

Кафедра економіки підприємства та організації підприємницької діяльності
(найменування кафедри)

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

“ ____ ” _____ (підпис)
2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
(шифр та найменування спеціальності)

за освітньою програмою Економіка підприємства та організація підприємницької діяльності»

на тему: « ФАКТОРИ ТА ШЛЯХИ, ЩО СПРИЯЮТЬ
ПІДВИЩЕННЮ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА
(на прикладі ПРАТ « ЄННІ ФУДЗ»»)

Виконавець:

студент факультету ЦЗВФН

Матрусенко М.О. _____

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

Науковий керівник:

К.е.н, доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Танасюк І.М.

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

Одеса 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ПРИБУТОК ПІДПРИЄМСТВА : ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ, ВИДИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ.....	5
1.1. Сутність прибутку підприємства та його роль та значення для ділової активності підприємства.....	5
1.2. Основні чинники впливу на прибуток підприємства.....	7
1.3. Формування та розподіл прибутку підприємства в сучасних умовах.....	11
РОЗДІЛ 2. МОНІТОРІНГ ТА ДІАГНОСТИКА РІВНЯ ТА ДИНАМІКИ ПРИБУТКУ ПрАТ «ЕННІ ФУДЗ» ЗА 2021-2023РР.	
2.1. Техніко-економічна характеристика фінансово - господарської діяльності ПАТ «Енні Фудз» за 2021 -2023рр.....	14
2. 2. Особливості формування різних видів прибутку ПрАТ «Єнні Фудз» за 2021-2023рр.....	31
2.3. Основні тенденції ринків, на яких працювало ПрАТ «Єнні Фудз» у 2021-2023рр.....	39
2.4. Факторний аналіз зміни прибутку та SWOT-аналіз ПрАТ «Єнні Фудз» за 2021-2023рр.....	46
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКУ ПрАТ «ЄННІ ФУДЗ».....	52
ВИСНОВКИ.....	63
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	65

ВСТУП

У важких умовах економічної кризи, в яких опинилась Україна внаслідок повномасштабної російської агресії, функціонування промислових підприємств значно ускладнюється. Це впливає на всі галузі економіки України та потребує розроблення та втілення дієвих заходів щодо збільшення прибутку підприємства, наявність якого є важливою запорукою існування та розвитку.

Метою бакалаврської роботи є визначення шляхів та розробка заходів щодо збільшення прибутку на основі дослідження теоретичних основ формування прибутку підприємства, визначення особливостей здійснення фінансово-господарчої діяльності ПрАТ «Єнні Фудз» за період з 2021р. до 2023 року, а також факторів, що впливають на рівень прибутку підприємства в умовах повномасштабної російської агресії.

Для досягнення поставленої мети в бакалаврській роботі вирішуються такі завдання:

- а) дослідження ролі та сутності прибутку у господарській діяльності підприємства, особливостей формування різних видів прибутку;
 - б) аналіз організації роботи підприємства з формування, управління та використання прибутку ПрАТ «Єнні Фудз» за період з 2021р. до 2023 року;
 - в) проведення аналізу прибутковості фінансово-господарчої діяльності ПАТ «Єнні Фудз» за період з 2021 -2023рр;
 - г) здійснення діагностики зовнішньої та внутрішньої середовища ПрАТ «Єнні Фудз» за період з 2021-2023рр. ;
 - д) надання пропозицій щодо підвищення прибутку ПАТ «Єнні Фудз» та розробка заходів щодо підвищення прибутку в сучасних умовах;
- Об'єктом дослідження є процес збільшення прибутку ПрАТ «Єнні Фудз» .

Предметом дослідження є проблема розробки напрямів та заходів збільшення прибутку ПрАТ «Єнні Фудз».

Теоретичною основою роботи стали наукові праці вітчизняних і зарубіжних фахівців в галузі теорії прибутку. Правове поле дослідження становлять чинні законодавчі та нормативні документи, що регламентують діяльність вітчизняних підприємств. Інформаційною базою дослідження є офіційні статистичні матеріали, фінансові показники фінансово-господарчої діяльності ПрАТ «Єнні Фудз» з 2021-2023рр.

У процесі досліджень використовувалися методи: логічного узагальнення при формуванні висновків, пізнання при аналізі економічних показників та форм управління, статистичні методи при проведенні аналізу показників господарської діяльності підприємств.

Практичне значення отриманих результатів. Матеріали та висновки даної кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього рівня бакалавра можуть бути використані ПрАТ «Єнні Фудз» при формуванні стратегічних дій щодо збільшення прибутку підприємства.

Обсяг і структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (47 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 70 сторінок комп'ютерного тексту, містить 27 таблиць та 9 рисунків.

РОЗДІЛ 1. ПРИБУТОК ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ, ВИДИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ

1.1. Сутність прибутку підприємства та його роль та значення для ділової активності підприємства

Прибуток є однією з неоднозначних складної економічних категорії, а визначення його економічної сутності ускладнюється різноманітністю інтересів підприємства, які він відображає. Визначення економічної сутності прибутку необхідно для активізації джерел його формування, формування механізму розподілу та розробки шляхів зростання.

Дослідження наукових поглядів та економічних теорій прибутку, яке було здійснено Назаренко І.Ф., свідчить про наявність трьох підходів серед науковців, які досліджували сутність прибутку: визначення представників західної політекономії, визначення з точки зору політекономії соціалізму та визначення з точки зору сучасників-науковців ринкової економіки. За її думкою, прибуток як економічна категорія є наслідком розвитку економічної системи у взаємозв'язку із наявністю товарно-грошових відносин, появою та розвитком різних інститутів власності (приватної, державної, колективної)[27].

Прибуток підприємства безпосередньо залежить від доходу, що залишається після відшкодування всіх витрат на забезпечення господарської діяльності підприємства та сплати податків і вважається одним з головних показників результативності діяльності підприємства та основою для ділової активності.

Прибуток є основою для ділової активності підприємства пов'язано з тим, що ділова активність виступає як підґрунтя загального фінансового стану підприємства та забезпечує формування інформаційної бази оцінки інвестиційної привабливості. Опираючись на досвід від опрацювання літературних джерел і аналізуючи думки різних авторів з приводу ділової активності, можна сказати, що: ділова активність - це складна, інтегрована за багатьма

показниками характеристика діяльності підприємства, яка визначає його стан на ринку, забезпеченість та ефективність використання усіх видів ресурсів та результати господарювання[38, с.162].

Прибуток є складною економічною категорією, але. в багатьох літературних джерелах його сутність зводиться до того, що це «частина вартості додаткового продукту, додатковий продукт, виражений у коштах, частина чистого доходу,» За думкою, М.М. Бердар, прибуток –це перетворена форма додаткової вартості, виробленої і реалізованої, готової до розподілу, яка сформована в процесі суспільного відтворення для задоволення різних інтересів підприємства та його власника[3, с .95].

Прибуток відображає що доходи підприємства перевищують витрати підприємства, і чим більше таке перевищення тим ефективніше відбувається розвиток та з'являються можливості для розширення виробничої діяльності підприємства

У сучасних ринкових умовах ускладнення зовнішнього середовища, для того, щоб виробляти конкурентоспроможну продукцію і товари користувалися великим попитом на ринку, необхідно ретельно стежити за фінансовим станом підприємства, організовувати виробничу діяльність з дотриманням всіх вимог трудового законодавства та техніки безпеки, проводити моніторинг техніко-економічних показників діяльності підприємства щоб запобігти неочікуваним витратам. Неефективність використання фінансових ресурсів призводить до низької платоспроможності підприємства і, як наслідок, до зниження його прибутковості в майбутньому.

Чистий прибуток є основним власним фінансовим джерелом інтенсивного та інноваційного розвитку підприємства, реконструкції виробництва, модернізації його матеріально-технічної бази, підвищення соціального забезпечення співробітників підприємства. Раціональна політика формування прибутку підприємства, обґрунтування ефективних напрямів його використання дозволяє підприємству розвиватися у подальшому.

Таким чином, враховуючі різноманітні підходи до визначення значення та суті прибутку як економічної категорії можна виокремити такі його основні характеристики: прибуток є вартісним показником, частиною доходу, він не є гарантованою частиною, але його отримання передбачає вкладення капіталу в певний вид діяльності.

1.2. Основні чинники впливу на прибуток підприємства

Ускладнення зовнішнього середовища внаслідок повномасштабних агресивних російських вимагає визначити головні тенденції ринку та фактори, які впливають на можливість збільшувати обсяг реалізації, а головне прибуток підприємства. Для реалізації таких дій необхідно здійснити класифікацію факторів, що впливають на можливість і розміри їх отримання прибутку.

Ретельна та всебічна оцінка кожного з факторів відповідно до виробничої програми діяльності підприємства дає змогу визначити, яка частка прибутку в певному році отримана за рахунок зростання обсягу виробництва та цінового фактору, а яка - за рахунок зниження собівартості. З точки зору впливу цих факторів на приріст величини прибутку необхідно враховувати галузеву приналежність суб'єкта господарювання. Водночас особливе значення для забезпечення достовірності розрахунків фінансових результатів має облікова політика підприємства. До її основних чинників впливу на прибуток можна віднести: вибір методів нарахування амортизації основних засобів, порядок створення резервів, оцінку запасів.

Одним з основних критеріїв для класифікації є розподіл факторів на зовнішні та внутрішні. До зовнішніх факторів, що впливають на рівень прибутку та його динаміку, фахівці відносять : природні умови, державне регулювання цін, тарифів, відсотків, податкових ставок і пільг, штрафних санкцій та ін. Ці фактори не залежать від діяльності підприємства, але можуть значно вплинути на розмір прибутку. Наприклад, економічні коливання, інфляція,

обсяги споживання та інші фактори зовнішнього середовища можуть впливати на прибуток підприємства.

Основними внутрішніми факторами, з думкою В.В.Джеджули та І.Ю. Спіфанової є фактори, які залежать від роботи підприємства, а саме обсяг реалізованої продукції, який може мати як позитивний, так і негативний вплив на прибуток. Збільшення обсягу продажів рентабельної продукції що приводить до пропорційного збільшення прибутку. Рух товарів та організації процесу їх продажу, що призводить до зростання збуту продукції, збільшенню обсягу реалізації та зниженню поточних витрат. Якщо збільшиться частка рентабельніших видів продукції в загальному обсязі її реалізації, то сума прибутку зростає і навпаки, при збільшенні частки низькорентабельної або збиткової продукції загальна сума прибутку зменшиться. Достатня чисельність, компетентність та професіоналізм працівників забезпечує повну реалізацію виробничої програми підприємства, в той час як непропорційний розподіл обов'язків, нераціональне використання робочої сили спричиняє збільшення витрат [14, с. 83-84].

Внутрішні фактори, характеризують наявність і використання засобів і предметів праці, трудових і фінансових ресурсів поділяються на виробничі і позавиробничі. Розглянемо їх більш детально [14, с. 98-99].

Одним з головних внутрішніх факторів є витрати, їх величина витрат на виробництво продукту або надання послуги суттєво впливає на рівень прибутку підприємства. Тому, керівництво підприємства організує діяльність спрямовану на збільшення ефективного управління витратами. Збільшити прибуток дозволяє оптимізація витрат, яка передбачає детальний аналіз та зменшення надмірних витрат. Це може призвести до перегляду контрактів з постачальниками, оптимізацію процесів виробництва з метою видалення зайвих процесів тощо.

Важливе місце в цій діяльності займає підвищення продуктивності праці, шляхом оптимізації робочих процесів, впровадження новітніх технологій та забезпечення найкращих умов праці для збільшення мотивації праців-

вників та впровадження соціальних гарантій, а також атестація робочих місць за умовами праці яка покликана виявити шкідливі і небезпечні фактори виробничого середовища.

Ретельне стратегічне планування діяльності підприємства допомагає розробити цінова політику для формування цін на продукцію або послуги що впливає на обсяг продажів та, відповідно, на рівень прибутку. Якщо ціни підприємства відповідають або навіть нижчі за ціни конкурентів на ринку, це може збільшити обсяги продажів і прибуток, навіть за умови, що прибуток за одиницю товару може бути меншим. Підвищення або зниження цін може прямо вплинути на маржу, тобто різницю між витратами на виробництво і ціною продажу. Зазвичай, підвищення цін може підвищити маржу, що в свою чергу підвищить прибуток. Необхідно враховувати, що зміни в цінах можуть вплинути на споживачів. Якщо ціни занадто високі, це може знизити попит на товари та призвести до зменшення обсягів продажів і, відповідно, прибутку. Використання різних стратегій ціноутворення, таких як цінова дискримінація, ціноутворення з урахуванням витрат або цінова сегментація ринку, може вплинути на те, які групи споживачів купують товари підприємства за якими цінами, що може мати різний вплив на прибуток.

Однак, необхідно враховувати що зміни в цінах одного підприємства можуть спонукати його конкурентів до зміни своїх цін, що може спричинити війну цін та знизити прибуток всіх учасників ринку. Таким чином, цінова політика може мати складний і багатогранний вплив на прибуток підприємства, і важливо збалансувати ціни так, щоб забезпечити максимальний прибуток при належному рівні конкурентоспроможності на ринку.

Важливим фактором для підвищення прибутку є використання підприємством досягнень науково-технічного та організаційного прогресу, внаслідок чого зростає техніко-технологічний та організаційний рівень виробництва, розвиваються інформаційно-організаційні системи управління, відбувається швидке оновлення обладнання;

Не менш важливими є і наступні фактори: - удосконалення організаційної структури, за рахунок перегляду повноважень кожного працівника підприємства;

- поліпшення структури виробництва, зокрема підвищення коефіцієнтів завантаженості та оборотності шляхом збільшення обсягу продукції;

– підвищення конкурентоспроможності продукції та послуг, за рахунок підвищення якості товару та послуг, які виробляє[38];

В умовах глобалізації особливої уваги потребує розвиток та вдосконалення зовнішньо-економічної діяльності даного підприємства, тобто вміння налагодити зв'язки з підприємствами сусідніх країн для вчасного постачання сировини, що особливо важливо для ПрАТ одним з напрямів роботи якого є виготовлення та продаж розчинної кави, сировина до якого надходить з різних країн.

Таким чином, процес накопичення прибутку відбувається під впливом внутрішніх та зовнішніх чинників, зокрема:

- 1) зростання обсягів виробництва та реалізації продукції підприємства призводить до зменшення питомій ваги постійних витрат у собівартості продукції, а також зростання прибутку за рахунок зниження частки постійних витрат, що припадають на одиницю продукції;
- 2) зростання цін, особливо на нову інноваційну продукцію в період високих темпів інфляції зростання прибутку може забезпечити збільшення прибутку за рахунок цінового чинника;
- 3) зниження собівартості – зниження витрат без негативного впливу на якість продукції, досягається за рахунок більшої керованості й контролю в області витрат;
- 4) оновлення асортименту й номенклатури продукції, що випускається – випуск тих видів продукції, які користуються більшим попитом у населення, особливо в період кризи, коли платоспроможний попит населення знижується.

Отже, основними факторами щодо збільшення суми прибутку підприємства є збільшення об'єму реалізації продукції, зменшення собівартості продукції при збереженні якості продукції, підвищення цін, пошук нових ринків збуту тощо.

1.3. Формування та розподіл прибутку підприємства в сучасних умовах

Формування чистого прибутку підприємства відбувається на всіх стадіях виробництва продукції, в процесі його операційної, фінансової та інвестиційної діяльності. Все це передбачає організацію ефективного управління доходами та витратами, в усіх підрозділах підприємства.

Алгоритм формування прибутку передбачає наступне. В результаті реалізації продукції підприємство отримує виручка від реалізації товарів та послуг. Протягом вироблення продукції підприємство має витрати. Різниця між доходом від реалізації та собівартість реалізованої продукції є валовим прибутком.

Подальше відрахування адміністративних витрат та витрат витрати на збут дозволяє отримати прибуток від реалізації продукції. На наступному етапі, при розрахування результату від операційної діяльності враховуються інші операційні витрати та доходи, а врахування інших доходів та витрати, а також фінансових доходів та витрат дозволяє розрахувати чистий прибуток.

На формування абсолютної суми прибутку підприємства безпосередньо впливає ефективність фінансово-господарської діяльності, сфера діяльності галузь господарства, умови обліку фінансових результатів тощо [40, с.24].

Для отримання максимального прибутку, підприємство має враховувати всі джерел його формування, прагнути знижувати собівартість, зменшувати матеріальні витрати, використовувати обладнання у повному обсязі та

не допускати простоїв в його функціонуванні. Забезпечення максимальної величини прибутку з урахуванням потенціалу підприємства призводить до зростання ринкової вартості підприємства, підвищення ліквідності активів та платоспроможності підприємства. Рішення, які приймаються на різних рівнях управління, такі як стратегічне планування, розробка продукту, управління персоналом і т. д., можуть мати значний вплив на прибуток.

Отриманий підприємством прибуток є об'єктом розподілу. На першому етапі учасниками розподілу є держава й підприємство в результаті чого кожний з учасників одержує свою частку прибутку. Пропорція такого розподілу прибутку має важливе значення для забезпечення формування державного бюджету і потреб підприємства, реалізації фінансової політики держави забезпечення розвитку економіки країни в цілому.

Принципiальними напрямками використання прибутку, який залишається після виплат податків є поділ його на дві основні частини: прибуток, що йде за межі підприємства, а саме на виплати власникам корпоративних прав, для підвищення мотивації персоналу підприємства за підсумками роботи за рік, на соціальну підтримку та нерозподілений прибуток, який залишається на підприємстві. Він залишається на рівні інвестиційного та резервного фондів. На більшості підприємствах резервний фонд використовується у разі недостатньої кількості оборотних коштів, а інвестиційний фонд акумулює кошти для розвитку виробництва, оновлення його матеріально-технічної бази, придбання нових технологій. Проте такий розподіл прибутку умовний, оскільки на кожному підприємстві є своя специфіка розподілу коштів, що має бути врахованою.

Розподіл прибутку може здійснюватися різними способами, в залежності від юридичної форми підприємства, його цілей, стратегій та майбутніх перспектив розвитку, конкуренції на ринку. А ефективне фінансове управління, таке як оптимізація структури капіталу, керування ризиками і оптимізація фінансових операцій, може позитивно впливати на прибуток.

Розглянемо деякі загальні методи розподілу прибутку:

1. Спрямування прибутку на дивіденди акціонерам передбачає що частина прибутку виплачується акціонерам компанії у вигляді винагороди за їхні інвестиції. Такі виплати можуть бути виплачені у грошовій формі або у вигляді акцій.
2. Реінвестування прибутку, який передбачає дії компанії щодо залишення певної частини прибутку у собі для подальших інвестицій або для фінансування майбутнього розвитку. Для виконання цього необхідно розробити напрями його майбутнього використання відповідно до поставлених цілей. Прибуток може бути спрямований на розширення бізнесу, введення нових продуктів або послуг, вдосконалення інфраструктури тощо.
3. Деякі компанії можуть використовувати частину прибутку для винагороди своїх працівників у вигляді бонусів або премій за високі результати роботи.
4. Власники одноосібних підприємств можуть забрати прибуток компанії у вигляді особистих виплат.
5. Компанія може використовувати прибуток для погашення своїх зобов'язань перед кредиторами або для зменшення загального боргу.

Таким чином, прибуток є не тільки основним результатом діяльності підприємства, основним джерелом майбутнього розвитку, а й стимулом покращення його діяльності, впровадження нових технологій, видів продукції в умовах надзвичайно високого рівня складності, динамізму й невизначеності зовнішнього середовища. Він забезпечує інтереси держави, власників, персоналу підприємства і створює умови для зміцнення економіки держави. Все це підкреслює необхідність розробки шляхів та заходів з підвищення ефективності формування й оптимізації розподілу прибутку.

РОЗДІЛ 2. МОНІТОРІНГ ТА ДІАГНОСТИКА РІВНЯ ТА ДИНАМІКИ ПРИБУТКУ ПРАТ «ЕННІ ФУДЗ» ЗА 2021-2023РР.

2.1. Техніко-економічна характеристика фінансово - господарської діяльності ПАТ «Енні Фудз» за 2021 -2023рр.

ПАТ «Енні Фудз» (ВАТ "Одесхарчокомбінат") - це одно із найстаріших підприємств з виробництва продуктів харчування в Україні, історія якого починається з 1862 року, коли швейцарський переселенець – негоціант Іоганн Фрідріх Енні вирішив продовжити сімейну справу та заснував у місті Одеса компанію «Ф.Енні і Ко» з виробництва новомодного тоді напою – пива. Його фірма об'єднала пивоварні заводи Енні, Санценбахера, Бродського та Родоканакі [46].

В кінці 30х років ХХ століття підприємство починає розробку та виробництво повноцінних продуктів харчування для постачання армії та флоту, які повинні були мати тривалий термін зберігання, зберігати високі смакові та поживні властивості, містити невелику вагу та займати малий обсяг. Для чого були побудовані виробничі цехи з виробництва супів, каш, киселя, натуральної кави та прянощів, а також був введений в експлуатацію цех з виробництва халви, дитячого харчування, а також унікальних за смаком та складом соусів[46].

У кінці 60 років починається виробництво : кава розчинна, кукурудзяні палички, а підприємство стало комбінатом харчових концентратів. В 90-х роках в наслідок реконструкції розпочинається виробництво напоїв на основі кави та злаків, а також кавово-молочних мисків в брикетах. В 1996 році підприємство стало відкритим акціонерним товариством «Одесхарчокомбінат».

Сьогодні комбінат випускає понад 50 найменувань продукції харчування : натуральну та розчинну каву, кавові напої, какао, супи, які потребують варіння і миттєвого приготування, пюре, креми та інше. Перелік продукції постійно зростає[46].

Основні види діяльності: 15.86.2 ВИРОБНИЦТВО КАВИ
15.87.0 ВИРОБНИЦТВО ПРЯНОЦІВ, 15.89.1 ВИРОБНИЦТВО ХАРЧОВИХ
КОНЦЕНТРАТИВ (ДЕГІДРАТИВ)

Компанія «Єнні Фудз» є найстарішим FMCG- виробником в Україні. FMCG – це продукти масового споживання (попиту), товари, які швидко обертаються та продаються у великих обсягах. Основний слоган компанії, лаконічна фраза, що впадає в око, добре запам'ятовується та висловлює суть бачення :. «Ми переконанні в тому, що їжа має приносити радість – «Їжа для радості»

Основні цінності : «Ми хочемо приносити людям радість , створюючи для них смачні , корисні , безпечні та легкі продукти харчування. Ми прагнемо покращити якість життя людей, використовуючи натуральні сировини та нові технології, які дозволяють зберегти цінні поживні та смакові якості»[46].

Основна мета компанії: стати світовим лідером якості у галузі виробництва продуктів харчування. Тому підприємство багато уваги приділяє якості продукції . Саме тому, на підприємстві акредитована лабораторія , яка оснащена сучасним контрольно-аналітичним обладнанням , що дозволяє ефективно аналізувати сировину , матеріали та готову продукцію для забезпечення високої якості.

Основними цінностями компанії є :

Соціальна відповідальність;

Розвиток;

Довіра;

Чесність;

Командна робота;

Взаємовигідні відносини[46].

Асортимент виробництва продукції надано в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1.

Види продукції ПрАТ Єнні Фудз

Найменування продукції	Вага (г)
Харчові концентрати перших та других обідніх страв, зокрема	
Супи брикетовані, зокрема	
Суп гороховий традиційний «Тьотя Соня»	180
Суп гороховий з куркою «Тьотя Соня»	180
Суп гороховий з беконом «Тьотя Соня»	180
Суп гороховий по східному «Тьотя Соня»	180
Суп гороховий по- італійські «Тьотя Соня»	180
Суп традиційний харчо «Тьотя Соня»	180
Суп курячий з вермішеллю	60
Суп грибний з вермішеллю	60
Суп гороховий традиційний	60
Напівфабрикати мучних виробів	
Крем - заварний на молоці	450
Желе	Пакети 90 г
Прянощі - висушені плоди, квіткові бруньки, кореневища, насіння, кора тропічних рослин, які застосовуються при приготуванні різних продуктів харчування. Асортимент: чорний перець горошком та мелотий, перець червоний мелотий, перець духмяний, гвоздика, імбир, кардамон, кориця в паличках та молота, суміші спецій	в пакетики з полімерних матеріалів, що термозварюються, масою нетто 15 г., 20 г.
Кава натуральна смажена, зокрема	
кава смажена у зернах вищих та перших сортів,	50, 100
кава смажена мелена.	50,100
кава розчинна в пакетиках з трьохшарового комбінованого матеріалу (стік)	масою нетто 2,5 г.

Різні види кави виробляються за торговими марками «Одеська кава» та «Coffee Up». Окрім того під торговою маркою «Тетя Соня» надаються різні види продукції швидкого приготування: супи, каші, пюре, кондитерські суміші для випічки, желе, киселі, а також прянощі та приправи[46].

ПрАТ «Єнні Фудз» складається з таких основних структурних підрозділів, які надано на рис.2.1.

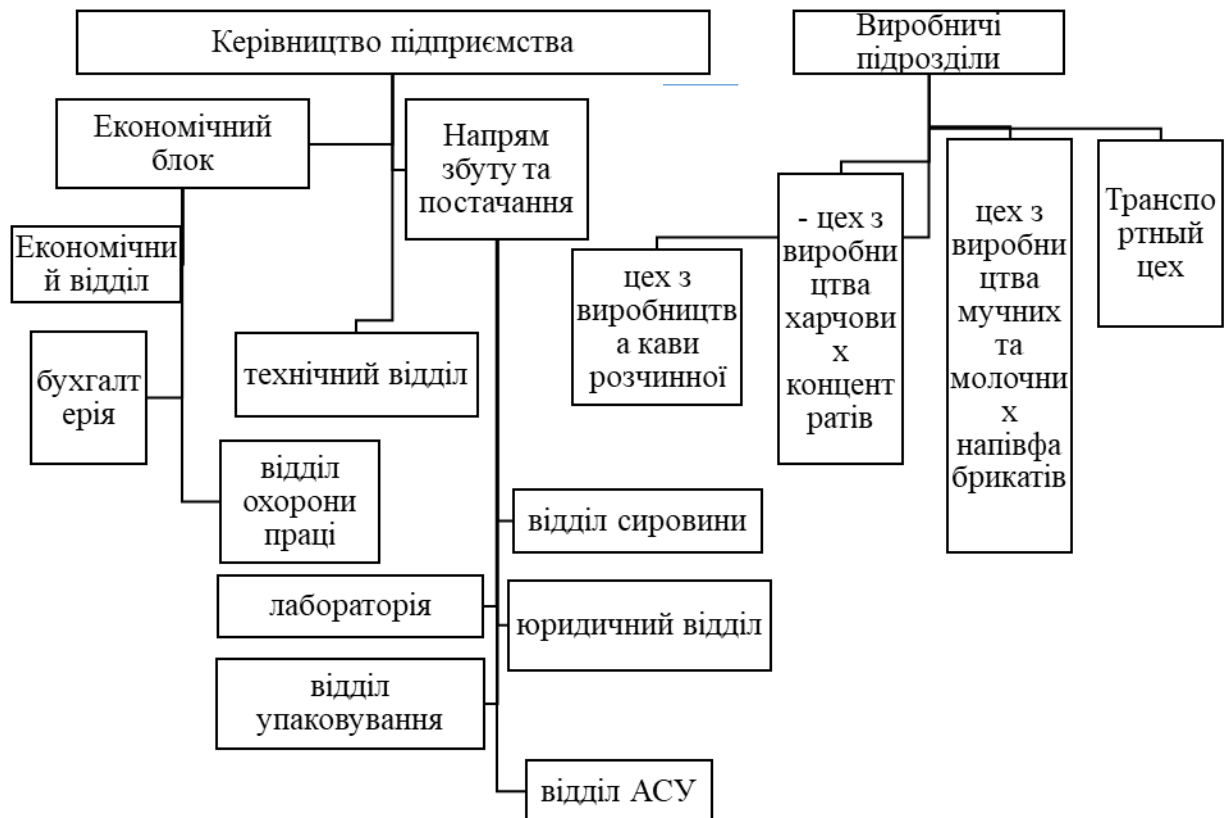


Рис.2.1. Основні структурні підрозділи ПрАТ «Єнні Фудз»

Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу - 83 особи, середня чисельність позаштатних працівників та осіб, які працюють за сумісництвом - 4 осіб, чисельність працівників, які працюють на умовах неповного робочого часу (дня, тижня) - 63 особи.

Збільшення фонду оплати труда відбулось за рахунок збільшення мінімальної заробітної плати згідно чинного законодавства. Кадрова програма, спрямована на забезпечення рівня кваліфікації працівників операційним потребам компанії, не розроблялась в зв'язку з відсутністю вільних коштів.

Основними клієнтами ПрАТ «Єнні Фудз» є юридичні та фізичні особи. Найбільша частина продукції ПАТ "ЄННІ ФУДЗ" реалізується через дистриб'ютерську мережу по всій Україні. Від дистриб'ютерів продукція надходить до торгівельної мережі по усій країні. Основним конкурентом серед вітчизняних виробників є СП "Галка ЛТД" м.Львів, ЗАТ "Дніпропетровський комбінат харчових концентратів", м.Дніпропетровськ, "Золоте зерно", "Галина Бланка", "Мивина", "Ролтон", "Кнорр", "Ласочка". В наслідок воєнних дій порушено деякі канали постачання. Продукція реалізується замовникам на підставі укладених із замовниками договорів, через дистриб'ютерську мережу. Існує різні варіанти умов постачання: 1. Договір на передплату. 2. Договір під реалізацію (15 банківських днів) для постійних клієнтів. 3. Договір на 15 банківських днів зі знижкою 5% для дистриб'ютерів.

Постачальником за основними видами сировини, що займають більш ніж 10% у загальному обсязі постачання є ПП Крупосвіт. Код ЄДРПОУ 32603710. Україна, Вінницька обл., Вінницький р-н Сміт Стрижавка [46].

ПП «Крупосвіт» протягом багатьох років займається реалізацією борошна та круп різного сорту реалізуючи високоякісний продукт, постійно покращуючи свою виробничу лінію. Основний напрямок політики у сфері менеджменту якості продукції - орієнтація на кінцевого споживача.

ПП «Крупосвіт» забезпечене сучасним обладнанням для спостереження за контролем якості продукції та відповідних досліджень, де виконується постійний контроль якості всіх стадіях виробництва – від часу надходження зерна на зерносклади, до відвантаження готової продукції всім споживачам.

Компанія розпочала свою діяльність у 2004 році, та зросла від невеликого родинного підприємства до сучасного потужного виробника та постачальника продуктів харчування[45]. Продукція під торговою маркою «КРУПОСВІТ» добре відома не тільки в Україні, а й далеко за її межами. У 2015 році компанія вийшла на міжнародний ринок. Сьогодні підприємство на постійній основі експортує продукцію до таких країн як: Польща, Молдавія,

Німеччина, Нідерланди, Литва, Латвія, Чехія, Румунія, Республіка Гана, Гаяна, Трінідад і Тобаго, Шрі-Ланка, Малайзія, Ісламська Республіка Іран, Канада, Суринам, Дакар і географія представленості торгової марки постійно розширюється.

Основні результати фінансово-господарчої діяльності ПАТ «Єнні Фудз» у 2021-2023рр. надано в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2.

Основні техніко-економічні показники фінансово-господарчої діяльності ПАТ «Єнні Фудз» за 2021р. – 2023р.

Показники	Од. Вим.	2021	2022	2023	Темп зростання 2023р. до 2021р., в%
Обсяг реалізованої продукції	тис. грн.	34431	109904	78755	228,70
Ланцюговий темп зростання	В %	X	319,20	71,70	X
Собівартість реалізованої продукції	тис. грн.	27159	79725	50655	186,50
Ланцюговий темп зростання	В %	X	293,50	63,50	X
Витрати на 1 грн. товарної продукції	Грн.	0,79	0,73	0,64	81,00
Ланцюговий темп зростання	В %	X	92,40	87,70	X
Середньорічна вартість ОВЗ,	тис. грн.	19369	18459	17767	91,7
Ланцюговий темп зростання	В %	X	95,3	96,3	X
Фондовіддача	грн.	1,78	5,95	4,43	248,90
Ланцюговий темп зростання	В %	X	334,30	74,50	X
Чисельність працюючих	Чол.	91	102	104	114,30

Ланцюговий темп зростання	В %	X	112,10	102,00	X
Продуктивність праці	Тис. грн.	378,36	1077,5	757,26	200,10
Ланцюговий темп росту	В %	X	284,80	70,30	X
Фондоозброєність	Тис. грн.	212,85	180,97	170,84	80,30
Ланцюговий темп росту	В %	X	85,00	94,40	X
Чистий прибуток(збиток)	тис. грн.	-4083	9872	1077	-
Ланцюговий темп росту	В %	X	-	10,90	X

Аналіз обсягу реалізації продукції підприємства надано у аналітичній таблиці 2.2.. Він показує, що за період з 2021 року дохід від реалізації продукції підприємства збільшується на 128,7 процента. Темп зростання доходу від реалізації у 2022 році до 2021 склав 319,2 процента. У 2023 обсяг реалізованої продукції зменшився на 28,0 процента.

Собівартість реалізованої продукції зросла у 2023 на 86,50 відносно до 2021 року. У 2022 році собівартість реалізованої продукції збільшилась на 193,5 процентів. В 2023 році витрати зменшились на 36,50 процента. Така динаміка позитивно впливає на рівень витрат на 1 грн. реалізованої продукції. Тому, витрат на 1 грн. реалізованої продукції постійно зменшуються. В 2022 році цей показник зменшився на 7,6 процента та склав 0,73 грн., проти рівня 0,79 грн. який спостерігався у 2021 році. В 2023 році витрати на 1 грн. реалізованої продукції зменшився на 12,3 процента відносно 2022 року. А за 3 роки витрати на 1 грн. реалізованої продукції знизились на 19,0 процента.

В наслідок таких процесів, а саме зростання темпів росту обсягу реалізованої продукції більш високими темпами ніж темпи зростання собівартості продукції, витрати на 1 грн. виробленої продукції зросли на 109,3 процента і склали у 2017 році 0,82 грн.

Рівень основних засобів зменшився на 8,3 процента, але цей процес супроводжується збільшенням чисельності, що призвело до зниження фондоозброєності у 2023 році на 19,7 процента відносно 2021 року. Цей показник

характеризує ступінь технічної оснащеності праці, та розраховується як співвідношення вартості основних засобів до чисельності працівників. Негативна динаміка цього показника негативно впливає на наявний технологічний процес, призводить до зростання ручної праці[11].

Відсутність впровадження інноваційної нової техніки погіршує фінансово-економічну ситуацію на підприємстві. Вона значно погіршилась у 2022 та 2023 році, що пов'язано з повномасштабною російською агресією, що відображує складну фінансово-економічну ситуацію в країні. Неможливість оновлювати матеріально-технічної базу підприємства призводить до збільшення зносу основних засобів. Аналіз динаміки основних засобів за залишкової вартості демонструє зменшення за період 2021-2023 рр. вартості усіх видів основних виробничих фондів підприємства. Найбільший темп зниження спостерігається за такими групами основних фондів: будівлі, та машини та обладнання. В таблиці 2.3. надано структуру основних виробничих фондів ПАТ «Єнні Фудз» у 2021-2023 роках.

Таблиця 2.3.

Структура основних виробничих засобів ПАТ «Єнні Фудз»
у 2021-2023 роках

Показники	2021		2023	
	Тис. Грн.	У % до підсумку	Тис. грн	У % до підсумку
Земельні ділянки	628	3,4	489	2,8
Будівлі, споруди та передавальні пристрої	14177	76,7	13885	79,5
Машини та обладнання	3493	18,9	2900	16,6
Транспортні засоби	120	0,65	79	0,5
Інші основні засоби	66	0,5	113	0,6
Всього:	18484	100	17466	100

За період з 2021 року структура основних виробничих засобів за залишкової вартості змінилась і демонструє низький рівень активної частини та збільшення пасивної частини основних виробничих засобів. Питома вага машин та обладнання ПрАТ «Єнні Фудз» у 2023 році знизилась та склала 16,6 процента.

Розглянемо стан основних засобів (Табл.2.3). Ми спостерігаємо зростання зносу основних засобів, який збільшився у 2023 році на 16,2 процента, внаслідок чого коефіцієнт зносу збільшився на 2,9 п.п.. Така ситуація пов'язана з зростанням віку основних засобів тому, що основні засоби використовуються з моменту вводу в експлуатацію і відповідно до технічних характеристик: будинки, споруди - 57-154 років, машини та обладнання - 10-57 років, транспортні засоби - 8-27 років. Ступінь зносу основних засобів у 2023 році склала 73,0%. Негативна тенденція зниження основних засобів пояснюється тим, що в той час, коли основні засоби знецінюються під впливом фізичного та морального зносу, не відбувається достатнього впровадження нових основних засобів, замість той частини основних засобів, яка вибула[25].

Загалом технічний стан основних засобів на ПрАТ «Єнні Фудз» є незадовільним, з роками спостерігається тенденція до зменшення придатності основних засобів через поступовий фізичний та моральний знос і недостатнє оновлення основних засобів. Для покращення технічного стану основних засобів на підприємстві потрібно проводити періодичні ремонти, які допомагають усунути тимчасовий фізичний знос, а також поступово оновлювати основні засоби[25].

Технічний стан підприємства надає можливість виробляти конкурентоспроможну продукцію відповідно до сучасних вимог споживач, відкриває для підприємства можливість працювати на нових ринках в умовах підвищення конкуренції.

Таблиця 2.4

Стан основних виробничих фондів підприємства

ПАТ “Єнні Фудз” за 2021-2023рр.

№ п/п	Показник	Од. Вим.	Значення по роках			Темп зростання (відхилення) 2023р. до 2021р. в %
			2021	2022	2023	
1	2	3	4	5	6	7
1	Первісна вартість	Тис. грн	63072	63789	64652	102,5
2	Знос	Тис. грн	44224	45721	47186	106,7
3	Залишкова вартість	Тис. грн.	18484	18068	17466	94,5
4	Коефіцієнт зносу	%	70,1	71,7	73,0	+2,9
5	Коефіцієнт придатності	%	29,9	28,0	27,0	-2,9

Ефективність використання основних засобів безпосередньо впливає на результативність діяльності підприємства, створює умови зростання продуктивності праці, дозволяє виробляти інноваційну продукцію, відкриває перед підприємством нові горизонти.

Ефективність використання основних засобів відображають такі показники: фондівіддача, фондоємність та рентабельність основних засобів. Узагальнюючим показником використання основних виробничих засобів є показник фондівіддачі, як розраховується як відношення об'єму продукції до середньорічної вартості основних виробничих засобів та скільки гривень реалізованої продукції отримано з однієї гривни вкладених в основні засоби. Не менш, цікавим є показник фондоємність (величина обернена фондівіддачі), що показує скільки на одиницю виробленої продукції у вартісному вираженні потрібно основних виробничих засобів (Таблиця 2.5).

Таблиця 2.5.

Аналіз використання основних виробничих засобів ПрАТ «Єнні Фудз»
за 2021-2023рр

Найменування показників	Од. Вим.	2021	2022	2023	Темп зростання 2023р. до 2021р., в % (п.п)
1	2	3	4	5	6
Обсяг реалізованої продукції	тис. грн.	34431	109904	78755	228,70
Чистий прибуток(збиток)	тис. грн.	-4083	9872	1077	-
Середньорічна вартість основних виробничих засобів	тис. грн.	19369	18459	17767	91,7
Фондовіддача	грн.	1,78	5,95	4,43	248,90
Фондоємність	Грн.	0,56	0,17	0,23	41,10
Рентабельність основних засобів	%	-	9,0	1,4	-

Аналіз таблиці 2.4. показує тенденцію зниження ефективності використання основних виробничих засобів . Але обсяги реалізованої продукції значно збільшились у 2022 році, що призвело до зростання фондовіддачі у 2022 році на 4,17 грн., а взагалі у 2023 році фондовіддача збільшилась на 148,9 процента відносно 2021 року. Відповідно змінилась і фондоємність , яка зменшилась на процентів 58,9 процента відносно 2021 року.

Перед розглядом оборотних активів , які представляють собою сукупність майнових цінностей підприємства, що обслуговують поточний господарський процес, необхідно оцінити їх місце в загальній вартості майна

підприємства (Табл.2.5). В цілому майно ПрАТ «Єнні Фудз» збільшилось майже в два рази.

Таблиця 2.6.

Структура майна Єнні Фудз за 2021-2023 рр.

Найменування	2021		2022		2023		Темп зростання 2023р. до 2021р. (в %)
	Тис. грн	В % до підсумку	Тис. грн	В % до підсумку	Тис. грн	В % до підсумку	
Необоротні активи	19066	49,70	18183	28,90	17556	22,90	92,02
Оборотні активи	19293	50,30	44661	71,10	59026	77,10	305,95
Всього	38359	100,00	62844	100,00	76582	100,00	199,65

У 2021 році оборотні активи становили 50,30% від загальної вартості майна підприємства. У 2022 році оборотні активи становили 71,10 % від загальної вартості майна підприємства, а їх абсолютний приріст склав 25368 тис. грн. У 2023 році частка оборотних активів зросла до рівня 77,10 %. В цілому структуру активів можна охарактеризувати як «легку», оскільки у ній переважають оборотні активи.

Аналіз фінансово-господарчої діяльності ПрАТ «Єнні Фудз» за 2021-2023рр. передбачає аналіз складу та динаміки оборотних коштів. Аналіз таблиці 2.6. показує, що протягом досліджуваного періоду оборотні кошти тенденцію значно збільшились. Виробничі запаси у 2023 році відповідно до 2021 року збільшились на 59,60 %, зросла дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги на 108,00 процента Збільшення дебіторської заборгованості у структурі оборотних активів підприємства призводить до зменшення власного оборотного капіталу у сфері виробництва, а отже підприємству

необхідно залучати додаткові джерела фінансування оборотного капіталу.

В цілому середній залишок обігових коштів постійно збільшується. В 2022 році він збільшився на 28,31 процента у порівнянні з 2021 роком, в 2023 році відповідно на 37,77 що негативно характеризує ефективність роботи фінансових служб підприємства.

Таблиця 2.7.

Динаміка оборотних коштів ПрАТ «Єнні Фудз»
у 2021 – 2023 роках (тис.грн.)

Оборотні кошти	2021	2023	Темпи росту 2023 р. до 2021 р., (в %)
1	2	3	4
Виробничі запаси	8534	13621	159,60
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	8682	18060	208,00
Дебіторська заборгованість за розрахунками	118	108	91,50
Інша поточна дебіторська заборгованість	627	5990	955,3
Грошові кошти	1267	20915	1650,70
Витрати майбутніх періодів	22	73	331,8
Інші оборотні активи	43	258	600,0
Всього оборотних коштів	19293	59025	305,90

Враховуючі, що склад і структура оборотних активів не є сталими доцільно розглянути як вони змінюються за роками. Структуру оборотних активів ПрАТ «Єнні Фудз» та її зміни надано в таблиці 2.7. Взагалі виробни-

чі запаси на підприємстві займають значне місце в складі матеріальних витрат. В 2021 виробничі запаси займали 44,23 процента в структурі обігових коштів, але в 2023 році їх питома вага зменшилась до 23, 08 процента.

Таблиця 2.8.

Структура обігових коштів ПАТ «Єнні Фудз»
в 2021 – 2023 роках.

Найменування показників	2021		2023	
	Тис. грн.	В % до підсумку	Тис. грн.	В % до підсумку
Виробничі запаси	8534	44,23	13621	23,08
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	8682	45,00	18060	30,60
Дебіторська заборгованість за розрахунками	118	0,61	108	0,18
Інша поточна дебіторська заборгованість	627	3,25	5990	10,15
Грошові кошти	1267	6,57	20915	35,43
Витрати майбутніх періодів	22	0,11	73	0,12
Інші оборотні активи	43	0,23	258	0,44
Всього оборотних коштів	19293	100	59025	100

Найбільшу питому вагу в 2021 році займає дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги, яка складала 45 процентів. В 2023 році питома вага цих витрат склала 30,6 процента. Така тенденція позитивно характеризує діяльність підприємства та свідчить про підвищення ефективності діяльності підприємства.

Важливе місце серед витрат займають витрати на заробітну плату, які залежать від кількості персоналу підприємства. Кількість персоналу постійно зростає, що наочно можна побачити на рис.2.2. За період з 2021 року чисельність промислово-виробничого персоналу збільшилась на 13 осіб. У 2022 році чисельність зросла на 11 осіб, а у 2023 році на 3 особи.

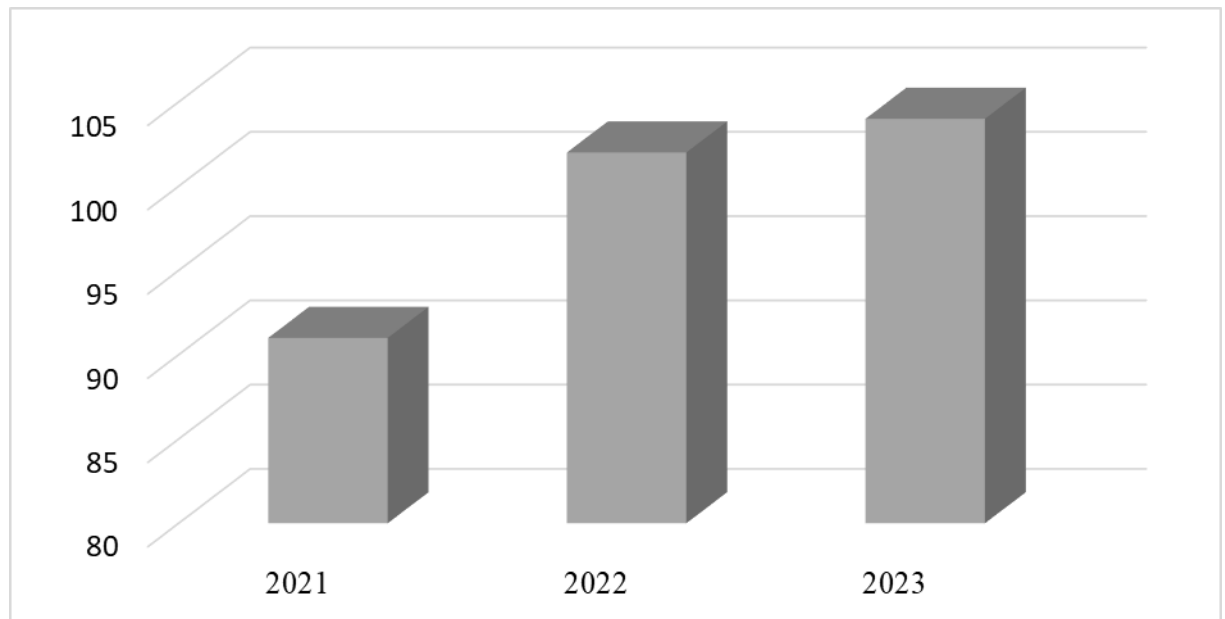


Рис.2.2. Динаміка чисельності промислово-виробничого персоналу
ПрАТ «Єнні Фудз» за 2021-2023рр.

Збільшення персоналу пов'язано зі зростанням обсягів виробництва продукції у 2021-2023рр.

У структурі промислово-виробничого персоналу найбільшу питому вагу займають робітники, хоча їхня частка дещо знижується. Аналізуючи резерви зростання прибутку необхідно детально розглядати середньомісячну заробітну плату, рівень якої залежить від багатьох факторів, особливо таких як коливання попиту на продукцію підприємства, особливо це впливає на відрядників, заробітна плата яких залежить від обсягів реалізації. На рівень заробітної плати також впливає галузевий рівень заробітної

плати, пропозиції робочої сили на ринку праці, рівень безробіття, стан економіки в країні, рівень продуктивності праці. Значно на рівень заробітної плати підприємства впливає державне регулювання тому, що мінімальну заробітну плату встановлює держава.

Таблиця 2.9.

Середньомісячна заробітна плата персоналу
ПрАТ «Єнні Фудз» за 2021-2023рр.

Найменування показників	Од. вим.	2021	2022	2023	Темп росту 2023р. до 2021р, (в %)
1	2	3	4	5	6
Фонд оплати праці	тис. грн.	6246	18336	11650	186,52
Ланцюговий темп росту	%	X	293,56	63,54	X
Чисельність ПВП,	осіб	91	102	104	114,30
Ланцюговий темп росту	%	X	112,10	102,00	X
Середньомісячна зарплата	грн.	5719	14980	9335	163.23
Ланцюговий темп росту	%	X	261,93	62,32	X

Фонд оплати праці персоналу у 2021 році склав - 6246 тис. грн. У 2022 розмір фонду оплати праці збільшився на 193,56 процентів відносно 2021 року. У 2023 році ми спостерігаємо зменшення фонду оплати праці на 36,46 процента (Табл .2.9).

Для розробки шляхів підвищення прибутку необхідно проаналізувати фінансове становище підприємства за 2021-2023рр за допомогою показників ліквідності та платоспроможності, що надають інформацію про можливість своєчасного розрахунку за короткостроковими зобов'язаннями перед контрагентами (табл. 2.10.).

Таблиця 2.10.

Розрахунок показників ліквідності ПрАТ «Єнні Фудз»

Найменування показника	Од.вим.	2021	2023
1. Грошові кошти	тис.	1267	20915
2. Дебіторська заборгованість за товари, роботи і послуги	тис. грн.	8682	18060
3. Дебіторська заборгованість за розрахунками	тис.	118	108
4. Інша поточна дебіторська заборгованість,	тис.	627	5990
5. Загальна дебіторська заборгованість, (2 + 3 + 4)	тис. грн.	9427	24158
6. Оборотні активи, тис. грн.	тис.	19293	59025
7. Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги,	тис. грн.	1183	2804
8. Поточні зобов'язання за розрахунками,	тис.	665	1099
9. Інші поточні зобов'язання,	тис.	817	1884
10. Загальні поточні зобов'язання, (7 + 8 + 9)	тис. грн.	2665	5787
11. Коефіцієнт абсолютної ліквідності (п. 1 /п. 10)		0,48	3,61
12. Коефіцієнт поточної ліквідності ((п.1+п.5)/п.10)		4,01	7,79
13. Чистий оборотний капітал (п.6-п.10),	тис.	16628	53238

Аналіз таблиці 2.10. показує, що ПрАТ «Єнні Фудз» значно покращив своє фінансове становище .Так, коефіцієнт абсолютної ліквідності має висо-

ке значення та існує тенденція до збільшення, що свідчить про те, що підприємство успішно зможе погасити свої борги. Коефіцієнт абсолютної ліквідності визнається оптимальним при значенні на рівні 0,2-0,35. Але підприємство має значення вище 0,35, що свідчить про неефективне їх використання.

Чистий оборотний капітал показує здатність підприємства погашати свої поточні зобов'язання за рахунок поточних активів та необхідний для підтримки фінансової стійкості підприємства. Цей показник збільшився з 16628 тис. грн. у 2021 році до 53238 грн. у 2023 році, що позитивно характеризує діяльність ПрАТ «Єнні Фудз» за досліджуваний період.

Коефіцієнт поточної ліквідності це індикатор здатності компанії ПрАТ «Єнні Фудз» відповідати за поточними зобов'язаннями за допомогою оборотних активів і за останні роки він збільшується .

Сьогодні випуск якісної конкурентоспроможної продукції, а отже збільшення прибутку, не можливо без постійного поліпшення використання основних виробничих фондів їх модернізації, впровадження сучасних технологій . Розширення та оновлення її асортименту призводить до збільшення обсягів виробництва, зниження її собівартості і відповідно зростання прибутку підприємства. Тому , дуже важливим є розгляд всіх напрямів роботи підприємства для розробки шляхів та напрямів підвищення прибутку.

Аналіз, проведений у першому параграфі другого розділу показав, що за досліджуваний період з 2021 до 2023 роки ПрАТ «Єнні Фудз» розвивалося нестабільно, але мало швидке зростання обсягів реалізації у 2022 році майже на 128,7 процента, але 2023 році темп зростання обсягів реалізації декілька знизився, що безперечно вплинуло на рівень прибутку.

2.2. Особливості формування різних видів прибутку ПрАТ «Єнні Фудз» за 2021-2023рр.

Для успішної діяльності в майбутньому, прибутковість є основою та запорукою подальшого розвитку. Тому для підтримання прибутковості підп-

риємств в умовах швидких змін та криз необхідно здійснити детальний аналіз формування всіх видів прибутку.

Таблиця 2.11.

Формування прибутку від реалізації продукції ПрАТ «Єнні Фудз»
за 2021-2023рр.

№	Найменування показника	Од. вим.	2021	2022	2023	Темп зростання 2023р. до 2021 р.
1	Чистий дохід від реалізації продукції	Тис. Грн.	34431	109904	78755	228,70
2	Собівартість реалізованої продукції	Тис. Грн.	27159	79725	50655	186,50
3	Валовий прибуток (збиток)	Тис. Грн.	7272	30179	28100	386,41
4	Адміністративні витрати	Тис. Грн.	4329	14708	18090	186,88
5	Ланцюговий темп зростання	%	X	339,76	122,99	X
6	Витрати на збут	Тис. Грн.	3333	2700	5224	120,56
8	Ланцюговий темп зростання	%	X	81,01	193,48	X
9	Прибуток (збиток) від реалізації продукції	Тис. Грн.	-390	12771	4786	-

З'ясування особливостей формування кінцевого фінансового результату ПрАТ «Єнні Фудз» у 2021-2023 рр. необхідно розпочинати з розгляду формування прибутку від реалізації (Табл.2.11). Різке зростання чистого доходу від реалізації, яке відбулось у 2022 році пов'язано з необхідністю поста-

чання продукції підприємства для військових організацій, а підприємство багато років працює на ринку сухих супів та продуктів швидкого приготування ма і відомо, яки виробник якісної продукції. Окрім того, воно було здатним запропонувати широку пропозицію. Ринок, на якому функціонує підприємство потребує широкий асортимент інгредієнтів для виробництва особливі вимоги до продукції, а саме зручність в використанні [9]. На цьому ринку дуже велика конкуренція, а в 2023 логістичні шляхи для поставки інгредієнтів для виробництва супів швидкого приготування, були дуже ускладненні, то обсяг реалізації продукції знизився.

Окрім того, зростання заробітної плати персоналу призвело до зростання адміністративних витрат на 86,88 процента у 2023 році відносно 2021 року, що теж вплинула на рівень прибутку від реалізації продукції.

Значні зміни відбулись щодо витрат на збут продукції, які на 18,99 процента знизились в 2022 році відносно 2021 року. Хоча в цілому за останні три роки витрати на збут на 20,56 процента. Порівняльна динаміка темпів зростання собівартості та адміністративних витрат та витрат на збут представлена на рисунку 2.3.

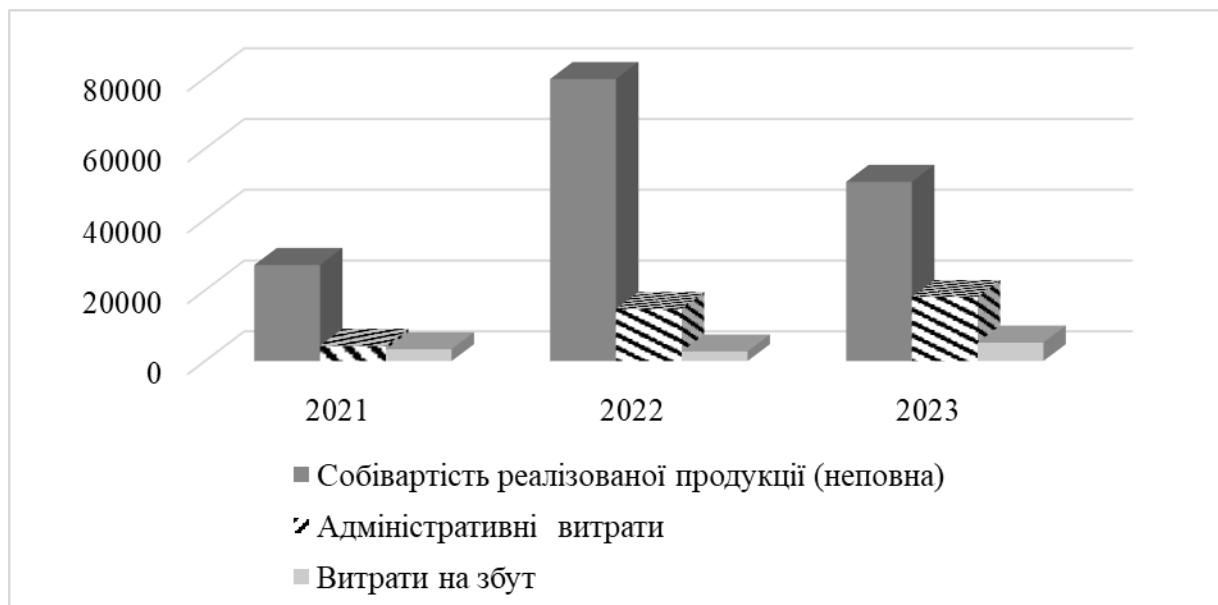


рис.2.3. Порівняльна оцінка собівартості продукції, адміністративних витрат, витрат на збут ПрАТ «Єнні Фудз» у 2021-2023рр.

Отже, на збільшення прибутку від реалізації ПрАТ «Єнні Фудз» у 2021-2023 рр. найбільше вплинули зростання обсягів реалізації продукції у 2022 році та зниження витрат на збут продукції. У 2023 році витрат на збут продукції збільшились на 2524 тис. грн., що призвело до зменшення прибутку від реалізації продукції.

Детальний аналіз операційних витрат ПрАТ «Єнні Фудз» за 2021-2023 рр. дозволяє визначити такі витрати, хоча і дуже важливі, але потребують додаткової уваги.

Прибуток від операційної діяльності залежить також від інших доходів від операційної діяльності та інших витрат від операційної діяльності (Табл.2.12).

Таблиця 2.12.

Аналіз формування операційного прибутку ПрАТ «Єнні Фудз» за 2021-2023рр.

№	Найменування показника	Од. вим.	2021	2022	2023	Темп Росту 2023р. до 2021 р.
1	Прибуток (збиток) від реалізації продукції	Тис.Грн.	-390	12771	4786	-
2	Інші операційні доходи	Тис.Грн.	30	87	105	350,00
3	Інші операційні витрати	Тис.Грн.	-1700	-2578	-3700	217,65
4	Прибуток від операційної діяльності	Тис.Грн.	-2060	10280	1191	-

Відповідно до інструкції до інших операційних витрат відносять: відрахування на створення резерву сумнівних боргів і суми списаної безнадійної дебіторської заборгованості; визнані економічні санкції; витрати на купівлю – продаж іноземної валюти; витрати на дослідження і розробки; витрати від знецінення запасів; нестача і витрати від псування цінностей, а також усі інші витрати, що виникають в процесі операційної діяльності підприємства (крім витрат, що включаються до собівартості продукції, товарів, робіт, послуг).

Інші операційні доходи збільшились на 57 тис. грн., а інші операційні витрати зросли майже в два рази.

Проаналізуємо формування чистого прибутку ПрАТ «Єнні Фудз» за період 2021-2023 рр. За цей період підприємство має стабільну динаміку фінансових доходів та значні зміни фінансових витрат (Табл. 2.13).

Таблиця 2.13.

Аналіз формування чистого прибутку ПАТ «Єнні Фудз» у 2021 -2023 рр.

Показники	2021	2022	2023	Темп росту 2023р. До 2021р.
Фінансові результати від операційної діяльності (прибуток /	-2060	10280	1191	x
Інші фінансові доходи	4	10	1	25
Інші доходи	290	1	17	-
Фінансові витрати	117	9	2	1,7
Інші витрати	2200	-	35	1, 59
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування	-4083	10282	1172	-
Податок на прибуток від звичайної діяльності	0	410	95	-
Чистий прибуток / збиток	-4083	9872	1077	-

Отже, чистий прибуток ПрАТ «Єнні Фудз» розраховується як сума складових: прибуток (збиток) від реалізації основної товарної продукції; прибуток (збиток) від операційної діяльності; прибуток (збиток) від фінансових операцій тощо. Наочно динаміку всіх видів прибутку надано на рис.2.4.

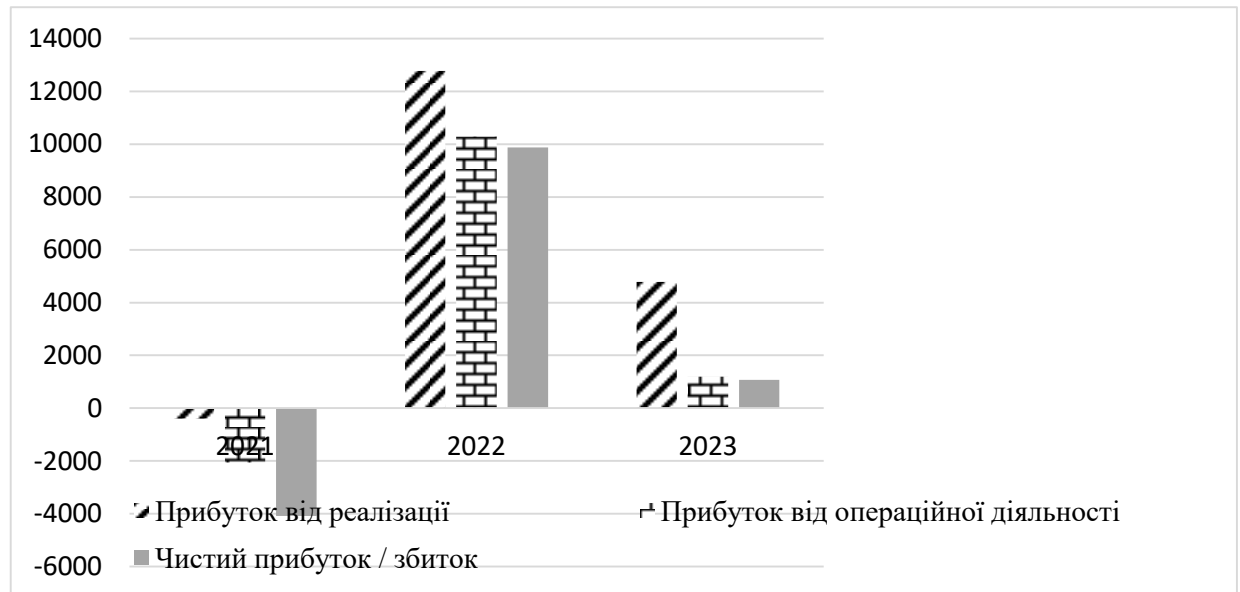


рис.2.4. Співставлення різних видів прибутку ПрАТ «Єнні Фудз» за 2021-2023рр.

В таблицях 2.11, 2.12, 2.13 представлено формування чистого прибутку (збиток) ПрАТ «Єнні Фудз», який значно збільшився у 2022 році та зменшився у 2023 році, що демонструє зниження ефективності функціонування підприємства. В цих умовах аналіз собівартості є важливим для розуміння причин такого стану.

Розглянемо структуру витрат на виробництво продукції ПрАТ «Єнні Фудз» у 2023 році (табл. 2.14.). Операційні витрати є поточними витратами, частина з них змінюється відповідно до обсягу виробництва (витрати за сировину і матеріали, на заробітні плати та ін.), а інші - мають місце постійно і

незалежно від виробництва (витрати на утримання приміщень, управлінського персоналу, споруд тощо).

Таблиця 2.14.

Структура витрат на виробництво ПАТ «Єнні Фудз» за 2015-2017 рр.

Показники	2021		2022		2023	
	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%
Витрати на виробництво:	27159	100	79725	100	50655	100
- матеріальні витрати	12982	47,8	41456	52,0	21225	41,9
- оплата праці	4318	15,9	12355	15,5	8510	16,8
- відрахування на соціальні заходи	1603	5,9	3033	3,8	2026	4,0
- амортизація	4508	16,6	11161	14,0	5572	11,0
- інші операційні витрати	3748	13,8	11720	14,7	13322	26,3

Аналіз таблиці 2.14. показує, що найбільшу питому вагу в структурі витрат на виробництво займають матеріальні витрати (41,9 процента), що є характерним для підприємств харчової продукції. На другому місці знаходяться витрати на оплату праці, які знизились в абсолютному виразі, але складають 16,8 процента.

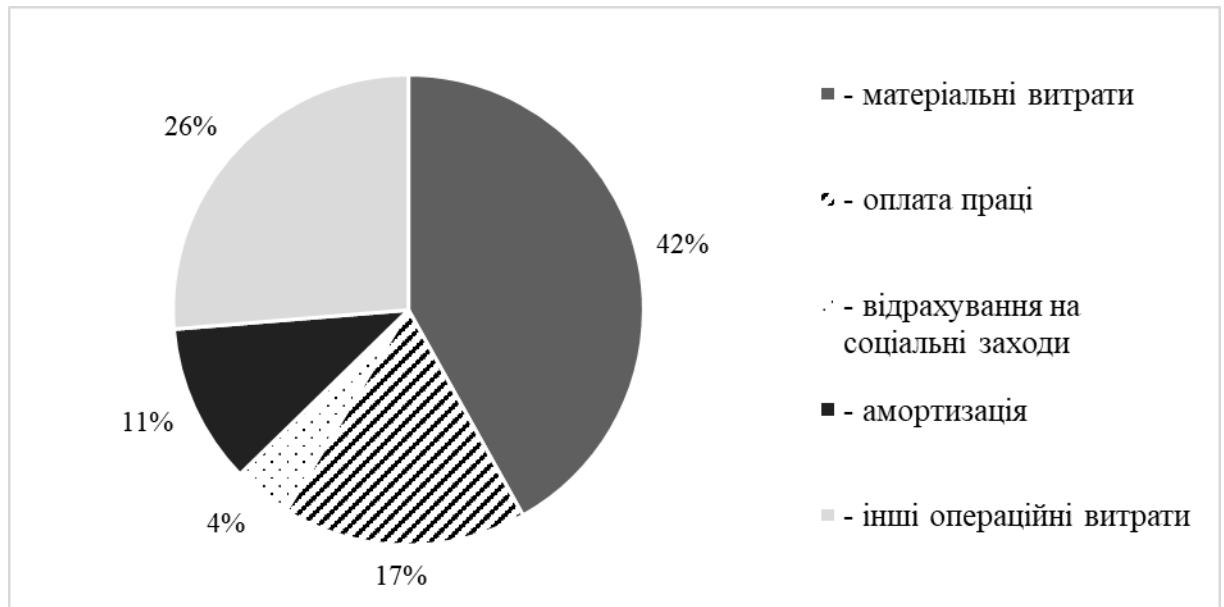


рис.2.5. Структура витрат на виробництво продукції у 2023 році.

В 2023 році матеріальні витрати склали 41,9 процента, що можна наочно побачити на рис.2.5. , хоча в абсолютному виразі вони зменшились на 20231 тис. грн., що пов'язано з зменшення обсягу реалізації продукції, а виробництво дуже матеріалоємне

Таблиця 2.15.

Динаміка операційних витрат на виробництво продукції

ПрАТ «Єнні Фудз» за 2021-2023рр.

Показники	2021	2022	2023	Темп зростання 2023р. до 2021р.
Витрати на виробництво у т. ч.:	27159	79725	50655	186,5
- матеріальні витрати	12982	41456	21225	163,50
- оплата праці	4318	12355	8510	197,08
- відрахування на соціальні заходи	1603	3033	2026	126,39
- амортизація	4508	11161	5572	123,60
- інші операційні витрати	3748	11720	13322	355,44

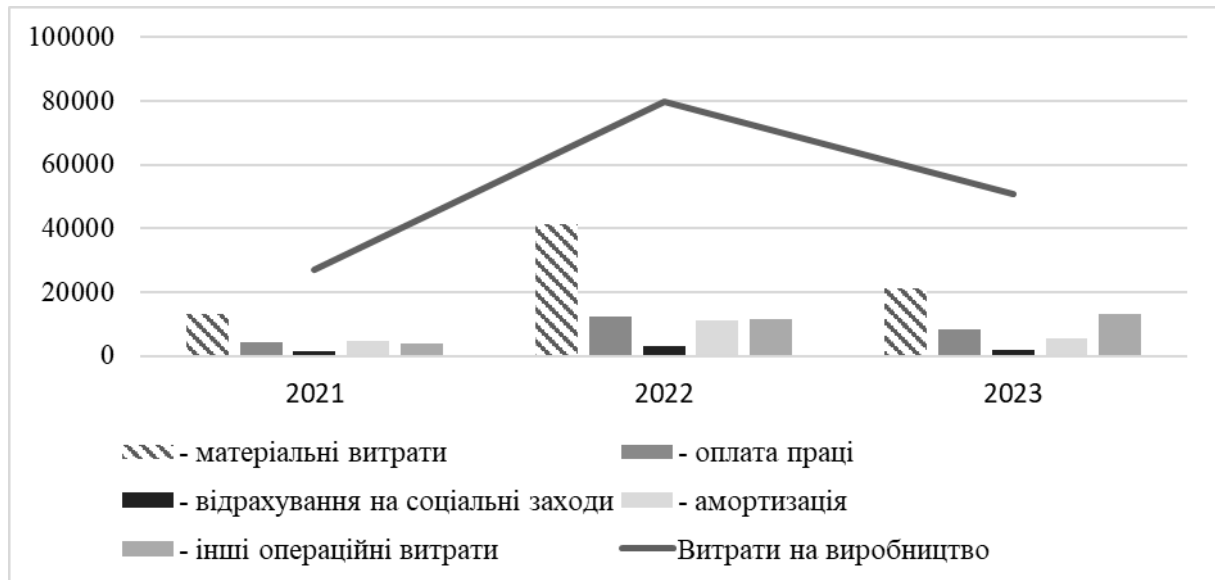


Рис.2.4.Динамика витрат на виробництво продукції ПрАТ «Єнні Фудз» за 2021-2023 рр.

За останні три роки операційні витрати стабільно зростають. В 2023 році вони збільшились на 86,5 процента. Найбільш значно вони підвищились у 2022 році.

Необхідно зазначити, що на суму чистого прибутку впливають інші фактори, які безпосередньо не залежать від підприємства. Це може бути політичні фактори, ситуації в галузі, особливості та тенденції споживання продукції, впровадження нових технології. Розгляду їх буде присвячений наступний параграф.

2.3. Основні тенденції ринків, на яких працювало ПрАТ «Єнні Фудз» у 2021-2023рр.

Основними ринками, на яких існує підприємство є ринок кави та ринок супів швидкого приготування .Розглянемо ситуацію на основних ринках, де функціонує ПрАТ «Єнні Фудз».

Ринок супів швидкого приготування в Україні «являє собою нішу концентратів перших обідніх страв, підготовлених на основі різних видів м'яса з

додаванням інших продуктів, які зазнали зневоднення методом теплового або сублімаційного сушіння» [31].

Продукція ринку супів швидкого приготування в Україні має такі споживчі властивості, які є перевагами перед іншими продуктами харчування: малий час та простота приготування, довгий термін зберігання в сухому стані, висока ступінь концентрації поживних речовин на одиницю маси, корисність для людини.

Ринку супів швидкого приготування в Україні має такі особливості : наявність сировинної бази для випуску супів різного асортименту, високий рівень конкуренції, внаслідок доступності сировини та простоті виробництва. залежність реалізації продукції від наявних доходів населення[31].

На ринку супів швидкого приготування в Україні переважно представлена продукції вітчизняного виробництва, хоча є невелика частка імпорту, яка має тенденцію до зростання . Найбільше місце серед іноземних підприємств на ринку супів швидкого приготування в Україні займає продукція під брендом «Галина Бланка», південнокорейського холдингу HYSG Group , який входить до HY Group, якому належить бренд «Доширак» [31].

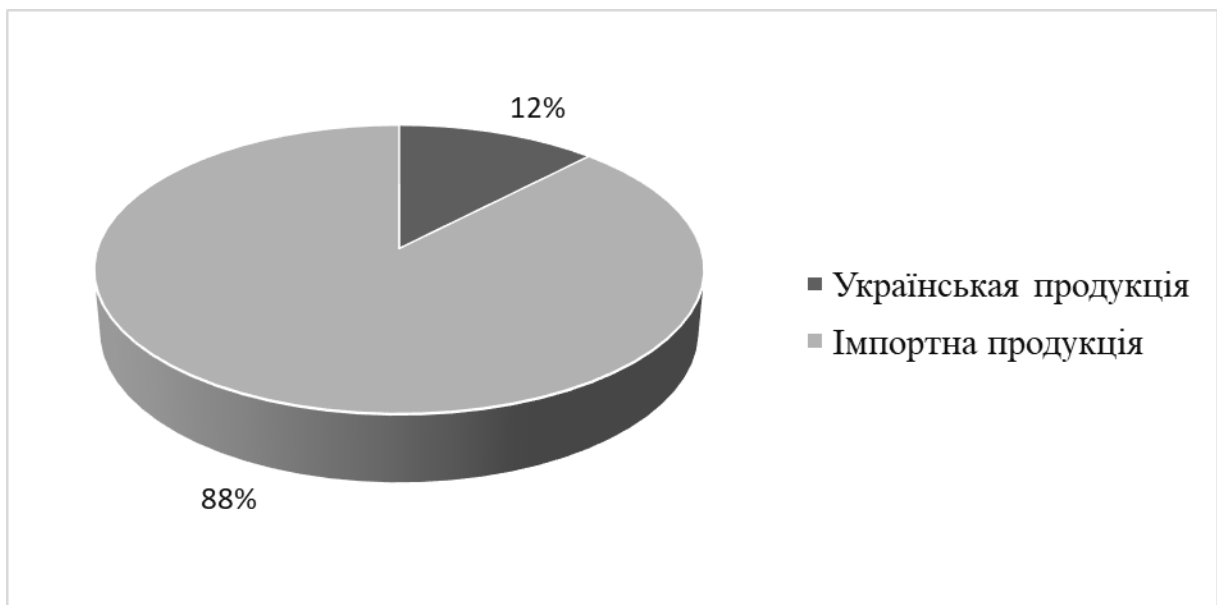


Рис.2.5.Структура ринку супів швидкого приготування в Україні у 2020р.*

* Зроблено автором за матеріалами [1]

Аналіз ситуації на ринку супів швидкого приготування в Україні дозволив виділити наступні фактори, які стримують його розвиток, а саме поширення серед жителів нашої країни ідеї здорового харчування, бо на думку дієтологів, консерванти, які містяться в складі супів швидкого приготування, негативно впливають на організм; підвищення цін на інгредієнти та збільшення доходів населення, що призводить перехід офісних працівників на харчування у фаст-фудах[31].

Основу споживчої аудиторії ринку супів швидкого приготування в Україні складають городяни, а основними мотивами придбання даної продукції є малий час і простота приготування[31].

Лідируючі позиції за об'ємами реалізації займають гороховий (18,7%), грибний (17,2%) та курячий (16,9%) супи. А за часом приготування. Найбільшим попитом на ринку користуються традиційні супи в упаковці вагою 180, 200 г, які вимагають варіння протягом 5–15 хв[22].

За типом упаковки на ринку концентрованих супів найбільшою популярністю користуються супи в паперовій упаковці, що пояснюється тим, що концентровані супи в паперовій упаковці з'явилися на українському ринку концентрованих супів першими, завоювавши довіру та лояльність споживача низькою середньою ціною концентрованих супів;

Відносно нова категорія для українського ринку концентровані супи в упаковці типу чашка, склянка, представлені на ринку трьома ТМ: «Мівіна домашня», «Справжній Кухар», «Спритний Кухар» відносить до страв, які готові до вживання. Саме така категорія супів за думкою експертів має розвиток у майбутньому.

Наступний ринок, на якому успішно функціонує підприємство, це ринок виробників кави.

Світовий кавовий ринок постійно удосконалюється завдяки підтримці великих кавових брендів, створених фондів, що намагаються адаптувати природні ресурси до тривалого використання, підвищити мотиваційну допомогу фермерів кавових плантацій. Однак світова криза, пандемія, природні

катаклізми та коливання попиту на готовий кавовий продукт створюють дисбаланс у світовий кавовий ринок. 2021 р. . Тому , ціна на кавові зерна арабіки зросла до максимальних значень – 230,26 \$/кг, що пов'язано як із зниженням урожайності протягом 2020–2021 рр., так і з тим, що кавові дерева увійшли в трирічний цикл, а також із світовою фінансово- економічною кризою, спричиненою пандемією Covid-19[7].

Основні загальносвітові тенденції у споживанні кави відображаються на ринку кави України, то український ринок кави розвивався відповідно до світової тенденції зростання виробництва та стабільного збільшення попиту. В середньому житель України випиває 1 чашку кави в день і це четвертий показник в Європі . Поза своїм домом пересічний українець випиває близько 100 чашок кави на рік та все більше українців віддають перевагу натуральній зерновій каві, доля якої складає сьогодні 21,4% [41].

Одним із ключових драйверів зростання ринку кави в Україні стало безмитне ввезення зеленого зерна. Україна не вирощує кавові зерна, але завдяки нульовому миту на зелене зерно компанії стали обсмажувати каву всередині країни. Така бізнес-модель виправдовує себе, оскільки вартість смаженого зерна вдвічі перевищує ціну зеленого. В 2022 році найбільший вплив на ситуацію на ринку здійснили повномасштабна війна та її наслідки[1].

Впродовж останніх років спостерігалось зростання сегментів як дешевої, так і specialty кави. На ринок кав'ярень активно входили нові мережеві гравці, представлені АЗС, супермаркетами та магазинами біля будинку. Вони пропонують відносно дешеву та «швидку» каву в паперовій склянці, яку можна взяти з собою.

Сьогодні ринок рухається у бік розширення клієнтської бази та зміни позиціонування самого напою. З іншого боку, розвивається також особлива кав'ярня 3-ї хвили. Зростає популярність альтернативної кави: фільтра та подібних. Це означає, що серед тих клієнтів, які не є цільовою аудиторією «швидкої кави», а віддають перевагу професійним напоям, зростає поінфор-

мованість про нові трендові види кави, що впливає на реалізацію кавою продукції ПрАТ «Єнні Фудз».

Структура споживання кави в Україні за сегментами у 2022 році надано на рис. 2.4.

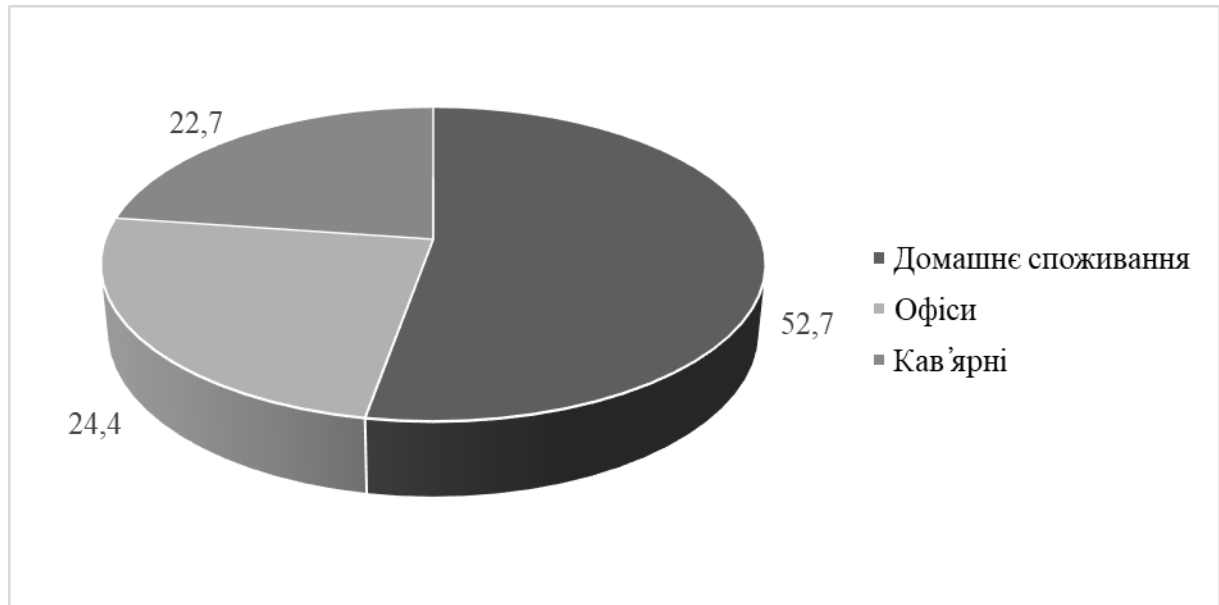


Рис. 2. 6. Структура споживання кави в Україні за сегментами у 2022 році*

*Зроблено особисто автором за матеріалами [1].

Структура ринку виробників кави включає різні сегменти та гравців, які представляють різний рівень виробництва та цільову аудиторію. Основні елементи структури ринку виробників кави в Україні включають:

1. Великі міжнародні бренди: Ці компанії, які представлені на світовому ринку, виробляють масові сорти кави, що продаються в супермаркетах та магазинах великих мереж.
2. Місцеві виробники. Велика кількість малих та середніх виробників, які спеціалізуються на виробництві преміум-класу кави, з унікальними смаковими властивостями та індивідуальним підходом до виробництва.
3. Обмазувальні підприємства. Ці компанії спеціалізуються на обсмаженні кавових зерен та можуть обслуговувати як місцевих виробників, так і брати участь у створенні власних брендів.

4. Кав'ярні та спеціалізовані магазини. Деякі виробники кави також мають свої власні кав'ярні або спеціалізовані магазини, що дозволяє їм продавати продукцію безпосередньо споживачам. Ця різноманітність виробників створює конкурентне середовище на ринку кави, що сприяє збільшенню вибору для споживачів та стимулює компанії до пошуку інновацій та підвищення якості продукції.

Для українського ринку виробників кави характерна висока конкуренція та наявність великих підприємств, такі як "Paulig", "Nescafe", "Lavazza", "Tchibo", "Illy", "Davidoff", що виробляють масову каву для широкого кола споживачів, так і малих виробників, що виробляють преміум-класу кави з унікальними смаковими властивостями та характеризуються ручному обробленні кавових зерен.

Таблиця 2.16

Обсяг роздрібного товарообороту кави в Україні*

Найменування показників	Од. вим.	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Роздрібний товарообіг кави	Млн. грн.	4596	4904,2	5852,9	6655,5	7428,3	7882,5
Ланцюговий темп зростання	В %	X	106,71	119,3	113,71	111,61	106,11

* Зроблено особисто автором за матеріалами [12]

Обсяг роздрібного товарообороту кави в Україні постійно зростає. За період з 2016 року він збільшився на 71,51 процента[2.16].

Україна має низку виробників кави, які займають важливе місце на внутрішньому ринку та успішно конкурують за межами країни. Ці виробники славляться своєю увагою до якості продукції та унікальними смаковими ха-

рактеристиками своєї кави. Крім того, вони активно розробляють нові продукти та співпрацюють з фермерами по всьому світу для забезпечення вишуканих сортів кави.

Таким чином, жорстка конкуренція між виробниками кави стимулює розвиток галузі та створення якісних продуктів, що задовольняють різні потреби споживачів. Саме тому, для виробників важливо зберігати високу якість кави, пропонувати нові смакові композиції та інноваційні упаковки, а також активно просувати свою продукцію на ринку. Для розробки шляхів підвищення прибутку ПрАТ необхідно постійно аналізувати ринкові тенденції, аналізувати конкурентів та їх стратегії, реагувати на зміни в попиті споживачів, а також постійно вдосконалювати свою продукцію та розробляти маркетингові заходи для успішного протиборства в умовах конкуренції.

Не менш складна ситуація склалась на ринку супів швидкого приготування. Основними проблемами, які зустрічає ПрАТ «Єнні фудз» реалізуючи продукцію на ринку супів швидкого приготування, це те, що до лютого 2022 року, зростала кількість людей, які прагнули до здорового способу життя. За їх думкою, супи швидкого приготування можуть згубно вплинути на здоров'я, через вміст консервантів в готових продуктах. В 2022 році в результаті початку повномасштабної російської агресії, реалізація супів швидкого приготування значно збільшилась, в зв'язку з необхідністю забезпечити їжею військових та панічних настроїв цивільного населення. Проте, висока ціна, яка значно вище ніж ціни на натуральні заготовки, ніж набір продуктів, які необхідно для приготування супу самостійно, зменшила попит на таку продукцію серед цивільного населення. Це зробило придбання концентрованих супів недоступними для споживачів із середнім і низьким рівнем доходу. Як і раніше зберіглась тенденція наприклад, офісні співробітники віддають перевагу закладам швидкого харчування.

2.4. Факторний аналіз зміни прибутку та SWOT-аналіз ПрАТ «Єнні Фудз» за 2021-2023рр.

Для побудови моделі зміни прибутку під впливом різних факторів використовуються різні підходи, зокрема аналіз динаміки, комбінований аналіз функцій доходу та витрат, ситуаційне моделювання, а також метод побудови багатофакторних регресійних моделей прибутку підприємства[13].

В кваліфікаційній роботі бакалавра нами було виконаємо аналіз чистого прибутку ПрАТ «Єнні Фудз» за період 2022-2023 за допомогою мультиплікативної моделі впливу різних чинників на чистий прибуток, яка дозволяє проаналізувати вплив різних факторів на величину чистого прибутку. Така модель була запропонована. Осиповим В.І. , а використання даного методу дозволяє оцінити ступень залежності та визначити, яка частка прибутку позитивно чи негативно вплинула на зростання прибутку підприємства. [29] Для здійснення розрахунків щодо впливу факторів на чистий прибуток ПрАТ «Єнні Фудз» за базовий рік прийнята статистична інформація щодо діяльності підприємства у 2023 році, а за звітний 2022 рік відповідно. Модель показує, як впливають на прибуток підприємства продуктивність праці персоналу, чисельність промислово-виробничого персоналу, коефіцієнт реалізації товарної продукції до виробленої товарної продукції, частка прибутку в реалізованій товарній продукції, яка розраховується як відношення обсягу прибутку до обсяг реалізованої продукції підприємством.

$$\text{ЧП} = \text{ПП} \times \text{Чп} \times \text{КР} \times \text{дПр}, \quad (2.1.)$$

де ЧП – чистий прибуток підприємства;

ПП – продуктивність праці промислово-виробничого персоналу;

Ч – чисельність промислово-виробничого персоналу;

КР – коефіцієнт реалізації товарної продукції до виробленої товарної продукції (РП /ТП);

дП – частка прибутку в реалізованій товарній продукції, визначена діленням обсягу прибутку на обсяг реалізованої продукції.

Вихідні данні для проведення розрахунків надано в таблиці 2.17.

Таблиця 2.17

Вихідні дані для проведення аналізу зміни чистого прибутку
ПрАТ «Єнні Фудз» за період 2022-2023 за допомогою мультиплікативної моделі

Найменування показників	Од. вим.	2022	2023
Чистий прибуток	Тис. грн.	9872	1077
Продуктивність праці промислово-виробничого персоналу;	Тис. грн./ осіб	1077,5	757,26
Чисельність промислово-виробничого персоналу	осіб	102	104
Коефіцієнт реалізації товарної продукції		1,0	1,0
Частка прибутку в реалізованій товарній продукції		0,0998	0,0137

Вплив чинників на чистий прибуток від реалізації товарів ПрАТ «Єнні Фудз» визначається за такими формулами:

1) Зміна чистого прибутку від реалізації товарів ПрАТ «Єнні Фудз». за рахунок впливу зміни продуктивності праці промислово-виробничого персоналу:

$$\Delta \text{ЧП}_{\text{пп}} = \Delta \text{ПП} \times \text{Чо} \times \text{КРо} \times \text{дПо} \quad (2.2.)$$

$$\Delta \text{ПР}_{\text{пп}} = (757,26 - 1077,5) \times 102 \times 1 \times (9872 / 109904) =$$

$$= -320,24 \times 102 \times 1 \times 0,0998 = -3259,92 \text{ (тис. грн.)}$$

2) Зміна чистого прибутку за рахунок впливу зміни чисельності промислово-виробничого персоналу:

$$\Delta \text{ПР}_\text{ч} = \Delta \text{Ч} \times \text{ПТо} \times \text{КРо} \times \text{дПо} \quad (2.3.)$$

$$\Delta \text{ПР}_\text{ч} = (104 - 102) \times 1077,5 \times 1 \times 0,0998 = 215,07 \text{ (тис. грн.)}$$

3) За рахунок впливу зміни коефіцієнта реалізації товарів:

$$\Delta \text{ПР}_\text{кр} = \Delta \text{КР} \times \text{ПТо} \times \text{Чо} \times \text{дПо} \quad (2.4.)$$

$$\Delta \text{ПР}_\text{кр} = (1 - 1) \times 1077,5 \times 102 \times 0,0998 = 0 \text{ (тис. грн.)}$$

4) За рахунок впливу зміни частки прибутку в реалізованій товарній продукції:

$$\Delta \text{ПР}_\text{дп} = \Delta \text{дП} \times \text{ПТо} \times \text{Чо} \times \text{КРо} \quad (2.5.)$$

$$\begin{aligned} \Delta \text{ПР}_\text{дп} &= (0,0137 - 0,0998) \times 1077,5 \times 102 \times 1 = \\ &= -0,0861 \times 1077,5 \times 102 \times 1 = -9462,82 \text{ (тис. грн.)} \end{aligned}$$

5) Зміна чистого прибутку від реалізації товарів в наслідок сумарного впливу чинників:

$$\Delta \text{ПР}_\text{сум.} = \Delta \text{ПР} - (\Delta \text{ПР}_\text{пп} + \Delta \text{ПР}_\text{ч} + \Delta \text{ПР}_\text{кр} + \Delta \text{ПР}_\text{дп}) \quad (2.6.)$$

$$\Delta \text{ПР}_\text{сум.} = -8795 - (-3259,92 + 215,07 + 0 - 9462,82) = 3712,67 \text{ (тис. грн.)}$$

Результати факторного аналізу впливу мультиплікативних факторів на прибуток ПрАТ «Єнні Фудз» у 2022-2023рр. відображені в таблиці 2.18.

Таблиця 2.18.

Результати факторного аналізу впливу мультиплікативних факторів на прибуток ПрАТ «Єнні Фудз». у 2022-2023рр.

Фактори	Відхилення (+; -), тис. грн.
1	2
1.Зміна прибутку під впливом продуктивності праці	- 3259,92
2.Зміна прибутку під впливом чисельності торговельного персоналу	215,07
3.Зміна прибутку під впливом коефіцієнта реалізації товарної продукції	0
4.Зміна прибутку під впливом частки прибутку в реалізованій товарній продукції	-9462,82
5.Сумарний вплив чинників	3712,67
6. Приріст чистого прибутку	-8795

Спільна динаміка вихідних факторів у звітному році + 3712,67 тис.грн.

Таким чином, зниження прибутку Пр АТ « Єнні Фудз» у 2022-2023 рр . відбувалось під впливом зниження продуктивності праці персоналу, зміни частки прибутку в реалізованій продукції . Позитивно на рівень прибутку вплинуло зростання чисельності промислово виробничого –персоналу.

В процесі здійснення фінансово-господарчої діяльності підприємство має різні ризики , одним з яких є прострочка оплати клієнтами за відвантажену продукцію, різка зміна законодавства у сфері оподаткування, гіперінфляція, зміна нормативів та правовідносин, різке коливання цін на енергоносії

та матеріали, підвищення відсотків по кредитах тощо врахування їх дозволяє зменшити збитки та підвищити прибуток.

Визначення основних тенденцій на ринку кави та виготовлення супів швидкого приготування та аналіз внутрішнього середовища ПрАТ «Єнні Фудз» за період з 2021-2023 рр. дозволяє оцінити ресурси компанії та визначити основні можливості та загрози зі сторони зовнішнього середовища.. Результати SWOT-аналізу надано в таблиці 2.19.

Таблиця 2.19.

SWOT-аналіз ПрАТ «Єнні Фудз»

<u>Сильні сторони ПрАТ</u>	<u>Слабкі сторони ПрАТ</u>
▪ Виробництво широкої лінійки конкурентоспроможної продукції під відомими торговельними марками ▪ Наявність в Україні вітчизняної сировини для виробництва концентрованих супів ▪ Виробництво якісної продукції на базі натуральної сировини за допомогою ретельно розроблених рецептур ▪ вигідне знаходження в центрі Одеси	▪ нестабільні ціни на каву на мировому ринку ▪ висока вартість банківських кредитів ▪ Нестача оборотних коштів ▪ висока собівартість ▪ збитковість діяльності ▪ Застаріла матеріально-технічна база підприємства ▪

<u>Можливості ПрАТ</u>	<u>Загрози ПрАТ</u>
▪ збільшення долі ринку за рахунок виробництва кавої продукції зрізними смаками ▪ інноваційні технології виробництва супів швидкого приготування можливість розширення асортименту	▪ Велика конкуренція на ринку кави та супів ▪ Повномасштабна російська агресія ▪ високі податки ▪ Зміна курсу національної валюти, що впливає на закупку сировини для виготовлення розчиної кави ▪ низька купівельна спроможність населення

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКУ

ПрАТ «Єнні Фудз»

Захід 1. Виробництво харчових барвників з відходів овочів

Розвиток науково-технічного прогресу, зростання споживання призвели до різкого збільшення обсягів ресурсоспоживання та збільшення відходів виробництва. Тому в умовах ринку доцільно впроваджувати в виробництво заходи для ресурсозбереження, а саме утилізації та переробки органічних відходів, що підвищує ефективність функціонування підприємства в цілому[33].

Виробництво харчових барвників з відходів овочів - це інноваційний підхід до утилізації та переробки органічних матеріалів. Овочеві відходи, які зазвичай вважаються сміттям, можуть бути використані для видобуття природних барвників, які потім можуть бути використані у харчовій промисловості. Процес виробництва включає в себе переробку овочевих відходів з використанням спеціальних технологій, які дозволяють видобути барвники без шкідливих хімічних речовин. Барвники, отримані з відходів овочів, можуть бути використані для забарвлення продуктів та напоїв, надавати їм яскравий вигляд без шкоди для здоров'я споживачів. Такий підхід сприяє сталому розвитку галузі та допомагає зменшити вплив на навколишнє середовище.

Натуральні харчові барвники містять у своєму складі, крім фарбуючих пігментів, інші корисні біологічно-активні компоненти - вітаміни, глікозиди, органічні кислоти, ароматичні речовини, мікроелементи та ін., тому використання їх для фарбування продуктів харчування дозволяє не тільки покращити зовнішній вигляд, а й харчову цінність виробу[17, с.84].

В сфері переробки овочевих відходів для виробництва харчових барвників існують кілька інноваційних підходів:

1. Використання біотехнологій: це включає в себе використання мікро-організмів або ферментів для переробки органічних відходів у цінні харчові продукти, у тому числі барвники.

2. Екстракція та використання натуральних пігментів: деякі овочі містять природні пігменти, які можуть бути видобуті та використані як харчові барвники без додаткової хімічної обробки.

3. Використання ефективних технологій очищення та консервації для збереження якості і кольору барвників: це допоможе зберегти всі корисні властивості продукту під час переробки. Наприклад, природною сировиною для отримання натуральних барвників є плоди, листя, ягоди та коренеплоди певних видів рослин: яскраво-жовтий колір природного барвника одержують із кореня куркуми (продукт має маркування E100); помаранчевий відтінок – з моркви (E160a).

Для переробки овочевих відходів для виробництва харчових барвників можна використовувати різноманітне обладнання залежно від обсягів виробництва, потреб у автоматизації та видів овочів. Основні типові пристрої та обладнання, які можуть використовувати надано в таблиці 3.1..

Таблиця 3.1.

Основні пристрої та обладнання, необхідне для реалізації заходу

Найменування обладнання	Од.вим	Вартість (грн.)
Екстракційна установка	Грн..	22965
Фільтраційна система	Грн..	1500
Кутер професійний	Грн..	15000
Магнітний сепаратор	Грн..	1500
Разом		40965

Центральне місце серед обладнання займає Екстрактор. Екстрактор – цей пристрій, який дозволяє зробити витяжку ароматних речовин з сухих

трав, цедри, сухофруктів, спецій та інших твердих інгредієнтів. Екстракція відбувається внаслідок постійного контакту флегми з твердими речовинами. Спиртова пара проходить скрізь трубку екстрактора, охолоджується та випадає флегмою в колбу з інгредієнтами, а потім через трубки витікає в куб. Конструкція екстрактора забезпечує постійний контакт сировини з флегмою, та унеможлиблює її контакт з парою[47]. Після екстракції можна проводити дистиляцію та отримати 2 речовини – натуральний барвник на водній основі та ароматний дистилят, а можна дати флегмі стекти та використовувати вміст куба.

Таблиця 3.2.

Основні характеристики Екстрактор

Найменування	Характеристики
Розміри колони	
Висота колони	200 мм.
Товщина стінок	1.5 мм
Діаметр	51 мм
Холодильник	350 мм
Розміри випарної ємності	
Висота	1100 мм
Товщина кришки	3 мм
Товщина стінок	1 мм
Товщина дна	1,5 мм
Розміри кошика	
Висота	650 мм
Діаметр кошика	336 мм
Об'єм кошика	37 л
Електронагрівання Потужність ТЕНу	3 кВт

Визначимо капітальні витрати на організацію ділянки з виробництва харчових барвників з відходів овочів

$$K_B = K_{\text{обл}} + K_m \quad (3.1.)$$

$K_{\text{обл}}$ – вартість основного та додаткового обладнання для організації ділянки з виробництва харчових барвників з відходів овочів

K_m - вартість монтажних робіт створення додаткової інфраструктури та установки обладнання

Загальна вартість необхідного обладнання складе 40965. Роботи з монтажу та установці 8000 грн. Разом капітальні витрати складуть 48965 грн.

Основні етапи процесу екстракції барвників з відходів овочів представлені на рис. 3.1. та включають наступне:

1. Підготовки сировинний матеріал для подальшої обробки. Овочеві відходи подрібнюється або розмелюється, щоб збільшити її поверхню контакту з розчинником і полегшити процес екстракції.
2. Наступний етап це екстракція. Розчинник (наприклад, вода або органічний розчинник) контактує з сировинним матеріалом, де він розчиняє барвники та інші корисні речовини. Цей процес може відбуватися при підвищеній температурі або під тиском для полегшення екстракції.
3. Наступний етап фільтрація. Після того як барвники та інші корисні речовини розчинилися у розчиннику, екстракт проходить через фільтр для видалення твердих частинок або інших домішок.
4. Наступний етап концентрування. Отриманий екстракт може бути концентрований, зазвичай за допомогою випарювання розчинника під вакуумом або інших методів, для зменшення об'єму та збільшення концентрації корисних речовин.
5. Іноді необхідно здійснити етап очищення і обробка. Тоді екстракт піддають додатковим процесам очищення та обробки, таким як хроматографія або фільтрація, для видалення небажаних домішок та отримання чистого продукту.

6. В кінці технологічного процесу відбувається процес сушіння. Після концентрування екстракт піддають процесу сушіння, щоб видалити зайву вологу та отримати високоякісний порошковий продукт.



рис.3.1.Основні етапи процесу екстракції барвників з відходів овочів

Цей процес екстракції дозволяє отримати концентровані барвники з рослинної сировини, які можуть бути використані для забарвлення харчових продуктів, напоїв, косметики та інших товарів

Тривалість виробничого циклу виробництва натуральних барвників може значно варіюватися в залежності від різних факторів, таких як тип обладнання, обсяг виробництва, технологічні процеси та інші фактори.

Проведення тестів на якість та безпеку може зайняти декілька днів, щоб переконатися, що виробництво відповідає стандартам. Етап пакування може зайняти кілька годин до кількох днів, в залежності від обсягів виробництва та типу упаковки. Тривалість виробничого циклу екстракції барвників з

різних овочів може значно відрізнятися в залежності від типу овочів (Таблиця 3.3.),

Таблиця 3.3.

Тривалість виробничого циклу для екстракції барвників з деяких
типових овочів:

Найменування овочів	Тривалість виробничого циклу
Спаржа	4-6 годин
Буряк	6-8 годин
Морква	6-8 годин
Капуста	8-10 годин

Витрати на оплату праці надано у таблиці 3.4.

Таблиця 3.4.

Витрати на оплату праці робітників, що працюють за погодинною
системою оплати праці

Найменування	Кількість (осіб)	Годинна тарифна ставка (грн)	Тривалість зміни (годин)	Тарифний фонд заробітної плати
Апаратник	1	60,2	8	481,6
Підсобний робітник	1	47,0	8	376,0
Разом				857,6
Додаткова заробітна плата				214,4
ЄСВ				235,84
Всього витрати на оплату праці				1307,44

Додаткова заробітна плата - це за виконання встановлених завдань, винагорода за працю понад установлених норм та за особливі умови праці. Додаткову заробітню плату плануємо 25% від основної заробітної плати.

ЄСВ приймаємо як 22% від основної заробітної плати

Розрахуємо кошторис витрат на виробництво харчових барвників з відходів овочів.

Таблиця 3.5.

Кошторис витрат на виробництво харчових барвників з відходів овочів.

Найменування показників	Од. вим.	Значення
Матеріальні витрати	Грн..	$1 \times 10000 = 10000$
Додаткові матеріальні витрати	Грн..	200,0
Витрати на електроенергію на технологічні потреби	Грн..	$3,5 \times 3 \times 8 = 84$ $84 \times 22 = 1848$
Заробітна плата та відрахування	Грн..	$1307,44 \times 22 = 28763,68$
Амортизація	Грн..	4896,5
Адміністративні витрати	Грн..	13111
Витрати на збут	Грн..	3670
Разом		54489,18

Вихідні дані для техніко-економічних розрахунків наведені в таблиці 3.6., 3.7.

Таблиця 3.6.

Вихідні дані для розрахунків додаткового прибутку від виробництва натуральних барвників відходів овочів.

Найменування показника	Од.вим	Значення
Обсяг відходів	кг	10000
Ціна на 1 кг	грн	1,0
Собівартість відходів	грн	10000
Вихід натуральних барвників	кг	15,0
Середня ціна на 1 гр. натуральних барвників	Грн.	6,0
Дохід від виробництва	грн	15000х 6=90000
Собівартість виробництва	грн	54489,18
Операційний прибуток	Грн..	35510

Розрахуємо строк окупності капітальних вкладень від виробництва натуральних барвників відходів овочів за формулою:

$$T = \frac{KB}{\Pi}, \text{ де} \quad (3.3)$$

KB – капітальні витрати виробництво натуральних барвників відходів овочів.

Π – операційний прибуток від впровадження першого заходу;

Якщо обсяг виробництва складе 10000 кг на рік , то

$$T = \frac{40965}{35510} = 1,15 \text{ (року)}$$

Впровадження даного заходу переробки овочевих відходів для виробництва харчових барвників включає в себе використання передових технологій та

методів, спрямованих на максимальне використання ресурсів і мінімізацію відходів.

**Захід 2. Створення лінії низькокалорійних продуктів зі стевією
(для діабетичного харчування та для тих, хто прагнуть схуднути та є
прихильникам здорового способу життя**

Стевія - це унікальне лікарська рослина, стебла і листя якого застосовуються в медицині, кулінарії і косметології. Вперше його корисні властивості відкрили для себе жителі Південної Америки ще в 1899 році. Вона - це кращий підсолоджувач, а її листя і стебла стевії мають солодкий смак (набагато солодший за цукор) та допомагають регулювати рівень цукру в крові[43].



Рис. 3.2. Споживачі, кому корисна стевія

Стевія корисна для різних категорій споживачів (рис. 3.2.). Людам, які прагнуть схуднути і прихильникам здорового способу життя вона допомагає в рази знизити калорійність їжі і отримати струнку фігуру, не відмовляючись при цьому від вживання солодкого. На відміну від багатьох штучно синтезованих цукрозамінників, стевія не викликає почуття голоду. Продукти з стевії є низькокалорійними, а також стевія нормалізує процес обміну речовин, при-

родним чином очищаючи організм від шлаків і інших шкідливих речовин[43].

Стевія необхідно вживати людям з цукровим діабетом, бо в основу дієто-терапії при діабеті входить жорсткий контроль споживання простих вуглеводів і жирної їжі. Стевія корисна дітям, які дуже люблять солоденьке. Але не всім дітям можна їсти солодощі в зв'язку з алергіями, до того ж всі знають, що від солодкого псується зуби..

Стевія корисна спортсменам тому, що не викликає секреції інсуліну через стимуляцію смакових рецепторів. Крім того, стевія сприяє відновленню людини після фізичного виснаження або будь-який інший напруженої фізичної діяльності[43].

Калорійність продуктів з екстрактом стевії знижується на 60 процентів. Стевія може бути додана замість цукру в желе та крем . Впровадження лінії низькокалорійних продуктів зі стевії дозволить збільшити обсяг реалізації продукції на 5 процентів.

Розрахуємо додатковий обсяг реалізованої продукції внаслідок створення лінії низькокалорійних продуктів зі стевією:

$$РП_{д} = 78755 \times 0,05 = 3937,75 \text{ (тис. грн.)}$$

Розрахуємо додатковий прибуток від впровадження лінії низькокалорійних продуктів зі стевії:

$$\Delta П_{д} = 3937,75 \times 0,029 = 114,19 \text{ (тис. грн.)}$$

Додатковий чистий прибуток від впровадження другого заходу складе 114,19 тис. грн.

Таблиця 3.7

Заходи, запропоновані для підвищення прибутку ПрАТ «Єнні Фудз»

Найменування заходів щодо збільшення прибутку	Од. вим.	Додатковий Прибуток
Захід 1. Виробництво харчових барвників з відходів овочів	Тис.грн.	35,510
Захід 2. Створення лінії низькокалорійних продуктів зі стевією (для діабетичного харчування та для тих, хто прагнуть схуднути та є прихильникам здорового способу життя)	Тис.грн	114,19
Разом прибуток від впровадження запропонованих заходів:	Тис.грн.	149,70

Таблиця 3.9.

Динаміка основних показників ПрАТ «Єнні Фудз»

після впровадження запропонованих заходів

Показники	Од. Вим.	2023	Збільшення показників за умов реалізації запропонованих заходів	Темп зростання (в%)
Чистий дохід від реалізації продукції	Тис. грн.	78755	+4027,75	105,11
Чистий прибуток	Тис. грн.	1077	+149,70	1226,7
Рентабельність продаж	%	1,37	+0, 11п.п	-

ВИСНОВОК

Сучасні складні умови функціонування підприємства потребують уваги до формування та розподілу прибутку тому, що швидке реагування на зміну господарської ситуації на ринку дозволяє розробити напрями та заходи щодо підтримки стійкого фінансового стану, сформувати фінансові резерви для подальшого розвитку. Все потребує постійного вдосконалення організації виробництва, технологічного оновлення та впровадження нових конкурентоспроможних видів продукції відповідно до зміни кон'юнктури ринку.

Прибуток як підсумковий результат фінансово-господарчої діяльності підприємства, що найбільш повно відображає результативність роботи, ефективність змін щодо обсяг продукції, якість виробленої продукції та рівень продуктивності праці що потребує постійної уваги керівництва компанії. На рівень прибутку підприємства безпосередньо впливають рівень собівартості та її динаміка, що вимагає моніторингу витрат, а також постійна зміна факторів зовнішнього середовища.

Аналіз результатів фінансово-господарчої діяльності ПАТ «Єнні Фудз» у 2021 -2023 показав, що підприємство зіштовхнулося з багатьма проблемами, в наслідок кризових явищ у економіці країни після COVID-19, зростання конкуренції на ринку супів швидкого приготування та кави. Все це вплинуло на збиткові результати у 2021 році. Початок повномасштабної російської агресії ускладнив ситуацію, але не зважаючи на те, ПАТ «Єнні Фудз» покращило прибутковість у 2022 році. Загострення конкурентної боротьби на ринку супів швидкого приготування, підвищення вартості паливно-енергетичних ресурсів призвело до зниження суми чистого прибутку в 2023 році.

Працюючи на високо конкурентному ринку виробників кави підприємство має зберігати високу якість продукції та розвивати унікальні смакові характеристики кави, а також розробляти оригінальний та привабливий дизайн упаковки. Такі дії мають бути підкріплені активними маркетинговими

та рекламними заходами, та впровадженням нових видів продукції. Саме тому, в третьому розділі кваліфікаційної роботи бакалавра окреслено загальні пріоритети розвитку ПрАТ «Єнні Фудз» з метою досягнення результатів збільшення прибутку. Окрім цього, запропоновано заходи щодо збільшення прибутку підприємства, а саме виробництво харчових барвників з відходів овочів, створення лінії низькокалорійних продуктів зі стевією (для діабетичного харчування та для тих, хто прагнуть схуднути та є прихильникам здорового способу життя) . Впровадження запропонованих заходів дозволить отримати додатковий прибуток в сумі 149,70 тис. грн.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Анотація до аналізу ринку. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiticheskaya-zapiska-po-rynku-kofeen-v-kieve-2023-god>(дата звернення: 22.04.2024).
2. Белінська С.М., Крисіна І.О. Управління прибутком підприємства. Ефективна економіка. 2022. № 1. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2022.1.16>(дата звернення: 22.03.2024).
3. Бердар М.М. Фінанси підприємств. Навч. посіб. К. Центр учбової літератури, 2010. 352 с.
4. Василенко І.А., Чупринов Є.В., Іванченко А.В., Скиба М.І., Воробйова В.І., Галиш В.В. Зелені технології у промисловості: Монографія / І.А. Василенко, Є.В.Чупринов, А.В. Іванченко та ін. – Дніпро: Акцент ПП, 2019. 366 с.
5. 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. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V21\(2020\)-06](https://doi.org/10.31521/modecon.V21(2020)-06).(дата звернення: 2.04.2024).
6. Воробець Н.С., Корбутяк А.А. Ділова активність підприємства – основа його інвестиційної привабливості.. *Молодий вчений*. 2018, № 11 (63) . С. 1086 -1090.. URL: <file:///C:/Users/user/Downloads/3658-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-3617-1-10-20220429.pdf>
7. Воробйов К., Гуржій Н. Конкурентний аналіз світового ринку кави. *Innovative technologies and scientific solutions for industries*. 2022. No. 4 (22).С. 32-48. URL: file:///C:/Users/user/Downloads/COMPETITIVE_ANALYSIS_OF_THE_WORLD_COFFEE_MARKET_KO.pdf(дата звернення: 22.02.2024).

8. Гаватюк Л. С. Прибутковість українських підприємств: реалії сьогодення / Л. С. Гаватюк, Н. В. Дармограй, Г. М. Хімійчук // Молодий вчений. 2016. № 1 (28). С. 40-43.
9. Голюк В.Я., Ганштель В.В. Конкурентне середовище на українському та польських ринках продукції швидкого приготування. *Економічний вісник НТУУ "Київський політехнічний інститут"*. 2024. №24. С.38-42. URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/7f65cc1a-b363-46be-9d22-e61bb55bf6ad/content>
10. Гуменюк В.С. Теоретичні основи управління прибутком підприємств. Інфраструктура ринку. 2018. Випуск 20. С. 51–55. URL: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/3658/3622>
11. Давидова А.О., Корнійчук А.А. Управління ефективністю використання основних засобів підприємств. Конференції Житомирського державного технологічного університету. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/12/70.pdf> (дата звернення: 20.04.2024).
12. Державний комітет статистики України : офіційний сайт. URL: www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 02.04.2024).
13. Довгань Л.П., Радкевич Л.М. Моделювання впливу факторів на формування прибутку державного підприємства. *Приазовський економічний вісник*. 2017. № 5. С. 122-128.
14. Джеджула В. В., Спіфанова І. Ю., Іванчик Т. В. Фактори впливу на формування прибутку підприємств. *Modern Economics*. 2019. № 14(2019). С. 81-86. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V14\(2019\)-13](https://doi.org/10.31521/modecon.V14(2019)-13).
15. Жигалкевич Ж. М., Фісенко Е. С. Система управління прибутком як умова ефективного функціонування підприємства. *Економіка і суспільство*. 2016. № 4. С. 145–148.
16. Зибарева О.В., Воронюк Т.А. Ринок кави в Україні: поточний стан та перспективи розвитку. *Економічний форум*. 2018. № 1. С. 25–30.
17. Інноваційні технології розвитку харчових і переробних виробництв та ресторанного господарства: наукові пошуки

- молоді : Всеукраїнська науково-практична конференція здобувачів вищої освіти і молодих вчених, 26 жовтня 2022 р. Харків. ДБТУ, 2022. 108 с.
18. Карнаушенко А.С. Кавова індустрія в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку. *Приазовський економічний вісник*. 2020. Вип. 2(19). С. 103–109
 19. Корбутяк А.Г., Сокровольська Н.Я. Особливості планування рівня рентабельності вітчизняних підприємств в сучасних умовах. *Науковий вісник Херсонського державного університету, Серія «Економічні науки»*. 2017. Вип. 24. Ч. 2. С. 178–188. URL: <http://www.ej.kherson.ua/index.php/arkhiv-vidannya/2017?id=70>
 20. Кубецька О. М., Остапенко Т. М., Зайченко Р. А. Підвищення прибутку з метою забезпечення економічної безпеки підприємства. *Бізнес Інформ*. 2022. №1. С. 287–293. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-1-287-293> https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2022-1_0-pages-287_293.pdf
 21. Ларіонова К., Капінос Г. Механізм управління прибутком підприємства. *Modeling the development of the economic systems*. 2022. № 1. С. 120–128.
 22. Маркетинг на ринку продуктів швидкого приготування : монографія / Є. В. Ромат, Т. Л. Мітяєва, Л. О. Попова та ін. ; за наук. ред. А. А. Мазаракі, д-ра екон. наук, проф., академіка НАПН України. Київ :Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 208 с.
 23. Мартиненко В. П., Кушик І.Л. Оцінка управління процесом формування прибутковістю суб'єкта господарювання. *Електронний науково-практичний журнал Інфраструктура ринку*. 2018. № 17. С. 163 – 168. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/17_2018_ukr/29.pdf.
 24. Маркіна І. А., Вороніна В. Л. Управління прибутком торговельних підприємств: монографія. Полтава: ПП Астроя, 2018. 167 с.

25. Михайленко О.В. Аналіз стану основних засобів підприємств харчової промисловості. Бухгалтерський облік, аналіз та аудит. 2019. Випуск 32. 2019. С. 403-407. URL:
<https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/b12b9b19-1e66-432c-a3a2-bf918a80bdec/content>
26. Мордань Є. Ю., Малиш Д. О., Рябуха А. Ю. Теоретичні основи системи управління прибутком підприємства. Інфраструктура ринку. 2020. Вип. 40. С. 384–391.
27. Назаренко І.Ф. Генезис економічної сутності прибутку в умовах ринкової економіки. Економіка та управління національним господарством. 2022. №65. С. 29-37. URL:
http://www.market-infr.od.ua/journals/2022/65_2022/7.pdf
28. Насібова О. В., Бовкун Я. О. Прибуток підприємства як об'єкт управління. Ефективна економіка. 2018. № 11. URL:
http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2018/73.pdf
29. Осипов В.І. Економіка підприємства : підручник. Одеса : Маяк, 2005. 724 с.
30. Павлюк І.О. Управління прибутком підприємств в умовах сьогодення. Вісник Хмельницького національного університету. 2020. № 1. С. 84–88.
31. Ринок супів швидкого приготування в Україні: варіант подолання дефіциту часу і грошей. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-supov-bystrogo-prigotovleniya-v-ukraine-variant-preodoleniya-deficita-vremeni-i-deneg>
32. Савіцька Г., Шелест Н. Управління прибутком підприємства. Збірник наукових праць ДЕТУТ. Серія “Економіка і управління”. 2016. №36. С. 241-248.
33. Серьогін О.О. Ресурсоощадні технології у харчовій промисловості [Електронний ресурс]: підручник. О.О. Серьогін, О.О. Осьмак, Д.В. Риндюк. К.: НУХТ, 2018. 414 с.

34. Слободяник Ю., Багацька К., Корбутяк А. Ефективність формування капіталу підприємств комунального господарства: випадок України. Незалежний журнал управління та виробництва. 2021. № 12(3). С. 349–358. URL: https://redib.org/Record/oai_articulo3189150-efficiency-capital-formation-utility-enterprises-case-ukraine
35. Старко І.Є., Канцір І.А., Шевчук М.П. Сучасна парадигма управління прибутковістю. Підприємництво та інновації. 2019. Випуск 10. С. 82–86. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pidinno_2019_10_14.
36. Стрішенець О. Аналітичні підходи до управління прибутком на підприємстві. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2018. № 2. С. 18–25. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echcenu_2018_2_5/.
37. Сьомкіна Т. В., Гужавіна І.В., Згурська О.М. Методологічні засади управління прибутком торговельного підприємства. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2020. № 1 (31). С. 107 – 113. DOI: 10.31673/2415-8089.2020.011713.
38. Тимчишин-Чемерис Ю.В., Гвоздь С.І. Поняття ділової активності підприємства та напрями її підвищення // Міжнародний науковий журнал інтернаука. 2017. №7. С. 161–164.
39. Тульчинська С. О., Скоробогатий О. І. Основні чинники впливу на прибутковість підприємства. Ефективна економіка. 2018. № 11. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6646> (дата звернення: 4.05.2024).
40. Фальченко О. Особливості формування та використання прибутку підприємства. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки). 2022. (4). С. 22–26. URL: <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2022.4.22>
41. Ходикіна В.В., Родіна О.Г. Світовий ринок кави: сучасний стан та проблемні питання. ДонДУУ. Менеджер. 2018. № 2 (79). С. 148–156. URL:

http://lib.pu.if.ua:8080/bitstream/123456789/5332/1/Nzhm_2018_2_22%5b1%5d.pdf

42. Чернишова О.Б. , Янковий О.Г. Теоретичні засади факторного аналізу прибутку підприємства на базі детермінованих моделей. Економіка харчової промисловості. 2015, № 2(26), с.52-60.
43. Чому стевія краще цукру? URL: <https://stevia.in.ua/post/pochemu-steviya-luchshe-sahara>
44. Ярмош Т. Перспективи застосування натуральних барвників рослинного походження . URL:http://www.tsatu.edu.ua/tstt/wp-content/uploads/sites/6/jarmosh_23.pdf(дата звернення: 4.05.2024).
45. ПП «Крупосвіт». Офіційний сайт. URL: <https://kruposvit.com/about>
46. Єнні Фудз. Офіційний сайт . URL:<https://ennifoods.com>
47. Aquagradus.<https://aquagradus.com/ekstraktor-dlya-efirnyh-masel-50-l>