

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра Економіки підприємства та організації підприємницької діяльності
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи

на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
(шифр та найменування спеціальності)

за магістерською програмою професійного спрямування
«Економіка та стратегія розвитку підприємства»
(назва магістерської програми)

на тему: «Стратегія підвищення прибутку підприємства»
(назва теми)

Виконавець:

студентка факультету економіки та
управління підприємництвом

Зюзіна Дар'я Валентинівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

д.е.н., професор

(науковий ступінь, вчене звання)

Янковий Олександр Григорович

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

ОДЕСА – 2020

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Прибуток являється головною метою господарської діяльності підприємства, характеризує її ефективність та здатний забезпечити подальший розвиток. Лише за умови прибутковості підприємство має можливість адаптуватись до мінливих умов середовища, забезпечити платоспроможність, фінансову стійкість, інвестиційну привабливість, реалізувати виробничий потенціал, зміцнити конкурентоспроможність, що характеризує значимість прибутку для підприємства.

В сьогоденних умовах, а особливо в умовах пандемії, забезпечення прибутковості підприємства є пріоритетним напрямом стратегічного управління. Так як прибуток забезпечує безперервну діяльність підприємства, що особливо важливо в поточних умовах, виникає необхідність в розробці альтернативних управлінських рішень, які здатні підтримати функціонування підприємства і реалізувати його виробничий потенціал в умовах пандемії.

Мета дослідження кваліфікаційної роботи полягає у розробці стратегії підвищення прибутку ТОВ «Телекарт-Прилад».

Завдання дослідження:

- розкрити економічну суть прибутку, його функції, види та значення для підприємства;
- розглянути формування прибутку під впливом внутрішніх та зовнішніх факторів;
- визначити стратегії та методи управління прибутком підприємства;
- проаналізувати тенденції розвитку приладобудівної галузі, як сфери господарської діяльності ТОВ «Телекарт-Прилад»;
- проаналізувати фінансово-господарську діяльність, рівень та динаміку прибутку ТОВ «Телекарт-Прилад»;
- провести SWOT-аналіз підприємства, факторний аналіз та прогнозне оцінювання динаміки прибутку ТОВ «Телекарт-Прилад»;
- розробити стратегію підвищення прибутку ТОВ «Телекарт-Прилад», обґрунтувати практичні рекомендації та заходи щодо її реалізації.

Об'єкт дослідження кваліфікаційної роботи є теоретико-методологічні засади формування та розробки стратегії управління прибутку підприємства.

Предмет дослідження кваліфікаційної роботи є розробка стратегії підвищення прибутку ТОВ «Телекарт-Прилад».

Методи дослідження: структурно-логічний аналіз (при побудові логіки та структури роботи), метод деталізації та синтезу (при вивченні предмета дослідження), діалектичний метод наукового пізнання (при узагальненні теоретичних засад прибутку підприємства, стратегії управління прибутком та його підвищення), метод наукової абстракції (при узагальненні підходів до

визначення економічної сутності прибутку та класифікації його видів), метод спостереження, порівняння та деталізації (при наведені загальної характеристика ТОВ «Телекарт-Прилад» та аналізі тенденцій приладобудівної галузі), статистичні прийоми групування, динамічних порівнянь, методи аналізу та синтезу, табличний, графічний та індексний методи (при аналізі фінансово-господарської діяльності, рівня та динаміки прибутку ТОВ «Телекарт-Прилад»), стратегічний аналіз (при аналізі тенденцій приладобудівної галузі, макросередовища підприємства та формуванні стратегії), статистичний метод та факторний аналіз (при аналізі прибутку ТОВ «Телекарт-Прилад»), метод економічного моделювання та прогнозування (при розрахунку прогнозу прибутку ТОВ «Телекарт-Прилад» у перспективі).

Інформаційна база дослідження: законодавчі й нормативні акти України, наукові публікації та монографічні видання вітчизняних і закордонних вчених, матеріали наукових конференцій, досліджень та періодичних видань, електронні ресурси мережі Інтернет, матеріали Державного комітету статистики України, матеріали, дані статистичної та фінансової звітності ТОВ «Телекарт-Прилад», довідкова література, аналітичні розрахунки автора.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (71 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 88 сторінок. Основний зміст викладено на 78 сторінках. Робота містить 30 таблиць, 11 рисунків.

Публікації. За темою кваліфікаційної роботи автором було опубліковано наступні роботи:

1. Зюзіна Д. В., Горлова О. П. СVP-аналіз як інструмент беззбиткової діяльності підприємства. *Студентський науковий збірник ФЕУП*. Одеса, ОНЕУ, 2018. №29. С. 83-85.
2. Зюзіна Д. В., Янковий О. Г. Чинники та резерви підвищення прибутку підприємства. *Підприємницька модель економіки та управління розвитком підприємства: тези II міжнар. наук.-практ. конф. (6-8 листоп. 2019 р.)*. Житомир, 2019. С. 163-166.
3. Зюзіна Д. В., Янковий О. Г. Методи управління прибутком підприємства в сучасних умовах *Студентський науковий збірник ФЕУП*. Одеса, ОНЕУ, 2020. №31. С. 172-175.
4. Зюзіна Д. В., Горлова О. П. Тотальне управління якістю (TQM): переваги та недоліки. *Студентський науковий збірник ФЕУП*. Одеса, ОНЕУ, 2020. №31. С. 175-179.
5. Зюзіна Д. В., Янковий О. Г. Факторний економічний аналіз прибутку підприємства. *Модернізація економіки: сучасні реалії, прогнозні сценарії та перспективи розвитку: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м. Херсон, 28 квітня 2020 р.* Херсон, 2020. С. 345-347.
6. Янковий О. Г., Зюзіна Д. В. Переваги та недоліки конгломератної диверсифікації. *Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії*

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні аспекти розробки стратегії підвищення прибутку підприємства» розглянуто економічну сутність прибутку, його функції, види та значення для підприємства; формування прибутку під впливом внутрішніх та зовнішніх факторів; стратегії та методи управління прибутком підприємства.

У другому розділі «Стратегічний аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища ТОВ «Телекарт-Прилад» проаналізовано загальну діяльність підприємства, тенденції розвитку приладобудівної галузі, фінансово-господарської діяльності, рівня та динаміки прибутку підприємства, здійснено SWOT-аналіз, факторний аналіз та прогнозне оцінювання динаміки прибутку підприємства.

У третьому розділі «Стратегія підвищення прибутку ТОВ «Телекарт-Прилад»» запропоновано та обґрунтовано практичні рекомендації та заходи щодо реалізації розробленої стратегії підвищення прибутку: впровадження елементів Індустрії 4.0 та виробництво нового виду продукції.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Прибуток вважається однією з найскладніших економічних категорій. Протягом усього періоду дослідження сутності поняття було запропоновано та сформовано різні теоретичні підходи щодо формування прибутку та його сутності. Проте проведені теоретично-методологічне дослідження показали, що категорія «прибуток» не має чітко сформованого визначення, так як принцип його формування визначається за різних передумов. Поширеним трактуванням сутності прибутку являється характеризування прибутку як перетвореної частини додаткової вартості продукції. Для підприємства прибуток – це кінцевий фінансовий результат, який визначає ефективність господарської діяльності підприємства.

Було встановлено, що прибуток має важливе практичне значення як для підприємства, так і для держави. Прибуток забезпечує розвиток підприємства на основі самофінансування, захищає від банкрутства, слугує джерелом розширення матеріально-технічної бази, формує фінансові ресурси підприємства, забезпечує зростання ринкової вартості підприємства, а також використовується для розрахунку ефективності конкурентної діяльності. За рахунок відрахувань від прибутку формуються фінансові ресурси держави, що стимулює темпи економічного розвитку країни.

2. Було виявлено, що усі фактори впливу розділяють на зовнішні та внутрішні: зовнішні фактори складають макроекономічне середовище (тобто підприємство не має можливості їх контролювати); внутрішні фактори

складають макроекономічне середовище та є основою для формування резервів підвищення прибутку.

Внутрішні фактори класифікують на основні та другорядні фактори впливу на величину прибутку. У свою чергу основні фактори класифікують на виробничі (інтенсивні та екстенсивні) та не виробничі. Вплив на фактори з боку підприємства може здійснюватися не лише в одному напрямку (збільшення або зменшення). При визначенні ціни, обсягу виробництва, змінних та постійних витрат як основних факторів впливу, виникає залежність, що передбачає їх пропорційну зміну для отримання позитивного ефекту.

3. Стратегія управління прибутком підприємства є головним інструментом управління прибутком, який дозволяє ефективно реалізувати модель управління прибутком. У загальному вигляді управління прибутком полягає у збільшенні доходів підприємства, зменшенні витрат, оптимальному розподілу прибутку, формуванні та реалізації ефективної податкової політики. Головною метою управління прибутком є забезпечення максимальної абсолютної величини чистого прибутку та стабілізація його формування у майбутньому.

Модель управління прибутком – це сукупність фінансово-правових та організаційно-технічних методів та прийомів прогнозування, планування та контролю за формуванням доходів підприємства з метою забезпечення допустимого рівня прибутковості у довгостроковій перспективі, а також досягнення інших цілей, встановлених корпоративною стратегією підприємства

Було встановлено, що модель управління прибутком складається з наступних логічних, цілісних та взаємопов'язаних функціонально-організаційних блоків: управління витратами, управління доходами, управління розподілом прибутку

У ході дослідження було встановлено, що стратегію управління прибутком можна розглядати як сукупність взаємопов'язаних елементів, які пов'язані з формуванням і використанням прибутку для забезпечення відповідного рівня рентабельності діяльності та зростання вартості підприємства шляхом застосування методів і прийомів прогнозування, планування та контролю витрат і доходів. Виділяють три види стратегій управління прибутком: агресивну або наступальну, захисну та диверсифіковану (змішану). Останню частіше використовують на практиці, так як вона поєднує переваги та компенсує недоліки агресивної та захисної стратегій.

Практична реалізація зазначених функцій здійснюється за допомогою методів управління прибутком, серед яких виділяють три загальні групи методів: економічні, організаційно-розпорядчі та соціально-психологічні.

Окрім зазначених методів, підприємства у процесі управління прибутком часто використовують методи фінансового контролінгу: SWOT-аналіз, бенчмаркінг, таргет-костинг та стандарт-костинг, CVP-аналіз (аналіз точки беззбитковості), ABC-аналіз та XYZ-аналіз, оптимізація об'ємів замовлень, бюджетування та система збалансованих показників.

Необхідно звернути увагу на те, що ефективність управління прибутком виникає за умов дотримання наступних принципів інтегрованості, безперервності, системності та комплексності, динамічності, варіативності та орієнтованості.

4. ТОВ «Телекарт-Прилад» - один з найбільших приладобудівних підприємств України, яке на сьогоднішній день займається виробництвом продукції енергетичного сектору та продукції для силових структур.

Проведений аналіз тенденцій розвитку галузі показав, що приладобудівна галузь України перебуває у складному становищі. Найбільша кількість збиткових підприємств припадає саме на сектор «виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції». Необхідно відзначити, що темп приросту збиткових підприємств більший за темп приросту нових підприємств сектору. Негативною тенденцією також є збільшення залежності галузі від імпорту. В результаті чого знижується рівень диверсифікації виробництва, якості та конкурентоспроможності продукції. Проблема галузі також полягає у низькому рівні інноваційної та інвестиційної діяльності.

5. Аналіз фінансово-господарської діяльності показав, що у 2019 році підприємство підвищило ефективність використання основних засобів та оборотних активів. Негативною тенденцією залишається низький відсоток придатності основних засобів, який зменшується кожного року, що говорить про використання фізично застарілого обладнання та устаткування та необхідність його заміни.

Структура джерел фінансування активів показала, що 77% коштів підприємства є поточні короткострокові кредити, що свідчить про фінансову нестійкість та залежність від зовнішніх джерел фінансування. Проте за рахунок наявних оборотних активів підприємство є платоспроможним, так як здатне задовольнити поточні короткострокові зобов'язання.

Аналіз рівня та динаміки прибутку показав, що у 2019 році було значно покращено фінансовий результат підприємства. Чистий прибуток склав 81 443 тис. грн. (приріст – 795,37% порівняно з минулим роком), що відбулось за рахунок покращення фінансово-господарської діяльності.

6. Проведений SWOT-аналіз дав змогу проаналізувати сильні та слабкі сторони, виявити можливості та загрози підприємства. На основі аналізу було побудовано матрицю альтернативних управлінських рішень, які були використані при розробці стратегії підвищення прибутку підприємства.

Факторний економічний аналіз прибутку від реалізації продукції підприємства, розрахований за двома методами показав, що підприємство має резерви підвищення прибутку підприємства за рахунок підвищення рівня технічного оснащення персоналу. Існує два шляхи вирішення даної проблеми:

- скорочення чисельності промислово-виробничого персоналу (може призвести до зменшення обсягів виробництва);
- збільшення кількості основних засобів підприємства (оптимальний варіант).

Згідно проведеного SWOT-аналізу підприємству необхідно розглянути варіант виробництва нового виду продукції, тому збільшення кількості

основних засобів може бути пов'язане як з поточною, так і з потенційно новою продукцією. У результаті фондоозброєність праці зростає, що позитивно відобразиться на прибутку від реалізації продукції.

Окрім цього, необхідно з'ясувати та проаналізувати, чим викликаний негативний синергетичний ефект зазначених факторів на прибуток від реалізації продукції на підприємстві з метою розробки та організації заходів направлених на кардинальну зміну напрямку вектору їхньої взаємодії у майбутньому.

У результаті кореляційно-регресивного аналізу було побудовано модель чистого доходу від реалізації продукції, яку можна вважати адекватною та надійною. Було встановлено, що найбільший вплив на величину результативної змінної здійснює фондовіддача. Так як показник має тенденцію до збільшення за період 2015-2019 років, було припущено, що тенденція збережеться у майбутньому періоді. При точковому прогнозуванні було встановлено, що чистий дохід від реалізації продукції складе 411 309,73 тис. грн. Інтервальне прогнозування у системі *STATISTICA* показало, що:

- з вірогідністю 95% фактичне значення чистого доходу від реалізації буде знаходитись у діапазоні від 404 093,66 тис. грн. до 418 525,80 тис. грн.;
- з вірогідністю 99% фактичне значення чистого доходу від реалізації буде знаходитись у діапазоні від 404 093,66 тис. грн. до 418 525,80 тис. грн..

7. Було розроблено та обґрунтовано стратегію підвищення прибутку ТОВ «Телекарт-Прилад», яка включає у себе формулювання трьох стратегій: корпоративної, конкурентної та функціональної. Для реалізації розробленої стратегії було запропоновано наступні заходи: впровадження елементів системи Індустрії 4.0 (Big Data Analytics) для поліпшення процесу виробництва, розкриття потенціалу маркетингу та підвищення іміджу підприємства; виробництво нового виду продукції (пульсоксиметру), що обґрунтовано умовами пандемії.

Таким чином, від реалізації запропонованих заходів підприємство додатково отримає прибуток від реалізації продукції у розмірі 7 152,78 тис. грн. Додатково підприємство зможе економити на витратах на сировину та матеріали 9 542 тис. грн.