

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Спеціальність: 072 «Фінанси, банківська справа, страхування та
фондовий ринок»

Допускається до захисту
в.о. завідувача кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
доцент О.О. Драган
«17» грудня 2025 року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА
(ЗА МАТЕРІАЛАМИ ТОВ «БАУ-ЛЮКС»)

Виконав: Сахаров Олександр Олександрович
прізвище, ім'я, по батькові


підпис

Керівник: доцент Герасименко Ірина Олександрівна
вчене звання, прізвище, ім'я, по батькові


підпис

Рецензент: професор Гринчук Юлія Сергіївна
вчене звання, прізвище, ім'я, по батькові

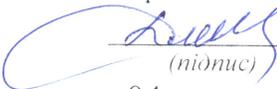

підпис

Я, Сахаров Олександр Олександрович, засвідчую, що кваліфікаційну роботу виконано з дотриманням принципів академічної доброчесності.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Спеціальність: 072 «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»

Затверджую
гарант ОПП «Фінанси, банківська
справа та страхування»


(підпис) доцент О.О. Драган
«04» листопада 2024 року

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу магістра
Сахарову Олександрю Олександрівичу

Тема: Управління прибутком підприємства (за матеріалами ТОВ «БАУ-ЛЮКС»).
Перелік питань, що розробляються в роботі: розкрити економічну сутність та теоретичні засади формування прибутку підприємства; дослідити механізм функціонування системи управління прибутком підприємства, визначити його структурні елементи та основні етапи; здійснити організаційно-економічну характеристику ТОВ «БАУ-ЛЮКС»; проаналізувати фінансовий стан підприємства та провести оцінку прибутковості ТОВ «БАУ-ЛЮКС»; обґрунтувати стратегічні підходи до підвищення ефективності управління прибутком ТОВ «БАУ-ЛЮКС»; розробити рекомендації щодо удосконалення механізму планування, аналізу та контролю прибутку підприємства.
Вихідні дані: фінансова звітність ТОВ «БАУ-ЛЮКС».

Календарний план виконання роботи

Етап виконання	Період виконання	Відмітка про виконання
Огляд літератури	листопад 2024 – січень 2025	виконано
Теоретико-методична частина	лютий – квітень 2025	виконано
Аналітична частина	травень – липень 2025	виконано
Рекомендаційна частина	серпень – жовтень 2025	виконано
Оформлення роботи	листопад 2025	виконано
Перевірка на плагіат	листопад 2025	виконано
Попередній розгляд на кафедрі	листопад 2025	виконано
Подання на рецензування	листопад 2025	виконано

Керівник


(підпис)

доцент І.О. Герасименко

Здобувач


(підпис)

О.О. Сахаров

Дата отримання завдання «04» листопада 2024 року

АНОТАЦІЯ

Сахаров О.О.

УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА (за матеріалами ТОВ «БАУ-ЛЮКС»)

Досліджено сукупність теоретико-економічних, методичних та прикладних аспектів управління прибутком підприємства в сучасних умовах господарювання.

Використано методи: загальнонаукові та спеціальні методи наукового пізнання: діалектичний, метод аналогій, узагальнення, порівняльний аналіз, статистичний, графічний та логічний.

Здійснено оцінку ліквідності, фінансової стійкості та ефективності управління прибутком за 2022–2024 рр. Встановлено, що у 2024 році коефіцієнт покриття зріс до 3,25, що на 1,78 більше порівняно з 2022 роком, однак коефіцієнт швидкої ліквідності залишався критично низьким – 0,09 за нормативного значення 0,7–1,0, а коефіцієнт абсолютної ліквідності становив лише 0,0039, що свідчить про недостатній рівень платоспроможності підприємства в короткостроковому періоді. Показники фінансової стійкості демонструють позитивну динаміку: коефіцієнт автономії зріс до 0,69 у 2024 році, а коефіцієнт фінансової залежності зменшився, що свідчить про зниження залежності підприємства від залученого капіталу.

Запропоновано удосконалення механізму управління прибутком на основі системного моніторингу ключових фінансових та маркетингових показників, що забезпечить зростання прибутковості та підвищення фінансової стійкості ТОВ «БАУ-ЛЮКС».

Кваліфікаційна робота магістра викладена на 63 сторінках друкованого тексту, ілюструється 7 рисунками і 21 таблицями та складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел із 45 найменувань та додатків.

Ключові слова: прибуток, управління прибутком, фінансова стійкість, стратегічне управління, моніторинг прибутку.

ANNOTATION

Sakharov O.
MANAGING COMPANY PROFITS
(based on the materials of «BAU-LYUKS» LLC)

The study examines a set of theoretical, economic, methodological, and applied aspects of enterprise profit management in modern economic conditions.

The following methods were used: general scientific and special methods of scientific cognition: dialectical, analogy, generalization, comparative analysis, statistical, graphical, and logical.

An assessment of liquidity, financial stability, and profit management efficiency for 2022–2024 was carried out. It was found that in 2024, the coverage ratio increased to 3,25, which is 1,78 more than in 2022, however, the quick liquidity ratio remained critically low at 0,09 against the normative value of 0,7–1, and the absolute liquidity ratio was only 0,0039, indicating an insufficient level of solvency of the enterprise in the short term. Financial stability indicators show positive dynamics: the autonomy ratio increased to 0,69 in 2024, and the financial dependence ratio decreased, indicating a decrease in the enterprise's dependence on borrowed capital.

Improvements to the profit management mechanism are proposed based on systematic monitoring of key financial and marketing indicators, which will ensure growth in profitability and increased financial stability of the «BAU-LYUKS» LLC.

The master's thesis is presented on 63 pages of printed text, illustrated with 7 figures and 21 tables, and consists of an introduction, 3 chapters, conclusions, a list of 45 references, and appendices.

Keywords: profit, profit management, financial stability, strategic management, profit monitoring.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	9
1.1. Економічна сутність та теоретичні засади формування прибутку підприємства.....	9
1.2. Механізм функціонування системи управління прибутком підприємства.....	17
Висновки до розділу 1.....	23
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ТОВ «БАУ-ЛЮКС».....	25
2.1. Організаційно-економічна характеристика ТОВ «БАУ-ЛЮКС».....	25
2.2. Аналіз фінансового стану підприємства	26
2.3. Оцінка прибутковості ТОВ «БАУ-ЛЮКС»	38
Висновки до розділу 2.....	42
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ТОВ «БАУ-ЛЮКС»	44
3.1. Обґрунтування стратегічних підходів до підвищення ефективності управління прибутком	44
3.2. Удосконалення механізму планування, аналізу та контролю прибутку ..	51
Висновки до розділу 3.....	56
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	60
ДОДАТКИ.....	64

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. В умовах зростаючої конкуренції, нестабільності ринкового середовища та посилення впливу зовнішніх економічних шоків ефективне управління прибутковістю підприємства набуває ключового значення для забезпечення його фінансової стійкості та стратегічного розвитку. Прибуток є основним індикатором результативності господарської діяльності, джерелом самофінансування, інвестиційного потенціалу й підвищення ринкової вартості підприємства. Водночас формування та використання прибутку є комплексним процесом, що поєднує фінансові, організаційні, виробничі та маркетингові аспекти управління.

Сучасні підприємства функціонують у середовищі високих ризиків, цінових коливань, зміни структури попиту та підвищених вимог до прозорості фінансових результатів. За таких умов традиційні підходи до управління прибутком часто не забезпечують необхідного рівня адаптивності та ефективності. Необхідність упровадження дієвих методів аналізу, планування й контролю прибутку зумовлена потребою підвищення конкурентоспроможності, оптимізації витрат, збалансування доходів і забезпечення сталого розвитку підприємства.

Наукові підходи до визначення сутності прибутку, механізмів його формування, а також системи управління ним продовжують еволюціонувати, враховуючи тенденції цифровізації економіки, розвиток управлінського обліку та аналітики, підвищення ролі стратегічного фінансового менеджменту. Вище наведене зумовлює необхідність глибокого вивчення теоретико-економічних засад управління прибутком, зокрема механізмів прийняття управлінських рішень, побудови системи контролю та оцінювання ефективності фінансових результатів.

Ступінь вивчення проблеми. Теоретичні та практичні аспекти управління прибутковістю підприємства стали предметом досліджень багатьох зарубіжних і вітчизняних учених, серед яких А. Сміт, Д. Рікардо, Й. Шумпетер, П. Самуельсон, П. Чемберлен, І. Бланк, В. Блонська,

А. Герасимович, У. Груздевич, М. Огійчук, О. Олійник, О. Юшкевич та інші. Водночас динамічні трансформації бізнес-середовища формують нові виклики й можливості, що обумовлюють необхідність поглиблення наукових досліджень, удосконалення підходів та врахування сучасних факторів, які впливають на процес управління прибутковістю підприємства.

Методи дослідження. Для вирішення завдань, поставлених у кваліфікаційній магістерській роботі, застосовано загальнонаукові та спеціальні методи наукового пізнання. Зокрема, використовувалися такі методи, як: діалектичний, логічний, метод аналогій, узагальнення, наукова абстракція, порівняльний аналіз – для дослідження та узагальнення теоретико-методичних основ управління прибутковістю підприємства; методи економіко-статистичного аналізу та порівняння – для оцінки фінансового стану підприємства; метод логічного узагальнення – для розробки практичних рекомендацій щодо вдосконалення системи управління прибутком підприємства.

Метою дослідження є обґрунтування теоретико-методичних положень та практичних рекомендацій щодо формування системи управління прибутком ТОВ «БАУ-ЛЮКС» з метою підвищення ефективності його діяльності.

Для досягнення мети поставлено та вирішено наступні завдання:

- розкрито економічну сутність та теоретичні засади формування прибутку підприємства;
- досліджено механізм функціонування системи управління прибутком підприємства, визначено його структурні елементи та основні етапи;
- здійснено організаційно-економічну характеристику ТОВ «БАУ-ЛЮКС»;
- проаналізовано фінансовий стан підприємства та проведено оцінку прибутковості ТОВ «БАУ-ЛЮКС»;
- обґрунтовано стратегічні підходи до підвищення ефективності

управління прибутком, визначено перспективні напрями фінансового та операційного розвитку ТОВ «БАУ-ЛЮКС»;

– розроблено рекомендації щодо удосконалення механізму планування, аналізу та контролю прибутку підприємства.

Об’єктом дослідження є механізм управління прибутком ТОВ «БАУ-ЛЮКС».

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних і прикладних аспектів щодо процесу управління прибутковістю ТОВ «БАУ-ЛЮКС».

Інформаційна база роботи: законодавчі та нормативно-правові акти, що регламентують діяльність підприємств в Україні, наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, фінансова звітність ТОВ «БАУ-ЛЮКС» 2022-2024 рр., матеріали науково-практичних конференцій та періодичні наукові видання, ресурси Internet.

Апробація результатів дослідження. Науково-практичні результати дослідження доповідались та обговорювались на міжнародних науково-практичних конференціях: Сахаров О.О., Клієнтська лояльність як індикатор привабливості інвестування бізнес-проектів // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Фінанси, Маркетинг, Менеджмент, Економіка: сталі рішення та цифрові трансформації». м. Біла Церква, 5-6 червня 2025 р., С. 165-167. URL: https://science.btsau.edu.ua/sites/default/files/tezy/fin_men_mar_econ_5-6.06.2025.pdf

Структура та обсяг кваліфікаційної магістерської роботи. Кваліфікаційна робота магістра викладена на 63 сторінках друкованого тексту, ілюструється 7 рисунками і 21 таблицями та складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел із 45 найменувань та додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Економічна сутність та теоретичні засади формування прибутку підприємства

Прибуток є однією з найважливіших економічних категорій ринкової системи господарювання, що відображає кінцеві результати діяльності підприємства та характеризує ефективність використання його ресурсів.

З позицій фінансової науки прибуток – це грошовий вимір додаткової вартості, створеної у процесі виробництва, реалізації продукції, виконання робіт чи надання послуг [1].

Інакше кажучи, прибуток відображає позитивну різницю між доходами підприємства та його витратами, необхідними для забезпечення виробничо-господарської діяльності.

Проте прибуток – це не лише арифметична різниця між доходами і витратами. Це економічна форма реалізації успіху підприємницької діяльності, показник конкурентоспроможності, здатності підприємства до адаптації, розвитку й інновацій.

Він виступає основним мотивом і рушійною силою підприємництва, адже через механізм прибутку реалізується зацікавленість суб'єктів господарювання в ефективній діяльності.

Формування прибутку підприємства є комплексним економічним процесом, що залежить від взаємодії внутрішніх і зовнішніх чинників, і має стратегічне значення для забезпечення фінансової стійкості та сталого розвитку підприємства в умовах ринкової економіки [2].

У ринкових умовах господарювання прибуток виконує роль основного критерію ефективності діяльності підприємства. Його наявність свідчить про здатність підприємства не лише покривати власні витрати, а й створювати надлишкову вартість, необхідну для подальшого розвитку.

Водночас відсутність прибутку або збитковість сигналізують про фінансову нестабільність та потребу в перегляді управлінських рішень.

З фінансово-економічного погляду прибуток є результатом трансформації створеної доданої вартості у грошову форму. Спочатку в процесі виробництва формується нова вартість, потім під час реалізації продукції відбувається її обмін на гроші, і лише після цього утворюється прибуток як фінансовий підсумок господарської діяльності.

Економічна сутність прибутку розкривається через його місце в системі економічних відносин між основними суб'єктами ринку – виробниками, споживачами, державою, інвесторами та власниками капіталу [3]. Прибуток є одночасно результатом і стимулом економічної активності, забезпечуючи кругообіг ресурсів, розширене відтворення та економічне зростання.

Основні риси прибутку як економічної категорії [4]:

- Універсальність. Прибуток є ключовим результативним показником для підприємств усіх галузей і форм власності.
- Стимулююча функція. Він виступає рушійним мотивом підвищення ефективності, зниження витрат, впровадження інновацій та підвищення продуктивності праці.
- Оціночна функція. Прибуток відображає реальні результати господарювання, є критерієм успішності управлінських рішень.
- Фінансова функція. Саме прибуток формує фінансову базу для подальшого розвитку підприємства, розширення виробництва, соціальних програм, а також для виплати дивідендів власникам.

Отже, прибуток як економічна категорія тісно пов'язаний з іншими показниками, що відображають результати господарської діяльності підприємства.

Його формування та динаміка безпосередньо залежать від таких базових понять, як дохід, витрати, ціна, капітал і вартість, оскільки саме через їх взаємодію реалізується процес створення та привласнення прибутку.

Для більш повного розуміння місця прибутку в системі економічних відносин розглянемо його взаємозв'язок з іншими ключовими економічними категоріями (табл. 1.1).

Таблиця 1.1.

Взаємозв'язок прибутку з іншими економічними категоріями

Економічна категорія	Зв'язок із прибутком
Дохід	Прибуток є частиною доходу, що залишається після відшкодування всіх витрат.
Витрати (собівартість)	Рівень витрат визначає можливий розмір прибутку: чим менші витрати при сталих цінах, тим більший прибуток.
Ціна	Ціна продукції включає прибуток як складову, оскільки через ціновий механізм відбувається його реалізація.
Капітал	Прибуток виступає доходом на вкладений капітал, формою його відтворення та зростання.
Вартість	Прибуток є грошовим відображенням частини новоствореної вартості, привласненої підприємством.

Джерело: складено на основі літературних джерел [5].

Питання природи та джерел прибутку посідало центральне місце в економічній теорії протягом усієї її еволюції. Різні наукові школи намагалися по-своєму пояснити сутність прибутку, його походження та роль у господарській системі. Це зумовило формування кількох підходів, які відрізняються методологічними засадами, акцентами та економічними передумовами [6].

Для більш наочного відображення еволюції наукових уявлень про прибуток узагальнимо основні підходи до його трактування в різних економічних теоріях (табл. 1.2).

Як видно з таблиці 1.2, підходи до розуміння сутності прибутку еволюціонували разом із розвитком економічної думки. Класичний підхід розглядав прибуток як частину додаткової вартості, створеної працею, акцентуючи увагу на виробничому процесі та ефективності використання робочої сили. Неокласична школа зосереджувалася на підприємницькому ризику та винагороді за організацію виробництва, підкреслюючи роль підприємця в економічному розвитку.

Кейнсіанський підхід показав, що прибуток формується не лише на рівні підприємства, а й під впливом макроекономічних умов, зокрема

сукупного попиту та очікувань підприємців. Інституціональна школа акцентує увагу на ролі правил, норм і інститутів у процесі формування прибутку, демонструючи соціально-економічний контекст його виникнення.

Таблиця 1.2

Еволюція теоретичних підходів до визначення сутності прибутку підприємства

Підхід	Основна ідея	Представники
Класичний	Прибуток – це частина додаткової вартості, створеної працею робітників.	А. Сміт, Д. Рікардо, К. Маркс
Неокласичний	Прибуток – винагорода за ризик і організацію виробництва.	А. Маршалл, І. Фішер
Кейнсіанський	Прибуток залежить від рівня сукупного попиту й очікувань підприємців.	Дж. М. Кейнс
Інституціональний	Прибуток є результатом дії інституцій – норм, правил, контрактів.	Т. Веблен, Дж. Коммонс
Сучасний фінансовий	Прибуток – різниця між дохідністю капіталу і вартістю його залучення; показник вартості бізнесу.	У. Шарп, М. Міллер

Джерело: складено на основі [7]

Сучасний фінансовий підхід розглядає прибуток як результат управління капіталом та фінансовими потоками, що поєднує виробничу, фінансову та управлінську складові. Такий підхід підкреслює стратегічну функцію прибутку для забезпечення фінансової стабільності та довгострокового розвитку підприємства, а також його значення як показника вартості бізнесу. В цілому, аналіз цих підходів дозволяє сформувати комплексне розуміння прибутку як інтегрального фінансового результату, що відображає ефективність діяльності підприємства та вплив зовнішніх і внутрішніх факторів [8].

Сучасна економічна теорія трактує прибуток як інтегральний результат діяльності підприємства, який поєднує виробничу, фінансову та управлінську компоненти. Він формується не лише у сфері виробництва, а й у процесі стратегічного управління, фінансування, маркетингу та інноваційної діяльності.

В економічній практиці прибуток підприємства проявляється у різних формах, залежно від того, на якому етапі фінансового обліку та управління він вимірюється і які складові господарської діяльності враховуються.

Виділяють валовий, операційний, прибуток до оподаткування та чистий прибуток, кожен із яких виконує специфічні функції у фінансовому аналізі та управлінні підприємством [9].

Для наочного представлення основних форм прояву прибутку та їх характеристик наведемо узагальнену табл.1.3.

Таблиця 1.3

Форми прояву прибутку

Вид прибутку	Характеристика
Валовий прибуток	Різниця між доходом від реалізації продукції та її собівартістю; показує ефективність виробничого процесу.
Операційний прибуток	Фінансовий результат від основної діяльності підприємства без урахування фінансових і інвестиційних операцій.
Прибуток до оподаткування	Загальний фінансовий результат до сплати податків, включає операційні та позареалізаційні доходи і витрати.
Чистий прибуток	Частина прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства після сплати податків і обов'язкових платежів; основний ресурс для розвитку, інвестицій і дивідендів.

Джерело: складено на основі літературних джерел [9].

Як показано в таблиці, кожна форма прибутку відображає різні аспекти фінансової діяльності підприємства та використовується для оцінки ефективності на різних рівнях управління. Валовий прибуток дозволяє оцінити продуктивність виробництва, операційний – результат основної діяльності, прибуток до оподаткування і чистий прибуток – загальний фінансовий ефект і ресурси для розвитку та соціальних програм. Такий поділ сприяє системному аналізу прибутку і прийняттю обґрунтованих управлінських рішень.

Прибуток є основою самофінансування підприємства [10]. Саме за його рахунок формуються:

- інвестиційні ресурси для оновлення основних засобів;
- резервні та страхові фонди;
- соціальні програми для працівників;
- дивіденди власникам капіталу.

Таким чином, прибуток виступає механізмом сталого розвитку, який забезпечує фінансову стабільність, конкурентоспроможність і зростання підприємства в довгостроковій перспективі.

Формування прибутку – це багатоступеневий процес, який охоплює всі аспекти діяльності підприємства: виробничу, збутову, фінансову, інвестиційну.

У спрощеному вигляді він виражається формулою:

$$\Pi = Д - В,$$

де Π – прибуток; $Д$ – доходи підприємства; $В$ – витрати на виробництво і реалізацію продукції.

Процес формування прибутку підприємства є багатоступеневим і охоплює всі аспекти його діяльності – від виробництва продукції до розподілу фінансових результатів [10].

Кожен етап цього процесу має власну економічну функцію та дозволяє контролювати ефективність використання ресурсів, рівень доходів і витрат, а також обґрунтовано планувати подальше використання прибутку.

Для більш наочного уявлення про основні етапи формування прибутку наведемо узагальнену таблицю 1.4.

Таблиця 1.4

Основні етапи формування прибутку

Етап	Характеристика	Основні показники
1. Отримання доходів від реалізації	Продаж продукції, робіт, послуг споживачам.	Виручка, інші доходи.
2. Визначення собівартості	Обчислення витрат, пов'язаних із виробництвом і реалізацією.	Прямі, непрямі, постійні та змінні витрати.
3. Розрахунок валового прибутку	Різниця між доходом і собівартістю реалізованої продукції.	Валовий прибуток.
4. Урахування операційних і фінансових результатів	Додаткові доходи або збитки від іншої діяльності (інвестиційної, фінансової).	Прибуток (збиток) від операційної діяльності.
5. Визначення прибутку до оподаткування	Загальний фінансовий результат до сплати податків.	Прибуток до оподаткування.
6. Формування чистого прибутку	Віднімання податку на прибуток та інших платежів.	Чистий прибуток.

Джерело: складено на основі [11].

Механізм формування прибутку є системою взаємопов'язаних елементів, що забезпечують перехід від створення вартості до її грошового вираження у формі фінансового результату.

Основні елементи механізму [12]:

1. Виробнича діяльність – створення матеріальних цінностей та доданої вартості.
2. Цінова політика – визначення рівня цін і обсягів реалізації.
3. Витратна політика – управління собівартістю та рентабельністю продукції.
4. Фінансова діяльність – ефективне управління активами, інвестиціями, кредитами.
5. Податкове середовище – регулює частку прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства.
6. Управлінські рішення – визначають стратегію розподілу та використання прибутку.

Для повнішого розуміння сутності прибутку та його ролі у господарській діяльності доцільно розглянути його місце в системі економічних процесів підприємства рис. 1.1.

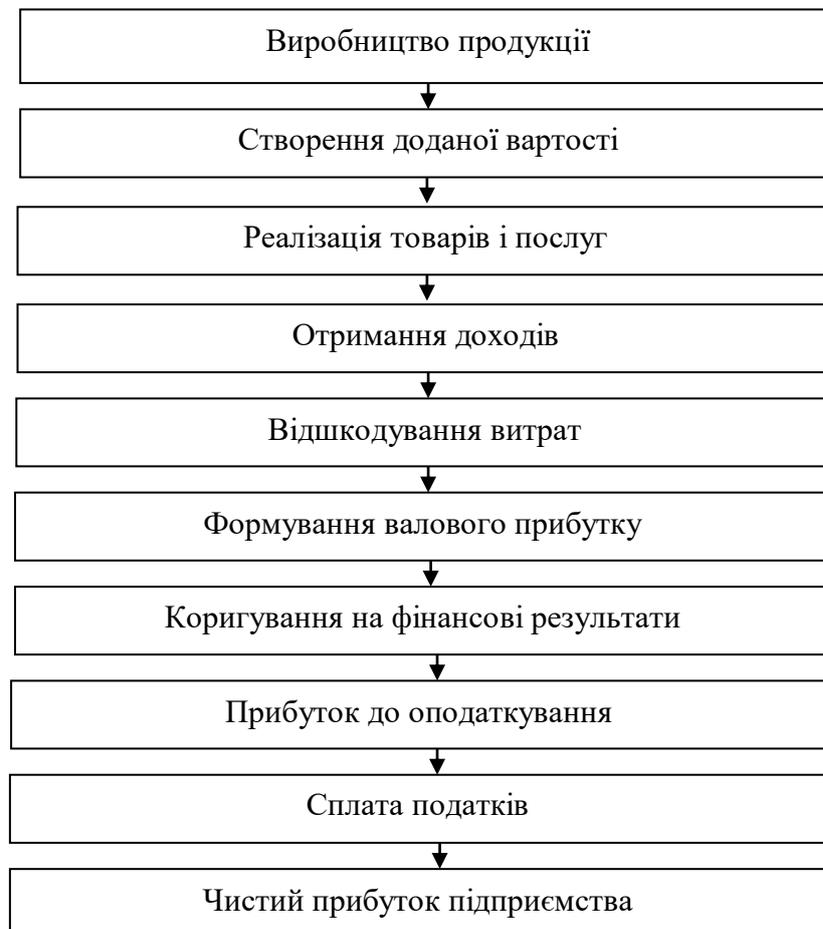


Рис. 1.1. Місце прибутку у системі економічних процесів

Рисунок 1.1 наочно ілюструє послідовність етапів формування прибутку: від виробництва продукції та створення доданої вартості до реалізації на ринку, отримання доходів, відшкодування витрат і, нарешті, формування та розподілу прибутку.

Такий графічний підхід дозволяє чітко уявити, як економічні категорії та фінансові результати взаємопов'язані між собою на різних стадіях господарської діяльності підприємства.

Формування прибутку підприємства відбувається під впливом широкого кола факторів, які можуть мати як внутрішній, так і зовнішній характер. Їхня дія визначає рівень ефективності господарської діяльності, конкурентоспроможність підприємства та можливості його подальшого розвитку. Систематизація цих факторів дає змогу не лише глибше зрозуміти природу прибутку, а й сформуванати ефективну стратегію управління фінансовими результатами [13].

Основні фактори, що визначають процес формування прибутку підприємства, узагальнено в рис.1.2.

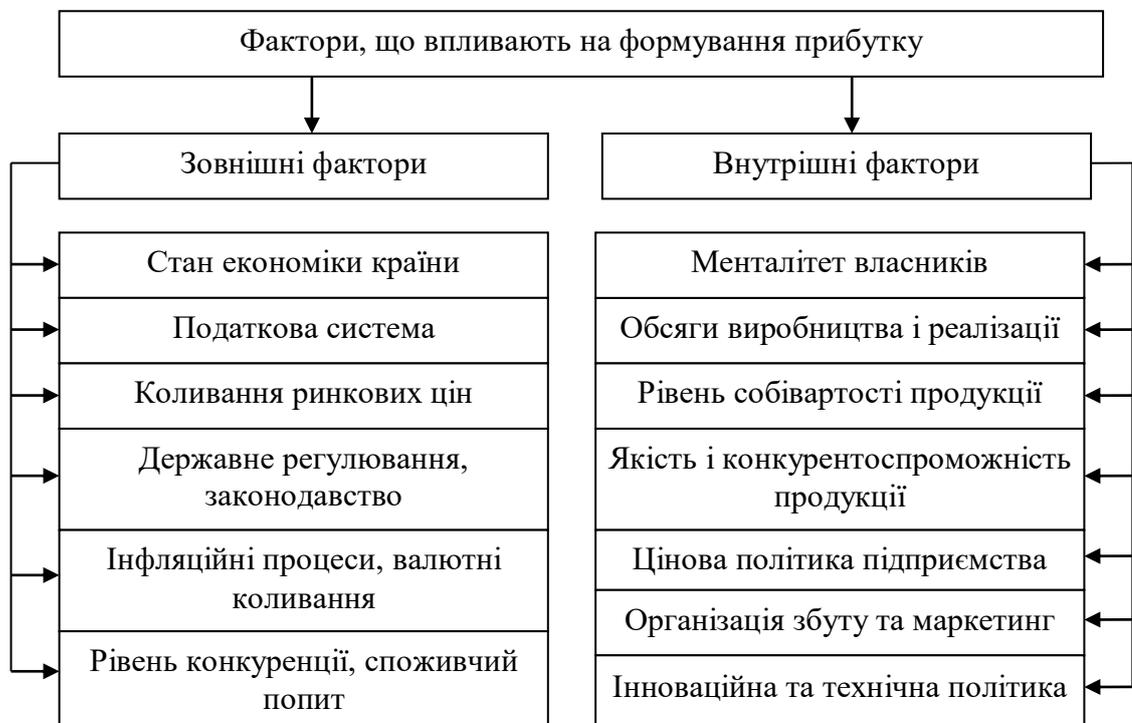


Рис. 1.2. Фактори, що впливають на формування прибутку

Джерело: складено на основі [14].

Закономірності формування прибутку [14]:

1. Прямий зв'язок між доходом і прибутком: зі зростанням обсягів продажу та цін зростає прибуток.
2. Зворотний зв'язок між витратами і прибутком: зниження собівартості продукції підвищує прибутковість.
3. Межа беззбитковості: точка, де доходи дорівнюють витратам; її перевищення означає початок отримання прибутку.
4. Ефект масштабу: зі зростанням обсягів виробництва знижується питома собівартість, що сприяє підвищенню прибутку.

Економічна сутність і теоретичні засади формування прибутку підприємства полягають у тому, що прибуток є системним результатом ефективного використання ресурсів, відображає рівень конкурентоспроможності підприємства та визначає можливості його подальшого розвитку [15].

Формування прибутку – це динамічний процес, зумовлений взаємодією виробничих, фінансових, організаційних і зовнішньоекономічних факторів.

Отже, у сучасних умовах стратегічне значення має не лише зростання прибутку, а й забезпечення його стійкості, прогнозованості та збалансованості, що є передумовою фінансової стабільності підприємства і його сталого розвитку.

1.2. Механізм функціонування системи управління прибутком підприємства

Система управління прибутком підприємства – це багаторівнева, динамічна та інтегрована сукупність організаційних, фінансових, інформаційних та аналітичних інструментів, що забезпечують процес цілеспрямованого формування, розподілу і використання прибутку. Її головна мета полягає не лише у збільшенні абсолютного розміру прибутку, а

й у забезпеченні його стійкості, збалансованості та ефективності з позицій стратегічного розвитку підприємства [16].

Система управління прибутком охоплює всі рівні управління – від оперативного (контроль витрат, управління цінами, аналіз рентабельності окремих продуктів) до стратегічного (формування фінансової політики, інвестиційної стратегії, довгострокового планування прибутковості бізнесу). Вона спрямована на створення оптимальних умов для фінансової стабільності, конкурентоспроможності та сталого економічного зростання підприємства.

Зміст системи управління прибутком передбачає комплекс організаційних, фінансових та аналітичних заходів, серед яких:

- організаційні – побудова структури управління, розподіл функцій і відповідальності між підрозділами;
- фінансові – планування доходів і витрат, управління цінами, оптимізація податкових платежів, формування політики розподілу прибутку;
- аналітичні – систематичний аналіз факторів прибутковості, моніторинг фінансових показників, оцінка ефективності управлінських рішень.

Механізм функціонування системи управління прибутком являє собою послідовний процес, у межах якого підприємство проходить певні етапи прийняття та реалізації управлінських рішень [17]. Завдяки цьому формується можливість:

- прогнозувати очікувані фінансові результати діяльності на основі аналітики ринку, цінової політики та витрат;
- контролювати процеси формування доходів і витрат, оперативно реагувати на їх відхилення від планових показників;
- оптимізувати структуру прибутку, зосереджуючись на найбільш прибуткових видах діяльності або продуктах;

- приймати ефективні управлінські рішення щодо напрямів використання прибутку – реінвестування, виплати дивідендів, формування резервів;
- підтримувати фінансову стабільність і забезпечувати довгостроковий розвиток підприємства.

В основі системи управління прибутком лежить взаємодія трьох ключових елементів, що забезпечують її цілісність і результативність: цільового, функціонального та забезпечувального. Сукупність цих елементів формує логічно узгоджену систему, спрямовану на ефективне формування, розподіл і використання прибутку підприємства [18].

Для більш повного розкриття сутності даної системи доцільно узагальнити її складові, що представлені в таблиці 1.5.

Таблиця 1.5

Основні елементи системи управління прибутком підприємства

Елемент системи	Характеристика	Основні завдання
Планування	Визначення цільових орієнтирів, прогнозування обсягів прибутку, розроблення фінансових планів і бюджетів	Формування планових показників доходів, витрат і прибутку
Облік і контроль	Систематичне спостереження за фінансовими результатами, облік доходів і витрат, аналіз відхилень від запланованих величин	Забезпечення достовірності фінансової інформації, своєчасне реагування на зміни
Управлінські рішення	Прийняття рішень щодо оптимізації структури прибутку, напрямів його розподілу, корекції фінансової стратегії	Підвищення ефективності використання прибутку, забезпечення стійкості фінансових результатів

Таким чином, система управління прибутком виступає ядром фінансового менеджменту підприємства. Її ефективність визначається здатністю не лише забезпечити зростання прибутку в короткостроковому періоді, а й створити передумови для довготривалої фінансової стабільності, підвищення інвестиційної привабливості та конкурентоспроможності підприємства.

Основні функції системи управління прибутком:

- Прогнозна функція – визначення очікуваного прибутку та його динаміки на основі аналітики доходів, витрат і ринкової кон'юнктури.
- Контрольна функція – відстеження виконання фінансових планів, своєчасне виявлення відхилень і причин їх виникнення.
- Регулятивна функція – прийняття рішень щодо зміни цінової політики, обсягів виробництва, витрат і ресурсів для забезпечення максимізації прибутку.
- Стратегічна функція – визначення довгострокових напрямків розвитку підприємства, пов'язаних з прибутковістю та інвестиційною привабливістю.
- Мотиваційна функція – стимулювання керівників і персоналу до підвищення ефективності діяльності через фінансові показники та бонуси.

Забезпечення ефективного функціонування системи управління прибутком потребує її структуризації за окремими напрямками, що дозволяє більш глибоко реалізувати функції управління та підвищити результативність фінансових рішень [19].

У цьому контексті система управління прибутком підприємства розглядається як сукупність взаємопов'язаних підсистем, кожна з яких виконує специфічні завдання у загальному механізмі управління.

Основні підсистеми системи управління прибутком підприємства та їх основні завдання наведено в таблиці 1.6.

Таблиця 1.6

Підсистеми системи управління прибутком підприємства

Підсистема	Основне завдання
Планування прибутку	Визначення планових доходів, витрат, прибутку за окремими видами діяльності
Облік і контроль	Фіксація фактичних доходів та витрат, аналіз відхилень від плану
Управління витратами	Оптимізація собівартості, контроль ефективності використання ресурсів
Цінова політика та маркетинг	Встановлення конкурентоспроможних цін і стимулювання продажів
Фінансове управління	Регулювання фінансових потоків, кредитування, інвестування
Розподіл і використання	Прийняття рішень щодо дивідендів, резервів, реінвестування прибутку

Процес управління прибутком є складним і динамічним, оскільки охоплює послідовність взаємопов'язаних етапів – від аналізу ринкових умов до розподілу отриманого прибутку та формування зворотного зв'язку для подальшого планування.

Для наочного відображення взаємодії основних елементів і підсистем доцільно представити механізм функціонування системи управління прибутком у вигляді блок-схеми (рис. 1.3).

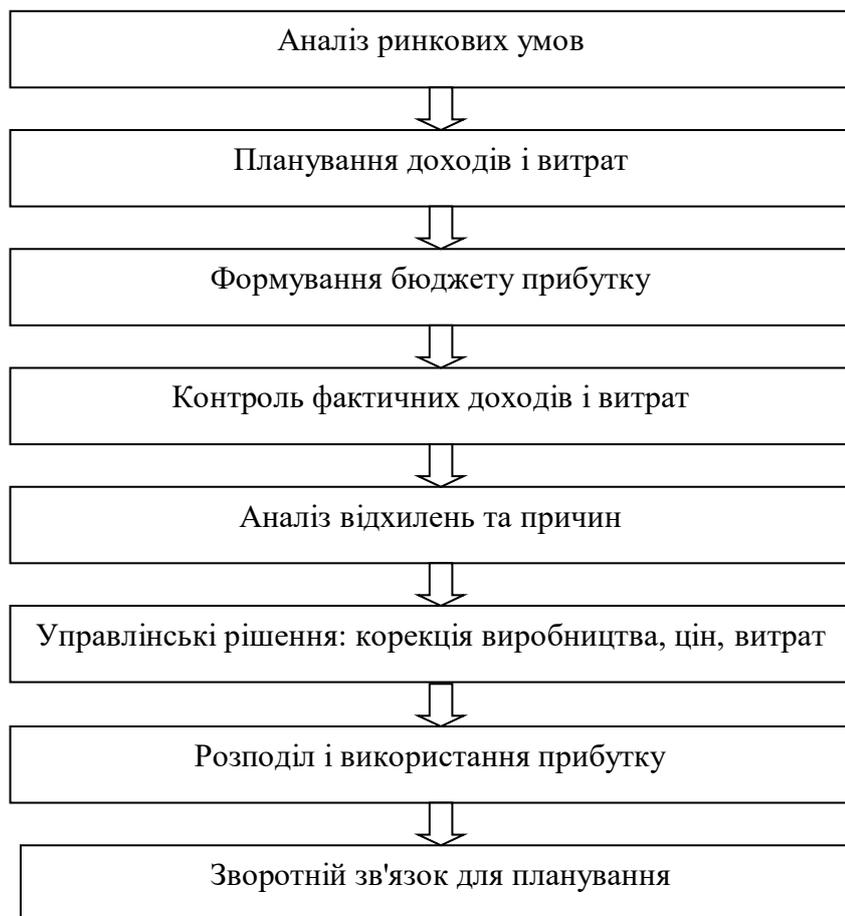


Рис. 1.3. Блок-схема механізму функціонування системи управління прибутком

Як бачимо з вище представленого рисунку, процес управління прибутком має циклічний характер і передбачає безперервну взаємодію етапів планування, контролю, аналізу та прийняття управлінських рішень. Такий підхід забезпечує гнучкість системи, її адаптацію до змін зовнішнього середовища та підвищення ефективності використання фінансових ресурсів підприємства.

На кожному етапі функціонування системи відбувається інтеграція аналітики, фінансового планування та прийняття управлінських рішень, що дозволяє підприємству своєчасно реагувати на зміни ринкових умов і зберігати стійку прибутковість [20].

Відповідно до представленої на рис. 1.2 блок-схеми, механізм управління прибутком підприємства реалізується через послідовність взаємопов'язаних етапів, кожен з яких має власний зміст і функціональне навантаження. Структурно ці етапи узагальнено у таблиці 1.7.

Таблиця 1.7

Основні етапи функціонування механізму управління прибутком

Етап	Зміст етапу
1. Аналіз ринку	Вивчення попиту, цін, конкурентного середовища
2. Планування	Прогнозування доходів, витрат та прибутку
3. Формування бюджету	Розподіл ресурсів, встановлення планових показників
4. Контроль і облік	Фіксація фактичних результатів, аналіз відхилень
5. Корекція та регулювання	Прийняття рішень щодо оптимізації витрат, цін, обсягів виробництва
6. Розподіл і використання	Виплата дивідендів, формування резервів, реінвестування
7. Зворотній зв'язок	Оцінка ефективності управління та внесення змін до планування

Оцінювання факторів, що впливають на результативність управління прибутком, є важливою складовою фінансового менеджменту.

Сучасне бізнес-середовище характеризується високою динамічністю, що проявляється у зростанні конкуренції, коливаннях попиту, інфляційних процесах, змінах ринкових умов та нормативно-правових вимог. Такі тенденції зумовлюють необхідність системного аналізу внутрішніх і зовнішніх факторів, які визначають можливості підприємства щодо формування та збільшення прибутку [21].

Виділяють наступні фактори ефективності системи управління прибутком:

- внутрішні фактори: рівень собівартості продукції, ефективність виробництва, організація збуту, організаційна структура, кваліфікація персоналу, інноваційний потенціал;
- зовнішні фактори: стан економіки, податкова політика, конкуренція, ринкові ціни та споживчий попит.

Отже, дослідження факторів ефективності системи управління прибутком зумовлена необхідністю забезпечення стабільного фінансового результату, підвищення ефективності використання ресурсів, мінімізації ризиків та формування стратегічних орієнтирів розвитку підприємства. Системне врахування зазначених факторів дозволяє підвищити якість управління, забезпечити економічну безпеку та сформувані передумови для довгострокового зростання прибутковості.

Таким чином, механізм функціонування системи управління прибутком підприємства є складною, взаємопов'язаною сукупністю аналітичних, планових, контрольних і регулюючих процесів, які забезпечують формування, розподіл і використання прибутку в динамічному ринковому середовищі. Його ефективність визначається узгодженістю дій усіх підсистем, своєчасним реагуванням на зміни зовнішніх та внутрішніх факторів, а також здатністю забезпечувати стратегічну фінансову стабільність і конкурентоспроможність підприємства.

Висновки до розділу 1

У першому розділі досліджено теоретико-економічні засади управління прибутком підприємства, розкрито сутність прибутку як ключової категорії ринкової економіки, визначено його роль у забезпеченні фінансової стабільності та розвитку суб'єктів господарювання, а також проаналізовано структуру, функції й механізм дії системи управління прибутком.

Встановлено, що прибуток є головним фінансовим результатом діяльності підприємства, який відображає ефективність використання ресурсів, рівень конкурентоспроможності та здатність до відтворення й

розвитку. Він виконує низку важливих функцій – стимулюючу, оціночну, фінансову та регулюючу, що робить його центральним елементом фінансово-економічної системи підприємства.

Розглянуто еволюцію наукових підходів до трактування прибутку – від класичних концепцій додаткової вартості до сучасних фінансових теорій вартості бізнесу. Це дозволило узагальнити уявлення про прибуток як інтегральний показник ефективності, що формується під впливом комплексу виробничих, фінансових та управлінських факторів.

Визначено, що система управління прибутком підприємства є цілісним, багаторівневим механізмом, який поєднує процеси планування, обліку, контролю, аналізу та прийняття управлінських рішень. Її ефективність забезпечується взаємодією трьох основних елементів: цільового, функціонального та забезпечувального, а також роботою підсистем, спрямованих на планування, контроль, управління витратами, формування цінової політики та розподіл прибутку.

Процес управління прибутком має циклічний характер і охоплює послідовність етапів: аналіз ринку, планування, формування бюджету, контроль, корекцію, розподіл і зворотний зв'язок. Саме така послідовність забезпечує системність і результативність управлінських рішень у сфері прибутковості підприємства.

Врахування внутрішніх та зовнішніх факторів сприяє підвищенню результативності управлінських рішень, зміцненню конкурентних позицій та дозволяє забезпечити адаптивність системи управління прибутком.

Таким чином, ефективне управління прибутком виступає основою фінансової стійкості, конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості підприємства. Воно дозволяє забезпечити оптимальне поєднання стратегічних і поточних цілей, підвищити якість управлінських рішень і створити умови для сталого економічного розвитку в умовах динамічного ринкового середовища.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ТОВ «БАУ-ЛЮКС»

2.1. Організаційно-економічна характеристика ТОВ «БАУ-ЛЮКС»

Загальні відомості про досліджуване підприємство представимо в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Загальні відомості про ТОВ «БАУ-ЛЮКС»

Повне найменування юридичної особи	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «БАУ-ЛЮКС»
Скорочена назва	ТОВ «БАУ-ЛЮКС»
Організаційно-правова форма	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ
Код ЄДРПОУ	41105489
Дата реєстрації	27.01.2017 р.
Уповноважені особи	Степченко В'ячеслав Володимирович
Розмір статутного капіталу	8 000 000,00 грн
Види діяльності (КВЕД)	46.73 Оптова торгівля деревиною, будівельними матеріалами та санітарно-технічним обладнанням

Додаткові напрямки діяльності:

46.47 Оптова торгівля меблями, килимами й освітлювальним приладдям

47.91 Роздрібна торгівля, що здійснюється фірмами поштового замовлення або через мережу інтернет

46.90 Неспеціалізована оптова торгівля

47.19 Інші види роздрібної торгівлі в неспеціалізованих магазинах

47.52 Роздрібна торгівля залізними виробами, будівельними матеріалами та санітарно-технічними виробами в спеціалізованих магазинах

46.65 Оптова торгівля офісними меблями

52.29 Інша допоміжна діяльність у сфері транспорту

70.22 Консультування з питань комерційної діяльності й керування

46.69 Оптова торгівля іншими машинами й устаткуванням

46.61 Оптова торгівля сільськогосподарськими машинами й устаткуванням

49.41 Вантажний автомобільний транспорт

2.2. Аналіз фінансового стану підприємства

Оцінка фінансового стану підприємства є ключовим елементом системи фінансового управління та важливим інструментом забезпечення стабільності функціонування суб'єкта господарювання. Фінансовий стан відображає рівень забезпеченості підприємства ресурсами, ефективність їх використання, здатність виконувати зобов'язання та формувати резерви для стратегічного розвитку [22].

Предметом оцінки фінансового стану є сукупність фінансових показників та відносин, що характеризують результати формування, розподілу й використання фінансових ресурсів підприємства, а також рівень забезпечення його діяльності власним і позиковим капіталом.

За визначенням І.А. Бланка, фінансовий стан підприємства відображає «здатність забезпечувати безперервність господарської діяльності на основі збалансованості фінансових ресурсів та ефективності їх використання».

Майновий стан підприємства є важливою складовою загальної оцінки фінансового стану, оскільки характеризує ресурсну базу та можливості подальшого економічного розвитку.

Майновий стан підприємства характеризує структуру, склад та динаміку активів, що перебувають у його розпорядженні, а також рівень їх оновлення, зносу та ефективності використання [23]. Він відображає, якими ресурсами володіє підприємство, у якому технічному й фінансовому стані перебувають його основні засоби, наскільки раціонально сформовані оборотні активи та чи забезпечують вони стійку господарську діяльність.

М.Д. Білик зазначає, що аналіз майнового стану дозволяє оцінити співвідношення між необоротними та оборотними активами, виявити тенденції їх зміни та встановити рівень технічного стану основних засобів.

Оцінку показників майнового стану ТОВ «Бау-Люкс» наведено в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Показники майнового стану ТОВ «БАУ-ЛЮКС», 2022-2024 рр.

№ з/п	Показник	2022 р.	2023 р.	2024 р.	2024 р. +, – до 2022 р.
1	Частка оборотних виробничих фондів в обігових коштах	0,00	0,25	0,00	0,00
2	Частка ОЗ в активах	0,00	0,00	0,00	0,00
3	Коефіцієнт зносу ОЗ	100	100	100	0,00
4	Коефіцієнт оновлення ОЗ	100	100	100	0,00
5	Частка довгострокових фінансових інвестицій	0	0	0	0,00
6	Коефіцієнт мобільності активів	100	100	100	0,00

Джерело: складено і розраховано за даними фінансової звітності підприємства

Частка оборотних виробничих фондів обігових коштах на протязі аналізованого періоду коливається. У 2022 і 2024 роках вона становить 0,00 і лише у 2023 році зросла до 0,25 одиниць, що свідчить про негативну тенденцію, згідно нормативного значення показник повинен мати тенденцію до зростання.

Частка основних засобів в активах мала значення 0,00 і залишалась незмінною. Згідно нормативних значень частка основних засобів нижча 30% характерна для торгівлі, послуг, ІТ сфери.

Коефіцієнт зносу основних засобів на протязі аналізованого періоду становить 100%, що свідчить про їх повну амортизацію з точки зору бухгалтерського обліку та їхня вартість перенесена на собівартість продукції через амортизаційні відрахування, але формально вони ще можуть бути використані у виробництві. Наслідками цього можуть виступати: зниження продуктивності, збільшення витрат на ремонт, технічне відставання, проблеми з інвестиційною привабливістю.

Коефіцієнт оновлення основних засобів на протязі досліджуваного періоду становить 100%, що свідчить про високу інтенсивність оновлення.

Частка довгострокових фінансових інвестицій становить 0,00, що свідчить про те, що підприємство не займається інвестиційною діяльністю та сконцентроване на власному виробництві.

Коефіцієнт мобільності активів на протязі аналізованого періоду становить 100%, що свідчить про їх високу мобільність, але виникає загроза нестачі основних засобів для стабільності діяльності підприємства.

Динаміка показників відображена на рисунку 2.1.

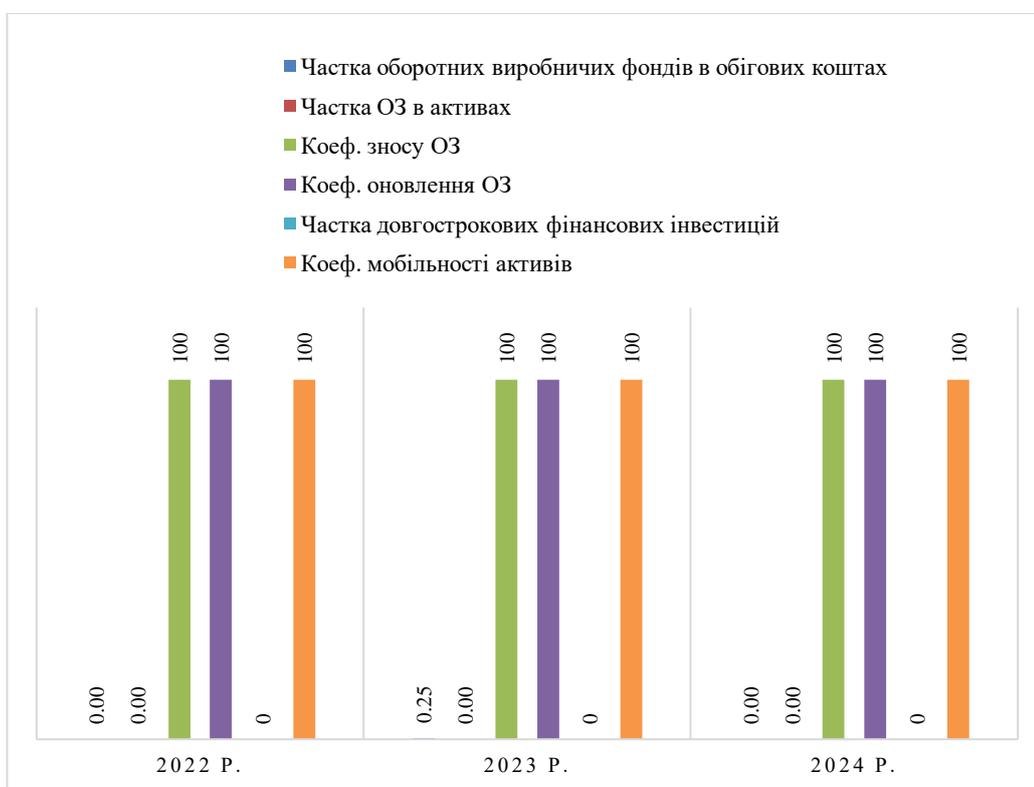


Рис. 2.1. Динаміка показників майнового стану ТОВ «БАУ-ЛЮКС», 2022-2024 рр.

У комплексній оцінці фінансового стану підприємства ключову роль відіграє аналіз ліквідності балансу, оскільки дає змогу визначити спроможність суб'єкта господарювання своєчасно виконувати свої короткострокові зобов'язання та забезпечувати безперервність операційної діяльності [24]. Також аналіз ліквідності балансу підприємства забезпечує:

- оцінку платоспроможності в короткостроковому періоді, що дозволяє оцінити фінансову стабільність на найближчу перспективу;
- виявлення дисбалансу між активами та зобов'язаннями, що допомагає встановити, чи правильно підприємство структурує свої фінансові ресурси та чи не накопичує ризикових короткострокових боргів;
- оцінку рівня фінансової гнучкості – виявлення можливостей для інвестування, оперативного реагування на зміни ринку та забезпечення стабільності грошових потоків;
- визначення ризиків неплатоспроможності, так як низька ліквідність сигналізує про можливі труднощі з розрахунками, підвищення фінансових ризиків, ймовірність затримок у платежах або навіть загрозу банкрутства.

Проведемо аналіз ліквідності балансу ТОВ «Бау-Люкс» (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Аналіз ліквідності балансу ТОВ «БАУ-ЛЮКС», тис. грн

Показники	Роки			Відхилення 2024 р. +, – до 2022 р.
	2022	2023	2024	
Високоліквідні активи (А1)	3,1	22,0	6,9	3,8
Активи що швидко реалізуються (А2)	680,2	278,5	225,5	-454,7
Активи що повільно реалізуються (А3)	18481,4	18713,8	12891,3	-5590,1
Активи що важко реалізуються (А4)	0	0	0	0
БАЛАНС	19164,7	19014,3	13123,7	-6041
Термінові зобов'язання (П1)	12906	11663	4043,5	-8862,5
Короткострокові пасиви (П2)	180,6	582,8	0	-180,6
Довгострокові пасиви (П3)	0	0	0	0
Сталі пасиви (П4)	6078,1	6768,5	9080,2	3002,1
БАЛАНС	19164,7	19014,3	13123,7	-6041

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства

На основі одержаних даних, представлених у таблиці проведемо порівняння активів і зобов'язань. Відповідно до нормативних показників баланс вважається ліквідним тоді, коли виконуються умови нерівності:

$$A1 \geq П1; A2 \geq П2; A3 \geq П3; A4 \leq П4.$$

Згідно даних балансу у нашому випадку вона має такий вигляд:

$$A1 < П1; A2 > П2; A3 > П3; A4 < П4.$$

Відповідно до отриманих результатів, можемо зробити висновок, що баланс є неліквідним. Термінові зобов'язання перевищують високоліквідні активи, що свідчить про неможливість підприємства погасити кредиторську заборгованість за рахунок грошових коштів та їх еквівалентів. У таких умовах зростає ризик порушення платоспроможності та обмеження доступу до зовнішнього фінансування. Підприємство втрачає довіру постачальників і кредиторів, що може спричинити скорочення відтермінування платежів, вимогу передоплати та погіршення умов співпраці. Тривале збереження такої ситуації підвищує ймовірність формування збитків, втрати фінансової стійкості [25].

Формування достатнього рівня ліквідності балансу ТОВ «Бау-Люкс» потребує комплексного вдосконалення політики управління оборотними активами та поточними зобов'язаннями. Запропоновані рекомендації спрямовані на скорочення періоду інкасації дебіторської заборгованості, підвищення оборотності запасів, оптимізацію структури короткострокових фінансових ресурсів та активне управління кредиторською заборгованістю.

Аналіз показників ліквідності підприємства є важливим інструментом фінансового менеджменту, що дозволяє виявити сильні й слабкі сторони фінансового стану підприємства [26]. Аналіз ліквідності підприємства забезпечує прийняття раціональних управлінських рішень щодо оптимізації фінансових потоків. Результати аналізу використовують для:

- удосконалення політики управління оборотним капіталом;
- оптимізації запасів;
- прискорення обертання дебіторської заборгованості;
- підвищення ефективності розрахунків із контрагентами.

Розраховані показники ліквідності ТОВ «Бау-Люкс» та їх динаміка представлені в таблиці 2.4 та наочно на рисунку 2.2.

Таблиця 2.4

Показники ліквідності ТОВ «БАУ-ЛЮКС», 2022-2024 рр.

№ з/п	Показник	Роки			2024р. +, – до 2022р.
		2022	2023	2024	
1	Коефіцієнт покриття	1,46	1,55	3,25	1,78
2	Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,06	0,04	0,09	0,03
3	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,0007	0,0024	0,0039	0,0031
4	Чистий оборотний капітал, тис. грн	6078,10	6768,50	9080,20	3002,10

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства

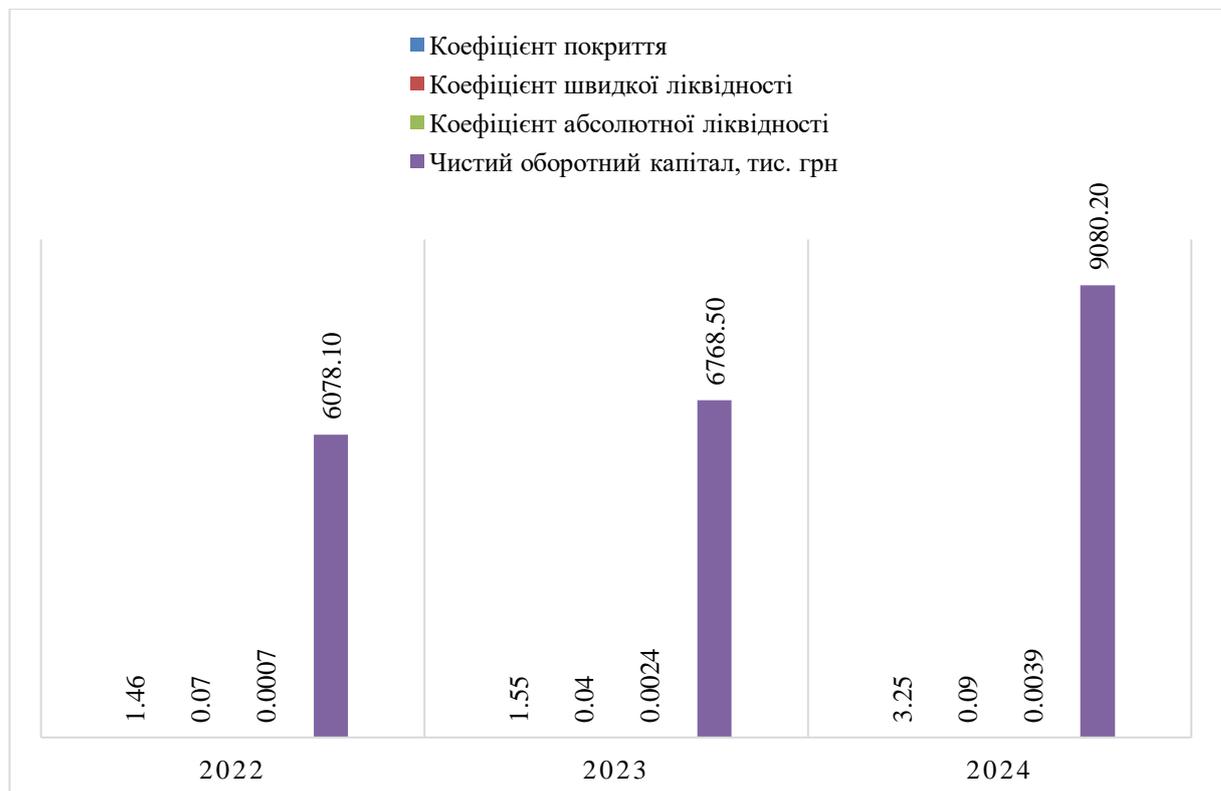


Рис. 2.2. Динаміка показників ліквідності ТОВ «БАУ-ЛЮКС», 2022-2024 рр.

Коефіцієнт покриття на протязі аналізованого періоду демонструє тенденцію до зростання. У 2024 році показник зріс на 1,78 одиниць порівняно із 2022 роком і становить 3,25 одиниць, що може свідчити про надлишок запасів або неефективне використання коштів. Загалом показник вийшов на нормативне значення 1,5-2,5 одиниць.

Коефіцієнт швидкої ліквідності коливався на протязі аналізованого періоду. У 2024 році показник зріс на 0,03 одиниці порівняно з показником 2022 року і становить 0,09 одиниць. Нормативне значення становить 0,7-1,0 одиниць, відповідно до результатів розрахунків можна зробити висновок, що підприємство має низьку здатність швидко погасити борги. У таких умовах виникає загроза неплатоспроможності, оскільки підприємство не може своєчасно виконувати зобов'язання перед постачальниками, банками та працівниками. Одночасно погіршуються ділові відносини з партнерами, які можуть вимагати передоплати або відмовитися від співпраці. Обмеженість оборотних коштів ускладнює закупівлю товарів, формування оптимальних запасів та оптимального товарного асортименту, що негативно впливає на конкурентоспроможність підприємства та його здатність швидко реагувати на зміни попиту.

Чистий оборотний капітал на протязі аналізованого періоду демонструє тенденцію до зростання. У 2024 році показник зріс на 3002,10 тис. грн порівняно з 2022 роком і становить 9080,20 тис грн. Це свідчить про те, що підприємство має власні обігові кошти для фінансування поточної діяльності після погашення короткострокових боргів.

Наступними представимо результати розрахунку показників фінансової стійкості ТОВ «Бау-Люкс» (табл. 2.5), що є передумовою визначення здатності підприємства забезпечувати стабільність діяльності в довгостроковій перспективі шляхом оптимального співвідношення власного та залученого капіталу, ефективної структури джерел фінансування та мінімізації фінансових ризиків. Аналіз цих показників дозволяє оцінити рівень незалежності підприємства від зовнішніх кредиторів, його можливість покривати свої зобов'язання власними ресурсами та формувати достатній запас платоспроможності для гарантованого функціонування на ринку. Показники фінансової стійкості демонструють, чи має підприємство достатній обсяг власного капіталу для покриття своїх зобов'язань і чи здатне воно залишатися фінансово надійним у тривалій перспективі.

Таблиця 2.5

Показники фінансової стійкості ТОВ «БАУ-ЛЮКС», 2022-2024 рр.

№ з/п	Показник	2022 р.	2023 р.	2024 р.	2024 р. +, – до 2022 р.
1	Власні обігові кошти	6078,1	6768,5	9080,2	3002,1
2	Коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними коштами	0,32	0,36	0,69	0,37
3	Маневреність робочого капіталу	1	1	1	0
4	Маневреність власних обігових коштів	0,0005	0,0033	0,0008	0,0003
5	Коефіцієнт забезпечення власними обіговими коштами запасів	0,33	0,36	0,71	0,38
6	Коефіцієнт покриття запасів	0,33	0,36	0,71	0,38
7	Коефіцієнт автономії	0,32	0,36	0,69	0,37
8	Коефіцієнт фінансової залежності	0,68	0,64	0,31	-0,37
9	Коефіцієнт маневреності власного капіталу	2,15	1,81	0,45	-1,71
10	Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	0,68	0,64	0,31	-0,37
11	Коефіцієнт фінансової стабільності	0,32	0,36	0,69	0,37
12	Коефіцієнт фінансової стійкості	0,32	0,36	0,69	0,37

Джерело: складено і розраховано за даними фінансової звітності підприємства

Коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними коштами демонструє тенденцію до зростання. У 2024 році показник зріс на 0,37 одиниць порівняно із значенням у 2022 році та становить 0,69 одиниць, що значно вище нормативного показника у 0,3 одиниць і свідчить про високу фінансову незалежність.

На протязі аналізованого періоду показник маневреності робочого капіталу залишалась незмінною і становила 1,00 одиниць, що вказує на

занадто велику частку власного капіталу в обороті або неефективне використання чи низьку капіталомісткість.

Показник маневреності власних обігових коштів коливався. У 2023 році продемонстрував значний ріст та становив 0,0033 одиниць, але у 2024 році знову знизився до значення 0,0008 одиниць, що на 0,0003 одиниці вище початкового значення у 2022 році. Згідно нормативних значень підприємство має недостатню ліквідність і обмежену маневреність коштів.

Коефіцієнт забезпечення власними обіговими коштами запасів демонструє тенденцію до зростання. У 2024 році показник зріс на 0,38 одиниць порівняно із значення 2022 року і становив 0,71 одиниць. Відповідно до нормативного значення $K_{зап} > 0,5$ означає, що запаси профінансовані більш ніж на половину власними коштами і фінансова стійкість підприємства добра.

На протязі аналізованого періоду коефіцієнт забезпечення власними обіговими коштами запасів демонструє тенденцію до зростання. У 2024 році показник зріс на 0,38 одиниць порівняно із значення 2022 року і становив 0,71 одиниць. Але відповідно до нормативного значення $K_{пз} \geq 1$ можна зробити висновок, що через нестачу стабільних джерел фінансування частина запасів фінансується короткостроковими зобов'язаннями.

Коефіцієнт автономії демонструє тенденцію до зростання. У 2024 році показник зріс на 0,37 одиниць у порівнянні з 2022 роком і становить 0,69 одиниць і тим самим вийшов на нормативне значення $K_{авт} \geq 0,5$, що свідчить про те, що підприємство фінансує більше половини своїх активів за рахунок власних коштів і має високу фінансову незалежність.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу демонструє тенденцію до зниження. У 2024 році показник знизився на 1,71 одиниць порівняно з показником 2022 року і становить 0,45 одиниць. Це свідчить про те, що підприємство фінансує себе власним капіталом і має низьку фінансову залежність.

Коефіцієнт концентрації позикового капітал на протязі аналізованого періоду демонструє тенденцію до зниження. У 2024 році показник знизився на 0,37 одиниць порівняно з показником 2022 року і становить 0,31 одиниць. Згідно нормативних значень $<0,5$, що свідчить про низьку концентрацію позикового капіталу і більшість активів фінансується власним капіталом.

Коефіцієнт фінансової стабільності демонструє тенденцію до зростання. У 2024 році показник знизився на 0,37 одиниць порівняно із значенням у 2022 році і становить 0,69 одиниць. Відповідно до нормативних значень це свідчить про середню фінансову стабільність підприємства.

Коефіцієнт фінансової стійкості на протязі аналізованого періоду демонструє тенденцію до зростання. У 2024 році показник зріс на 0,37 одиниць порівняно із значенням у 2022 році і становить 0,69 одиниць. Відповідно до нормативних значень підприємство має високу фінансову стійкість.

Показники ділової активності розраховуються з метою комплексної оцінки ефективності використання підприємством своїх ресурсів та інтенсивності здійснення господарських процесів [27]. Дають змогу визначити швидкість обертання оборотних і необоротних активів, оцінити здатність підприємства генерувати доходи та забезпечувати стабільність грошових потоків. Аналіз ділової активності дозволяє виявити резерви підвищення ефективності діяльності, оптимізації запасів, прискорення розрахунків із дебіторами та постачальниками. Крім того, ці показники забезпечують можливість порівняння результатів роботи з конкурентами та галузевими стандартами, що сприяє визначенню ринкової позиції підприємства.

Результати розрахунків показників ділової активності ТОВ «Бау-Люкс» представлена в таблиці 2.6.

Оборотність активів на протязі аналізованого періоду зазнала певних коливань. У 2023 році показник зріс до 4,23 одиниць проте у 2024 році

знизився до 3,45 одиниць, що більше на 0,52 одиниць порівняно із значенням 2022 року.

Таблиця 2.6

Показники ділової активності ТОВ «БАУ-ЛЮКС», 2022-2024 рр.

№ з/п	Показники	2022 р.	2023 р.	2024 р.	2024 р. +, – до 2022 р.
1	Оборотність активів	2,94	4,23	3,45	0,52
2	Фондовіддача	-	-	-	-
3	Коефіцієнт оборотності обігових коштів	2,94	4,23	3,45	0,52
4	Період обороту обігових коштів	122,61	85,04	104,26	-18,35
5	Коефіцієнт оборотності запасів	2,79	3,99	3,31	0,51
6	Період обороту запасів	128,81	90,33	108,77	-20,04
7	Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	460,14	247,88	328,80	-131,34
8	Період погашення дебіторської заборгованості	0,78	1,45	1,09	0,31
9	Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	4,80	6,87	8,21	3,41
10	Період погашення кредиторської заборгованості	75,07	52,42	43,85	-31,22
11	Період операційного циклу	129,60	91,79	109,87	-19,73
12	Період фінансового циклу	54,53	39,36	66,02	11,49

Джерело: складено та розраховано за даними фінансової звітності підприємства

Але не дивлячись на коливання показник знаходився вище рівня нормативного значення, що свідчить про ефективне використання запасів.

Через відсутність необоротних активів коефіцієнт оборотності обігових коштів має таке ж саме значення, як і оборотність активів. Але як нам відомо дані показники вимірюють різні види ефективності використання ресурсів підприємства. Згідно даних представлених у таблиці ми спостерігаємо, що на протязі аналізованого періоду значення даного показника знаходиться на високому рівні. У 2024 році обігові кошти підприємства зробили 3,45 обороти, що на 0,52 одиниці більше ніж показник 2022 року.

Період обороту обігових коштів у 2024 році знизився на 18,35 одиниць порівняно із значенням показника у 2022 році і становить 104,26 одиниць. Дані зміни є позитивними, так як менша кількість днів вказує на те, що обігові кошти працюють швидше і ефективність їх використання збільшилась.

Коефіцієнт оборотності запасів протягом аналізованого періоду зазнав певних коливань. У 2024 році показник зріс на 0,51 одиницю порівняно із показником 2022 року і становить 3,31 одиниці. Це означає, що запаси за рік оновилися 3,31 разів.

Період обороту запасів у 2024 році знизився на 20,04 одиниць порівняно із значенням показника 2022 року. Це свідчить про те, що запаси почали реалізуватися швидше, що позитивно для підприємства торгівельної галузі.

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості коливався. У 2024 році показник знизився на 131,34 одиниць порівняно із показником 2022 року і становить 328,80 одиниць. Це хоч і є проявом негативної тенденції, але показник залишається на високому рівні, що свідчить про те, що покупці швидко розраховуються за товар і підприємство має ефективну політику розрахунків та низький ризик не платежів.

Період погашення дебіторської заборгованості зазнав певних коливань. У 2024 році показник зріс на 0,31 одиниць порівняно із значенням 2022 року і становить 1,09. Це свідчить про те, що підприємство швидко обертає кошти, потребує менше додаткового фінансування і має високу ліквідність.

Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості на протязі аналізованого періоду демонструє тенденцію до зростання. У 2024 році показник зріс на 3,41 одиниць порівняно із значенням показника 2022 року і становить 8,21 одиниць, що являється оптимальним значенням.

Період погашення кредиторської заборгованості знижувався. У 2024 році показник знизився на 31,22 одиниць порівняно із показником 2022 року і становить 43,85 одиниць. Це цілком оптимальний показник, підприємство не затримує оплати постачальникам, але і не виплачує занадто швидко, що дає змогу зберігати певну ліквідність.

Період операційного циклу протягом аналізованого періоду коливався. У 2024 році показник знизився на 19,73 одиниці порівняно із показником 2022 року і становить 109,87. Це свідчить про скорочення тривалості повного кругообігу коштів від моменту придбання запасів до моменту отримання коштів ввід покупців.

Період фінансового циклу зазнав коливань. У 2024 році показник зріс на 11,49 одиниць порівняно із значенням показника 2022 року і становить 66,02 одиниць. Це свідчить про те, що період, коли гроші «заморожені» у запасах та дебіторській заборгованості до моменту надходження зріс, але показник знаходиться в межах допустимих норм і не є критичним.

2.3. Оцінка прибутковості ТОВ «БАУ-ЛЮКС»

Прибуток є ключовим показником результативності діяльності підприємства та основою його фінансової стійкості, розвитку та конкурентоспроможності на ринку. Основною метою оцінки прибутковості підприємства є визначення ефективності використання ресурсів підприємства, оцінка економічної результативності його діяльності та прийняття управлінських і стратегічних рішень [28].

На думку О.М. Поддєрьогіна оцінка прибутковості є необхідною для стратегічного планування, формування фінансової політики та підвищення

інвестиційної привабливості підприємства, оскільки дозволяє прогнозувати грошові потоки та фінансові результати.

Таким чином, оцінка прибутковості підприємства виконує комплексну функцію: вона не лише фіксує абсолютні фінансові результати діяльності, але й забезпечує основу для прийняття управлінських рішень, оптимізації ресурсів та підвищення ефективності господарської діяльності.

Для оцінки рівня управління прибутковістю застосовується комплекс фінансових показників, що дозволяють визначити як абсолютні, так і відносні результати діяльності підприємства (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Оцінка прибутковості ТОВ «БАУ-ЛЮКС», 2022-2024 рр.

Показник	2022 р.	2023 р.	2024 р.	2024 р. +, – до 2022 р.
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	55654,1	80807,5	55485,2	-168,90
Валовий прибуток (збиток), тис. грн	6135,4	7341,1	3643,7	-2491,70
Чистий прибуток (збиток), тис. грн	507,1	738,9	505,5	-1,60
Рентабельність продукції, %	12,39	9,99	7,03	-5,30

Джерело: складено та розраховано за даними фінансової звітності підприємства

Чистий дохід від реалізації змінював свої значення на протязі аналізованого періоду. У 2024 році показник знизився на 168,90 тис. грн порівняно із значенням у 2022 році і становить 55485,2 тис. грн, найвище значення зафіксовано у 2023 році і становить 80807,5 тис. грн.

Валовий прибуток також коливався, найвище значення у 2023 році і становить 7341,1 тис. грн. У 2024 році показник знизився на 2491,70 тис. грн порівняно з початковим значенням у 2022 році і становить 3643,7 тис. грн.

Чистий прибуток у 2024 році знизився на 1,6 тис. грн порівняно з початковим значенням у 2022 році та становить 505,5 тис. грн. Найвище значення зафіксовано у 2023 році – 738,9 тис. грн.

Рентабельність продукції демонструє тенденцію до зниження. У 2024 році показник знизився на 5,3% порівняно із показником 2022 року і становить 7,03%. Дана тенденція означає, що підприємство отримує менше прибутку з кожної гривні реалізованої продукції.

Проведемо детальну оцінку показників рентабельності досліджуваного підприємства (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

Оцінка рентабельності ТОВ «БАУ-ЛЮКС», 2022-2024 рр.

№ з/п	Показник	2022 р.	2023 р.	2024 р.	2024 р. +, – до 2022 р.
1	Рентабельність активів за прибутком від звичайної діяльності, %	3,26	4,72	3,84	0,57
2	Рентабельність капіталу (активів) за чистим прибутком, %	2,68	3,87	3,15	0,47
3	Рентабельність власного капіталу, %	8,59	11,50	6,38	-2,21
4	Рентабельність виробничих фондів, %	-	-	-	-
5	Рентабельність реалізованої продукції за прибутком від реалізації, %	1,11	1,12	1,11	0,00
6	Рентабельність реалізованої продукції за прибутком від операційної діяльності, %	1,00	1,00	1,00	0,00
7	Рентабельність реалізованої продукції за чистим прибутком, %	0,91	0,91	0,91	0,00
8	Коефіцієнт реінвестування	18,89	66,91	100,44	81,54
9	Коефіцієнт стійкості економічного зростання	1,58	7,32	5,59	4,02
10	Період окупності капіталу	37,38	25,84	31,79	-5,59
11	Період окупності власного капіталу	11,64	8,69	15,68	4,04

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства

Рентабельність активів за прибутком від звичайної діяльності на протязі аналізованого періоду зазнала незначних коливань. У 2024 році показник зріс на 0,57% порівняно із значенням показника 2022 року і становить 3,84%. Це низький показник, що свідчить про мало ефективність активів, можливо вони знаходять у надлишку або недовантажені.

Рентабельність капіталу (активів) за чистим прибутком протягом аналізованого періоду зазнала певних коливань. У 2024 році показник зріс на 0,47% порівняно з 2022 роком і становить 3,15%, що свідчить про низьку ефективність використання активів підприємства. Для торговельних підприємств допустимим рівнем рентабельності капіталу за чистим прибутком вважається 3–7%, тоді як для великих торговельних мереж оптимальним діапазоном є 5–10%. Низький рівень рентабельності активів може бути зумовлений високою часткою витрат, недостатньо прибутковою продукцією або повільною оборотністю товарних запасів.

Показник рентабельності власного капіталу змінювався на протязі аналізованого періоду. У 2024 році показник знизився на 2,21% у порівнянні з показником 2022 року і становить 6,38%. Що дещо нижче нормативних значень і свідчить про низьку ефективність використання підприємством власного капіталу або його надлишок.

Рентабельність реалізованої продукції за прибутком від реалізації на протязі аналізованого періоду зазнала незначних коливань проте на кінець періоду повернулась до початкового значення у 2022 році і становить 1,11%. Це досить низьке значення показника, що свідчить про високу собівартість продукції, низьку маржу або неефективне управління витратами.

Рентабельність реалізованої продукції за прибутком від операційної діяльності протягом аналізованого періоду залишилась стабільною та становить 1,00%. Такий рівень рентабельності є низьким для торговельного підприємства та свідчить про незадовільну ефективність основної діяльності. Причинами можуть бути високі операційні витрати, низька маржинальність продукції або недостатня оборотність товарних запасів.

Рентабельність реалізованої продукції за чистим прибутком протягом аналізованого періоду залишилась стабільною та становить 0,91%. Таке значення показника є низьким і свідчить про недостатню ефективність діяльності підприємства, що зумовлює обмежені можливості формування прибутку та розвитку бізнесу.

Коефіцієнт реінвестування на протязі аналізованого періоду демонструє тенденцію до зростання. У 2024 році показник зріс на 81,54 одиниць порівняно з показником 2022 року і становить 100,44 одиниць. Це свідчить про те, що підприємство веде активну інвестиційну політику і націлене на розвиток.

Коефіцієнт стійкості економічного зростання демонструє тенденцію до зростання. У 2024 році показник зріс на 4,02 одиниць порівняно із значенням показника 2022 року і становить 5,59 одиниць. Це свідчить про збалансований темп зростання підприємства та стабільність його діяльності.

Період окупності капіталу коливався на протязі аналізованого періоду. У 2024 році показник знизився на 5,59 одиниць порівняно з показником 2022 року і становить 31,79 одиниць. Хоча зниження показника і є позитивною ознакою, але значення ще є високим і свідчить про повільну окупність та низьку рентабельність.

Період окупності власного капіталу зазнав коливань. У 2024 році показник зріс на 4,04 одиниці порівняно із значенням показника 2022 року і становить 15,58 одиниць. Це свідчить про низьку віддачу власного капіталу через великий термін його окупності та слабку ефективність управління.

Висновки до розділу 2

Фінансово-господарська діяльність ТОВ «Бау-Люкс» у 2022–2024 рр. характеризується нестабільністю та поступовим погіршенням ключових результативних показників.

Для ТОВ «Бау-Люкс» низький рівень ліквідності та обмежена маневреність коштів створюють суттєві фінансові ризики. У таких умовах підприємство стикається з труднощами у своєчасному виконанні поточних зобов'язань, що зумовлює затримки в розрахунках із постачальниками, погіршення умов співпраці та можливе застосування штрафних санкцій. Обмеженість оборотних ресурсів ускладнює формування оптимального товарного запасу, призводить до звуження асортименту та зниження рівня обслуговування споживачів. Зростає залежність підприємства від короткострокових кредитних ресурсів, що підвищує фінансові витрати та ризик втрати платоспроможності. Дані фактори здатні спричинити погіршення фінансової стійкості підприємства та зниження його стратегічних можливостей розвитку.

Досліджено, що динаміка доходу, валового та чистого прибутку, рентабельності демонструє стійкий негативний тренд, який може бути наслідком: зниження попиту, посилення конкуренції, неефективної цінової політики, зростання виробничих та операційних витрат, недостатньої адаптації до ринкових змін.

Для підвищення рентабельності ТОВ «Бау-Люкс» доцільно здійснити комплекс заходів, спрямованих на оптимізацію витрат. Крім того, підприємству рекомендується переглянути цінову політику, розширити канали збуту, збільшити обсяги продажів та оптимізувати асортимент продукції, віддаючи пріоритет більш прибутковим позиціям. Важливим є впровадження системи планування і контролю прибутковості, що дозволяє оцінювати рентабельність за видами продукції, підрозділами та каналами реалізації. Інвестиції у модернізацію виробництва та автоматизацію процесів також сприятимуть зниженню собівартості, підвищенню продуктивності та поліпшенню фінансових результатів підприємства.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ТОВ «БАУ-ЛЮКС»

3.1. Обґрунтування стратегічних підходів до підвищення ефективності управління прибутком

У сучасних умовах глобалізації, інтенсивної конкуренції та нестабільності фінансових ринків підприємства стикаються з необхідністю інтегрованого підходу до управління прибутком. Традиційні фінансові показники, такі як чистий прибуток, рентабельність активів (ROA) або рентабельність власного капіталу (ROE), залишаються важливими, проте не враховують вплив нематеріальних активів – бренду, репутації, інноваційного потенціалу та клієнтської лояльності [28].

Для ТОВ «Бау-Люкс» ефективне управління прибутком є критичною складовою фінансового менеджменту та стратегічного розвитку. Воно передбачає не лише підвищення обсягу доходів та оптимізацію витрат, а й забезпечення довгострокової стабільності фінансових результатів, інвестиційної привабливості та конкурентоспроможності компанії на ринку.

Стратегічне управління прибутком передбачає послідовне використання фінансових, організаційних та маркетингових інструментів, що дозволяють [29]:

- прогнозувати прибуток і його динаміку;
- забезпечувати оптимальне використання ресурсів;
- підвищувати ефективність інвестицій;
- створювати додаткову цінність для клієнтів та інвесторів.

Управління прибутком ТОВ «Бау-Люкс» базується на комбінації декількох стратегічних підходів, що забезпечують баланс між короткостроковими фінансовими результатами та довгостроковим розвитком підприємства.

Підхід максимізації прибутку передбачає використання всіх можливостей для збільшення доходів і зменшення витрат [30]. Основні напрями реалізації:

- Аналіз прибутковості окремих видів продукції та послуг.
- Оптимізація цінової політики, включаючи сегментацію ринку та диференційовані цінові стратегії.
- Скорочення невиробничих витрат за рахунок автоматизації процесів та модернізації виробництва.

Підхід стабілізації прибутку – спрямований на забезпечення передбачуваності фінансових результатів у коротко- та середньостроковій перспективі [31]:

- формування резервних фондів для покриття непередбачених витрат;
- використання страхових механізмів для управління ризиками;
- укладання довгострокових контрактів із постачальниками та ключовими клієнтами.

Підхід стратегічного інвестування прибутку – передбачає спрямування частини фінансового результату на розвиток підприємства, інновації та модернізацію виробництва:

- інвестиції у нові технології та обладнання;
- розширення виробничих потужностей;
- розвиток маркетингових та збутових каналів, що підвищують ринкову присутність.

Комплексний підхід – поєднує максимізацію прибутку, стабілізацію та стратегічні інвестиції, забезпечуючи збалансоване управління фінансовими результатами та довгостроковий розвиток підприємства [32].

Для ефективного управління прибутком необхідно враховувати як внутрішні, так і зовнішні фактори, що прямо або опосередковано впливають на фінансові результати підприємства.

Досягнення високої ефективності управління прибутком вимагає не лише визначення стратегічних підходів, а й проведення детального аналізу

цих чинників з метою оцінки їхнього впливу на прибутковість та фінансову стабільність компанії. Ці фактори можна умовно поділити на внутрішні, що залежать безпосередньо від діяльності підприємства, та зовнішні, на які компанія має обмежений вплив.

До внутрішніх факторів належать обсяги виробництва та реалізації продукції, структура витрат, цінова політика, маркетинг та збут, а також інноваційна діяльність. Зовнішні чинники включають рівень конкуренції на ринку, загальний стан економіки, податкову політику, попит споживачів, інфляційні та валютні коливання [33].

Нами узагальнено вплив цих факторів на прибуток ТОВ «Бау-Люкс» та представлено в таблиці 3.1, що дозволяє наочно оцінити, які елементи діяльності компанії мають прямий або зворотний вплив на фінансові результати, і слугує основою для формування стратегій підвищення ефективності управління прибутком.

Таблиця 3.1

Вплив факторів на формування прибутку ТОВ «БАУ-ЛЮКС»

Група факторів	Конкретні показники	Вплив на прибуток
Внутрішні	Обсяги виробництва та реалізації	Прямий: зростання обсягів → збільшення прибутку
	Собівартість продукції	Зворотний: зниження собівартості → підвищення рентабельності
	Цінова політика	Прямий: оптимізація цін → зростання доходу
	Маркетинг та збут	Прямий: ефективний збут → збільшення продажів
	Інноваційна діяльність	Прямий: нові продукти → додаткові доходи
Зовнішні	Конкуренція на ринку	Зворотний: зростання конкуренції → тиск на ціни
	Стан економіки	Прямий/зворотний: економічне зростання → збільшення попиту
	Податкова політика	Зворотний: високі податки → зменшення чистого прибутку
	Попит споживачів	Прямий: підвищення попиту → зростання доходу
	Інфляція та валютні коливання	Зворотний: підвищення витрат → зниження прибутку

Даний аналіз дозволяє ТОВ «Бау-Люкс» прогнозувати фінансові результати, своєчасно виявляти ризики та визначати пріоритетні напрями управлінських рішень.

Механізм стратегічного управління прибутком підприємства ТОВ «Бау-Люкс» відображає послідовність основних процесів, що забезпечують ефективне планування, контроль і використання фінансових результатів. Він включає такі ключові етапи:

1. Аналіз фінансових результатів – оцінка поточного рівня прибутковості, визначення основних драйверів доходів і витрат, виявлення слабких місць у фінансовому управлінні.

2. Планування прибутку – встановлення цільових показників на рік або квартал для основних видів продукції та послуг із урахуванням внутрішніх і зовнішніх факторів.

3. Формування бюджету – розподіл ресурсів між підрозділами підприємства, встановлення планових показників доходів, витрат та прибутку для досягнення стратегічних цілей.

4. Контроль та облік – систематичне спостереження за фактичними фінансовими результатами, аналіз відхилень від планових показників, своєчасне реагування на ризики та зміни ринкової кон'юнктури.

5. Корекція та регулювання – внесення змін до планів і бюджетів на основі аналізу фінансових результатів, оптимізація витрат та цінової політики, підвищення ефективності управлінських рішень.

6. Розподіл та використання прибутку – прийняття рішень щодо формування резервів, реінвестування у розвиток підприємства та виплати дивідендів, що забезпечує довгострокову фінансову стабільність.

7. Зворотній зв'язок – оцінка ефективності управління, корекція стратегій та вдосконалення процедур управління прибутком на основі отриманих результатів і змін зовнішнього середовища.

На основі проведеного аналізу стратегічних підходів та внутрішніх і зовнішніх факторів формування прибутку ТОВ «Бау-Люкс» можна

виокремити ключові етапи механізму стратегічного управління прибутком. Він включає послідовність взаємопов'язаних процесів – від оцінки фінансових результатів до планування, контролю, корекції та розподілу прибутку. Така система дозволяє підприємству своєчасно реагувати на зміни внутрішніх і зовнішніх умов, оптимізувати використання ресурсів і підвищувати інвестиційну привабливість.

Для наочного відображення взаємозв'язку етапів управління прибутком та забезпечення його стратегічної ефективності доцільно представити механізм у вигляді блок-схеми (рис. 3.1).

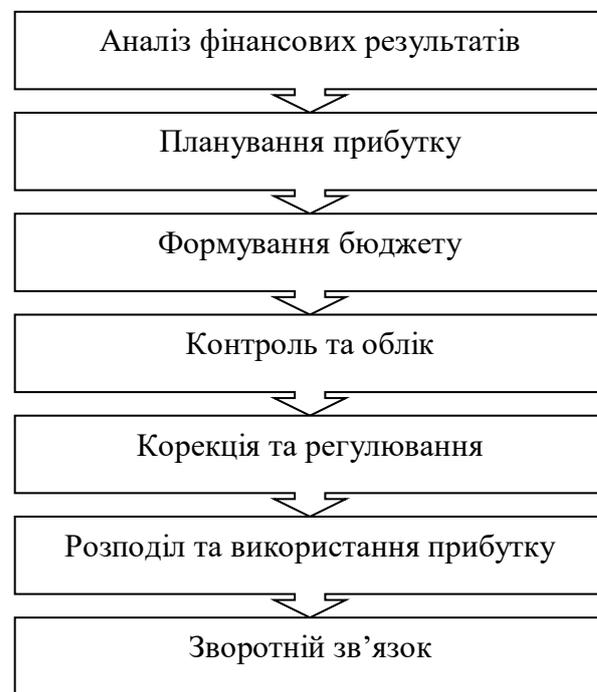


Рис. 3. 1. Механізм стратегічного управління прибутком ТОВ «Бау-Люкс»

Циклічний характер механізму дозволяє забезпечити постійну взаємодію між етапами управління, оперативне реагування на зміни в бізнес-середовищі та підвищення ефективності фінансових рішень підприємства [34]. Такий підхід гарантує збалансовану реалізацію стратегічних і тактичних завдань ТОВ «Бау-Люкс» та створює основу для стабільного зростання прибутку та підвищення інвестиційної привабливості компанії.

Сучасне управління прибутком вимагає врахування нематеріальних активів, зокрема клієнтської лояльності, як стратегічного активу, що підвищує стійкість фінансових результатів.

Ключові переваги інтеграції маркетингових показників [35]:

- повторні покупки – лояльні клієнти витрачають більше і частіше повертаються;
- реферальний ефект – рекомендації клієнтів залучають нових споживачів без додаткових витрат;
- стабільні грошові потоки – зниження відтоку клієнтів забезпечує передбачуваність доходів;
- оптимізація витрат – утримання існуючих клієнтів дешевше, ніж залучення нових.

Для комплексного підвищення ефективності управління прибутком ТОВ «Бау-Люкс» важливо інтегрувати фінансові та маркетингові показники. Маркетингові інструменти, спрямовані на формування та підтримку лояльності споживачів, безпосередньо впливають на стабільність доходів та довгострокову прибутковість підприємства.

Зокрема, показники клієнтської лояльності дозволяють прогнозувати повторні покупки, зменшувати відтік клієнтів, підвищувати середню виручку на одного споживача та створювати додатковий реферальний ефект, який залучає нових клієнтів без значних витрат на маркетинг [37]. Відповідно, інтеграція таких маркетингових індикаторів у систему управління прибутком дозволяє більш точно оцінювати фінансові результати та ефективність управлінських рішень.

У табл. 3.2 представлено ключові маркетингові показники, що мають прямий вплив на прибуток підприємства, та конкретні приклади їх застосування. Це дозволяє наочно відобразити взаємозв'язок між активністю підприємства у сфері маркетингу, рівнем задоволеності та лояльності клієнтів та фінансовими результатами компанії.

Таблиця 3.2

Взаємозв'язок маркетингових показників і прибутку

Показник маркетингового управління	Вплив на прибуток	Приклад застосування
Індекс промоутерів (Net Promoter Score, NPS)	Підвищення повторних продажів та рекомендацій	Опитування клієнтів
Коефіцієнт утримання клієнтів (Customer retention rate, CRR)	Стабілізація грошових потоків	Аналіз відтоку клієнтів
Рівень відтоку (Churn Rate, CR)	Зниження втрат доходів	Мінімізація причин відтоку
Життєва цінність клієнта (Customer Lifetime Value, CLV)	Оцінка довгострокової прибутковості	Прогноз доходу від клієнта протягом співпраці

Ця інтеграція дозволяє прогнозувати фінансові результати з урахуванням поведінки клієнтів та коригувати цінову політику й виробничі обсяги.

Інвестиційна лояльність відображає довіру потенційних інвесторів на основі фінансових, репутаційних та нефінансових чинників [37].

Для практичного використання індексу лояльності до інвестування (ІЛІ) на ТОВ «Бау-Люкс» необхідно розкласти його на ключові компоненти, що формують комплексну оцінку потенціалу підприємства. Кожен компонент ІЛІ інтегрує фінансові, репутаційні та маркетингові показники, дозволяючи більш точно прогнозувати прибутковість, стабільність грошових потоків і привабливість компанії для інвесторів.

Таблиця 3.3 узагальнює основні складові ІЛІ, методи їх оцінки та вплив на прибуток та інвестиційну привабливість ТОВ «Бау-Люкс». Такий підхід забезпечує можливість систематизованого аналізу, виявлення сильних і слабких сторін підприємства та прийняття ефективних управлінських рішень для підвищення фінансової стабільності та лояльності клієнтів.

Значення практичного застосування ІЛІ для ТОВ «Бау-Люкс»:

- оцінка потенціалу залучення зовнішніх інвестицій;
- інтеграція фінансових та маркетингових стратегій у процес управління прибутком;

- виявлення слабких місць у взаємодії з клієнтами та інвесторами;
- розробка пріоритетних напрямків розвитку для підвищення прибутковості та стабільності.

Таблиця 3.3

Компоненти індексу лояльності до інвестування (ІЛІ)

Компонент ІЛІ	Метод оцінки	Вплив на прибуток та інвестиції
Фінансова стійкість	ROA, ROE, ліквідність	Прогноз стабільних доходів
Репутаційні чинники	ESG-індекс, рейтинги, PR	Зниження ризиків для інвесторів
Активність IR	Прозорість та частота комунікацій	Підвищення довіри інвесторів
Клієнтська лояльність	NPS, CLV, CRR	Стабільний потік доходів, зростання прибутку

Інтеграція маркетингових інструментів, зокрема програми лояльності, CRM-системи та персоналізовані комунікації, є стратегічно важливою для підвищення фінансової стабільності та довгострокового зростання торгівельного підприємства [38].

Інвестиційна лояльність та індекс ІЛІ забезпечують комплексну оцінку потенціалу підприємства, поєднуючи фінансові та нефінансові фактори.

Таким чином, для ТОВ «Бау-Люкс» стратегічно доцільно застосовувати інтегровану систему управління прибутком, що поєднує фінансові, маркетингові та інвестиційні індикатори, з метою підвищення ефективності та інвестиційної привабливості.

3.2. Удосконалення механізму планування, аналізу та контролю прибутку

Ефективне управління прибутком підприємства є складним процесом, що включає планування, аналіз та контроль фінансових результатів. У сучасних умовах глобалізації та високої конкуренції підприємства потребують удосконалення цих процесів, інтегруючи фінансові та нефінансові показники, зокрема маркетингові та інвестиційні [39].

Механізм управління прибутком можна розділити на три ключові складові:

- планування прибутку – визначення цільових показників доходів, витрат та фінансових результатів;
- аналіз прибутковості – оцінка ефективності діяльності за фінансовими та маркетинговими критеріями;
- контроль та моніторинг – регулярне відстеження виконання планів, порівняння з фактичними показниками та корекція рішень.

Сучасне планування прибутку повинно враховувати вплив внутрішніх та зовнішніх факторів, а також нематеріальних активів підприємства. До таких факторів належать:

- клієнтська лояльність – повторні покупки, рекомендації, зниження відтоку клієнтів;
- репутація бренду – підвищення довіри споживачів та інвесторів;
- стабільність грошових потоків – прогнозування доходів та витрат;
- активність комунікацій з інвесторами (IR) – прозорість та своєчасність звітності [36].

Для забезпечення ефективного управління прибутком підприємства необхідно реалізувати багаторівневий підхід до планування, що включає стратегічний, тактичний та оперативний рівні. Такий підхід дозволяє поєднати довгострокове планування з поточним контролем та корекцією фінансових показників, що забезпечує стабільність та передбачуваність прибутку [40].

На стратегічному рівні визначаються фінансові цілі на 1–3 роки з урахуванням ринкової кон'юнктури, внутрішніх ресурсів та потенціалу розвитку підприємства. Тактичний рівень передбачає розподіл ресурсів між підрозділами та планування доходів і витрат для оптимізації операційної діяльності. Оперативний рівень фокусується на моніторингу та корекції

планів у режимі реального часу, що дозволяє швидко реагувати на відхилення та зміни ринкових умов (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Удосконалене планування прибутку ТОВ «Бау-Люкс»

Рівень планування	Зміст	Інструменти	Очікуваний результат
Стратегічний	Встановлення фінансових цілей на 1–3 роки	SWOT-аналіз, прогнозування, стратегічний бюджет	Збалансований розвиток та довгострокова прибутковість
Тактичний	Розподіл ресурсів, планування доходів та витрат	ERP-системи, KPI, фінансові моделі	Оптимізація підрозділів та продуктів
Оперативний	Моніторинг та корекція плану	Фінансові звіти, контрольні карти, CRM	Своєчасне виявлення відхилень, гнучкість управління

Аналіз прибутку підприємства включає три рівні:

1. Внутрішній аналіз – оцінка ефективності окремих продуктів, послуг, підрозділів, а також собівартості виробництва та структури доходів.
2. Зовнішній аналіз – врахування ринкових умов, конкурентного середовища, попиту споживачів, економічної ситуації.
3. Інтегрований аналіз – поєднання фінансових та нефінансових показників, таких як NPS, CLV, retention rate, для оцінки загальної ефективності та стабільності прибутку.

Для підвищення ефективності управління прибутком підприємства важливо не лише правильно планувати фінансові результати, а й систематично здійснювати їх аналіз та оцінку за допомогою ключових аналітичних показників. Такий підхід дозволяє своєчасно виявляти відхилення від планових значень, оцінювати вплив внутрішніх та зовнішніх факторів, а також приймати обґрунтовані управлінські рішення щодо оптимізації прибутку [41].

Контроль та моніторинг фінансових результатів є ключовими для підтримки фінансової стабільності підприємства. Представимо основні його етапи:

- 1) вхідний контроль – перевірка достовірності даних перед плануванням та аналізом;
- 2) поточний контроль – щомісячний моніторинг виконання бюджету, порівняння планових і фактичних показників;
- 3) завершальний контроль – підсумковий аналіз результатів, оцінка ефективності управлінських рішень, формування пропозицій щодо удосконалення механізму.

Після впровадження вдосконалених методів планування та аналітики особливу увагу слід приділити контролю та моніторингу прибутку. Ефективний контроль дозволяє своєчасно виявляти відхилення від планових показників, оцінювати ефективність управлінських рішень та забезпечувати адаптивність стратегії прибутковості підприємства [42].

Сучасний підхід до контролю прибутку передбачає інтеграцію фінансових, аналітичних та маркетингових методів (табл. 3.5). Фінансові звіти забезпечують об'єктивну оцінку доходів і витрат, KPI та контрольні карти дозволяють відстежувати ключові показники підрозділів і мотивувати персонал, а ERP та BI-системи інтегрують дані з різних сфер управління, включно з маркетинговими метриками, що враховують рівень лояльності клієнтів.

Таблиця 3.5

Методи контролю та моніторингу прибутку ТОВ «БАУ-ЛЮКС»

Метод контролю	Застосування	Переваги
Фінансові звіти	Аналіз фактичних доходів і витрат	Об'єктивність, стандартизованість
KPI та контрольні карти	Відстеження ключових показників підрозділів	Мотивація персоналу, швидке реагування
ERP та BI-системи	Автоматизація збору та аналізу даних	Інтеграція фінансових та маркетингових показників
Маркетингові метрики	NPS, CLV, retention rate	Прогнозування стабільності доходів та прибутку

Дані методи дозволяють не лише контролювати поточний фінансовий результат, а й прогнозувати стабільність доходів та прибутку, що особливо важливо для стратегічного розвитку ТОВ «Бау-Люкс».

Для підвищення ефективності управління прибутком ТОВ «Бау-Люкс» важливо враховувати вплив маркетингових показників, що відображають поведінку та лояльність клієнтів. Інтеграція таких метрик у систему аналізу прибутку дозволяє підприємству не лише прогнозувати доходи, а й оцінювати довгострокову стійкість бізнесу.

У таблиці 3.6 наведено основні маркетингові показники, які безпосередньо впливають на фінансові результати підприємства, та приклади їх практичного застосування. Використання цих інструментів забезпечує стабільність грошових потоків, зменшення втрат доходів і підвищення ефективності повторних продажів.

Таблиця 3.6

Вплив маркетингових показників на прибуток

Показник	Вплив на прибуток	Приклад застосування
NPS	Підвищення повторних продажів та рекомендацій	Опитування клієнтів, оцінка лояльності
CLV	Оцінка довгострокової прибутковості	Прогноз доходу від клієнтів протягом життєвого циклу
Retention rate	Стабілізація грошових потоків	Аналіз утримання ключових клієнтів
Churn rate	Зниження втрат доходів	Виявлення причин відтоку та їх усунення

Наочне відображення процесу планування, аналізу та контролю прибутку представлено на рис. 3.2.



Рис. 3.2. Механізм удосконаленого планування, аналізу та контролю прибутку

Ця схема демонструє циклічний характер процесу, де кожний етап безпосередньо впливає на фінансові результати та стабільність прибутку [43].

Удосконалений механізм дозволяє:

- інтегрувати фінансові та маркетингові стратегії;
- прогнозувати прибуток з урахуванням поведінки клієнтів;
- оптимізувати цінову політику, обсяги виробництва та розподіл ресурсів;
- підвищити довгострокову інвестиційну привабливість підприємства.

Удосконалення механізму планування, аналізу та контролю прибутку потребує комплексного підходу, що поєднує всі етапи управлінського циклу [44]. Планування, аналіз і контроль повинні здійснюватися інтегровано та циклічно, що забезпечує постійне коригування управлінських рішень у відповідь на зміни внутрішніх і зовнішніх умов діяльності підприємства.

Сучасне планування прибутку передбачає три рівні: стратегічний, тактичний та оперативний. На стратегічному рівні визначаються фінансові цілі на середньострокову та довгострокову перспективу, що дозволяє забезпечити збалансований розвиток підприємства. Тактичний рівень включає розподіл ресурсів та планування доходів і витрат для підрозділів і продуктів, а оперативний – моніторинг виконання плану та своєчасну корекцію відхилень [45].

Отже, управління прибутком торгівельного підприємства повинно базуватися не лише на класичних фінансових показниках, а й на маркетингових метриках, зокрема на показниках клієнтської лояльності, що дозволяє оцінити стабільність доходів, передбачити повторні продажі та знизити ризики втрат, пов'язані з відтоком клієнтів.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі досліджено практичні напрями удосконалення системи управління прибутком ТОВ «Бау-Люкс».

Проаналізовано сучасні підходи до управління прибутком, що дозволило встановити необхідність інтеграції стратегічного, тактичного та оперативного рівнів планування, аналізу та контролю фінансових результатів для забезпечення стабільності доходів.

Встановлено, що ефективне управління прибутком потребує комплексного врахування внутрішніх та зовнішніх факторів, що дозволяє своєчасно прогнозувати фінансові результати та визначати пріоритетні напрями управлінських рішень.

Доведено, що інтеграція фінансових та маркетингових показників, зокрема NPS, CLV, Retention rate та Churn rate, дозволяє прогнозувати повторні продажі, зменшувати відтік клієнтів та підвищувати ефективність управлінських рішень торговельного підприємства.

Використання індексу лояльності до інвестування (ІЛІ) забезпечує комплексну оцінку потенціалу підприємства за фінансовими, репутаційними та маркетинговими критеріями, що сприяє стабільному потоку доходів та зниженню ризиків для інвесторів.

Досліджено, що удосконалене планування прибутку на стратегічному, тактичному та оперативному рівнях забезпечує збалансований розвиток підприємства, оптимізацію ресурсів та оперативну корекцію відхилень від планових показників.

Розроблено удосконалений механізм планування, аналізу та контролю прибутку, що передбачає інтеграцію фінансових, маркетингових та інвестиційних показників, застосування ERP та BI-систем, KPI та контрольних карт для забезпечення своєчасного реагування на зміни внутрішніх та зовнішніх факторів.

Зроблено висновок, що комплексне поєднання фінансових, маркетингових та інвестиційних індикаторів дозволяє точніше прогнозувати прибуток, оптимізувати цінову політику та обсяги виробництва, підвищуючи довгострокову прибутковість та інвестиційну привабливість ТОВ «Бау-Люкс».

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У першому розділі обґрунтовано теоретико-економічні засади управління прибутком як ключового чинника фінансової стійкості та розвитку підприємства.

Встановлено, що прибуток є інтегральним показником ефективності діяльності, який відображає рівень використання ресурсів, конкурентоспроможність і потенціал економічного зростання підприємства.

Доведено, що система управління прибутком має комплексний і циклічний характер та ґрунтується на взаємодії процесів планування, аналізу, контролю й прийняття управлінських рішень з урахуванням впливу внутрішніх і зовнішніх факторів.

Вважаємо, що ефективне управління прибутком створює передумови для підвищення результативності діяльності, інвестиційної привабливості та забезпечення сталого розвитку підприємства в умовах динамічного ринкового середовища.

В аналітичному розділі встановлено, що фінансовий стан ТОВ «Бау-Люкс» характеризується низьким рівнем ліквідності, обмеженою маневреністю коштів та зростанням фінансових ризиків. Для підприємства це ускладнює своєчасне виконання поточних зобов'язань, підвищує залежність від короткострокового кредитування та негативно впливає на фінансову стійкість.

Виявлено стійку негативну динаміку доходу, прибутку та показників рентабельності, що свідчить про зниження ефективності господарської діяльності під впливом мінливих ринкових та внутрішніх чинників.

Для покращення фінансових результатів рекомендуємо реалізацію комплексу заходів, спрямованих на оптимізацію витрат, удосконалення цінової та збутової політики, управління асортиментом, а також впровадження системи планування й контролю прибутковості, що створить передумови для відновлення фінансової стійкості та підвищення конкурентоспроможності підприємства.

У рекомендаційній частині кваліфікаційної роботи обґрунтовано практичні напрями удосконалення системи управління прибутком ТОВ «Бау-Люкс».

Встановлено, що результативність управління прибутком значною мірою залежить від комплексного врахування внутрішніх і зовнішніх факторів, що створює передумови для своєчасного прогнозування фінансових результатів та обґрунтування управлінських рішень. Доведено, що поєднання фінансових і маркетингових показників, зокрема NPS, CLV, Retention Rate та Churn Rate, сприяє прогнозуванню повторних продажів, зниженню рівня відтоку клієнтів і підвищенню ефективності управління прибутковістю торговельного підприємства.

Обґрунтовано доцільність використання індексу лояльності до інвестування (ІЛІ) як інструменту комплексної оцінки фінансового, маркетингового та репутаційного потенціалу підприємства, що сприяє формуванню стабільних доходів і зниженню інвестиційних ризиків.

У результаті розроблено удосконалений механізм планування, аналізу та контролю прибутку, який передбачає інтеграцію фінансових, маркетингових та інвестиційних показників, системи КРІ та контрольних індикаторів, що забезпечує оперативне реагування на зміни внутрішнього і зовнішнього середовища.

Сформована система ключових показників ефективності (КРІ) та контрольних індикаторів відіграє важливу роль у забезпеченні результативного управління торговельними підприємствами в умовах динамічного середовища.

Важливим аспектом є інтеграція фінансових і нефінансових КРІ, зокрема показників задоволеності та лояльності споживачів (NPS, Retention Rate, Churn Rate), які безпосередньо впливають на повторні продажі та довгострокову прибутковість. Такий підхід дозволяє комплексно оцінювати результати діяльності підприємства, поєднуючи короткострокову фінансову ефективність із стратегічними цілями розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Волошина К. І. Удосконалення управління прибутком аграрного підприємства: дипломна робота / К. І. Волошина. Дніпро, 2021. 125 с.
2. Дубініна В. О. Управління прибутком підприємства: магістерська робота / В. О. Дубініна. – Херсон, 2020. – 138 с.
3. Вардумян Г. А. Управління прибутком підприємства / Г. А. Вардумян. – Запоріжжя, 2020. – 142 с.
4. Окренець В. Ю. Облік і аналіз прибутку та напрямів його розподілу / В. Ю. Окренець. – Вінниця, 2018. – 110 с.
5. Бабчинська А. Формування, розподіл та використання прибутку підприємства / А. Бабчинська. – Чернівці, 2024. – 128 с.
6. Грабовецький Б. Є., Пілявоз Т. М. Економіка підприємства. – К.: Центр навчальної літератури, 2019. – 512 с.
7. Бондар Н. М. Економіка підприємства. – Х.: ХНТУ, 2018. – 456 с.
8. Гетьман О. О., Шаповал В. М. Економіка підприємства. – К.: КНЕУ, 2017. – 480 с.
9. Шафорост Я. П. Облік і аналіз прибутку підприємства / Я. П. Шафорост. – Вінниця, 2018. – 134 с.
10. Мочерний С. В. Формування прибутку підприємства / С. В. Мочерний. Вінниця, 2019. 122 с.
11. Мелень О. В., Майструк О. Д. Управління прибутком торговельних підприємств : монографія. – Полтава : ПП «Астроя», 2018. – 256 с.
12. Гузь М. Г., Ковальчук І. М., Петренко С. В. Ефективне управління прибутком підприємства – основа розвитку його стратегічного потенціалу // Науковий вісник НЛТУ України. 2011. №21. С. 160–168.
13. Давидюк Т. В., Котляр Д. С. Управління прибутком підприємств через систему обліку // Економіка і управління. 2021. №4. С. 31–40.
14. Коваленко Ю. М., Іваненко О. С., Петрова Т. В. Фінанси підприємств : навчальний посібник. Київ : ДВНЗ «КНЕУ», 2018. 432 с.

15. Базецька Г. І. Фінанси підприємств : посібник. Львів : ЛНУ, 2017. 310 с.
16. Ізмайлова К. В., Сидоренко П. А. Фінанси підприємств : підручник. – Київ : КНЕУ, 2020. – 456 с.
17. Федорук І. А. Управління формуванням прибутку підприємства : дис. канд. екон. наук. – Житомир, 2023. – 180 с.
18. Привалов А. Управління прибутком підприємства : монографія. Чернівці : ЧНУ, 2020. 210 с.
19. Сокурєнко В. В. Фінанси підприємств : монографія. Харків : ХНУ, 2019. 384 с.
20. Кузьмін О. В. Управління фінансовими результатами підприємства // Економіка й організація управління. 2022. №1. С. 45–54.
21. Майборода О. Є. Теоретична сутність категорії «прибуток підприємства». URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/10_ukr/54.pdf
22. Лихолат С. М. Економічна сутність прибутку підприємства. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomichna-sutnist-pributku-pidpriemstva.pdf>
23. Гусєва Ю. М. Економічна сутність прибутку як кінцевого фінансового результату. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/bitstreams/50dadb44-ef24-4369-97f0-679eddaebb27/download>
24. Павлюк І. О. Управління прибутком підприємств в умовах сьогодення. URL: <https://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/01/18.pdf>
25. Жигалкевич Ж. Система управління прибутком як умова ефективного функціонування підприємства. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/4_ukr/22.pdf
26. Ларіонова К. Механізм управління прибутком підприємства. URL: <https://elar.khmnu.edu.ua/bitstreams/eebef410-fcb7-4248-adc9-a17c810ce2e3/download>

27. Мельничук Г. С. Теоретичні засади розробки механізму управління формуванням прибутку підприємства. URL: <https://global-national.in.ua/archive/14-2016/93.pdf>

28. Корніюк С. О. Управління прибутком підприємства. URL: <https://socrates.vsau.org/b04213/html/cards/getfile.php/13752.pdf>

29. Войцещук В. В. Удосконалення управління прибутком на підприємстві. URL: <https://elar.khmnu.edu.ua/bitstreams/8bb6553d-4a85-4517-99e1-3fef58350ad1/download>

30. Кушик І. Л., Мартиненко В. П. Управління процесом прибутку на підприємстві. URL: <https://ela.kpi.ua/bitstreams/4f1d4f7d-822f-4da4-8325-4ae92da9b84c/download>

31. Парій Л. В. Управління прибутком підприємства в сучасних умовах. URL: <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2734>

32. Миронюк В. П. Сутність та класифікація прибутку підприємства. URL: <https://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/45809/16245.pdf?isAllowed=y&sequence=3>

33. Глушенкова А. А. Управління прибутком підприємства. URL: <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2517>

34. Морозов І. В. Джерела формування та напрями використання прибутку підприємств. URL: <https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/11/Morozov-I.pdf>

35. Василькова О. Є., Будякова О. В. Дипломна магістерська робота: вплив системи управління прибутком на ефективне функціонування підприємства. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/20580/1/Dyplom051_Vasyilkova_Bud_iakova.pdf

36. Сахаров О.О., Клієнтська лояльність як індикатор привабливості інвестування бізнес-проектів // Матеріали міжнародної науково-практичної

конференції «Фінанси, Маркетинг, Менеджмент, Економіка: сталі рішення та цифрові трансформації». м. Біла Церква, 5-6 червня 2025 р., С. 165-167.

37. Гріненко А. О. Оцінка інвестиційної привабливості підприємств в умовах нестабільного середовища / А. О. Гріненко // Фінанси України. 2021. № 4. С. 55–62.

38. Шевченко О. П. Інституційні та ринкові чинники інвестиційної привабливості / О. П. Шевченко // Науковий вісник УжНУ. Серія: Економіка. 2019. № 1(53). С. 134–139.

39. Іванова Т. В. Методичні підходи до оцінювання інвестиційної привабливості підприємств / Т. В. Іванова // Бізнес Інформ. 2020. № 3. С. 88–93.

40. Ткаченко Л.В. Вплив нематеріальних активів на інвестиційну привабливість підприємства / Л.В. Ткаченко // Економічний простір. 2022.– № 173. С. 25–32.

41. Белінська С.М., Крисіна І.О. Управління прибутком підприємства. Ефективна економіка. 2022. № 1. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2022.1.16>.

42. Павлюк І.О. Управління прибутком підприємств в умовах сьогодення. Вісник Хмельницького національного університету. 2020. № 1. С. 84–88.

43. О.О. Дробишева, Бучакчійська Ю.М. Управління прибутком підприємства в умовах кризи. Вісник Дніпропетровського науково-дослідного інституту судових експертиз Міністерства юстиції України. Економічні науки. 2019. Вип. 1. С. 21–26.

44. Колісник О., Томша А. Особливості формування та розподіл прибутку підприємства. Економіка та суспільство. 2021. № 25. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-25-15>.

45. Вовк О. М., Ковальчук А. М., Комісаренко Я. І., Джулай А. В. Прибуток та рентабельність як детермінанти розвитку підприємства. Modern Economics. 2020. № 21(2020). С. 37–44.

Додатки