

Міністерство освіти і науки України  
Сумський державний університет  
Навчально-науковий інститут бізнес-технологій «УАБС»  
Кафедра бухгалтерського обліку та оподаткування

## КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

На тему: «УПРАВЛІННЯ ЦІНОУТВОРЕННЯМ КОМПАНІЇ ЯК ОСНОВА  
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗЗБИТКОВОСТІ ЇЇ ДІЯЛЬНОСТІ»

Виконала: студентка 4 курсу, групи ОП-61а

Спеціальності 071 «Облік і оподаткування»

Шепелева Яна Олександрівна

Керівник: к.е.н.

Самусевич Ярина Валентинівна

Суми 2020

## РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи бакалавра на тему:

Управління ціноутворенням компанії як основа забезпечення беззбитковості її діяльності

студентки Шепелевої Яни Олександрівни

Кваліфікаційна робота бакалавра викладена на 59 сторінках, зокрема список використаних джерел із 47 найменувань, розміщених на 6 листках. Робота містить 8 таблиць, 9 рисунків, а також 4 додатка.

Сучасні економічні системи будуються на принципах ринкових відносин, включаючи свободу економічних суб'єктів, їх індивідуальне прагнення до вигоди, конкурентну боротьбу за кращі умови. В свою чергу споживач прагне до оптимального варіанту задоволення власних потреб, згідно з наявними фінансовими можливостями. Одночасно гнучка та жорстка ринкова система, що вимагає швидкого адаптування під постійно зростаючі запити суспільства, в той же час прагне до певної єдиної методології та принципам адекватних цін.

Мета кваліфікаційної роботи полягає у дослідженні теоретичних засад ціноутворення та беззбитковості та розвитку основних положень управління беззбитковістю підприємства з урахуванням специфіки його фінансового стану та особливостей виробленої продукції.

Предметом дослідження виступають сукупність теоретичних, методичних та практичних засад ціноутворення в системі забезпечення беззбитковості підприємства.

Об'єктом дослідження є фінансова діяльність ПрАТ «Новоград-Волинський хлібозавод».

Інформаційну базу дослідження становили нормативно-правові акти, навчальні посібники з мікроекономіки, фінансового аналізу, фінансового менеджменту, наукові праці економістів, статті фахових видань, а також фінансова звітність ПрАТ «Новоград-Волинський хлібозавод».

Методи дослідження: системний підхід; графічний та табличний (для наочного представлення результатів дослідження у цифрах); метод індукції та дедукції, аналізу та синтезу.

За результатами дослідження нами були сформовані такі висновки:

- порівнювальні методи ціноутворення відображають базову (вихідну) ціну, тобто під впливом ринкових умов відбудеться коригування та встановлення остаточної ціни продажу, завдання розрахунків наблизити ціну одразу до оптимальної;

- ціноутворення, відповідно, може змінюватися в життєвому циклі підприємства, досить часто застосовують декілька методів;

- аналіз беззбитковості дозволяє підприємству отримувати цільовий прибуток, спрогнозувати наслідки скорочення витрат, обсягів виробництва та виявити рівень ризику, що є необхідним етапом планування та прийняття управлінських рішень;

- показники ділової активності підприємства ПрАТ «Новоград-Волинський хлібозавод» перебувають у межах норми з урахуванням динаміки змін з попереднім роком, діяльність підприємства є прибуткова; показники свідчать про стабільний фінансовий стан, стан підприємства досить непоганий та стійкий;

- зміна кількісного значення фактичного обсягу реалізації призводить не лише до зміни точки беззбитковості, але і до зміни показників «Витрати — обсяг — прибуток» за іншими видами продукції;

- прогнозування двома методами показав, що запас фінансової міцності підприємства має тенденцію до зростання, що є позитивним явищем, і свідчить про те, що зниження обсягів реалізації «безболісно» впливає на прибуток.

- розрахунок ціни різними методами показав, що деякі види продукції потребують коригування ціни, а деякі – збільшення обсягів реалізації.

Одержані результати можуть бути використані при прийнятті рішення про зняття того чи іншого товару з виробництва або з метою збільшення

питомої ваги продукції, що приносить більший прибуток, а також обґрунтування можливостей підприємств у плані вибору і прийняття цілого переліку ефективних управлінських рішень щодо порогу безпеки обсягу виробництва, можливої величини прибутку на майбутнє.

Результати кваліфікаційної роботи пройшли апробацію, а саме участь у VI Всеукраїнській науково-практичній конференції «Актуальні проблеми соціально-економічних систем в умовах трансформаційної економіки», 16 – 17 квітня 2020 р. Україна, м. Дніпро: НМетАУ та публікація тез на тему «Аналіз методів та стратегій ціноутворення інформаційної продукції в умовах суспільних трансформацій».

Ключові слова: ціноутворення, методи та підходи ціноутворення, аналіз безбитковості, прогнозування показників фінансового стану.

Рік виконання кваліфікаційної роботи – 2020 рік.

Рік захисту роботи – 2020 рік.

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЦІНОУТВОРЕННЯМ КОМПАНІЇ.....	8
1.1 Сутність цін та ціноутворення. Елементи, що формують ціну.....	8
1.2 Основні підходи і методи ціноутворення.....	12
1.3 Сутність аналізу контрольної точки беззбитковості.....	15
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПРАТ «НОВОГРАД- ВОЛИНСЬКИЙ ХЛІБОЗАВОД» .....	22
2.1 Загальна характеристика підприємства .....	22
2.2 Аналіз фінансових стану ПрАТ «Новоград-Волинський хлібозавод» .....	24
2.3. Аналіз беззбитковості виробництва.....	28
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ПОЛІТИКИ ЦІНОУТВОРЕННЯ ТА УПРАВЛІННЯ БЕЗЗБИТКОВІСТЮ.....	31
3.1 Прогнозування показників беззбитковості підприємства .....	31
3.2. Обґрунтування вибору методу ціноутворення на підприємстві.....	38
ВИСНОВКИ.....	41
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	44
ДОДАТКИ.....	

## ВСТУП

Сучасні економічні системи будуються на принципах ринкових відносин, включаючи свободу економічних суб'єктів, їх індивідуальне прагнення до вигоди, конкурентну боротьбу за кращі умови. В свою чергу споживач прагне до оптимального варіанту задоволення власних потреб, згідно з наявними фінансовими можливостями. Одночасно гнучка та жорстка ринкова система, що вимагає швидкого адаптування під постійно зростаючі запити суспільства, в той же час прагне до певної єдиної методології та принципам адекватних цін.

Мета роботи полягає у дослідженні теоретичних засад ціноутворення та безбитковості та розвитку основних положень управління безбитковістю підприємства з урахуванням специфіки його фінансового стану та особливостей виробленої продукції. Поставлена мета передбачає послідовне вирішення таких завдань:

- дослідити сутність понять «ціна», «цінової політика», «цінова стратегія», взаємозв'язок цін, попиту та пропозиції;
- провести порівняльний аналіз основних підходів та методів ціноутворення;
- дослідити теоретичні основи аналізу безбитковості підприємства та проаналізувати систему показників «Витрати-обсяг-прибуток»;
- надати загальну організаційно-економічну характеристику ПрАТ «Новоград-Волинський хлібозавод»;
- провести аналіз фінансового стану підприємства за коефіцієнтами ділової активності табличним методом;
- проаналізувати рівень безбитковості виробництва ПрАТ «Новоград-Волинський хлібозавод»;
- спрогнозувати майбутній стан підприємства методами екстраполяції;

- розрахувати встановлення ціни за різними методами та порівняти їх значення.

Предметом дослідження виступають сукупність теоретичних, методичних та практичних аспектів ціноутворення в системі забезпечення безбитковості підприємства.

Об'єктом дослідження є фінансова діяльність ПрАТ «Новоград-Волинський хлібозавод».

Інформаційну базу дослідження становили нормативно-правові акти, навчальні посібники з мікроекономіки, фінансового аналізу, фінансового менеджменту, наукові праці економістів, статті фахових видань, а також фінансова звітність ПрАТ «Новоград-Волинський хлібозавод».

Одержані результати можуть бути використані при прийнятті рішення про зняття того чи іншого товару з виробництва або з метою збільшення питомої ваги продукції, що приносить більший прибуток, а також обґрунтування можливостей підприємств у плані вибору і прийняття цілого переліку ефективних управлінських рішень щодо порогу безпеки обсягу виробництва, можливої величини прибутку на майбутнє.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЦІНОУТВОРЕННЯМ КОМПАНІЇ

### 1.1 Сутність цін та ціноутворення. Елементи, що формують ціну.

Найбільш загальне та поширене визначення ціна - це поєднання понять економіки, що належать до єдиної синтетичної категорії. На практиці за одним найменуванням «ціна» існує безліч її видів, різниця яких полягає у призначенні, сфері застосування, способі формування [1].

Ціна – це елемент, заснований товарно-грошових відносинах, властивий економіці будь-якого типу, але формування ціни відбувається по-різному [3].

Всі товарно-грошові відносини опосередковує ціна. Безумовно є певні об'єктивні закони, які впливають на процес ціноутворення, тому необхідно виділити основу. Задля того, щоб певний продукт став товаром, необхідно створити наступні умови: продукт можна тоді вважати якісним, коли він дозволить широкому колу людей, в тому числі окремого покупця, задовольнити свої потреби – мати суспільну споживчу вартість; цей продукт можна було обміняти на інші товари – мати мінову вартість. Тому ці види вартості мають свої відображення і ціні. [4]

Не зважаючи на те, що в ринковій системі господарювання власники підприємства самостійно приймають всі виробничі та економічні рішення, жодна організація не є абсолютно вільна при встановленні цін. Нижня межа цієї величини є сума постійних та змінних витрат. Верхня межа визначається в цінності товару для покупця.

Вдалий вибір цінової політики і визначення на її основі конкретних рівнів цін ґрунтується, у першу чергу, на аналізі та врахуванні різних факторів, здатних вплинути на умови збуту і прибутковість. Традиційно можна поділити їх на дві групи: внутрішні (контрольовані) та зовнішні. Розподіл факторів на внутрішні й зовнішні є першим етапом аналізу стану системи ціноутворювальних факторів. До основних внутрішніх факторів



ціноутворення, контрольованих керівництвом підприємства, можна віднести: поточні цілі підприємства, виробничі фактори, принципи ціноутворення, підприємства за різних варіантів цін на продукцію. До основних зовнішніх факторів ціноутворення традиційно відносять: фактори пропозиції, попиту, ринкову кон'юнктуру, конкурентні фактори, вплив учасників каналів товароруку, вплив контактних аудиторій, фактори макросередовища тощо. [5]

Попит – залежність між обсягом товару, який споживачі хочуть і можуть придбати за різними цінами на нього в певний період часу.[6] Залежно від зміни цін, доходу або інших показників ринкової кон'юнктури можна визначити еластичність попиту, тобто чутливості ринку до змін. Цінова еластичність попиту показує зміну попиту на товар під впливом економічних та соціальних чинників при зміні цін. Якщо відсоткова зміна його обсягу перевищує зниження рівня цін, попит може бути еластичним, та навпаки, нееластичним.

Коефіцієнт цінової еластичності попиту може бути виражений за формулою[7]:

$$E = \left( \frac{Q_2 - Q_1}{Q_1 - Q_2} : 2 \right) : \left( \frac{P_2 - P_1}{P_1 - P_1} : 2 \right), \quad (1.1)$$

де  $Q$  – кількість товару, що реалізується (має попит);

$P$  - ціна товару;

$1,2$  – індекси базового і звітного періодів відповідно (попереднього і наступного).

Пропозиція – це взаємозв'язок між обсягом товару, що виробники хочуть і можуть поставити на ринок, і різними цінами на цей товар у певний період часу. Закон пропозиції безпосередньо відображає пряму залежність між ціною товару і величиною пропозиції за інших однакових умов. [6] Величина цінової еластичності пропозиції залежить від того, як легко – тому

і як швидко – товаровиробники можуть розподілити ресурси між альтернативними варіантами використання.

Отже, основна увага підприємств має бути загострена на виявленні та оцінці факторів попиту. Необхідно брати до уваги вплив законів попиту та пропозиції, цінової еластичності, а також неоднакову реакцію покупців різних сегментів ринку на ціну. Проте чим цінніший товар для покупця, тим вищу ціну може встановити виробник. Ціна як об'єкт управління може виступати не тільки в ролі фактора, що впливає на внутрішнє середовище підприємства, але й як інструмент впливу на зовнішнє середовище, особливо якщо підприємство є лідером галузі або ж монополістом.

Діяльність будь-якої організації супроводжується витратами різних видів і відносної значимості. В залежності від напрямку обліку використовуються різні класифікації витрат і пов'язані з цим способи обчислення собівартості продукції. Досягнути максимум поточного прибутку можна за умови визначення витрат и очікуваного попиту за кожним ціновим варіантом.

Безпосередньо розподіл витрат на непрямі та непрямі дозволяє здійснювати обчислення собівартості продукції, формувати фінансову звітність, однак однією з відмінних характеристик управлінського обліку є класифікація витрат виробництва на змінні та постійні, адже від них залежить маржинальний прибуток підприємства. [9]

На місці утворювання витрат запропоновано таке групування (Додаток Б) , саме за центрами відповідальності, що поєднує облік витрат з організаційною структурою підприємства.

Однак класифікація за економічними елементами відображає не всі аспекти, а саме:

- яка мета та призначення витрачених коштів;
- чи доцільні ці витрати;
- взаємозв'язок між витратами та винесеними результатами, а також зв'язок між витратами з обсягу виробництва?

До того ж, наведена класифікація не дає в повній мірі здійснити контроль та аналіз витрат за цільовим призначенням у процесі виробництва, установити обсяг витрат конкретних структурних підрозділів підприємства, обчислити собівартість певних видів продукції.

Виходячи з цього, з'являється необхідність здійснювати групування виробничих витрат (рис.1.1) також за статтями калькуляції.

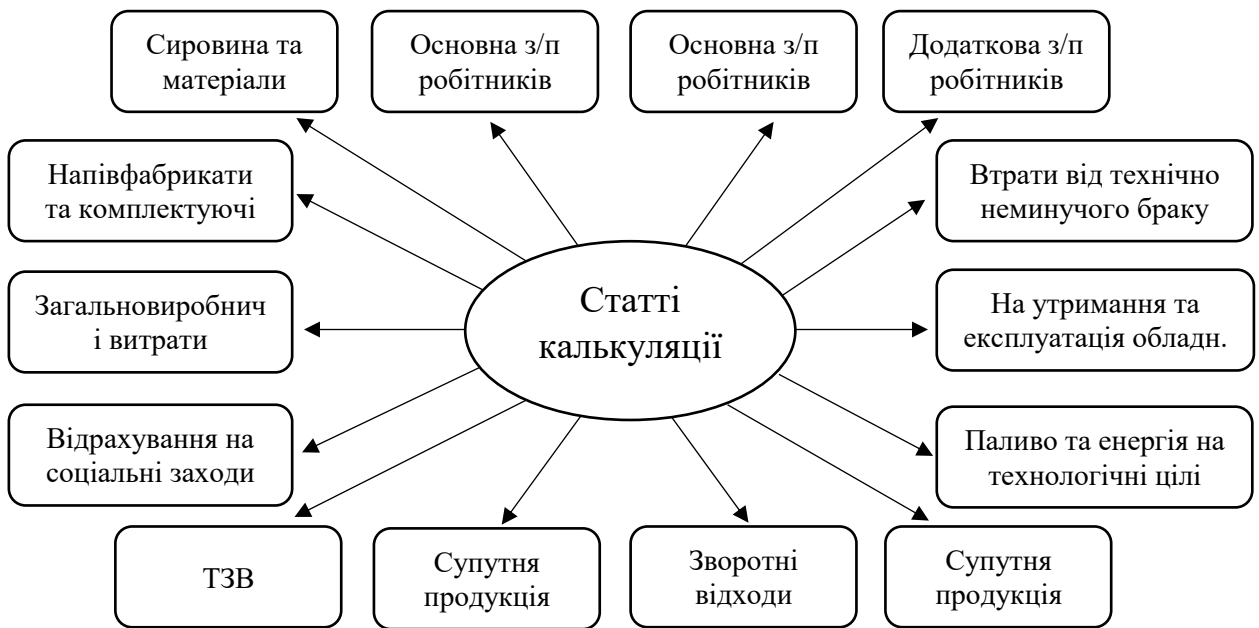


Рисунок 1.1 – Можливі статті калькуляції для групування витрат

Джерело складено на основі [11,8]

Отже, відображення кількості вироблених тих чи інших видів витрат по підприємству в певному періоді часу, без необхідності поділу їх за окремими видами продукції або загальновиробничими потребами, якщо групування здійснюється за елементами. Незалежно від того, де саме вони утворилися та який вид продукції використані. П(С)БО 16 виділяє п'ять елементів витрат: матеріальні витрати, витрати на оплату праці (в тому числі відрахування на соціальні заходи, амортизація, інші операційні витрати) [8].

Обчислення собівартості готових виробів та напівфабрикатів відбувається за статтями калькуляції, розрахунок здійснюється за місцями їх

виникнення. Перелік та склад статей калькулювання виробничої собівартості продукції встановлюється окремо підприємством, до уваги береться галузевий напрямок, технологічний процес та методи планування витрат. До речі, обраний спосіб розподілу витрат має бути постійним.

## 1.2 Основні підходи і методи ціноутворення

Наступним етапом після визначення попиту на конкретний товар, розрахунку витрат та можливих доходів, аналізу цінового сегменту конкурентів, приступимо до виробу ціни власного товару. Очевидно, що ціна повинна встановлюватись в проміжку між занадто низькою, яка не забезпечить прибуток, і занадто високою ціною, що відхилить попит. Мінімально можлива ціна визначається собівартістю продукції, максимальна - наявністю будь-яких унікальних переваг у товарі підприємства.[41] Так звану «орієнтовну ціну» встановлюють виходячи з вибору шести основних підходів (табл. 1.4) . Всі відомі методи розрахунку базової ціни в кінцевому підсумку – це варіанти саме цих підходів.

Таблиця 1.1 - Характеристика підходів і методів ціноутворення

Підходи і методи ціноутворення	Коротка характеристика
Підхід 1. Встановлення ціни на основі собівартості	
1.1.Метод «собівартість + прибуток» (витрати плюс)	Умова: стабільність собівартості в часі або невелика її зміна. Недолік: не враховується рівень попиту на товар й економічна цінність; метод залежить від фактичних витрат і не враховує альтернативних.
1.2. Метод аналізу контрольної точки (беззбитковості)	Показує обсяг виробництва і збуту продукції, за якого чиста виручка дорівнює собівартості, а прибуток є нульовим.
Підхід 2. Встановлення ціни на основі прибутку	
2.1. Метод цільового прибутку	Визначає необхідний рівень ціни при заданому розмірі прибутку з урахуванням можливого обсягу виробництва (тестування цін на прибутковість)
2.2.Метод цільової рентабельності продаж	Встановлення ціни, що забезпечує прибуток у вигляді конкретного відсотка обсягу збуту. Недолік: використання процентних ставок, які в умовах інфляції невизначені в часі.
2.3.Метод цільової рентабельності інвестицій	До сумарних витрат на одиницю продукції додається сума відсотків за кредит.

2.4.Метод максимізації прибутку	Прагнення знайти точку ціни на кривій попиту, яка забезпечить максимальний прибуток у найближчій перспективі. Доцільно використовувати для товарів із доволі високою еластичністю попиту по ціні.
2.5.1.Метод «валовий дохід з валовими витратами» 2.5.2.Метод «граничний дохід з граничними витратами»	Граничні витрати знижуються при початку випуску і ростуть у мірі збільшення виробництва. Обсяг продукції для одержання максимального прибутку знаходиться в точці, де сукупний дохід максимально перевищує сукупні витрати
Підхід 3. Встановлення ціни на основі оцінки попиту	
3.1.Метод аналізу коефіцієнту еластичності попиту	Ціна встановлюється виходячи з попиту на товар по формулі (1.1). Рівень ціни на товар ставиться в залежність від зміни попиту. Обмежуючим фактором виступає собівартість.
Підхід 4. Встановлення ціни на основі споживчої вартості	
4.1. Метод прямого визначення ціни 4.2.Метод визначення споживчої вартості 4.3. Діагностичний метод	Основний показник не витрати виробництва, а споживче сприйняття за допомогою опитування, анкетування, що дозволяють формувати у свідомості споживачів уявлення про цінність товару.
Підхід 5. Встановлення ціни з урахуванням цін конкурентів	
5.1.Метод тендерного ціноутворення	У торгах беруть участь дві-три фірми. Мета— виграти тендер. Головним фактором при визначенні ціни є не витрати виробництва і попит, а кількість конкурентів і їх дії.
Підхід 6. Встановлення ціни на основі параметричного ряду товарів	
6.1. Метод питомих показників 6.2. Метод структурної аналогії 6.3.Метод кореляційно-регресійного аналізу	Аналіз кореляційно-регресійний дозволяє перейти від функціонального зв'язку між факторами та результативними показниками до стохастичної залежності, таким чином виявити тенденцію до змін.

Джерело складено на основі [7,13]

Ці методи відображають базову (вихідну) ціну, тобто під впливом ринкових умов відбудеться коригування та встановлення остаточної ціни продажу. Основна мета розрахунків полягає в тому, щоб вихідна ціна відразу була близька до оптимальної, відповідно, забезпечувала прибуток та покривала витрати.

Класичний метод «витрати плюс» є найбільш обґрунтований та справедливий, яким визначають нижню межу ціни, але кінцева ринкова ціна може бути вища за неї. Цей метод не потребує опитування покупців, тому рішення приймається швидко. Проте основним недоліком, який відноситься практично до всіх підходів ціноутворення, це ігнорування рівня попиту та

конкуренції. Розрахунок беззбитковості є основою стабілізації діяльності підприємства, цей показник займає ключове місце у фінансових розрахунках бізнес-плану, тому порівняння його з іншими - недоцільно. Зі зміною обсягів виробництва та збуту змінюються і показники. На практиці абсолютно постійних та абсолютно змінних витрат не існує, всі вони залежать від збуту. тому для обчислення беззбитковості необхідно розраховувати періодично. Наступний метод (2.3) єдиний метод, що враховує платність фінансових ресурсів, необхідних для виробництва і реалізації товару. Він використовується при виробництві великого асортименту виробів, для кожного з яких потрібні свої змінні витрати. Цей метод успішно застосовується як для виробничих товарів з усталеною ринковою ціною, так і для нових виробів. «Протилежні» методи: метод лідера, метод тендерного ціноутворення, в яких при формуванні ціни враховуються тільки ціни конкурентів, тому недоліком є те, що береться до уваги лише один параметр. Ці методи обумовлені тим, що якісні характеристики товарів на ринку практично не відрізняються. Основна ж кількість продукції включає цілий комплекс техніко-економічних показників. Наприклад, конкретно для товарів виробничого призначення доречно застосовувати параметричний індекс якості. Що стосується тендерного ціноутворення, не завжди конкурують масштабні компанії з якісним товаром, іноді фірми, що перебувають в стані стагнації або серйозних фінансових труднощах встановлюють мінімально прийнятні величини маржинального прибутку.

Отже, ціноутворення, відповідно, може змінюватися в життєвому циклі підприємства. Досить часто ціноутворення відбувається кількома методами. Поділ на групи є доволі умовним на практиці, тому сформулювати конкретні рекомендації або визначити основний метод неможливо.

### 1.3 Сутність аналізу контрольної точки беззбитковості

Більшість довгострокових управлінських рішень приймаються на основі точних розрахункових показників. Один з головних інструментів, що визначає реальність будь-якого проекту, є аналіз чутливості. Відповідно до сценарію, який виконується в цьому аналізі, кожній складовій критичної змінної надаються різні значення ціни, що показує впливовість цих складових на одиницю критичних змінних. Таким чином впливають домінуючі статті витрат, які відображені в другому пункті, які найбільше впливають на розмір і структуру грошових потоків, відповідно формуючи масу прибутку.[46]

Розробляється декілька варіантів сценарію аналізу чутливості: нормальний, оптимістичний та песимістичний. Результатом аналізу чутливості є розрахунок беззбитковості проекту, що включає рівновагу обсягів продажу з відповідними витратами. Цю рівновагу і називають точкою беззбитковості. Згідно К.Р. Макконнелл і С.Л. Брю точка беззбитковості - обсяг продукції підприємства, при якій загальна сума витрат і загальна сума доходу рівні, і підприємство не отримує прибутку, і не несе збитків. [12] Якщо дохід від реалізації товарів не покриває витрати, то підприємство неминучо прийде до банкрутства.

Для цього необхідно здійснити загальний аналіз взаємозв'язку витрат, обсягу діяльності та очікуваного прибутку. Метод системного дослідження полягає у взаємозв'язку між обсягом реалізації, величиною прибутку, та визначенням оптимальної структури витрат

Вихід на потенційний прибуток, який може досягнути компанія можна завдяки загальному аналізу перелічених вище показників (cost-volume-pro fit analysis SWOP analysis). Основні форми проведення аналізу здійснюють в алгебраїчній або графічній формі (рис. 1.4)



Рисунок 1.2 - Методи аналізу «витрати — обсяг — прибуток»

Джерело складено на основі [14]

«Витрати — обсяг — прибуток» (Cost — Volume — Profit Analysis) — це метод, який допомагає визначити зв'язок між ціною на виробу, об'ємом та рівнем виробництва, прямими витратами на одиницю продукції, загальною сумою постійних та змінних витрат, змішаними витратами. В літературі поряд з "витрати— обсяг - прибуток" можна зустріти інші назви: маржинальний дохід, поріг рентабельності (точка беззбитковості), маржинальний запас міцності, операційний важіль (виробничий леверидж) [17].

Маржинальний дохід визначається різницею між доходом (не включаючи ПДВ і акциз) та змінними витратами. Таким чином рівень маржинального доходу зажить від швидкості відшкодування постійних витрат.

Маржинальний дохід можна розрахувати за простою формулою [16]:

$$M = P - V, \quad (1.2)$$

де  $P$  – виручка від реалізації;



$V$  – сукупні змінні витрати.

Значення прибутку від продажу на один грошовий еквівалент (гривню, долар, євро), що введено в обіг можна знайти за допомогою коефіцієнта покриття.

Коефіцієнт маржинального доходу:

$$K_M = M / P * 100\%, \quad (1.3)$$

$$\text{або } K_M = M_{од} / C_{од} * 100\%, \quad (1.4)$$

де  $K_M$  – коефіцієнт маржинального доходу або (%) покриття;

$P$  – виручка від реалізації;

$M$  – маржинальний дохід;

$M_{од}$  – маржинальний дохід на одиницю продукції;

$C_{од}$  – ціна одиниці продукції;

Беззбитковий обсяг реалізації характеризує об'єм виробництва і реалізацію, коли дохід дорівнює або перевищує витрати. Беззбитковий об'єм реалізації починається з точки беззбитковості та охоплює полосу діяльності фірми, яка називається областю релевантності. Такий інтервал ще називають маржою безпеки. Це різниця між плановим об'ємом продаж та об'ємом продаж в точці беззбитковості, яка показує, наскільки може скоротитися об'єм реалізації до того, як компанія понесе збиток. [10]

Точку беззбитковості у натуральному вираженні можна визначити за формулою:

$$BEP = FC / (PU - VC), \quad (1.5)$$

де  $BEP$  – Break-even point (точка беззбитковості);

$VC$  – змінні витрати на одиницю реалізованої продукції.

$PU$  – ціна за одиницю;

$FC$  – постійні витрати.

Точка беззбитковості у грошовому вираженні:

$$BEP = FC / M * P, \quad (1.6)$$

де  $M$  – маржинальний прибуток;

$P$  – виручка від реалізації.

Коефіцієнт безпеки операційної діяльності виробництва у натуральному (або грошовому) вираженні:

$$K_b = (N - N_b) / N, \quad (1.7)$$

де  $N$  – фактичний або плановий обсяг продукції в натуральному/грошовому вираженні;

$N_b$  – (%) об'єм продукції в точці беззбитковості, іншими словами - запас фінансової міцності підприємства.

Відповідно до формули запас фінансової міцності відображає різницю перевищення фактичної виручки над безприбутковим обігом, тобто до якої межі може знизитись дохід та не нести за собою збитки. Цей коефіцієнт показує ступінь операційного ризику, чим вище показник, тим ситуація безпечніше з позиції прибутку.

Для того, щоб визначити темпи прибутку в розвитку інвестиційного проекту в ході зміни обсягу продажів, це значення дає ліверидж (важіль). Тобто при зростанні виручки на 1% показати зміну прибутку.

Формула так званого операційного важеля:

$$L = \frac{\Delta PR}{\Delta MF}, \quad (1.8)$$

$\Delta PR$  – зміна прибутку (%);

$\Delta MF$  – зміна обсягу виробництва (%);

$$\text{тобто } \Delta PR = \Delta MF * L, \quad (1.9)$$

Зі зростанням показника  $L$  збільшується величина частки постійних витрат в сукупних витратах підприємства, тобто спостерігається «чутлива» реакція прибутку на зміну обсягів виробництва та реалізації продукції.

Модель залежності показників, які розглядаються може бути виражена графічно. На рис. 1.4 зображено залежність змінних (VS), сталих (FS) та повних (ТС) витрат та об'єму випуску продукції в натуральному виразі  $Q$ .

Графік повних витрат отриманий шляхом складання в кожній точці графіка змінних та сталих витрат. При невеликому обсязі випуску ( $0 < Q < Q^*$ ) графік повних витрат знаходиться вище графіка виручки, і це означає, що при таких об'ємах випуску за період компанії не вдається покривати всі збитки – на графіку. Перетин графіків повних витрат  $FC$  та виручки  $R$  вказує на точку беззбитковості  $Q^*$ . Випуск продукції вище цього рівня дозволяє отримувати прибуток при тому, що ріст випуску розходження прямих збільшується. Відстань між цими прямими на графіку дорівнює величині вкладу ( $R - TC = \text{const}$ ) при кожному конкретному об'ємі випуску, та з кожною одиницею випущеної продукції воно збільшується на величину  $\text{const}$  – величину питомого вкладу [5].

Цей графік (рис 1.5) складається лише з двох ліній: маржинальний дохід та лінію постійних витрат. Іншими словами можна назвати його графіком рентабельності. Як можна побачити на зображенні графіку він складається лише з лінії прибутку, коефіцієнт маржинального доходу є кут лінії прибутку. Тому чим ближче до початку координат розташована ВЕР, тим більший коефіцієнт.

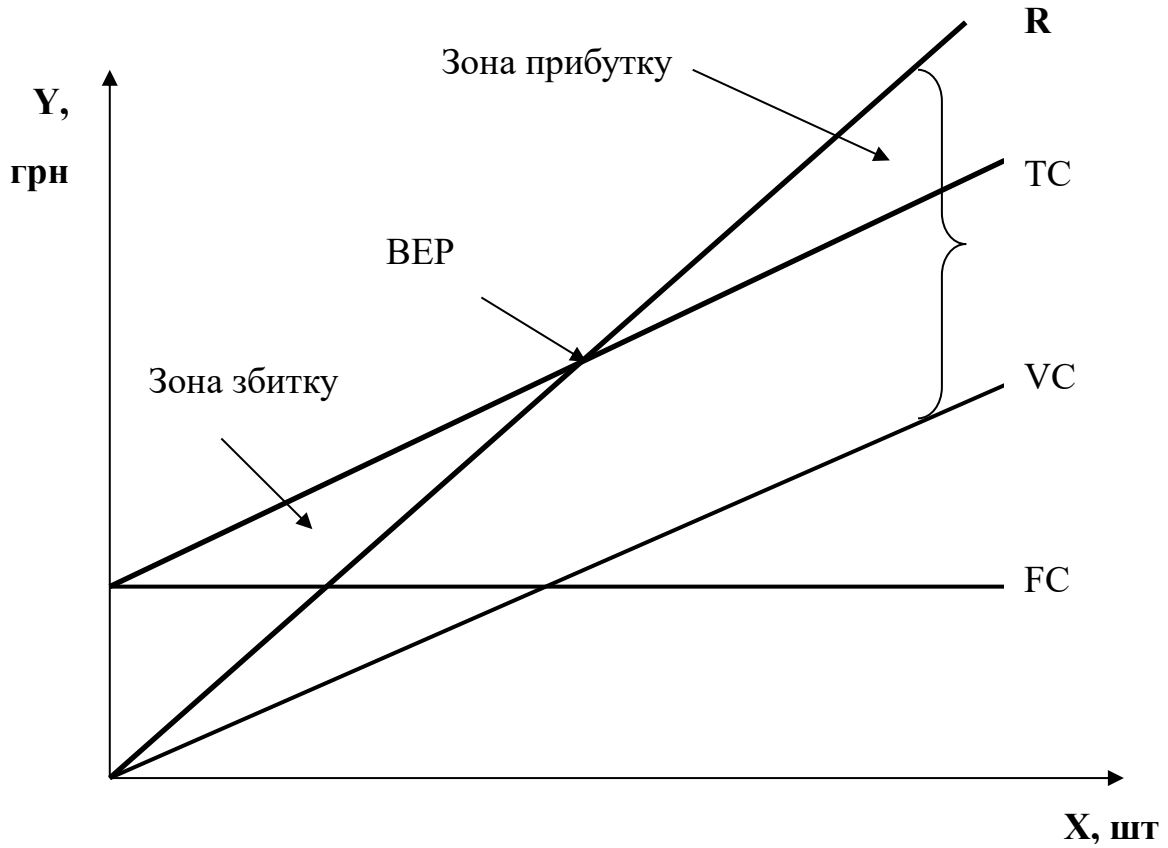


Рисунок 1.3 - Зображення моделі залежності показників. [16]

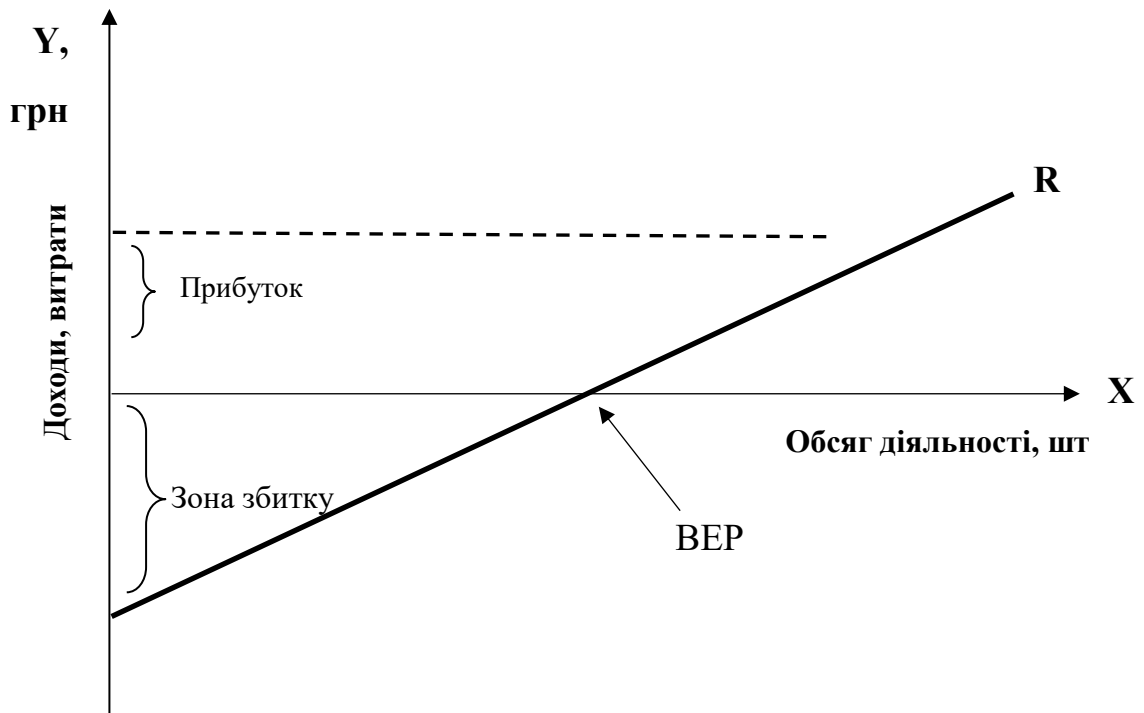


Рисунок 1.4 - Графік прибутку [2616]

Аналіз беззбитковості допомагає прийняти рішення щодо [43]:

- об'єм виробництва, який дозволить підприємству отримувати бажану (цільову) величину прибутку;
- які засоби допоможуть компенсувати несприятливі зміни ринкової ситуації;
- які наслідки скорочення витрат.

Отже, аналіз величин постійних та змінних витрат підприємства дозволяє виявити рівень ризику, що є необхідним етапом планування та прийняття управлінських рішень. Для того, що визначити точку беззбитковості, необхідно знайти частку від постійних витрат на різницю між ціною продажу та величиною змінних витрат на одиницю продукції. Альтернативним методом є визначення беззбитковості з елементом – маржинальний дохід. Процес побудови графіків є досить трудомістким процесом. Тому що містить неточні показники, але наочні, тому доцільно застосовувати інші методи. Більш правильно визначити беззбитковість за допомогою формул до побудови графіку.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПРАТ «НОВОГРАД-ВОЛИНСЬКИЙ ХЛІБОЗАВОД»

### 2.1 Загальна характеристика підприємства

Приватне акціонерне товариство «Новоград-Волинський хлібо завод» займає основоположну регіональну позицію у виробництві хлібобулочних виробів та забезпечує продукцією Житомирську область. Хлібо завод успішно продовжує свою діяльність з 1944 року та не зупиняється на розвитку, оновлюючи технологічні лінії та постійно удосконалюючи рецептури. [21]

Основною цільовою аудиторією пекарні є жителі найближчих районів Житомирської області, зацікавлені у споживанні свіжої гарячої випічки, а також люди, які стежать за своїм здоров'ям і відають перевагу якісним і корисним виробам з цільнозернового борошна. Такий ексклюзивний традиційний хлібобулочний виріб з житнього борошна, який виробляє підприємство, стане подарунком або прикрасою кожного столу.

Від 13 квітня 1998 року «перетворилося» з державного підприємства «Новоград-Волинський державний хлібо завод» у відкрите акціонерне товариство. З 17 березня 2011 року найменування ВАТ «Новоград-Волинський державний хлібо завод» змінено на Публічне акціонерне товариство. В 2016 році здійснено державну реєстрацію 29 квітня 2016 року. Загальними зборами акціонерів 26.03.2018 прийнято рішення про зміну найменування на Приватне акціонерне товариство «Новоград-Волинський хлібо завод» [28]

Номінальна вартість акцій складає 0,25 грн кожна, відповідно розмір статутного фонду товариства становить сімсот сімдесят чотири тисячі дев'ятсот п'ятдесят вісім гривень. [22] З травня 2017 розпочато нарахування та виплату дивідендів, у попередньому році розмір на 1 акцію становив 0,40 грн. [27] Станом на 06.02.2018 р. відбулися зміни власників акцій, яким належать 5 і більше відсотків голосуючих акцій, тобто розмір пакетів акцій «фізичної особи» збільшився на 6000 акцій (з 1775195 акцій до 1781195

акцій). Розмір частки акціонера до зміни пакета акцій (у відсотках до статутного капіталу) - 57,3%, після зміни пакета акцій - 57,5%. [29]

Впродовж 2017 року на підприємстві були такі органи управління: генеральний директор, наглядова рада, загальні збори акціонерів, ревізійна комісія.

Статутний фонд на 01.01.2018 становить 774958, 00 грн – заявлено, сплачено у тому ж розмірі, що відповідаю Статуту Товариства.

Один з основних вартісних показників ефективності виробництва, що характеризує ступінь використання капіталу в процесі виробництва та рівень віддачі активів - рівень рентабельності становив 10,6%, в тому числі по хлібобулочному цеху – 8,9%, по булочному – 20.4%.

Первісна вартість основних засобів на 01.01.2018 – 24328000 грн. Амортизація основних засобів та нематеріальних активів Товариства нараховується прямолінійним методом. Резервний фонд – 227000 грн, що становить 29,2% статутного капіталу. Чистий прибуток становить 3937 тис. грн, що на 821 тис. більше, ніж у минулому році. Також виявлено, що вартість чистих активів акціонерного товариства виявилась не меншою від статутного капіталу, що є важливо.[20]

На 01.01.2018 рік дебіторська заборгованість з постачальниками та покупцями склала 3795 тис. грн, кредиторська – 2819 тис. грн, що включає лише короткострокову заборгованість за борошно та сировину. Проаналізувавши стан заборгованостей та чистий прибуток, можна зробити висновок, що підприємство платоспроможне, незважаючи на нележку ринкову ситуацію в країні.

Відповідно до Статуту Дочірнього підприємство створився резервний фонд, куди перераховувалось 5% щорічних відрахувань з прибутку. Станом на 01.01.2018 він становив 1478,00 грн – 8% статутного капіталу Дочірнього підприємства ПАТ «Новоград-Волинський хлібозавод».[22]

Керівництво Товариство визнає, що неможливо передбачити ризики та вартість чистих активів, на які вплинули суб'єктивні та об'єктивні чинники у

сьогоднішньому ринковому середовищі.[27] До ризиків відносять: ринковий ризик (валютний ризик, відсотковий ризик та інший ціновий), кредитний ризик та ризик ліквідності. До того ж, ризик ліквідності виявляється у тому, що Товариство може відчувати труднощі при виконанні зобов'язань. Тому контроль цього ризику відбувається способами вдалого планування поточної ліквідності.

## 2.2 Аналіз фінансового стану ПрАТ «Новоград-Волинський хлібозавод»

В. В. Ковальовим і Віт. В. Ковальовим розкрито поняття «економічний потенціал» в такій інтерпретації: потенціал підприємства складається з двох елементів: майновий та фінансовий. Майновий потенціал відображає інвестиційно-фінансові аспекти: майно та джерела його фінансування, в свою чергу фінансовий потенціал економічну доцільність та ефективність використання майнового потенціалу. [30] Основні завдання, які полягають в комплексній оцінці фінансового стану акціонерного товариства виділені на (рис.2.1) В першу чергу, для здійснення аналізу фінансового стану ПрАТ «Новоград-Волинський хлібозавод» за даними фінансової звітності слугує баланс та звітність. Оцінка фінансового стану на 01.01.2018 р. з урахуванням динаміки змін з попереднім роком здійснюється для визначення факторів, що могли впливати на це, а також прогнозування майбутнього фінансового стану підприємства.



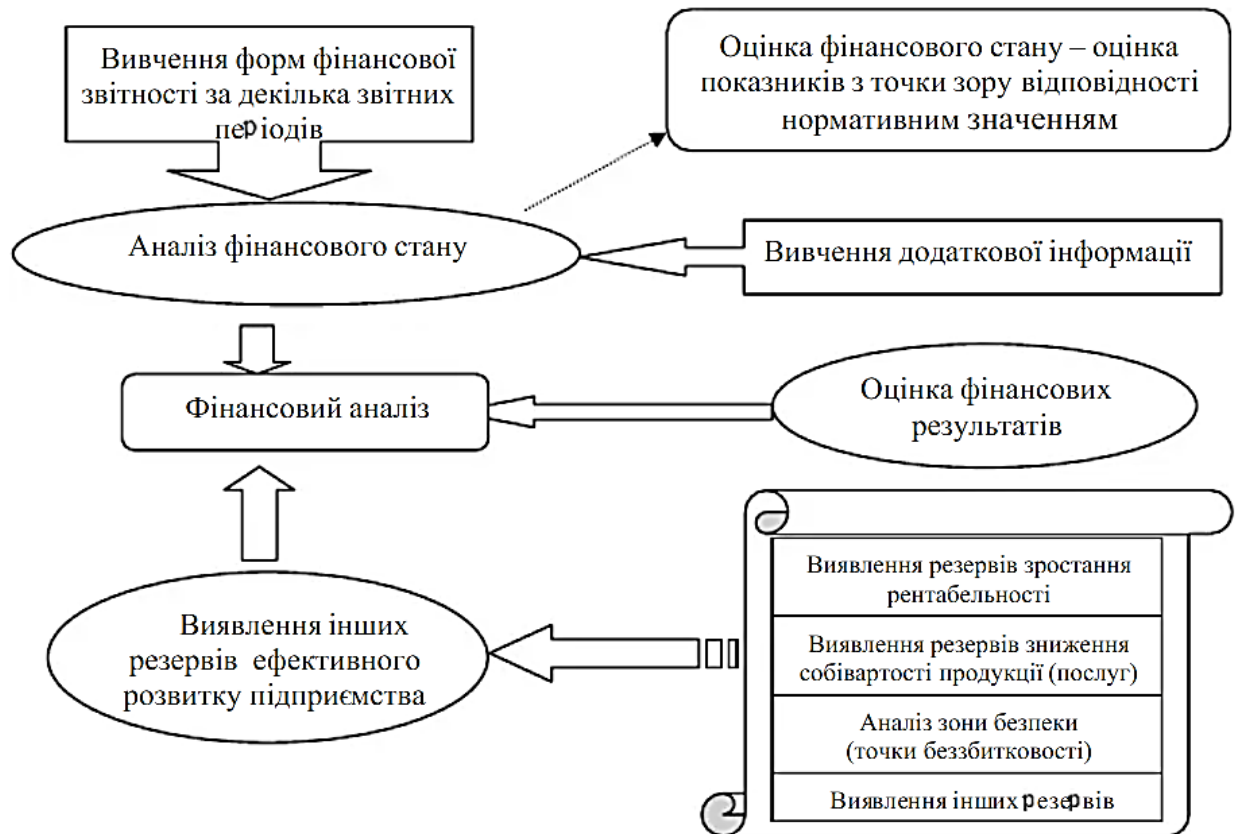


Рисунок 2.1 – Цілі аналізу фінансового аналізу економічної діяльності

Оцінка фінансового стану здійснюється за такими блоками (за коефіцієнтами): загальної ліквідності (K2), абсолютної ліквідності (K1), фінансової стійкості (чи незалежності або автономії) – K3, покриття зобов'язань власним капіталом, що наведені нижче (K4) та рентабельності активів дані наведені на 01.01 зазначеного в (табл 2.1) року.

Таблиця 2.1 – Основні показники стану ПрАТ «Новоград-Волинський хлібозавод»

Коефіцієнти	Абсолютної ліквідності	Загальної ліквідності (покриття)	Фінансової стійкості	Покриття зобов'язань власним капіталом	Рентабельності активів
Формула розрахунку показника	$K1 = \frac{\text{Грошові кошти} + \text{короткострокові фінансові вкладення}}{\text{короткострокові зобов'язання}}$	$K2 = \frac{\text{Грош. кошти} + \text{Дебітори} + \text{Запаси} + \text{Витрати}}{\text{заборгованість}}$	$K3 = \frac{\text{Власні кошти}}{\text{Вартість майна}}$	$K4 = \frac{\text{Довгострокова та короткострокова кредиторська заборгованість}}{\text{Власний капітал}}$	$\frac{\text{Чистий прибуток підприємства}}{\text{Середньорічна вартість активів}}$

Орієнтовне позитивне значення показника	0,25 - 0,5	1,0 - 2,0	0,25 - 0,5	0,5 - 1,0	> 0, збільшення
2017 рік	0,875	2,566	0,722	0,346	0,158
2018 рік	0,412	1,674	0,691	0,402	0,2
Відхилення	-0,463	-0,892	-0,031	+0,056	+0,042
Відхилення (%)	-52,91	-34,76	-4,29	16,18	26,58

Розраховано автором на основі [22,41]

Показник ліквідності дає визначити спроможність ПрАТ здійснювати погашення поточних зобов'язань. Коефіцієнт покриття дає змогу зробити висновок, що підприємство на 167,4% має забезпечення ресурсами, в тому числі для погашення поточних зобов'язань. На 34,76% знизився показник покриття з 2,566 до 1,674; з точки зору найшвидшої ліквідності стан активів погіршився, а в цілому знаходиться у межах нормативних значень.

Фінансова стійкість, іншими словами «платоспроможність» або «автономія» підприємства відповідає за джерела фінансування ресурсів підприємства, незалежність підприємства від зовнішніх факторів та ступінь фінансової стійкості. Коефіцієнт платоспроможності відображає питому вагу власного капіталу в сумі загальних засобів, які були авансовані в його діяльність. Практично – загальна сума заборгованостей як короткострокових, так і довгострокових не повинна перевищувати суму власних джерел фінансування. Сума загальної заборгованості складає 6789 тис. грн. а критичне значення 15215 тис. грн. На 01.01.2018 р. коефіцієнт стійкості склав 69,1%, в порівнянні з попереднім роком знизився лише на 0,03. Збільшення поточних зобов'язань викликало таке незначне зменшення показника, але в межах норми.

Коефіцієнт фінансування (або покриття зобов'язань власним капіталом) визначає залежність підприємства від позикових коштів, залежність від зовнішніх джерел фінансування. Коефіцієнт покриття зобов'язань власним капіталом становить 0,402, який зріс за 2017 рік на

0,056, але за нормою повинен зменшуватись. Це є негативною ознакою, тобто залежність від залучених засобів зростає.

Коефіцієнт рентабельності характеризує ефективність використання активів, а розрахунок здійснюється відношення чистого прибутку підприємства до середньорічної вартості активів. 20,0 відсотків склали рентабельність активів, а 5,9% - рентабельність діяльності. В порівнянні з попереднім роком показники дещо відрізняються: рентабельність активів – 15,8%, відповідно рентабельність діяльності – 5,2 відсотка.

Таблиця 2.2 – Додаткові показники ділової активності підприємства ПрАТ «Новоград-Волинський хлібозавод»

Коефіцієнти	Оборотності активів	Оборотності кредиторської заборгованості	Оборотності дебіторської заборгованості	Оборотності основних засобів
Формула розрахунку показника	Чистий прибуток ф2 / (Усього за розділом I + II + Витрати майбутніх періодів на початок + на кінець) : 2	Чистий прибуток ф2 / ((Кредиторська заборгованість на початок року + аналогічний показник на кінець) : 2)	Чистий прибуток ф2 / ((Дебіторська заборгованість на початок року + аналогічний показник на кінець) : 2)	Чистий дохід / ((Основні засоби + аналогічний показник на кінець) : 2)
2017 рік	0,158	0,234	0,425	0,184
2018 рік	0,200	0,223	0,403	0,117
Відхилення	+0,042	-0,011	-0,021	-0,068
Відхилення (%)	26,35	-4,81	-5,05	-36,65

Розраховано автором на основі [22,41]

Основний коефіцієнт ефективності використання капіталу це оборотність активів, в нормі він повинен зростати, як і спостерігається на підприємстві ПрАТ «Новоград-Волинський хлібозавод» на 26,35% . Він свідчить про швидкість переходу зі стадії виробничих запасів у готову продукцію та, безпосередньо, в грошову форму.

Оборотність дебіторської заборгованості в 2018 році знизилась на 5,05% в порівнянні з попереднім роком, це свідчить про зростання числа

неплатоспроможних клієнтів та проблеми збуту. Але так як різниця незначна, можливо, це пов'язано з плануванням розширенням частки ринку та застосуванням «пом'якшених» умов взаємовідносин з клієнтами. В свою чергу також зниження коефіцієнта кредиторської заборгованості з 0,234 до 223 на 4,8 відсотка має негативні наслідки.

На 36,65% знизився показник оборотності основних засобів, іншими словами «фондовіддачі» відбувається в результаті зменшення обсягу реалізації продукції чи зростання вартості капітальних вкладень.

Отже, проаналізовані показники в цілому перебувають у межах норми. Етап прогнозування відобразиться в наступному розділі. На 01.01.2018 можна стверджувати, що діяльність підприємства є прибуткова, показники свідчать про стабільний фінансовий стан, стан підприємства досить непоганий та стійкий.

### 2.3. Аналіз беззбитковості виробництва.

На основі відображених в першому розділі показників, відобразимо на практиці аналіз взаємозв'язку витрат, обсягу діяльності та прибутку. Розрахунки зроблені за елементами аналізу по основним п'яти номенклатурним одиницям : пиріг з вишнею Зустріч, коровай весільний Звягельські, Ріг достатку, хліб Урочистий, пиріг Яблочне диво. Розподіл постійних витрат в Таблиці 2.3 здійснено пропорційно обсягу виробництва.

Таблиця 2.3 – Результати розрахунку беззбитковості виробництва

№	Місячні показники	Пиріг «Зустріч» з вишнею	Коровай весільний Звягельський	"Ріг достатку"	Хліб «Урочистий»	Пиріг «Яблочне диво»
1	Фактичний обсяг реалізації (кг)	1389	190	2136	2631	3968
2	Ціна одиниці, грн	93,5	148	98,5	73,5	101,3
3	Обсяг реалізації, грн	129871,5	28120,0	210396,0	193378,5	401958,4
4	Змінні витрати, грн/од	44,5	65	43,5	30,5	49,8

5	Постіні витрати, грн	160000				
6	Питома вага обсягу реалізації кожного виду продукції,%	13%	2%	21%	26%	38%
7	Розподіл постійних витрат	21547	2947	33136	40814	61555
8	Точка беззбитковості у натуральному вираженні,кг (р.7/р.2-р.4)	440	36	602	949	1195
9	Точка беззбитковості у грошовому вираженні , грн (р.7/р.10)	41115,98	5255,694	59342,75	69764,19	121078,4
10	Коефіцієнт маржинальн. доходу (р.2-р.4)/р.2	0,52	0,56	0,56	0,59	0,51
11	Маржинальний дохід (р.3-(р.4*р.1)	68061,0	15770,0	117480,0	113133,0	204352,0
12	Прибуток	46513,6	12822,5	84344,5	72318,6	142796,8
13	Запас міцності (р.3-р.8)	949	154	1534	1682	2773
14	Операційний прибуток (р.13 * р. 10)	497,47	86,64	856,29	983,93	1409,64
15	Коеф.запасу міцності (р.13/р.1)	0,68	0,81	0,72	0,64	0,70
16	Коефіцієнт операційного левереджу (р.7/р.4*р.1)	1,463	1,230	1,393	1,564	1,431

Розраховано автором на основі [22]

Коефіцієнт маржинального доходу показує величину доходу від кожної гривні, введеної в оборот. Тобто при умові незмінності постійних витрат, цей коефіцієнт показує зміну доходу від реалізації на прибуток. Ефективність виробництва продукту Хліб «Урочистий» найвища – 59% показує, що на одну гривню маржинальний дохід становить 59 копійок.. При зниженні обсягів продажу саме цього виду продукції не спричинить великих збитків.

Коефіцієнт запасу міцності показує ризик нерентабельності певного вида продукції , по-іншому – зворотній зв'язок. Найбільший коефіцієнт має Коровай весільний Звягельський – 0,81, найнижчий коефіцієнт 0,68 (продукт Пиріг «Зустріч» з вишнею). Коефіцієнт запасу міцності всіх видів продукції

мають досить високі показники, це свідчить про те, що навіть при зниженні обсягів реалізації продукти не будуть збитковими.

Проведені розрахунки коефіцієнту операційного левериджу показує, якщо підприємство збільшить обсяги продажів на 10%, то прибуток збільшиться на 15,6% продукту - Хліб «Урочистий», що має найбільший показник.

Щодо продукції «Коровай весільний Звягельський» треба зосередити зусилля на збільшення обсягів реалізації, а на продукт Пиріг «Яблочне диво» підвищити ціну, що приведе до збільшення прибутку.

Отже, зміна кількісного значення фактичного обсягу реалізації призводить не лише до зміни точки беззбитковості, але і до зміни інших показників «Витрати — обсяг — прибуток» по іншим видам продукції. Тому можна стверджувати, що майже всі параметри відображених розрахунків є динамічними. Рівень беззбитковості залежить від чотирьох факторів: обсяг реалізації, ціна одиниці, змінні витрати на одиницю та як розподіляються постійні витрати. Постійні витрати на підприємстві з багатомініклатурною продукцією носять змінний характер, адже навіть невеликі коливання обсягів одного виду продукції ведуть за собою перерозподіл відсотку постійних витрат. Для управління безумовно важливо володіти даними, що показують ступінь впливу цих факторів.

## РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ПОЛІТИКИ ЦІНОУТВОРЕННЯ ТА УПРАВЛІННЯ БЕЗЗБИТКОВІСТЮ

### 3.1 Прогнозування показників беззбитковості підприємства

Один з найпростіших популярних методів індикаторів в технічному аналізі є SMA – Simple Moving Average, простими словами – звичайне середнє арифметичне доходу за певний період часу. Іноді SMA називають лінією тренду, а за кутом нахилу можна визначити швидкість руху або силу.

$$SMA = \frac{\sum_{i=1}^n P_i}{n} \quad (3.1)$$

де  $P_i$  – чистий дохід від реалізації;

$n$  – період SMA.

$$SMA = \frac{67214 + 59560 + 58987 + 42564 + 42123 + 40876 + 38765}{7} = 50\,012,7 \text{ тис. грн}$$

Динамічний ряд показує певну закономірність зміни показників в певному стабільному періоді розвитку – це основа тенденції (тренду). Напрямок зміни, що має тенденцію зростання, стабільності або спадання є основою розвитку явища.

Методи, що визначають основу тенденції ряду можуть бути виражені[32]:

- графічно;
- механічним згладжуванням (збільшення інтервалів, плинної та ковзної середньої);
- аналітичним вирівнюванням.

Ковзна середня визначається по формулі:

$$\hat{y}_t = \frac{\sum_{i=t-p}^{t+p} y_i}{2p+1} = \frac{y_{t-p} + y_{t-p+1} + \dots + y_{t+p-1} + y_{t+p}}{2p+1}, \quad (3.2)$$

де  $\hat{y}_t$ - значення ковзної середньої;

$y_i$ - фактичне значення і-го рівня;

$2p+1$ - довжина інтервалу згладжування.

Спосіб виявлення основної тенденції – аналітичне вирівнювання є більш ефективним та складнішим методом виявлення основної тенденції . Рівні динаміки при аналітичному вирівнюванні змінюються по функції часу  $Y = f(t)$ , відповідно  $t$  – зміна часу,  $Y$  – рівень ряду.

В нашому випадку при дослідженні прогнозування доходу доцільніше використовувати лінійну функцію, що виражена:  $Y_t = a + bt$ , відповідно  $t = 0$ ,  $a$  – рівень ряду,  $t$  – порядковий номер інтервалу,  $b$  – щорічний приріст.

Система рівнянь буде виглядати так [32]:

$$na = \sum y, \quad (3.3)$$

$$b \sum t^2 = \sum yt. \quad (3.4)$$

Тепер розглянемо практично спочатку на основі середньої ковзної. Висновки прогнозних показників на майбутні періоди здійснюють на основі вивчення їх динаміки за попередні періоди часу. Аналіз ряду динаміки конкретного показника, в нашому випадку – чистого доходу від реалізації та маржинального доходу має лише описовий характер, причини зміни тенденції не показує.



Таблиця 3.1 – Розрахунок ковзної середньої

Рі ве нь	Рік	Дохід від реалізації (y) тис.грн	Розрахунок ковзної середньої ( $\hat{y}_t$ )	Маржинальний дохід ( $y_2$ ), тис.грн	Розрахунок ковзної середньої ( $\hat{y}_t 2$ )
			$\frac{\sum_{i=t-p}^{t+p} y_i}{2p + 1}$		$\frac{\sum_{i=t-p}^{t+p} y_i}{2p + 1}$
1	2012	38765	-	20030	-
2	2013	40876	-	18678	-
3	2014	42123	39820,5	16656	20461,08
4	2015	42564	41854,33	16373	20727,18
5	2016	59668	48118,33	23536	20993,29
6	2017	59560	53930,67	23494	21259,39
7	2018	67214	62147,33	28186	21525,49
8	2019	62147,33	62973,78	21525,5	21614,2
9	2020	62973,78	64111,7	21614,19	21643,76
10	2021	64111,7	63077,6	21643,76	21594,48
11	2022	63077,6	63387,7	21594,48	21617,48

Розраховано автором на основі [22,32]

Значення середньої ковзної за показником дохід від реалізації на 2020 рік – 64111 тис. грн, значення за останній 2022 рік прогнозування середньої ковзної - 63077,6 тис. грн (рис.3.2). Маржинальний дохід ( $y_2$ ) на 2022 рік за середньою ковзною - 21594,4 тис. грн. Метод середнього ковзного необхідно доповнити іншими індикаторам, які компенсують певні слабкі сторони цього способу. Тобто основне наше завдання комплексно спрогнозувати показники до 2020 року за допомогою інших способів та порівняти їх.

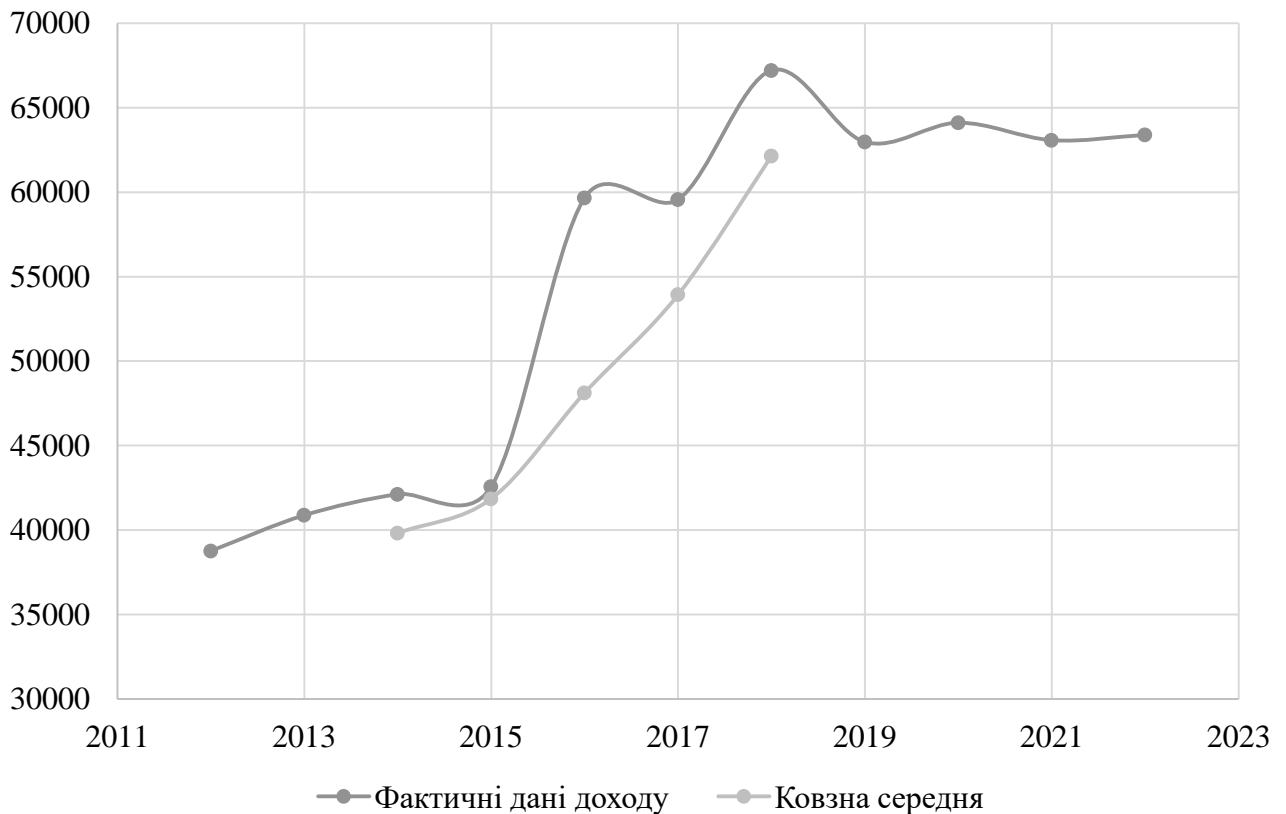


Рисунок 3.1 – Зображення прогнозування доходу та ковзної середньої.

Щоб чіткіше відобразити тенденцію розвитку, шляхом так званого врівноваження коливань рівнів первинного ряду, тобто можна укрупнити інтервали періодів та замінити первинний ряд рядом «середнього» по інтервалах. Весь часовий період можна поділити на 2 частини та для кожного визначити SMA.

$$\bar{x}_{(2012-2015)} = \frac{38765+40876+42123+42564}{4} = 41\,082$$

$$\bar{x}_{(2016-2019)} = \frac{59668+59560+67214+62147}{4} = 63\,552,25$$

Не дивлячись на коливання показника, роста середня спостерігається більша за другий період відносно першого, тому можна зробити висновок, що відбувається стійка тенденція до зростання доходу.

Наступний спосіб виявлення основної тенденції, який буде розглянуто практично – аналітичне вирівнювання. Рівні динаміки змінюються по функції

часу. Дані для послідовного розрахунку параметрів рівняння представлені в Таблиці 3.2.

Таблиця 3.2 – Дані для розрахунку параметрів лінійного рівняння.

Рівень	Рік	Дохід від реалізації (y) тис.грн	$t$	$t^2$	$y*t$	$y=56330+2129t$
1	2012	38765	-3	9	-116295	35082,14286
2	2013	40876	-2	4	-81752	40091,42857
3	2014	42123	-1	1	-42123	45100,71429
4	2015	42564	0	0	0	50110
5	2016	59668	1	1	59668	55119,28571
6	2017	59560	2	4	119120	60128,57143
7	2018	67214	3	9	201642	65137,85714
8	2019	-	4	16	-	70147,14286
9	2020	-	5	25	-	75156,42857
10	2021	-	6	36	-	80165,71429
11	2022	-	7	49	-	85175
Разом до 2018		350770	-	28	140260	

Розраховано автором на основі [22,32]

$$a = \frac{\sum y}{n} = \frac{350770}{7} = 50110$$

$$b = \frac{\sum yt}{\sum t^2} = \frac{140260}{28} = 5009$$

Отримано таке рівняння доходу від реалізації:

$$\bar{y}_t = 50110 + 5009t$$

Підставляючи в це рівняння відповідні значення  $t$ , знайдемо аналітичним вирівнюванням рівні  $\bar{y}_t$ . Зобразимо вхідні дані та дані лінійної функції на графіку (рис.3.3).

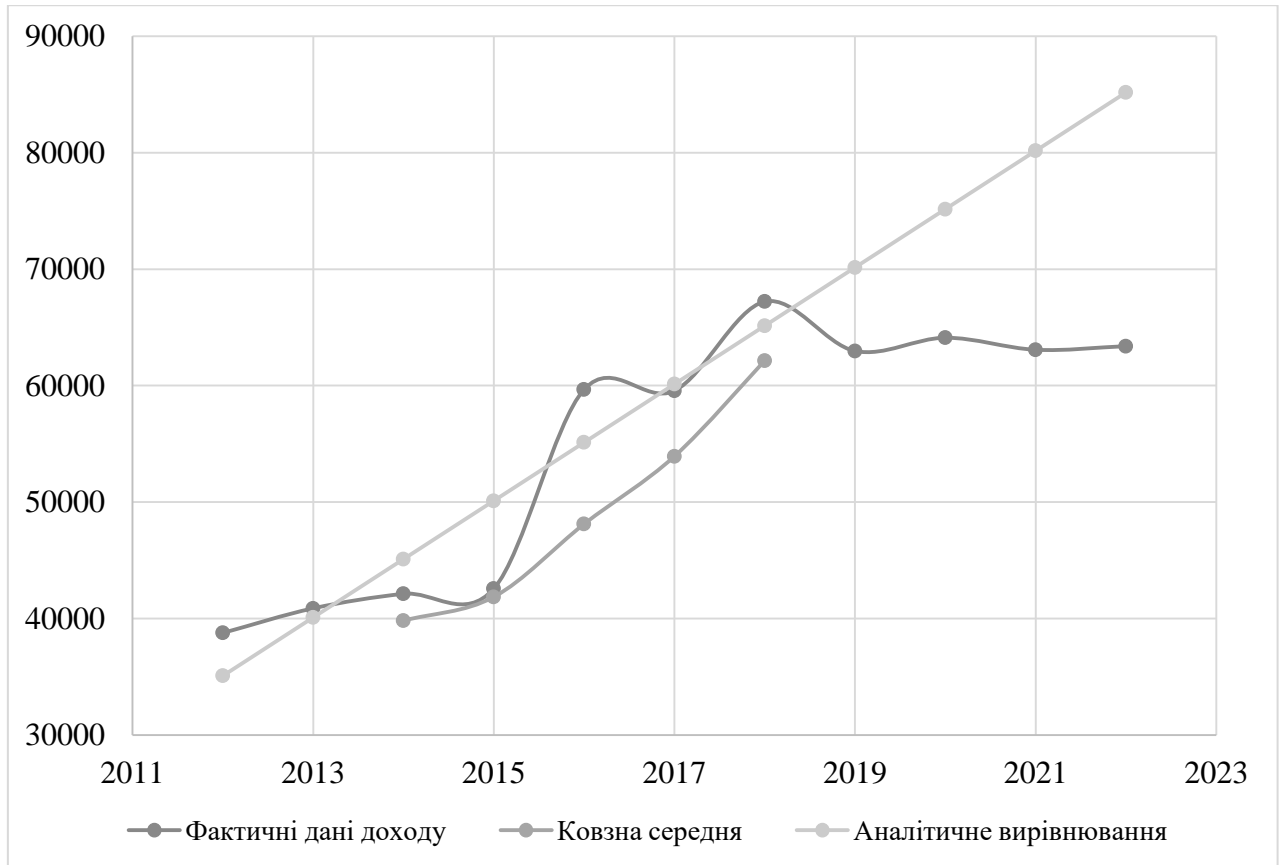


Рисунок 3.2 – Екстраполяція доходу від реалізації за методом ковзної середньої та аналітичного вирівнювання

Отже, значення середньої ковзної на 2020 рік – 64111,7 тис. грн, значення за останній 2022 рік прогнозування середньої ковзної - 63387,7 тис. грн. Показники аналітичного вирівнювання мають дещо оптимістичний прогноз: значення на 2020 рік - 75156,4 тис. грн, до 2022 року – 85175 тис. грн. Порівнюючи ці різні два індикатора можна зробити загальну тенденцію до зростання доходу. Необхідно підкреслити, що похибка можлива, тому для більш точного прогнозу в наступних роках провести коригування показників

Отримано таке рівняння маржинального доходу:

$$\bar{y}_t = 20993 - 266t$$

Підставляючи в це рівняння відповідні значення  $t$ , знайдемо аналітичним вирівнюванням рівні  $\bar{y}_t$ . Зобразимо вхідні дані та дані лінійної функції на графіку (рис.3.4).

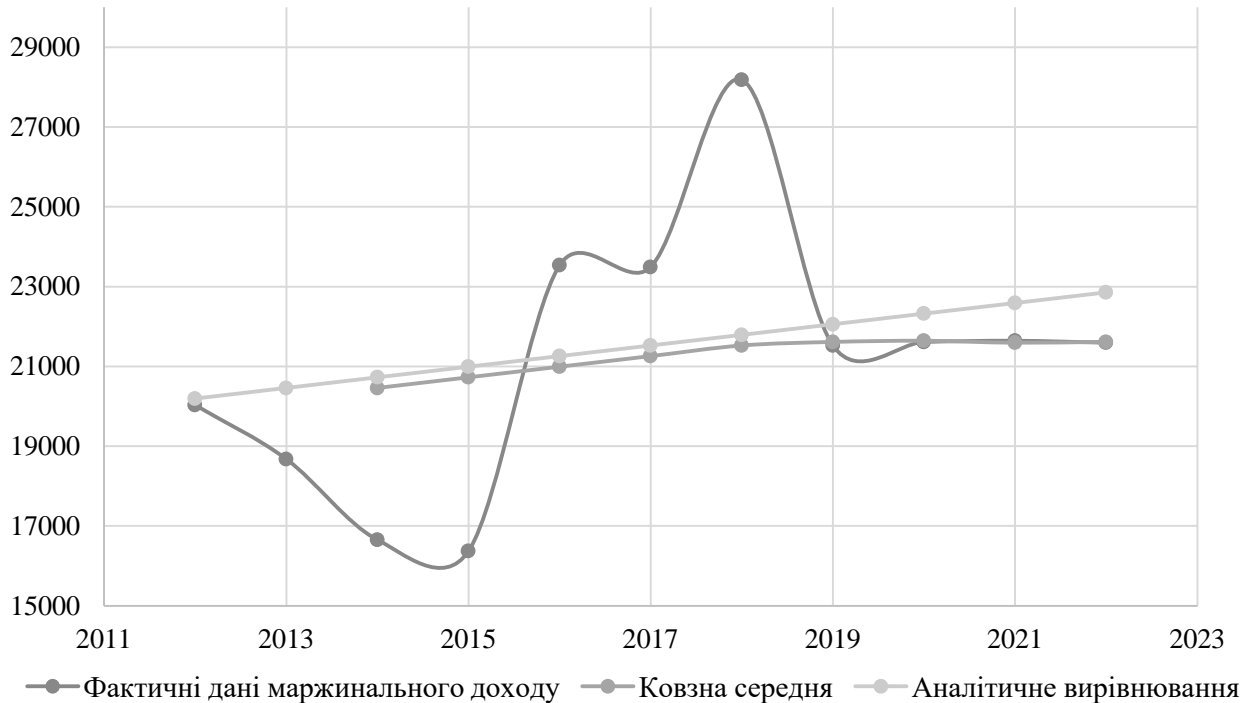


Рисунок 3.3 – Екстраполяція маржинального доходу за методом ковзної середньої та аналітичного вирівнювання

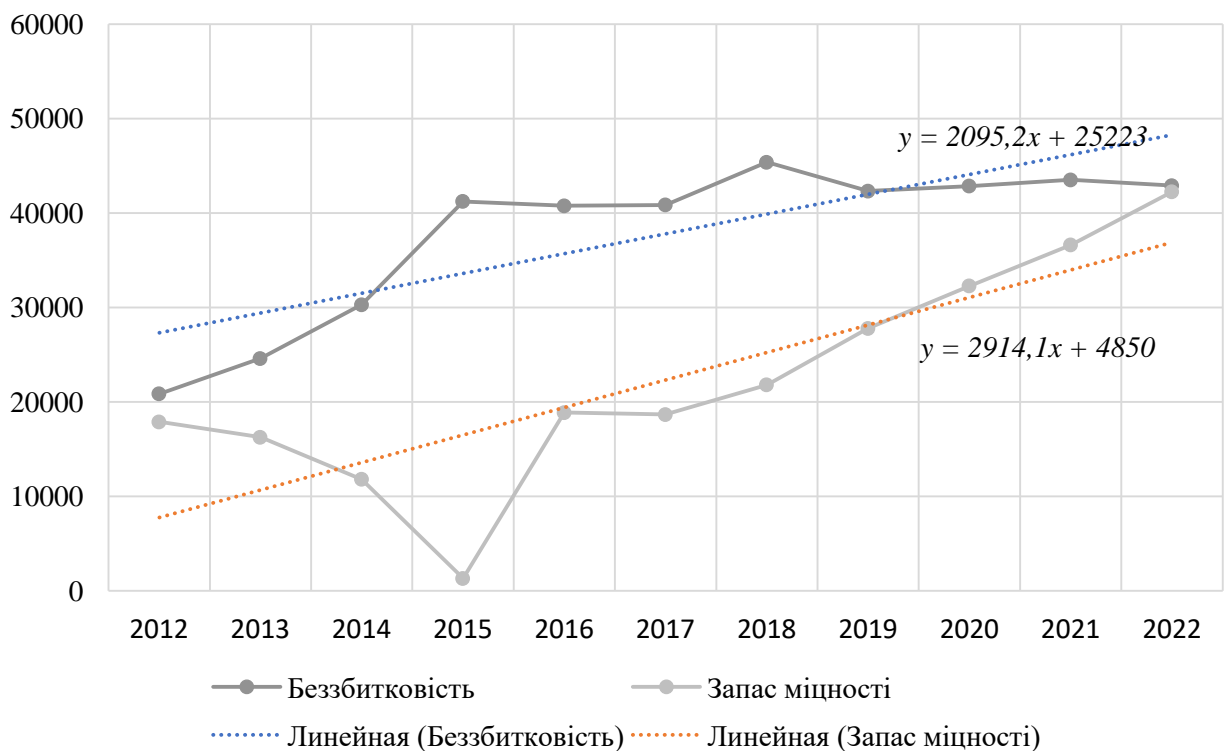


Рисунок 3.4 – Екстраполяція безбитковості та запасу міцності до 2022 року

Показник беззбитковості в 2018 році становить - 45391 тис грн, та спостерігається зниження до 2022 року на 2473,3 тис. грн (в грошовому вираженні 42917,7 тис. грн) завдяки тому, що збільшення маржинального доходу випереджало збільшення постійних витрат у звітному році.

Запас фінансової міцності в 2018 році по підприємству становить – 21823 тис. грн, до 2020 року показник збільшується до 32286,2 тис.грн, в 2022 році – 42257,3 тис. грн. Так як в 2015 році спостерігалось значне зниження (в 2014 році 59668 тис. грн, 2015 – 42564 тис. грн) обсягу реалізації з невідомих причин, то на графіку з'явився такий різкий спад і запасу міцності. Але проаналізувавши графік загалом спостерігається тенденція до зростання цього показника, що є позитивним явищем, і свідчить про те, що зниження обсягів реалізації «безболісно» впливає прибуток.

За результатами проведеного аналізу можна стверджувати про перспективи фінансового стану акціонерного товариства і оцінити безперервність функціонування в майбутньому.

### 3.2. Обґрунтування вибору методу ціноутворення на підприємстві

У доповнення до розглянутих в пункті 1.2 методів та підходів визначення ціноутворення запропоновано умови для використання цих методів та їх застосування в Таблиці 3.4, допоміжні формули для розрахунку відображені в Таблиці 3.3.

Таблиця 3.3 – Формули для розрахунку .

Метод	Формула	Умовні позначення в формулі
Метод «собівартість + прибуток»	$Ц_б = \frac{B^{заг}}{Q} \times \left( 1 + \frac{R}{100} \right)$	Цб - базова розрахункова ціна товару за даною методикою; B <sup>заг</sup> - витрати загальні; Q - обсяг продукції; R - рентабельність продукції, %

Метод цільового прибутку	$\Pi_i^{цiл} = B\partial_i^{max} - B_i^{заг.}$ $де B\partial_i^{max} = Ц_{бi} \times Q_{i_{max}}$ $Ц_{бi} = \frac{\Pi_i^{цiл} + B_i^{заг.}}{Q_{i_{max}}}$	<p><math>\Pi_i</math> - прибуток цільовий;  <math>B\partial_i^{max}</math> - максимальний валовий дохід;  <math>Ц_{бi}</math> - базова розрахункова ціна товару за даною методикою;  <math>Q_{i_{max}}</math> - виробнича потужність по і-й продукції.</p>
Метод цільової рентабельності продаж	$R_{прод.i} = \frac{B\partial_i^{max} - B_i^{заг.}}{B\partial_i^{max}} * 100\%$ $Ц_{бi} = \frac{B_i^{заг.}}{Q_{i_{max}} \times \left(1 - \frac{R_{прод.i}}{100}\right)}$	<p><math>Ц_{бi}</math> - базова розрахункова ціна товару за даною методикою;  <math>R_{прод.i}</math> - рівень цільової рентабельності продаж (%) на реалізацію і-го товару.</p>
Метод аналізу коефіцієнта еластичності попиту	$Ц_{бi} = Ц_{рин.i} \times \left(1 + \frac{\Delta\%Q}{P * 100}\right)$	<p><math>Ц_{бi}</math> - базова розрахункова ціна товару за даною методикою;  <math>Ц_{рин.i}</math> - діюча ринкова ціна і-го товару;  <math>\Delta\%Q</math> - очікувана зміна попиту на ій товар, %;  <math>P</math> – ціновий коефіцієнт еластичності попиту і-го товару</p>

Джерело складено на основі [7]

Розрахунок по основним п'яти номенклатурним одиницям : пиріг з вишнею Зустріч, коровай весільний Звягельськ ий, Ріг достатку, хліб Урочистий, пиріг Яблочне диво.

Таблиця 3.4 – Розрахунок ціноутворення різними методами

Метод	Додаткові дані	Пиріг «Зустріч» з вишнею	Коровай весільний Звягельськ ий	"Ріг достатку"	Хліб «Урочисти й»	Пиріг «Яблочне диво»
Фактичні ціни за 1 кг		93,5	148	98,5	73,5	101,3
Метод «собівартість + прибуток»	Рентабельність – 16%	84,0	198,3	77,8	61,0	80,8
Метод цільового прибутку	Очікуваний цільовий прибуток збільшити на 20%.	92,5 мах. потужність- 3 тис кг	187,7 мах. потужність- 1 тис кг	118,0 мах. потужність- 3 тис кг	109,0 мах. потужність- 3 тис кг	132,2 мах. потужність- 4 тис кг
Метод цільової	Бажана цільова	92,4 мах.	215,4 мах.	105,4 мах.	100,1 мах.	111,8 мах.

рентабельно сті продаж	рентабельні сть продажів – 20% .	потужніс ть- 3 тис кг	потужніст ь- 1 тис кг	потужніс ть- 3 тис кг	потужніст ь- 3 тис кг	потужніс ть- 4 тис кг
Метод аналізу коефіцієнта еластичност і попиту	Очікуване зміна попиту на товар - 10%.	101,3	160,3	99,7	79,6	111,7

Розраховано автором на основі [21,7]

Отже, розрахунок ціноутворення методом «собівартість+прибуток» показники цін за кг виявились меншими для майже для всіх номенклатурних одиниць, окрім «Коровай весільний Звягельський». В процесі розрахунку до змінних витрат додали адміністративні витрати в сумі – 4128 грн, та витрати на збут 13059 грн, в свою чергу показник рентабельності – 16%.

За наступним методом умовою було збільшення очікуваного цільового прибутку від теперішнього на 20%, та встановлена максимальна потужність, відповідно різна для кожного товару. Безумовно базова ціна виявилась дещо більшою майже для всіх видів продукції, окрім Пиріг «Зустріч» з вишнею, це обумовлено тим, що фактичний обсяг реалізації не наближений до максимальної потужності.

За останнім методом розрахунків для аналізу коефіцієнту попиту відсоткове збільшення попиту на 10% характеризується незначним зростанням ціни, і в той же час зниження ціни не викличе значне збільшення обсягу реалізації. Значне підвищення ціни на «Коровай весільний Звягельський» знизить обсяг продажів на даний товар, так цей товар має вузьку споживчу цінність.

Проаналізувавши різні методи, можна запропонувати підвищити ціну Пиріг «Яблочне диво», "Ріг достатку" та Хліб «Урочистий» та збільшити обсяги реалізації Пиріг «Зустріч» з вишнею, так як обсяги цієї продукції не наближені до максимальної потужності.



## ВИСНОВКИ

Найбільш важливим засобом для досягнення будь-яких стратегічних цілей є цінова політика. Вдалий вибір цінової політики і визначення на її основі конкретних рівнів цін ґрунтується, у першу чергу, на аналізі та врахуванні різних факторів, здатних вплинути на умови збуту і прибутковість. Традиційно основна увага підприємств має бути загострена на виявленні та оцінці факторів попиту. Необхідно брати до уваги вплив законів попиту та пропозиції, цінової еластичності, а також неоднакову реакцію покупців різних сегментів ринку на ціну. Їх можна поділити на дві групи: внутрішні (контрольовані) та зовнішні. Ціна як об'єкт управління може виступати не тільки в ролі фактора, що впливає на внутрішнє середовище підприємства, але й як інструмент впливу на зовнішнє середовище, особливо якщо підприємство є лідером галузі або ж монополістом.

Наступним етапом після визначення попиту на конкретний товар, розрахунку витрат та можливих доходів, аналізу цінового сегменту конкурентів, приступимо до виробу ціни. Методи ціноутворення, які відображені в першому розділі, основна мета яких максимально наблизити ціну до оптимальної, відповідно забезпечувати прибуток та покривати витрати. Однак, під впливом ринкових умов завжди відбуватися коригування. Так звану «орієнтовну ціну» встановлюють виходячи з вибору шести основних підходів. Розрахунок беззбитковості є основою стабілізації діяльності підприємства, цей показник займає ключове місце у фінансових розрахунках бізнес-плану.

Досить часто ціноутворення відбувається кількома методами. Поділ на групи є доволі умовним на практиці, тому сформулювати конкретні рекомендації або визначити основний метод неможливо.

Аналіз беззбитковості допомагає прийняти рішення щодо:

- об'єм виробництва, який дозволить підприємству отримувати бажану (цільову) величину прибутку;
- які засоби допоможуть компенсувати несприятливі зміни ринкової ситуації;
- які наслідки скорочення витрат.

Аналіз величин постійних та змінних витрат підприємства дозволяє виявити рівень ризику, що є необхідним етапом планування та прийняття управлінських рішень. Для того, що визначити точку беззбитковості, необхідно розрахувати частку від постійних витрат на різницю між ціною продажу та величиною змінних витрат на одиницю продукції. Альтернативним методом є визначення беззбитковості з елементом – маржинальний дохід. Процес побудови графіків є досить трудомістким процесом. Тому що містить неточні показники, але наочні, тому доцільно застосовувати інші методи. Більш правильно визначити беззбитковість за допомогою формул до побудови графіку.

Аналіз фінансового стану підприємства засвідчив, що підприємство платоспроможне, незважаючи на нелегку ринкову ситуацію в країні. Керівництво Товариства визнає, що неможливо передбачити ризики та вартість чистих активів, на які вплинули суб'єктивні та об'єктивні чинники у теперішньому досить нестабільному ринковому середовищі. До ризиків відносять: ринковий ризик (валютний ризик, відсотковий ризик та інший ціновий), кредитний ризик та ризик ліквідності. До того ж, «ризик ліквідності» виявляється у тому, що Товариство може відчувати труднощі при виконанні зобов'язань. Тому контроль цього ризику відбувається шляхами планування поточної ліквідності (аналіз термінів платежів, а також прогнозні потоки грошових активів від операційної діяльності).

За коефіцієнтами ділової активності складені наочні таблиці та зроблені відповідні висновки, виходячи з порівняння звітного періоду з аналогічним показником попереднього року. Визначені фактори, що вплинули на певні показники.

Проаналізувавши значення показників беззбитковості за декількома видами продукції зміна кількісного значення фактичного обсягу реалізації призводить не лише до зміни точки беззбитковості, але і до зміни інших показників «Витрати — обсяг — прибуток» по іншим видам продукції. Тому можна стверджувати, що майже всі параметри відображених розрахунків є динамічними. Рівень беззбитковості залежить від чотирьох факторів: обсяг реалізації, ціна одиниці, змінні витрати на одиницю та як розподіляються постійні витрати.

Останнім часом дедалі більшого поширення в практиці фінансового прогнозування набуває методологія експоненціального згладжування, яка точніше враховує той чи інший тренд у розвитку прогнозних показників. Прогнозовані показники до 2022 двома методами: середньої ковзної та аналітичного вирівнювання. Як показали розрахунки прогнозування доходу числове значення аналітичного вирівнювання мають дещо оптимістичний прогноз: значення на 2020 рік - 66975,46 тис. грн, до 2022 року - 71233,54 тис. грн. Порівнюючи ці різні два індикатора можна зробити загальну тенденцію до зростання доходу.

Показник беззбитковості в 2018 році становить - 45391 тис грн, та спостерігається зниження до 2022 року на 2473,3 тис. грн (в грошовому вираженні 42917,7 тис. грн) завдяки тому, що збільшення маржинального доходу випереджало збільшення постійних витрат у звітному році.

Проаналізувавши графік «Запас фінансової міцності» загалом спостерігається тенденція до зростання цього показника, що є позитивним явищем, і свідчить про те, що зниження обсягів реалізації «безболісно» впливає прибуток.

За результатами проведеного аналізу можна стверджувати про перспективи фінансового стану акціонерного товариства і оцінити безперервність функціонування в майбутньому.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Маркетинг : навчальний посібник / за заг. ред. проф. Т. А. Васильєвої ; Т. А. Васильєва, С. М. Козьменко, С. В. Башлай та ін.; СумДУ «УАБС». – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2014. – 353 с. - URL: (дата звернення: 11.04.2020)
2. Боярко І. М., Самусевич Я. В. Теоретичні аспекти системи ціннісно-орієнтованого управління підприємством. Бізнес Інформ. 2012. № 9. С. 282-284. - URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf\\_2012\\_9\\_60](http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2012_9_60) (дата звернення: 11.04.2020)
3. Шевчук Д. А. Ціноутворення : навчальний посібник. — М. : ГроссМедіа : РОСБУХ, 2018. — 240 с. - URL: <https://econ.wikireading.ru/29472> (дата звернення: 11.04.2020)
4. Мазур О.Є. Ринкове ціноутворення : навч. посіб. / О.Є. Мазур – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 480 с. – URL: <https://westudents.com.ua/40753> (дата звернення: 20.04.2020)
5. Радченко О.А. Фактори впливу на стратегічний розвиток підприємств-виробників споживчих товарів / О.А. Радченко // Вісник Хмельницького національного університету. –2011. – № 1. (171). – URL: <http://donnuet.edu.ua/uploads/files/konf/2016/mmsnsei.pdf> (дата звернення: 06.05.2020)
6. Мікроекономіка: навчальний посібник. Ч. 1 / уклад.: Н. М. Нілова, Т. О. Семененко, Т. І. Гончарук, Д. В. Олексіч; СумДУ «УАБС». - Суми : ДВНЗ "УАБС", 2013. - 172 с. – URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/50245> (дата звернення: 06.05.2020)
7. Курс лекцій з дисципліни «Ціноутворення і цінова політика» : для студентів ступеня «бакалавр» / М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. підпр. і торгівлі ; С.В. Волошина. – Кривий Ріг : [ДонНУЕТ], 2017. – 74 с. - URL:

[http://elibrary.donnuet.edu.ua/1555/1/2017\\_KL\\_Voloshyna\\_TiTP\\_bac.pdf](http://elibrary.donnuet.edu.ua/1555/1/2017_KL_Voloshyna_TiTP_bac.pdf) (дата звернення: 15.05.2020)

8. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати», затверджений наказом Міністерства фінансів України від 31.12.1999р. № 318 – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ru/z0027-00> (дата звернення: 15.05.2020)

9. Сушарник Я.А. Поняття класифікації в обліку витрат // Зростання ролі бухгалтерського обліку в сучасній економіці: збірник тез та доповідей I Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (21 лютого 2013 р.; м. Київ) / Відпов. за вип. Б.В. Мельничук. К.: ТОВ «Всеукраїнський інститут права і оцінки», 2013. С. 402–405.

10. Данилко В.К. Управління витратами : навч. посібник / В. К. Данилко, О. М. Кушніренко, К. С. Марченко. – К. : Каравела, 2019. – 256 с. - URL: <http://elib.hduht.edu.ua/bitstream/123456789/1874/1/129> (дата звернення: 16.05.2020)

11. Вороная Н. Класифікація витрат на виробництво / Н. Вороная, податкові експерти Н. Чернишова, А. Свіриденко // IFactor– 2016 - №32. – URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2016/april/issue-32/article-17160.html>. (дата звернення: 17.05.2020)

12. Економікс: принципи, проблеми і політика: підручник / К.Р. Макконнелл, С. Л. Брю, Ш. М. Флінн. - Пер.19-е англ. вид. - М.: ИНФРА-М,2013. - XXVIII, 1028 с.

13. Тормоса Ю. Г. Ціни та цінова політика: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2011. — 122 с. –URL: <https://studentbooks.com.ua/content/view/131/44/>

14. Пятигін А.С. Використання аналітичних моделей для оцінювання середовища прийняття управлінських рішень у сфері фінансової діяльності підприємств / А.С. Пятигін // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – №11. – С. 308-321.

15. П'ятковська О. С. Плани лекцій «Маркетинг» : навч. посібник : рек. МОНУ / О. С. П'ятковська - 8-ме вид., перероб. і доп. – Дніпро : Знання,

2018. – 95 с. – URL: <http://vpu17.dp.ua/navchalna-robota/navchalno-metodichneta-informatsiyne-zabezpechennya/071-oblik-iopodatkuvannya/marketing>

16. Куц. Л. Л. Стратегічна стійкість підприємства. Опорний конспект лекцій / Л. Л. Куц. – Тернопіль, ТНЕУ, 2012. – 91с. – URL: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/> (дата звернення: 20.05.2020)

17. Довгань Л. Є. Обґрунтування показників, що характеризують стратегічну стійкість підприємств видавничо-поліграфічної галузі / Л. Є. Довгань, Г. А. Мохонько // Інвестиції: практика та досвід. – 2011. – травень (№9). – С. 35-38

18. Янковська Л.А. Стратегічні пріоритети розвитку сфери послуг України на засадах постіндустріальної економіки / Л.А. Янковська // Ефективна економіка - URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/>(дата звернення: 22.05.2020)

19. Орлов, О.О. Методика маржинального аналізу прибутку і беззбитковості виробництва/ О.О. Орлов, Є.Г. Рясних // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – URL.:<http://monetary-flow.com/totchka-bezzbitkovost/>(дата звернення: 22.05.2020)

20. Аудиторський висновок незалежного аудитора «Екаунт» щодо фінансової звітності ПрАТ «Новоград - Волинський хлібозавод» №46 від 12 березня 2018 р. – URL: <http://nvhlib.com.ua/files/documents/aconclusion180607-103852.pdf> (дата звернення: 28.05.2020)

21. КОДЕКС ПрАТ «Новоград-Волинський хлібозавод» від 2012 р.– URL: <http://nvhlib.com.ua/ua/about/mission>

22. Звіт про фінансовий стан ПрАТ «Новоград-Волинський хлібозавод» на 31.12.2017 р. – URL: <http://nvhlib.com.ua/files/documents/freports180607-104324.pdf> (дата звернення: 28.05.2020)

23. Пятигін А.С. Використання аналітичних моделей для оцінювання середовища прийняття управлінських рішень у сфері фінансової діяльності підприємств / А.С. Пятигін // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – №11. – С. 308-321.

24. Заворотній Р.І. Запровадження факторних моделей в оцінюванні зростання вітчизняного бізнесу / Р.І. Заворотній // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – №3. – С. 312-321

25. Ареф'єва О.В. Оцінка рівня економічної стійкості підприємства / О.В. Ареф'єва // Актуальні проблеми економіки. — 2011. — № 7 (72). — С. 109—117.

26. Добровський В. М., Гнилицька Л. В., Коршикова Р. С. Управлінський облік: Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / За ред. В. М. Добровського. — К.: КНЕУ, 2013. — 235 с.

27. Звіт та висновки ревізійної комісії за 2017 рік ПрАТ «Новоград-Волинський хлібозавод» від 01.01.2018р. - URL: <http://nvhlib.com.ua/files/documents/rkconclusion180607-111049.pdf> (дата звернення: 28.05.2020)

28. Відомості про зміну типу акціонерного товариства за 2018 рік ПрАТ «Новоград-Волинський хлібозавод» від 04.04.2018 р – URL: <http://nvhlib.com.ua/files/documents/osobl180404-095831.pdf> (дата звернення: 28.05.2020)

29. Відомості про зміну власників акцій, яким належить 5 і більше відсотків простих акцій публічного акціонерного товариства за 2018 рік ПрАТ «Новоград-Волинський хлібозавод» від 12.02.2018р – URL: <http://nvhlib.com.ua/files/documents/osobl180212-113303.pdf> (дата звернення: 28.05.2020)

30. Ковалев, В. В. Финансовая отчетность и ее анализ (основы балансоведения) [Текст] : учеб. пособие / В. В. Ковалев, В. В. Ковалев. – М.: ТК Велби, Мн.: ИП «Экоперспектива», 2014. – 256 с.

31. Кобилецький В. Р., Показники майнового стану / В. Р. Кобилецький // Онлайн-журнал «Financial Analysis online» - URL: <https://www.finalon.com/metodyka-rozrakhunku/94-analiz-majna> (дата перегляду: 10.06.2020)

32. Економічна кібернетика : підручник /О. Ю. Чубукова, В. Я. Рубан, Л. І. Антошкіна та ін.; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О. Ю. Чубукової. – Донецьк : ЮгоВосток, 2014. – 454 с.

33. Виды средних скользящих (SMA, EMA, WMA) URL: <http://berg.com.ua/tech/indicators-overlays/types-of-moving-averages/> (дата перегляду: 15.06.2020)

34. Федосеев В.В., Гармаш А.Н., Дайитбегов Д.М. и др. Экономикоматематические методы и прикладные модели / Под ред. В.В. Федосеева. М.: ЮНИТИ, 2001. 391с

35. Грабовецкий Б.Є. Основи економічного прогнозування: Навчальний посібник. Вінниця: ВФ ТАНГ, 2000. 209 с.

36. Экономика организации (предприятия) : учебник и практикум для СПО / И.В. Сергеев, И.И. Веретенникова. – 6-е изд. перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 511 с. – (Серия: Профессиональное образование)  
URL: [https://books.google.com.ua/books?id=q2B2DwAAQBAJ&hl=ru&source=gb\\_s\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.ua/books?id=q2B2DwAAQBAJ&hl=ru&source=gb_s_navlinks_s) (дата перегляду: 16.06.2020)

37. Цветнова О.В., Удосконалення відображення інформації про формування фінансових результатів у регістрах бухгалтерського обліку. — URL: <http://ven.ztu.edu.ua/article/download/89462/86184>

38. Кондратюк А., Жалдак Г., Проблеми та перспективи зовнішньоекономічної діяльності підприємств України // Економічний дискурс Міжнародний збірник наукових праць Випуск 1. – 2016. – С. 121-129. – URL: [http://sophus.at.ua/ED\\_2016\\_1/13\\_kondratjuk\\_anastasija-zhaldak\\_gannaproblemi\\_ta.pdf](http://sophus.at.ua/ED_2016_1/13_kondratjuk_anastasija-zhaldak_gannaproblemi_ta.pdf)

39. Финансовый менеджмент: теория и практика [Текст] : учебник /под ред. Стояновой Е. С. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Перспектива, 1999. – 656 с. – ISBN 5-94723-388-6



40. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні: Закон від 16.07.99 р. № 996-XIV // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1999, № 40, ст.365 [URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14)

41. Фінансовий та управлінський облік за національними стандартами: підручник / М.Ф. Огійчук, В.Я. Плаксієнко, М.І. Беленкова та ін. / За ред. проф. М.Ф. Огійчука. — 6\*те вид., перероб. і допов. — К.: Алерта. 2016. — 1042 с

42. Данілов О.Д., Паєнко Т.В. Фінанси підприємств у запитаннях і відповідях: навч. Посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 256 с.

43. Огійчук М.Ф., Плаксієнко В.Я., Беленкова М.І. Фінансовий та управлінський облік за національними стандартами: Підручник / за ред. проф. М.Ф. Огійчука. Київ: Алерта, 2016. 1040 с.

44. Гриценко О. І. Внутрішньогосподарський контроль витрат на якість обслуговування: управлінський аспект / О. І. Гриценко, О. А. Скорба // Актуальні проблеми економіки. - 2015. - № 3. - С. 365-372. - URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape\\_2015\\_3\\_46](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2015_3_46) (дата звернення: 20.05.2020)

45. Панчук І. П. Гармонізація бухгалтерського та податкового обліку при формуванні звітної інформації про доходи та витрати фінансової діяльності підприємств / І. П. Панчук // Актуальні проблеми економіки. - 2015 URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape\\_2015\\_3\\_47](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2015_3_47) (дата звернення: 20.03.2020)

46. Гріщенко І. В. Економічна сутність грошових коштів підприємства / І. В. Гріщенко, О. В. Балахонова // Розвиток освіти, науки, економіки в умовах інтеграційних процесів : зб. наук. праць. 2017. – Вінниця.

47. Меліхова Т.О. Удосконалення аналітичного обліку розрахунків за заробітною платою для підвищення якості контролю / Т.О. Меліхова, М. Єременко // Матер. Все укр. наук. практ. конф. молодих вчених, аспірантів та студентів "Стан та перспективи розвитку бухгалтерського обліку в Україні", 28 лютого 2013 р.: збір. наук. праць. — Ірпінь: НУ ДПСУ, 2013. — Ч. 2. — С. 105—107.