

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Факультет бізнес-технологій та економіки

(повне найменування інституту, факультету)

Кафедра бізнесу та управління

(повне найменування кафедри)

Пояснювальна записка

до дипломної роботи

магістр

(освітній ступінь)

на тему: **ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ПРОМИСЛОВОГО
ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ПРАТ «КИЇВСЬКА КОНДИТЕРСЬКА
ФАБРИКА «РОШЕН»**

Виконав: студент 2 курсу, групи БТЕз – 1314м
Спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля»
(код і найменування спеціальності)

Освітня програма «Економіка підприємства»

КАРАВСЬКА І.М.

(ПРИЗВИЩЕ та ініціали)

Керівник ТКАЧЕНКО А.М.

(ПРИЗВИЩЕ та ініціали)

Рецензент Мищенко О. Г.

(ПРИЗВИЩЕ та ініціали)

Запоріжжя – 2025 року

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»
 (повне найменування закладу вищої освіти)

Факультет бізнес-технологій та економіки

Кафедра бізнесу та управління

Ступінь вищої освіти магістр

Спеціальність 076 «Підприємництво та торгівля»

(код і найменування)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри *Білець*

Жакошко А.М.

« » 20 року

З А В Д А Н Н Я

НА ДИПЛОМНИЙ ПРОЄКТ (РОБОТУ) СТУДЕНТА(КИ)

Жаравської Інни Михайлівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема проєкту (роботи) *Формування прибутку промислового підприємства в умовах ПрАТ «Хіміська кондитерська фабрика „Рошен“*

керівник проєкту (роботи) *Жакошко Анна Михайлівна, д.е.н. проф.*

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

затверджені наказом закладу вищої освіти від « 01 » 10 2025 року № 452

2. Строк подання студентом проєкту (роботи) *10 червня 2025р.*

3. Вихідні дані до проєкту (роботи) *Законодавчі та нормативні акти наукові ретран, статистична збіжність ПрАТ «Хіміська кондитерська фабрика „Рошен“*

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) *1. Теоретичні основи формування прибутку діяльності підприємства.*

Дослідження впливу показників прибутковості діяльності підприємства на прикладі ПрАТ «Хіміська кондитерська фабрика „Рошен“
Напрямок зростання прибутковості діяльності ПрАТ «Хіміська кондитерська фабрика „Рошен“

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

6. Консультанти розділів проекту (роботи)

Розділ	ПРИЗВИЩЕ, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	прийняв виконане завдання
Розділ 1	ТКАЧЕНКО А.М., професор		
Розділ 2	ТКАЧЕНКО А.М., професор		
Розділ 3	ТКАЧЕНКО А.М., професор		

7. Дата видачі завдання «04» вересня 2025 року.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної Роботи	Строк виконання етапів роботи
1	З'ясування завдання	10.09.25
2	Вибір наукових джерел	22.09.25
3	Виконання 1 розділу	15.10.25
4	Виконання 2 розділу	27.10.25
5	Виконання 3 розділу	17.11.25
6	Перевірка на повноту	28.11.25
7	Корекція та подання на кафедру	
8		10.12.25
9		
10		
11		
12		
13		

Студент


(підпис)

Тимо Каравський
(Ім'я ПРИЗВИЩЕ)

Керівник проекту (роботи)


(підпис)

Аліо Ткаченко
(Ім'я ПРИЗВИЩЕ)

РЕФЕРАТ

Магістерська робота на тему «Формування прибутку промислового підприємства в умовах ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен».

Магістерська робота складається із вступу, 3 розділів, висновків до розділів, висновку до кожного розділу та до всієї роботи та списку використаних джерел.

Робота виконана в обсязі 98 сторінок, містить 8 рисунків, 43 таблиці.

Мета роботи полягає в аналізі процесу формування прибутку ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» та визначенні способів його вдосконалення.

У роботі здійснено комплексний аналіз показників, що відображають фінансово-економічний стан підприємства, а також індикаторів, які характеризують рівень результативності та прибутковості його діяльності. Проведене дослідження засвідчило наявність недостатнього рівня прибутковості функціонування підприємства. З метою нарощування прибутку та підвищення загальної ефективності господарської діяльності обґрунтовано доцільність впровадження трьох напрямів удосконалення, а саме: розвитку системи фінансового планування, підвищення результативності діяльності служби маркетингу та розширення й поглиблення асортиментної політики. Об'єкт дослідження – процес формування та зростання прибутковості діяльності ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен».

Предмет дослідження – теоретико-методичні засади та практичні інструменти забезпечення підвищення прибутковості діяльності ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен».

ПРИБУТОК, ПРИБУТКОВІСТЬ, ФАКТОРИ ПРИБУТКОВОСТІ, РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ, ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИЙ СТАН.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	8
1.1. Економічна сутність прибутку та його класифікація.....	8
1.2. Фактори впливу на зростання прибутковості підприємства	17
1.3. Методичні підходи оцінки прибутку діяльності суб'єкта господарювання	23
Висновки до розділу 1.....	28
2. ДОСЛІДЖЕННЯ ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПРИКЛАДІ ПРАТ «КИЇВСЬКА КОНДИТЕРСЬКА ФАБРИКА «РОШЕН»	30
2.1. Господарсько-правові засади функціонування досліджуваного підприємства та його загальна характеристика	30
2.2. Аналіз фінансово-економічного стану ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен»	39
2.3. Оцінка основних показників формування прибутковості підприємства.....	46
Висновки до розділу 2.....	57
3. НАПЯМИ ЗРОСТАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «КИЇВСЬКА КОНДИТЕРСЬКА ФАБРИКА «РОШЕН»	59
3.1. Фінансове планування як напрям зростання прибутковості підприємства	59
3.2. Основні вектори вдосконалення роботи служби маркетингу з метою збільшення прибутку ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен»	64
3.3. Економічна ефективність запропонованих заходів щодо підвищення прибутковості ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен».....	71
Висновки до розділу 3.....	86
ВИСНОВКИ.....	88
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	92

ВСТУП

Актуальність теми. Рівень прибутковості підприємств є одним із базових індикаторів результативності та ефективності їх господарської діяльності. Прибуток виступає не лише провідним джерелом формування фінансових ресурсів, необхідних для стабільного функціонування підприємства, а й визначальною умовою його довгострокового розвитку, збереження конкурентних позицій та адаптації до змін ринкового середовища. У зв'язку з цим аналіз механізмів формування прибутку та обґрунтування напрямів зростання прибутковості набувають особливої значущості для суб'єктів господарювання в умовах сучасної економіки.

Теоретичні та практичні аспекти прибутку і прибутковості були предметом ґрунтовних досліджень багатьох світових та вітчизняних вчених, серед яких: Єпіфанова І.Ю., Гуменюк В.С., Патарідзе-Вишинська М.В. та ін. У своїх наукових працях вони детально розглядають сутність прибутку, його соціально-економічне значення, шляхи формування та збільшення, фактори впливу та окремі аспекти оцінки прибутковості суб'єкта господарювання.

Разом із тим, питання практичного забезпечення зростання прибутковості промислових підприємств з урахуванням галузевих особливостей і сучасних умов господарювання потребують подальшого поглибленого вивчення.

Метою магістерської роботи є узагальнення теоретико-методичних положень щодо формування та оцінки прибутку і прибутковості, а також обґрунтування комплексу практичних заходів, спрямованих на підвищення ефективності прибуткової діяльності ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен».

У ході цього дослідження було поставлено та вирішено такі завдання:

1. Розкриття економічної сутності прибутку та його класифікація.
2. Визначення факторів впливу на зростання прибутковості підприємства.
3. Описано методичні підходи оцінки прибутку діяльності суб'єкта

господарювання.

4. Досліджено господарсько-правові засади функціонування підприємства та його загальна характеристика.

5. Аналізування фінансово-економічного стану ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен».

6. Надано оцінку основних показників формування прибутковості підприємства.

7. Фінансове планування як напрям зростання прибутковості підприємства.

8. Задано основні вектори вдосконалення роботи служби маркетингу з метою збільшення прибутку ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен».

9. Запропонована економічна ефективність заходів щодо підвищення прибутковості ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен».

Об'єктом дослідження є процес забезпечення зростання прибутковості діяльності ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен».

Предмет дослідження – сукупність теоретичних, методичних та практичних підходів щодо зростання прибутковості діяльності ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен».

Методи дослідження – для економічного обґрунтування напрямів зростання прибутковості діяльності ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» використано такі методи дослідження: аналізу та синтезу, горизонтального і вертикального аналізу, графічний метод, економіко-математичного моделювання, калькуляції, логічного узагальнення та порівняння.

Практичне значення отриманих результатів полягає в економічній обґрунтованості та доцільності впровадження запропонованих заходів у діяльність досліджуваного підприємства з метою максимізації його прибутку.

1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Економічна сутність прибутку та його класифікація

У межах ринкової економічної системи прибуток виступає як першочергова мета функціонування будь-якого суб'єкта господарювання. Це зумовлено тим, що саме прибуток забезпечує гарантії подальшого існування підприємства та окреслює перспективи його зростання. Відтак, визначення сутності прибутку залишається фундаментальним питанням і однією з ключових проблем сучасної економічної теорії.

Прибуток являє собою комплексну та багатоаспектну економічну категорію, що зумовлює широкий спектр її інтерпретацій та існування множини дефініцій. Упродовж багатьох століть дослідники-економісти приділяли значну увагу вивченню та формулюванню теоретичних аспектів, що детермінують сутність і механізми формування прибутку. Із еволюцією економічної думки зміст поняття прибутку зазнавав поступового ускладнення, однак універсальне і загальновизнане його трактування залишається невизначеним і на сучасному етапі.

Відомий англійський економіст Рікардо Д. вважав, що величина прибутку є обернено пропорційною рівню заробітної плати і генерується за рахунок експлуатації найманої робочої сили. Відповідно до його положень, зростання прибутку корелює зі зниженням заробітної плати. Важливим чинником нарощування прибутку, згідно з його теорією, є підвищення суспільної продуктивності праці, оскільки це призводить до зниження вартості робочої сили [6]. А. Сміт пропонував подвійне тлумачення прибутку. З одного боку, він визначав його як різницю між новоствореною (доданою) вартістю та виплаченою заробітною платою. З іншого боку, Сміт розглядав прибуток як залишок доходу після здійснення необхідних відрахувань на ренту та процент, інакше кажучи, як

підприємницький дохід власника капіталу [7].

Дж. С. Мілль, відомий англійський економіст, розширив класичне трактування, стверджуючи, що структура прибутку включає не лише винагороду за управлінську працю (заробітну плату апарату управління суб'єктом господарювання) та процент, але й такий критично важливий елемент, як премія за ризик (плата за ризик) [5]. У межах німецької економічної школи на чолі з А. Шеффле прибуток переважно ідентифікувався як віддача (дохід) від інвестованого капіталу [9]. Водночас В. Рошер пропонував розглядати його як специфічну форму заробітної плати [5]. Проте цій точці зору протистояла інша група науковців, які наполягали на тому, що прибуток слід трактувати як унікальну (незвідну) форму доходу, яку неможливо редукувати до компенсації лише за працю або капітал. Цю позицію рішуче відстоювали такі вчені, як Й. фон Тюнен та Г. Мангольдт. Зокрема, Й. фон Тюнен визначав прибуток як залишок доходу, що утворюється після відрахування проценту, страхового внеску та заробітної плати адміністративного персоналу [6].

У загальноприйнятому контексті прибуток визначається як максимальна сума, яку суб'єкт може використати протягом певного часового періоду, зберігаючи при цьому початковий рівень свого багатства (капіталу) на кінець цього періоду. Британський економіст Дж. Хікс (J. R. Hicks) роз'яснював цю дефініцію, трактуючи прибуток в економічній діяльності як перевищення сукупних доходів від реалізації товарів або послуг над понесеними витратами на їхнє виробництво та збут [7]. Саме це визначення слугує базовим орієнтиром для сучасних економістів.

Як економічна категорія, прибуток являє собою грошове вираження вартості реалізованого чистого доходу і є ключовою формою фінансових накопичень підприємства. Він характеризує кінцевий фінансовий результат операційної діяльності суб'єкта господарювання та є інтегральним показником, що повною мірою відображає ефективність виробничого процесу, обсяг і якість реалізованої

продукції, рівень її собівартості та стан продуктивності праці.

Слід також наголосити, що проблематика прибутку та прибутковості була предметом ґрунтовних досліджень з боку низки українських науковців. Серед них варто відзначити Н.М. Бондаря, О.О. Гетьмана, С.Ф. Покропивного, А.М. Поддєрьогіна, В.М. Шаповала, Л.І. Шваба, І.О. Бланка та інших.

Зокрема, такі автори, як С.Ф. Покропивний, Л.І. Шваб та Н.М. Бондар, схилиються до визначення прибутку як частини загальної виручки, яка залишається в розпорядженні підприємства після повного відшкодування всіх витрат, пов'язаних із здійсненням виробничої та комерційної діяльності [8–11]. У свою чергу, О.О. Гетьман та В.М. Шаповал дійшли висновку, що прибуток може бути визначений як різниця між ціною реалізації та собівартістю виробленої продукції (товарів, робіт, послуг), а також як різниця між обсягом отриманої виручки та сумою витрат на виробництво і збут продукції [11].

Варто також сфокусувати увагу на дефініції прибутку, сформульованій І.О. Бланком. Ця дефініція є важливою, оскільки вона враховує не лише кількісний вимір прибутку, але й чітко встановлює взаємозв'язок між прибутком та підприємницьким ризиком. Зокрема, вчений визначає прибуток як чистий дохід підприємця, виражений у грошовій формі, на вкладений капітал. Цей дохід характеризує винагороду суб'єкта за прийняття на себе ризику у процесі здійснення підприємницької діяльності. Кількісно прибуток становить різницю між сукупним доходом і сукупними витратами, понесеними в ході цієї діяльності [12]. Ми вважаємо, що саме ця комплексна дефініція найбільш повно та всебічно розкриває економічну категорію прибуток.

Згідно з базовими положеннями сучасної теорії та практики фінансового менеджменту прибуток умовно поділяють на економічний та бухгалтерський. [13]

Економічний прибуток розраховується на основі динаміки ринкових оцінок капіталу. Відповідно, він являє собою приріст економічної вартості підприємства і слугує індикатором ефективності використання наявних активів. Слід зазначити,

що кількісне значення, отримане в результаті такого розрахунку, має умовний (розрахунковий) характер, що обґрунтовує необхідність застосування бухгалтерського прибутку. Економічний прибуток відображає результат «роботи» капіталу.

Бухгалтерський прибуток – це кінцевий фінансовий результат, виявлений за певний звітний період на підставі бухгалтерського обліку усіх господарських операцій та належної оцінки статей бухгалтерського балансу [14]. Бухгалтерський прибуток є результатом реалізації товарів та послуг.

Бухгалтерське визначення прибутку має нормативно-правове закріплення, що відображено, зокрема, у Податковому кодексі України (ПКУ). Згідно з положеннями ПКУ, прибуток трактується як сума валових доходів, отриманих суб'єктом господарювання від усіх видів діяльності. Ця сума, скоригована з метою оподаткування, зменшується на величину валових витрат підприємства, а також на вартість зносу (амортизації) основних засобів та нематеріальних активів [15].

Відповідно до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 3 «Звіт про фінансові результати» (П(С)БО 3), прибуток визначається як сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати [16]. Прибуток та витрати перебувають у зворотному взаємозв'язку: зниження рівня витрат прямо пропорційно веде до збільшення кінцевого прибутку.

Сутність економічної категорії прибутку розкривається через його ключові функції та значення, зокрема, необхідний рівень прибутку виступає як:

- основне внутрішнє джерело забезпечення поточного та довгострокового розвитку (зростання) підприємства;
- головний чинник збільшення ринкової вартості підприємства;
- ключовий індикатор фінансової стійкості та кредитоспроможності підприємства;
- провідний інтерес власників (акціонерів), оскільки прибуток забезпечує можливість капіталізації та розширення бізнесу;

- показник конкурентоспроможності підприємства, особливо за умови стабільного та стійкого його рівня;
- гарантія виконання зобов'язань підприємства перед державою;
- джерело забезпечення соціальних потреб суспільства.

Прибуток є ключовим джерелом фінансових ресурсів підприємств, що забезпечує формування як централізованих, так і децентралізованих фондів грошових коштів. Завдяки прибутку відбувається накопичення значного обсягу бюджетних коштів держави, здійснюється фінансове розширення підприємств, реалізується матеріальне стимулювання та заохочення персоналу, а також фінансуються соціально-культурні заходи.

Отримання прибутку суб'єктами господарювання та подальша сплата податку на прибуток до бюджету формують істотну частину фінансових ресурсів держави, а також регіональних та місцевих органів влади. Від обсягу цих надходжень безпосередньо залежать темпи економічного розвитку країни та окремих регіонів, зростання суспільного багатства і, як наслідок, покращення рівня життя населення. Саме тому забезпечення прибутковості підприємств становить інтерес не лише для трудових колективів, а й для держави в цілому.

Узагальнене поняття «прибуток» охоплює різноманітні його види, що обумовлює необхідність у їхній систематизації. Класифікація та детальний опис видів прибутку сприяють розширенню аналітичної діяльності суб'єктів господарювання, надаючи їм можливість самостійно деталізувати цей ключовий фінансовий показник відповідно до специфіки їхньої діяльності.

Параметр прибуток для аналітичних цілей має різне функціональне призначення для різних груп суб'єктів, причому кожна група може вважати пріоритетними різні його показники. Це пояснюється тим, що у діяльності організації та в розподілі її валового доходу беруть участь різні зацікавлені сторони (стейкхолдери), чий інтереси не завжди збігаються або є ідентичними. Наприклад, для податкових органів першочергове значення має коректність

розрахунку оподаткованого прибутку, тоді як для власників акцій найбільш важливим є чистий прибуток, оскільки він є джерелом нарахування та виплати дивідендів.

Згідно з державним законодавством України, види прибутку підлягають класифікації, що відображає їхній розрахунок у фінансовій звітності. Основу для цієї систематизації становлять Форма 2 «Звіт про фінансові результати» та положення Податкового кодексу України.

За джерелами формування прибуток підприємства доцільно класифікувати таким чином:

1. Прибуток від реалізації товарів (робіт, послуг) — провідний вид фінансового результату, що безпосередньо зумовлений характером та масштабами господарської діяльності підприємства. До його складу належать доходи, отримані від продажу продукції власного виробництва, наданих послуг, а також від відчуження цінних паперів, об'єктів основних засобів та інших активів.

2. Прибуток від реалізації майна — формується у процесі продажу окремих складових матеріальних і нематеріальних активів підприємства, включаючи основні засоби, нематеріальні ресурси, запаси сировини й матеріалів, за мінусом витрат, пов'язаних з їх підготовкою та здійсненням реалізації.

3. Прибуток від позареалізаційних операцій — виникає в результаті участі підприємства у спільних проєктах з іншими суб'єктами господарювання, а також унаслідок отримання доходів від операцій з цінними паперами та розміщення коштів на депозитних рахунках.

4. З урахуванням поділу діяльності підприємства за видами, виокремлюють прибуток від звичайної діяльності, який визначається як різниця між доходами від реалізації продукції та сукупними витратами на її виробництво і збут, а також прибуток від надзвичайної діяльності, що розраховується як перевищення надзвичайних доходів над надзвичайними витратами та виникає внаслідок подій, нетипових для стандартних умов функціонування підприємства.

5. У межах прибутку від звичайної діяльності виділяють такі функціональні складові:

6. Прибуток від операційної діяльності — фінансовий результат основної виробничо-комерційної діяльності підприємства.

7. Прибуток від інвестиційної діяльності, який формується за рахунок доходів від участі у спільних проєктах, володіння фінансовими інструментами, депозитних вкладень, а також частково внаслідок реалізації окремих елементів майна.

8. Прибуток від фінансової діяльності — результат, що виникає опосередковано завдяки залученню позикового капіталу на умовах, вигідніших за середньоринкові, та ефективному управлінню джерелами фінансування підприємства.

Згідно з критерієм складу елементів, що входять у розрахунок прибутку, виділяють:

1. Маржинальний (валовий) прибуток: визначається як різниця між чистою виручкою та прямими виробничими витратами на реалізовану продукцію.

2. Прибуток від продажів: розраховується як різниця між виручкою від реалізації та повною собівартістю реалізованої продукції, яка включає комерційні та адміністративні витрати.

3. Прибуток до оподаткування: формується шляхом підсумування фінансового результату від звичайної діяльності та інших надходжень та витрат.

4. Чистий прибуток: розраховується як різниця між прибутком до оподаткування та сумою податку на прибуток, сплаченого до державного бюджету, а також після виплати дивідендів акціонерам. Він є джерелом для накопичення майна та збільшення власного капіталу підприємства.

5. Нерозподілений прибуток – являє собою ту частину чистого прибутку, яка залишається у суб'єкта господарювання після виконання всіх зобов'язань перед власниками та формування обов'язкових чи статутних фондів. [19]

Згідно з критерієм характеру використання чистого прибутку, розрізняють

капіталізований чистий прибуток (частина, що спрямовується на фінансування приросту активів підприємства) та чистий прибуток, що споживається (частина, яка використовується для виплати дивідендів акціонерам та соціальних програм персоналу).

За характером оподаткування прибуток поділяється на оподатковуваний (бухгалтерський прибуток, скоригований згідно із законодавством) та неоподатковуваний (визнається таким відповідно до статей Податкового кодексу України).

За ознакою інфляційного очищення виділяють номінальний прибуток (зазначається у фінансовій звітності в поточних цінах без урахування інфляції) та реальний прибуток (обчислюється шляхом коригування номінального на рівень інфляції, що дозволяє оцінити купівельну спроможність) [20].

Залежно від періоду формування розглядають прибуток попереднього, звітного та планового періодів (зазначений у бізнес-плані).

Регулярність формування вимагає поділу прибутку на регулярний (постійний) та «надзвичайний» (незвичне джерело походження, наприклад, дохід від продажу філіалу).

За напрямками розподілу є прибуток, що належить акціонерам (дивіденди), прибуток, що залишається у розпорядженні підприємства (для розвитку діяльності) та нерозподілений прибуток [21]. За підсумковим значенням прибуток може бути позитивним (свідчить про ефективність) або негативним (збитковість), а консолідованим називають зведений прибуток за звітністю щодо діяльності материнських та дочірніх організацій [14].

Класифікація прибутку підприємства може бути представлена за низкою узагальнювальних ознак, кожна з яких відображає особливості його формування та використання:

Підсумкову класифікацію видів прибутку наведено у табл. 1.1.

Таблиця 1.1 – Підсумкова класифікація видів прибутку

Класифікаційна ознака	Вид прибутку
Згідно з нормами українського законодавства	валовий фінансовий результат
	прибуток, отриманий від операційної діяльності
	фінансовий результат до оподаткування
	прибуток після сплати податків
	чистий прибуток підприємства
	прибуток, що припадає на одну акцію
За джерелами утворення	результат від реалізації продукції (робіт і послуг),
	дохід від продажу майна підприємства та прибуток
	отриманий у межах позареалізаційних операцій
За видами господарської діяльності	прибуток, сформований у процесі звичайної діяльності
	операційної, інвестиційної діяльності
	фінансової діяльності
	зумовлений впливом надзвичайних подій
За структурою елементів формування	маржинальний (валовий) прибуток
	прибуток від реалізації
	фінансовий результат до оподаткування
	чистий прибуток
	нерозподілений прибуток звітного періоду
За напрямками використання чистого прибутку	капіталізовану частину
	спрямовану на розвиток підприємства
	використовується на споживчі цілі
За податковими характеристиками	оподатковуваний прибуток, який визначається відповідно до вимог чинного податкового законодавства України.
	номінальний, який відображає фінансовий результат у фактичних цінах звітного періоду без коригування на інфляцію
За характером інфляційного очищення	реальний, що визначається з урахуванням інфляційного чинника та характеризує дійсний приріст економічної вигоди підприємства
	номінальний, який відображає фінансовий результат у фактичних цінах звітного періоду без коригування на інфляцію
За періодом формування	прибуток попереднього періоду, отриманий у минулих звітних періодах
	прибуток звітного періоду, сформований за результатами поточної діяльності
	прибуток планового періоду, який є прогнозним показником і використовується у процесі фінансового планування
За регулюванням формування	регулярний прибуток, що виникає в межах звичайної господарської діяльності
	надзвичайний прибуток, який формується внаслідок разових або нестандартних подій.

Продовження табл. 1.1

За напрямом розподілу	прибутком, що спрямовується акціонерам у вигляді дивідендів
	прибутком, який залишається у розпорядженні підприємства для фінансування його розвитку
	нерозподіленим прибутком, що акумулюється у власному капіталі
	позитивним прибутком, який свідчить про перевищення доходів над витратами
За підсумковим значенням	Від'ємний прибуток (збиток) виникає у разі перевищення витрат над доходами
За консолідованістю	Консолідований прибуток виникає у разі перевищення витрат над доходами.

складено автором [20].

Отже, прибуток виступає узагальнюючим фінансовим результатом результативності функціонування підприємства та, залежно від обраних класифікаційних критеріїв, може проявлятися у різних формах і видах.

1.2. Фактори впливу на зростання прибутковості підприємства

Необхідність ідентифікації та вивчення сучасних чинників зростання прибутковості підприємства обумовлена динамічністю умов економічної діяльності та бізнес-середовища, що стимулює постійний пошук нових методів підвищення результативності функціонування суб'єкта господарювання.

Традиційно використовується підхід, який класифікує фактори, що впливають на величину та динаміку прибутку, на дві основні групи: зовнішні та внутрішні.

Внутрішні фактори прибутковості безпосередньо характеризують основну діяльність підприємства. Вони підконтрольні управлінському впливу та дають змогу моделювати господарські процеси з метою збільшення фінансових результатів. Схематичне представлення складу внутрішніх чинників відображено на рисунку 1.1.

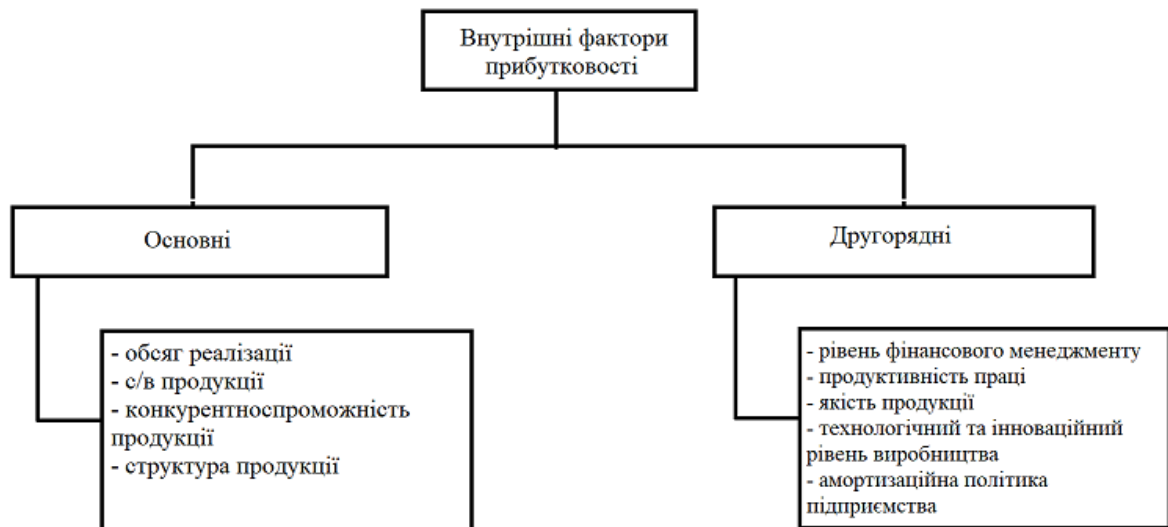


Рисунок 1.1 – Внутрішні фактори прибутковості

складено автором на основі [23]

Частину внутрішніх чинників виокремлюють у підгрупу основних (первинних) факторів, до яких належать:

1. Обсяг реалізації продукції: Цей показник детермінує суму валового доходу, який, після вирахування собівартості товарів або послуг, трансформується у прибуток. Чим вищий обсяг реалізації, тим більші шанси підприємства на отримання позитивного фінансового результату. Даний фактор безпосередньо залежить від іншого чинника – конкурентоспроможності продукції.

2. Собівартість продукції: Цей фактор має прямий вплив на суму прибутку, оскільки собівартість формується у процесі виробництва. Саме у собівартості виробництва зосереджені основні резерви нарощування прибутку, тому суб'єкт господарювання має постійно шукати та активно використовувати джерела її зниження, не допускаючи при цьому негативного впливу на якість продукції.

3. Конкурентоспроможність продукції: Вона безпосередньо впливає на обсяг продажів та обумовлюється відповідністю між ціною, якістю та умовами продажу товару. Ключовими елементами конкурентоспроможності є використання інновацій у процесі виробництва та збуту, застосування високоякісних сировини

та матеріалів, ефективність збутової політики, а також оновлюваність та асортимент пропозиції.

4. Склад продукції: Вплив цього фактора визначається співвідношенням у загальному обсязі між високорентабельною, низькорентабельною та збитковою продукцією. Чим вищою є частка високорентабельної продукції, тим більшим є значення прибутку, що вимагає від підприємства оптимізації портфеля замовлень і збільшення частки найбільш рентабельних позицій [23].

Підгрупа другорядних факторів чинить менш суттєвий вплив на прибутковість, і цей вплив проявляється не одразу. Проте їх обов'язково необхідно враховувати: щойно основні чинники та їхні резерви вичерпуються, другорядні фактори набувають нового, важливого значення. До них належать:

1. Рівень фінансового менеджменту на підприємстві: Полягає у якості, своєчасності та всебічності заходів, спрямованих на управління фінансовими ресурсами. Це, своєю чергою, веде до підвищення доходності та мінімізації фінансових ризиків.

2. Продуктивність праці: Відображає результат ефективності використання трудових ресурсів. Вона визначається обсягом виготовленої продукції за визначений проміжок часу та витратами праці, необхідними для виробництва однієї одиниці виробу [24]. Зростання продуктивності праці, завдяки зменшенню трудових витрат у складі одиниці продукції, скорочує час виробництва та обігу товару, що безпосередньо збільшує величину прибутку.

3. Якість продукції: Це ступінь відповідності сукупності внутрішніх характеристик товару вимогам та потребам споживача. Покращення якості продукту сприяє збільшенню виручки за незмінної собівартості шляхом розширення збуту та підвищення рівня продажів.

4. Технологічний та інноваційний рівень виробництва: Залежить від міри механізації, автоматизації та технологічного контролю. Він втілюється у технологічній інтенсивності виробничих процесів та їхній технологічній організації (досягнення оптимальних структурних зв'язків, принципів

безперервності та мінімізації відходів). Високий технологічний рівень сприяє досягненню найвищої продуктивності та максимальної ефективності виробництва для максимізації прибутку.

5. Амортизаційна політика підприємства: Гнучкість у виборі та застосуванні підходів до нарахування амортизації створює для підприємства реальні можливості цілеспрямованого впливу на кінцеві фінансові результати. Використання різних методів амортизаційних нарахувань зумовлює неоднакові темпи перенесення вартості основних засобів на витрати, що безпосередньо визначає величину амортизаційних відрахувань у кожному звітному періоді. У результаті змінюється рівень собівартості виготовленої продукції, а отже — формується відповідний фінансовий результат діяльності підприємства [4].

Таким чином, дослідження внутрішніх чинників функціонування дозволяє підприємству виокремити низку потенційних резервів зростання прибутковості.- нарощування обсягів реалізації, що безпосередньо залежить від конкурентоспроможності продукції та ефективності реалізації маркетингових заходів.

- зниження собівартості продукції, що досягається шляхом оптимізації витрат за умови збереження рівня якості та ціни на неї.

- оптимізація структури продукції та портфеля замовлень, що визначається через досягнення оптимального співвідношення між високорентабельною, низькорентабельною та збитковою продукцією.

- розробка ефективних підходів до процесів фінансового управління та планування.

Зовнішні фактори перебувають поза зоною безпосереднього управлінського впливу суб'єкта господарювання, і керівництво підприємства не має інструментів для їх прямого регулювання. Проте, обов'язковим є систематичний моніторинг їхнього перебігу. Це необхідно для своєчасної розробки адекватних заходів у відповідь на їхні зміни. Завдяки такому підходу підприємство здатне підтримувати наявний рівень прибутку і навіть сприяти його зростанню. Схематичне представлення складу зовнішніх чинників прибутковості

відображено на рисунку 1.2.

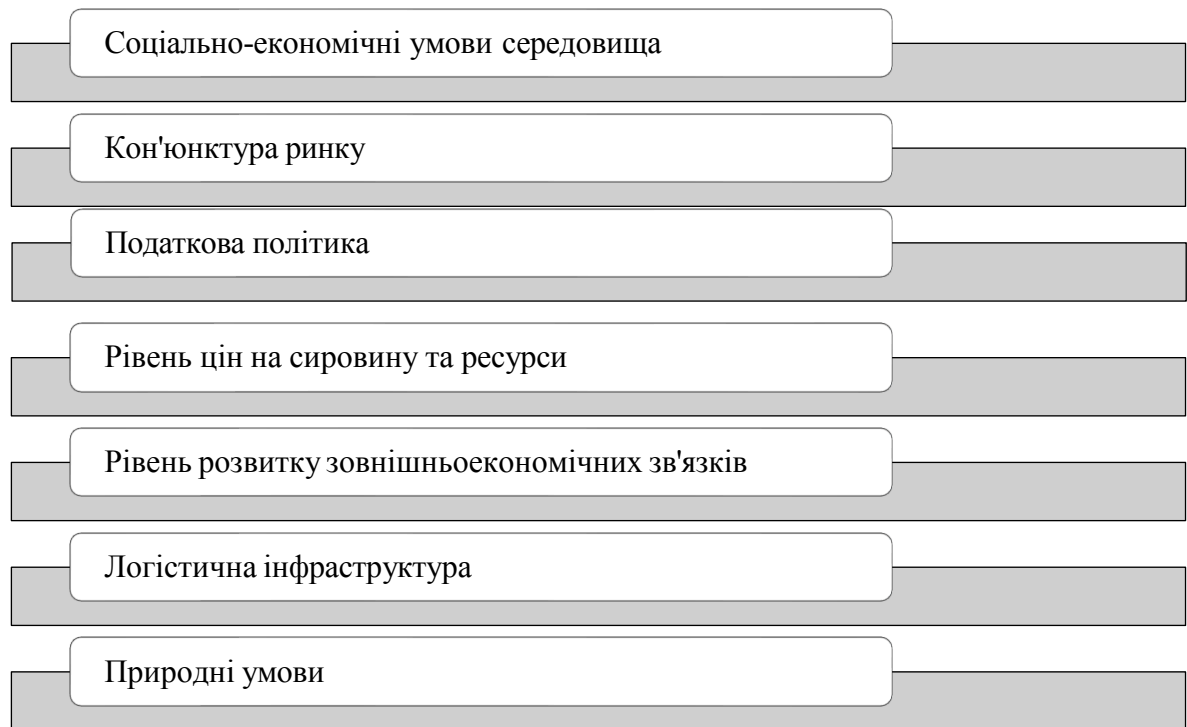


Рисунок 1.2 – Зовнішні фактори прибутковості підприємства

Розглянемо вищезазначені зовнішні фактори впливу на прибуток більш детально.

Соціально-економічні умови середовища – це комплексний чинник, прояв якого варіюється залежно від специфіки діяльності підприємства. До соціально-економічних умов, які впливають на результативність, належать: рівень життя та доходів населення, стан ринку праці, демографічна ситуація тощо.

Кон'юнктура ринку являє собою конкретну економічну ситуацію, що сформувалася на ринку в даний момент або протягом обмеженого періоду під впливом сукупності кон'юктуроутворювальних факторів. Вона характеризується рівнем збалансованості попиту і пропозиції, а також рівнем та співвідношенням цін [27]. Зміни у факторах кон'юнктури (наприклад, рівень цін на продукцію конкурентів чи посилення конкурентної боротьби) можуть чинити опосередкований, але значний вплив на кінцеву величину прибутку підприємства.

Вплив податків на результативність діяльності підприємства пов'язують із поняттям «податкове навантаження». Це відносний показник, що характеризує суму грошових коштів, стягнутих із підприємства через оподаткування. Він розраховується шляхом співвідношення суми податкових відрахувань до загального чистого прибутку підприємства [28]. Використання державою в межах податкової політики таких інструментів, як податкова ставка, податкові пільги, податкові санкції тощо, має істотний вплив на кінцевий фінансовий результат суб'єкта господарювання.

Коливання рівня цін на сировину та інші ресурси впливає на фінансовий результат непрямо, а через зміну собівартості, яка виступає головним ціноутворювальним фактором і має безпосередній вплив на величину прибутку.

Метою зовнішньоекономічної діяльності для підприємства є максимізація прибутку в довгостроковій перспективі за рахунок ефективної участі в міжнародному підприємництві. Таким чином, активний розвиток зовнішньоекономічних зв'язків, який реалізується переважно через встановлення оптимальної структури експорту, є безумовним чинником прибутковості підприємства.

Рівень розвитку локальної логістичної інфраструктури детермінує розмір витрат підприємства на транспортно-логістичні послуги, що, своєю чергою, відобразатиметься на сумі прибутку суб'єкта господарювання.

Природні умови території, на якій функціонує підприємство, є одним із ключових зовнішніх факторів прибутковості для суб'єктів сільськогосподарської та будівельної галузей. Водночас вплив стихійних лих на діяльність будь-яких суб'єктів господарювання завжди передбачає виникнення збитків.

Отже, фінансовий результат роботи підприємства формується під впливом цілої низки факторів, що поділяються на зовнішні та внутрішні. Їхнє визначення та ґрунтовний аналіз є необхідною передумовою для виявлення резервів з метою нарощування прибутковості суб'єкта господарювання.

1.3 Методичні підходи оцінки прибутку діяльності суб'єкта господарювання

Оцінювання рівня прибутковості діяльності суб'єкта господарювання проводиться з метою ґрунтовного аналізу процесу формування фінансового результату та подальшого виявлення внутрішніх резервів зростання ефективності господарської діяльності підприємства.

Необхідною умовою досягнення високого рівня розвитку підприємства є забезпечення належної загальної ефективності його функціонування. У економічній теорії та практиці ефективність діяльності традиційно визначається за допомогою двох взаємопов'язаних категорій — прибутку та рентабельності, які відображають відповідно абсолютну й відносну результативність господарювання. За твердженням І.Ю. Єпіфанової, економічна ефективність завжди має відносний характер і визначається шляхом співставлення отриманого ефекту з витратами, необхідними для його досягнення. При цьому прийнятний рівень ефективності передбачає не лише перевищення результатів над витратами, а й порівняння досягнутих показників з аналогічними значеннями інших суб'єктів господарювання [26].

Прибуток відображає кінцевий фінансовий результат діяльності підприємства в абсолютному вимірі, не враховуючи масштабів залучених ресурсів. Саме тому аналіз змін абсолютної величини прибутку доцільно здійснювати на початковому етапі дослідження прибутковості. Вивчення динаміки цього показника є важливим з позиції постійного контролю за процесом його формування та оцінки тенденцій, що виникають у процесі функціонування підприємства.

Рентабельність, у свою чергу, належить до ключових вартісних індикаторів ефективності виробничо-господарської діяльності, оскільки характеризує рівень віддачі активів і ступінь ефективності використання капіталу. Для коректного

застосування показників рентабельності у практичних розрахунках необхідно попередньо розкрити економічний зміст цієї категорії.

Науковці С.М. Гончаров та Н.Б. Кушнір розглядають рентабельність як універсальний показник ефективності виробництва, діяльності підприємств, окремих галузей і національної економіки загалом, що відображає рівень віддачі витрат та ефективність використання фінансових ресурсів [34]. Е. Брігхем і М. Ерхардт трактують рентабельність як підсумковий результат сукупності управлінських рішень і організаційної структури компанії [36]. На думку Т.Б. Бердникової, рентабельність характеризує величину прибутку, отриманого з кожної гривні коштів, інвестованих у фінансові операції або діяльність інших підприємств [41]. А.М. Менделевич підкреслює, що сутність рентабельності полягає у здатності суб'єкта господарювання формувати чистий дохід або прибуток у процесі своєї діяльності [33].

Найбільш комплексним і змістовним, на нашу думку, є визначення, запропоноване Г.В. Савицькою, відповідно до якого рентабельність розглядається як міра доходності, вигідності та прибутковості бізнесу. Вона вимірюється системою відносних показників, що характеризують загальну ефективність діяльності підприємства, результативність окремих напрямів (виробничого, комерційного, інвестиційного тощо), а також економічну доцільність виробництва окремих видів продукції та послуг. Показники рентабельності, на відміну від прибутку, більш повно відображають результати господарювання, оскільки враховують співвідношення досягнутого ефекту з вкладеним капіталом або використаними ресурсами [34].

Для оцінки ефективності діяльності підприємства доцільно згрупувати показники рентабельності таким чином:

- рентабельність видів діяльності та витрат виробництва;
- рентабельність продажів;
- рентабельність капіталу та його складових.

До першої групи належать показники рентабельності операційної, звичайної та господарської діяльності, рентабельності виробничих витрат, а також коефіцієнт загальної рентабельності діяльності [35–36].

Коефіцієнт рентабельності операційної діяльності відображає величину прибутку від операційної діяльності, отриманого з однієї гривні операційних витрат, і розраховується за формулою:

$$P_{\text{оп}} = \frac{\text{ФРОД}}{\text{СВ} + \text{АВ} + \text{ВЗ} + \text{ІОВ}} \quad (1.1)$$

де $P_{\text{оп}}$ — рентабельність операційної діяльності;

ФРОД — фінансовий результат операційної діяльності;

СВ — собівартість;

АВ — адміністративні витрати;

ВЗ — витрати на збут;

ІОВ — інші операційні витрати.

Коефіцієнт рентабельності звичайної діяльності характеризує розмір прибутку, сформованого від звичайної діяльності підприємства, у розрахунку на одну гривню відповідних витрат:

$$P_{\text{зв}} = \frac{\text{ФРЗД}}{\text{СВ} + \text{АВ} + \text{ВЗ} + \text{ІОВ} + \text{ФВ} + \text{ВК} + \text{ІВ}} \quad (1.2)$$

де $P_{\text{зв}}$ — рентабельність звичайної діяльності;

ФРЗД — фінансовий результат звичайної діяльності;

ФВ — фінансові витрати;

ВК — витрати від участі в капіталі;

ІВ — інші витрати.

Рентабельність господарської діяльності показує суму чистого прибутку, отриманого з кожної гривні сукупних витрат підприємства:

$$P_{\text{госп}} = \frac{\text{ЧП}}{\text{СВ} + \text{АВ} + \text{ВЗ} + \text{ІОВ} + \text{ФВ} + \text{ВК} + \text{ІВ}} \quad (1.3)$$

де $P_{\text{госп}}$ — рентабельність господарської діяльності;

ЧП — чистий прибуток.

Коефіцієнт рентабельності виробничих витрат відображає величину прибутку, отриманого з кожної гривні витрат на виробництво та реалізацію продукції:

$$P_{\text{вв}} = \frac{\text{ВП}}{\text{СВ}} \quad (1.4)$$

де $P_{\text{вв}}$ — рентабельність виробничих витрат;

ВП — валовий прибуток.

Загальна рентабельність діяльності характеризує частку чистого прибутку у кожній гривні чистого доходу від реалізації продукції:

$$P_{\text{заг}} = \frac{\text{ЧП}}{\text{ЧД}} \quad (1.5)$$

де $P_{\text{заг}}$ — коефіцієнт загальної рентабельності діяльності;

ЧД — чистий дохід від реалізації продукції.

До другої групи показників віднесено рентабельність продукції та рентабельність продажів, методика розрахунку яких наведена у працях вітчизняних науковців [37].

Коефіцієнт рентабельності продукції показує величину чистого прибутку, що припадає на одну гривню собівартості реалізованої продукції:

$$P_{\text{пр}} = \frac{\text{ЧП}}{\text{СВ}} \quad (1.6)$$

Рентабельність продажів відображає частку прибутку у загальному обсязі виручки від реалізації продукції та визначається за формулою:

$$P_{\text{п}} = \frac{\text{П}}{\text{В}} \quad (1.7)$$

де $P_{\text{п}}$ — рентабельність продажів;

П — прибуток підприємства;

В — виручка від реалізації продукції.

Третю групу показників формують рентабельність активів, власного та залученого капіталу, які характеризують ефективність використання фінансових ресурсів підприємства [40].

Коефіцієнт рентабельності активів відображає суму чистого прибутку, що припадає на одну гривню середньої вартості активів:

$$P_a = \frac{\text{ЧП}}{A} \quad (1.8)$$

де P_a — рентабельність активів;

A — середня вартість активів підприємства.

Рентабельність власного капіталу показує величину прибутку, отриманого з кожної гривні власних коштів:

$$P_{\text{вк}} = \frac{\text{ЧП}}{\text{ВК}} \quad (1.9)$$

де $P_{\text{вк}}$ — рентабельність власного капіталу;

ВК — середня величина власного капіталу.

Рентабельність залученого капіталу характеризує ефективність використання позикових ресурсів підприємства:

$$P_{\text{зк}} = \frac{\text{ЧП}}{\text{ЗК}} \quad (1.10)$$

Таким чином, сформована методика оцінювання прибутковості суб'єкта господарювання дозволяє комплексно діагностувати рівень ефективності та результативності його діяльності на основі системи абсолютних і відносних фінансових показників.

Висновки до розділу 1

У першому розділі магістерської роботи основну увагу приділено теоретичному обґрунтуванню економічної природи прибутку, систематизації його видів і класифікаційних характеристик, дослідженню чинників, що формують рівень прибутковості підприємства, а також узагальненню підходів до оцінювання фінансових результатів господарської діяльності.

У підрозділі 1.1 здійснено аналіз наукових підходів зарубіжних і вітчизняних учених до визначення сутності категорії «прибуток». Узагальнення різних трактувань дало змогу дійти висновку, що прибуток являє собою різницю між чистим доходом підприємства та понесеними витратами. Водночас він виступає формою економічної винагороди за прийняття підприємницького ризику, слугує узагальнюючим показником ефективності виробничо-господарської діяльності та є ключовим фінансовим джерелом забезпечення подальшого розвитку суб'єкта господарювання.

Обґрунтовано, що прибуток характеризується багатогранністю та може класифікуватися за різними ознаками, внаслідок чого виокремлюють його окремі види, зокрема:

- за джерелами формування – прибуток, отриманий від реалізації продукції (робіт, послуг), а також від відчуження майна;
- за напрямками діяльності – прибуток від звичайної, операційної, інвестиційної, фінансової діяльності та від надзвичайних подій;
- за складом та етапами формування – валовий прибуток, прибуток від реалізації, прибуток до оподаткування, чистий та нерозподілений прибуток;
- за податковим режимом – прибуток, що підлягає оподаткуванню, та неоподатковуваний прибуток;
- за напрямками використання – прибуток, спрямований на виплату дивідендів акціонерам, прибуток, що залишається у розпорядженні підприємства,

та нерозподілений прибуток тощо.

У роботі систематизовано сукупність внутрішніх і зовнішніх факторів, які визначають величину та динаміку фінансового результату підприємства. Внутрішні чинники поділено на дві групи:

- основні, до яких належать обсяг реалізації продукції, рівень собівартості, структура асортименту та конкурентоспроможність продукції;
- допоміжні, що охоплюють ефективність фінансового менеджменту, продуктивність праці, якісні характеристики продукції, технологічний і інноваційний рівень виробництва, а також особливості амортизаційної політики.

До зовнішніх факторів віднесено соціально-економічні умови функціонування підприємства, ринкову кон'юнктуру, державну податкову політику, динаміку цін на сировину та енергоресурси, стан зовнішньоекономічних зв'язків, рівень розвитку логістичної інфраструктури й вплив природно-кліматичних умов. З'ясовано, що підприємство має можливість активно впливати лише на внутрішні чинники, тоді як зовнішні фактори формуються поза межами прямого управлінського контролю.

Вагоме місце у першому розділі відведено методичним аспектам оцінювання прибутковості підприємства. У підрозділі 1.3 зазначено, що комплексний аналіз фінансових результатів передбачає дослідження як абсолютних показників ефекту, насамперед прибутку, так і відносних індикаторів ефективності, тобто рентабельності. Узагальнено наукові підходи до тлумачення поняття «рентабельність» та систематизовано основні групи показників, а саме:

- показники рентабельності окремих видів діяльності та витрат виробництва;
- показники рентабельності реалізації (продажів);
- показники рентабельності капіталу підприємства та його структурних складових.

2. ДОСЛІДЖЕННЯ ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПРИКЛАДІ ПРАТ «КИЇВСЬКА КОНДИТЕРСЬКА ФАБРИКА «РОШЕН»

2.1. Господарсько-правові засади функціонування досліджуваного підприємства та його загальна характеристика

Приватне акціонерне товариство «Київська кондитерська фабрика «Рошен» було утворене в процесі реформування підприємства, яке раніше функціонувало у формі Закритого акціонерного товариства «Київська кондитерська фабрика імені Карла Маркса». Рішення про створення товариства прийнято установчими зборами засновників 24 травня 1994 року. Реорганізаційні зміни відбулися шляхом перетворення Орендного підприємства «Київська кондитерська фабрика імені Карла Маркса», що стало можливим у результаті повного викупу державного майна організацією орендарів фабрики відповідно до договору купівлі-продажу державного майна від 30 грудня 1993 року №48 [40].

Свою діяльність товариство здійснює у межах чинного правового поля України, керуючись нормами Цивільного та Господарського кодексів України, Законом України «Про акціонерні товариства», а також положеннями власного Статуту. За формою власності підприємство належить до приватного сектору економіки.

Статутний капітал ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» сформований за рахунок грошових і майнових внесків акціонерів, здійснених у процесі придбання акцій товариства, та становить 275 833 098,00 грн. Він поділений на 803 332 392 прості іменні акції номінальною вартістю 0,25 грн кожна [40]. Узагальнена інформація про підприємство наведена в таблиці 2.1.

Формування резервного капіталу товариства здійснюється у розмірі 15 % від величини статутного капіталу шляхом щорічного відрахування частини чистого прибутку або за рахунок нерозподіленого прибутку. До моменту досягнення

встановленого Статутом рівня резервного капіталу обсяг щорічних відрахувань не може бути меншим ніж 5 % суми чистого прибутку за відповідний фінансовий рік [40].

Таблиця 2.1 – Основні відомості про емітента

Скорочена назва	ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен»
ЄДРПОУ	00382125
Юридична адреса	03039, Україна, м. Київ, проспект Науки, 1
Зареєстрований	Голосіївська районна в місті Києві державна адміністрація, 22.10.1992
КОАТУУ	8036100000 (ГОЛОСІВСЬКИЙ р-н)
Основний вид діяльності	10.72 Виробництво сухарів і сухого печива; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок тривалого зберігання
Інші види діяльності	Виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання, Виробництво какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів, Діяльність посередників, що спеціалізуються в торгівлі іншими товарами, Оптова торгівля цукром, шоколадом і кондитерськими виробами, Роздрібна торгівля хлібобулочними виробами, борошняними та цукровими кондитерськими виробами в спеціалізованих магазинах
Керівник	Циба Сергій Валентинович, директор

складено автором [39]

Середньооблікова чисельність працівників підприємства у 2024 році становила 1350 осіб, що свідчить про зростання кадрового потенціалу порівняно з 2023 роком, коли цей показник дорівнював 1236 осіб [41].

Підприємство здійснює свою діяльність у межах харчової промисловості — однієї з ключових галузей матеріального виробництва. Головною метою функціонування товариства є отримання прибутку в результаті здійснення господарських операцій та забезпечення економічних інтересів акціонерів. Основними напрямками діяльності виступають виробництво та реалізація кондитерських виробів, напівфабрикатів, а також продукції виробничого і

споживчого призначення. Деталізований перелік видів діяльності наведено в таблиці 2.2.

ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» є складовою частиною добровільного корпоративного об'єднання — Кондитерської корпорації «Рошен», яка посідає провідні позиції на ринку кондитерських виробів України та Східної Європи, а також входить до тридцятки найбільших світових виробників у даній галузі [38].

Таблиця 2.2 – Основні види діяльності підприємства ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен»

Вид діяльності	Конкретизація виду діяльності
Операційна	Виробництво та реалізація кондитерських виробів, напівфабрикатів, а також інших товарів народного споживання і продукції виробничого призначення. Здійснення торговельної діяльності в усіх дозволених формах, зокрема оптової, роздрібною, фірмовою та комісійною торгівлі. Проведення комерційної діяльності, пов'язаної із закупівлею сировини та матеріалів, збутом готової продукції й інших товарно-матеріальних цінностей. Оптова торгівля через мережу оптових баз, товарних складів, складів-холодильників та складів-магазинів. Роздрібна торгівля через власну фірмову торговельну мережу магазинів, кіосків, виїзних торговельних точок та інших об'єктів роздрібно-інфраструктури.
Фінансова	Організація та функціонування пунктів обміну іноземної валюти. Надання послуг фінансового лізингу. Здійснення посередницьких операцій на ринку нерухомості. Передача в оренду та надання в користування рухомого і нерухомого майна. Надання фінансових гарантій, порук і позик, у тому числі у формі фінансових активів.
Інвестиційна	Організація та участь у проектуванні, будівництві й реконструкції об'єктів виробничо-технічного, житлового, соціально-культурного, лікувально-оздоровчого та іншого призначення. Розробка й реалізація спільних проектів та комерційних ініціатив за участю іноземних інвесторів. Придбання об'єктів інтелектуальної власності, зокрема ліцензій, патентів та авторських прав на перспективні наукові розробки з подальшим упровадженням у виробництво та реалізацію готової продукції.

складено автором на основі [50]

Система управління підприємством побудована відповідно до вимог корпоративного управління. Вищим органом управління є Загальні збори акціонерів. Наглядова рада здійснює контроль за дотриманням прав акціонерів і

регулює діяльність Дирекції в межах повноважень, визначених Статутом та законодавством України. Контроль за фінансово-господарською діяльністю покладено на Ревізійну комісію, а представництво інтересів товариства в Україні та за її межами забезпечує Президент товариства, обраний Загальними зборами [49]. Організаційну структуру управління подано на рисунку 2.1.

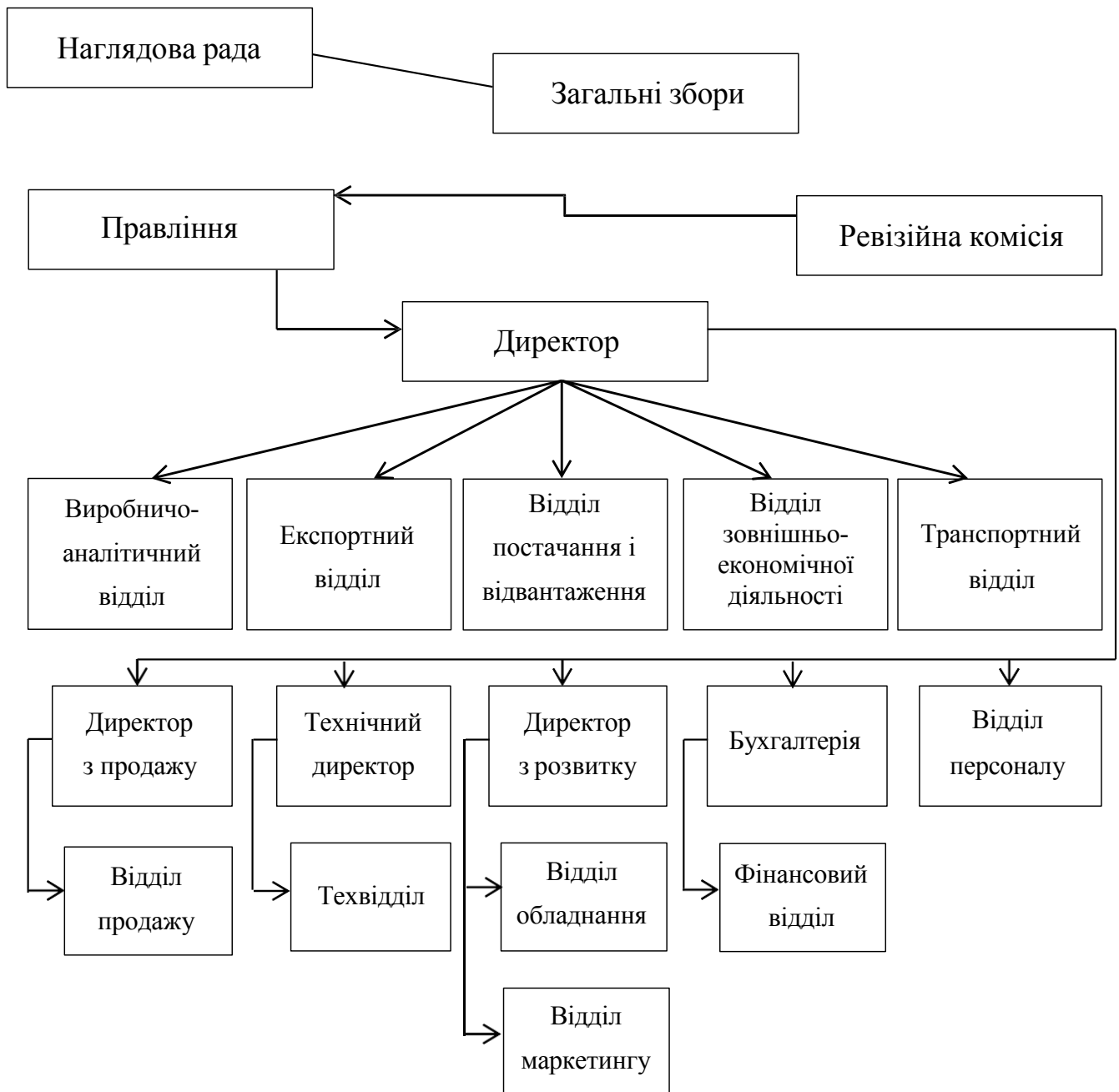


Рисунок 2.1 – Організаційна структура ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен»

Корпорацією «Рошен» впроваджено систему управління якістю, що відповідає міжнародним стандартам ISO 9001:2000, з метою підтвердження відповідності виробничих процесів установленим вимогам та інформування споживачів щодо політики у сфері менеджменту якості. Наявність сертифікатів відповідності на кожному підприємстві корпорації, у тому числі на ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен», засвідчує дотримання визначених стандартів. Підприємство забезпечене сучасним обладнанням для контролю якості продукції та проведення лабораторних досліджень, а розроблення і впровадження нових технологій здійснюється кваліфікованими фахівцями, які пройшли відповідну підготовку в міжнародних навчальних центрах [29].

Асортимент продукції корпорації охоплює понад 360 найменувань, серед яких цукерки, шоколад, карамель, печиво, вафлі, мармелад і торти. Сукупні обсяги виробництва досягають близько 550 тис. тонн на рік, а продукція експортується до багатьох країн світу, зокрема Молдови, Казахстану, Узбекистану, країн Балтії, США, Канади, Німеччини, Ізраїлю та Болгарії [57].

Виробнича діяльність підприємства базується на випуску таких основних груп продукції: хліб і хлібобулочні вироби; сухарі, печиво, пироги та тістечка тривалого зберігання; какао-продукція, шоколад і цукристі кондитерські вироби. Дані щодо обсягів виробництва за 2022–2024 роки наведено в таблиці 2.3 [58].

Таблиця 2.3 – Обсяги випуску ключових видів продукції ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» упродовж 2022–2024 років.

Основний вид продукції	Роки					
	2022		2023		2024	
	у натуральній формі (фізична од.вим.)	у грошовій формі (тис.грн)	у натуральній формі (фізична од.вим.)	у грошовій формі (тис.грн)	у натуральній формі (фізична од.вим.)	у грошовій формі (тис.грн)
10.71 Виробництво хліба та хлібобулочних виробів	5032	88892,50	5152	92084	5902	142521,50

Продовження табл. 2.3

10.72 Виробництво сухарів, печива, пирогів і тістечок тривалого зберігання	17342,90	129174	18082,70	143174	19556,90	197174,10
10.82 Виробництво какао, шоколаду та цукристих кондитерських виробів	1203,50	14245,40	1504,60	23946,90	1833,40	33648,40
Разом	23578,40	232312	24739,30	259205	27292,30	373344

складено автором

Аналіз динаміки реалізації основних видів продукції (табл. 2.4) свідчить про стабільну тенденцію до зростання обсягів продажу за всіма товарними групами.

Таблиця 2.4 – Динаміка обсягів реалізації основних видів продукції ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» у 2022–2024 роках, тис. грн.

Основний вид продукції	Роки			Абсолютне відхилення		Відносне відхилення, %	
	2022	2023	2024	2023/22	2024/23	2023/22	2024/23
10.71 Виробництво хліба та хлібобулочних виробів	106671	110501	171026	3829,80	60525	3,60	54,80
10.72 Виробництво сухарів, печива, пирогів і тістечок тривалого зберігання	155009	171809	236609	16800	64800,10	10,80	37,70
10.82 Виробництво какао, шоколаду та цукристих кондитерських виробів	17094,50	28736,30	40378,10	11641,80	11641,80	68,10	40,50
Разом	278774	311046	448013	32271,60	136967	11,60	44,00

складено автором

Це вказує на розширення ринків збуту та зростання попиту на продукцію підприємства. Візуалізацію змін обсягів реалізації подано на рисунку 2.2.

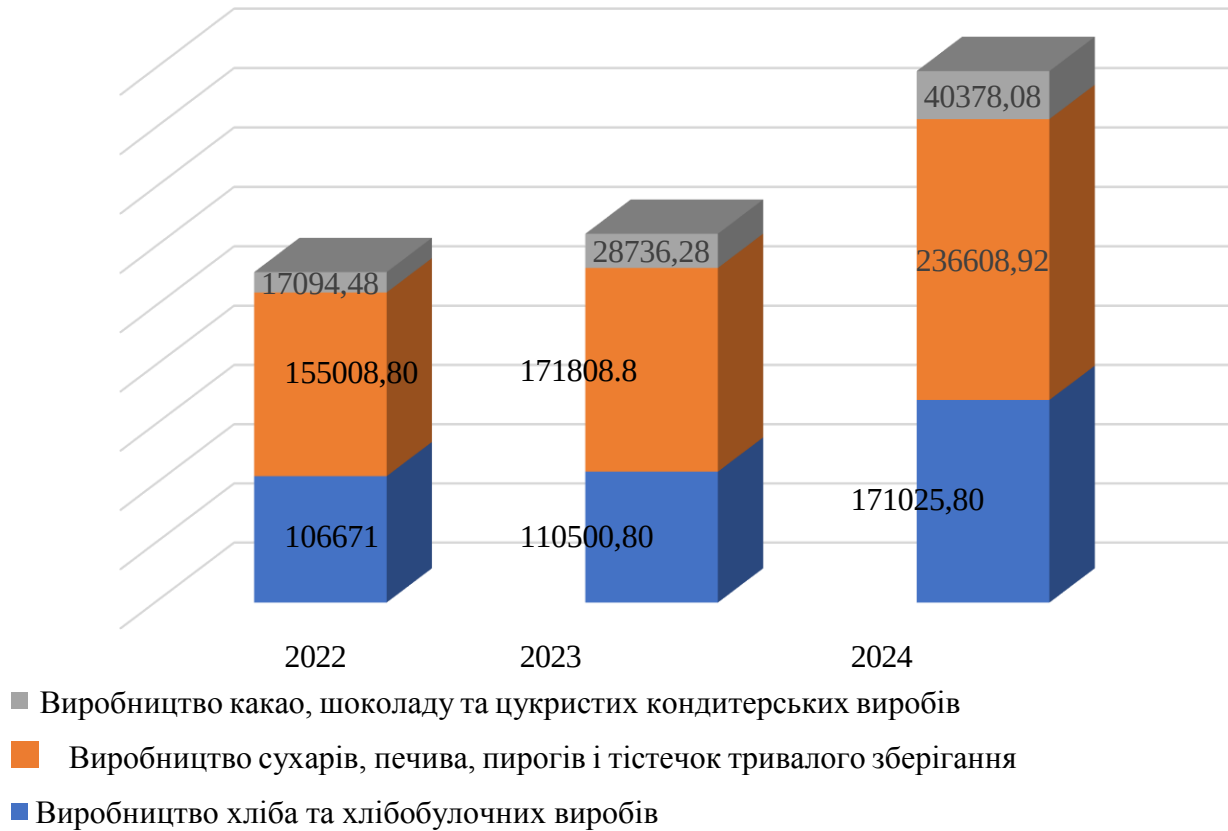


Рисунок 2.2 – Динаміка реалізації основних видів продукції ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» у 2024 р.

Дослідження складу, структури та динаміки основних засобів ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» за 2022–2024 роки (табл. 2.5) дозволило виявити низку характерних тенденцій. Зокрема, протягом аналізованого періоду підприємство використовує виключно власні основні засоби, не залучаючи орендовані активи. Наприкінці періоду спостерігається суттєве зростання вартості виробничих основних засобів, що обумовлено передусім придбанням нових будівель і споруд. У структурі основних засобів переважають будівлі, споруди, а також машини та обладнання виробничого призначення. Загальна вартість основних засобів у 2024 році досягла максимального значення, збільшившись на 35,8 % порівняно з попереднім роком.

Таблиця 2.5 – Динаміка вартості основних засобів ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» за 2022-2024 рр. (тис. грн)

Найменування основних засобів	2022	2023	2024	Абсолютне відхилення		Відносне відхилення, %	
				2023/22	2024/23	2023/22	2024/23
Виробничого призначення	602334	575549	724745	-26785	149196	-4,45	25,90
будівлі та споруди	207459	218295	339426	10836	121131	5,22	55,50
машини та обладнання	249080	211578	213958	-37502	2380	-15,06	1,10
транспортні засоби	741	759	3417	18	2658	2,43	350,20
земельні ділянки	136560	136560	136560	0	0	0	0
інші	8494	8357	31384	-137	23027	-1,60	275,50
Невиробничого призначення	681	817	781	136	-36	19,90	-4,40
будівлі та споруди	548	694	668	146	-26	26,60	-3,70
машини та обладнання	4	3	3	-1	0	-25,0	0
інші	129	120	110	-9	-10	-6,90	-8,30
Всього	603015	576366	725526	-26649	149160	-4,40	25,80

складено автором

Зростання необоротних активів відбулося за рахунок підвищення первісної вартості основних засобів, що пов'язано з оновленням матеріально-технічної бази та розширенням виробничих потужностей, зокрема через оренду виробничих приміщень у м. Бориспіль. Це свідчить про активну модернізацію виробництва та створює передумови для підвищення ділової активності підприємства в перспективі. Протягом аналізованого періоду значних змін у формі організації бізнесу, таких як злиття, поділ або приєднання, не відбувалося.

Вартість та структура основних засобів ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» наведена в рис. 2.3

Необоротні активи збільшилися за рахунок зростання первісної вартості основних засобів, яка на кінець 2025 року підвищилася в 3,5 рази в порівнянні з 2024 роком, а знос майже не змінився. Причиною цього є придбання нового

обладнання та розширення виробництва за рахунок взяття в оренду виробничого приміщення в м. Бориспіль, що свідчить про модернізацію та оновлення виробничого процесу, що є досить позитивно і в майбутньому вплине на підвищення ділової активності підприємства. Інших важливих подій у розвитку, в тому числі, поділ, злиття, перетворення, приєднання, виділення не відбувалось.

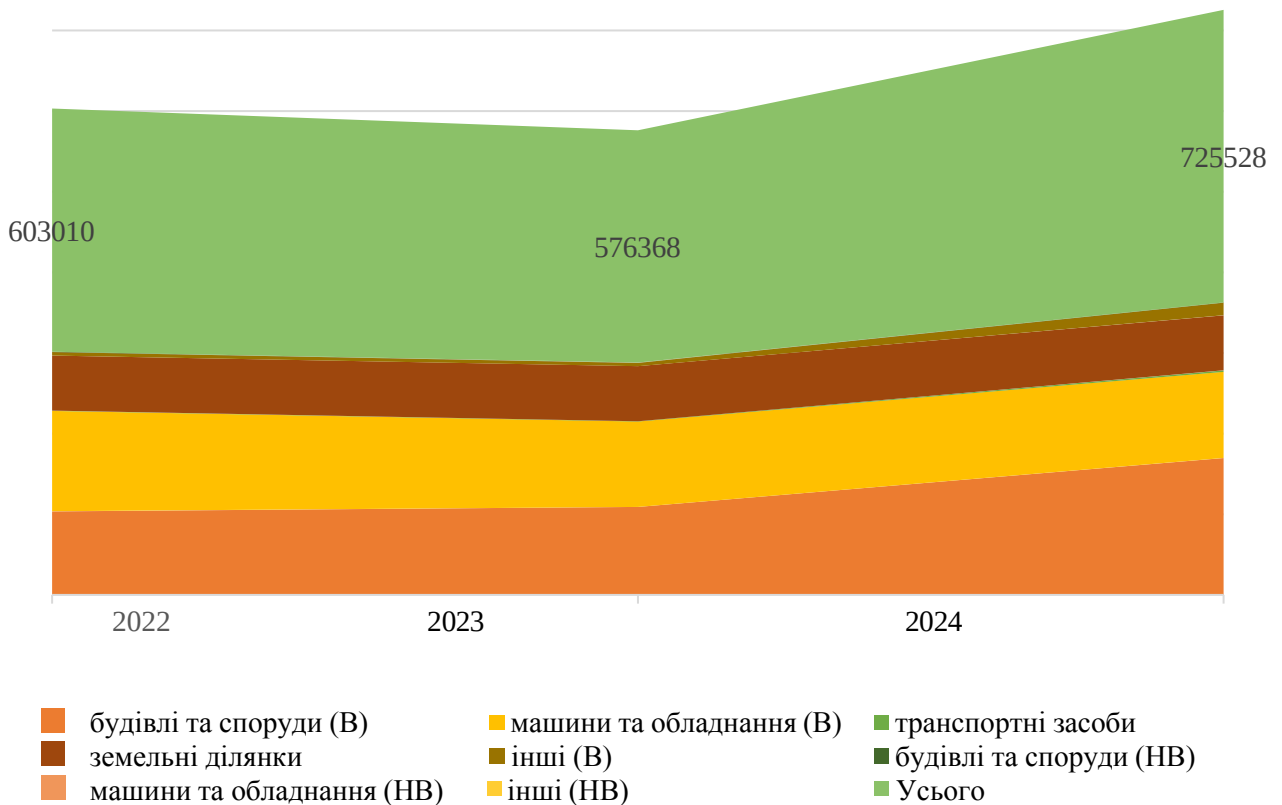


Рисунок 2.3 – Вартість та структура основних засобів ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен»

Отже, ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» характеризується потужною та постійно зростаючою виробничою базою, що формує надійну основу для подальшого розвитку й підвищення прибутковості підприємства.

2.2. Аналіз фінансово-економічного стану ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен»

На першому етапі комплексної оцінки фінансово-економічного стану ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» доцільно провести структурно-динамічний аналіз джерел формування активів, тобто дослідити склад і зміну пасивів підприємства, які відображають походження фінансових ресурсів, вкладених у його майновий комплекс (табл. 2.6).

Таблиця 2.6 – Динаміка пасивів ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» за 2022-2024 рр. (тис. грн)

Найменування показників	Роки			Абсолютне відхилення		Відносне відхилення, %	
	2022	2023	2024	2023/22	2024/23	2023/22	2024/23
Сукупний капітал	659017	793915	991724	134898	197809	20,50	24,90
Власні фінансові ресурси, зокрема:	535175	537942	549086	2767	11144	0,50	2,10
статутний (пайовий) капітал	175833	175833	175833	0	0	0	0
резервні фонди	4455	4651	4789	196	138	4,40	3,00
нерозподілений фінансовий результат (прибуток / непокриті збитки)	354887	357458	368464	2571	11006	0,70	3,10
Залучений (позиковий) капітал, у тому числі:	123842	255973	442638	132131	186665	106,70	72,90
відстрочені податкові зобов'язання	36932	33656	30499	-3276	-3157	-8,90	-9,40
інші зобов'язання довгострокового характеру	0	170318	0	170318	-170318	-	-100,00
Поточна кредиторська заборгованість за: поставлені товари, виконані роботи та надані послуги	67990	25983	99976	-42007	73993	-61,80	284,80
розрахунками з бюджетом	3859	3410	8673	-449	5263	-11,60	154,30

Продовження табл. 2.6

зобов'язаннями зі страхування	1879	2328	1964	449	-364	23,90	-15,60
розрахунками з оплати праці	6923	8611	7425	1688	-1186	24,40	-13,80
Поточні забезпечення витрат і платежів	4672	7253	10538	2581	3285	55,20	45,30
Інші зобов'язання короткострокового характеру	1587	4414	283563	2827	279149	178,10	6324,20

розраховано автором на основі [25]

Результати аналізу свідчать, що упродовж 2022–2024 років підприємство характеризується сталою тенденцією до зростання сукупного капіталу. Так, у 2023 році його загальний обсяг збільшився на 134 899 тис. грн, що відповідає приросту на 20,50 %, а у 2024 році — ще на 197 810 тис. грн або 24,90 %. Загалом нарощування капіталу в аналізованому періоді відбувалося передусім за рахунок активного залучення позикових коштів.

У 2023 році вирішальний вплив на зміну структури пасиву мало формування інших довгострокових зобов'язань у розмірі 170 318 тис. грн. Натомість у 2024 році ключовими чинниками зростання стали збільшення нерозподіленого прибутку, істотне зростання поточної кредиторської заборгованості за товари, роботи та послуги, а також різке підвищення обсягу інших поточних зобов'язань, темпи зростання яких склали відповідно 3,10 %, 284,80 % та 6324,20 %.

Власний капітал підприємства зростає помірними темпами. Його збільшення у 2023 та 2024 роках відбулося виключно за рахунок нарощування нерозподіленого прибутку, який зріс на 2 571 тис. грн та 11 006 тис. грн відповідно. Така динаміка свідчить про здатність підприємства до самофінансування та реінвестування частини прибутку у подальший розвиток виробничо-господарської діяльності.

У структурі позикового капіталу простежуються суттєві трансформації. Зокрема, упродовж досліджуваного періоду спостерігається скорочення

відстрочених податкових зобов'язань (на 8,90 % у 2023 році та на 9,40 % у 2024 році), значні коливання інших довгострокових зобов'язань, різке зменшення кредиторської заборгованості за товари, роботи і послуги у 2023 році з подальшим стрімким зростанням у 2024 році. Крім того, у 2024 році більш ніж удвічі зросла заборгованість за розрахунками з бюджетом, спостерігалось стабільне збільшення поточних забезпечень, а також надзвичайно різке зростання інших поточних зобов'язань.

Структурний аналіз пасивів засвідчує, що попри активне залучення позикових ресурсів, у структурі капіталу підприємства все ще переважають власні кошти. Наступним логічним етапом оцінки фінансового стану є аналіз платоспроможності та ліквідності, який дозволяє визначити спроможність підприємства своєчасно виконувати короткострокові зобов'язання за рахунок оборотних активів (табл. 2.7).

Коефіцієнт поточної ліквідності у 2022 році мав значення нижче рекомендованого інтервалу, що свідчило про недостатній рівень покриття поточних зобов'язань оборотними активами. У 2023 році цей показник зріс на 87,30 % і досяг оптимального рівня (1,78). Проте у 2024 році відбулося різке його падіння до 0,224, унаслідок чого підприємство було здатне покрити лише 22,40 % поточних зобов'язань за рахунок наявних оборотних активів.

Таблиця 2.7 – Аналіз показників ліквідності ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» за 2022-2024 рр.

Показник	Норма- тивне значення	Роки			Абсолютне відхилення		Відносне відхилення, %	
		2022	2023	2024	2023/22	2024/23	2023/22	2024/23
Коефіцієнт поточної ліквідності	1,50-2,00	0,951	1,781	0,224	0,830	-1,557	87,30	-87,40
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,70-1,50	0,849	1,626	0,201	0,778	-1,426	91,60	-87,70

Продовження табл. 2.7

Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,10-0,20	0,001	0,129	0,004	0,128	-0.125	8543.60	-97.00
Чистий оборотний капітал, тис. грн	-	-4280	40602	-319729	44882	-360331	1048,60	-887,50

розраховано автором на основі [25]

Аналогічна динаміка спостерігалася і за коефіцієнтом швидкої ліквідності, який характеризує можливість погашення короткострокових боргів за рахунок найбільш ліквідних активів. Хоча у 2022–2023 роках його значення відповідали нормативним межах, у 2024 році показник знизився на 87,7 % і досяг критично низького рівня — 0,2.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності, що відображає здатність підприємства негайно виконати поточні зобов'язання за рахунок грошових коштів, у 2022 році перебував значно нижче нормативу. У 2023 році його значення підвищилося до оптимального рівня, однак у 2024 році знову зафіксовано погіршення ситуації.

Чистий оборотний капітал, як абсолютний індикатор платоспроможності, у 2022 році мав від'ємне значення, що вказувало на перевищення поточних зобов'язань над оборотними активами. У 2023 році показник набув позитивного значення (40 602 тис. грн), однак у 2024 році різко зменшився до –319 729 тис. грн, що свідчить про критичний дефіцит власних обігових коштів.

Отже, результати аналізу ліквідності та платоспроможності дозволяють дійти висновку, що фінансовий стан підприємства у 2022 році був незадовільним, у 2023 році — істотно покращився, проте у 2024 році спостерігається різке погіршення показників до рівня, нижчого за початковий, що характеризує вкрай низький рівень забезпеченості оборотними коштами.

Подальшим етапом дослідження є оцінка фінансової стійкості підприємства, яка ґрунтується на аналізі джерел формування оборотних активів (табл. 2.8).

Таблиця 2.8 – Аналіз показників фінансової стійкості ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» за 2022-2024 рр.

Показник	Нормативне значення	Роки			Абсолютне відхилення		Відносне відхилення, %	
		2022	2023	2024	2023/22	2024/23	2023/22	2024/23
Коефіцієнт автономії	0,60	0,812	0,678	0,554	-0,134	-0,124	-16,60	-18,30
Коефіцієнт співвідношення позикового та власного капіталу	<0,6	0,220	0,454	0,271	0,234	-0,184	106,70	-40,40
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,35	-0,077	-0,304	-0,090	-0,227	0,214	294,5	-70,40
Коефіцієнт фінансового левериджу	≤0,25	0,069	0,379	0,056	0,310	-0,324	449,50	-85,40
Коефіцієнт забезпечення власними обіговими коштами	0,10	-0,498	-1,764	-0,534	-1,266	1,230	253,90	-69,70

розраховано автором на основі [55]

Коефіцієнт автономії упродовж 2022–2024 років демонструє тенденцію до зниження, однак залишається у межах нормативного значення. Частка власного капіталу у загальній структурі джерел фінансування скоротилася з 81,20 % у 2022 році до 55,40 % у 2024 році, що свідчить про поступове зростання фінансової залежності від позикових ресурсів.

Коефіцієнт співвідношення позикового та власного капіталу протягом аналізованого періоду перебував у допустимих межах (менше 0,6), що загалом характеризує структуру капіталу як відносно збалансовану.

Водночас коефіцієнт маневреності власного капіталу у всі роки мав від’ємне значення, що зумовлено перевищенням вартості необоротних активів над величиною власного капіталу. Це свідчить про обмежені можливості підприємства щодо фінансування оборотних активів за рахунок власних джерел.

Коефіцієнт фінансового левериджу у 2022 році перебував на оптимальному рівні, у 2023 році суттєво перевищив нормативне значення, а у 2024 році знову знизився до допустимих меж. Коефіцієнт забезпечення власними обіговими коштами упродовж усього періоду залишався від'ємним, що підтверджує нестачу власних фінансових ресурсів для підтримання фінансової стійкості.

Таким чином, проведений аналіз дає підстави стверджувати, що фінансова стійкість ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» є нестійкою. Незважаючи на домінування власного капіталу у структурі джерел фінансування, дефіцит власних обігових коштів та низький рівень маневреності капіталу створюють потенційні ризики для фінансової стабільності підприємства, особливо наприкінці досліджуваного періоду.

Далі слід проаналізувати ділову активність суб'єкта господарювання, яка відображає ефективність використання його ресурсів у процесі здійснення господарської діяльності. (табл. 2.9).

Таблиця 2.9 – Аналіз показників ділової активності ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» за 2022-2024 рр.

Показник	Роки			Абсолютне відхилення		Відносне відхилення, %	
	2022	2023	2024	2023/22	2024/23	2023/22	2024/23
Коефіцієнт оборотності активів	0,353	0,326	0,376	-0,026	0,050	-7,40	15,30
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	2,811	2,799	4,040	-0,012	1,241	-0,40	44,30
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	3,155	0,901	4,645	-2,254	3,744	-71,50	415,80
Строк погашення дебіторської заборгованості, днів	116	405	79	290	-327	250,30	-80,60
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	2,880	6,427	3,163	3,546	-3,264	123,10	-50,80

Продовження таблиці 2.9

Строк погашення кредиторської заборгованості, днів	127	57	115	-70	59	-55,20	103,20
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	23,062	28,448	32,643	5,386	4,195	23,40	14,70
Коефіцієнт оборотності основних засобів	0,403	0,370	0,624	-0,033	0,254	-8,30	68,80
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	0,434	0,482	0,680	0,048	0,198	11,00	41,10

Джерело: розраховано автором [55]

Коефіцієнт автономії, що характеризує ступінь фінансової незалежності підприємства, протягом 2022–2024 рр. демонструє тенденцію до зниження, проте залишається в межах нормативного діапазону. У 2022 році частка власних коштів у загальній структурі джерел фінансування становила 81,20 %, у 2023 році — 67,80 %, а у 2024 році — 55,40 %.

Коефіцієнт співвідношення позикового та власного капіталу відображає структуру фінансових ресурсів підприємства. Упродовж аналізованого періоду його значення коливалося між 0,20 та 0,40, що відповідає нормативним вимогам ($<0,6$) і свідчить про оптимальне співвідношення позикових та власних коштів.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу характеризує мобільність використання власних коштів [68]. Протягом 2022–2024 рр. його значення залишалося від’ємним через перевищення вартості основних засобів над власним капіталом, що вказує на обмеженість власних ресурсів для фінансування оборотних активів.

Коефіцієнт фінансового левериджу показує ступінь залежності підприємства від довгострокових зобов’язань [62]. Для розглянутого підприємства він був оптимальним у 2022 році (0,069), у 2023 році зріс до 0,379, що перевищує нормативне значення (довгострокові зобов’язання становили 37,90 % власного капіталу), а у 2024 році повернувся до допустимого рівня.

Коефіцієнт забезпечення власними обіговими коштами, який визначається

як співвідношення власного обігового капіталу до поточних активів, протягом 2022–2024 рр. залишався на вкрай низькому рівні (від -0,498 до -1,764). Його від’ємне значення свідчить про відсутність достатніх власних обігових коштів для забезпечення фінансової стійкості підприємства.

Таким чином, на підставі проведених розрахунків можна зробити висновок, що фінансова стійкість ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» перебуває під загрозою. Незважаючи на переважання власних коштів у структурі капіталу, наявність обмежених власних обігових коштів і низький рівень маневреності власного капіталу створюють ризики для фінансової стабільності. Наприкінці досліджуваного періоду підприємство може використовувати лише незначну частку власних коштів.

2.3 Оцінка основних показників формування прибутковості підприємства

Аналіз механізму формування прибутку підприємства доцільно розпочати з дослідження динаміки його фінансових результатів, що відображено у таблиці 2.10.

Таблиця 2.10 – Показники фінансових результатів діяльності ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» за 2022–2024 рр., тис. грн

Показник	Роки			Абсолютне відхилення		Відносне відхилення, %	
	2022	2023	2024	2023/22	2024/23	2023/22	2024/23
Чистий дохід від реалізації продукції	232313	259206	373345	26894	114140	11,60	44,00
Собівартість реалізованої продукції	204240	228413	318239	24174	89827	11,80	39,30
Валовий прибуток	28074	30794	55107	2721	24314	9,70	79
Інші операційні доходи	54745	30873	2583	-23872	-28291	-43,60	-91,60
Адміністративні витрати	23405	25663	29951	2259	4289	9,60	16,70
Витрати на збут	3044	3504	4569	461	1066	15,10	30,40
Інші операційні витрати	46009	28720	11284	-17289	-17436	-37,60	-60,70

Продовження таблиці 2.10

Прибуток від операційної діяльності	10363	3782	11888	-6581	8107	-63,50	214,40
Інші фінансові доходи	0	10009	2592	10009	-7417	-	-74,10
Інші доходи	9	54	0	46	-53	562,50	-100
Фінансові витрати	1054	957	1402	-97	446	-9,20	46,50

Дослідження динаміки чистого доходу від реалізації продукції свідчить про його стійке зростання упродовж усього аналізованого періоду. Так, у 2023 році приріст показника становив 11,60 %, тоді як у 2024 році темп зростання прискорився до 44,00 %. Основною причиною позитивної динаміки стало збільшення обсягів виробництва та реалізації продукції підприємства. Аналогічну тенденцію демонструє валовий прибуток, який у 2024 році досяг найвищого значення та перевищив рівень попереднього року на 79 %.

Скорочення обсягів інших операційних доходів у досліджуваному періоді частково компенсувалося істотним зменшенням інших операційних витрат. Водночас адміністративні витрати та витрати на збут зростали поступово. Досягнення максимального рівня валового прибутку у 2024 році разом зі зниженням інших операційних витрат на 60,7 % порівняно з 2023 роком забезпечило суттєве покращення фінансового результату від операційної діяльності, який зріс на 8106 тис. грн, або на 214,40 %.

Таким чином, зростання чистого прибутку на 344,80 % у кінці досліджуваного періоду зумовлено поєднанням двох ключових чинників: загальним збільшенням доходів підприємства та оптимізацією витратної складової його діяльності.

Наступним етапом аналізу, відповідно до положень підрозділу 1.3, є оцінка показників рентабельності видів діяльності та витрат виробництва. Результати розрахунків наведено у таблиці 2.11.

Таблиця 2.11 – Показники рентабельності видів діяльності та витрат виробництва ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» за 2022–2024 рр.

Показник	Роки			Абсолютне відхилення		Відносне відхилення, %	
	2022	2023	2024	2023/22	2024/23	2023/22	2024/23
Коефіцієнт рентабельності операційної діяльності	0,037	0,013	0,033	-0,024	0,019	-64,70	147,20
Коефіцієнт рентабельності звичайної діяльності	0,017	0,013	0,036	-0,004	0,023	-23,50	176,90
Коефіцієнт рентабельності господарської діяльності	0,011	0,008	0,029	-0,003	0,021	-26,80	261,70
Коефіцієнт рентабельності виробничих витрат	0,137	0,135	0,173	-0,002	0,038	-1,50	28,10
Коефіцієнт загальної рентабельності	0,014	0,009	0,029	-0,004	0,019	-31,20	208,80

розраховано автором [55]

Коефіцієнт рентабельності операційної діяльності упродовж 2022–2024 рр. характеризує низьку ефективність цього напрямку діяльності. У 2022 році на кожну гривню операційних витрат припадало 4,7 коп. прибутку, у 2023 році показник скоротився на 64,70 % і становив лише 2,3 коп., тоді як у 2024 році відбулося відновлення до рівня 4,3 коп. на 1 грн витрат.

Рентабельність звичайної діяльності відображає результативність використання сукупних витрат підприємства. У 2022 році кожна гривня витрат забезпечувала 2,7 коп. прибутку, у 2023 році цей показник знизився до 2,3 коп., тоді як у 2024 році спостерігалось зростання на 176,90 %, до 4,6 коп. прибутку на 1 грн витрат.

Коефіцієнт рентабельності господарської діяльності, розрахований на основі чистого прибутку, демонструє аналогічну динаміку. Зокрема, у 2023 році рівень

показника був критично низьким — менше 1 коп. чистого прибутку на 1 грн витрат.

Рентабельність виробничих витрат характеризує ефективність використання коштів, вкладених у виробництво та реалізацію продукції. У 2024 році зростання показника на 28,10 % свідчить про підвищення рівня окупності виробничих інвестицій.

Загальна рентабельність діяльності підприємства протягом усього періоду залишається на низькому рівні: 1,40 % у 2022 році, 0,90 % у 2023 році та 2,90 % у 2024 році, що вказує на обмежену ефективність господарювання.

Графічну інтерпретацію динаміки показників рентабельності видів діяльності та витрат виробництва наведено на рис. 2.4.

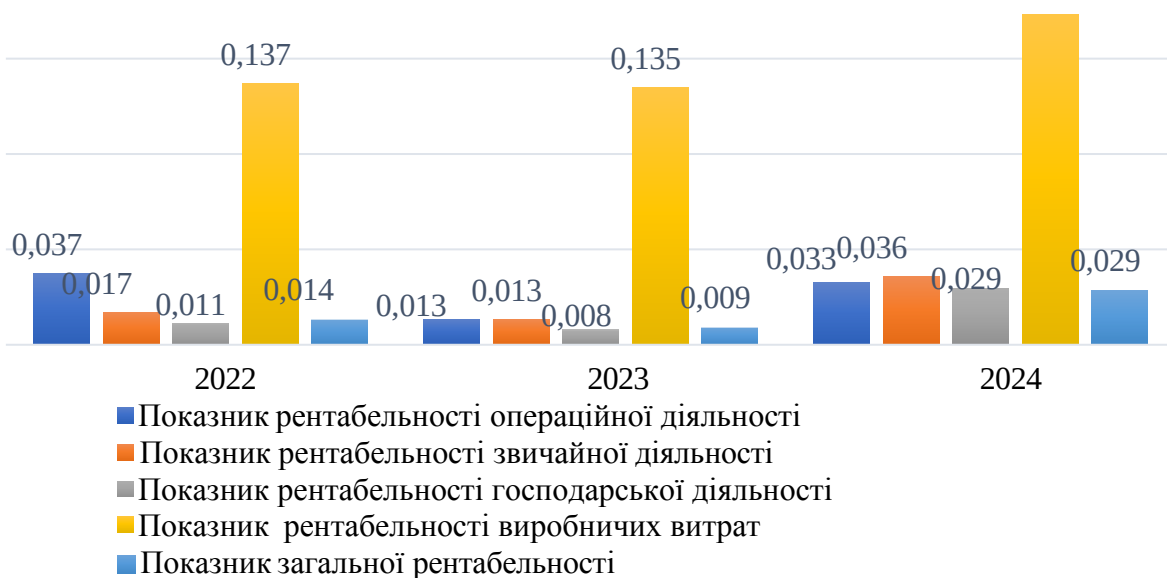


Рисунок 2.4 – Динаміка показників рентабельності за видами діяльності та витратами виробництва ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» у 2022–2024 роках

Далі проведемо оцінку показників рентабельності продажів, результати якої подано у таблиці 2.12.

Таблиця 2.12 – Показники рентабельності продажів ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» за 2022–2024 рр.

Показник	Роки			Абсолютне відхилення		Відносне відхилення, %	
	2022	2023	2024	2023/22	2024/23	2023/22	2024/23
Коефіцієнт рентабельності продажів	0,045	0,015	0,032	-0,030	0,017	-67,30	118,30
Коефіцієнт рентабельності продукції	0,015	0,011	0,034	-0,005	0,023	-31,30	219,20

розраховано автором [55]

Аналіз коефіцієнта рентабельності продажів (ROS) за 2022–2024 рр. свідчить про низьку ефективність формування прибутку з кожної одиниці реалізованої продукції. Динаміка рентабельності продукції є подібною: спад у 2023 році та зростання у 2024 році, коли на 1 грн собівартості припадало 4,4 коп. прибутку (рис. 2.5).

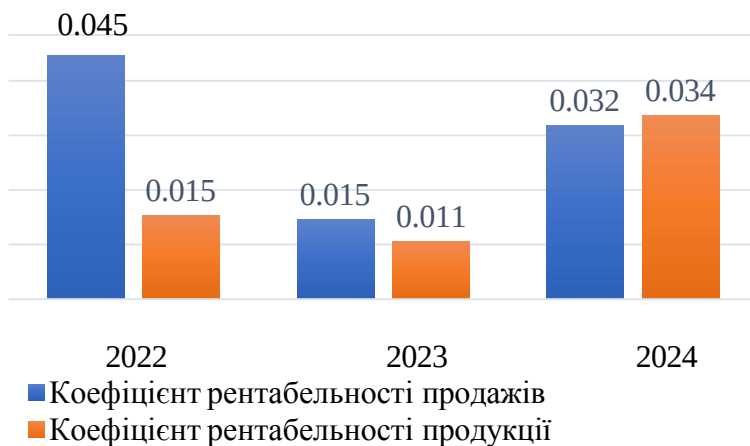


Рисунок 2.5 – Динаміка показників рентабельності продажів ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» за 2022-2024 рр.

побудовано автором

Наступним етапом є аналіз рентабельності капіталу та його складових з метою оцінки ефективності використання інвестованих ресурсів (табл. 2.13).

Рентабельність активів упродовж досліджуваного періоду характеризується вкрай низькими значеннями: на кожну гривню активів припадає менше 1 коп. прибутку. Попри зростання показника у 2024 році на 256,10 %, його абсолютний рівень свідчить про недостатню ефективність управління ресурсами.

Таблиця 2.13 – Показники рентабельності капіталу та його складових ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» за 2022–2024 рр.

Показник	Роки			Абсолютне відхилення		Відносне відхилення, %	
	2022	2023	2024	2023/22	2024/23	2023/22	2024/23
Коефіцієнт рентабельності активів	0,005	0,003	0,011	-0,001	0,016	-36,20	256,10
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	0,006	0,004	0,020	-0,001	0,015	-23,60	335,80
Коефіцієнт рентабельності залученого капіталу	0,021	0,013	0,031	-0,008	0,018	-39,60	141,80

розраховано автором [55]

Коефіцієнт рентабельності власного капіталу також залишається низьким. Навіть з урахуванням п'ятикратного зростання у 2024 році, його значення на рівні 2.0 % свідчить про мінімальну дохідність вкладень власників, що негативно впливає на інвестиційну привабливість підприємства.

Рентабельність залученого капіталу показує, що підприємство отримує від 2,3 до 4,1 коп. прибутку на кожну гривню позикових коштів. При ухваленні рішень щодо залучення кредитних ресурсів цей показник доцільно порівнювати з ринковими відсотковими ставками.

Графічне відображення динаміки коефіцієнтів рентабельності капіталу наведено на рис. 2.6.

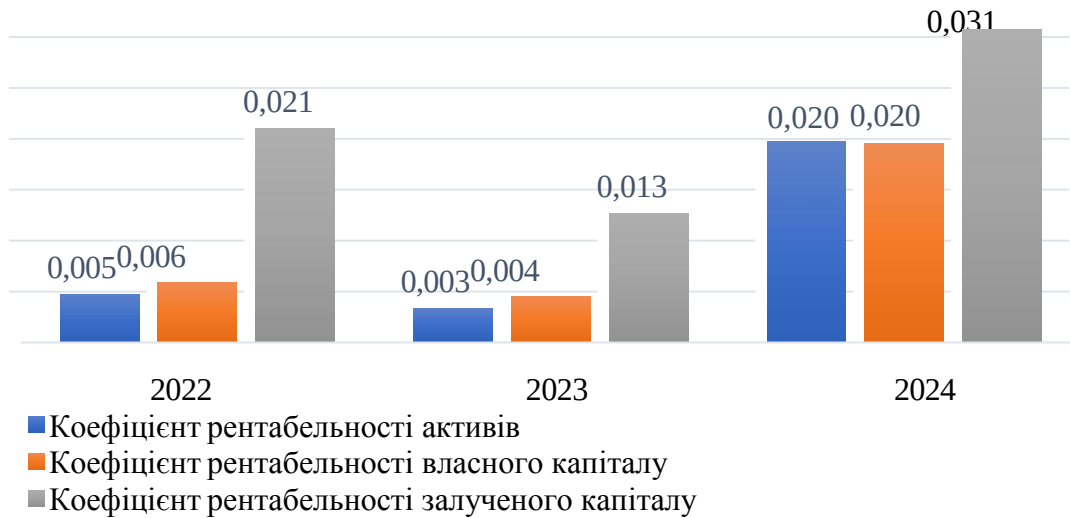


Рисунок 2.6 – Динаміка показників рентабельності капіталу та його складових ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» за 2022-2024 рр.

Отже, результати аналізу формування прибутку свідчать про низький рівень ефективності діяльності ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен», що проявляється у слабкій прибутковості операційної діяльності, продажів, активів та капіталу.

Для кількісної оцінки впливу окремих чинників на фінансові результати підприємства доцільно застосувати метод кореляційно-регресійного аналізу. Основною метою є визначення сили та напрямку зв'язку між результативною ознакою — чистим доходом — і факторними показниками: адміністративними витратами, витратами на збут, іншими операційними та фінансовими витратами.

Аналitiчну залежність між змінними описано лінійною багатofакторною моделлю:

$$y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3 + a_4x_4 \quad (2.1)$$

де y – чистий дохід від реалізації продукції;

x_1 – адміністративні витрати (тис. грн);

x_2 – витрати на збут (тис. грн);

x_3 – інші операційні витрати (тис. грн);

x_4 – фінансові витрати (тис. грн);

a_0 – вільний член рівняння регресії;

a_i – коефіцієнти рівняння регресії, які характеризують кількісний вплив на результативний показник зміни величини відповідного факторного показника на одиницю його виміру

Вихідні дані для проведення аналізу наведено у таблиці 2.14.

Таблиця 2.14 – Основні фінансові показники діяльності ПрАТ Київська кондитерська фабрика «Рошен» за 2022-2024 рр.

Показник	2022	2023	2024
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	232312	259205	373344
Адміністративні витрати, тис. грн	23404	25662	29950
Витрати на збут, тис. грн	3043	3503	4568
Інші операційні витрати, тис. грн	46008	28719	11283
Фінансові витрати, тис. грн	1053	956	1401

розраховано автором [55]

Результати кореляційного аналізу таблиці 2.15.

Таблиця 2.15 – Результати кореляційного аналізу прибутковості підприємства

Показник	Чистий дохід	Адміністративні витрати	Витрати на збут	Інші операційні витрати	Фінансові витрати
Чистий дохід	1				
Адміністративні витрати	0,447	1			
Витрати на збут	0,921	0,695	1		
Інші операційні витрати	-0,508	-0,352	-0,327	1	
Фінансові витрати	0,872	0,097	0,758	-0,234	1

складено автором на основі розрахунків

Оцінювання тісноти зв'язку здійснювалося за шкалою Чеддока (табл. 2.16). Результати засвідчили дуже тісний зв'язок між чистим доходом і витратами на збут, тісний — із фінансовими витратами, помітний — з іншими операційними витратами та слабкий — з адміністративними витратами. У зв'язку з наявністю мультиколінеарності доцільно виключити з моделі фактор з найменшим впливом — адміністративні витрати.

Таблиця 2.16 – Характеристика тісноти зв'язку чистого доходу із факторними ознаками

Показник	Адміністративні витрати	Витрати на збут	Інші операційні витрати	Фінансові витрати
Чистий дохід	слабкий	дуже тісний	помітний	тісний

складено автором

Подальший регресійний аналіз, проведений у середовищі MS Excel, підтвердив адекватність моделі (табл. 2.17–2.18). Скоригований коефіцієнт детермінації становить 0,924533, що означає пояснення понад 92,0 % варіації чистого доходу зміною факторних показників.

Таблиця 2.17 – Регресійна статистика

Показник	Значення
Множинний R	0,984791
R-квадрат	0,969813
Нормований R-квадрат	0,924533
Стандартна помилка	27809,51

складено автором на основі розрахунків

Таблиця 2.18 – Результати дисперсійного аналізу

Показник	df	SS	MS	F	Значимість F
Регресія	3	4,97E+10	1,66E+10	21,417985	0,044937
Залишок	2	1,55E+09	7,73E+08		
Всього	5	5,12E+10			

складено автором на основі розрахунків

За результатами оцінки параметрів регресії (табл. 2.19) статистично значущими визнано коефіцієнти при витратах на збут та фінансових витратах, тоді як вплив інших операційних витрат має випадковий характер.

Таблиця 2.19 – Результати регресійного аналізу

Показник	Стандартна помилка	t-статистика	P-значення	Нижнє 95%	Верхнє 95%
Чистий дохід	77064,560	1,141990907	0,37174896	-243575	419589,10
Витрати на збут	21,620	2,727878644	0,11221328	-34,0436	151,9868
Інші операційні витрати	0,430	-1,82772554	0,20910880	-2,62469	1,059627
Фінансові витрати	4,90	2,208804058	0,1578288	-10,2603	31,90738

складено автором на основі розрахунків

Отримане рівняння множинної регресії має вигляд:

$$\begin{aligned}
 -34,04 \leq a^* \leq 151,9 - 2,62 \leq a^* \leq 1,06 \\
 -10,26 \leq a^* \leq 31,9 \\
 \hat{y} = 88007,04 + 58,9x_2 - 0,78x_3 + 10,8x_4
 \end{aligned}
 \quad (2.2)$$

Отримані результати регресійного моделювання свідчать, що збільшення витрат на збут на одну умовну одиницю супроводжується приростом чистого доходу на 58,90 одиниць. Натомість підвищення інших операційних витрат на аналогічну величину призводить до скорочення чистого доходу на 0,78 одиниць, тоді як зростання фінансових витрат на одиницю зумовлює підвищення чистого доходу на 10,8 одиниць.

З метою подальшого дослідження чутливості результативного показника до змін окремих факторів, за умови незмінності інших чинників, доцільно визначити коефіцієнти еластичності. Вони відображають відсоткову зміну чистого доходу під впливом відсоткової зміни відповідної факторної ознаки та обчислюються за формулою:

$$\varepsilon_i = a_i \frac{\bar{x}_i}{\bar{y}}, i = 1, 4 \quad (2.3)$$

За результатами розрахунків значення коефіцієнтів еластичності становлять:

Тоді $\varepsilon_2 = 0,7$, $\varepsilon_3 = -0,08$, $\varepsilon_4 = 0,11$.

Побудована регресійна модель показала, що найбільшу роль у формуванні чистого доходу відіграють витрати на збут: збільшення цього показника на 1,0 %

приводить до зростання чистого доходу в середньому на 0,70 %, що свідчить про наявність прямої залежності. Водночас підвищення інших операційних витрат на 1,0 % обумовлює зменшення чистого доходу на 0,08 %, тоді як збільшення фінансових витрат на 1,0 % асоціюється з приростом чистого доходу на 0,11 %.

Узагальнюючи отримані результати, можна зробити висновок, що саме витрати на збут виступають ключовим чинником впливу на рівень чистого доходу підприємства. Зв'язок між чистим доходом і фінансовими витратами є достатньо тісним, однак його кількісна дія є менш вагомою. При цьому, незважаючи на наявність оберненої залежності між чистим доходом та іншими операційними витратами, їхній вплив за результатами оцінки статистичної значущості параметрів регресії було віднесено до випадкового.

Висновки до розділу 2

У другому розділі магістерської роботи розкрито організаційно-правові основи діяльності досліджуваного підприємства, здійснено комплексну оцінку його фінансово-економічного стану та проаналізовано механізм формування прибутку. Окрему увагу приділено застосуванню кореляційно-регресійного аналізу для визначення рівня та чинників прибутковості діяльності ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен».

У підрозділі 2.1 наведено узагальнену характеристику підприємства, окреслено основні напрями його господарської діяльності, висвітлено особливості організаційної структури управління. Крім того, проаналізовано структуру та обсяги виробництва продукції, а також досліджено склад, структуру і динаміку основних засобів підприємства.

Результати аналізу ключових показників функціонування ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» свідчать про наявність значної кількості внутрішніх ризиків, що негативно впливають на фінансово-економічний стан підприємства.

Дослідження структури пасивів показало, що домінуючу частку в джерелах формування активів становить власний капітал. Водночас оцінка показників ліквідності виявила низький рівень платоспроможності підприємства, зумовлений недостатнім обсягом оборотних активів для своєчасного покриття поточних зобов'язань.

Аналіз фінансової стійкості підтвердив досягнення відносно раціонального співвідношення між власними та залученими коштами. Проте дефіцит власних оборотних ресурсів і недостатня мобільність власного капіталу вказують на проблеми у формуванні, розподілі та ефективному використанні фінансових ресурсів підприємства.

Оцінка ділової активності засвідчила високі показники оборотності активів, запасів та власного капіталу. Разом із тим подовжені строки інкасації дебіторської

заборгованості свідчать про недоліки в управлінні розрахунками з дебіторами. Аналіз оборотності та періоду погашення кредиторської заборгованості також вказує на недостатній рівень платіжної дисципліни на підприємстві.

Дослідження прибутковості суб'єкта господарювання здійснювалося шляхом аналізу динаміки фінансових результатів та розрахунку системи показників рентабельності. Незважаючи на істотне зростання обсягу чистого прибутку наприкінці аналізованого періоду, значення коефіцієнтів рентабельності у 2022–2024 роках свідчать про низьку ефективність діяльності підприємства. Це проявляється у недостатньому рівні прибутковості окремих видів діяльності, незначній концентрації прибутку в собівартості продукції та доходах від її реалізації, а також у слабкій віддачі активів і капіталу. Загальний рівень рентабельності діяльності підприємства у 2022–2024 рр. перебував у межах 0,90–2,90 %.

Застосування кореляційно-регресійного аналізу дало можливість оцінити ступінь впливу окремих факторів, зокрема адміністративних витрат, витрат на збут, інших операційних та фінансових витрат, на фінансові результати підприємства. У результаті встановлено, що вирішальний вплив на рівень прибутковості мають витрати на збут і фінансові витрати.

3. НАПРЯМИ ЗРОСТАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «КИЇВСЬКА КОНДИТЕРСЬКА ФАБРИКА «РОШЕН»

3.1. Фінансове планування як напрям зростання прибутковості підприємства

Фінансове планування є базовим елементом системи управління підприємством незалежно від сфери його діяльності. Саме через механізми фінансового планування стратегічні орієнтири розвитку трансформуються у конкретні кількісні показники, що підлягають контролю та оцінюванню. Водночас цей процес виступає інструментом пошуку внутрішніх резервів зростання прибутковості шляхом раціоналізації структури та напрямів використання фінансових ресурсів.

Фінансове планування слід розглядати як цілеспрямований процес визначення необхідного обсягу фінансових ресурсів, джерел їх формування та напрямів використання з урахуванням виробничих, інвестиційних і комерційних параметрів діяльності підприємства у плановому періоді [61]. Результатом цього процесу є фінансовий план — узагальнюючий документ, у якому відображаються очікувані надходження та витрати коштів і забезпечується баланс доходів та напрямів їх використання [73].

Головною метою фінансового планування є створення умов для безперервного фінансового забезпечення операційної та інвестиційної діяльності підприємства у необхідних обсягах. Це, своєю чергою, формує підґрунтя для підвищення ефективності функціонування суб'єкта господарювання та досягнення запланованих результатів.

У межах системи управління фінансове планування виконує низку ключових функцій, зокрема:

- узгодження та координацію різних напрямів діяльності підприємства з позицій їх фінансового забезпечення;

- формування альтернативних сценаріїв фінансової стратегії та вибір оптимального варіанта розвитку з урахуванням потреб у фінансових ресурсах;
- організацію контролю за процесами формування, розподілу та використання фінансових ресурсів підприємства [74].

Застосування фінансового планування як управлінського інструменту дає змогу прогнозувати майбутні фінансові результати та визначати раціональні напрями використання грошових ресурсів для досягнення як поточних, так і стратегічних цілей розвитку компанії. Фактично фінансове планування виконує роль орієнтира, що визначає пріоритети спрямування ресурсів з метою максимізації результативності формування доходів і контролю витрат.

Практика господарювання свідчить, що підприємства, які системно застосовують інструменти фінансового планування, демонструють вищі темпи зростання доходів і кращу фінансову стійкість порівняно з тими суб'єктами, які недооцінюють значення цього процесу.

Реалізація фінансового планування передбачає проходження послідовних етапів, серед яких доцільно виокремити такі:

1. Аналіз поточного фінансового стану підприємства шляхом дослідження показників його діяльності за попередній період на основі фінансової звітності (Баланс, Звіт про фінансові результати, Звіт про рух грошових коштів).
2. Формування фінансової стратегії, узгодженої з ключовими напрямками розвитку підприємства та його загальною стратегією [71].
3. Розробка поточних фінансових планів, що передбачає деталізацію прогнозних показників і їх узгодження з виробничими, інвестиційними та комерційними планами [72].
4. Складання оперативних фінансових планів з метою синхронізації надходжень і витрат коштів та підтримання платоспроможності.
5. Контроль і аналіз виконання фінансових планів шляхом порівняння фактичних результатів із запланованими та виявлення причин відхилень [47].

Залежно від горизонту планування фінансове планування на підприємстві здійснюється за такими напрямками:

- перспективне фінансове планування, що охоплює період 3–5 років і включає прогноз фінансових результатів, руху грошових коштів та балансу [48];
- поточне фінансове планування, яке розраховане на один рік і передбачає складання плану доходів і витрат, бюджету руху коштів, балансового плану та інших фінансових документів [52];
- оперативне фінансове планування, що здійснюється на короткі проміжки часу (декада, місяць, квартал) і включає касовий план та платіжний календар [53].

Метод фінансового планування слід трактувати як сукупність прийомів і алгоритмів обґрунтування планових фінансових показників. На практиці підприємства застосовують різні методи фінансового планування, характеристика яких наведена в табл. 3.1.

З метою підвищення ефективності управління фінансовими ресурсами та виявлення резервів зростання прибутку доцільним є впровадження поглибленого поточного й оперативного фінансового планування. Для забезпечення системності цього процесу пропонується введення до штатного розпису посади спеціаліста з фінансового планування, на якого покладатимуться функції аналітичного, прогнозного та контрольного характеру.

Методи фінансового планування наведено у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 – Методи фінансового планування та їх характеристика

Метод	Характеристика
Балансовий	Узгодження доходів і витрат, визначення джерел покриття витрат, ефективний розподіл прибутку.
Нормативний	Визначення потреби у фінансових ресурсах на основі норм і нормативів (податки, тарифи, умови кредитів).
Розрахунково-аналітичний	Коригування базових фінансових показників з урахуванням прогнозованих змін.
Оптимізаційний	Розробка декількох варіантів планів та вибір оптимального за критерієм (мінімізація витрат, максимізація прибутку тощо).
Економіко-математичне моделювання	Моделювання динаміки показників за зміни факторів, що впливають на фінансові процеси.

До основних обов'язків спеціаліста з фінансового планування належатимуть:

- аналіз фінансово-господарської діяльності та оцінка потреб підприємства у фінансових ресурсах;
- розробка фінансової стратегії відповідно до затверджених стратегічних орієнтирів;
- планування ключових фінансово-економічних показників і шляхів їх досягнення;
- формування прогнозів прибутку, грошових потоків і балансу;
- впровадження системи бюджетування та інструментів оперативного фінансового планування;
- координація взаємодії з іншими структурними підрозділами;
- підготовка фінансових планів для ухвалення управлінських рішень керівництвом.

Розрахунок витрат, пов'язаних із введенням зазначеної посади, наведено в табл. 3.2.

Таблиця 3.2 – Річні витрати на влаштування фахівця з фінансового планування

Стаття витрат	Сума, грн/рік
Придбання основних засобів, у т.ч.:	16750
Ноутбук з програмним забезпеченням для фінансового планування та аналізу	14600
Меблі	2150
Амортизація ОЗ (основних засобів)	1603,33
Заробітна плата	132000
ЄСВ (Єдиний соціальний внесок) (22%)	29040
Всього	179393,33

Оскільки підприємство за результатами звітного періоду працювало прибутково, наявні фінансові ресурси дають змогу профінансувати ці витрати без

загрози фінансовій стійкості. Загальна сума річних витрат становить 179 393,33 грн.

Очікується, що залучення спеціаліста з фінансового планування протягом першого року роботи сприятиме зростанню обсягів реалізації продукції на 2,20 % та скороченню фінансових витрат, пов'язаних з обслуговуванням позикового капіталу, на 5,0 %.

Розрахунок економічного ефекту показав, що збільшення обсягів реалізації забезпечить приріст прибутку до оподаткування на 9 679,88 тис. грн, а зменшення фінансових витрат — додаткову економію в сумі 70,05 тис. грн. Отже, реалізація запропонованого заходу матиме позитивний вплив на фінансові результати підприємства.

Визначимо вплив збільшення обсягів реалізації продукції на 2,20% на зростання прибутку до оподаткування:

$$E_1 = 448012,8 \times 0,022 - 179,393 = 9679,88 \text{ (тис. грн).}$$

фінансових витрат, пов'язаних зі сплатою відсотків за кредитами, на 5,0%:

$$E_2 = 1401 \times 0,05 = 70,05 \text{ (тис. грн).}$$

Таким чином, у результаті реалізації запропонованих заходів, підприємство зможе досягти загального позитивного економічного ефекту:

- збільшити прибуток до оподаткування на 9679,88 тис. грн;
- зменшити фінансові витрати на 70,05 тис. грн.

$$E_1 = 448012,8 \times 0,022 - 179,393 = 9679,88 \text{ (тис. грн).}$$

Результати розрахунків засвідчили, що витрати, пов'язані з введенням до штату фахівця з фінансового планування, становитимуть 179,083 тис. грн. Реалізація запропонованого заходу забезпечить зростання прибутку підприємства на 9 679,88 тис. грн та сприятиме скороченню фінансових витрат на 70,05 тис. грн.

3.2. Основні вектори вдосконалення роботи служби маркетингу з метою збільшення прибутку ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен»

Маркетинг на підприємстві визначається як сукупність процесів, які охоплюють створення, просування та реалізацію продукції (послуг), а також управління відносинами з клієнтами. Іншими словами, це систематизована діяльність компанії, спрямована на забезпечення ринкових потреб через застосування відповідного маркетингового інструментарію.

Головною метою функціонування служби маркетингу є забезпечення комерційного успіху компанії та її продукції на цільовому ринку. Зміст маркетингової діяльності для суб'єкта господарювання полягає в пошуку взаємовигідного компромісу між, з одного боку, потребами потенційних клієнтів, а з іншого — виробничими можливостями компанії, з обов'язковим урахуванням прогнозованих дій конкурентів [60].

Під час встановлення маркетингових цілей критично важливо визначити не лише кінцевий бажаний результат, але й повний зміст дій та послідовність кроків, які необхідні для його досягнення. Процес управління маркетингом вважатиметься ефективним за умови, що система збору інформаційних даних, дослідження ринку та побудова каналів просування будуть організовані таким чином, щоб забезпечити найвищий результат при мінімальних сукупних витратах на маркетингову діяльність.

Управління маркетинговою діяльністю суб'єкта господарювання базується на застосуванні п'яти концепцій маркетингу: вдосконалення виробництва, вдосконалення товару, посилення комерційних зусиль, маркетингу, соціально-етичного маркетингу (табл. 3.3).

Таблиця 3.3 – Основні концепції управління маркетинговою діяльністю підприємства

Назва концепції	Характеристика
Концепція вдосконалення виробництва	У межах цієї концепції підприємство концентрує увагу на мінімізації витрат виробництва та розширенні масштабів випуску продукції. При цьому споживчі запити фактично не враховуються, що робить доцільним застосування даного підходу лише за умов істотного перевищення попиту над пропозицією на ринку.
Концепція вдосконалення товару	Передбачається, що споживачі надають перевагу товарам з високими якісними параметрами, кращими експлуатаційними властивостями та споживчими характеристиками. У зв'язку з цим підприємство має зосереджувати зусилля на безперервному оновленні та поліпшенні продукції.
Концепція інтенсифікації комерційних зусиль	Відповідно до цієї концепції, обсяги реалізації товарів залишатимуться недостатніми без активного застосування інструментів стимулювання збуту та посилення комерційної активності з боку підприємства.
Концепція маркетингу	Досягнення цілей підприємства забезпечується шляхом виявлення потреб цільових сегментів ринку та забезпечення цих потреб більш результативними і ефективними методами порівняно з конкурентами. Маркетингова діяльність орієнтується насамперед на споживача.
Концепція соціально-етичного маркетингу	Сутність концепції полягає у поєднанні забезпечення запитів і інтересів цільових споживачів із довгостроковими інтересами суспільства. Підхід спрямований на гармонізацію комерційних цілей підприємства з підвищенням добробуту клієнтів і соціальної відповідальності бізнесу.

складено автором на основі [58-59]

Провівши аналіз ефективності різних концепцій управління маркетингом, було визначено пріоритетний захід, спрямований на підвищення комерційної активності підприємства. Основна мета цієї ініціативи полягає у комплексному досягненні таких завдань: стимулювання споживчого попиту, формування позитивного корпоративного іміджу, розширення ринків збуту та збільшення загального обсягу реалізації продукції. Реалізація заходу має призвести до оптимізації фінансових показників та підвищення рівня прибутковості підприємства.

Як найбільш суттєвий та ефективний інструмент досягнення поставлених цілей визначено участь у WorldFood Ukraine – провідній міжнародній виставковій платформі в сегменті продовольчих товарів в Україні. Виставка виступає

ключовим майданчиком для об'єднання виробників, постачальників, дистриб'юторів, імпортерів та експортерів продуктів харчування і напоїв.

Серед учасників і відвідувачів заходу присутні дистриб'ютори, експортери, імпортери, представники продуктових торговельних мереж і ресторанного бізнесу України та інших країн, що підтверджує високий міжнародний рівень і значущість виставки.

За статистичними показниками WorldFood Ukraine характеризується такими масштабами:

- кількість експонентів – 265 компаній із 27 країн світу;
- кількість відвідувачів – 5 560 професійних бізнес-відвідувачів з 25 країн;
- у межах байерської програми взяли участь 120 компаній, з яких 93 – закупівельники та 46 – торговельні мережі [60].

Участь у виставці надає підприємствам низку важливих переваг, зокрема:

- можливість представлення власної продукції широкому колу українських та іноземних компаній;
- прямий контакт із цільовою аудиторією, а саме – закупниками та дистриб'юторами роздрібної торгівлі;
- інтенсивний графік зустрічей і переговорів із потенційними партнерами безпосередньо на стенді в комфортному діловому середовищі.

Місцем проведення заходу є Міжнародний виставковий центр, розташований за адресою: м. Київ, Броварський проспект, 15.

Для забезпечення результативної участі ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» у виставці WorldFood Ukraine необхідно попередньо сформувати детальний кошторис витрат.

Однією з найбільш значущих статей витрат є орендна плата за виставкову площу. З метою зниження початкових фінансових вкладень доцільно орендувати необладнану площу, вартість якої становить 165 у.о. за 1 кв. м [60]. У межах даного заходу пропонується оренда стенда площею 13 кв. м.

Обов'язковою умовою участі для всіх експонентів є сплата організаційного внеску в розмірі 30 000 грн. У зазначену суму включено витрати на рекламне просування виставки, розміщення інформації про учасника в офіційному каталозі, надання п'яти іменних бейджів та 50 запрошень, а також доступ до мережі Wi-Fi протягом усього заходу [60].

Важливим елементом підготовки до виставки є розробка індивідуального стенда, який має ефективно привертати увагу потенційних клієнтів і партнерів. Оскільки участь планується завчасно, підприємство має можливість замовити власну стендову конструкцію. Доцільним є вибір кутового стенда, відкритого з двох сторін — у напрямку основного та поперечного проходів. Такий формат забезпечує кращу оглядовість і, відповідно, більший потік відвідувачів порівняно зі стандартним рядовим стендом при однаковій площі [61].

Незважаючи на вищу вартість кутового стенда, додатковий інтерес з боку відвідувачів компенсує ці витрати. За умови замовлення конструкції за 3–4 місяці до початку заходу її вартість є нижчою. Ціна виготовлення 1 кв. м кутового стенда становить 300 у.о. та включає дизайнерські роботи (освітлення, внутрішнє оформлення). Вартість монтажу складає 10% ціни стенда, страхування — 3,0%. До транспортних витрат віднесено доставку стенда від виробника до місця проведення виставки та його подальше транспортування на склад підприємства.

Не менш важливим етапом є формування команди персоналу, задіяного у роботі стенда. Оскільки виставка має міжнародний формат, ключовою вимогою до працівників є володіння іноземними мовами. Доцільно залучити таких співробітників маркетингового підрозділу підприємства:

- промоутери (2 особи) — відповідальні за залучення відвідувачів, організацію дегустацій та надання базової інформації;
- профільний спеціаліст (1 особа) — фахівець, який володіє технічними та організаційними аспектами діяльності підприємства;
- керівник відділу маркетингу (1 особа) — уповноважений представник для

ведення переговорів та укладання домовленостей про подальшу співпрацю.

Проектування стенда повинно передбачати розміщення демонстраційної стійки з тумбою, столу та стільців для проведення переговорів. Вартість оренди меблів на період проведення виставки (3 дні) становить 2 200 грн.

Окремо організаторами виставки надається послуга прибирання стенда в неробочий час (утилізація відходів), вартість якої становить 40 грн за 1 кв. м площі стенда.

З метою інформування відвідувачів про продукцію підприємства необхідно забезпечити наявність друкованих рекламних матеріалів. Доцільно замовити два види кольорових буклетів:

- буклет формату А4 (210×297 мм), папір 90 г/м², у розвороті 420×297 мм, один фальц, двосторонній кольоровий друк;
- «євробуклет» формату 99×210 мм у готовому вигляді, 297×210 мм у розвороті, два фальци, двосторонній кольоровий друк [62].

Крім того, необхідно підготувати папки з каталогами продукції, фірмові ручки та подарункові набори для VIP-відвідувачів, представників ЗМІ та потенційних партнерів, упаковані у брендовані пакети Roshen.

Розрахунок кількості та вартості друкованих матеріалів наведено в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4 – Вартість друкованої продукції для участі ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» у виставці WorldFood Ukraine

Найменування	Ціна за 100 шт., грн	Кількість, шт	Вартість, грн
Буклет А4	300	1000	3000
Візитна картка	155	1500	2325
Буклет «Євробуклет»	116	1000	1160
Каталог продукції	5160	100	5160
Всього		3600	10645

складено автором [65].

Вартість сувенірної та подарункової продукції для VIP-відвідувачів стенда розраховано в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5 – Вартість подарункових наборів для VIP-відвідувачів стенда

Найменування	Ціна за 100 шт., грн	Кількість, шт	Вартість, грн
Пакет	440	100	440
Ручка кулькова	790	100	790
Набір фірмових солодошів	824	100	824
Разом		300	2054

складено автором [65]

Додатково до кошторису слід включити витрати на дегустаційну продукцію, напої та одноразовий посуд, які віднесено до статті «інші витрати». Також доцільно передбачити резерв коштів на покриття можливих непередбачених витрат у процесі проведення заходу.

Слід зазначити, що економічний ефект від участі у виставці має відкладений характер і, як правило, проявляється протягом шести місяців після її завершення, оскільки більшість маркетингових комунікацій не забезпечують миттєвого зростання доходів.

Сукупні витрати ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» на участь у виставці WorldFood Ukraine систематизовано в таблиці 3.6.

Таблиця 3.6 – Сукупні витрати підприємства, пов'язані з участю у виставці WorldFood Ukraine

Стаття витрат	Обсяг витрат, грн
Орендна плата за виставкову площу	43400
Реєстраційно-організаційний внесок	20000
Проектування та виготовлення виставкового стенда	56000
Страхування виставкового обладнання	1680
Логістичні витрати на транспортування стенда	4500
Витрати на монтаж та демонтаж стенда	5600

Продовження табл. 3.6

Оренда меблів для експозиційної зони	1200
Послуги з прибирання виставкової площі	900
Оплата праці залученого персоналу	18500
Єдиний соціальний внесок (22%)	4070
Витрати на виготовлення друкованих матеріалів	10645
Формування подарункових наборів	2054
Інші супутні витрати	2500
Резерв на непередбачені витрати	2000
Загальна сума витрат	173049

складено автором [65]

Таким чином, загальна сума витрат підприємства на участь у виставці WorldFood Ukraine становить 173 049 грн.

Для оцінювання економічної доцільності реалізації запропонованого заходу використано методику, запропоновану відомим європейським маркетологом Ж.-Ж. Ламбенем. Даний підхід ґрунтується на встановленні залежності між обсягами продажів та витратами на маркетингові комунікації [63].

Плановий економічний ефект від участі у виставці визначається за формулою:

$$Q_1 = 2,024 \times Q^{0,565} \times S^{0,190}, \quad (3.1)$$

де Q_1 – прогнозний приріст чистого доходу від реалізації; t ;

Q_{t-1} – фактичний чистий дохід від реалізації за попередній період;

S_1 – витрати на маркетинговий захід. [63].

Підставивши у формулу величину чистого доходу підприємства за 2024 рік та суму витрат на участь у виставці, отримаємо:

$$Q_1 = 2,024 \times 3733440,565 \times 173,0490^{0,190} = 7576,81 \text{ (тис. грн)}$$

$$\Pi = 7576,81 - 173,049 = 7403,76 \text{ тис. грн.}$$

Таким чином, проведені розрахунки підтверджують, що участь ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» у виставці WorldFood Ukraine є економічно доцільною та забезпечить збільшення прибутку до оподаткування на 7 403,76 тис. грн.

3.3. Економічна ефективність запропонованих заходів щодо підвищення прибутковості ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен»

В умовах динамічного розвитку ринкових відносин та постійно посилюваної конкуренції критично важливою передумовою успішності суб'єкта господарювання є його здатність швидко та ефективно реагувати на зміни ринкової кон'юнктури. Гнучкість управління асортиментною політикою у відповідь на трансформацію споживчого попиту дозволить підприємству значно підвищити свою конкурентоспроможність та збільшити прибутковість.

Результати дослідження, проведеного Київським міжнародним інститутом соціології (замовник – UA Plant-Based), підтверджують зростання попиту на рослинні альтернативи:

- 14,90% населення України регулярно включають у свій раціон рослинні альтернативи м'яса;
- 13,90% споживають рослинні альтернативи молока;
- 65,50 % респондентів висловили готовність вживати рослинні альтернативи за умови їхньої доступної ціни;
- більше половини опитаних (55,0%) погоджуються, що зменшення вживання продуктів тваринного походження позитивно впливає на здоров'я;
- 46,0% респондентів приваблює можливість спробувати нові продукти та смаки за умови їхньої доступної вартості [64].

Ці дані свідчать, що ринок рослинної продукції стрімко зростає, а українські споживачі є відкритими до змін та зацікавлені в альтернативному та більш здоровому харчуванні. Важливо зазначити, що навіть такий компанія-гігант, як кондитерська фабрика АВК (один із головних конкурентів ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен»), уже інтегрувала у свій асортимент рослинне м'ясо та солодоші [65].

Експертні оцінки підтверджують, що попит на продукти рослинного

харчування в Україні зростатиме й надалі, посилюючи конкуренцію на цьому ринку.

На цей час ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» не пропонує споживачам продукцію, що має 100% рослинне походження, тим самим втрачаючи можливість охопити цей перспективний ринок збуту. Саме тому пропонується розпочати виробництво рослинної продукції з розробки та випуску нової товарної одиниці — молочного шоколаду для веганів «Roshen Vegan». Цей захід спрямований на поглиблення товарного асортименту шляхом його поповнення однією номенклатурною одиницею в асортиментній групі «шоколад».

Підприємство вже має необхідне обладнання для виробництва нового продукту, оскільки технологія виготовлення веганського шоколаду аналогічна до виробництва звичайного. Принципова відмінність полягає виключно у складі продукту: сухе знежирене молоко має бути замінене на сухе рослинне молоко. Рецептuru виготовлення виробу представлена у таблиці 3.7.

Проведено розрахунок витрат на виробництво і реалізацію нового продукту. Усі витрати, пов'язані з використанням сировини та матеріалів, представлено у табл. 3.8.

Таблиця 3.7 – Рецептuru молочного шоколаду «Roshen Vegan»

Компоненті рецептури	Питома вага окремого компоненту (т/т)
Какао боби	0,55
Цукор білий кристалічний, I категорії	0,44
Какао терте (н/ф з какао бобів)	0,15
Какао масло (н/ф з какао тертого)	0,15
Какао порошок (н/ф з какао тертого)	0,25
Молоко сухе мигдалеве	0,35
Емульгатор соєвий лецитин	0,006
Ароматизатор ванілін	0,004

складено автором

Таблиця 3.8 – Розрахунок вартості сировини, основних та допоміжних матеріалів

Сировина та матеріали	Витрати на одиницю продукції			Витрати за рік	
	Кількість, т/т	Ціна, грн за 1 т	Вартість, грн	Кількість, т	Сума, грн
Сировина:					
Какао боби	0,55	76900	42295,00	49,50	3806550
Основні матеріали:					
Цукор білий кристалічний, I категорії	0,44	8900	3916,00	39,60	352440
Какао терте (н/ф з какао бобів)	0,15	11535	1730,25	13,50	155722,50
Какао масло (н/ф з какао бобів)	0,15	11535,00	1730,25	13,50	155722,50
Какао порошок (н/ф з какао бобів)	0,25	19225	4806,25	22,50	432562,50
Молоко сухе мигдалеве	0,35	32499	11374,65	31,50	1023718,50
Емульгатор соєвий лецитин	0,006	51000	306,00	0,54	27540
Ароматизатор ванілін	0,004	70000	280,00	0,36	25200
Всього по сировині та основних матеріалах			66438,40		4211730,00
Допоміжні матеріали (10% вартості сировини та основних матеріалів)			6643,84		597945,6
Транспортно-заготівельні витрати (5% вартості сировини та основних матеріалів)			3321,92		298972,80
Всього			76404,16		5108648,40

складено автором на основі розрахунків

Наступним кроком є визначення витрат на водопостачання та водовідведення, що використовуються у виробничих цілях. Місячна потреба у холодній воді для виробничого процесу становить 90 м³. Вартість 1 м³ води для підприємств в середньому складає 30,98 гривень. На підставі цих даних розрахуємо місячні та річні витрати за цим напрямком:

$$90 \times 30,98 = 2788,2 \text{ (грн/міс.)}$$

$$2788,2 \times 12 = 33458,4 \text{ (грн/рік)}$$

Розрахунок витрат електричної енергії, необхідної для технологічних потреб

у процесі виготовлення продукції, наведено в таблиці 3.9. Виробничий підрозділ з випуску шоколаду функціонує у безперервному режимі — три зміни тривалістю по 8 годин кожна, що формує відповідний річний фонд робочого часу обладнання.

Вартість витрат електроенергії на виробництво продукції розраховано у табл. 3.9. Робота цеху з виробництва шоколаду здійснюється в три зміни по 8 годин.

Таблиця 3.9 – Розрахунок потреби в електроенергії для технологічних цілей

Обладнання	Потужність, кВт/год	Кількість, од	Коефіцієнт попиту	Загальна потужність обладнання, кВт/год	Річний фонд робочого часу підприємства, год/рік	Загальні витрати електроенергії, кВт/рік
Кульовий обсмажувальний апарат	50	1	0,90	45	7920	356400
Дробильно-сортирувальна машина	132	1	0,90	118,80	7920	940896
Елеватор	45	1	0,90	40,50	7920	320760
Пневмотранспортна установка	37	1	0,90	33,30	7920	263736
Дезінтеграторний агрегат	55	1	0,90	49,50	7920	392040
Гідравлічний прес	125	1	0,90	112,50	7920	891000
Поточно-механізована лінія	30	1	0,9	27	7920	213840
Коншмашина CRF 2500	40	1	0,9	36	7920	285120
Темперувальна машина T500	35	1	0,90	31,50	7920	249480
Резервуар для зберігання шоколадних мас DTE	7	1	0,90	6,30	7920	49896
Автомат 317-E-9	61	2	0,90	109,80	7920	869616
Загортальна машина	23	1	0,90	20,70	7920	163944
Разом	640	13		630,90	95040	4996728

розраховано автором[56]

Використовуючи дані таблиці 3.9 та з урахуванням того, що вартість 1 кВт·год електроенергії для підприємства в середньому становить 7,40 грн, загальні

витрати на електроенергію за рік складуть:

$$4\,996\,728 \times 7,4 = 36\,975\,787,2 \text{ грн/рік.}$$

Таким чином, енерговитрати є однією з вагомих складових собівартості продукції та безпосередньо впливають на формування фінансового результату підприємства.

Наступним етапом розрахунків є визначення фонду оплати праці виробничого персоналу, безпосередньо залученого до процесу виготовлення продукції. До складу такого персоналу входять робітники основного виробництва, які працюють у змінному режимі. Результати розрахунку фонду заробітної плати та нарахувань єдиного соціального внеску наведено в таблиці 3.10.

Згідно з наведеними даними, загальний тарифний фонд оплати праці з урахуванням доплат становить 1 532 658,00 грн, а сума нарахувань ЄСВ — 1 839 189,60 грн. Отже, витрати на оплату праці виробничого персоналу є істотним елементом витрат на виробництво та реалізацію продукції.

Таблиця 3.10 – Фонд оплати праці виробничого персоналу та відрахування ЄСВ

Посада	Тарифний розряд	К-сть працівників на зміні	Тарифний коефіцієнт	Тариф на ставку	К-сть відпрацьованих годин за зміну	К-сть відпрацьованих годин за рік	Всього тарифний фонд, грн	Тарифний фонд з доплатами (20%), грн	Нарахування ЄСВ, грн
Фасувальник	3	6	1.18	32,47	8	1944	446901,49	536281,79	643538,15
Контролер	1	3	1	30,91	8	1944	180267,12	216320,54	259584,65
Майстер зміни	4	3	1,27	33,54	8	1944	248418,70	298102,45	357722,94
Укладчик продукції	2	6	1,09	31,59	8	1944	401627,68	481953,21	578343,86
Всього							1277215,00	1532658,00	1839189,60

розраховано автором

Для повного відображення витрат, пов'язаних із функціонуванням

виробничого процесу, здійснено розрахунок витрат на утримання та експлуатацію обладнання, зокрема амортизаційних відрахувань та витрат на обслуговування ремонтного персоналу. Амортизація основних засобів нараховується за прямолінійним методом відповідно до встановлених строків корисного використання.

Результати розрахунку амортизації виробничого обладнання подано в таблиці 3.11.

Таблиця 3.11 – Розрахунок амортизації виробничого обладнання

Найменування обладнання	Встановлені на підприємстві строки корисного використання	Норма амортизації	Вартість основних засобів, грн	Річна сума амортизації, грн
Обсмажувальний апарат безперервної дії TFC	7	0,143	129400	18485,71
Дробильно- сортирувальна машина	5	0,200	66700	13340,00
Елеватор	6	0,167	156899	26149,83
Пневмотранспортна установка	5	0,200	88000	17600,00
Дезінтеграторний агрегат	5	0,200	145000	29000,00
Гідравлічний прес	6	0,167	176248	29374,67
Поточно-механізована лінія	7	0,143	2300000	328571,43
Коншмашина CRF 2500	8	0,125	236455	29556,88
Темперувальна машина T500	6	0,167	104910	17485,00
Резервуар для зберігання шоколадних мас DTE	5	0,200	188000	37600,00
Автомат 317-E-9	6	0,167	430449	71741,50
Загортальна машина	8	0,125	65999	8249,88
Інструменти (7% вартості обладнання)	4	0,25	286164,20	71541,05
Всього			4374224,20	703703,82

розраховано автором

Як видно з таблиці 3.11, загальна балансова вартість виробничого обладнання становить 4 374 224,20 грн, а річна сума амортизаційних відрахувань

— 703 703,82 грн, що враховується у складі витрат на виробництво.

Окрім амортизації, до витрат на утримання та експлуатацію обладнання належать витрати на оплату праці ремонтного персоналу. Річний фонд заробітної плати та сума нарахувань ЄСВ для цієї категорії працівників наведені в таблиці 3.12.

Таблиця 3.12 – Фонд оплати праці ремонтного персоналу та нарахування ЄСВ

Посада	К-ть штатних одиниць	Встановлений оклад, грн.	Річний фонд ЗП, грн	Нарахування ЄСВ, грн
Механік	1	7000	84000	18480
Електрик	1	7500	90000	19800
Черговий слюсар	1	7200	86400	19008
Прибиральник	3	6500	234000	51480
Всього	6	28200	494400	108768

розраховано автором

Отримані результати свідчать, що витрати на обслуговування та підтримання працездатності виробничого обладнання є значною складовою загальновиробничих витрат підприємства.

Наступним етапом фінансового планування є формування та розрахунок загальновиробничих витрат (ЗВВ), детальна структура яких наведена в таблиці 3.13. Загальновиробничі витрати мають складну багатокомпонентну структуру, оскільки включають витрати, які не можуть бути безпосередньо віднесені до конкретного виду продукції, зокрема витрати на управління цехом, обслуговування виробничого процесу, амортизацію загальноцехового обладнання та інші непрямі витрати.

У межах економічного обґрунтування витрат на виробництво нового виду продукції сформовано кошторис загальновиробничих витрат, що охоплює всі витрати, пов'язані з організацією та забезпеченням діяльності виробничого підрозділу. Їх склад і річний обсяг систематизовано в таблиці 3.13.

Таблиця 3.13 – Кошторис загальновиробничих витрат

Види витрат	Сума за рік, грн
Основна та додаткова заробітна плата управлінського персоналу цеху	925071,26
Відрахування на соціальні заходи	203515,67
Витрати на службові відрядження працівників цеху	925,07
Амортизація основних засобів загальновиробничого призначення	131000
Ремонт, страхування та оренда загальновиробничих необоротних активів	37738
Опалення виробничих приміщень	8900
Освітлення виробничих приміщень	318222
Водопостачання, водовідведення та інші комунальні послуги	3456
Оплата праці загальновиробничого персоналу	534272,26
Відрахування на соціальні заходи	117539,89
Витрати на охорону праці та техніку безпеки	37820,99
Інші загальновиробничі витрати	27835,23
Разом	2346296,37

розраховано автором [56]

Наступним етапом є формування кошторису адміністративних витрат, до складу яких належать витрати, пов'язані з організацією, управлінням та загальногосподарським забезпеченням діяльності підприємства. Узагальнені дані подано в таблиці 3.14.

Таблиця 3.14 – Кошторис адміністративних витрат

Види витрат	Сума за рік, грн
Амортизація адміністративних будівель та обладнання	107656,67
Основна та додаткова заробітна плата адміністративного персоналу	4265913,60
Нарахування на заробітну плату адміністративного персоналу	938500,99
Ремонт основних засобів загальногосподарського призначення	65965
Водопостачання та водовідведення	9300,56
Загальнокорпоративні та організаційні витрати	15000
Оренда та комунальні послуги	450000
Страхові витрати	26386
Оплата послуг зв'язку	1250,55
Банківські послуги та розрахунково-касове обслуговування	25900
Інші адміністративні витрати	54000
Разом	5959873,37

розраховано автором [56]

Витрати на збут охоплюють сукупність витрат, пов'язаних із реалізацією продукції, її просуванням, зберіганням та транспортуванням. Кошторис збутових витрат у межах виробництва нового продукту наведено в таблиці 3.15.

Таблиця 3.15 – Кошторис витрат на збут

Види витрат	Сума за рік, грн
Утримання основних засобів, задіяних у процесі збуту	84309,52
Ремонт основних засобів	8800
Заробітна плата працівників складу	93600
Нарахування на заробітну плату	148769,78
Витрати на відрядження працівників служби збуту	93,60
Транспортні, експедиційні та страхові послуги	2320
Оренда та комунальні послуги	480000
Рекламні заходи та маркетингові дослідження	334300
Пакувальні матеріали	15700
Опалення та освітлення складу готової продукції	315220
Інші витрати, пов'язані зі збутом	232
Разом	1167893

розраховано автором [56]

Окрему групу витрат становлять інші операційні витрати, які виникають у процесі здійснення господарської діяльності, але не пов'язані безпосередньо з виробництвом або реалізацією продукції. Їх склад і річний обсяг подано в таблиці 3.16.

Таблиця 3.16 – Кошторис інших операційних витрат

Види витрат	Сума за рік, грн.
Нестачі та втрати від псування товарно-матеріальних цінностей	243000
Сплачені штрафи та пені	63000
Втрати запасів на тимчасово окупованих територіях	558900
Сумнівна та безнадійна дебіторська заборгованість	986770
Разом	1851670

розраховано автором

Оскільки такі категорії витрат, як адміністративні витрати, витрати на збут та інші операційні витрати, розраховуються для всього підприємства в цілому, при калькулюванні собівартості окремого виду продукції (зокрема, нового шоколаду

«Roshen Vegan») необхідно здійснити розподіл кошторисів цих непрямих витрат між усіма видами продукції, що виробляються [70]. Як базу розподілу для цього розрахунку обирається випуск готової продукції в натуральному вимірі або у вартісному виразі.

Коефіцієнт розподілу визначається як співвідношення обсягу виробництва нового шоколаду «Roshen Vegan» до сукупного випуску шоколаду та шоколадних виробів, а також до загального обсягу виробництва всієї продукції підприємства відповідно. Результати проведених розрахунків наведено в таблицях 3.17–3.18.

Таблиця 3.17 – Розподіл загальновиробничих витрат

Найменування	Обсяг виробництва, т	Коефіцієнт розподілу	Загальновиробничі витрати, грн
Шоколад «Roshen Vegan»	90	0,0352	82495,78
Загальний випуск шоколаду та шоколадних виробів	2560	1	2346296,37

розраховано автором

Таблиця 3.18 – Розподіл адміністративних витрат, витрат на збут та інших операційних витрат

Найменування	Обсяг виробництва, т	Коефіцієнт розподілу	Адміністративні витрати, грн	Витрати на збут, грн	Інші операційні витрати, грн
Шоколад «Roshen Vegan»	90	0,00308	18356,41	3597,11	5703,14
Загальний обсяг виробництва всієї продукції	29137,90	1,0	5959873,37	1167893	1851670

розраховано автором

На підставі отриманих значень здійснено калькулювання собівартості нового виду продукції – шоколаду «Roshen Vegan». Узагальнені результати розрахунків подано в таблиці 3.19.

Таблиця 3.19 – Калькуляція собівартості та інших витрат виробництва

Стаття витрат	Витрати на 1 т продукції, грн/т	Витрати на річний обсяг виробництва, грн
Сировина та матеріали	8541,93	768773,2635
Паливо та енергія на технологічні потреби	77930,64	7013757,60
Утримання й експлуатація технологічного обладнання	9027,46	812471,82
Основна та додаткова заробітна плата виробничого персоналу	17029,53	1532658
Відрахування на оплату праці	3746,50	337184,76
Загальновиробничі витрати	916,62	82495,78
Виробнича собівартість	177449,15	16485570,95
Адміністративні витрати	203,96	18356,41
Витрати на збут	39,97	3597,11
Інші операційні витрати	63,37	5703,14
Сукупні витрати	294949,13	16508294,50

розраховано автором

Згідно з проведеними розрахунками, річні витрати підприємства на виробництво та реалізацію нового шоколаду становитимуть 16 508 294,50 грн. На наступному етапі дослідження визначимо виробничу ціну підприємства для даного виду продукції (табл. 3.20).

Таблиця 3.20 – Розрахунок виробничої ціни шоколаду «Roshen Vegan»

Показник	Значення, грн
Собівартість та інші витрати на запланований обсяг реалізації	16 508 294,50
Виробнича ціна підприємства (без ПДВ)	19 809 953,40
Податок на додану вартість (20 %)	3 961 990,68
Виробнича ціна з урахуванням ПДВ	23 771 944,10

розраховано автором

Виробничу ціну підприємства визначено шляхом застосування планового рівня рентабельності до собівартості продукції:

Виробнича ціна (без ПДВ) = $16\,508\,294,50 \times 1,2 = 19\,809\,953,40$ грн.

З урахуванням податку на додану вартість виробнича ціна становитиме:

$$19\,809\,953,40 \times 1,2 = 23\,771\,944,10 \text{ грн.}$$

Наступним етапом є визначення фінансового результату, який підприємство отримає від реалізації нового виду продукції. Узагальнені результати відповідних розрахунків наведено в таблиці 3.21.

Таблиця 3.21 – Розрахунок прибутку від реалізації шоколаду «Roshen Vegan»

Показник	Планове значення, грн
Виручка від реалізації	23 771 944,10
Чистий дохід	19 809 953,40
Собівартість продукції та інші витрати	16 508 294,50
Прибуток	3 301 658,90

розраховано автором

Отже, впровадження заходу з розширення асортиментної лінійки шляхом виробництва та реалізації шоколаду «Roshen Vegan» дасть змогу підприємству отримати додатковий прибуток у розмірі 3 301 658,90 грн.

У результаті комплексної реалізації всіх запропонованих заходів, спрямованих на зростання прибутковості діяльності суб'єкта господарювання, очікується збільшення чистого прибутку підприємства на 7 695,00 тис. грн. Сукупний позитивний фінансовий ефект досягається завдяки таким чинникам:

- упровадженню поточного та оперативного фінансового планування шляхом введення до штату фахівця з фінансового планування, що забезпечить зростання прибутку до оподаткування на 9 679,88 тис. грн та скорочення фінансових витрат на 70,05 тис. грн;
- підвищенню ефективності маркетингової діяльності через участь у міжнародній виставці, результатом чого стане приріст прибутку до оподаткування на 7 403,76 тис. грн;
- удосконаленню асортиментної політики за рахунок випуску шоколаду для

споживачів, які дотримуються рослинного харчування, що дозволить збільшити прибуток на 3 301,65 тис. грн.

У таблиці 3.22 наведено узагальнені показники фінансових результатів діяльності підприємства до реалізації запропонованих заходів та після їх впровадження, що дає змогу оцінити зміну рівня прибутку й загальної прибутковості ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен».

Таблиця 3.22 – Прогнозний звіт про фінансові результати підприємства після реалізації запропонованих заходів, тис. грн

Показник	Звітний період	Прогнозний період	Абсолютна зміна	Відносна зміна, %
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	373 344	410 587,04	37 243,04	10,00
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	318 238	345 787,38	27 549,38	8,70
Валовий прибуток	55 106	64 799,66	9 693,66	17,60
Інші операційні доходи	2 582	2 582	–	–
Адміністративні витрати	-29 950	-30 147,75	–	–
Витрати на збут	-4 568	-4 744,65	–	–
Інші операційні витрати	-11 283	-11 288,70	–	–
Фінансовий результат від операційної діяльності (прибуток)	11 887	21 201	9 314	78,35
Інші фінансові доходи	2 591	2 591	–	–
Фінансові витрати	-1 401	-1 330,95	70,05	-5,00
Інші витрати	–	–	–	–
Фінансовий результат до оподаткування (прибуток)	13 077	22 461	9 384	71,76
Податок на прибуток	2 354	4 042,91	1 688,91	71,76
Чистий фінансовий результат (прибуток)	10 723	18 418,09	7 695,09	71,76

розраховано автором на основі прогнозних показників

Отримані прогнозні дані свідчать, що впровадження запропонованих заходів матиме суттєвий позитивний вплив на формування фінансових результатів підприємства. Очікується зростання чистого доходу від реалізації на 37 243,04 тис. грн, що відповідає приросту на 10 %, тоді як темпи збільшення собівартості є нижчими (8,70 %), що забезпечує випереджальне зростання валового прибутку.

У результаті реалізації управлінських та організаційно-економічних заходів валовий прибуток зростає на 9 693,66 тис. грн, або на 17,60 %. Незважаючи на незначне підвищення адміністративних, збутових та інших операційних витрат, фінансовий результат від операційної діяльності майже подвоїться та зростає на 9 314 тис. грн, що відповідає приросту на 78,35 %.

Скорочення фінансових витрат на 70,05 тис. грн також позитивно вплине на підсумковий фінансовий результат. У підсумку прибуток до оподаткування збільшиться на 9 384 тис. грн, а чистий прибуток — на 7 695,09 тис. грн, що становить 71,76 % приросту порівняно зі звітним періодом.

Таким чином, прогнозний звіт підтверджує, що реалізація запропонованих у магістерській роботі заходів сприятиме істотному зростанню прибутку та загальної прибутковості ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен», а також підвищенню ефективності його фінансово-господарської діяльності.

З огляду на отримані кількісні результати та прогнозований економічний ефект, можна дійти висновку: комплексне впровадження фінансового планування, покращення роботи служби маркетингу та поглиблення асортименту продукції є обґрунтованими заходами, які сукупно забезпечать збільшення чистого фінансового результату суб'єкта господарювання.

Для того, щоб здійснити об'єктивну оцінку відносної ефективності розроблених пропозицій та підтвердити їхню доцільність, необхідно провести аналіз ключових коефіцієнтів рентабельності підприємства до впровадження запропонованих заходів та після їхньої реалізації (табл. 3.23).

Отримані результати свідчать про позитивні структурні зрушення в рівні прибутковості підприємства після впровадження запропонованих заходів. Зокрема, показник рентабельності активів у прогнозному періоді збільшився на 0,025, що вказує на підвищення ефективності використання майнового потенціалу підприємства.

Таблиця 3.23 – Динаміка показників рентабельності до та після реалізації запропонованих заходів

Показник (коефіцієнт)	Базовий період	Прогнозний період	Зміна показника
Рентабельність активів	0,011	0,036	0,025
Рентабельність власного капіталу	0,020	0,041	0,036
Рентабельність діяльності	0,029	0,067	0,038
Рентабельність продукції	0,034	0,090	0,056

розраховано автором на основі прогнозних даних

Зростання коефіцієнта рентабельності власного капіталу на 0,036 підтверджує можливість більш результативного залучення та використання власних фінансових ресурсів у процесі господарської діяльності.

Рентабельність діяльності підприємства підвищилася на 0,038, що свідчить про загальне поліпшення фінансових результатів та ефективності основних бізнес-процесів. Водночас коефіцієнт рентабельності продукції зріс на 0,056, що є підтвердженням зростання рівня прибутковості виробленої та реалізованої продукції.

Таким чином, реалізація розроблених у роботі заходів сприятиме підвищенню прибутковості ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» та забезпечить зростання ефективності його господарської діяльності в цілому.

Висновки до розділу 3

Третій розділ магістерської роботи спрямований на формування комплексу практичних заходів щодо зростання рівня прибутковості підприємства та обґрунтування економічної доцільності їх упровадження. У межах дослідження запропоновано три напрями підвищення фінансового результату діяльності суб'єкта господарювання, для кожного з яких здійснено розрахунок очікуваного економічного ефекту.

У підрозділі 3.1 розкрито зміст і значення фінансового планування в системі управління підприємством, охарактеризовано його основні види та методичні підходи, а також визначено переваги використання фінансового планування в сучасних умовах господарювання. На цій основі запропоновано захід щодо впровадження поточного та оперативного фінансового планування у діяльність підприємства. Результати розрахунків засвідчили, що витрати, пов'язані з введенням до штату фахівця з фінансового планування, становитимуть 179,083 тис. грн. Реалізація запропонованого заходу забезпечить зростання прибутку підприємства на 9 679,88 тис. грн та сприятиме скороченню фінансових витрат на 70,05 тис. грн.

На наступному етапі дослідження напрямів підвищення прибутковості проаналізовано вплив удосконалення маркетингової діяльності на фінансові результати підприємства. Було розглянуто основні концепції управління маркетингом та обґрунтовано доцільність застосування концепції інтенсифікації комерційних зусиль, орієнтованої на активізацію попиту, зміцнення іміджу компанії, розширення ринків збуту та збільшення обсягів реалізації продукції. Як практичний захід із підвищення ефективності роботи маркетингової служби запропоновано участь ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» у найбільшій міжнародній виставці харчової продукції в Україні. Загальні витрати на участь у даному заході становитимуть 173,049 тис. грн. Для оцінювання економічного ефекту використано методичний підхід, запропонований

французьким маркетологом Ж.-Ж. Ламбеном. За результатами розрахунків прогнозований приріст прибутку до оподаткування внаслідок удосконалення маркетингової діяльності та участі у виставці може досягти 7 403,76 тис. грн.

У підрозділі 3.3 обґрунтовано, що в умовах динамічного ринкового середовища одним із ключових чинників успішного розвитку підприємства є ефективне управління асортиментною політикою з урахуванням змін споживчих переваг. Наразі підприємство не здійснює виробництво продукції зі 100% рослинних компонентів, що обмежує його присутність на перспективному сегменті ринку. У зв'язку з цим доведено доцільність розробки та виведення на ринок нового продукту — шоколаду «Roshen Vegan», як інструменту розширення та поглиблення асортименту. Проведено поетапну калькуляцію витрат, які формують собівартість нового виду продукції. За результатами впровадження даного заходу очікується зростання чистого прибутку підприємства на 3 301,658 тис. грн.

На завершальному етапі дослідження здійснено узагальнену оцінку економічної ефективності запропонованих заходів. Складено прогнозний фінансовий звіт підприємства з урахуванням реалізації всіх трьох рекомендацій, що дало змогу визначити сукупний приріст чистого прибутку в розмірі 7 695,09 тис. грн. Крім того, розраховано прогнозні показники рентабельності та проведено їх порівняння зі звітними значеннями. Отримані результати підтверджують, що впровадження запропонованих заходів забезпечить підвищення віддачі власного капіталу та активів, зростання прибутковості продукції та загальної ефективності діяльності підприємства.

ВИСНОВКИ

Магістерська робота спрямована на комплексне дослідження шляхів підвищення прибутковості діяльності виробничого підприємства та розробку практичних інструментів зростання фінансових результатів. У межах дослідження узагальнено теоретико-методичні підходи та сформовано прикладні рекомендації щодо забезпечення зростання прибутковості ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен».

У першому розділі роботи розкрито економічну сутність категорії «прибуток», систематизовано підходи до його трактування та наведено класифікацію, що відображає багатогранність даного фінансового показника. Також визначено основні фактори, які впливають на рівень прибутковості підприємства, та запропоновано методичний підхід до оцінювання її рівня.

Аналіз наукових позицій вітчизняних і зарубіжних дослідників дозволив дійти висновку, що прибуток є фінансовим результатом діяльності підприємства, який визначається як різниця між чистим доходом та сукупними витратами. Він виступає компенсацією за підприємницький ризик, індикатором ефективності виробничо-господарської діяльності та основним джерелом економічного розвитку суб'єкта господарювання. Установлено, що поняття прибутку охоплює значну кількість різновидів, що зумовлює необхідність їх класифікації. У роботі виокремлено дванадцять класифікаційних ознак, відповідно до яких прибуток групується за джерелами формування, видами діяльності, структурою елементів, податковими характеристиками та напрямками розподілу.

Дослідження факторів впливу на прибутковість підприємства дало змогу встановити, що фінансовий результат формується під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх чинників. Внутрішні фактори поділено на ключові, до яких належать обсяги реалізації, рівень собівартості, конкурентоспроможність і структура продукції, а також другорядні, зокрема якість фінансового менеджменту,

продуктивність праці, технологічний та інноваційний рівень виробництва, амортизаційна політика та якість продукції. До зовнішніх чинників віднесено соціально-економічне середовище, ринкову кон'юнктуру, податкову політику держави, динаміку цін на ресурси, стан зовнішньоекономічних зв'язків, логістичну інфраструктуру та природно-кліматичні умови.

У результаті узагальнення методичних підходів до аналізу прибутковості сформовано комплексну методику оцінювання ефективності діяльності підприємства, яка базується на поєднанні аналізу абсолютного фінансового результату (прибутку) та відносних показників ефективності (рентабельності). У межах даного підходу визначено три ключові групи показників рентабельності: рентабельність видів діяльності та виробничих витрат, рентабельність продажів, а також рентабельність капіталу і його складових.

Другий розділ роботи присвячено аналізу господарсько-правових основ функціонування та фінансово-економічного стану ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен». Встановлено, що підприємство спеціалізується на виробництві та реалізації кондитерських виробів і напівфабрикатів з метою отримання прибутку в інтересах акціонерів. Організаційна структура управління характеризується функціональною спеціалізацією та чітким розподілом управлінських функцій. Виробнича програма підприємства охоплює хлібобулочні вироби, сухарі, печиво, пироги, тістечка тривалого зберігання, а також какао-, шоколадні та цукристі кондитерські вироби. Підприємство здійснює діяльність на основі власної потужної виробничої бази та використовує виключно власні основні засоби.

Оцінка фінансово-економічного стану проведена шляхом аналізу структури пасивів, показників ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості та ділової активності. Дослідження джерел формування майна засвідчило переважання власного капіталу над позиковим, що загалом є позитивною характеристикою. Водночас аналіз ліквідності виявив низький рівень

платоспроможності підприємства, зумовлений дефіцитом оборотних коштів для покриття поточних зобов'язань.

Аналіз фінансової стійкості виявив проблеми, пов'язані з нестачею власних оборотних ресурсів і недостатньою мобільністю власного капіталу, що свідчить про недоліки у формуванні та використанні фінансових ресурсів. Ділова активність підприємства характеризується високою швидкістю обороту активів, запасів і власного капіталу, однак неефективне управління дебіторською та кредиторською заборгованостями створює додаткові ризики для фінансової стабільності.

Оцінка прибутковості, здійснена на основі аналізу фінансових результатів і показників рентабельності, показала низьку ефективність діяльності підприємства. Зокрема, рівень загальної рентабельності у 2022–2024 роках перебував у межах 0,9–2,9 %, що свідчить про недостатню прибутковість основних видів діяльності та низьку віддачу активів і капіталу.

У другому розділі також застосовано кореляційно-регресійний аналіз для визначення ступеня впливу витратних факторів на фінансовий результат. Результати розрахунків засвідчили, що найбільш істотний вплив на величину прибутку мають витрати на збут і фінансові витрати.

Третій розділ роботи присвячено розробці практичних заходів щодо зростання прибутковості ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен». На основі проведеного аналізу запропоновано три напрями підвищення фінансових результатів підприємства.

Перший захід передбачає впровадження системи фінансового планування шляхом залучення відповідного фахівця. Очікується, що це сприятиме більш ефективному використанню фінансових ресурсів, зростанню обсягів реалізації та зниженню фінансових витрат. За розрахунками, реалізація даного заходу забезпечить приріст прибутку до оподаткування на 9 679,88 тис. грн.

Другим напрямом визначено вдосконалення маркетингової діяльності

шляхом участі підприємства у найбільшій міжнародній виставці продуктів харчування в Україні. Зазначений захід сприятиме активізації попиту, покращенню іміджу компанії, розширенню ринків збуту та збільшенню обсягів продажу. Очікуваний приріст прибутку до оподаткування становитиме 7 403,76 тис. грн.

Третя рекомендація полягає у розширенні асортименту продукції за рахунок випуску нового виду шоколаду для споживачів, які дотримуються рослинного харчування. Враховуючи зростання попиту на веганські продукти, запропоновано розробку та виробництво відповідного товару, що дозволить освоїти перспективний сегмент ринку. Прогнозований приріст прибутку від реалізації цього заходу становить 3 301,659 тис. грн.

На завершальному етапі дослідження здійснено оцінку економічної ефективності запропонованих заходів шляхом формування прогностичного звіту про фінансові результати та розрахунку планових показників рентабельності. Порівняння прогностичних і фактичних показників підтвердило, що впровадження розроблених рекомендацій забезпечить зростання віддачі активів і власного капіталу, а також підвищить прибутковість продукції та ефективність діяльності підприємства в цілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Roshen збільшила експорт в ЄС на 22%: вебсайт. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2018/06/4/637436/> (дата звернення: 23.11.2025).
2. Азаренкова Г.М., Журавель Т.М., Михайленко Р.М. Фінанси підприємств : навч. посібник для самостійного вивчення дисципліни – 2-е видання. Київ : Знання- Прес, 2009. 288с.
3. Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства. навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 612 с.
4. Бержанір І.А., Улянич Ю.В., Гвоздей, Н.І. Рентабельність як основний показник оцінки діяльності підприємства. *Вісник ХНДАУ*. 2015. № 1. С. 261–265.
5. Бець М.П. Планування рентабельності виробництва. *Економіка України*. 2007. № 2. С. 40-45.
6. Блонська В.І., Васильців Т.Г, Гринкевич С.С. Економіка підприємства: теорія і практикум. Львів : Магнолія, 2012. 688 с.
7. Бондар Н.М. Економіка підприємства: навч. посібник. Київ: Видавництво А.С.К., 2004. 400 с.
8. Брюховецька Н.Ю. Фінанси підприємств: навч. посібник. / Донец. ун-т економіки та права. Донецьк, 2006. 215 с.
9. Бурачек І.В., Біленчук О.О. Конкурентоспроможність продукції підприємств: сутність, методи оцінки та зарубіжний досвід управління. Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського URL: <http://global-national.in.ua/archive/14-2016/60.pdf>
10. Василенко О.А., Сенча І.А. Математично-статистичні методи аналізу у прикладних дослідженнях: навч. посіб. Одеса : ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2011. 166 с.
11. Габро І.В. Концепції управління маркетингом на підприємстві. *Інноваційний розвиток: освіта та наука XXI століття*. 2018. №3. С. 68- 69.
12. Гетьман О. О., Шаповал В. М. Економіка підприємства : навч. посіб. 2-ге вид. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 488 с.

13. Гетьман О.О. Економіка підприємства : підручник. Київ : ЦНЛ, 2010. 488 с.
14. Гончаров С. М., Кушнір Н.Б. Тлумачний словник економіста / за ред. проф. С. М. Гончарова. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 264 с.
15. Грабовський І.С. Планування і контроль на підприємстві: навч. посібник. Дніпропетровськ : ДДФА, 2009. 159 с.
16. Грішнова, О.А. Економіка праці та соціально-трудові відносини : підручник. Київ : Знання, 2004. 356 с.
17. Дмитрієв. І.А., Кирчата І.М., Шершелюк О.М. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. Харків : Фоп Бровін. 2020. 340 с.
18. Довбня С.Б., Пендик О.Г. Методичні особливості показників рентабельності та розробка їх класифікації. *Молодий вчений*. 2014. № 5. С. 94–97.
19. Документи звітності, що подаються відповідним державним органам відповідно до вимог законодавства Київська фабрика «Рошен» вебсайт. URL: <http://kcf.roshen.com/>
20. Документи звітності, що подаються відповідним державним органам за 2023 рік Київська фабрика «Рошен» вебсайт. URL: http://kcf.roshen.com/uploads/DNDDDDNDDDD_DDNNDDNNNN_2023_NDDDDD_ND_DDNNDNDDDDDDDDDDDD_DDNDNDND.pdf (дата звернення: 23.11.2025).
21. Документи звітності, що подаються відповідним державним органам за 2022 рік Київська фабрика «Рошен» вебсайт. URL: http://kcf.roshen.com/uploads/DDDNDDDDND_DDNNDDNNNN_ND_DDDDDNNNNN_DNDDDDNDDDD_DDNDDDDDDD_DDNDDDDD_DD_2022_NND_2.pdf
22. Економіка солодощів: що і як споживають українці: веб-сайт. URL: <https://mind.ua> (дата звернення: 23.11.2025).
23. Єпіфанова І.Ю., Гуменюк В.С. Методика оцінювання прибутковості підприємства. *Економіка та суспільство*. 2016. №12. С. 251–254.
24. Жердев Є.В. Методичні засади формування амортизаційної політики на

підприємствах. *Облік і фінанси АПК*. 2011. №1. С. 1-5.

25. Звітність ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» URL: https://zvitnist.com/00382125_PRYVATNE_AKCONERNE_TOVARYSTVO_KYYIVSKA_KONDYTERSK (дата звернення: 23.11.2025).

26. Зозулев О.В. Місце ринкового позиціонування в системі заходів по посиленню конкурентних переваг підприємства. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2010. №7. URL: https://economy.kpi.ua/files/files/32_kpi_2010_7.pdf (дата звернення: 23.11.2025).

27. Іванова Л. О., Музика О.М. Кон'юнктура ринків : навч. Посібник. Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2011. 447 с.

28. Карпенко Л. М. Методичні підходи до оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2013. №3(2). С. 24-31. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed_2013_3\(2\)_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed_2013_3(2)_6) (дата звернення: 23.11.2025).

29. Каталог товарів ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» URL: https://roshenstores.com/catalog?srsId=AfmBOooSewVQ_P8dzLjj3pHuqGJ8wSf-lUpN4PmVcCWrrBSWTZJqUdBP

30. Кірсанова Т.О., Дьяченко Н.А. Проблеми та перспективи фінансового планування на підприємстві. *Вісник Сумського державного університету. Економіка*. 2011. №. 4. С. 48–57.

31. Коваленко Л.О., Ремньова Л.М. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. Київ : Знання, 2008. 483 с.

32. Кондитерська компанія АВК запустила виробництво рослинного м'яса. URL: <https://mind.ua/news/20220710-konditerska-kompaniya-avk-zapustila-virobnictvo-roslinnogo-m-yasa>(дата звернення: 23.11.2025).

33. Лупак Р.Л., Васильців Т.Г. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. Львів : Видавництво ЛКА. 2016. 484 с.

34. Методичні рекомендації з аналізу і оцінки фінансового стану

підприємств : Закон України 28.07.2006 р. № 0005626-06 / Верховна рада України.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/n0005626-06> (дата звернення: 23.11.2025).

35. Міжнародна виставка продуктів харчування та напоїв Worldfood Ukraine. URL: <https://worldfood.com.ua/blog/mizhnarodna-vistavka-produktiv-harchuvannya-ta-napoyiv-worldfood-ukraine-2025-oficijno-zaversheno> (дата звернення: 23.11.2025).

36. Ніпіаліді О.Ю., Карпишин Н.І. Фінанси підприємств : навч. посіб. Тернопіль : Економічна думка, 2009. 232 с.

37. Особливості брендингової стратегії ТМ Roshen: вебсайт. URL: <https://www.marketing-ua.com/ru/article/osobennostibrendingovoj-strategii-tm-roshen> (дата звернення: 23.11.2025).

38. Офіційна сторінка Волинської фабрики корпорації «Рошен» : вебсайт. URL: <https://roshen.in.ua/pro-nas/> (дата звернення: 23.11.2025).

39. Офіційний сайт корпорації «Рошен»: вебсайт. URL: <https://roshen.com/ua> (дата звернення: 23.11.2025).

40. Патарідзе-Вишинська М.В. Прибуток підприємств: види, роль та функції. *Економіка. Управління. Інновації*. 2010. №1. С 27-30.

41. Пермінова С.О., Савицька О.М., Омельченко Я.В. Підвищення конкурентоспроможності підприємств в контексті їх стратегічного розвитку. *Ефективна економіка*. 2019. № 975. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?Op=1&z=6049> (дата звернення: 23.11.2025).

42. Плоха О. Б. Управління витратами : конспект лекцій / Харк. нац. екон. ун-т. Харків : ХНЕУ, 2009. 151 с.

43. Податковий кодекс України. Відомості Верховної Ради України : документ 2755-17, поточна редакція Редакція від 05.10.2025, підстава - 4577-IX URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/2755-17> (дата звернення: 23.11.2025).

44. Поддєрьогін А., Білик М., Буряк Л. та ін. Фінанси підприємств: підручник / за ред. А. Поддєрьогіна. 7-ме вид. Київ : КНЕУ, 2008. 552 с.

45. Поддєрьогін А.М., Білик М.М., Буряк Л.Д. Фінанси підприємств: підручник. 5–те вид., перероб. та допов. Київ : КНЕУ, 2013. 546 с.
46. Подольна В.В. Сутність та особливості класифікації маркетингових стратегій розвитку підприємств. *Економічний простір*. 2013. №72. С. 230-239.
47. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства : підручник. Київ : КНЕУ, 2001. 352 с.
48. Положення (стандарти) бухгалтерського обліку в Україні// 34 положення (стандартів) бухгалтерського обліку. – К.: КНТ, 2009. – 172с.
49. ПРАТ «КИЇВСЬКА КОНДИТЕРСЬКА ФАБРИКА «РОШЕН» URL: <https://drukarka.com.ua>. <https://opendatabot.ua/c/00382125> (дата звернення: 23.11.2025).
50. ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Roshen». URL: <https://www.roshen.com/ua/ua> (дата звернення: 23.11.2025).
51. Приказюк О.В. Методика оцінки рентабельності підприємства. *Облік і фінанси АПК*. 2006. № 5. С. 100-105.
52. Роговий А.В. Фінансове планування як функція менеджменту підприємства. *Науковий вісник ЧДІЕУ*. 2009. №. 2. С. 3.
53. Савицька, Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства : навч. посібник. 3-тє вид., випр. і доп. Київ : Знання, 2007. 668 с.
54. Скиба Г.І. Конкурентоспроможність як категорія і як властивість підприємства, що функціонує в умовах ринкової економіки. *Облік і фінанси*. 2012. № 1. С. 135-138. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif_apk_2012_1_30 (дата звернення: 23.11.2025).
55. Статут ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» URL: http://kcf.roshen.com/uploads/_19.04.2011.pdf (дата звернення: 23.11.2025).
56. Стельмащук А.М., Смоленюк П.С. Бухгалтерський облік : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 528с.
57. Сторінка корпорації «Рошен» на clarity-project: вебсайт. URL:

<https://clarity-project.info/smida/00382125> (дата звернення: 23.11.2025).

58. Сторінка корпорації «Рошен» на Вікіпедії: вебсайт. URL: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Roshen> (дата звернення: 23.11.2025).

59. Сторінка корпорації «Рошен» на сайті Forbes: вебсайт. URL: <https://forbes.ua/profile/roshen-241> (дата звернення: 23.11.2025).

60. Типологія виставкових стендів. URL: http://refs.co.ua/66317-Vystavochnyi_stend.html. (дата звернення: 23.11.2025).

61. Ткаченко А.М., Круглікова В.В. Вплив регіональної політики на конкурентоспроможність регіонів України. Економічний вісник ДВНЗ УДХТУ, 2021, № 1 (13). С. 14-25

62. Ткаченко А.М., Левченко Н.М. Репутаційний аудит як інструмент управління конкурентоспроможністю підприємства. Економічний вісник ДВНЗ УДХТУ, 2021, № 2 (12). С. 87-94.

63. Трещов М.М. Методи оцінювання конкурентоспроможності продукції. Економічний простір. 2009. №23. С.118-126.

64. Фасоля О.О. Фінансове планування на підприємстві. *Економіка та управління підприємствами*. 2011. № 1. С. 33–35.

65. Філімоненко О.С. Фінанси підприємств: навч. посіб.; 2-е вид., перероб. і доп. Київ : МАУП, 2004. 328 с.

66. Філімоненков О. С. Фінанси підприємств : навч. посіб., 2-ге вид., переробл. І допов. Київ : МАУП, 2004. 328 с.

67. Філіна Г.І. Управління витратами та цінами : навч. посібник для студ. вищих навч. закл. / Міжрегіональна академія управління персоналом. Київ : Персонал, 2008. 240 с.

68. Фінансове планування і контроль на підприємстві. . URL: <https://msn.khmnpu.edu.ua/> (дата звернення: 23.11.2025).

69. Хмелевський О.В. Оцінка прибутковості підприємств : монографія. Поліграфіст, 2011. 202 с.

70. Цимбалюк І.О., Вишневська Н.В. Податкове навантаження як критерій ефективності ведення податкової політики. *Вісник КНТЕУ*. 2009. № 2. С. 105-113.
71. Цимбалюк Л. Г. Формування та управління витратами виробництва: підруч. для студ. екон. спец. вищ. навч. закл. Донецьк : Юго-Восток, 2009. 240 с.
72. Шваб Л. І., Тарасюк Г.М. Планування діяльності підприємства : навч. посіб. Київ : Каравела, 2003 р. 432 с.
73. Шваб Л.І. Економіка підприємства : навч. посіб. Київ : Каравела, 2007. 584 с.
74. Шевчук С.В. Теоретичні аспекти класифікації прибутку. *Вісник ЖДТУ. Економічні науки*. 2010. № 4. С. 201-203.
75. Як живеться веганам в Україні. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/blogs-46044734>. (дата звернення: 23.11.2025).