

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра Економіки підприємства та організації підприємницької
діяльності
(найменування кафедри)

Допущен

Завіду

(підпис)

“ ”

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 6.030504 «Економіка підприємства»
(шифр та найменування спеціальності)

на тему: **«Шляхи підвищення прибутку підприємства (на прикладі
ТОВ «Гармонія»»**

Виконавець:

студент факультету ЦЗФН

Іванов В.В.

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Бабій О.М.

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Одеса 2019

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА	5
1.1. Поняття прибутку, його види та методика формування	5
1.2. Фактори, що впливають на обсяг прибутку виробничого підприємства	15
1.3. Основні напрямки підвищення прибутку виробничого підприємства	28
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПРИБУТКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «ГАРМОНІЯ»	39
2.1. Загальна характеристика господарської діяльності ТОВ «Гармонія»	39
2.2. Аналіз фінансового стану на підприємстві ТОВ «Гармонія»	47
2.3. Аналіз показників прибутку на підприємстві ТОВ «Гармонія»	56
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «ГАРМОНІЯ»	68
3.1 Підвищення прибутку за рахунок розширення асортименту товарів у фірмових магазинах ТОВ «Гармонія».	68
3.2 Підвищення прибутку за рахунок зміни структури виробництва та реалізації продукції	76
ВИСНОВКИ	81
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	89

ВСТУП

Актуальність теми. В умовах конкуренції на ринках промислових товарів прибуток є головним індикатором успішної діяльності підприємства. Він водночас є метою виробництва, стимулом і гарантом можливості подальшого розвитку бізнесу. Завжди актуальна проблема управління прибутком підприємства значно загострюється в умовах зростання інтенсивності конкуренції, насичення ринку товаром.

Нестабільність розвитку економіки країни негативно впливає на фінансові результати підприємств. Цей факт симулює з боку підприємства процес прискіпливого аналізу усіх факторів, які впливають на рівень його прибутку, та виявлення тих факторів, через які система менеджменту буде найбільш ефективно управляти діяльністю підприємства.

Різним аспектам оцінки та управління прибутком підприємства присвячені праці таких українських та російських науковців: М. Д. Білик, М. Т. Білуха, І. О. Бланк, Б.В. Буркинський, Б. І. Валуєв, І. В. Волошин, А. О. Заїнчковський, О. Р. Квасовський, В.В. Ковальов, В. Х. Ліннк, В.О. Мец, С.В. Мочерний, О. О. Орлов, А. М. Поддєрьогін, С. Ф. Покропивний Ю. С. Цал-Цалко, О. Г. Янковий.

Серед західних економістів дослідження прибутку знайшло відображення у роботах А. Бабо, Л. Р. Брейлі, Є. Брігхема, Ф. Візера, Л. Гапенскі, А. Гропеллі, Д. Гріна, Г. Давенпорта, К. Друрі, Б. Коласса, С. Майерса, С. Росса, Р. Холта та інших.

Предметом дослідження є фактори та шляхи підвищення прибутку ТОВ "Гармонія".

Об'єктом дослідження є процеси формування прибутку ТОВ "Гармонія".

Метою дипломної роботи є аналіз прибутку ТОВ "Гармонія", пошук і обґрунтування шляхів його підвищення.

Завданнями, які розв'язувалися в процесі досягнення мети, є такі:

- * теоретичні питання формування та розподілу прибутку виробничого підприємства;
- * аналіз господарської діяльності ВК ТОВ "Гармонія";
- * аналіз фінансового стану підприємства.
- * оцінка факторного впливу на рівень прибутку підприємства;
- * економічне обґрунтування шляхів підвищення прибутку ВК ТОВ "Гармонія".

В процесі дослідження використовувалися загальноприйняті в економічній науці методи вивчення: абстрактно-логічний, статистико-економічний, системного аналізу, комплексний і системний підходи, методи фінансового аналізу, традиційні способи і прийоми економічного аналізу (табличний, порівняння, угруповання, графічний). Обробка даних здійснювалася з використанням сучасних комп'ютерних технологій.

Інформаційною базою дослідження з'явилися дані економічної літератури вітчизняних і зарубіжних авторів, матеріали конференцій, публікацій в економічних і електронних виданнях, дані фінансової звітності підприємства (№1 – Баланс; №2 - "Звіт про фінансові результати") та інші матеріали.

ВИСНОВКИ

Тема "Фактори та шляхи підвищення прибутку підприємства" виконана на прикладі ТОВ «Гармонія».

Миколаївська трикотажна фабрики ТОВ «Гармонія» має довгу історію розвитку і на сьогодні є розвинутим в технічному та організаційному плані підприємством. Вона була створена у 1947 році. У дев'яності роки підприємство було перетворено у закрите акціонерне товариство. У 2001 році було реорганізовано у ТОВ.

На даний момент Миколаївська трикотажна фабрика є виробником виробів білизняного та верхнього трикотажу для дорослих та дітей. Перша виробнича торгова марка "МТФ" підприємства запатентована у 2001 році. Сьогодні підприємство володіє кількома запатентованими торговими марками.

Асортимент готової продукції МТФ включає одяг для жінок, чоловіків та дітей різного віку (від немовлят до людей найстаршої вікової групи). Більшу частину колекції становить жіночий асортимент.

МТФ ретельно стежить за якістю виробів. По-перше, це прагнення проявляється на етапі створення моделей, які відповідають очікуванням клієнтів. По-друге, МТФ забезпечує якість виробничих процесів з метою найкращого втілення у життя розроблених моделей одягу.

Вся продукція проходить сертифікацію і виробляється з сертифікованого, екологічно чистого матеріалу.

Фабрика співпрацювала (*переробка давальницької сировини*) з такими компаніями як Roch Valley (*Роч Велі*) — англійський лідер у виробництві одягу та взуття для танців, Steilmann (*Штальман*) — виробник жіночого одягу та мультибрендовий продавець з Німеччини Orsay (*Орсей*) — торговий бренд жіночого одягу (Німеччина) Benetton Group SpA (*Бенетон*) — група компаній, а також один з світових брендів індустрії моди, головне представництво якого знаходяться у місті Тревизо в

Італії.

Окрім готових виробів МТФ пропонує клієнтам послуги: вишивку, виробництво нашивок (шевронів), а також нанесення друкованого малюнку (шовкографію). Вишивка та нанесення друкованих малюнків здійснюється на готові вироби (власного виробництва та надані клієнтом) та на деталі крою.

Виробництво продукції здійснюється на кількох виробничих підприємствах фабрики. Головні виробничі потужності розташовані безпосередньо у м. Миколаєві.

Реалізація продукції здійснюється через власні магазини підприємства, а також через торгових посередників по всій території України та стран СНД. Відвантаження продукції відбувається оптовими партіями зі складу підприємства. Власна торгова мережа ТОВ на даний момент включає сім магазинів у Миколаєві, Дніпропетровську та Запоріжжі. Розвиток власної торгової мережі є одним з стратегічних напрямків розвитку підприємства.

Для вирішення основних задач дослідження ми сконцентрували увагу на одному з найбільших виробничих підприємств компанії: «Гармонія». Аналіз діяльності підприємства проведено за період з 2015 по 2017 роки.

За період з 2015 по 2017 рік спостерігається негативна тенденція випуску товарної продукції та реалізації продукції. Темпи зниження реалізації продукції навіть трохи перевищують темпи зниження обсягів виробництва. У підприємства дуже високий показник витрат на гривню реалізованої продукції. У 2015 році його значення навіть перевищує одиницю, що говорить про нерентабельність реалізації в цьому періоді.

Оскільки чисельність працівників за період, що аналізується, не змінювалась суттєво, показник продуктивності праці також має негативну тенденцію зниження. Наслідком такої тенденції є зниження середньої заробітної плати на підприємстві.

За період 2015—2017 рр. середній залишок оборотних коштів підприємства не зазнає суттєвих коливань. При цьому, оборотність оборотних коштів уповільнюється на фоні зниження обсягів реалізації продукції. Треба відзначити досить повільну оборотність оборотних коштів підприємства, яке відноситься до швейної галузі.

У цілому діяльність підприємства за період 2015—2017 рр. є прибутковою. Це відбувається за рахунок прибутку від іншої операційної діяльності підприємства.

З точки зору розуміння прибутковості діяльності підприємства вагоме значення має більш детальний аналіз показників оборотності активів підприємства та показників його фінансового стану.

Можно зробити висновок, що уповільнення оборотності оборотних коштів відбувається за рахунок уповільнення оборотності запасів. Оборотність дебіторської заборгованості підприємства навпаки прискорюється, що позитивно впливає на оборотність оборотних коштів.

Позитивною тенденцією є збільшення долі власних оборотних коштів. Частка власних оборотних коштів у покритті запасів має знаходитись на рівні 0,5 і більше. Тобто у підприємства спостерігається нормальний рівень покриття запасів власними коштами.

Деякі показники фінансової стійкості, передбачені Методичними рекомендаціями, не були розраховані. По-перше, не проводився розрахунок показників, що потребують даних про основні засоби підприємства, тому що підприємство орендує основні виробничі засоби, тобто власних основних виробничих засобів немає. Таким чином не були розраховані такі показники фінансової стійкості: фондвіддача та коефіцієнт маневреності власного капіталу. По-друге, не розраховувались показники фінансового стану, які призначені для аналізу довгострокової заборгованості. У підприємства за період 2015—2017 роки довгострокових зобов'язань не було. Таким чином не розраховувались такі показники: коефіцієнт структури довгострокових вкладень; коефіцієнт

довгострокового залучення позикових коштів; коефіцієнт структури позикового капіталу.

Аналіз прибутку підприємства здійснено за двома видами детермінованих моделей факторного економічного аналізу: адитивними та мультиплікативними моделями.

За результатами аналізу адитивних факторів можна зробити такі висновки.

Темпи зниження валового прибутку в період з 2015 по 2017 роки прискорюються. Негативний вплив на обсяг валового прибутку та його динаміку оказують два головні фактори: уповільнення темпів реалізації продукції та підвищенням матеріальних витрат на виробництво.

Окрім означених факторів на обсяг чистого прибутку від реалізації продукції підприємства негативно впливає підвищення адміністративних витрат у 2015 році. Однак з 2016 року адміністративні витрати підприємства скорочуються досить швидкими темпами, що позитивно вплинуло на рівень чистого прибутку від реалізації продукції

На величину чистого прибутку підприємства впливають, окрім вище означених факторів, прибуток від іншої операційної діяльності, зміна суми оплати відсотків за кредитами та зміна ставки оподаткування прибутку.

Прибуток від іншої операційної діяльності зменшується. Відповідно зменшується його вплив на прибуток від операційної діяльності, а також на чистий прибуток підприємства.

Вплив суми оплати відсотків за кредитами є нестабільним за аналізований період.

Показники прибутку щільно пов'язані з показниками рентабельності. Тому аналіз прибутку доповнено аналізом відповідних показників рентабельності. Загальний висновок за показниками рентабельності підприємства у 2015—2017 рр. такий. У підприємства склалась негативна тенденція зниження рентабельності реалізованої продукції. Навіть зниження адміністративних витрат не змінило загальної тенденції.

Підприємство має нестабільну прибутковість діяльності, активів та власного капіталу. Якщо говорити про загальні тенденції, то вони склались такі. Рентабельність активів та власного капіталу мають загальну тенденцію зниження. Тільки рентабельність діяльності завдяки впливу прибутковості іншої операційної діяльності підприємства має загальну позитивну тенденцію.

Для проведення аналізу впливу мультиплікативних факторів була застосована чотирьохфакторна модель. Розрахунок впливу факторів на обсяг прибутку від реалізації продукції підприємства проведено методом виявлення ізольованого впливу факторів. Аналіз впливу факторів на рівень прибутку підприємства проведено тільки для 2017 року за даними 2016 та 2017 років, тому що у 2015 році підприємство отримало збитім. Це унеможливорює розрахунок показника "Частка прибутку у реалізованій продукції" у 2015 році.

За результатами аналізу можна зробити висновок, що у 2017 року найбільший вплив на обсяг прибутку від реалізації продукції підприємства має відношення фінансового результату від реалізації продукції до чистого доходу від реалізованої продукції. Низький рівень прибутковості продаж є результатом високого рівню повної собівартості продукції. Тобто результати аналізу мультиплікативних факторів ще раз підтверджують попередній висновок про значний вплив рівня повної собівартості продукції на фінансовий результат від реалізації продукції підприємства. Другим фактором за значенням впливу на прибуток є продуктивність праці. У свою чергу, низькі показники продуктивності праці є наслідком низького рівня коефіцієнту використання потужності підприємства.

Таким чином, найбільший вплив на рівень прибутку підприємства оказують такі фактори: постійне зростання матеріальних витрат на виробництво, тенденція зниження прибутковості продаж та низький рівень реалізації продукції порівняно з можливостями виробництва.

Для підвищення економічного ефекту діяльності підприємства нами

були розроблені, обґрунтовані економічними розрахунками та запропоновані до впровадження такі заходи.

1. Розширення асортименту товарів у фірмових магазинах МТФ. Мета заходу полягає у підвищенні прибутку фірмових магазинів МТФ та швейних фабрик завдяки підвищенню товарообігу.

Опитування працівників магазинів МТФ дозволяє зробити висновок щодо основної причини низького товарообігу. Це неможливість представити досить широкий асортимент підприємства на малих торгових площах. Дійсно, магазини МТФ у середньому мають 50 м² торгової площі, що дозволяє розмістити належним чином близько 500 одиниць товару (асортиментних позицій підприємства з повною розмірною лінійкою). Тобто 43% STU (Stock Keeping Unit — одиниця обліку запасів) не вміщується у торговому просторі магазину.

Пропонується збільшити торговий простір без зміни торгової площі, яку займає магазин, за рахунок встановлення гіпсокартонних перегородок. Збільшення на 30% площі викладки дозволить представити 300 одиниць товару в одному магазині (тобто майже весь асортимент підприємства з повними розмірними лінійками). Різноманітність товару, повнота вибору підвищує інтерес покупця до товару та спонукає до покупки. За досвідом маркетингологів зростання кількості STU у 1,6 раз призводить до росту виторгу приблизно у 1,2 рази за розрахунковий період.

Завдяки встановленню гіпсокартонних перегородок водночас виконується ще одне завдання з покращення продаж - здійснюється зонірування торгового простору, що підвищує увагу покупці до кожної групи товарів, дозволяє покупцю сфокусуватись на окремій групі товару й уважніше придивитись до всіх видів представленого товару. Секційне розміщення товару систематизує рух покупців і трохи його уповільнює, що за досвідом мерчендайзерів позитивно впливає на результат покупки.

Для реалізації такого заходу з боку підприємства потрібні певні інвестиції. Інвестиція портібна на придбання матеріалів, здійснення робіт

по встановленню гіпсокартонних перегородок та придбання додаткового торгового обладнання.

Очікуваний додатковий прибуток від впровадження заходу складає 376,7 тис. грн. Термін окупності інвестицій приблизно дорівнює 0,34 року (або 4,0 місяця).

2. Сутність наступного рекомендованого заходу полягає у зміні співвідношення випуску груп продукції, які орієнтовані на різні цільові аудиторії, з метою підвищення прибутковості продаж підприємства.

Для аналізу асортименту продукції підприємства нами використано ABC-підхід до аналізу запасів товарів. Перевагою ABC-аналізу є укрупнений підхід до класифікації товарів, оскільки детальний аналіз кожної товарної позиції (STU) при широкому асортименті є дуже трудомістким завдання. При цьому, результат ABC-аналізу не гірший за результат детального аналізу. Головною метою ABC-класифікації є виділення суттєвих товарних позицій та несуттєвих.

Використання ABC-підходу до систематизації асортименту МТФ дозволило нам виділити суттєві та несуттєві для підприємства товарні позиції. Коли ми говоримо про суттєвість або несуттєвість групи продукції, ми розуміємо позицію керівництва підприємства до формування асортименту. Така позиція зформуватись протягом часу як результат власного досвіду роботи на ринку трикотажних виробів. Але *ситуація* із попитом з часом змінюється. І це треба своєчасно враховувати.

Як виявилось, у МТФ найбільшу частку виробництва й реалізації складають жіночі халати та жіночі нічні сорочки, для яких цільовою групою є споживачі віком 45 років і вище.

За оцінками спеціалістів, зокрема, маркетологів, останнім часом спостерігаються деякі зсуви у структурі попиту на білизняні трикотажні речі, зростає попит на дитячий трикотажний білизняний одяг. Крім того, в моді взагалі спостерігається популяризації молодіжних тенденцій. Тобто цільова група віком 45 років і вище мусить бути ще більше сегментована.

Цільова група, на яку був орієнтований асортимент МТФ групи А, старішає та скорочується. Тому підприємству треба змінити пріоритети у формуванні асортименту і з часом поміняти склад груп. За критерієм суттєвості до групи А мусять відноситись піжами жіночі та комплекти домашнього одягу жіночі. До групи В - халати жіночі, нічні сорочки жіночі, одяг дитячий. У групі С відповідно залишається одяг чоловічий. Водночас рекомендується усунути найменш рентабельні асортиментні позиції, що підвищить середню рентабельність групи А і В.

Розрахунок зроблено за умови збереження доходу на рівні 2017 року.

Очікуваний додатковий прибуток від впровадження заходу складає 79,3 тис. грн. Очікуване збільшення прибутковості реалізації продукції складає 0.8 відсоткових пунктів (або прирост на 3,7%).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азаренкова Г. М. Фінанси підприємств : навч. посібник [для самот. вивч. дисципліни]. / Г. М. Азаренкова, Т. М. Журавель, Р. М. Михайленко. - 3-тє вид., виправл. і доп. - К. : Знання-Прес, 2009. - 299 с.
2. Балдинюк А.Г. Управління фінансуванням оборотних активів торговельних підприємств: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.07.05 / А.Г. Балдинюк ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. — К., 2005. — 21 с. — укр.
3. Бассова, О.О. Управління формуванням прибутку підприємств швейної промисловості / О.О. Бассова // Ефективна економіка. — 2014. — № 2.
4. Білик М. Д. Управління фінансами державних підприємств. - К: Т-во "Знання", КОО, 1999. - 312 с.
5. Бланк И. А. Управление активами [Текст] / И. А. Бланк. - К. : Ника - Центр : Эльга, 2000. - 720 с.
6. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента [Текст] / И. А. Бланк. - К. : Ника - Центр : Эльга, 2000 - . - (Библиотека финансового менеджера). Т.1. - 2000. - 592 с. : ил. —
7. Бланк И. А. Торговый менеджмент : Учеб. курс / И. А. Бланк. - К. : Эльга; Ника-Центр, 2004. - 488 с. - Библиогр.: с. 482-485 - рус.
8. Бланк И. А. Управление прибылью / И. А. Бланк. - 3-е изд., перераб. и дополн. - К.: Ника-Центр, 2007. - 766 с. - рус.
9. Брігхем, Є. Ф. Основи фінансового менеджменту [Текст] : підручник / Є. Ф. Брігхем ; пер. В. Біленький [та ін.] ; наук. ред.: О. Д. Василик, О. Д. Заруба ; Держ. нац. ун-т ім. Т. Г. Шевченка. - К. : Молодь, 1997. - 1000 с.
10. Бригхем Ю., Гапенски Л. Финансовый менеджмент. Полный курс : В 2-х т. / Пер. с англ. под ред. В. В. Ковалева. СПб. : Институт «Экономическая школа», 2004. — Т.1 497 с., Т.2 669 с.

11. Ван Хорн Д. Основы управления финансами Пер. с англ. / Гл. ред. серии Я. В. Соколов. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 800 с.
12. Голов С.Ф. Управленческий учет. Учебник. / С.Ф. Голов. - К.: Либра, 2004. - 576 с.
13. Господарський Кодекс України від 16.01.2003 р.
14. Егупов Ю.А., Купинец Л.Е. Бизнес-план: методика разработки и анализа. Навчальний посібник. Одесса: Оптимум, 2001. - 230 с.
15. Елисеева В. А. Математические методы управления: Уч. пособие. — М: Дедо и Сервис. 2004.
- Елисеева В.А. Математические методы управления: Уч. пособие. — М.: Дело и Сервис, 2004.
16. Эви Боди, Роберт Мертон Финансы. —М.: Вильямс, 2007. . — 592 с., с ил.
17. Калмыков З. Оборотно-стоимостной и вариационный анализы как инструмент управления ассортиментом // Торговое дело. - 2005. - №6. - С.8-13.
18. Калмыков З. Управление ассортиментом: оборотно-стоимостной анализ / З. Калмыков // Торговое дело. - 2005. - №7. - С.40-45.
19. Калмыков З. Управление ассортиментом: вариационный анализ / З. Кал-мыков // Торговое дело. - 2005. - № 8-9. - С. 36-39.
20. Ковалев В. В. Анализ средств предприятия и их использования Бухгалтерский учет. -2000. -№10-С. 10-15.
21. Ковалев, В. В. Финансы предприятий [Текст] : учебник / В. В. Ковалев, Вит. В. Ковалев. - М. : Проспект, 2003. - 352 с. : рис., табл. - Глоссарий: с. 293-319. - Библиогр.: с. 347-350. -
22. Ковалюк О.М. Фінансовий механізм організації економіки України (проблеми теорії і практики): [монографія]/ О.М. Ковалюк.— Львів: Вид-во: центр Львівського НУ імені Івана Франка, 2002.—396 с.
23. Королев В. Измерение конкурентоспособности компании / В. Королев // Финансовый директор. —2007. —№2.—С. 33-43.

24. Луців Н. П. Стратегія формування оборотного капіталу підприємств / Н. П. Луців // Економіка: проблеми теорії та практики: зб. наук. пр. – Вип. 232: в 5 т. – Т. 2. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2007. – 284 с. – С. 310-316.

25. Мещеряков, А. И. Управление товарным ассортиментом торговой компании [Text] / Мещеряков А.И. - Монография. - М. : Маркет ДС, 2004. - 150 с. - (Академическая серия).

26. Методичні рекомендації щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства, затв. Наказом Міністерства економіки України 19.01.2006 № 14 (у редакції наказу Міністерства економіки України від 26.10.2010 №1361). — [Електронний ресурс] — Режим доступу — http://justice-km.gov.ua/?dep=page&dep_up=948&dep_cur=1312/

27. Методичні рекомендації оцінки впливу змін економічних факторів на результативні показники прибутку, рентабельності виробництва і реалізації продукції (робіт, послуг) / Н.М. Григор, О.В. Крехівський, Н.Л. Ніколаєнко та ін. – К.: ДП ДІКТЕД, 2007. – 140 с.

28. Мірко Н. В. Оцінка стану та тенденцій розвитку внутрішнього ринку продукції легкої промисловості [Електронний ресурс] : Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет. — 2010. - № 10.

29. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності", затв. Наказом Міністерства фінансів України № 73 від 07.02.2001 Зр.

30. Офіційний сайт Української асоціації підприємств легкої промисловості [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://ukrlegprom.org.ua/golovni-podiyi/> — Назва з екрану.

31. Офіційний сайт Державного комітету статистики України.

[Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/> — Назва з екрану.

32. Орлов О. А. Маржинальная прибыль в экономических расчетах на промышленных предприятиях / О. А. Орлов. Е. Г. Рясних. — К.: Скарби, 2003.-132 с.

33. Орлов О А. Маржиальная прибыль в экономических расчетах на промьшленньх предприятиях; монографня / ОА. Орлов. Е.Г. Рясных. / изд. 2-е. переработ. н допатн. — К.: Освіта України. 2011.- 192 с.

34. Осипов В. И. Методы факторного анализа и планирования в промышленности : учеб. пособ. / Осипов В. И. — К.: УМК ВО при Минвузе УССР, 1989.-212 с.

35. Отпущенкова О. М. Формування механізму управління прибутком підприємства: автореф, на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / О.М Отпущенкова. — Луганськ 2005.

36. Пивоваров К. В. Бизнес-планирование. - М.: Маркетинг, 2001.— 162 с.

37. Податковий Кодекс України. 2011 р.

38. Покропівний С. Ф. Економіка підприємства: підручник / С.Ф. Покропівний, -2-ге вид., перероб. та доп.]. - К.: КНЕУ, 2001. - 528 с.

39. Связанные одной нитью. Украинские швейные бароны не спешат завоевывать отечественный рынок [Електронний ресурс]. - Режим доступу <http://www.dsnews.ua/politics/art46447> - Назва з екрану.

40. Степанов В. Г. Структурный ABC анализ ассортимента / В. Г. Степанов // Аудит и финансовый анализ. — 2007. — № 3. — С. 205— 214.

41. Таблицы расчета потребности в материалах на конструкции с применением гипсокартона Knauf [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://w3.knauf.ru/img/catalog/download/102-0004_A1-bom_RCh_Peregorodki_iz_KNAUF-listov_-.pdf - Назва з екрана.

42. Фінансовий аналіз: навч. посіб. / М. Д. Бланк, О. В. Павловські, Н. М. Притуляк, Н. Ю. Невмержицька. - К.: КНЕУ. 2005. - 592 с.
43. Фінанси підприємств. Підручник [А. М. Поддєрьогін, М. Д. Білик, Л. Д. Буряк та ін.]; кер. кол. авт. і наук, ред. проф. А. М. Поддєрьогін. - [3-тє вид. перероб. та допов.]. - К.: КНЕУ, 2000. - 385 с.
44. Хелферт З. Техніка фінансового аналізу / З. Хелферт. - 10-е изд. — СПб.: Питер. 2003. — 640 с.: ил. — (Серия «Академия финансов»). — 3000 экз. — ISBN 5-313-00718-X
45. Цал-Цалко Ю. С. Фінансовий аналіз : підручник / Ю.С. Цал-Цалко. - К. : Центр учбової літератури. 2008, - 566 с.
46. Чейз Р. К. Производственный и операционный менеджмент / Чейз Р. К., Джейкобс Ф. Р., Ахвилано Н. Дж.: пер. с англ. — [10-е изд.] — М.: ООО «И. Д. Вильямс», 2007,— 1184 с: ил. — Парал.тит. англ.
47. Шеремет А. Д. Методика фінансового аналізу / А. Д. Шеремет. Р.С. Санфулин - М.: Инфра - М. 2005. - 380 с.
48. Ширягіна О. Є. Формування та використання прибутку підприємства: автореф. на здобуття наук, ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.08 "Гроші, фінанси і кредит" О.Є. Ширягіна. – Київ, 2007.
49. Янковий В. О. Управління прибутком промислових підприємств: автореф. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 "економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)" ОБ. Янковна. — Одеса, 2011.
50. Янковий О. Г. Детерміновані моделі факторного економічного аналізу / Методологія статистичного забезпечення розвитку регіону: Монографія // За заг. ред. А.З. Підгорного. — Одеса: Атлант. 2012. — С. 125—143.
51. Поддєрьогін А.. М., Буряк Л. Д., Нам Г.Г. та ін. Фінанси підприємств: Підручник / Керівник авт. кол. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. 3-тє вид., перероб. та доп. — К.: КНЕУ, 2001. — 460 с., іл.