробничо-господарської та фінансової діяльності ТОВ «МАСК» є його валовий прибуток.

Прибуток підприємства утворюється з надходжень від господарської діяльності після покриття матеріальних і прирівняних до них витрат. З валового прибутку ТОВ «МАСК» вносить передбаченні законодавством України податки та інші платежі до бюджету. Прибуток, одержаний після цих розрахунків, залишається у повному розпорядженні ТОВ «МАСК» і розподіляється за рішенням Загальних зборів учасників:

- на формування фондів ТОВ «МАСК», необхідних для його діяльності та розвитку;
- на виплату дивідендів учасникам;
- на придбання основних фондів;

Збитки підприємства покриваються за рахунок його Резервного фонду. У випадку недостатності коштів Резервного фонду Директор приймає рішення про інші джерела покриття збитків.

Директор визначає склад та обсяг відомостей, що складають комерційну таємницю та порядок її захисту.

Під комерційною таємницею розуміються секрети виробництва (методи та способи управління фінансами, маркетингом, виробництвом), ділові зв'язки, індивідуальні деталі комерційної діяльності, ділове листування підприємства і т.п.

За розголошення комерційної таємниці, проявленому у різних формах та якщо це призвело до матеріальних збитків або моральної шкоди підприємству, особа, що вчинила ці дії, притягається до відповідальності за рішенням зборів учасників.

Припинення діяльності ТОВ «МАСК» відбувається шляхом його реорганізації (злиття, приєднання, розділу, перетворення) або ліквідації.

Реорганізація підприємства відбувається за рішенням загальних зборів ТОВ «МАСК». При реорганізації підприємства вся сукупність прав та обов'язків переходить до його правонаступників.

## 2.2 Аналіз використання основних фондів підприємства

При створенні підприємства вводяться в дію будинку, спорудження, устаткування й інші об'єкти основних засобів. У наслідку підприємства поповнюють свої основні фонди з метою нарощування виробничих потужностей, заміни засобів, що зносилися. Цей процес і варто розглядати як процес надходження основних засобів. Порядок відображення в бухгалтерському обліку основних засобів залежить від того, яким образом і на яких умовах вони придбані.

Основні засоби враховуються в натуральній формі. Аналітичний облік

основних засобів ведеться в розрізі окремих інвентарних об'єктів. Під інвентарним об'єктом розуміється закінчений конструктивний обґрунтований пристрій чи комплекс предметів із усіма пристосуваннями, призначеними для виконання визначених функцій. Інвентарними об'єктами є окремі будинки, спорудження з усіма складеними пристроями, окремий верстат, прилад, апарат і вхідні в їхній склад пристосування.

Аналітичний облік відбиває технічну й економічну характеристику інвентарного об'єкта, його місцезнаходження, первісну оцінку і переоцінку по відбудовній вартості, а також норму і суму амортизаційних відрахувань.

Синтетичний облік основних засобів ведеться на рахунку 10 “Основні засоби”.

Це активний рахунок, сальдо дебетове означає первісну вартість, що знаходяться в розпорядженні підприємства об'єктів основних засобів. Обороти по дебету — надходження основних засобів на баланс підприємства, що враховуються по первісній вартості.

Сума витрат, що зв'язана з поліпшенням об'єкта, що приводить до збільшення майбутніх економічних вигод, оборот по кредиту — вибуття основних засобів унаслідок продажу, безкоштовної передачі невідповідність критеріям визначених активом, а також унаслідок ліквідації об'єкта основних засобів, сума уцінки основних засобів.

Окремим розрахунком визначається сума втрат від ліквідації основних засобів, що складається з величини не до амортизованої частини первісної вартості об'єкта і витрати по ліквідації, мінус надходження від ліквідації за ціною можливого використання [15].

Дані про наявність основних фондів наведено у таблиці 2.1, динаміка показників основних фондів на рисунку 2.1, а їх структуру – у таблиці 2.2 та на рисунку 2.2.

Таблиця 2.1– Аналіз основних фондів ТОВ «Маск»

| Показник                                   | 2019р. | 2020 р. | 2021 р. | 2022 р. | Зміна         |               |               |
|--------------------------------------------|--------|---------|---------|---------|---------------|---------------|---------------|
|                                            |        |         |         |         | абс.<br>(+,-) | відн., %      |               |
|                                            |        |         |         |         |               | до<br>2021 р. | до<br>2020 р. |
| Будинки та споруди , тис. грн              | 359,8  | 517,4   | 799,2   | 815,4   | 16,2          | 102,1         | 226,7         |
| Машини та обладнання тис. грн              | 148,9  | 293,8   | 266,4   | 298,9   | 32,5          | 112,4         | 200,6         |
| Транспортні засоби, тис. грн               | 61,4   | 90,7    | 119,9   | 122,3   | 2,4           | 102,1         | 200,0         |
| Інструменти, прилади та інвентар, тис.грн. | 39,9   | 49,3    | 66,2    | 67,9    | 1,7           | 102,6         | 138,8         |
| Інші основні фонди, тис. грн               | 49,6   | 67,8    | 80,9    | 55,9    | -25,0         | 69,1          | 112,0         |
| Разом                                      | 659,7  | 1019,5  | 1332    | 1359    | 27,0          | 102,0         | 206,1         |

Аналізуючи дані таблиці 2.1, можна зробити висновок, що за період з 2019 р. по 2022 р. загальна вартість основних засобів збільшилась на 6.1%. Ми маємо такий темп росту головним чином за рахунок збільшення вартості будинків та споруд; машин та обладнання.

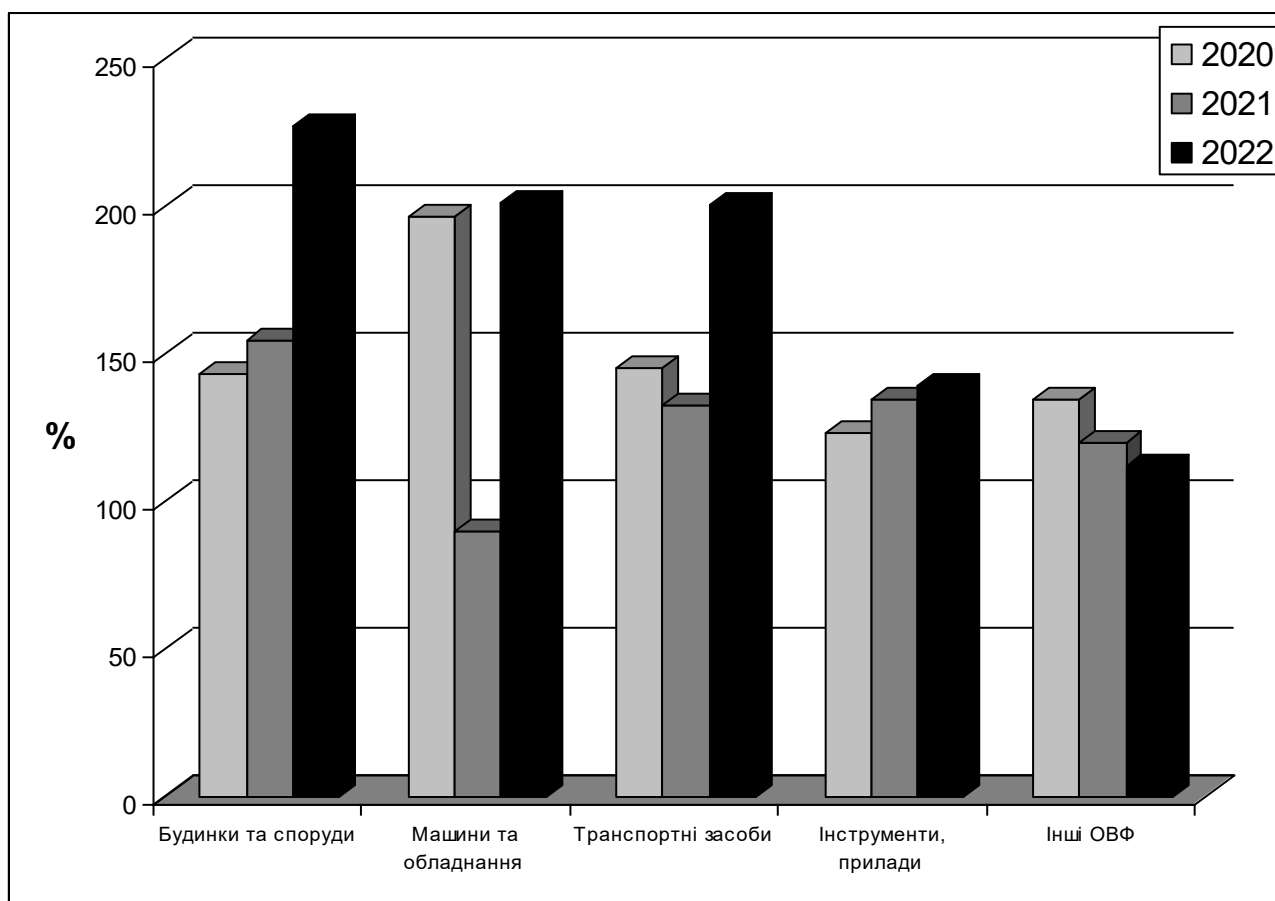


Рисунок 2.1 – Динаміка структури основних фондів, у % до 2019 р.

Таблиця 2.2 – Структура основних фондів за групами

| Показники                         | 2019    |               | 2020    |               | 2021    |               | 2022    |               |
|-----------------------------------|---------|---------------|---------|---------------|---------|---------------|---------|---------------|
|                                   | тис.грн | питома вага,% | тис.грн | питома вага,% | тис.грн | питома вага,% | тис.грн | питома вага,% |
| Будинки та споруди                | 359,8   | 54,4          | 517,4   | 50,7          | 799,2   | 59,9          | 815,4   | 58,1          |
| Машини та обладнання              | 148,9   | 22,6          | 293,8   | 28,7          | 266,4   | 20,9          | 298,9   | 21,3          |
| Транспортні засоби,               | 61,4    | 9,4           | 90,7    | 8,9           | 119,9   | 8,9           | 122,3   | 8,9           |
| Інструменти, прилади та інвентар, | 39,9    | 6,1           | 49,3    | 5,1           | 66,2    | 4,9           | 67,9    | 4,9           |
| Інші основні фонди,               | 49,6    | 7,5           | 67,8    | 6,6           | 80,9    | 5,4           | 55,9    | 6,8           |
| Разом                             | 659,7   | 100           | 1019,5  | 100           | 1332    | 100           | 1359    | 100           |

Таким чином, аналізуючи дані таблиці 2.2, можна сказати, що найбільшу

питому вагу у структурі основних фондів у 2022 р. займала група:

- будинки і споруди (58.1%);
- потім машини та обладнання (21.3%);
- транспортні засоби (8,9%), та ін.

Аналізуючи динаміку структури основних фондів за групами за роки аналізу можна відмітити тенденцію до зростання вартості за групами: будинки та споруди (рисунок 2.2).

Незначне зменшення структури основних фондів відбулося за групою транспортні засоби. машини та обладнання, інші основні фонди

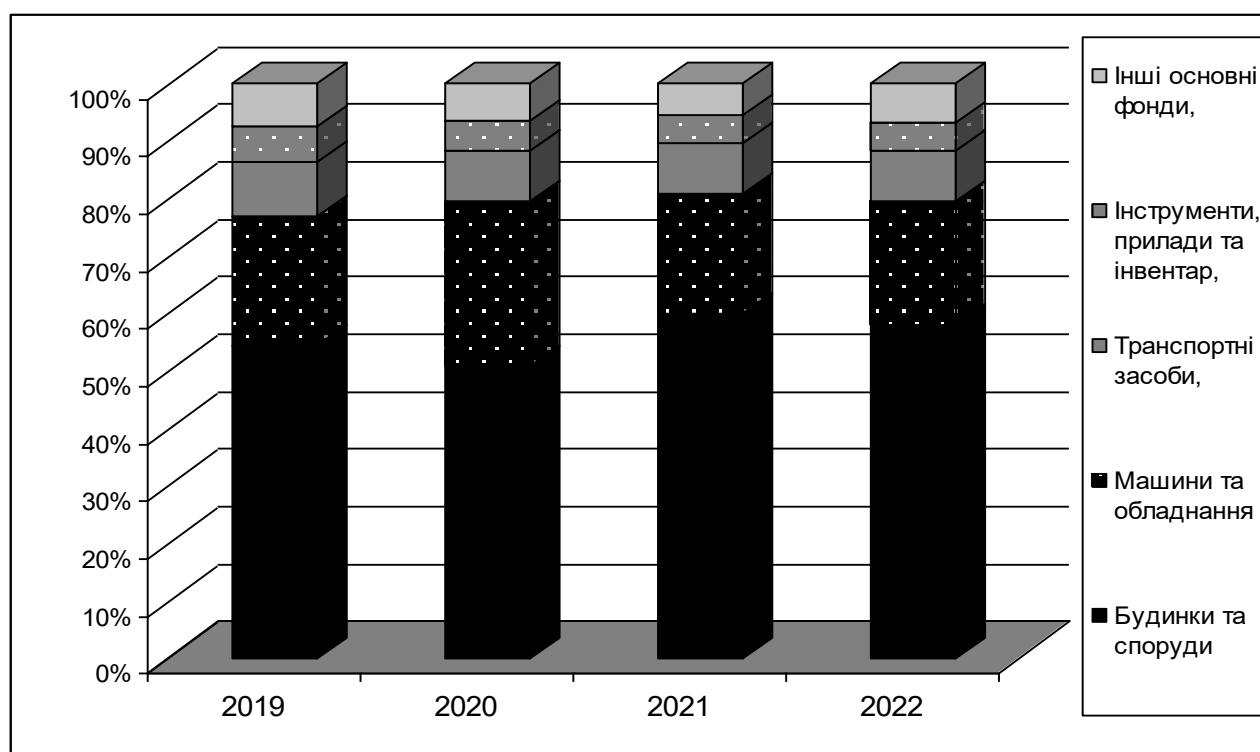


Рисунок 2.2 - Структура основних фондів за групами , %

У таблиці 2.3 наведено аналіз показників наявності, руху та технічного стану й ефективності використання основних виробничих фондів, а на малюнку 2.3 – їх динаміка.

Аналізуючи дані таблиці 2.3, можна зробити висновок, що середньорічна вартість основних фондів збільшилась, з 2019 р. до 2022 р., середньорічний темп зростання склав 156,6%.

Таблиця 2.3 – Аналіз показників наявності, руху та технічного стану й ефективності використання основних фондів

| Показник                                             | 2019 р. | 2020 р. | 2021 р. | 2022 р. | Зміна      |            |            |
|------------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|------------|------------|------------|
|                                                      |         |         |         |         | абс. (+,-) | від.,%     |            |
|                                                      |         |         |         |         |            | до 2021 р. | до 2019 р. |
| Обсяг реалізованої продукції, тис. грн               | 427,1   | 578,0   | 702,3   | 884,1   | 181,8      | 125,9      | 207,0      |
| Вартість основних засобів на початок року, тис. грн. | 389,7   | 659,7   | 1019,5  | 1332    | 312,5      | 130        | 342,3      |
| Вартість основних засобів на кінець року, тис. грн.  | 659,7   | 1019,5  | 1332    | 1359    | 27         | 102        | 206,2      |
| Середньорічна вартість основних засобів, тис. грн.   | 524,7   | 839,6   | 1175,5  | 1345,5  | 170        | 114,4      | 256,6      |
| Знос основних засобів, тис. грн.                     | 270     | 359,8   | 312,5   | 250     | -142,5     | 86,5       | 92,5       |
| Коефіцієнт зносу                                     | 0,69    | 0,54    | 0,31    | 0,25    | -0,06      | 80,6       | 36,9       |
| Фондовіддача                                         | 0,81    | 0,69    | 0,59    | 0,65    | 0,06       | 110        | 80,2       |
| Фондоємність                                         | 1,23    | 1,45    | 1,69    | 1,54    | -0,15      | 91,1       | 125,2      |

Сума зносу основних фондів зменшилась на 7,5% за період з 2019 по 2022 роки.

Коефіцієнт зносу значно знизився, що говорить про невелику ступінь зносу основних фондів.

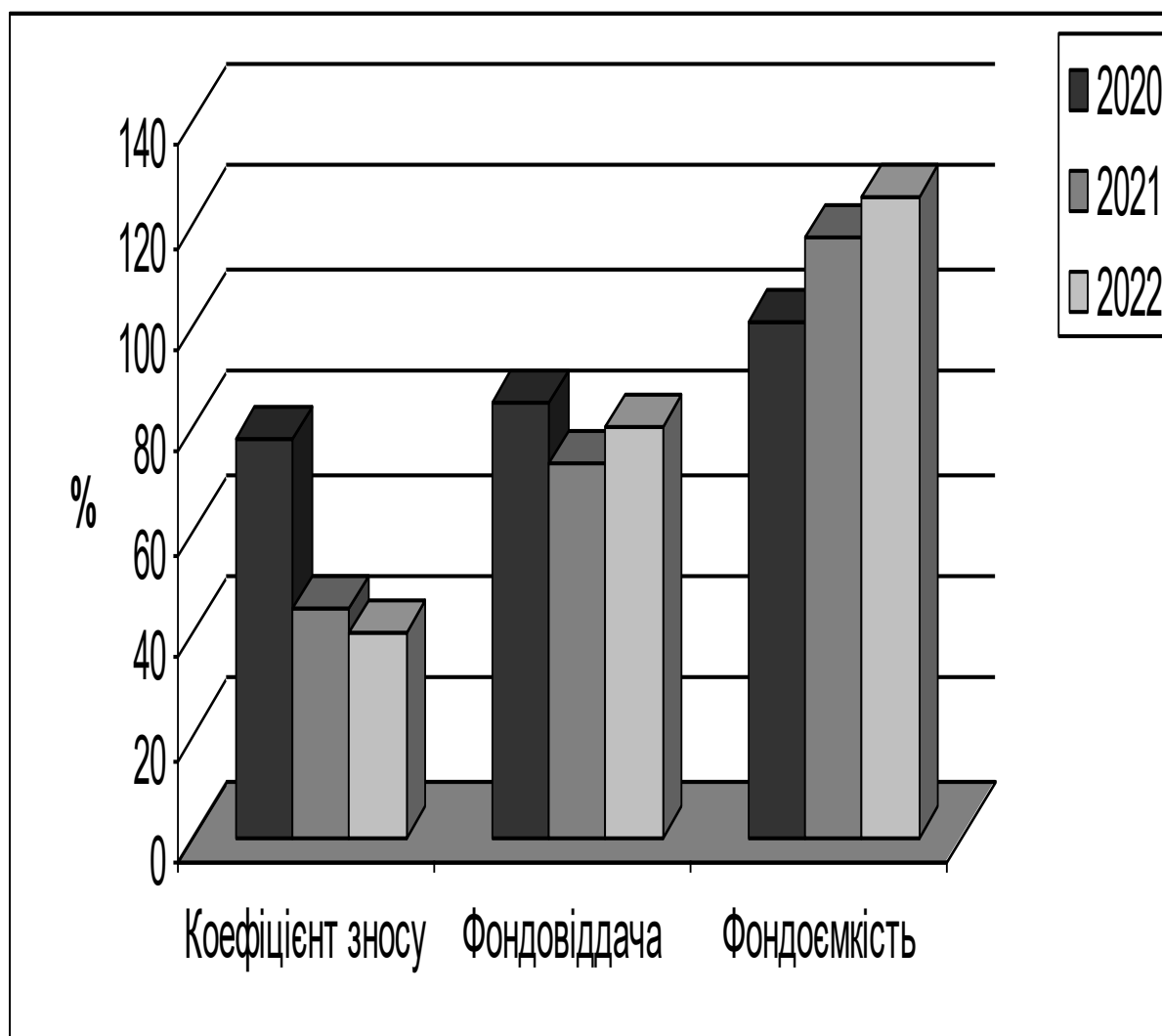


Рисунок 2.3 – Динаміка показників, що характеризують ефективність використання основних виробничих фондів, їх наявність та технічний стан у % до 2019 р.

Негативним фактором є зменшення фондівіддачі, яка показує: скільки робіт з однієї гривні основних засобів виробляється з використання однієї гривні основних засобів, а значить неефективність роботи основних засобів підприємства.

Збільшення фондоємності говорить про збільшення вартості основних засобів.

## 2.3 Аналіз показників праці та заробітної плати

Одним з важливих питань аналізу праці та заробітної платні є аналіз утримання контингенту з основної діяльності [16].

Планування фонду заробітної плати на підприємствах транспорту здійснюється на підставі тарифної системи, що містить у собі:

- тарифну сітку;
- годинні тарифні ставки;
- єдиний тарифно-кваліфікаційний довідник;
- схеми посадових окладів керівників, фахівців і службовців.

Планування фонду зарплати взагалі на підприємствах здійснюється методом приросту або коригуванням базового фонду зарплати.

При розгляданні плану з праці основна увага приділяється аналізу чисельності робітників, використанню фонду заробітної плати, зростанню продуктивності праці.

До показників праці відносять: контингент, фонд оплати праці, середньомісячну заробітну платню, продуктивність праці.

Метою аналізу виконання плану по праці є виявлення внутрішніх резервів зростання продуктивності праці і економного використання фонду оплати праці.

Заробітна плата – це частина загального, створеного на підприємстві за певний період часу доходу, вираженого в грошовій формі і призначеного для індивідуального використання у відповідності з кількістю та якістю праці кожного робітника .

Дані, які характеризують показники з праці, наведено в таблиці 2.4, а їх динаміка на рисунку 2.4.

Таблиця 2.4 – Аналіз показників по труду та заробітної платні

| Показник                              | 2019 р. | 2020р. | 2021 р. | 2022 р. | Зміна      |            |            |
|---------------------------------------|---------|--------|---------|---------|------------|------------|------------|
|                                       |         |        |         |         | абс. (+,-) | від., %    |            |
|                                       |         |        |         |         |            | до 2021 р. | до 2019 р. |
| Загальний контингент, люд             | 165     | 190    | 162     | 166     | 4          | 102        | 100,6      |
| Фонд заробітної плати, тис. грн.      | 299,9   | 622,9  | 628,7   | 633,8   | 5,9        | 100,7      | 211        |
| Продуктивність праці, тис грн./люд.   | 4,6     | 4,7    | 8,4     | 9,6     | 1,2        | 101        | 208        |
| Середньомісячна заробітна плата, грн. | 7 820   | 8 050  | 9 510   | 10 460  | 950        | 109,9      | 133,7      |

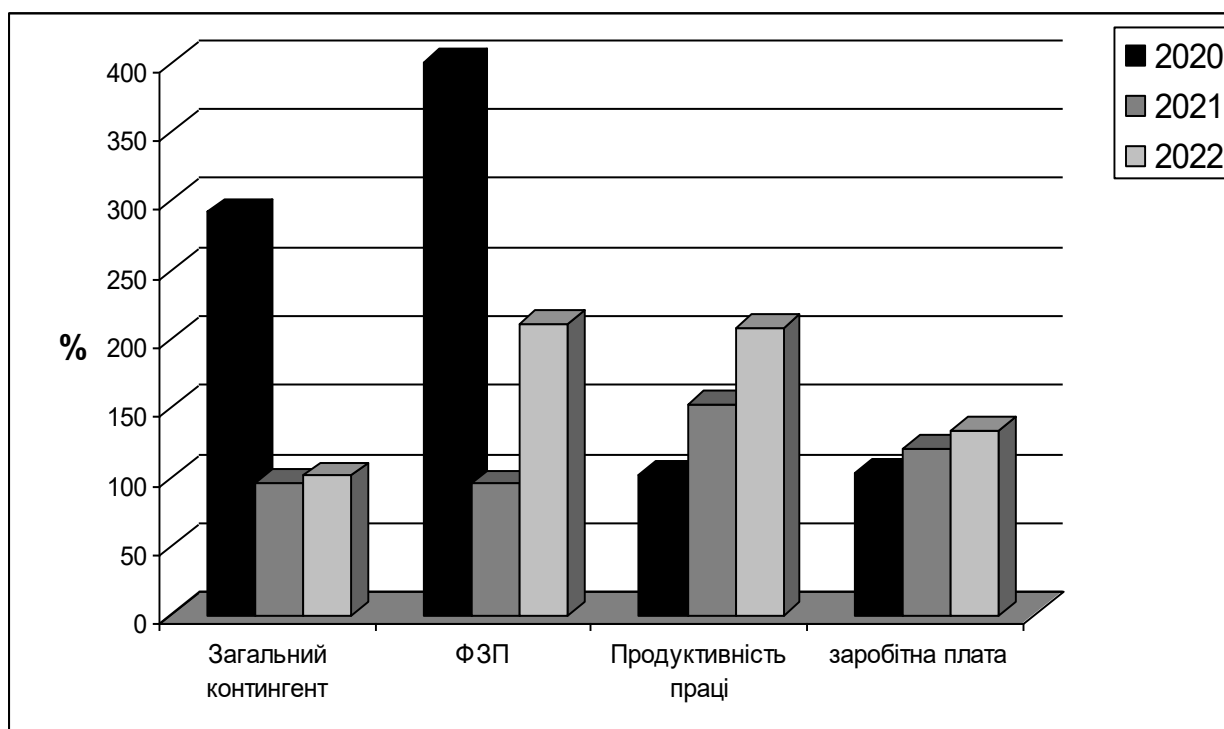


Рисунок 2.6 - Динаміка показників по праці та заробітної платні , у % до 2019р.

Виходячи з даних таблиці можна зробити висновок щодо негативних явищ, що були виявлені у процесі аналізу, слід віднести перевищення темпів росту заробітної плати над темпами росту продуктивності праці, що графічно наведено на рисунку 2.5.

На зростання середньомісячної заробітної плати вплинули наступні фактори:

- збільшення мінімальної заробітної плати,
- збільшення премій по фонду заробітної платні,
- підвищення кваліфікації.

Продуктивність праці – це показник, за рівнем та динамікою якого оцінюється використання трудових ресурсів [17].

Він визначається як відношення об'єму виробництва до чисельності працівників .

Продуктивність праці - найважливіший економічний показник, що характеризує ефективність витрат праці в матеріальному виробництві як окремого працівника, так і колективу підприємства в цілому.

Дані, що характеризують продуктивність праці за період з 2019 – 2022 років ВАТ «МАСК» наведено в таблиці 2.5 та на рисунку 2.5

Таблиця 2.5 – Аналіз продуктивності праці ВАТ «МАСК»

| Показник                              | 2019 р. | 2020р | 2021 р. | 2022 р. | Зміна      |            |            |
|---------------------------------------|---------|-------|---------|---------|------------|------------|------------|
|                                       |         |       |         |         | абс. (+,-) | від., %    |            |
|                                       |         |       |         |         |            | до 2021 р. | до 2019 р. |
| Обсяг випуску продукції, тис.грн      | 765,1   | 900,5 | 1367,8  | 1598,9  | 231,1      | 116,9      | 209,1      |
| Обсяг реалізованої продукції, тис грн | 427,1   | 578,0 | 702,3   | 884,1   | 181,8      | 125,9      | 207,0      |
| Середньо-облікова чисельність, люд    | 165     | 190   | 162     | 166     | 4          | 102,5      | 100,6      |
| Продуктивність праці, тис грн/люд     | 4,6     | 4,7   | 8,4     | 9,6     | 1,2        | 114,3      | 208,7      |

Аналізуючи дані таблиці 2.5, можна зробити висновок, що за період з 2019р. по 2022 р. продуктивність праці збільшилась у 2 рази.

Середньорічний темп росту за цим показником збільшився головним чином, за рахунок значного збільшення обсягу випуску продукції .

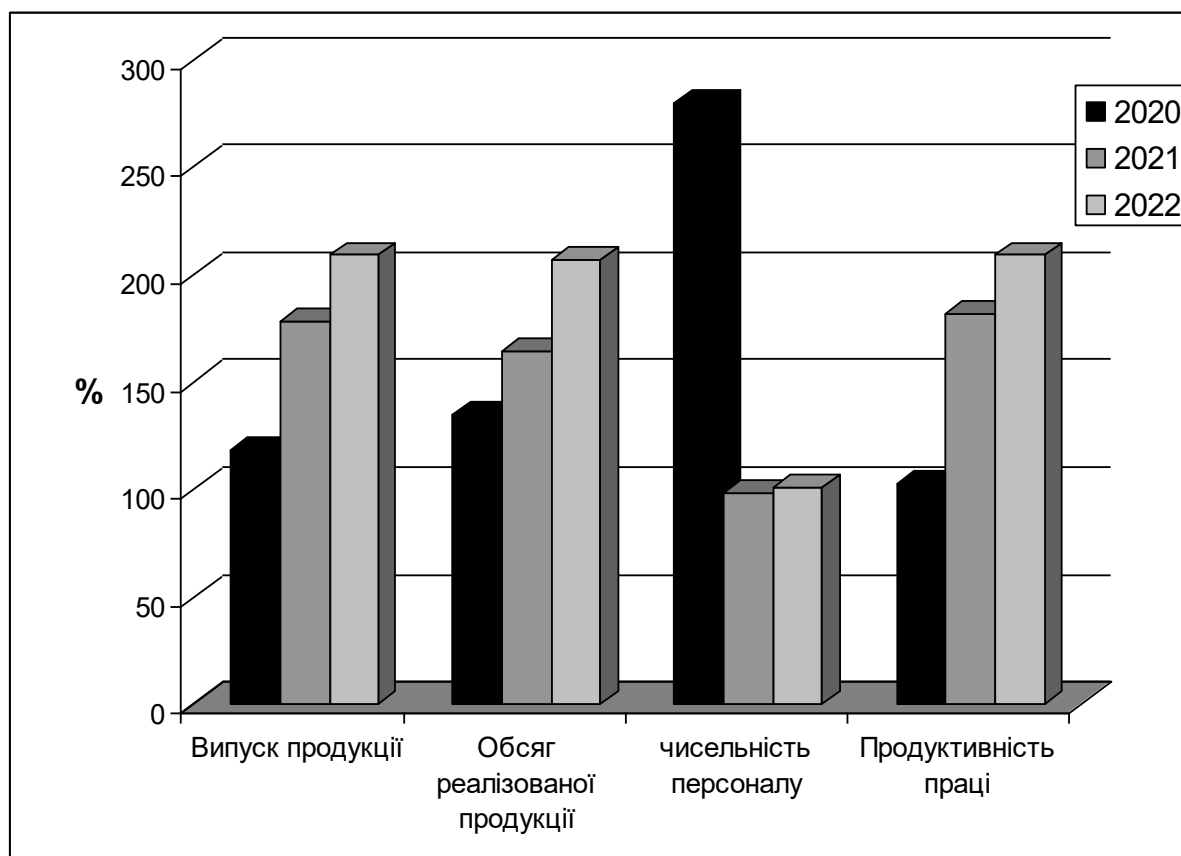


Рисунок 2.5 - Динаміка показників що характеризують рівень продуктивності праці у % до 2019р.

#### 2.4 Аналіз операційних витрат ВАТ «МАСК»

Для аналізу використовуються дані звіту про виробничо-фінансову діяльність .

Операційні витрати плануються за статтями номенклатури витрат та за елементами витрат:

- заробітна плата,
- відрахування на соціальні заходи,
- паливо,
- електроенергія,
- матеріали,
- амортизаційні відрахування,
- інші витрати.

Динаміка операційних витрат за елементами з 2019 по 2022 роки наведена у таблиці 2.6, та на рисунку 2.6 а їх структура – у таблиці 2.7 і на рисунку 2.7.

Таблиця 2.6 – Динаміка операційних витрат за елементами ВАТ «МАСК»

| Показник                                             | 2019 р. | 2020 р. | 2021 р. | 2022 р. | Зміна          |               |              |
|------------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|----------------|---------------|--------------|
|                                                      |         |         |         |         | абс. (+,-<br>) | відн., %      |              |
|                                                      |         |         |         |         |                | до<br>2021 р. | до<br>2019р. |
| Операційні витрати, тис. грн., усього, у тому числі: | 872,7   | 1382    | 1766,9  | 1839,9  | 73,88          | 104,9         | 210,7        |
| Фонд оплати праці, тис. грн                          | 299,9   | 622,9   | 628,7   | 633,8   | 5,9            | 100,7         | 211,1        |
| Матеріальні витрати, тис.грн                         | 334,0   | 429,9   | 581,6   | 686,5   | 105,1          | 118,8         | 205,2        |
| Відрахування на соціальні заходи, тис. грн           | 74,8    | 103,7   | 125,6   | 129,9   | 4,3            | 103,2         | 173,7        |
| Амортизація, тис. грн                                | 132,5   | 165,5   | 318     | 304,1   | -14            | 95,2          | 189,4        |
| Інші витрати, тис. грн                               | 31,5    | 59,5    | 113,0   | 104,67  | -10,33         | 0,92          | 279,0        |

Як видно з табл. 2.6 вартість операційних витрат збільшилась майже в 2 рази. Це пов'язано із підвищенням вартості матеріальних витрат, фонду оплати праці, та ін. Витрати по інших елементах також збільшилися.

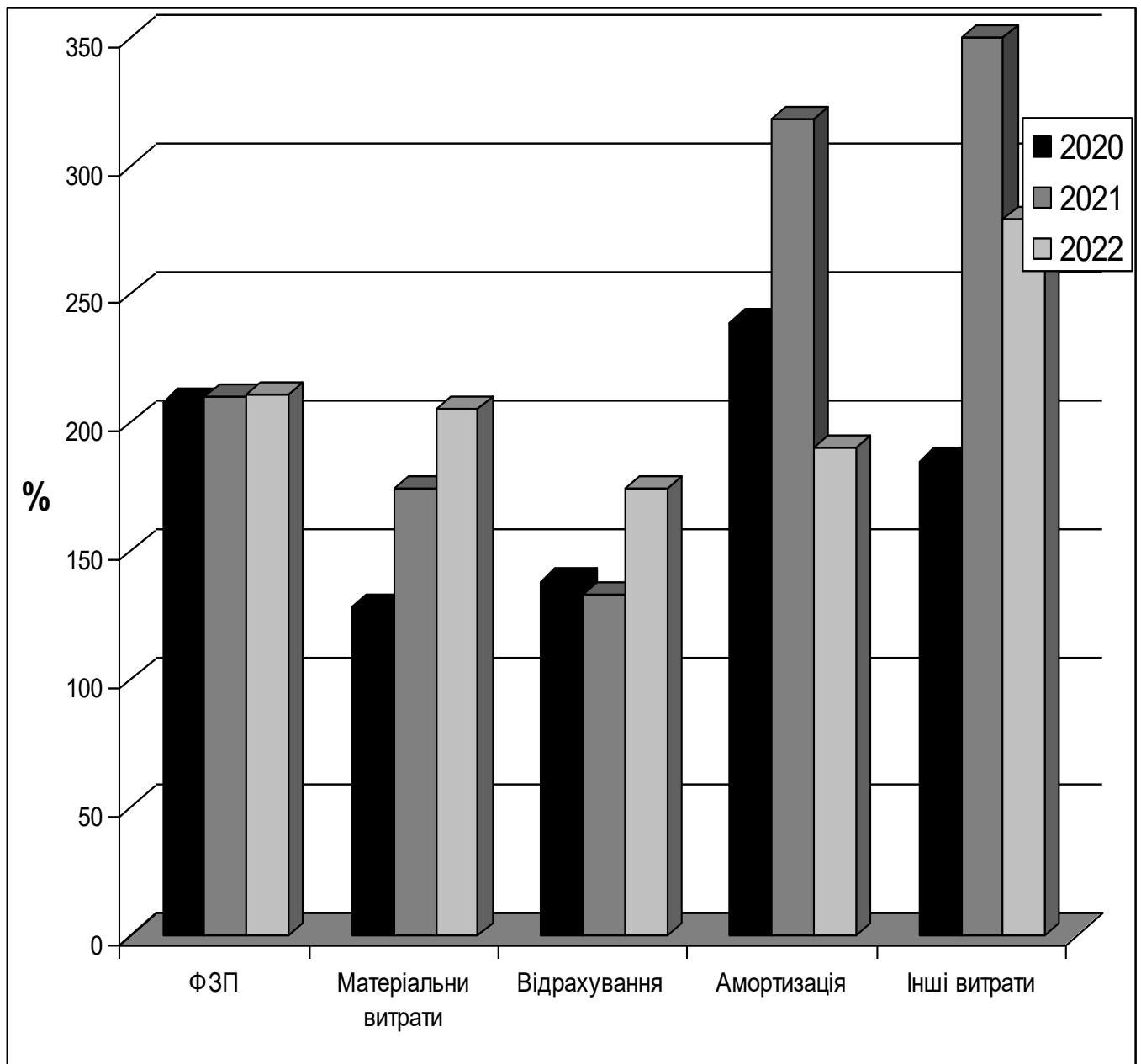


Рисунок 2.6 - Динаміка показників операційних витрат, у % до 2019 р.

Для більшого зменшення операційних витрат необхідно: - більш активно впроваджувати прогресивні технології, ще підвищити продуктивність праці, підвищити рівень механізації та автоматизації процесів виробництва та управління, а також знизити матеріальні витрати.

Таблиця 2.7 – Структура операційних витрат за елементами

| Показник                                                    | 2019р.      |                   | 2020 р.     |                   | 2012 р.     |                   | 2013 р.     |                          |
|-------------------------------------------------------------|-------------|-------------------|-------------|-------------------|-------------|-------------------|-------------|--------------------------|
|                                                             | тис.<br>грн | питома<br>вага, % | тис.<br>грн | питома<br>вага, % | тис.<br>грн | питома<br>вага, % | тис.<br>грн | пито<br>ма<br>вага,<br>% |
| Операційні<br>витрати, тис.<br>грн усього,<br>у тому числі: | 872,7       | 100               | 1382        | 100               | 1766,9      | 100               | 1839,9      | 100                      |
| фонд оплати<br>праці                                        | 299,9       | 34,3              | 622,9       | 44,0              | 628,7       | 35,5              | 633,8       | 34,4                     |
| матеріальні<br>витрати,<br>тис.грн                          | 334,0       | 37,3              | 429,9       | 31,0              | 581,6       | 32,8              | 686,5       | 35,3                     |
| відрахування<br>на соціальні<br>заходи                      | 74,8        | 8,4               | 103,7       | 7,5               | 125,6       | 7,1               | 129,9       | 7,9                      |
| амортизація                                                 | 132,5       | 15,1              | 165,5       | 12,0              | 318         | 17,9              | 304,1       | 16,6                     |
| інші витрати                                                | 31,5        | 4,9               | 59,5        | 5,5               | 113,0       | 6,7               | 104,67      | 5,6                      |

Більш детальна структура операційних витрат за аналізує мий період наведена на рисунку 2.7.

Аналізуючи динаміку структури витрат за елементами, можна відмітити тенденцію стабільності витрат за всіма елементами.

Таким чином, аналізуючи дані таблиці 2.7, можна сказати, що найбільшу питому вагу у структурі операційних витрат у 2019-2022 рр. займав елемент фонд оплати праці (34,3% - 34,4%), матеріали (37,3% - 35,3%), амортизація (15,1% - 16,6%).

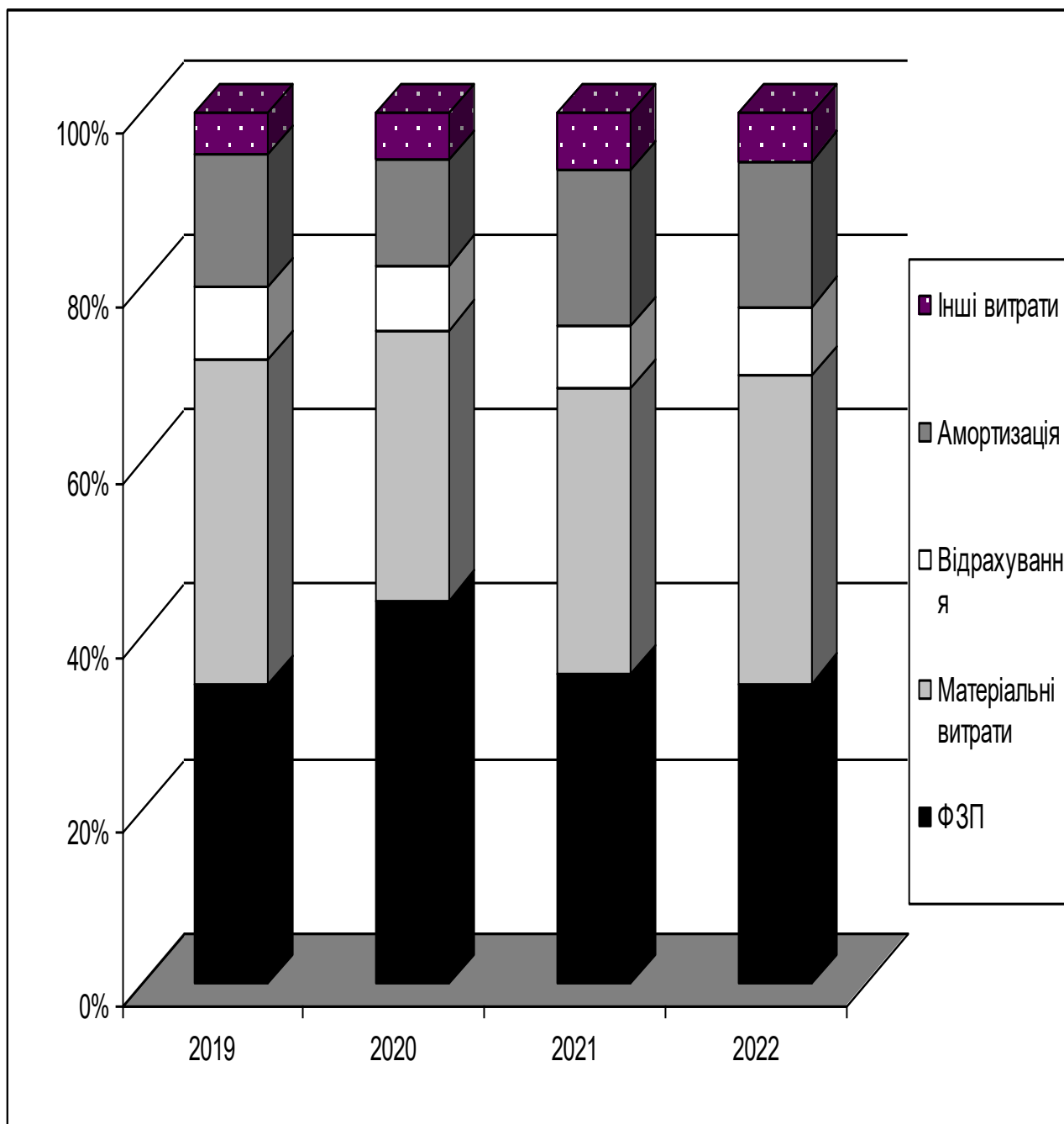


Рисунок 2.7 - Структура операційних витрат, %

## 2.5 Аналіз собівартості продукції

Собівартість показує, у що обходиться підприємству продукція, що випускається їм. У собівартість включаються перенесені на продукцію витрати

минулої праці: амортизація основних фондів, вартість сировини, матеріалів, палива й інших матеріальних ресурсів, витрати на оплату праці працівників підприємства.

Собівартість продукції - один з найважливіших економічних показників діяльності промислових підприємств і об'єднань, що виражає в грошовій формі всі витрати підприємства, пов'язані з виробництвом і реалізацією продукції [18].

Аналіз собівартості наведений у таблиці 2.8, а її динаміка на рисунку 2.8.

Таблиця 2.8 – Аналіз собівартості продукції підприємства

| Показник                                      | 2019р. | 2020р. | 2021 р. | 2022 р. | Зміна         |              |               |
|-----------------------------------------------|--------|--------|---------|---------|---------------|--------------|---------------|
|                                               |        |        |         |         | абс.<br>(+,-) | відн., %     |               |
|                                               |        |        |         |         |               | до<br>2021р. | до<br>2019 р. |
| Обсяг реалізованої продукції, тис грн         | 427,1  | 578,0  | 702,3   | 884,1   | 181,8         | 125,9        | 207           |
| Матеріальні витрати, тис. грн                 | 334,0  | 429,9  | 581,6   | 686,5   | 105,1         | 118,8        | 205,2         |
| Операційні витрати, тис. грн                  | 872,7  | 1382   | 1766,9  | 1839,9  | 73,88         | 104,9        | 210,7         |
| Собівартість реалізованої продукції, тис. грн | 984,1  | 1599,9 | 1881,6  | 2106,5  | 224,9         | 111,9        | 214,0         |

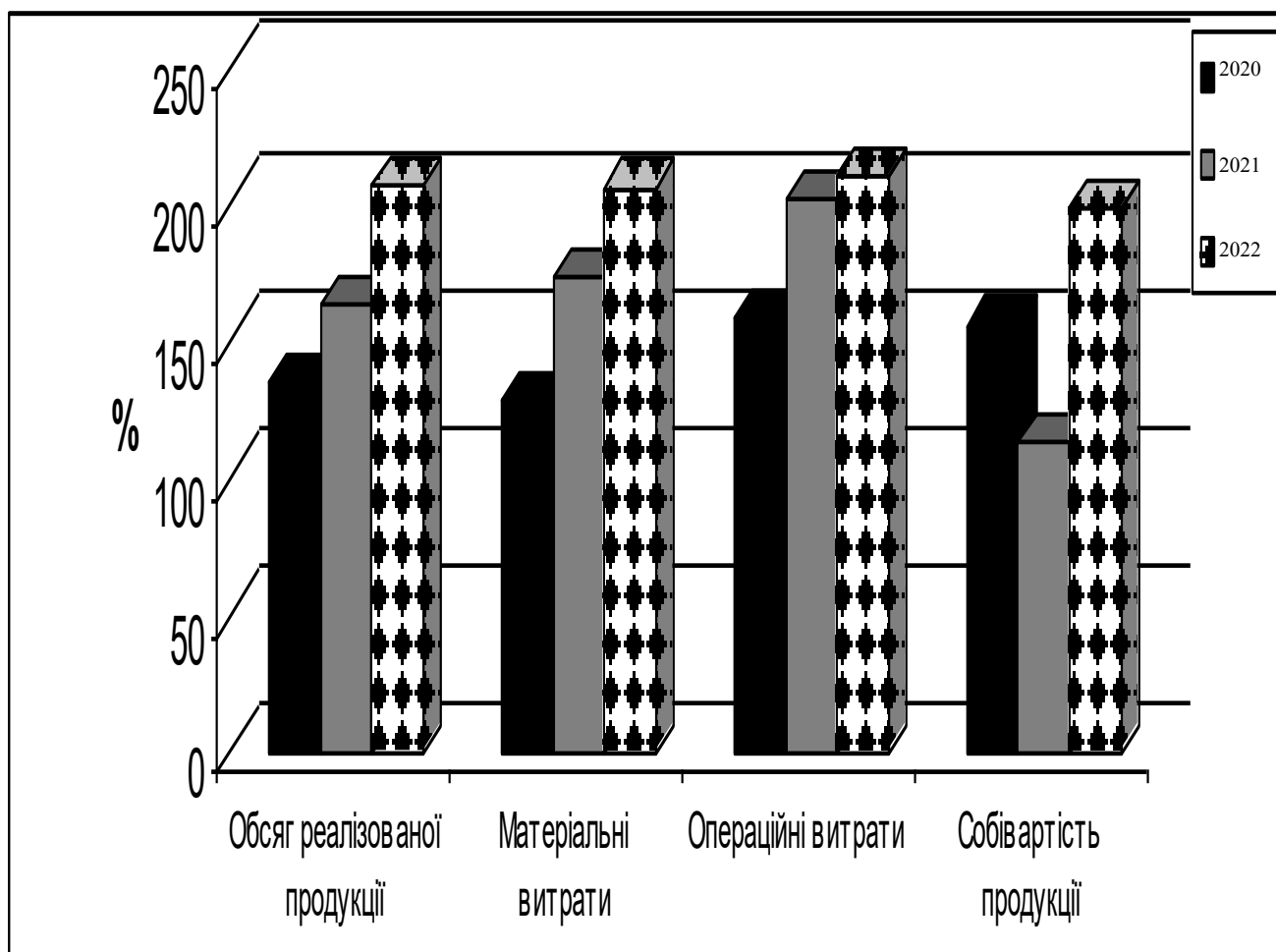


Рисунок 2.8— Динаміка показників, що характеризують рівень собівартості продукції, у % до 2019р

Аналізуючи дані таблиць 2.8, можна сказати, що собівартість реалізованої продукції збільшилась практично у 2 рази.

Це сталося, головним чином, за рахунок збільшення операційних витрат, тому що вони значно збільшились, а детальніше - за рахунок підвищення вартості матеріалів.

## 2.6 Аналіз фінансових результатів підприємства

Аналіз доходів та прибутку (збитку) ВАТ «МАСК» за період з 2019 по 2022 років наведено в таблиці 2.9, а їх динаміка на рисунку 2.9.

Таблиця 2.9 – Динаміка доходів підприємства

| Показник                                          | 2019 р. | 2020р. | 2021 р. | 2022 р. | Зміна         |               |               |
|---------------------------------------------------|---------|--------|---------|---------|---------------|---------------|---------------|
|                                                   |         |        |         |         | абс.<br>(+,-) | відн., %      |               |
|                                                   |         |        |         |         |               | до<br>2021 р. | до<br>2019 р. |
| Чистий прибуток, тис. грн                         | 119,5   | 123,5  | 162     | 252,9   | 190,9         | 155           | 211           |
| Доход від реалізованих послуг, тис. грн           | 503,60  | 692,07 | 843,20  | 1158,3  | 315           | 137           | 221           |
| Доходи від іншої операційної діяльності, тис. грн | 118,88  | 108,4  | 140,60  | 261,1   | 121           | 186           | 219           |

Аналізуючи дані таблиці, можна зробити висновок, що за період з 2019 р. по 2022 р. чистий прибуток підприємства зріс 909,1 тис. грн у 2022р.

Це відбулося завдяки збільшенню усіх видів доходів з в приблизно у 2 рази., доходів, що є позитивним явищем.

Це зв'язано з збільшенням обсягу реалізованої продукції.

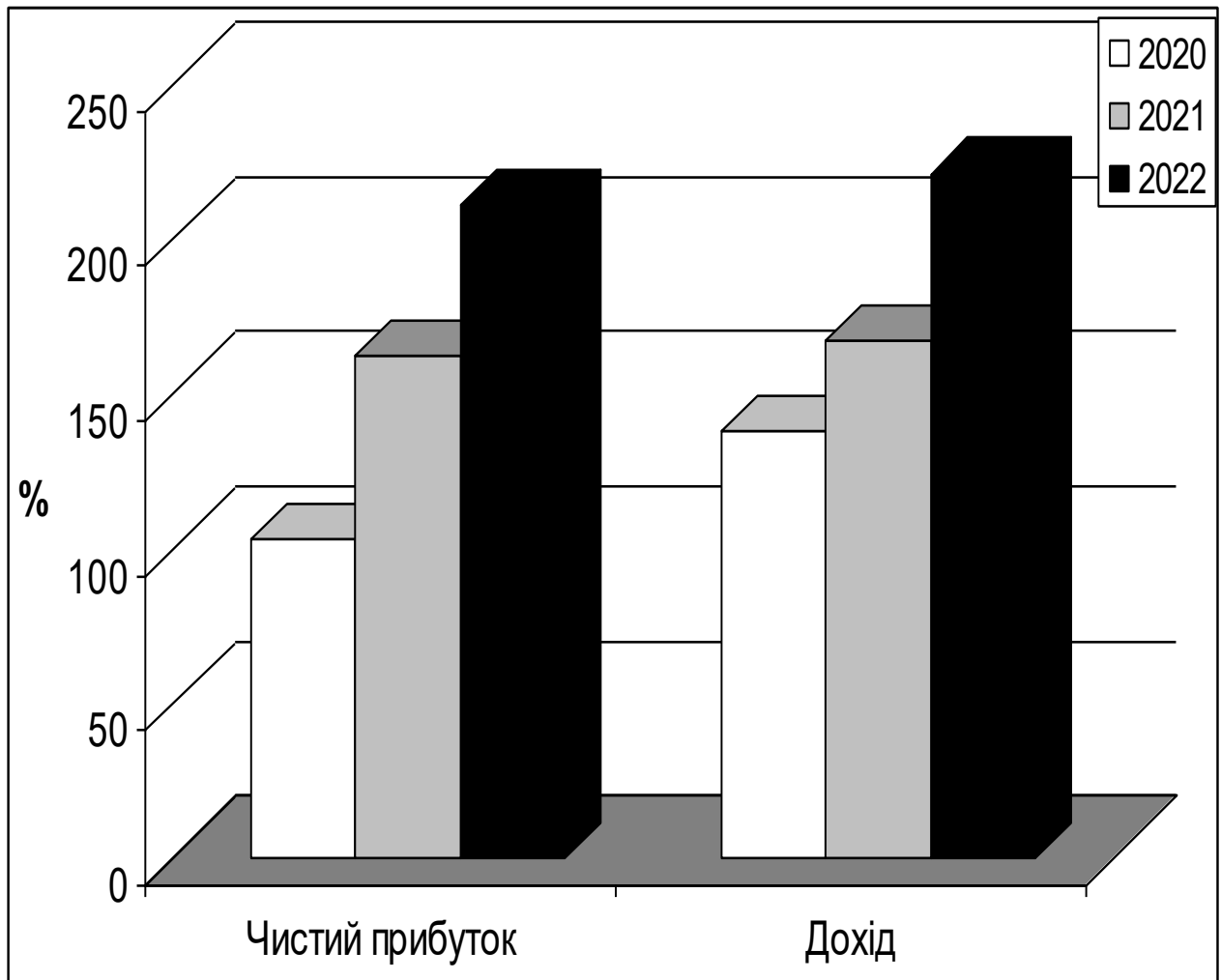


Рисунок 2.9 – Динаміка доходів підприємства ВАТ «МАСК»

Фінансовий стан підприємства - це комплексне поняття, що характеризується системою показників, що відбивають наявність, розміщення й використання фінансових ресурсів підприємства, виконання його зобов'язань перед державою й іншими господарюючими суб'єктами [19].

Ефективність виробничої, інвестиційної і фінансової діяльності підприємства виражається в досягнутих фінансових результатах.

Для визначення фінансового результату діяльності п-ва за звітний період необхідно порівняти доходи звітного періоду і витрати, понесені для одержання цих доходів.

Доходи підприємства - це збільшення економічних вигод у вигляді

надходжень активів або зменшення зобов'язань, які приводять до зростання власного капіталу (крім зростання капіталу за рахунок внесків власників).

Прибуток - перевищення доходів звітного періоду над витратами звітного періоду.

Збиток - перевищення витрат звітного періоду над доходами звітного періоду.

Для визначення фінансового результату діяльності підприємства за звітний період необхідно дотримуватись принципів визначення доходів і витрат, а саме: нарахування, відповідності, періодичності.

Доходи підприємства класифікуються за видами діяльності, що здійснюються цим підприємством. Такий підхід дає можливість враховувати особливості кожного виду діяльності, відслідковувати зміни за видами діяльності та забезпечувати інформацією для подальшого аналізу та прийняття управлінських рішень.

## Висновки до розділу 2

Товариство з обмеженою відповідальністю «МАСК» створене згідно із Законами України «Про підприємництво», «Про господарські товариства», «Про підприємства в Україні» шляхом перереєстрації Товариства з обмеженою відповідальністю «Скотч», та об'єднання на частковій основі грошових внесків фізичних осіб та є підприємством в організаційно-правовій формі товариства з обмеженою відповідальністю.

Місцезнаходження ТОВ «МАСК»: Україна, м. Харків.

ТОВ «МАСК» створюється для здійснення підприємницької діяльності з метою задоволення громадських потреб, одержання прибутку і на його основі розширення виробництва продукції, реалізації виробничо-економічних і соціально-культурних інтересів учасників підприємства і осіб, що працюють за

наймом; для прискорення розробки та впровадження науково-технічних досягнень у виробництво, та з метою, задоволення інтересів населення, підприємств та учасників підприємства у необхідній продукції, здійснення широкого спектру різноманітних сервісних послуг.

Основні засоби враховуються в натуральній формі. Аналітичний облік основних засобів ведеться в розрізі окремих інвентарних об'єктів. Під інвентарним об'єктом розуміється закінчений конструктивний обґрунтований пристрій чи комплекс предметів із усіма пристосуваннями, призначеними для виконання визначених функцій. Інвентарними об'єктами є окремі будинки, спорудження з усіма складеними пристроями, окремий верстат, прилад, апарат і входні в їхній склад пристосування.

Аналізуючи дані таблиці можна зробити висновок, що за період з 2019 р. по 2022 р. загальна вартість основних засобів збільшилась на 6.1%. Ми маємо такий темп росту головним чином за рахунок збільшення вартості будинків та споруд; машин та обладнання.

За період з 2019 р. по 2022 р. загальна вартість основних засобів збільшилась на 6.1%. Ми маємо такий темп росту головним чином за рахунок збільшення вартості будинків та споруд; машин та обладнання.

Сума зносу основних фондів зменшилась на 7,5% за період з 2019 по 2022 роки.

Коефіцієнт зносу значно знизився, що говорить про невелику ступінь зносу основних фондів.

Одним з важливих питань аналізу праці та заробітної платні є аналіз утримання контингенту з основної діяльності.

Аналізуючи показники з праці, можна зробити висновок, що за період з 2019р. по 2022 р. продуктивність праці збільшилась у 2 рази.

Середньорічний темп росту за цим показником збільшився головним чином, за рахунок значного збільшення обсягу випуску продукції .

Як видно з розрахунків, вартість операційних витрат збільшилась майже в 2 рази. Це пов'язано із підвищенням вартості матеріальних витрат, фонду оплати

праці, та ін. Витрати по інших елементах також збільшилися.

Для більшого зменшення операційних витрат необхідно: - більш активно впроваджувати прогресивні технології, ще підвищити продуктивність праці, підвищити рівень механізації та автоматизації процесів виробництва та управління, а також знизити матеріальні витрати.

Також, можна сказати, що найбільшу питому вагу у структурі операційних витрат у 2019-2022 рр. займав елемент фонд оплати праці (34,3% - 34,4%), матеріали (37,3% - 35,3%), амортизація (15,1% - 16,6%).

Аналізуючи дані, можна сказати, що собівартість реалізованої продукції збільшилась практично у 2 рази.

Це сталося, головним чином, за рахунок збільшення операційних витрат, тому що вони значно збільшились, а детальніше - за рахунок підвищення вартості матеріалів.

### 3 Економічне обґрунтування необхідності впроваджень з метою підвищення доходів підприємства

#### 3.1 Історія виникнення «скотча»

Все почалося в 1923 році, коли молодий хлопець по імені Річард Дрю вирішив почати свою кар'єру в невідомому тоді фірмі, яка займалася масовим виробництвом і реалізацією наждачного паперу.

Сьогодні перше місце роботи Дрю - найбільша у світі компанія-виробник липкої стрічки. Крім того, компанія займається виробництвом такої необхідної продукції, як пакувальна стрічка, стретч-плівка полімерна стрічка. Ім'я корпорації 3М.

Однак раніше організація носила назву Minnesota Mining and Manufacturing. Річард приступив до роботи в 3М на посаду лабораторного техника, і в його прямих обов'язках входила робота з наждачним папером. У той час компанія якраз намагалася розширитися і надати на ринок нові послуги, такі як розробка покриттів на повністю водонепроникною основі.

Дрю були цікаві всі ці задуми, але його безпосередній начальник не поділяв інтересів молодого спеціаліста, і вимагав від нього виконання зовсім інших обов'язків - він повинен був відстежувати момент і процес тестування нової наждачного паперу "Wetordry", яке відбувалося в різних автосервісах міста.

Якось в один день, виконуючи доручення шефа, Річард звернув увагу, що майстри, що виконують фарбування авто, мучаться через те, що в місцях покриття поверхні декількома шарами лінія поділу виглядала дуже змазано. Тоді для захисту від першої пофарбованої площини застосовувалися особливі папірці Kraft Paper. Однак під час видалення такої папери зникала і фарба, що було дуже не красиво і незручно. Дрю вирішив допомогти майстрам, і задумався над тим, як полегшити працю в такій ситуації.

Минуло кілька років, і Річ нарешті виконав свою обіцянку - він повернувся в майстерню і підніс знайомого фахівця свій винахід.

Ним виявилася клейка стрічка scotch, ширина якої була 5 см, а на кожному кінці був прикріплений пластир. Працівник майстерні був приємно здивований, і вирішив першим випробувати на практиці це пристосування. При тестуванні майстер побачив, що стрічка, яку приніс йому Річард, скукожилась - при уважному огляді він зрозумів, що в середину липкої стрічки Дрю вирішив не наносити клей. З дотримань економності він вирішив поберегти матеріал, наносячи клей тільки по краях. Однак у той час існував слух про ощадливість і скупості шотландців. Знаючи це, розлючена майстер кинув стрічку Річарду і гнівно закричав: «Не потрібна мені Ваша саморобка! Відправте її краще шотландським босам, нехай доопрацюють!». Тоді у Річарда не було і в помині ніяких шефів з Шотландії, але словосполучення "Scotch bosses" щільно приклеїлося до непотрібного тоді предмету. Винахідник був сповнений сил і енергії доопрацювати своє «дітище» придатним для людей, і з новим ентузіазмом взявся за працю.



Рисунок 3.1 - Види скотча

На початку літа 1929 року Річард замовив 90 метрів целофану для проведення власних експериментів з клейкою стрічкою. А потім почався складний праця, під час якого Дрю вирішував, як же можна рівномірно розподілити по всій поверхні клей.

Потім ще 5 років Річард коригував цей предмет. І ось 8 вересня 1930 року до невідомого нікому клієнту з Чикаго надійшла клейка стрічка scotch від містера Дрю. Через кілька днів прийшла перша звісточка від нього: «Не переживайте, scotch - прекрасне і потрібне для людини винахід!».

Відомо, що самий перший у світі скотч був виготовлений з смоли, каучуку і масел. Сама по собі клейка плівка була тоді з водонепроникного матеріалу і могла вистояти перед смаженням температурою. Однак спочатку основною функцією скотчу було запечатування їжі, і застосовувалася скотч плівка найчастіше м'ясниками, пекарями і бакалейщиками. Але з часом, люди самі знайшли нові застосування для такого матеріалу.

Клейка стрічка scotch тепер стали використовувати по-різному: хтось зберігав за допомогою неї розбиті яйця, а хтось просто закривав пакети. Потім скотч вже стали використовувати як «лікаря» для порваних книг - їм склеювали сторінки. Пакувальна стрічка тепер була необхідна для склеювання поламаних іграшок, потертих грошей, а напередодні зими скотчем почали заклеювати вікна.

До 1932 році скотч трохи змінився. Тоді ж головний менеджер по продажам 3М містер Борден розробив нову концепцію клейкої стрічки: він запропонував вбудувати в скотч лезо, щоб полегшити життя користувачам стрічки. Потім протягом деяких років стрічка на клейкій основі змінювалася - це відбувалося в 1945, 1961, 1995 роках.

Останній же раз клейка стрічка scotch вдосконалювалася і змінювалася в 1997 році. Сьогодні ж купити скотч можна абсолютно в будь-якому магазині, так як він перетворився на предмет першої необхідності.

У сучасному світі існує близько 1000 видів клейкої стрічки під маркою 3М. Про Річарда Дрю, на жаль, немає ніякої інформації - може, він помер у злиднях, а

може, казково розбагатів. Достовірно навіть не відомо, скільки років прожив цей винахідник: різні джерела посиляються на різні цифри.

Саме завдяки цьому винаходу компанії 3М, однією з не багатьох, вдалося досягти успіху в період Великої депресії: у 1937 році на частку продажів наждачного паперу припадало 37% від загального обсягу продажів компанії, а 63% - на паперові та поліетиленові клейкі стрічки, покрівельні матеріали, клеючі засоби.

Слідом за вже існуючими клейкими стрічками учні Річарда Дрю винаходили одну стрічку за одною: ізоляційну стрічку для електротехнічних робіт, декоративну стрічку, двосторонню клейку стрічку, кольорову стрічку для маскування і т.д. В їх назвах завжди присутнє слово Scotch. Так у 1947 році компанія почала випускати магнітофонну стрічку Scotch, а в 1954 - відеострічку Scotch. У 1962 році 3М запропонувала ринку ще один винахід - клейку стрічку з ацетату: на катушці вона здається матовою, але при наклеюванні стає прозорою, і на неї можна наносити написи.

Одним з найбільш значущих удосконалень клейкої стрічки останніх років стало винахід Джона Бордена, менеджера з продажу компанії 3М: він зробив використання Scotch більш зручним, придумавши пристрій, що утримує вільний кінець стрічки на катушці і дозволяє легко відрізати від неї шматки.

З часом Scotch стали застосовувати в різних сферах: на фермах заклеювали їм тріснуті індичі яйця, накладали птахам шини на зламані лапи; в автомайстерень - ізолювали ручки насоса, щоб захистити руки в морози; в теслярських майстерень стрічку наносили на клеєну фанеру, щоб уникнути розщеплення; дівчата прикріплювали нею корсажі до вечірніх суконь; батьки заклеювали баночки з ліками, щоб діти не змогли їх відкрити. Статистикою застосування Scotch ніхто не займався, та й неможливо виміряти простими цифрами політ людської фантазії.

Клейка стрічка (скотч) перетворилася в родове поняття для позначення групи товарів з однорідними властивостями, однак, тільки клейкі стрічки виробництва 3М мають право носити назву Scotch.

Scotch - зареєстрована марка компанії 3М.

Що стосується самого винахідника скотчу Річарда Дрю, досі не відомо, як він жив далі - в багатстві або злиднях. Навіть не відомі точні роки життя - за одними даними, він прожив з 1886 по 1982 рік, по іншим - з 1899 по 1980.

Скотч отримав широке застосування завдяки фізичному явищу адгезії або прилипання. Адгезія виникає при зчепленні різнорідних поверхонь. Теорія пояснює це явище міжмолекулярним тяжінням.

Однак зчеплення речовин може мати різну природу. Зчеплення виникає завдяки електричним, хімічним або магнітним зв'язків. Нарешті, зчеплення може виявитися чисто механічним. Так от, скотч експлуатує хімічну адгезію. Властивість адгезії виникає у стрічки скотчу завдяки нанесеному на неї клею, і ця властивість є одним з основних у такої стрічки.

Після винаходу скотчу пройшло вже майже сто років. Компанія «3М» лідер, як і в колишні часи, але тепер клейовий шар отримує не тільки папір. Клей наносять на все, що завгодно: на фольгу, на папір, на поліетилен. Тим не менш, в традицією називають скотчем клейку стрічку, створену на основі двоосноорієнтованого поліпропілену. Аббревіатура: БОПП. Треба особливо відзначити, що останнім часом з БОПП успішно конкурує PET-плівка.

У БОПП є ряд властивостей, завдяки їм БОПП віддають перевагу. Ці властивості:

- низька щільність;
- вологонепроникність;
- нешкідливість;
- термостійкість;
- стійкість до мікроорганізмів;
- стійкість до перегинів;
- можливість друку і металізації.

Клейовий шар у стрічки акриловий або каучуковий, товщина шару від 10 до 30 мкм. Фізико-хімічні властивості скотчу залежать від двох причин: від клейового шару матеріалу, на який клей наноситься.

Види скотчу:

- пакувальний скотч створюється на основі досить міцного біаксиально орієнтованого поліпропілену з нанесенням клею з одного боку. Основу клею у такий стрічки становить акрил. Таку стрічку можна використовувати при низьких температурах, а термін зберігання стрічки - до 2 років;

- наступний тип - крепп, або малярний скотч. Він створюється на паперовій основі. Призначення цього виду скотча - захист поверхонь при проведенні малярних або штукатурних робіт, при фарбуванні. Клей у малярного скотча низькою адгезії, що дозволяє видаляти його, не завдаючи шкоди поверхні. Крепп знайшов застосування і при утепленні вікон в холодні періоди;

- наступний вид скотча - двосторонній - використовується при проведенні монтажних робіт. Створений на спіненої основі, двосторонній скотч має цілком відчутну товщину і, на відміну від креппа, адгезія у такого скотча дуже висока. Двосторонній скотч, наприклад, може застосовуватися для приклеювання дзеркал до їх основі - на меблевому виробництві. Застосувань у цього матеріалу може бути багато;

- армований - наступний тип скотча. Він створюється на основі ПВХ і армований тканинними волокнами. Цей скотч виділяється серед побратимів підвищеною водонепроникністю і часто застосовується для герметизації стиків труб. Цей же вид скотча захищає товари від вологи. Клеючі властивості армованого скотча досить високі, і тому розкриття такої упаковки не може пройти непоміченим;

Тип скотчу «алюмінієвий» володіє високою термостійкістю і довговічний. Це, по суті, фольга з нанесеним на неї клейовим шаром. Застосовують такий скотч в будівництві і при монтажі.

Нарешті, є металізований скотч. Створений на основі поліпропілену, цей вид скотча володіє підвищеною стійкістю на розрив. Області застосування у такого скотча - найбільш широкі.

Клейовий шар буває двох типів:

- акриловий ;
- каучуковий.

Товщина клейового шару буває різною - від 10 до 30 мкм. Кількість клею на скотчі може бути різним, і саме товщина клейового шару визначає склеювальні здібності пакувальної стрічки.

Фізико-механічні характеристики представницької стрічки буде такі:

Таблиця 3.1 - Характеристики клейкої стрічки

| Матеріал основи БОПП     | Показники                       |
|--------------------------|---------------------------------|
| Товщина плівки           | 22-28 мкм                       |
| Товщина клейового шару   | 10-30 мкм                       |
| Загальна товщина         | 30-58 мкм                       |
| Клей                     | Акриловий, каучуковий           |
| Адгезія                  | 2,5-3,5 Н/см                    |
| Розривне подовження      | 80-120%                         |
| Температура експлуатації | Для акрилового клею: -5-+40     |
|                          | Для каучукового клею: -25-+50 . |
| Колір                    | Прозорий, темний, кольоровий    |

Фізико-механічні властивості, природно, залежать від 2-х параметрів:

- від матеріалу основи (ми розглядаємо найбільш поширений БОПП)
- типу клею.

На Українському ринку частіше зустрічається скотч з акриловим адгезійним шаром, хоча каучуковий клей зберігає свої властивості в більшому діапазоні температур.

Тим не менш, на ринку представлений досить широкий асортимент клейких стрічок.

Сьогодні види клейкої стрічки та технології її виготовлення цілком залежать від тієї області, в якій він буде застосовуватися і завдань, для рішення яких він призначений.

Етапи виробництва скотча.

Процес виробництва скотч-стрічок складається з 2-х базових технологічних процесів:

- Нанесення клейового покриття на різну основу і намотування виробленого матеріалу з клейовим шаром у великий (JUMBO) роль. Даний процес реалізується за допомогою покривних машин;

- перемотування і подовжня розрізання JUMBO ролей в замовні або стандартні формати.

Даний процес реалізується за одноетапною схемою за допомогою бабінорізальної машини, або за двоетапною схемою за допомогою комплексу з двох машин - перемоточною, яка використовується для перемотування JUMBO ролей в ролі замовних діаметрів (LOG-ролі) та різальної для подовжнього розрізування LOG-рулонів на скотч-стрічки замовних форматів.

Основні споживачі скотча:

- харчова промисловість;
- меблеве виробництво;
- виробництво будівельних оздоблювальних матеріалів;
- лакофарбове виробництво;
- парфюмерно-косметичне виробництво;
- канцтовари;
- побутові послуги;
- алкогольна промисловість;
- виробництво синтетичних миючих засобів.

### 3.2 Економічне обґрунтування необхідності інноваційних впроваджень

Незважаючи на стабільне зростання ринку клейкої стрічки на території України в межах 15 відсотків, ця галузь ще не до кінця реалізувала свій можливий потенціал. За даними деяких порталів, на 2022 рік України, зазначалося споживання стрічки скотчу менше європейських показників приблизно в чотири рази.

Прогнози, зроблені на 2023 рік, обіцяють споживання цього канцелярського приладдя на території України в межах 1 мільйона квадратних метрів у рік.

Область застосування скотча дуже велика, майже всі сфери діяльності людини. Тут і виробництво та офісна канцелярія, побутові умови і логістика.

Перш ніж впроваджувати якісь нововведення в діяльність підприємства, необхідно дуже скрупульозно оцінити можливість реалізації проекту в на даному підприємстві і сучасній ринковій ситуації.

Для спрощення візуалізації результатів аналізу, пропонуємо використати матрицю SWOT- аналізу.

За допомогою цієї матриці можливо вивчення зовнішнього оточення і внутрішнього середовища підприємства в системі стратегічного керування.

SWOT-аналіз спрямований на визначення корпоративної стратегії підприємства з урахуванням впливу зовнішнього й внутрішнього середовища одночасно.

Для проведення SWOT-аналізу необхідно правильно визначити внутрішні та зовнішні чинники, виявити, які з них є найбільш суттєвими, відіграють важливішу роль у діяльності підприємства, у його конкурентній боротьбі та у формуванні його стратегії.

Для встановлення взаємозв'язку та взаємовпливу сильних та слабких сторін, можливостей та загроз, а також формування на їх основі стратегій розвитку підприємства будується матриця SWOT.

Стратегія "Максі-Максі" рекомендується для фірм, у яких сильні сторони переважають, а ринок надає більше можливостей, ніж створює загрози. У цій ситуації фірма повинна застосовувати активні дії для зміцнення своєї позиції над ринком шляхом збільшення своєї частки, диверсифікації продукції, випуску товарів-новинок.

Стратегія "Міні-Максі" рекомендується для фірм, в яких переважають слабкі сторони, але вони мають сприятливі ринкові можливості. Фірма має прагнути посилити конкурентні позиції у тих галузях, де це можливо, з одночасною ліквідацією (продажем) слабких господарських підрозділів. Доцільно сконцентрувати увагу зниження витрат і підвищення конкурентоспроможності продукції.

Стратегія "Максі-Міні" використовують ті фірми, які опинилися у досить поганій ситуації. Вони повинні використовувати свої сильні сторони не для зростання, а для нейтралізації зовнішніх загроз, тобто перейти до позиційної оборони. Більшість зусиль необхідно спрямувати на стримування настання конкурентів та підготовку активних дій у майбутньому, коли можливості перевищуватимуть загрози, хоча, вибірково, фірми можуть завоювати окремі ринкові ніші.

Найгірша доля чекає на фірми, які повинні використовувати стратегію "Міні-Міні" , зміст якої – поступове згортання діяльності, перепрофілювання, реінвестування середовища в інші галузі тощо. В окремих випадках підприємство може ризикнути залишитися на ринку, наприклад за допомогою об'єднання з іншим підприємством.

Для проведення SWOT-аналізу в частині, що стосується ідентифікації та аналізу зовнішніх можливостей та загроз, використовуються прийоми ранжирування та ймовірнісної оцінки факторів.

З огляду на проведений аналіз макро- і мікросередовища аналізованого підприємства , складаємо матрицю SWOT, таблиця 3.2.

Таблиця 3.2 - Матриця SWOT для підприємства

|                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <p><u>Можливості:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Великий потенціал збільшення клієнтської бази</li> <li>2 Постійно зростаючий ринок</li> <li>3 Вихід на нові ринки з новими виробами</li> <li>4 Розширення ринку за рахунок диверсифікації продукції</li> <li>5 Створення інноваційних виробів</li> </ul>                                                                                                                      | <p><u>Загрози:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Посилення конкуренції з боку інших підприємств</li> <li>2 Кризисна ситуація в економіці України</li> <li>3 Збільшення ставок по кредитам</li> <li>4 нестабільність податкової політики</li> <li>5 Здорожчення електроенергії та цін на сировину</li> </ul>                                                                                                                                             |
| <p><u>Сильні сторони:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Ефективна організаційна структура</li> <li>2 Висока якість менеджменту</li> <li>3 Висока якість робіт</li> <li>4 Високий імідж на ринку</li> <li>5 Велика кількість клієнтів та гарна репутація</li> </ul> | <p><u>Стратегічні проблеми:</u></p> <p>Відсутні</p> <p><u>Стратегічні альтернативи:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Вихід на нові ринки</li> <li>2 Збільшення попиту на ринку за рахунок переваг в області якості і диверсифікації продукції</li> </ul>                                                                                                                                                                         | <p><u>Стратегічні проблеми:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Висока конкуренція на ринку</li> <li>2 Загроза неповернення коштів</li> </ul> <p><u>Стратегічні альтернативи:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Використання сильних сторін та інноваційних впроваджень для завоювання нових клієнтів у галузі, яка використовує практично імпорتنу продукцію</li> <li>2 Розробка гнучкої цінової політики та додаткових послуг</li> </ul> |
| <p><u>Слабкі сторони:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Невеликий асортимент продукції</li> <li>2 Відсутність чіткої стратегії</li> <li>3 Консерватизм систем керування</li> <li>4 Висока залежність від попиту</li> </ul>                                         | <p><u>Стратегічні проблеми:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Недостатні обсяги обороту коштів через низку частку інноваційності продукції</li> <li>2 Недостатньо реклами</li> </ul> <p><u>Стратегічні альтернативи:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Інноваційні впровадження</li> <li>2 Розробка чіткої стратегії відносно збільшення кількості інноваційної продукції</li> <li>3 Збільшення реклами</li> </ul> | <p><u>Стратегічні проблеми:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Агресивна конкуренції</li> <li>2 Падіння попиту на послуги із-за низької диверсифікації продукту</li> </ul> <p><u>Стратегічні альтернативи:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Посилення конкурентних позицій за рахунок інноваційних продуктів</li> <li>2 Розробка додаткових послуг</li> </ul>                                                                            |

Таким чином, згідно аналізу, ми можемо побачити, що основною проблемою даного підприємству є мала доля інноваційного продукту

Звідси випливає, що діяльність по виробництву липкої стрічки покликана для задоволення двох основних цільових аудиторій:

1 Перший сегмент являє споживачів, що використовують клейку стрічку в побутових умовах, або як офісну канцелярію.

2 Другий сегмент - обслуговує компанії, які використовують цей вид канцелярії в ділових процесах. Сюди відносяться різні виробництва, що мають справу з картонними коробками, служби поштової доставки та інші подібні компанії.

Перша аудиторія проводить купівлю клейкої стрічки в будь-якому місці від ринку до магазину канцелярських товарів, або магазинів господарських товарів для дому.

Особливість попиту на дану групу товарів така, що навіть великі магазини, що спеціалізуються на товарах такого типу не мають потреби у великих запасах скотча. Саме з цієї причини буде набагато доцільніше охопити категорію другої групи, налаштувавши контакти з компаніями і фірмами, що ведуть оптову торгівлю канцелярськими та офісним приладдям, а так само побутовими товарами, так само і компаніями, що займаються роздрібною торгівлею.

Для того, щоб охопити цю аудиторію, можна вдатися до прямих поставок, що найбільше підходить для торгівлі з великими виробничими і торговими компаніями і об'єднаннями. Так само можна вдатися до допомоги посередників, які займаються матеріальним постачанням даної цільової аудиторії.

Для обґрунтування оптимального рішення відносно доцільності інноваційного впровадження для збільшення доходів підприємства, ми пропонуємо розрахувати це за допомогою методу ігор.

Досвід експертів свідчить, що підприємство може опинитися у одній з наведених ситуацій (E1; E2; E3) з наступною вірогідністю:

- виникне додаткова потреба у вже існуючій продукції – 30%;

- необхідність в оновленні існуючої продукції – 60%;
- необхідність розробки нової продукції – 10%.

В залежності від ситуації на ринку, керівництво підприємства має прийняти рішення по вибору однієї з обраних для нього за допомогою експертів стратегії (A1; A2; A3):

- збільшити обсяг послуг, що вже надає підприємство;
- розширити асортимент наданих послуг власними силами;
- розробити нові послуги.

Для обрання оптимальної стратегії ми використаємо метод ігор.

Першим гравцем виступить керівництво підприємства, яке буде розглядати три стратегії: A1;A2; A3.

Другим гравцем буде зовнішня ринкова середа, яка має для нас 3 становища: E1;E2; E3.

Згідно оцінкам експертів, можливі прибутки будуть мати наступне значення , які для зручності зведені у матрицю прибутків.

Таблиця 3.3 - Матриця прибутків, балів

| Зовнішнє<br>становище→<br>Стратегія↓ | E1 | E2 | E3 |
|--------------------------------------|----|----|----|
| A1                                   | 2  | 6  | 12 |
| A2                                   | 10 | 6  | 8  |
| A3                                   | 14 | 10 | 4  |

Причому експерти виставляють бали від «0» до «20», де «0» - найгірший результат-тобто найменший прибуток, а «20»- максимальний результат – тобто найбільший прибуток.

Для вибору оптимальної стратегії необхідно розглянути стратегії відносно наступних критеріїв:

Критерій Байєса. Згідно до цього критерію обирається стратегія, при якій майбутній прибуток максимізується. Таким чином забезпечується :

$$\max_i \bar{a}_i = \max_i \sum_{j=1}^n a_{ij} p_{ij}, \quad (3.1)$$

де  $a_i$  – можливий виграш;

$n$  – кількість випадків;

$p_i$  – вірогідність

$$\max_i \bar{a}_i = \max_i \sum_{j=1}^n a_{ij} p_{ij} = \max(5.4; 7.4; 10.6) = 10.6$$

Таким чином по даному критерію перемагає стратегія **A3**.

Критерій Бернуллі-Лапласа. Даний критерій звать критерієм недостатнього обґрунтування. Згідно йому якщо нема достатніх причин розраховувати, що вірогідність значення показника має нерівномірний поділ, вони розраховуються як рівнозначні. Таким чином оптимальною вважається стратегія, яка забезпечує наступне:

$$\max_i \bar{a}_i = \max_i \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n a_{ij} \quad (3.2)$$

$$a_i = (6.7; 8.0; 9.3)$$

Згідно розрахунків  $a_{\max} = a_3 = 9.3$ . Таким чином, перемагає стратегія **A3**.

Критерій Вальда забезпечує вибір найбільш «обережної» стратегії, тобто в найгіршій ситуації найкращий варіант. Цей критерій використовується у випадках, коли необхідна гарантія, щоб виграш за будь-яких умов був не менший, чим найбільший із можливих за гірших умов. Оптимальною буде вважатися така стратегія A, при якій :

$$a = \max_i \min_{ij} a_{ij} \quad (3.3)$$

$$a_i = \{2; 6; 4\}; \text{Max } a_i = 6 = A2$$

Таким чином згідно цього критерія перемагає стратегія **A2**.

Критерій Гермєєра. Згідно цьому критерію оптимальною є така стратегія, при якій мінімальний середній виграш  $\min_i \sum_{ij} a_{ij} p_i$  гравця буде максимальним, тобто стратегія q, найдена за умови:

$$q = \max_p \min_j \sum_{i=1}^m a_{ij} p_i \quad (3.4)$$

Таблиця 3.3 - Вибір оптимальної стратегії за критерієм Гермєєра

| Зовнішнє<br>становище→ | E1       | E2       | E3       | a <sub>i</sub> | q          |
|------------------------|----------|----------|----------|----------------|------------|
| Стратегія↓             |          |          |          |                |            |
| A1                     | <u>2</u> | 6        | 12       | 2              | 0.6        |
| <b>A2</b>              | 10       | <u>6</u> | 8        | 6              | <b>3.6</b> |
| A3                     | 14       | 10       | <u>4</u> | 4              | 0.4        |
| P <sub>i</sub>         | 0.3      | 0.6      | 0.1      | -              |            |

q<sub>i</sub> = 0.6; 3.6; 0.4. Максимальне значення при виконанні стратегії **A2**.

Критерій Максимакса. Цей критерій ще зветь критерієм крайнього оптимізму. Згідно йому «гравець» передбачає, що зовнішньо середовище перебуває у найсприятливішому для нього стані, і, як наслідок має поводитися легковажно. Разом з тим цим критерієм користуються свідомо – наприклад, коли перед гравцем стоїть дилема: або одержати найбільший виграш – або стати банкрутом. Оптимальною за максимаксним критерієм вважається стратегія A при якій найбільший виграш буде максимальним, якщо йому забезпечиться:

$$a = \max_i \max_j \bar{a}_{ij} \quad (3.5)$$

Виграшу відповідатиме найбільший елемент матриці прибутків. Для нашого випадку це 14 – стратегія **A3**.

Критерій Севіджа – або критерій мінімального ризику. Оптимальною за цим критерієм є така стратегія  $A_i$ , при якій мінімізується величина  $\max_j r_{ij}$  максимального ризику, тобто забезпечується  $\min_i \max_j \bar{r}_{ij}$ . Нам необхідно скласти нову матрицю прибутків, в якій від максимального значення прибутку по кожному стовпчику необхідно відняти значення других значень, тобто:

Таблиця 3.4 -Вибір оптимальної стратегії за критерієм Севіджа

| Зовнішнє<br>становище→<br><br>Стратегія↓ | E1       | E2 | E3 | $\max_j r_{ij}$ |
|------------------------------------------|----------|----|----|-----------------|
| A1                                       | 14-2 =12 | 4  | 0  | 12              |
| A2                                       | 14-10=4  | 4  | 4  | 4               |
| A3                                       | 14-14 =0 | 0  | 8  | 8               |

Таким чином можемо побачити, що мінімальне значення ризику має стратегія **A2**.

Критерій Гурвіца. Цей критерій встановлює баланс між випадком крайнього оптимізму та крайнього песимізму. Для нашого випадку знаходимо  $k$  згідно рівнянню  $\max_i = [k \min_j a_{ij} + (1-k) \max_j a_{ij}]$  та складаємо рівняння по кожній стратегії:

Таблиця 3.5 - Вибір оптимальної стратегії за критерієм Гурвіца

|    | $a_j = \min a_{ij}$ | $k * a_i$ | $\beta_i = \max a_{ij}$ | $(1-k) * \beta_i$ | $h_i$    |
|----|---------------------|-----------|-------------------------|-------------------|----------|
| A1 | 2                   | $k*2$     | 14                      | $(1-k)*14$        | $14-12k$ |
| A2 | 6                   | $k*6$     | 10                      | $(1-k)*10$        | $10-4k$  |
| A3 | 4                   | $k*4$     | 12                      | $(1-k)*12$        | $12-8k$  |

$$- h_1 = (1-k)*14 + 2k = 14 - 14k + 2k = 14 - 12k$$

$$- h_2 = (1-k)*10 + 6k = 10 - 4k$$

$$- h_3 = (1-k)*12 + 4k = 12 - 8k$$

Якщо  $k=0$  (умова мінімального ризику і оптимізму), то  $\max h_i = 14$  (стратегія A1) тому що:

$$- h_1 = 14 - 12*0 = 14$$

$$- h_2 = 10 - 4*0 = 10$$

$$- h_3 = 12 - 8*0 = 12$$

Якщо  $k=1$  (умови мінімального ризику та песимізму), то  $\min h_i = 6$  (стратегія A2) тому що:

$$- h_1 = 14 - 12*1 = 2$$

$$- h_2 = 10 - 4*1 = 6$$

$$- h_3 = 12 - 8*1 = 4$$

Далі ми прирівнюємо рівняння стратегій A1 і A2 та знаходимо  $k$ :

$$14 - 12k = 10 - 4k$$

$$14 - 10 = 12k - 4k$$

$$k = 0.25$$

Таким чином, при  $k < 0.25$ , оптимальною стане стратегія A1, а при  $k > 0.25$  оптимальною стане стратегія A2. Причому песимістична стратегія A2 стане більш оптимальною по відношенню до ризиків.

Критерій Ходжен-Лемана. Цей критерій ґрунтується на поєднанні критеріїв Байєса та Вальда за допомогою параметра  $\lambda$  ( $0 \leq \lambda \leq 1$ ): оптимальною вважається стратегія, що відповідає умові:

$$\max_i [\lambda \sum_{j=1}^n a_{ij} g_j + (1-\lambda) \min_j a_{ij}]$$

При  $\lambda=0$  отримують критерій Вальда; при  $\lambda=1$  – критерій Байєса.

Таблиця 3.6 - Вибір оптимальної стратегії за критерієм Ходжен-Лемана

|    | $\sum_{j=1}^n a_{ij} p_{ij}$ | $\lambda \sum_{j=1}^n a_{ij} p_{ij}$ | $\min_j a_{ij}$ | $(1-\lambda) \min_j a_{ij}$ | $\max_i [\lambda \sum_{j=1}^n a_{ij} p_{ij} + (1-\lambda) \min_j a_{ij}]$ |
|----|------------------------------|--------------------------------------|-----------------|-----------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| A1 | 5.4                          | $5.4 * \lambda$                      | 2               | $(1-\lambda) * 2$           | $2 + 3.4 * \lambda$                                                       |
| A2 | 7.4                          | $7.4 * \lambda$                      | 6               | $(1-\lambda) * 6$           | $6 + 1.4 * \lambda$                                                       |
| A3 | 10.6                         | $10.6 * \lambda$                     | 4               | $(1-\lambda) * 4$           | $4 + 6.6 * \lambda$                                                       |

Якщо  $\lambda=0$  (критерій Вальда), то  $\max h_i=6$  – це стратегія A2

Якщо  $\lambda=1$  (критерій Байєса), то  $\max h_i= 10.6$  – це стратегія A3.

Далі необхідно прирівняти рівняння стратегій A2 і A3:

$$6 + 1.4 * \lambda = 4 + 6.6 * \lambda ; \lambda = 0.38$$

Таким чином, при  $\lambda < 0.38$  – оптимальної є стратегія A2, а при  $\lambda > 0.38$  – стратегія A3.

Далі для наочності складемо таблицю критеріїв по стратегіям:

Таблиця 3.7 -Зведена таблиця критеріїв по стратегіям

| Стратегія→<br>Критерій↓ | A1 | A2 | A3 |
|-------------------------|----|----|----|
| Байєса                  | -  | -  | +  |
| Лапласа                 | -  | -  | +  |
| Вальда                  | -  | +  | -  |
| Гермеса                 | -  | +  | -  |
| Максимакс               | -  | -  | +  |
| Севіджа                 | -  | +  | -  |
| Гурвіца                 | -  | +  | -  |
| Ходжен-Лемана           | -  | +  | +  |
| %                       | 0  | 57 | 43 |

Таким чином, згідно зроблених розрахунків, маємо наступні рекомендації.

- 1 Випуск продукції, що випускається не збільшувати
- 2 57% коштів спрямувати на оновлення продукції, що випускається
- 3 43% коштів спрямувати на випуск інноваційної продукції.

В даний момент в основному виробництво скотчу полягає у тому, що заготівля (Джамбо рол) закуповується великими партіями за кордоном, далі ці заготовки розпускаються на кінцеві ролики скотча. Ми плануємо випускати цю продукцію самостійно.

Джамбо рол це заготовка шириною 1300 - 1600 мм.

І довжиною 4000 метрів поліпропілену товщиною 20-25 мм з нанесеним на нього акриловим або каучуковим клеєм залежно від товщини нанесення клею відповідно і якість скотча.

Оптова ціна 1 ролу становить 42 000грн,

Продуктивність 1 рол в годину.

Оптова ціна виготовленої продукції місяць =  $42\,000 \cdot 8 \cdot 22 = 7\,392\,000$ грн.



Рисунок 3.2 - Лінія для виробництва стрейч плівки модель РОЗ - 1000ТС

Характеристики.

Модель РОЗ-1000ТС.

Товщина одержуваної плівки 0,012-0,05мм.

Ширина полотна одержуваної плівки 100-1000мм(2X500).

Структура плівки А/В\С(+2).

Продуктивність максимальна 120-160 кг/годину.

Лінійна швидкість, м/хв Від 50-100м\хв.

Черв'ячний прес .

Діаметр шнека (шнек виготовлений з високоякісної сталі з нитридним покриттям) 75 + 55 мм.

Співвідношення L/D шнека.

Габарити(Д\*Ш\*В) 7.5\*3\*3.2М.

Вага 4.5 тонн.

Потужність нагрівачів 110-130 кВт,180А.

Склад лінії.

1 D75.+D55 - два екструдера.

2 Адаптер - 1шт.

3 Плоскощелевая голова - 1 шт.

4 Рама машини з регулюванням - 1 шт.

5 Автоматичний завантажувач сировини - 2 шт.

6 Електричний шафа - 2шт.

7 Автоматична станція намотування рулонів - 1шт.

8 Пневматичні вали - 2 шт.

9 Відбір кромки - 1 шт.

Специфікація:

1 Шнек і циліндр

2 Діаметр D75.+D 55mm

3 Матеріал: 38CrMoAlA. Шнек з хромованим покриттям.

4 Підігрів: нагрівачі термостійкі з нержавіючої сталі + датчик + твердотільне реле + цифровий контролер. Кільцеві нагрівачі: На циліндрі 12шт. х 1кВт, 4 зони.

10 шт. х 1 кВт, 3 зони.

5 Охолодження: природне, 3 вентилятора х 75W з температурними контролерами.

6 Бункер: 2шт. Незалежний.

7 Матеріал: з нержавіючої сталі.

8 Основний двигун:

9 Потужність: 45+18.5 кВт, 380VAC, 50 Гц.

10 Регулювання швидкості: інвертер.

11 Редуктор.

12 Водяне охолодження,

13 Тип шестерень: косозубі.

14 Примусова система мастила.

15 Автозавантажувач - 2шт.

Модель: TSA-400.

1 Продуктивність: 350 кг

2 Об'єм бункера-накопичувача: 10 літрів. Діаметр 38мм.

3 Зона нагріву на виході з одним нагрівачем.

4 Датчик RPM (оборотів в хвилину) з цифровим дисплеєм.

5 Датчик тиску з системою оповіщення.

6 Розподільник

7 Тип: А/В або А/В/А(за запитом)

8 Регулювання потоку.

9 Нагрівання; 4 нагрівача. 1зона. 4 кВт.

10 Плоскощелевая голова JC-A1 , 1 шт. (Taiwan Jing Cheng Mould)

11 Тип голови: «Т-подібна»

12 Покращена конструкція для зручного регулювання.

13 Обробка голови з сучасним стандартам.

14 Система регулювання рами вправо/вліво.

15 Вали охолодження - 2шт.

16 Розміри: діаметр 320 х 1350мм, з внутрішньою циркуляцією води.

- 17 Вхід і вихід води через клапан.
- 18 Мотор - редуктор з фазоінвертерним приводом.
- 19 Вали витяжки: 2 шт.
- 20 Розміри: діаметр 320 x 1250мм, з внутрішньою циркуляцією води.
- 21 Мотор - редуктор з фазоінвертерним приводом.
- 22 Автоматична станція намотування зі зміною рулону
- 23 Двигун для заміни. Редуктор співвідношення: 1:40. 0.75 кВт.
- 24 Тип намотування: фрикційне.
- 25 Контроль натягу.
- 26 Запасні частини, що поставляються безкоштовно:
- 27 Датчики температури - 6 шт.
- 28 Нагрівача для шнека-2 шт.
- 29 Литі алюмінієві нагрівачі для голови - 6шт.
- 30 Втулки для валів охолодження - 4 шт.
- 31 Сальники - 3шт.
- 32 Система утилізації кромки для подальшого введення в один з шарів.  
(переробник кромки) входить у вартість лінії.

Розраховуємо собівартість одного ролу:

1 Матеріали:

- клей 15.75:  $72.8\text{грн} \cdot 15.75\text{кг} = 1\,146.6\text{грн}$ ;

- пропілен 117.0:  $14.2\text{грн} \cdot 117\text{кг} = 1\,661.4\text{грн}$ .

Разом в місяць (22 роб дня)  $(1\,146.6 + 1\,661.4) \cdot 8 \cdot 22 = 494\,208\text{грн/місяць}$

2 Зарплата працюючих на устаткуванні: не змінюється - залишаються ті ж працівники

3 Електроенергія:  $120\text{кВт/год} \cdot 8\text{ч} \cdot 4,85\text{грн} = 4\,656\text{грн/добу} = 102\,432\text{грн/міс}$

4 Ціна обладнання - 832 тис. грн (амортизація – 3 роки. =  $277,3\text{тис.грн/рік} = 23,1\text{тис.грн/міс}$

5 Установка і обслуговування устаткування -2% в рік від вартості -16,64 тис.грн/рік

Для наочності дані заносимо у таблицю 3.2 з розрахунку 1 місяць

Таблиця 3.8 – Розрахунок за 1 місяць

| Показники                             | Витрати,<br>грн/міс | Дохід,<br>грн/міс |
|---------------------------------------|---------------------|-------------------|
| Матеріальні витрати                   | 494 208             |                   |
| Електроенергія                        | 102 432             |                   |
| Амортизація                           | 23 100              |                   |
| Установка і обслуговування обладнання | 16 640              |                   |
| Оптова ціна готової продукції         | -                   | 200 739           |
| Разом витрати                         | 533 948             |                   |
| Разом дохід                           | -                   | 739 200           |

Таким чином, з розрахунків ми бачимо, що наше впровадження вигідно, оскільки рентабельність його складе:

$$(793\,200 - 533\,948) / 533\,948 * 100\% = 48,6\%.$$

### Висновки до розділу 3

Незважаючи на стабільне зростання ринку клейкої стрічки на території України в межах 15 відсотків, ця галузь ще не до кінця реалізувала свій можливий потенціал. За даними деяких порталів, на 2022 рік України, зазначалося споживання стрічки скотчу менше європейських показників приблизно в чотири рази.

Прогнози, зроблені на 2023 рік, обіцяють споживання цього канцелярського приладдя на території України в межах 1 мільйона квадратних метрів у рік.

Область застосування скотча дуже велика, майже всі сфери діяльності людини. Тут і виробництво та офісна канцелярія, побутові умови і логістика.

Перш ніж впроваджувати якісь нововведення в діяльність підприємства,

необхідно дуже скрупульозно оцінити можливість реалізації проекту в на даному підприємстві і сучасній ринковій ситуації.

Для спрощення візуалізації результатів аналізу, пропонуємо використати матрицю SWOT- аналізу.

Таким чином, згідно аналізу, ми можемо побачити, що основною проблемою даного підприємству є мала доля інноваційного продукту.

Звідси випливає, що діяльність по виробництву липкої стрічки покликана для задоволення двох основних цільових аудиторій:

1 Перший сегмент являє споживачів, що використовують клейку стрічку в побутових умовах, або як офісну канцелярію.

2 Другий сегмент - обслуговує компанії, які використовують цей вид канцелярії в ділових процесах. Сюди відносяться різні виробництва, що мають справу з картонними коробками, служби поштової доставки та інші подібні компанії.

Перша аудиторія проводить купівлю клейкої стрічки в будь-якому місці від ринку до магазину канцелярських товарів, або магазинів господарських товарів для дому.

Особливість попиту на дану групу товарів така, що навіть великі магазини, що спеціалізуються на товарах такого типу не мають потреби у великих запасах скотча. Саме з цієї причини буде набагато доцільніше охопити категорію другої групи, налаштувавши контакти з компаніями і фірмами, що ведуть оптову торгівлю канцелярськими та офісним приладдям, а так само побутовими товарами, так само і компаніями, що займаються роздрібною торгівлею.

Для того, щоб охопити цю аудиторію, можна вдатися до прямих поставок, що найбільше підходить для торгівлі з великими виробничими і торговими компаніями і об'єднаннями. Так само можна вдатися до допомоги посередників, які займаються матеріальним постачанням даної цільової аудиторії.

Для обґрунтування оптимального рішення відносно доцільності інноваційного впровадження для збільшення доходів підприємства, ми пропонуємо розрахувати це за допомогою методу ігор.

Таким чином, згідно зроблених розрахунків, маємо наступні рекомендації.

- 1      Випуск продукції, що випускається не збільшувати
- 2      57% коштів спрямувати на оновлення продукції, що випускається
- 3      43% коштів спрямувати на випуск інноваційної продукції.

В даний момент в основному виробництво скотчу полягає у тому, що заготівля (Джамбо роль) закуповується великими партіями за кордоном, далі ці заготовки розпускаються на кінцеві ролики скотча. Ми плануємо випускати цю продукцію самостійно.

Після розрахунків ми бачимо, що наше впровадження вигідно, оскільки рентабельність його складе 48,6%.

## Висновки

Дана робота присвячена підвищенню доходів підприємства завдяки інноваційним впровадженням, який розуміється як процес комплексний і багаторівневий. В нього включаються не тільки оригінальний винахід, розробка нової технології й одержання нового продукту. Надзвичайно важливими є також поширення нововведення в інші галузі, адаптація нових методів і продуктів для інших сфер, формування нових секторів ринків.

згідно аналізу, ми можемо побачити, що основною проблемою даного підприємству є мала доля інноваційного продукту.

Звідси випливає, що діяльність по виробництву липкої стрічки покликана для задоволення двох основних цільових аудиторій.

1 Перший сегмент являє споживачів, що використовують клейку стрічку в побутових умовах, або як офісну канцелярію.

2 Другий сегмент - обслуговує компанії, які використовують цей вид канцелярії в ділових процесах. Сюди відносяться різні виробництва, що мають справу з картонними коробками, служби поштової доставки та інші подібні компанії.

Перша аудиторія проводить купівлю клейкої стрічки в будь-якому місці від ринку до магазину канцелярських товарів, або магазинів господарських товарів для дому.

Особливість попиту на дану групу товарів така, що навіть великі магазини, що спеціалізуються на товарах такого типу не мають потреби у великих запасах скотча. Саме з цієї причини буде набагато доцільніше охопити категорію другої групи, налаштувавши контакти з компаніями і фірмами, що ведуть оптову торгівлю канцелярськими та офісним приладдям, а так само побутовими товарами, так само і компаніями, що займаються роздрібною торгівлею.

Для того, щоб охопити цю аудиторію, можна вдатися до прямих поставок, що найбільше підходить для торгівлі з великими виробничими і торговими

компаніями і об'єднаннями. Так само можна вдатися до допомоги посередників, які займаються матеріальним постачанням даної цільової аудиторії.

Для обґрунтування оптимального рішення відносно доцільності інноваційного впровадження для збільшення доходів підприємства, ми пропонуємо розрахувати це за допомогою методу ігор.

Для обґрунтування оптимального рішення відносно доцільності інноваційного впровадження для збільшення доходів підприємства, ми пропонуємо розрахувати це за допомогою методу ігор.

Таким чином, згідно зроблених розрахунків, маємо наступні рекомендації.

- 1 Випуск продукції, що випускається не збільшувати
- 2 57% коштів спрямувати на оновлення продукції, що випускається
- 3 43% коштів спрямувати на випуск інноваційної продукції.

В даний момент в основному виробництво скотчу полягає у тому, що заготівля (Джамбо роль) закуповується великими партіями за кордоном, далі ці заготовки розпускаються на кінцеві ролики скотча. Ми плануємо випускати цю продукцію самостійно.

Після розрахунків ми бачимо, що наше впровадження вигідно, оскільки рентабельність його складе 48,6%.

## Список використаних джерел

- 1 Господарський Кодекс України.: [ офіц. текст станом на 02.08.2017 р. зі змінами та доп.]. закон України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
- 2 Про інноваційну діяльність: Закон України від 04. 07. 2002 р. № 40-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>.
- 3 Без інноваційного розвитку немає майбутнього. URL: <http://www.golos.com.ua/article/1167051946.html>
- 4 Борисова Г. М. Теоретичні аспекти управління ризиком на підприємстві. *Актуальні проблеми економіки*. 2005. №7.С 116-121.
- 5 Вербицька Г. Л. Управління економічним ризиком. *Фінанси України*. 2004. № 4.С.34-40.
- 6 Вітлінський В. В., Наконечний С. І. Ризик у менеджменті: підручник. К.: ТОВ«Борисфен-М»,2016. 112 с.
- 7Внукова Н. М. Організація послуг і оцінка ризику в спеціалізованому підприємстві ринкової інфраструктури. К.: КНЕУ, 2008. 21 с.
- 8Воловельська І.В. Вибір оптимальної інноваційної стратегії підприємств залізничного транспорту: дис. ... канд. екон. наук. Х., 2008. 194 с.
- 9Данілова Е. І. Концепція системного підходу до управління економічною безпекою підприємства: монографія. Київ: Європейська наукова платформа, 2020. 341 с
- 10 Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
- 11 Дикань В.Л., Кірдіна О.Г. Сутнісні аспекти конкурентоспроможності національної економіки. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2009. № 28. С. 13-20.
- 12 Дикань В. Л. Товарознавство та комерційна діяльність: підручник / В. Л. Дикань та ін.; за ред. В. Л. Дикань. Харків: УкрДУЗТ, 2018. 362 с.
- 13 Дикань В. Л., Воловельська І. В. Інноваційні стратегії підприємств:

проблеми, шляхи вирішення. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2019. № 67. С. 9–17.

14 Дикань В. Л., Воловельська І. В., Маковоз О. В. Економічна безпека підприємства: навч. Посібник. Х.: УкрДАЗТ, 2011. 243 с.

15 Дикань В. Л., Воловельська І.В., Каличева Н.Є. Економіка підприємства: конспект лекцій. Ч. 1. Харків : УкрДУЗТ, 2021. 55 с.

16 Дикань В. Л., Воловельська І.В., Каличева Н.Є. Економіка підприємства: конспект лекцій. Ч. 2. Харків : УкрДУЗТ, 2021. 45 с.

17 Дикань В. Л., Воловельська І.В., Каличева Н.Є. Економіка підприємства: конспект лекцій. Ч. 3. Харків : УкрДУЗТ, 2021. 49 с.

18 Дикань В. Л., Воловельська І.В., Каличева Н.Є. Економіка підприємства: конспект лекцій. Ч. 4. Харків : УкрДУЗТ, 2022. 50 с.

19 Дикань В. Л., Єлагін Ю .В., Сухорукова Т. Г. Економіка праці на підприємствах залізничного транспорту: підручник. Х.: УкрДАЗТ, 2012. 275 с.

20 Дикань В. Л., Козинець А. С., Чупир Т. Я. Економічний аналіз ефективності діяльності залізниці: навчальний посібник. Харків, 2004. 161 с.

21 Дикань В. Л., Корінь М. В. Державне регулювання промислового розвитку України. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. №. 61. С. 9-19.

22 Дикань В. Л., Маслова В.О. Організація виробництва: навчальний посібник. Харків, УкрДАЗТ, 2013. 422 с.

23 Дикань В. Л., Толстова А.В. Механізм державного регулювання відтворення та розвитку економіки України в ринкових умовах. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2022. №76-77. С.5-12.

24 Дикань В. Л., Толстова А.В. Розвиток економіки України на основі принципу рівноправності відносин держави, бізнесу та суспільства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. № 63. С.9-19.

25 Дикань В.Л. Українська модель економічної системи як нова концепція розвитку національної економіки. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2013. Вип. 44. С. 11-17.

26 Дикань В.Л., Заєць Г.П. Управлінський менеджмент у концепції

сталого розвитку організації. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. № 62. С. 9-19.

27 Дикань В.Л., Обруч Г.В. Визначення ефективності реалізації потенціалу конкурентоспроможності вагонобудівних підприємств. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2016. № 56. С. 9-18.

28 Дикань В.Л., Островерх Г.Є. Удосконалення механізмів державного управління розвитком залізничної галузі України у євроінтеграційному просторі. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. № 62. С. 11–19.

29 Діденко А. і Кравець, О. Тенденції розвитку малого підприємництва в Україні. *Підприємництво та інновації*. 2023. Вип. 27. С. 39-43.

30 Друкер П. Як забезпечити успіх у бізнесі: новаторство і підприємництво. Пер. з англ. Київ : Україна, 1994. 317 с.

31 Дубель М., Барвінченко О. Особливості розвитку електронної комерції в Україні в умовах війни. *Підприємництво та інновації*. 2023. Вип. 27. С. 16-22.

32 Дубовик Т.В., Буцацька І.О. Інноваційна спрямованість розвитку підприємств роздрібною торгівлі. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2017. № 1. С. 223–230.

33 Економічна діагностика: підручник / В. Л. Дикань, І. В. Токмакова, В. О. Овчиннікова, М. В. Корінь, А. В. Толстова. Харків: УкрДУЗТ, 2022. 285 с.

34 Електронна торгівля. Українська та світова практика правового регулювання. URL: [https://uz.ligazakon.ua/ua/magazine\\_article/EA016163](https://uz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/EA016163)

35 Емерсона М. і Мовчан В. та ін. Поглиблення відносин між ЄС та Україною. Що, чому і як? Київ : Центр європейських політичних досліджень (CEPS), Інститут економічних досліджень та політичних консультацій (ІЕД), 2016. 255 с.

36 Забезпечення конкурентоспроможності підприємств: підручник / В. Л. Дикань, Ю. Т. Боровик, О. М. Полякова, Ю. М. Уткіна. Харків: УкрДАЗТ, 2012. 415 с.

37 Івченко І. Ю. Моделювання економічних ризиків і ризикових ситуацій: навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2017. 344 с.

- 38 Каличева Н. Є. Проблеми та перспективи розвитку економіки України в сучасній світовій економічній системі. *Наука й економіка*. 2015. Вип. 4 (40). С. 117 – 120.
- 39 Каминский А.Б. Економічний ризик та методи його вимірювання. К.: Козаки, 2012. 120 с.
- 40 Кірдіна О. Г. Інноваційний ресурс підвищення конкурентоспроможності національної економіки. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: економічні науки*. 2010. №. 1. Т. 1. С. 95-102.
- 41 Клименко С. М., Дуброва О. С. Обґрунтування господарських рішень і оцінка ризиків: навч. посібник для самостійного вивчення. К.: КНЕУ, 2012. 188 с.
- 42 Коробов М.Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств. К.: Знання, 2000. 55 с.
- 43 Кравченко В.А. Стан управління підприємницькими ризиками: українська специфіка. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2007. №3. С. 21-24.
- 44 Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. К. : КНЕУ, 2003. 504 с.
- 45 Крушельницька О.В., Мельничук Д.П. Управління персоналом: навч. посібник. К.: «Кондор», 2013. 296 с.
- 46 Лабунська С. В., Курган Н. В. Формування обліково-аналітичного забезпечення інноваційного розвитку підприємства. Х.: Вид., ХНЕУ, 2019. 248 с.
- 47 Мельник В.О. Оцінка інвестиційного потенціалу підприємств. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2005. №№ 9-10. С. 60-64.
- 48 Мельник В.О. Підвищення ефективності управління інвестиційною діяльністю підприємств в умовах самофінансування. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2005. №№ 9-10. С. 65-68.
- 49 Мінцберг Г. Зліт та падіння стратегічного планування. К. : Вид-во Олексія Капусти. 2008. 389 с.
- 50 Мішеніна Н. В., Мішеніна Г. А., Ярова І. Є. Економічний аналіз: навч. посіб. Суми : Сум. держ. ун-т, 2014. 305 с.

51 Момот О. І., Демченко А. О. Про сутність понять «ефективність» та «результативність» в економіці. *Економічний вісник Донбасу*. 2013. № 3 (33). С. 207-210.

52 Підприємництво. Реалізація підприємницької діяльності у сучасних ринкових умовах: підручник / С. В. Панченко, В. Л. Дикань, О. В. Шраменко та ін. Харків : УкрДУЗ, 2018. ч. 2. 228 с.

53 Підприємництво. Теоретичні основи організації підприємницької діяльності: підручник / С. В. Панченко, В. Л. Дикань, О.В. Шраменко та ін. Харків : УкрДУЗТ, 2018. ч. 1. 241 с.

54 Планування ділового розвитку фірми: навч. посіб. / В. А. Карпов [та ін.] ; за заг. ред. В. Р. Кучеренка ; Одес. нац. екон. ун-т. - 2-ге вид., випр. та переробл. Одеса : Астропринт, 2014. 412 с.

55 Планування діяльності підприємства: навч. посіб. / за ред. О.М. Свінцицької. К.: Кондор, 2013. 263 с.

56 Податковий кодекс України/ URL: [https://ips.ligazakon.net/document/T10\\_2755?an=21397&ed=2020\\_08\\_01](https://ips.ligazakon.net/document/T10_2755?an=21397&ed=2020_08_01)

57 Подреза С.М., Кам'янецька О.В. Особливості та проблеми побудови інноваційної стратегії в системі стратегічного розвитку підприємства. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2006. № 7. С. 48–52.

58 Полозова Т.В. Розвиток систем економічної безпеки: теоретичні аспекти. Кол. монографія. Харків: ХНУРЕ, 2020. С. 355-362.

59 П'ятницька Г. І. Інноваційні стратегії в сучасних умовах господарювання: суть та наукові підходи до формування вибору. *Проблеми науки*. 2011. № 11. С. 21–29.

60 Савченко О.І., Нестеренко Р.О., Побережний Р.О. Інноваційне підприємництво та бізнес-планування : навч.-метод. посіб. Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Харків : Щедра садиба плюс, 2015. 157 с.

61 Світові інновації: погляд журналу The Economist. URL: <http://innovations.com.ua/ukr/innovations/148/0/118/>

62 Тарасюк Г.М. Управління проектами навч. посібн. К.: Центр

навчальної літератури, 2018. 67 с.

63 Топузов О.М., Тименко Л.В. Економічна і соціальна географія світу: Підруч. для загальноосвіт. навч. закладів. К.: Зодіак-ЕКО, 2015. 208 с.

64 Україна переходить на «цифрову економіку». Що це означає? Укрінформ. Мультимедійна платформа іномовлення України: веб-сайт. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2385945-ukraina-perehodit-nacifrovu-ekonomiku-so-ce-oznachaє.html>

65 Уолш К. Ключові фінансові показники. Аналіз та управління розвитком підприємства: пер. з англ. К.: Всеуито: Наукова думка, 2001. 367 с.

66 Управління фінансами. URL: <http://utmagazine.ru/posts/8946-upravlenie-finansami>

67 Черненко С.О. Конкуренція та ефективність товарних ринків в Україні: монографія. К.: КНТЕУ, 2006. 171 с.

68 Mintzberg H. The Nature of Managerial Work. New York: *Harper and Row*, 1973. P. 93-94.

69 Mintzberg H. Strategy safari. A guided tour through the wilds of strategic management / H. Mintzberg, B. Ahlstrand, J. Lampel. – L. etc., 1997.

70 Mc Gregor D. The Professional Manager / D. Mc Gregor. #9. 1996.

71 Quick Changeover for Operators. The SMED System by Shigeo Shingo, 2000.

72 Методичні вказівки до виконання кваліфікаційної роботи рівня вищої освіти «другий (магістерський) рівень» усіх форм навчання / каф. «Економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом». В. Л. Дикань, В. В. Компанієць, І. В. Токмакова, І.Л. Назаренко. Харків: УкрДУЗТ, 2019. 60 с.

73 Студентська навчальна звітність. Текстова частина (пояснювальна записка). Загальні вимоги до побудови, викладення та оформлення: методичний посібник з додержання вимог нормоконтролю у студентській навчальній звітності / Козар Л.М. [та ін.]; за заг. ред. Л.М. Козара. Х.: УкрДУЗТ, 2018. 54 с.

## АКТ

перевірки випускної кваліфікаційної роботи на наявність ознак  
академічного плагіату

Відповідно до даних сервісу Strikeplagiarism.com кваліфікаційна робота  
на тему: «Шляхи підвищення доходів підприємства»  
автора: Утемісова Жанна Калимжанівна  
(ПІБ автора повністю)

містить 29,41 % запозичень. Ознаки академічного плагіату – відсутні.

Перевірку виконала  
доцент кафедри економіки та управління  
виробничим і комерційним бізнесом



(підпис)

Ганна ОБРУЧ

07.12.2023 р.