

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
Інститут післядипломної освіти
Кафедра прикладної економіки

Сорока Олег Юрійович

УДК 338.45:630:131.5

МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

**Шляхи підвищення доходів підприємства на прикладі ТзОВ «Мебус
Мануфактура»**

Бізнес економіка

(назва освітньої програми)

051 - Економіка

(шифр і назва спеціальності)

/Сорока О. Ю./

(підпис ініціали та прізвище здобувача освітнього ступеня)

Науковий керівник

Гобир І. Б., к.е.н., доц.

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

Бережницька У.Б.

(підпис) (дата) (ініціали та прізвище)

Рецензент

Мельничук І. В.

(підпис) (дата) (ініціали та прізвище)

Робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Івано-Франківськ – 2025

Інститут післядипломної освіти

Кафедра прикладної економіки

Спеціальність 051 Економіка

(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

“ ___ ” _____ 202_ року

ЗАВДАННЯ НА МАГІСТЕРСЬКУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Сороці Олегу Юрійовичу

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Шляхи підвищення доходів підприємства на прикладі ТзОВ «Мебус мануфактура»

керівник роботи Гобир І. Б., к.е.н., доц

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від 229/12 від 24.11.2025

2. Термін подання студентом роботи 08.12.2025 року

3. Вихідні дані роботи: фінансова та звітна інформація ТзОВ «Мебус Мануфактура»

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, що їх належить розробити)

Вступ

1. Теоретико-методичні засади дослідження доходів підприємств

2. Аналіз та оцінка доходів підприємств на прикладі ТзОВ «Мебус Мануфактура»

3. Напрями підвищення доходів підприємств на прикладі ТзОВ «Мебус Мануфактура»

Висновки

Перелік посилань на джерела

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень):

1. Мета та завдання магістерської роботи

2. Сутність поняття «дохід» за теоретичними поглядами вчених-економістів

3. Ключові показники розвитку меблевої промисловості України та Львівської області за 2020-2023 роки

4. Динаміка основних техніко-економічних показників діяльності ТзОВ «Мебус Мануфактура» за 2020-2024 роки

5. Структура доходів ТзОВ «Мебус Мануфактура» за 2020-2024 роки

6. Структура витрат ТзОВ «Мебус Мануфактура» за 2020-2024 роки

7. Прогнозування чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) ТзОВ «Мебус Мануфактура»

8. Аналіз показників рентабельності ТзОВ «Мебус Мануфактура» за 2020-2024 роки

9. Етапи управління доходами ТзОВ «Мебус Мануфактура»

10. Заходи щодо підвищення доходів діяльності ТзОВ «Мебус Мануфактура»

6. Дата видачі завдання 14.10.2024 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Номер і назва етапів магістерської роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
Вступ	06.12.2025	виконано
1. Теоретико-методичні засади дослідження доходів підприємств	17.09.2025	виконано
2. Аналіз та оцінка доходів підприємств на прикладі ТзОВ «Мебус Мануфактура»	22.11.2025	виконано
3. Напрями підвищення доходів підприємств на прикладі ТзОВ «Мебус Мануфактура»	04.12.2025	виконано
Висновки	06.12.2025	виконано

Студент _____
(підпис)

Олег СОРОКА
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____
(підпис)

Ірина ГОБИР
(прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Основний матеріал роботи охоплює 85 сторінок, містить 16 таблиць і 12 графічних ілюстрацій.

Метою роботи є дослідження фінансових результатів діяльності ТЗОВ «Мебус Мануфактура», зокрема їх доходів і витрат, а також визначення шляхів посилення ефективності їх функціонування. Для досягнення поставленої мети передбачено виконання таких завдань: розкрити економічну природу доходу та окреслити основні джерела його формування; надати характеристику діяльності ТЗОВ «Мебус Мануфактура»; здійснити аналіз техніко-економічних показників ТЗОВ «Мебус Мануфактура»; провести вертикальний аналіз доходів, витрат та показників рентабельності підприємства; визначити основні напрями підвищення результативності роботи підприємств.

Об'єктом дослідження в роботі визначено процеси, пов'язані з аналізом доходів ТЗОВ «Мебус Мануфактура».

Предмет дослідження охоплює комплекс теоретичних і методичних підходів до вивчення формування доходів підприємства з метою пошуку можливостей їх збільшення.

У дослідженні застосовано низку наукових методів. Для з'ясування сутності поняття «дохід» використано аналіз і синтез; для наочного подання результатів — таблицьний та графічний методи; метод узагальнення — для формулювання висновків; трендовий підхід — для прогнозування чистого доходу від реалізації продукції, робіт чи послуг.

Ключові слова: дохід, прибуток, витрати, меблева промисловість, рентабельність

ABSTRACT

The main material of the work covers 85 pages, contains 16 tables and 12 graphic illustrations.

The purpose of the work is to study the financial results of the activities of LLC "Mebus Manufactura", in particular their income and expenses, as well as to determine ways to increase the efficiency of their functioning. To achieve the set goal, the following tasks are envisaged: to reveal the economic nature of income and outline the main sources of its formation; to provide a characteristic of the activities of LLC "Mebus Manufactura"; to carry out an analysis of the technical and economic indicators of LLC "Mebus Manufactura"; to conduct a vertical analysis of income, expenses and indicators of the enterprise's profitability; to determine the main directions for increasing the efficiency of the enterprise's work.

The object of the study in the work is the processes associated with the analysis of the income of LLC "Mebus Manufactura".

The subject of the study covers a complex of theoretical and methodological approaches to studying the formation of the enterprise's income in order to find opportunities for their increase.

A number of scientific methods were used in the study. To clarify the essence of the concept of "income", analysis and synthesis were used; for a visual presentation of results - tabular and graphical methods; the generalization method - for formulating conclusions; the trend approach - for forecasting net income from the sale of products, works or services.

Keywords: income, profit, expenses, furniture industry, profitability

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ДОХОДІВ ПІДПРИЄМСТВ	
1.1 Теоретичне трактування доходів підприємства	12
1.2 Структура доходів підприємства та їх класифікація	17
1.3 Фактори, що визначають рівень дохідності підприємства	21
1.4 Методичний інструментарій аналізу дохідності підприємства	25
Висновки до розділу 1.....	28
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ДОХОДІВ ПІДПРИЄМСТВ НА ПРИКЛАДІ ТОВ «МЕБУС МАНУФАКТУРА»	
2.1 Загальна характеристика меблевої промисловості України та Львівської області	31
2.2 Загальна характеристика Тзов «Мебус Мануфактура» та аналіз його основних техніко-економічних показників	35
2.3 Аналіз структури та динаміки доходів і витрат Тзов «Мебус Мануфактура»	41
2.4 Аналіз показників рентабельності Тзов «Мебус Мануфактура»	48
Висновки до розділу 2.....	53
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ДОХОДІВ ПІДПРИЄМСТВ НА ПРИКЛАДІ ТОВ «МЕБУС МАНУФАКТУРА»	
3.1 Оптимізація процесу формування та управління доходами	56
3.2 Пошук ключових напрямів нарощення доходів підприємства	60
3.3 Розробка заходів щодо підвищення доходів діяльності Тзов «Мебус Мануфактура».....	64
Висновки до розділу 3.....	73

					МР.ЕКз – 01.00.00.000.ПЗ			
<i>Змн.</i>	<i>Арк.</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>				
<i>Розроб.</i>		Сорока О. Ю.			Шляхи підвищення доходів підприємства на прикладі Тзов «Мебус Мануфактура»	<i>Літ.</i>	<i>Арк.</i>	<i>Акрушіє</i>
<i>Перевір.</i>		Гобир І. Б.					6	
<i>Реценз.</i>		Мельничук І.В				ІФНТУНГ ЕКмз-24-1		
<i>Н. Контр.</i>		Федорович І.В						
<i>Затверд.</i>		Бережницька У.Б						

ВИСНОВКИ.....76

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ НА ДЖЕРЕЛА.....82

ДОДАТКИ

					MP EK3 – 01.00.00.000 ПЗ	Арк.
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		7

ВСТУП

Дохід є базовим фінансовим джерелом, що забезпечує функціонування та розвиток будь-якого підприємства. Саме його величина визначає можливість формування прибутку, покриття витрат, пов'язаних із господарською діяльністю, а також виконання податкових зобов'язань. Таким чином, дохід виступає інтегральним показником, який у певному сенсі характеризує результативність, фінансову стабільність і загальну ефективність підприємства.

Розмір отриманих доходів відображає рівень попиту на продукцію, роботи чи послуги суб'єкта господарювання, а також дозволяє оцінити ефективність функціонування його структурних одиниць. Тому підвищення дохідності та пошук можливостей подальшого розвитку є ключовими пріоритетами в управлінні підприємством, зокрема й для організацій лісогосподарської галузі.

Актуальність дослідження шляхів підвищення доходів підприємства на прикладі ТзОВ «Мебус Мануфактура» визначається сучасними викликами, з якими стикаються виробники меблів та деревообробних виробів. Економічне середовище України характеризується значною непередбачуваністю, що зумовлено як внутрішніми, так і зовнішніми факторами. Підприємства галузі працюють в умовах коливання попиту, нестабільності вартості сировини, конкуренції не лише між вітчизняними виробниками, але й з іноземними компаніями, продукція яких активно представлена на ринку. На цьому тлі пошук інструментів збільшення доходів стає ключовим елементом управління діяльністю.

Для ТзОВ «Мебус Мануфактура» питання формування стійкого доходу має першорядне значення, оскільки фінансові результати визначають можливості оновлення обладнання, підвищення продуктивності праці, оптимізації витрат, розширення асортименту та покращення конкурентоспроможності. Дохідна база виступає основою функціонування

підприємства, оскільки забезпечує операційну стабільність, дозволяє виконувати фінансові зобов'язання та створює умови для подальшого розвитку виробничого потенціалу.

Виробники меблів постійно адаптуються до зміни споживчих вподобань, розвитку електронної комерції та високих вимог до дизайну, якості й ергономіки продукції. За таких умов ТзОВ «Мебус Мануфактура» має потребу в удосконаленні маркетингових стратегій, оптимізації внутрішніх процесів, підвищенні ефективності використання ресурсів. Це робить дослідження дохідності не лише актуальним, але й практично необхідним для визначення реальних резервів і напрямів модернізації діяльності.

Отже, вивчення шляхів зростання доходів на прикладі ТзОВ «Мебус Мануфактура» є важливим не лише з наукової точки зору, але й має значний прикладний потенціал. Це дозволяє обґрунтувати управлінські рішення, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності, стабілізацію фінансових результатів та забезпечення розвитку підприємства в умовах динамічного ринкового середовища.

Проблематика оцінювання доходів підприємств знайшла широке відображення у працях багатьох дослідників, серед яких варто назвати А. П. Бурковського, П. А. Бурковського, О. А. Волощину, С. М. Даценко, В. А. Дерія, І. А. Кордзаія, Н. О. Лоханову, А. М. Ульченко та інших науковців.

Об'єктом дослідження в роботі визначено процеси, пов'язані з аналізом доходів ТзОВ «Мебус Мануфактура».

Предмет дослідження охоплює комплекс теоретичних і методичних підходів до вивчення формування доходів підприємства з метою пошуку можливостей їх збільшення.

Метою роботи є дослідження фінансових результатів діяльності ТзОВ «Мебус Мануфактура», зокрема їх доходів і витрат, а також визначення шляхів посилення ефективності їх функціонування.

Для досягнення поставленої мети передбачено виконання таких завдань:

- розкрити економічну природу доходу та окреслити основні джерела його формування;
- визначити фактори, які впливають на дохідність підприємств;
- проаналізувати ключові показники розвитку меблевої промисловості України та Львівської області;
- надати характеристику діяльності ТзОВ «Мебус Мануфактура»;
- здійснити аналіз техніко-економічних показників ТзОВ «Мебус Мануфактура»;
- провести вертикальний аналіз доходів, витрат та показників рентабельності підприємства;
- визначити основні напрями підвищення результативності роботи підприємств;
- розробити заходи щодо підвищення доходів ТзОВ «Мебус Мануфактура».

У дослідженні застосовано низку наукових методів. Для з'ясування сутності поняття «дохід» використано аналіз і синтез; для наочного подання результатів — табличний та графічний методи; метод узагальнення — для формулювання висновків; трендовий підхід — для прогнозування чистого доходу від реалізації продукції, робіт чи послуг.

Інформаційну основу дослідження становлять нормативно-правові документи, що регламентують діяльність ТзОВ «Мебус Мануфактура», положення бухгалтерських стандартів щодо трактування категорій «дохід» і «витрати», офіційні інтернет-ресурси підприємств, статистичні дані, а також наукові публікації українських авторів.

Практична цінність обраної теми полягає у можливості визначити ефективні механізми збільшення фінансових надходжень, що враховують специфіку діяльності «Мебус Мануфактура». Серед важливих аспектів — раціоналізація витрат, оптимізація виробничих процесів, покращення управління запасами, розширення ринків збуту, впровадження сучасних

методів просування продукції, підвищення рівня сервісу та формування позитивного бренду підприємства.

Структура роботи. Магістерське дослідження включає вступ, три змістовні розділи, підсумкові висновки, перелік використаних джерел та додатки.

Основний матеріал роботи охоплює 85 сторінок, містить 16 таблиць і 12 графічних ілюстрацій. Бібліографічна база налічує 41 найменування, а також подано 2 додатки, що деталізують окремі положення дослідження.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ДОХОДІВ ПІДПРИЄМСТВ

1.1 Теоретичне трактування доходів підприємства

Ключовою ціллю функціонування будь-якого підприємства є отримання прибутку та забезпечення його зростання. Саме тому одне з провідних місць у системі економічних категорій, що характеризують діяльність суб'єкта господарювання, посідають його доходи. Розмір отриманого доходу є визначальним чинником формування прибутку, що безпосередньо впливає на результати роботи підприємства.

Загалом дохід підприємства залежить від масштабів реалізації продукції чи послуг, рівня його розвитку, частки на ринку та значної кількості зовнішніх чинників. Він є одним із ключових показників, що відображають фінансово-економічний стан підприємства й засвідчують досягнення ним основної мети діяльності.

Поняття «дохід» доцільно трактувати як економічну категорію, що означає надходження підприємству певних активів (грошових або матеріальних ресурсів) чи зменшення його зобов'язань, яке приводить до збільшення власного капіталу. При цьому такі зміни не повинні бути пов'язані з додатковими вкладеннями власників або учасників підприємства.

Аналіз наукових підходів до визначення терміна «дохід» дав можливість узагальнити думки економістів і виділити основні напрями його трактування (рис. 1.1).

Ключова відмінність між національними та міжнародними стандартами бухгалтерського обліку полягає в тому, що МСФЗ 15 (IFRS 15) «Дохід від договорів з клієнтами» наголошує на необхідності визнання доходу саме у межах звітного періоду [24]. Крім того, міжнародні стандарти містять визначення

доходу (revenue), яке в українських національних положеннях не подається, так само як і згадка про звичайну діяльність підприємства.



Рисунок 1.1 – Теоретичні підходи економістів до визначення сутності категорії «дохід» [4]

У міжнародних стандартах фінансової звітності (зокрема МСФЗ 15 «Дохід від договорів з клієнтами») основний акцент робиться на фіксації доходу саме в межах звітного періоду [19]. Також у цьому стандарті наведено трактування терміна *revenue* (виручка), якого немає у вітчизняних положеннях, так само як і згадки про здійснення операцій у межах звичайної діяльності. Відповідно, дохід слід розглядати як економічну категорію, що відображає надходження до підприємства певних активів (грошових коштів або матеріальних ресурсів) чи скорочення його зобов'язань, що зрештою збільшує величину власного капіталу, за винятком внесків власників.

У більшості економічних праць використовуються англomовні терміни, оскільки чимало класиків економічної думки були британського або американського походження. Саме тому дохід позначається словом «*revenue*», а

в обчисленнях — аббревіатурою *TR* (total revenue), що означає загальну виручку. Звідси випливає, що поняття «дохід» і «виручка» можуть вживатися як ідентичні виключно за умови, що підприємство не отримувало інших надходжень, окрім тих, що пов'язані з основною діяльністю. Тобто виручкою вважається весь обсяг коштів, що надійшли від реалізації товарів, надання послуг або виконання робіт.

Необхідність формування доходів зумовлена тим, що підприємство одержує їх у процесі господарсько-фінансової діяльності, яка неможлива без здійснення витрат. В.А. Дерій слушно зазначає, що доходи є своєрідною «подякою» суспільства підприємству за створення корисних матеріальних і нематеріальних продуктів, необхідних окремим громадянам або соціальним групам [19]. Доходи можуть надходити як у грошовій, так і у негрошовій формах. У сучасних умовах пріоритет надається грошовим надходженням, оскільки саме вони забезпечують стабільність функціонування підприємства та можливість розширеного відтворення.

Негрошові доходи характеризуються нижчим рівнем надійності, оскільки не завжди відомо, коли саме вони будуть конвертовані у грошові кошти, і чи буде конверсія здійснена взагалі — особливо через ризик виникнення безнадійної дебіторської заборгованості. Зростання частки таких доходів може свідчити про необачну політику управління дебіторами або навмисно ризиковий вибір контрагентів.

Найсприятливішим для підприємства є надходження коштів на банківський рахунок або до каси, адже це супроводжується збільшенням грошових активів та одночасним скороченням дебіторської заборгованості. У бухгалтерському обліку такі зміни відображаються як перший тип трансформацій активів [4]. Схожі зміни мають місце і в операціях, що пов'язані з рухом основних засобів, запасів, робіт чи послуг.

Разом з тим дохід підприємства може зменшуватися через нарахування ПДВ або акцизу, формування страхових резервів, погашення заборгованостей перед постачальниками та інші операції, що впливають на фінансовий результат. У такому разі в обліку фіксується зменшення зобов'язань та відповідне

коригування фінансових результатів — це так званий другий тип змін у балансі [4]. Важливим є те, що завдяки доходу підприємство компенсує витрати, пов'язані з виробництвом продукції, виконанням робіт або наданням послуг [3].

Доходи не визнаються у разі обміну активами, подібними за призначенням і справедливою вартістю, оскільки такі операції не створюють економічної вигоди. Основним джерелом інформації про доходи слугують фінансові звіти — Звіт про фінансові результати (НП(С)БО 1) або Звіт про прибутки та збитки й інший сукупний дохід (МСБО 1). Доходи та витрати мають відповідати критеріям визнання, встановленим у відповідних стандартах (рис. 1.2).

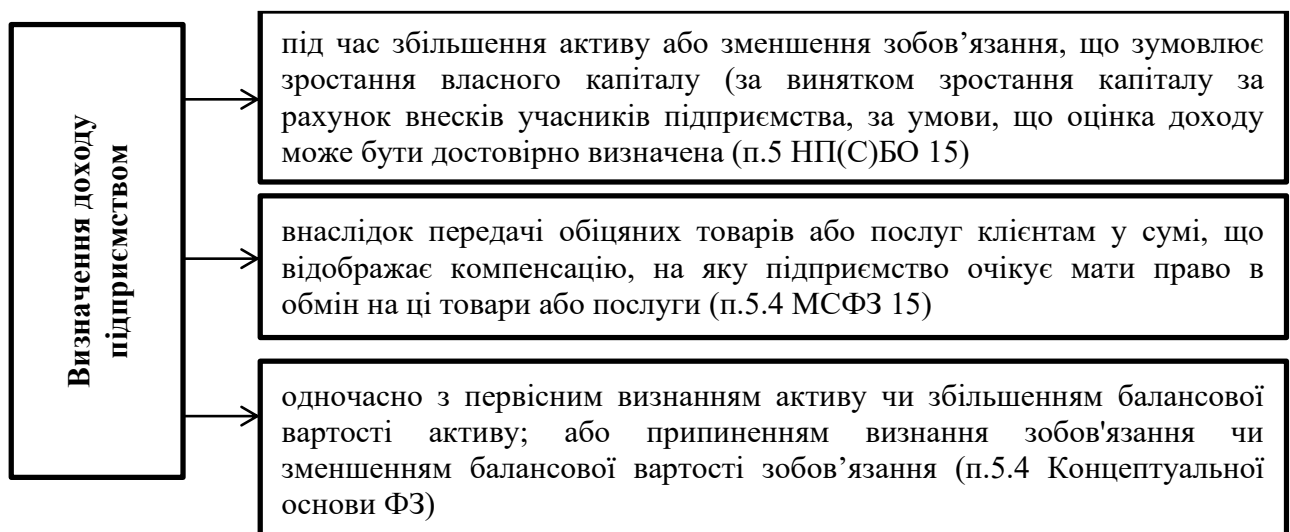


Рисунок 1.2 – Основні критерії визнання доходів на підприємстві [25; 26]

Вимоги щодо визнання доходу, визначені НП(С)БО 15 «Дохід», застосовуються окремо до кожної господарської операції. Однак у випадках, коли економічна суть операцій вимагає об'єднання кількох дій або, навпаки, поділу однієї операції на частини, критерії необхідно застосовувати саме у такому форматі.

Варто підкреслити, що формування доходів підприємства ґрунтується на двох ключових підходах до визначення їх економічної сутності — витратному та ринковому. На базі цих підходів виникло кілька сучасних теорій, які частково поєднують зазначені концепції. До найпоширеніших серед них належать:

1. Факторна теорія доходу, згідно з якою величина доходу формується як наслідок ефективного використання певних видів ресурсів або факторів виробництва.
2. Компенсаторна (підприємницька) теорія, що трактує дохід як винагороду підприємцю за ведення бізнесу, організацію виробничого процесу та прийняття ризику.
3. Інноваційна теорія доходу, яка визначає додатковий прибуток як результат впровадження нових технологій, методів управління або організаційних рішень, що підвищують продуктивність праці чи ефективність діяльності.
4. Теорія монопольного доходу, за якою підвищений рівень доходу виникає через обмежену конкуренцію або домінування підприємства на окремих ринках.

Варто зазначити, що ці теорії не суперечать одна одній, а навпаки — доповнюють, висвітлюючи різні аспекти складного процесу формування доходів підприємства та механізмів їх появи [2].

Узагальнивши економічні та облікові підходи до визначення категорії «дохід підприємства», можна виділити низку ключових ознак:

- дохід виступає одним із фінансових результатів діяльності суб'єкта господарювання за певний час;
- він відображає надходження економічних вигод у підприємство;
- виручка від реалізації продукції, продажу іншого майна та доходи від позареалізаційних операцій є основними видами економічних вигод, що формують доходи підприємства;
- оцінювання таких вигод здійснюється у грошовому вимірі.

З огляду на необхідність подальшого дослідження, у наступному підрозділі буде здійснено класифікацію доходів підприємства, що дозволить глибше дослідити їх структуру та особливості формування.

1.2 Структура доходів підприємства та їх класифікація

Для результативного управління дохідною базою підприємства необхідним є її науково вивіреним та детально структурований поділ за відповідними критеріями, що забезпечує якісний облік, аналітичне опрацювання, планування та аудит. У науковій літературі — як іноземній, так і українській — наведено різні варіанти класифікації доходів, які здебільшого мають теоретичний характер. При цьому класифікаційними параметрами можуть слугувати ті ознаки, які дають можливість чітко визначити джерела походження доходів, чинники впливу, порядок та момент їх визнання, а також місце їх формування.

Важливо підкреслити, що відповідно до П(С)БО 15 певні надходження не визнаються доходами підприємства, оскільки вони не створюють економічних вигод і не призводять до збільшення власного капіталу [26]. До таких сум належать:

1. суми ПДВ, акцизів, інших обов'язкових платежів, що підлягають перерахуванню до бюджету;
2. кошти, отримані за договорами комісії, агентськими та подібними угодами від імені комітента (доходом виступає лише сума винагороди);
3. попередня оплата продукції чи послуг;
4. аванси, перераховані в рахунок майбутньої оплати;
5. завдатки, що виступають забезпеченням виконання зобов'язань або позики;
6. надходження, які належать іншим особам.

Згідно з вимогами НП(С)БО 15, доходи підприємства поділяють на такі основні групи [26]:

- дохід (виручка) від реалізації продукції, товарів, робіт або послуг;
- чистий дохід від реалізації;
- інші операційні доходи;
- фінансові доходи;
- інші доходи.

На підставі цієї класифікації формується й поділ рахунків бухгалтерського обліку доходів, які об'єднуються у три основні категорії:

1. рахунки операційної діяльності;
2. рахунки фінансової діяльності;
3. рахунки інвестиційної діяльності.

Одним із ключових показників, що характеризують діяльність підприємства, є дохід від реалізації продукції чи майна. Його визнання можливе лише за умови виконання таких критеріїв [26]:

1. передача покупцю основних ризиків і вигод, пов'язаних із правом власності на продукцію;
2. відсутність подальшої участі продавця у процесі управління товаром чи контролю за ним;
3. висока ймовірність отримання економічних вигод;
4. можливість достовірного визначення величини доходу;
5. можливість точного оцінювання майбутніх або наявних надходжень, пов'язаних з операцією.

Включення доходів до облікових реєстрів здійснюється з дотриманням низки принципів:

– принцип нарахування — відображення доходів і витрат у момент їх виникнення, незалежно від руху коштів (наприклад, дохід визнається на дату відвантаження продукції, навіть якщо оплата буде отримана пізніше);

– принцип відповідності — фінансовий результат визначається шляхом порівняння отриманих доходів із витратами, понесеними для їх забезпечення (одночасно з відображенням доходу фіксується собівартість реалізованої продукції та супутні витрати).

Відповідно до статті 135 Податкового кодексу України, доходи підприємства поділяють на дві великі групи: операційні (отримані від основної діяльності) та позареалізаційні. Складність процесів отримання доходів та багатофакторність їх формування зумовлюють необхідність їхнього розподілу за низкою класифікаційних ознак.

У працях багатьох економістів наведено різні класифікаційні підходи, однак для ефективного прийняття управлінських рішень доцільно користуватися узагальненою класифікацією доходів, що наведена на рис. 1.3.

Класифікаційні ознаки		Складові	Д О Х І Д	
Прогнозування і планування	За впливом інфляційного процесу	Номінальний; Реальний.		→
	За ступенем охоплення планом	Плановий; Неплановий		→
	За ступенем узагальнення	Загальний; середній		→
Контроль і регулювання	За центрами відповідальності	Центри доходів; Центри прибутків; Центри інвестицій.		→
Прийняття управлінських рішень	За важливістю для прийняття рішення	Інкрементний; Маржинальний		→
	За ступенем керованості	Релевантний; Нерелевантний		→
	За можливістю вибору	Дійсний; Можливий		→
	За регулярністю отримання	Регулярний; Нерегулярний		→

Рисунок 1.3 – Структура доходів підприємства та основні ознаки їх класифікації

Кожна класифікаційна група доходів має власне економічне підґрунтя та виконує практичну функцію. При цьому окремі критерії класифікації використовуються у фінансовому чи управлінському обліку значно частіше, ніж інші. Незважаючи на це, кожна з них має самостійне значення та не може бути повністю замінена іншою, адже відображає специфічний аспект формування доходів.

Слід зауважити, що класифікація, побудована на бухгалтерському підході, забезпечує коректне відображення доходів відповідно до норм облікових стандартів у фінансовій звітності. Управлінський підхід, у свою чергу, дозволяє структурувати інформацію для прийняття ефективних рішень, пов'язаних з управлінням дохідністю підприємства.

Поділ доходів за характером діяльності має ключове значення для оцінювання результативності роботи підприємства, оскільки чітко визначені джерела надходжень дають змогу глибше зрозуміти економічну природу доходів і розробити оптимальні управлінські дії. Наявність логічно побудованої системи класифікації доходів, що ґрунтується на поєднанні бухгалтерського й управлінського підходів, формує основу сучасної системи управління підприємством та підвищує її ефективність.

Разом із цим, доцільним є аналіз структури доходів залежно від видів діяльності, які можна систематизувати за такими критеріями:

1. Тип економіки, у межах якої здійснюється діяльність: цифрова, інноваційна, економіка знань або традиційна.
2. Сегмент ринку, на якому реалізується продукція, наприклад, ринок інноваційних товарів або традиційної продукції. Такий поділ є важливим, оскільки він дає можливість не лише оцінити дохід за конкретним напрямом, а й відстежити тенденції на відповідному ринку та прогнозувати ризики.
3. Основний вид ресурсу, задіяний у діяльності підприємства. За цим підходом розрізняють фондоемні та трудомісткі види діяльності. Значення цього критерію зростає у зв'язку з підвищенням вартості ресурсів та посиленням конкуренції за доступ до них. Така класифікація дозволяє виявити можливі проблеми у ресурсному забезпеченні в перспективі.
4. Інші види діяльності, що не підпадають під зазначені вище ознаки.

На основі викладеного можна запропонувати ширше трактування поняття доходу у контексті управлінського аналізу, поділивши його на поточний та стратегічний виміри.

- З позиції поточного управління, дохід — це величина економічної вигоди, яка демонструє становище підприємства в існуючих умовах функціонування.
- У стратегічному аспекті дохід постає як фінансово-економічна платформа, яка формує підґрунтя для створення нових довгострокових конкурентних переваг.

У цьому підрозділі було систематизовано доходи за різними класифікаційними ознаками, зокрема: за видами діяльності підприємства, за типом економіки, на ринку реалізації продукції та залежно від ресурсу, що визначає характер діяльності. Застосування сучасних концепцій розуміння доходу дало змогу обґрунтувати актуальність використання аналітичних підходів як у поточному, так і в стратегічному контекстах, що сприятиме прийняттю ефективних управлінських рішень щодо підвищення результативності підприємства.

У наступному підрозділі буде розглянуто методичні інструменти аналізу доходів, що дозволить виконати комплексне оцінювання діяльності лісогосподарських підприємств.

1.3 Фактори, що визначають рівень дохідності підприємства

Величина та динаміка доходу підприємства формуються під впливом широкого кола факторів, які можуть як сприяти його зростанню, так і стримувати розвиток. Усі чинники, що визначають прибутковість, умовно поділяють на зовнішні та внутрішні (рис. 1.4).

До зовнішніх факторів зараховують природні умови, логістичні та транспортні можливості, державне регулювання тарифів і цін, податкове навантаження, встановлені пільги, штрафні санкції, а також рівень конкуренції на ринку. Хоча ці фактори суттєво впливають на фінансові результати підприємства, воно фактично не має можливостей для їхнього прямого регулювання.

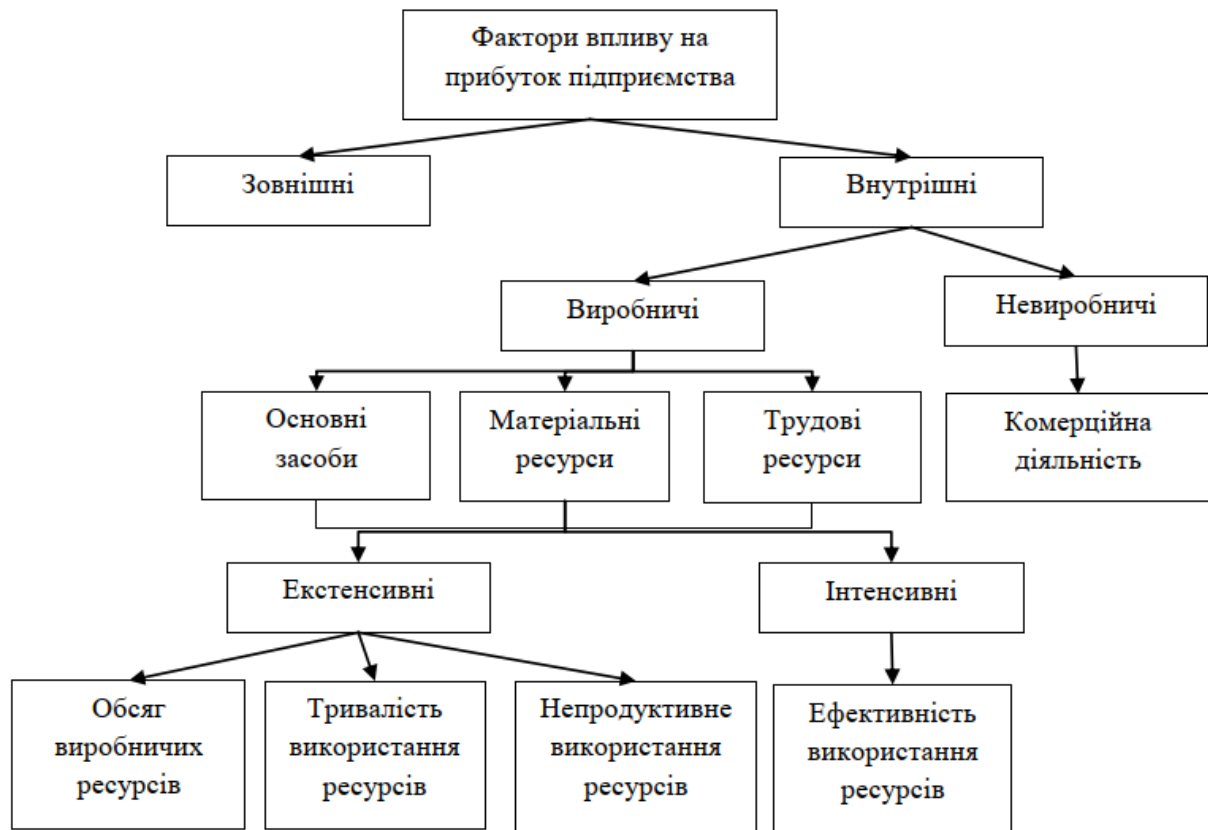


Рисунок 1.4 – Класифікація факторів, що впливають на дохідність підприємства

Внутрішні фактори охоплюють обсяги виробництва й збуту, структуру та собівартість продукції, її якість, а також цінову політику підприємства. Їх поділяють на виробничі та невиробничі. Виробнича група відображає забезпеченість підприємства основними засобами, матеріалами, трудовими та фінансовими ресурсами. За характером впливу виробничі фактори поділяються на екстенсивні та інтенсивні [36].

До екстенсивних відносять кількісні параметри виробництва: обсяг основних фондів, забезпеченість матеріальними ресурсами, масштаб використання обладнання, чисельність персоналу, фонд робочого часу. Ці фактори впливають на прибуток через нарощення обсягів використання ресурсів.

Інтенсивні фактори зумовлені якісним удосконаленням виробництва: підвищенням продуктивності праці й рівня кваліфікації персоналу, впровадженням сучасних технологій, модернізацією обладнання, використанням

нових матеріалів. Саме вони забезпечують збільшення прибутку за рахунок росту ефективності [5].

До невикористаних факторів належать умови праці, рівень соціальної інфраструктури, організація системи збуту, ефективність постачання, а також заходи екологічного характеру та природоохоронна діяльність.

Аналізуючи фактори, що впливають на формування прибутку підприємства, варто зазначити, що саме внутрішні чинники можуть бути найбільш ефективно контрольовані менеджментом. До ключових факторів підвищення прибутковості належать: збільшення обсягів виробництва, зниження собівартості, розширення асортименту, покращення якості продукції, оптимізація використання ресурсів та підвищення продуктивності праці.

Оскільки переважна частка прибутку (до 95–97%) формується за рахунок реалізації продукції, діяльність підприємства має бути зосереджена саме на удосконаленні процесів її виробництва й збуту [36]. Найзначніший вплив серед внутрішніх чинників має зміна обсягів реалізації: чим більше продукції продається (за інших незмінних умов), тим більшим буде прибуток [18].

Важливу роль відіграє і рівень собівартості: між собівартістю та прибутком існує обернена залежність — зниження витрат сприяє збільшенню фінансового результату [5]. Під час аналізу цього показника важливо ідентифікувати фактори його зростання або зменшення, щоб розробити заходи з оптимізації витрат [18].

Ціна продукції також є суттєвим фактором прибутковості. У випадку ринкової конкуренції ціна виступає внутрішнім важелем впливу, проте для окремих видів продукції вона встановлюється державою, що робить її зовнішнім чинником [5]. Ефективна політика ціноутворення особливо важлива в умовах низької маржинальності: інколи підвищення ціни є більш доцільним, ніж просте збільшення обсягів продажу.

Водночас дедалі більшої актуальності набувають системи контролю витрат, які є основою управлінського обліку. Дієве управління витратами дозволяє своєчасно виявляти відхилення, зменшувати непродуктивні витрати та оптимізувати їх структуру.

Дохідність також залежить від асортиментної політики. Зростання частки рентабельної продукції сприяє збільшенню прибутку, тоді як значна кількість низькорентабельних або збиткових товарів знижує фінансовий результат. Важливим фактором конкурентоспроможності є впровадження нових товарів [36].

Ще одним вагомим напрямом є оновлення основних засобів, що дозволяє підвищити ефективність виробництва та скоротити витрати. Водночас суттєве значення має забезпечення високої якості продукції й мінімізація браку, що також підвищує прибутковість.

З огляду на те, що прибуток є ключовим джерелом самофінансування підприємства, модернізації матеріально-технічної бази й залучення інвестицій, важливо забезпечити його стабільне зростання.

В умовах нестабільності української економіки дохідність підприємств суттєво знижується, тому для її підвищення доцільно враховувати такі напрями:

1. розширення обсягів виробництва та продажу;
2. скорочення виробничих і збутових витрат;
3. підвищення продуктивності праці;
4. раціональне використання ресурсного потенціалу;
5. регулярний аналіз витрат та впровадження сучасних систем контролю;
6. підвищення рентабельності та освоєння нових видів продукції;
7. оптимізація цінової політики;
8. ефективне формування довірливих відносин;
9. раціональний розподіл прибутку для максимізації економічного ефекту [28].

Окрему увагу слід приділяти інфляційним процесам, які можуть істотно спотворювати фінансові результати та зменшувати інвестиційну привабливість.

З метою нейтралізації впливу інфляції рекомендується:

- коригувати бухгалтерську звітність відповідно до зміни рівня цін;
- розраховувати реальні фінансові коефіцієнти;
- порівнювати показники до та після коригування [39].

Отже, підвищення прибутковості підприємства потребує комплексного підходу, що враховує взаємозв'язок організаційних, економічних та ринкових чинників. Поєднання ефективного управління виробництвом, витратами, якістю продукції та ринковою політикою створює підґрунтя для зміцнення конкурентних позицій підприємства.

1.4 Методичний інструментарій аналізу дохідності підприємства

Аналіз доходів є складовою частиною економічної стратегії будь-якого підприємства, оскільки він спрямований на формування умов, за яких забезпечується покриття постійних витрат, відшкодування змінних витрат, своєчасна сплата податків і обов'язкових платежів, а також створення прибутку.

Система аналітичної роботи з доходами включає:

- формування інформаційної бази для ухвалення управлінських рішень;
- дослідження структури та обсягів оптимальних доходів, а також чинників, що визначають їх рівень;
- розроблення політики у сфері доходів і добір інструментів для її реалізації;
- підготовку прогнозів за видами діяльності з оцінкою можливості їх реалізації;
- вибір оптимального варіанта плану отримання доходів підприємством.

Основна мета аналізу полягає у визначенні підсумкових результатів роботи підприємства, дослідженні причин змін у динаміці доходів та порівнянні показників з іншими аналогічними підприємствами і конкурентами. Завдання аналізу передбачають:

- оцінювання виконання планових показників, динаміки та структури доходів;
- визначення впливу різних факторів на їх формування;
- виявлення резервів зростання доходів;
- обґрунтування заходів щодо реалізації виявленого потенціалу.

На величину доходів впливають такі основні фактори:

1. Обсяг виробництва та реалізації, що залежить від асортиментної політики, ритмічності випуску продукції тощо.
2. Рівень товарності окремих видів продукції, який визначають як частку реалізованої продукції у загальному обсязі виробництва.
3. Структура реалізації, адже позиції з найбільшою часткою продажу приносять основний дохід підприємству.
4. Цінова політика, що формується під впливом якості продукції, рівня інфляції, податкового навантаження, каналів збуту та ринкової кон'юнктури.
5. Витрати на виробництво, зберігання та реалізацію продукції, які є визначальними для формування кінцевого фінансового результату.

Сучасні умови господарювання потребують упорядкованої стратегії управління доходами, яка забезпечить не лише відшкодування витрат, але й створення прибутку, необхідного для підтримки саморозвитку підприємства.

Методичні підходи до аналізу доходів застосовуються як для оцінки доходів у цілому по підприємству, так і в розрізі окремих джерел їх надходження.

Серед основних методів аналізу можна виокремити:

1. Горизонтальний аналіз

Полягає у порівнянні показників звітного періоду з попередніми періодами, що дає змогу оцінити тенденції.

2. Вертикальний (структурний) аналіз

Використовується для дослідження структури доходів за окремими групами. Його сутність полягає у визначенні питомої ваги кожного виду доходів у загальній сумі та подальшому вивченні їх динаміки.

3. Розрахунок чистого доходу

Реальний дохід підприємства визначають як чистий дохід від реалізації (ЧД):

$$\text{ЧД} = \text{Д} - \text{ПДВ} - \text{АЗ} - \text{ІЗП} - \text{ІВ} \quad (1.1)$$

де: ЧД — чистий дохід від реалізації;

ПДВ — податок на додану вартість;

АЗ — акцизний збір;

ІЗП — інші податки й збори;

ІВ — інші відрахування.

4. Порівняльний аналіз

Передбачає зіставлення показників підприємства з даними галузі, конкурентів, а також із внутрішніми плановими орієнтирами.

5. Аналіз рентабельності

Рентабельність характеризує не лише прибутковість, а й дохідність підприємства, що дозволяє комплексно оцінити його економічний стан.

Рентабельність активів:

$$R_a = \frac{\text{ЧП}}{A} \cdot 100 \quad (1.2)$$

Рентабельність власного капіталу:

$$R_{\text{вк}} = \frac{\text{ЧП}}{\text{ВК}} \cdot 100 \quad (1.3)$$

Рентабельність основних засобів:

$$R_{\text{оз}} = \frac{\text{ЧП}}{\text{ОЗ}} \cdot 100 \quad (1.4)$$

Валова рентабельність реалізованої продукції:

$$R_{\text{в}} = \frac{\text{ВП}}{\text{ЧД}} \cdot 100 \quad (1.5)$$

Рентабельність підприємства:

$$R_{\text{п}} = \frac{\text{ЧП}}{C} \cdot 100 \quad (1.6)$$

Методика аналізу доходів за поточною діяльністю ґрунтується на оцінці доходів від реалізації й інших операційних надходжень. Важливо дослідити причини відхилення фактичних показників від планових і визначити фактори впливу, серед яких:

- а) виробничі чинники;
- б) особливості транспортування чи збуту;
- в) маркетингові дії;

г) фінансові обставини.

Аналіз доходів за інвестиційною діяльністю передбачає вивчення структури, складу та динаміки відповідних надходжень, а також оцінювання взаємозв'язку доходів і витрат у формуванні фінансового результату.

Дослідження доходів за фінансовою діяльністю включає оцінку їх структури та визначення впливу на прибуток за цим видом діяльності.

Коректно сформована методика аналізу доходів дає можливість об'єктивно оцінити ефективність роботи підприємства, підвищити рівень рентабельності та забезпечити умови для беззбиткової діяльності у майбутньому.

Висновки до розділу 1

У першому розділі було досліджено теоретичні та методичні підходи до трактування доходів підприємства, розкрито їхню економічну природу, обґрунтовано ключові підходи до класифікації та описано методичний інструментарій аналізу. На основі опрацювання наукових джерел, нормативних документів і положень міжнародних стандартів було систематизовано теоретичні основи, що забезпечують комплексне розуміння механізмів формування й оцінювання доходів підприємства.

Було проаналізовано еволюцію наукових поглядів щодо сутності доходу та визначено, що він є ключовим фінансовим результатом діяльності підприємства, який відображає надходження економічних вигід у формі збільшення активів або зменшення зобов'язань. Було досліджено підходи національних і міжнародних стандартів до трактування доходу та показано, що МСФЗ більше акцентує увагу на моменті переходу контролю над товаром, тоді як П(С)БО – на зміні власного капіталу. Крім того, було охарактеризовано фундаментальні теорії доходу – факторну, компенсаційну, інноваційну та монопольну, які пояснюють різні механізми його формування.

В даному розділі описано класифікаційні ознаки доходів, узагальнено підходи до їх поділу та сформовано систему класифікації, що має прикладне

значення для обліку, планування та контролю. Було показано, що чітка класифікація сприяє формуванню інформативної бази для прийняття управлінських рішень. Доходи було структуровано за напрямками діяльності, джерелами виникнення, часом визнання та іншими критеріями, що дозволяє виявляти особливості їх економічного змісту.

Було також обґрунтовано, що поряд з бухгалтерськими підходами важливими є аналітичні та управлінські підходи, які враховують тип економіки, ринкові умови та ресурсну базу діяльності. З позиції управління дохід було розглянуто не лише як результат, а й як передумову формування конкурентних переваг у стратегічній перспективі.

У результаті проведеного дослідження виявлено, що прибутковість підприємства формується під впливом широкого спектра зовнішніх і внутрішніх чинників, які визначають можливості зростання або зниження фінансових результатів. Узагальнено, проаналізовано та структуровано ключові фактори, з'ясовано їхній характер впливу та ступінь керованості. Доведено, що саме внутрішні чинники — зокрема обсяги виробництва й реалізації, рівень собівартості, асортиментна політика, якість продукції, продуктивність праці та стан основних засобів — відіграють вирішальну роль у формуванні прибутку, оскільки підприємство має можливість безпосереднього впливу на них. Обґрунтовано, що ефективне управління витратами, ціноутворенням, ресурсним забезпеченням і технологічним оновленням є основою підвищення рентабельності та зміцнення конкурентних позицій підприємства в умовах сучасного ринкового середовища.

Висвітлено методи аналітичного дослідження доходів підприємства, проаналізовано горизонтальний, вертикальний і порівняльний підходи, а також обґрунтовано значення показників рентабельності як індикаторів ефективності діяльності. Також було досліджено особливості аналізу доходів операційної, інвестиційної та фінансової діяльності, що забезпечує комплексне бачення структури та динаміки доходів підприємства.

Було підкреслено, що застосування правильної методики аналізу дозволяє виявити чинники впливу, оцінити ступінь виконання планів, ідентифікувати резерви зростання та сформулювати рекомендації щодо підвищення ефективності господарювання.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ДОХОДІВ ПІДПРИЄМСТВ НА ПРИКЛАДІ ТОЗВ «МЕБУС МАНУФАКТУРА»

2.1 Загальна характеристика меблевої промисловості України та Львівської області

Меблева промисловість України упродовж останнього десятиліття демонструє одну з найвищих динамік розвитку серед переробних галузей. Національні виробники успішно інтегруються у європейські ланцюги постачання та нарощують експортний потенціал завдяки поєднанню вигідного географічного розташування, наявності ресурсної бази, здатності швидко адаптувати виробництво та дії режиму вільної торгівлі з ЄС [27]. Українська меблева продукція стабільно входить до переліку товарів із найбільшим експортним зростанням, а сектор стає важливою складовою економіки регіонів, зокрема західних.

У 2021 році меблевий експорт досягнув рекордних 1 млрд доларів США, що на 23 % перевищило показник попереднього року. Після початку війни обсяг продажів за кордон знизився, проте галузь продемонструвала високу стійкість. У 2022 році меблевий експорт становив 806,6 млн дол. США, а у 2023 році ріс до 904,7 млн дол. США, що свідчить про поступове відновлення виробництва й розширення ринків збуту [27]. Основними споживачами українських меблів залишаються держави Європейського Союзу — Польща (36 % експорту), Німеччина (17 %), Данія, Чехія та Нідерланди [27]. Загалом українські меблі у 2022–2023 роках були експортовані до 99 країн світу, що підкреслює диверсифікацію зовнішньоекономічних зв'язків, незважаючи на воєнні ризики.

Виробнича база галузі залишається доволі потужною: в Україні функціонує понад 3 тисячі підприємств меблевої промисловості, які створюють близько 100 тисяч робочих місць. Деревообробні підприємства щороку виробляють близько 20 млн м³ деревини, що дозволяє забезпечувати потреби меблевиків у плитних

матеріалах, фанері, деревних заготовках та інших компонентах [27]. Протягом 2016–2020 років обсяги виробництва зросли майже вдвічі, що сформувало передумови для розширення експорту.

Війна створила численні виклики для галузі: зруйновані склади та цехи, зупинені виробництва на сході, порушення транспортних маршрутів, дефіцит робочої сили, а також подорожчання сировини. Однак меблеві компанії продемонстрували здатність до швидкої адаптації. Значна кількість виробництв була релокована до центральних та західних регіонів, що, зокрема, сприяло активізації розвитку меблевого кластеру Львівської області. Релокація не лише відновила виробничий процес багатьох підприємств, а й укріпила ресурсний та кадровий потенціал регіону [37].

Львівська область є одним із найпотужніших меблевих центрів України, що формує близько 10 % національного обсягу меблевої продукції (табл.2.1 і рис.2.1). За даними YouControl Market Catalog, у регіоні працює понад тисяча підприємств, пов'язаних із меблевою та деревообробною галузями. Львівщина спеціалізується на виробництві м'яких, кухонних, офісних меблів, шаф-купе, корпусних виробів та меблевих фасадів. У структурі виготовлення 21 % припадає на м'які меблі, близько 13 % — на офісні, приблизно 10 % — на кухонні комплекти, решта — на комплектуючі та інші меблеві вироби [37].

Таблиця 2.1 – Ключові показники розвитку меблевої промисловості України та Львівської області (2020–2023 рр.)

Показник	2020	2021	2022	2023	Джерело
1	2	3	4	5	6
Обсяг експорту меблів з України, млн дол. США	750	1 000	806,6	904,7	[27], [37]
Темп зміни експорту, % до попереднього року	–	+23 %	–19,3 %	+12,2 %	Розраховано за [27]
Кількість країн-імпортерів українських меблів	120	115	99	104	[27], [37]
Частка ЄС у структурі експорту меблів України, %	90	93	92	94	[27]

Продовження табл. 2.1

1	2	3	4	5	6
Основні країни-покупці	Польща, Німеччина	Польща, Німеччина, Данія	Польща, Німеччина, Румунія	Польща, Німеччина, Нідерланди	[1,13,27,37]
Кількість меблевих підприємств в Україні, од.	≈2800	≈3000	≈3050	≈3100	[27]
Зайнятість у галузі, тис. осіб	95	100	96	98	[27]
Обсяг виробництва деревини в Україні, млн м ³	20	20	19	20	[27]
Обсяг експорту меблів зі Львівської області, млн дол. США	140	165	148	160	[37]
Частка Львівщини у національному меблевому експорті, %	18	16,5	18,3	17,7	Розраховано за [1], [37]
Кількість меблевих підприємств у Львівській області, од.	≈950	≈1000	≈1050	≈1100	[37]
Частка МСП у структурі галузі Львівщини, %	92	93	94	95	[37]
Основні види продукції регіону	корпусні меблі	м'які меблі	меблеві фасади	кухонні комплекти	[37]

Наявність розвиненої деревообробної інфраструктури, включно з підприємствами з виробництва МДФ, ДСП, фанери та клеєних плит, забезпечує локальних меблевиків якісною сировиною за конкурентною ціною. Це дає змогу скорочувати логістичні витрати, підвищувати якість продукції та розширювати обсяги виробництва.

Регіон активно інтегрується у європейські ринки. Компанії Львівщини співпрацюють із відомими іноземними рітейлерами, виготовляючи меблі під приватні бренди замовників (private label). Зростає частка індивідуальних

проектів, екологічних товарів та меблів із сертифікованої сировини FSC, що відповідає вимогам ринків ЄС.

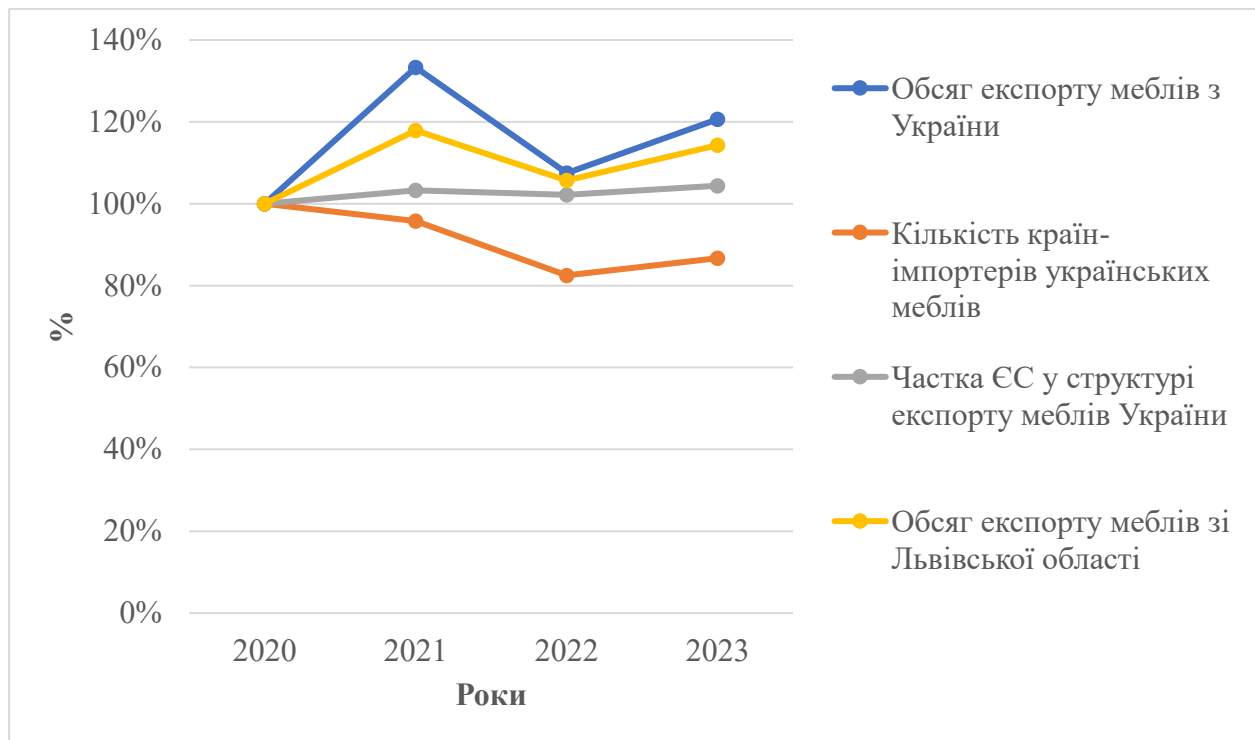


Рисунок 2.1 – Динаміка зміни ключових показників меблевої промисловості України та Львівської області

У 2023–2024 роках спостерігається відновлення темпів виробництва в галузі, зростання експортної активності та підвищення попиту на українську продукцію серед європейських замовників. Водночас релокація підприємств зі східних регіонів продовжує формувати додатковий імпульс для розвитку меблевого сектору Львівської області.

Загалом меблева промисловість Львівщини має значний потенціал подальшого зростання завдяки поєднанню виробничих можливостей, кваліфікованих кадрів, доступності сировини, орієнтації на експорт та позитивного інвестиційного клімату регіону. У цих умовах галузь здатна забезпечити створення нових робочих місць, нарощування валютної виручки та зміцнення загального економічного потенціалу області.

2.2 Загальна характеристика ТзОВ «Мебус Мануфактура» та аналіз його основних техніко-економічних показників

ТзОВ «Мебус Мануфактура» є представником сучасної української меблевої індустрії, що спеціалізується на виготовленні корпусних меблів та індивідуальних інтер'єрних рішень для житлових, адміністративних та комерційних приміщень. Підприємство працює у сегменті повного виробничого циклу: від початкового проєктування до монтажу готових виробів у замовника. Такий формат діяльності дозволяє забезпечувати високу якість продукції та гарантувати відповідність виготовлених меблів функціональним і дизайнерським вимогам клієнта [30].

Історія становлення підприємства бере початок з діяльності невеликої майстерні в м. Буськ Львівської області з виробництва індивідуальних меблів, що поступово трансформувалася у сучасне виробниче підприємство. Розширення асортименту, модернізація обладнання та впровадження цифрових технологій сприяли формуванню конкурентоспроможного виробничого комплексу. Така еволюція характерна для українського меблевого ринку початку 2010-х років, коли поступово зростала орієнтація на вітчизняну продукцію та спостерігалася модернізація виробничої бази багатьох підприємств галузі [1].

На сьогодні виробничі процеси ТзОВ «Мебус Мануфактура» ґрунтуються на застосуванні сучасних технологій: автоматизованого розкрою плитних матеріалів, фрезерування на високоточних верстатах, впровадженні систем 3D-проєктування інтер'єру, що дозволяють реалізовувати вироби складних конфігурацій. Для забезпечення стабільної якості продукції підприємство працює відповідно до норм ДСТУ 2080-92 щодо класифікації меблів та стандартів ЄС, зокрема вимог EN 12521:2018 щодо міцності й надійності меблевих конструкцій [8; 11].

Виробництво здійснюється на основі використання широкої сировинної бази. Підприємство застосовує ЛДСП, МДФ, шпон, елементи з масиву деревини, акрилові та фарбовані фасади, декоративні панелі, фурнітуру українських та міжнародних виробників (Hettich, Blum, GTV тощо). Вибір сировини забезпечує

високу зносостійкість меблів та відповідає сучасним вимогам до ергономіки й екологічності продукції [14].

Асортиментна політика підприємства охоплює широкий спектр меблевих виробів:

- кухонні гарнітури різних конструктивних рішень;
- меблі для спалень, дитячих кімнат, віталень;
- шафи-купе, гардеробні системи та модульні конструкції;
- меблі для офісів та робочих просторів;
- міжкімнатні двері;
- торговельне обладнання та меблі для комерційних приміщень;
- декоровані стінові панелі та авторські інтер'єрні елементи.

Значну частку асортименту становлять вироби, виконані в індивідуальному форматі, що дозволяє підприємству ефективно працювати у сегменті персоналізованих меблів. Такий формат активно розвивається в Україні через підвищення попиту на інтегровані меблеві рішення, оптимізацію простору та актуальні дизайнерські тенденції [29].

Виробничі потужності підприємства забезпечують виконання робіт на різних етапах виготовлення меблів:

- розроблення дизайн-проєкту;
- інженерне моделювання та конструкторська документація;
- розкрій матеріалів на автоматизованих лініях;
- обробка деталей (фрезерування, шліфування, полірування);
- фарбування та нанесення декоративних покриттів;
- збірка готових виробів;
- транспортування та монтаж у приміщенні замовника.

Комплексність виробництва дозволяє підприємству контролювати якість на кожному етапі та мінімізувати залежність від зовнішніх виконавців. Однією з переваг є індивідуальний підхід до клієнтів: створення виробів під конкретні розміри, стилістичні вимоги та умови експлуатації.

Розвиток підприємства відбувається в умовах високої конкуренції та нестабільності меблевого ринку України, зокрема через подорожчання сировини, порушення логістичних ланцюгів та зниження купівельної спроможності населення внаслідок воєнних подій [34]. Незважаючи на це, підприємство зберігає стійкі позиції завдяки модернізації обладнання, оптимізації витрат, ефективній роботі з індивідуальними замовленнями та орієнтації на гнучке виробництво. Використання сучасних методів управління проектами, розширення каналів збуту та розвиток цифрових сервісів (онлайн-консультацій, віртуальних макетів інтер'єру) підсилюють конкурентні переваги підприємства.

Таким чином, ТзОВ «Мебус Мануфактура» є виробничим комплексом із сучасною організацією праці, широким асортиментом меблевих виробів, високим рівнем адаптивності та орієнтацією на індивідуальні потреби споживача. Підприємство поєднує традиційні технології деревообробки з інноваційними підходами, що забезпечує його конкурентоспроможність на українському ринку меблів і створює перспективи для подальшого розвитку.

Для більш глибокого усвідомлення фінансово-економічного стану підприємства доцільно здійснити оцінку ключових результативних показників його діяльності. З цією метою проаналізуємо основні параметри функціонування досліджуваного суб'єкта господарювання, що наведені у табл. 2.2 та на рис. 2.2.

Таблиця 2.2 – Аналіз основних техніко-економічних показників діяльності ТзОВ «Мебус Мануфактура»

Показники	Роки	Абсолютне значення	Абсолютний приріст		Темп росту, %		Темп приросту, %	
			базовий	ланцюговий	базовий	ланцюговий	базовий	ланцюговий
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	2020	17365	-	-	100	100	-	-
	2021	24867	7502	7502	143,20	143,20	43,20	43,20
	2022	27007,9	9642,90	2140,9	155,53	108,61	55,53	8,61
	2023	54063,6	36698,6	27055,7	311,34	200,18	211,34	100,18
	2024	96754,2	79389,2	42690,6	557,18	178,96	457,18	78,96

Продовження табл. 2.2

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	2020	15245	-	-	100,00	100,00	-	-
	2021	19890	4645	4645	130,47	130,47	30,47	30,47
	2022	20954,8	5709,8	1064,8	137,45	105,35	37,45	5,35
	2023	39931,4	24686,4	18976,6	261,93	190,56	161,93	90,56
	2024	76040	60795	36108,6	498,79	190,43	398,79	90,43
Фондовіддача основних засобів, грн/грн	2020	4,73	-	-	100,00	100,00	-	-
	2021	3,07	-1,66	-1,66	64,96	64,96	-35,04	-35,04
	2022	2,88	-1,85	-0,20	60,82	93,63	-39,18	-6,37
	2023	4,29	-0,44	1,42	90,79	149,26	-9,21	49,26
	2024	6,01	1,28	1,71	127,06	139,95	27,06	39,95
Продуктивність праці, тис. грн.	2020	1736,50	-	-	100,00	100,00	-	-
	2021	1776,21	39,71	39,71	102,29	102,29	2,29	2,29
	2022	2250,66	514,16	474,44	129,61	126,71	29,61	26,71
	2023	4158,74	2422,24	1908,08	239,49	184,78	139,49	84,78
	2024	2845,71	1109,21	-1313,03	163,88	68,43	63,88	-31,57
Чистий прибуток (збиток), тис. грн.	2020	684	-	-	100,00	100,00	-	-
	2021	989	305	305	144,59	144,59	44,59	44,59
	2022	1576,4	892,4	587,4	230,47	159,39	130,47	59,39
	2023	3309	2625	1732,6	483,77	209,91	383,77	109,91
	2024	9729,2	9045,2	6420,2	1422,40	294,02	1322,40	194,02

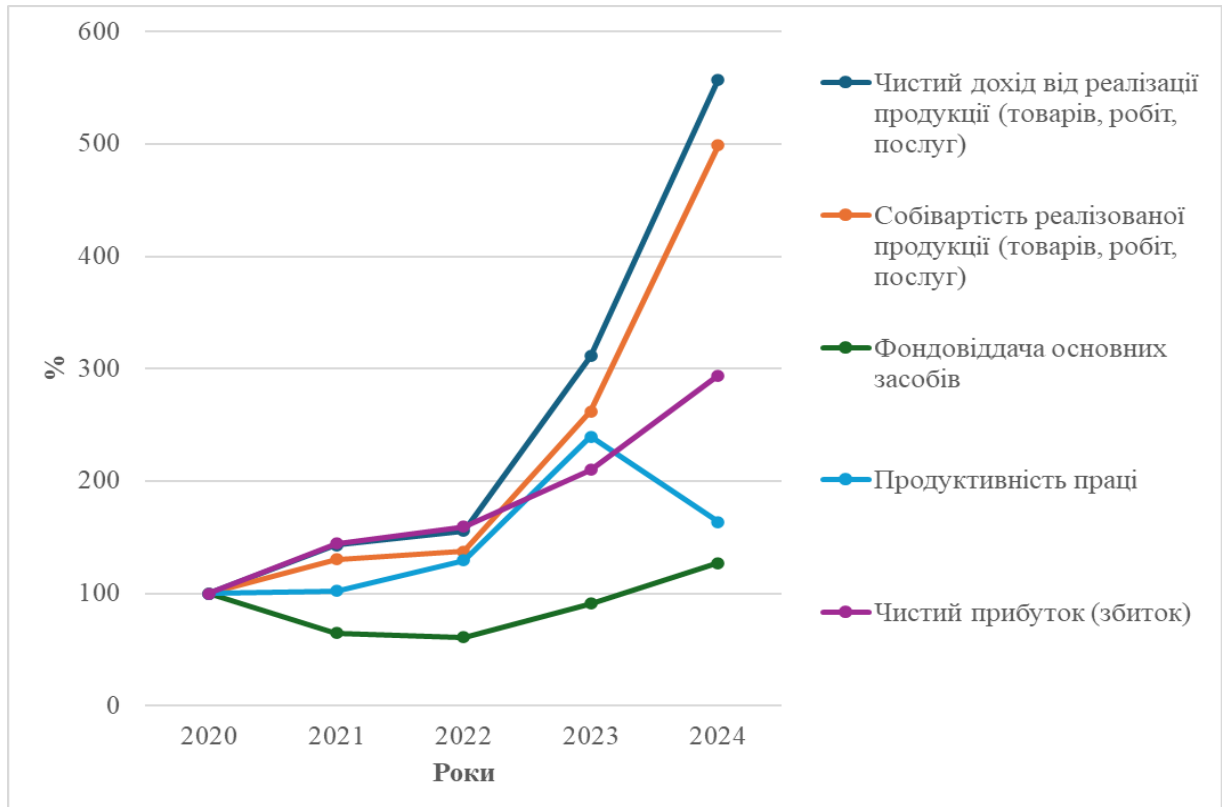


Рисунок 2.2 – Динаміка основних техніко-економічних показників ТЗОВ «Мебус Мануфактура»

Обсяг виручки демонструє стійку тенденцію до зростання протягом усього досліджуваного періоду. За п'ять років чистий дохід зріс із 17,4 млн грн у 2020 році до 96,75 млн грн у 2024-му. Абсолютний приріст від базового року становив понад 79,4 млн грн, що відповідає темпу зростання у 5,57 раза. Найінтенсивніше розширення продажів відбулося у 2023–2024 роках, коли обсяг реалізації збільшився на 42,7 млн грн та 42,69 млн грн відповідно. Після початку повномасштабної війни ринок меблів в Україні частково трансформувалася: значна кількість підприємств, особливо у східних та центральних регіонах, вимушено призупинила діяльність або зазнала руйнувань виробничих потужностей. Це створило вікно можливостей для виробників із західних регіонів, зокрема Львівщини, де розташоване ТзОВ «Мебус Мануфактура». Підприємство змогло швидко наростити частку ринку завдяки безперервності роботи та відсутності критичних втрат інфраструктури. Також суттєвим фактором стало розширення асортименту продукції та впровадження нових ліній меблів, що відповідають зміненим потребам споживачів. Зростання вартості матеріалів та загалом інфляційні процеси призвели до підвищення цін на меблеву продукцію, що також позитивно позначилося на обсягах виручки в номінальному вимірі.

Витрати на виробництво також зростали протягом аналізованого періоду, хоча їх приріст відбувався дещо повільніше порівняно зі збільшенням доходів. Собівартість піднялася з 15,25 млн грн у 2020 році до 76,04 млн грн у 2024-му, що відповідає зростанню у 4,99 раза. Найбільш різкий стрибок витрат зафіксовано у 2023 році, коли абсолютний приріст сягнув майже 18,98 млн грн, а темп зростання до попереднього року — понад 190%. Незважаючи на підвищення вартості матеріальних ресурсів та енергоносіїв, підприємство демонструє позитивний розрив між доходами та собівартістю, що позитивно позначається на фінансовому результаті.

Ефективність використання матеріально-технічної бази протягом перших трьох років знижувалася: показник зменшився з 4,73 грн/грн у 2020 році до 2,88 грн/грн у 2022-му. Це було наслідком оновлення обладнання, зміни

технологічних процесів і зростання вартості активів без пропорційного збільшення обсягів виробництва. Починаючи з 2023 року ситуація суттєво покращилася: фондвіддача піднялася до 4,29 грн/грн, а у 2024 році – до 6,01 грн/грн. Темп росту порівняно з базовим роком склав 127%, що свідчить про зміцнення ефективності використання основних засобів, зростання продуктивності обладнання та успішне впровадження більш раціональної виробничої політики.

Динаміка продуктивності праці виявилася нестабільною. Зростання показника тривало до 2023 року, коли його значення досягло 4158,74 тис. грн, що більш ніж удвічі перевищувало рівень 2020 року. Найбільший приріст зафіксовано у 2023 році, коли продуктивність підвищилася на 1908 тис. грн. Однак у 2024 році спостерігається суттєве зниження — до 2845,71 тис. грн. Падіння майже на 31,6% порівняно з попереднім роком пов'язане зі зростанням чисельності персоналу, активним розширенням асортименту і залученням нових працівників, які потребують адаптації. Незважаючи на спад, значення показника залишається вищим, ніж у базовому році, що свідчить про певний потенціал для оптимізації організації праці.

Чистий прибуток демонструє найпотужнішу позитивну динаміку серед усіх аналізованих показників. Чистий прибуток зріс із 684 тис. грн у 2020 році до 9729,2 тис. грн у 2024 році, тобто у 14,2 раза. Темп приросту у базисному вимірі перевищує 1322%, що свідчить про значне підвищення ефективності діяльності. Найпомітніше зростання відбулося у 2023–2024 роках, коли прибуток збільшувався на 1732,6 тис. грн та 6420,2 тис. грн відповідно. Така тенденція підтверджує успішність управлінських рішень, покращення рентабельності продукції та здатність підприємства адаптуватися до змін ринкового середовища.

Узагальнюючи результати аналізу техніко-економічних показників ТзОВ «Мебус Мануфактура», можна відзначити стійку позитивну динаміку розвитку підприємства. Чистий дохід за п'ять років зріс більш ніж у п'ять разів, а чистий прибуток — у понад чотирнадцять разів, що свідчить про суттєве зміцнення фінансової стійкості та конкурентних позицій.

2.3 Аналіз структури та динаміки доходів і витрат ТзОВ «Мебус Мануфактура»

Аналізування доходів та витрат підприємства становить один із ключових етапів оцінювання його прибутковості й загальної результативності функціонування. Важливо, щоб інформація про фінансові надходження та понесені витрати формувалася своєчасно, відкрито та у розрізі їхніх видів, а також містила дані щодо нарахування і перерахування податкових платежів до державного бюджету.

Високий обсяг доходів створює передумови для формування прибутку, але лише за умови, що він перевищує рівень витрат. Дохід відображає приріст активів або ж скорочення зобов'язань підприємства, що призводить до збільшення власного капіталу (крім випадків внесків засновників) [33].

Необхідно враховувати, що доходи підприємства формуються з різних напрямів його діяльності, зокрема операційної, інвестиційної, фінансової та інших сфер [21, с. 90].

З огляду на це доцільним є проведення вертикального (структурного) аналізу доходів ТзОВ «Мебус Мануфактура», який подано в табл. 2.3 та на рис. 2.3.

Таблиця 2.3 – Структура доходів ТзОВ «Мебус Мануфактура» за 2020-2024 роки, тис. грн

Показник	2020		2021		2022		2023		2024	
	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Чистий дохід від реалізації продукції	17365	92,7	24867	98,9	27007,9	91,9	54063,6	91,5	96754,2	85,1
Інші операційні доходи	1358	7,3	281,8	1,1	2352	8,0	4986,4	8,4	15684,4	13,8
Інші доходи	0	0	0	0	33,6	0,1	58,6	0,1	1233	1,1
Всього	18724	100	25149,1	100	29393,5	100	59108,6	100	113671,6	100

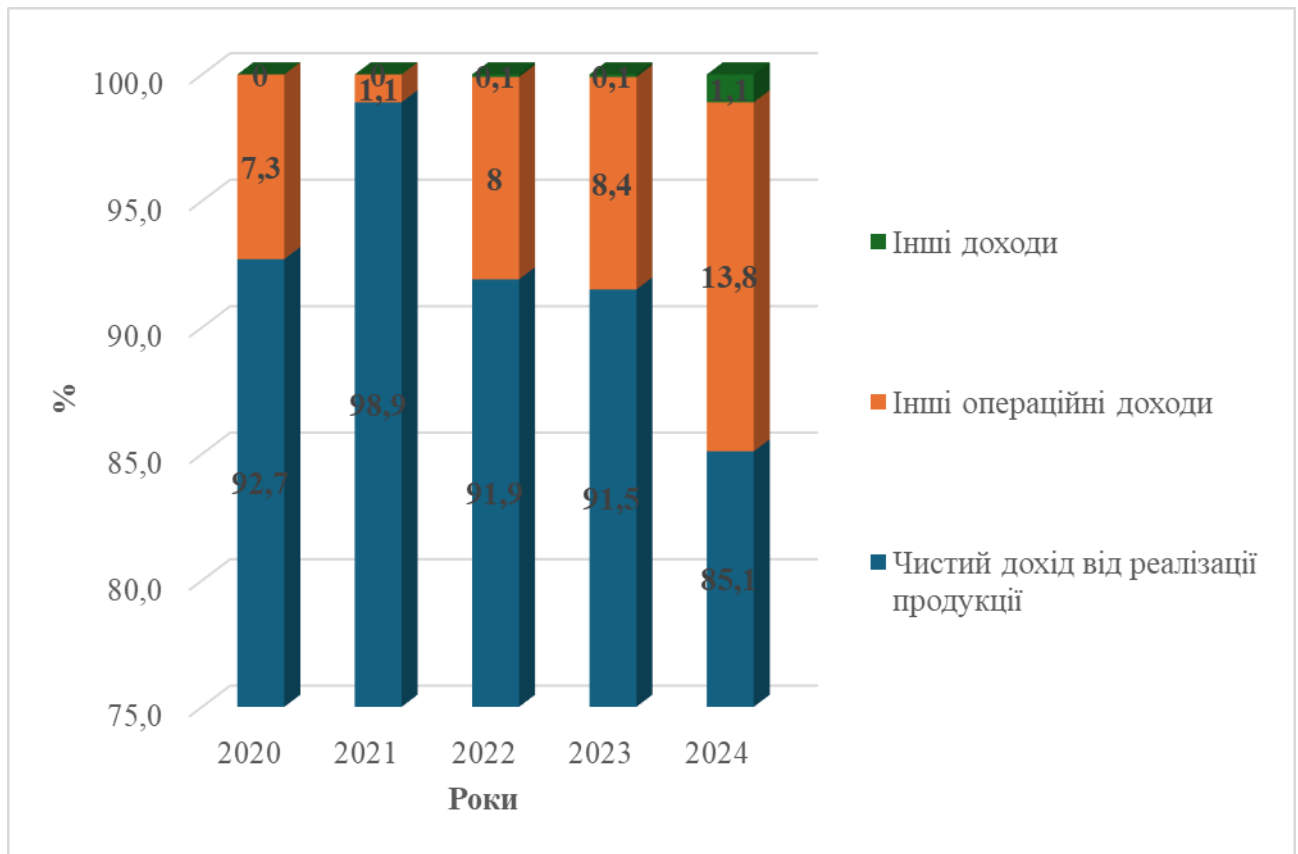


Рисунок 2.3 – Структура доходів ТзОВ «Мебус Мануфактура»

У 2020–2024 роках структура доходів ТзОВ «Мебус Мануфактура» зазнала помітних змін, що відображає як внутрішні трансформації підприємства, так і вплив зовнішнього середовища на меблеву індустрію. Основу фінансових надходжень у всі роки становив чистий дохід від реалізації виготовлених меблів та супутньої продукції. Для підприємств даної галузі це є закономірним, оскільки виручка від продажу готових виробів є головним джерелом грошових потоків. У 2020 р. частка такого доходу становила 92,7%, що свідчило про класичну модель роботи меблевого виробника, орієнтовану переважно на продаж фізичних товарів.

У 2021 році залежність від реалізації ще більше посилилася — 98,9% загального обсягу доходів. Це говорить про активне завантаження виробничих потужностей, стабільний попит на продукцію та майже повну відсутність альтернативних джерел надходжень. Для меблевої галузі таке явище характерне

у періоди економічної стабільності, коли підприємство концентрується на виконанні замовлень та розширенні асортименту.

Починаючи з 2022 року, структура доходів зазнає певних змін: частка чистої реалізації знижується до 91,9%. Це співпадає з періодом повномасштабної війни, коли меблеві підприємства були змушені адаптуватися до нових умов. Збільшення частки інших операційних доходів пов'язане з тим, що виробники меблів почали активніше використовувати невиробничі активи, реалізовувати залишки матеріалів, здійснювати дрібні супутні послуги (наприклад, ремонт чи модернізацію меблів), а також оптимізували внутрішні процеси.

У 2023–2024 роках тенденція стає ще помітнішою: частка основної реалізації зменшується до 91,5% та 85,1% відповідно. Таке скорочення не є ознакою погіршення діяльності, адже чистий дохід у абсолютних величинах зріс більш ніж у п'ять разів за період аналізу. Зміни структури пояснюються тим, що меблеві компанії, включно з ТзОВ «Мебус Мануфактура», почали впроваджувати додаткові сервіси: виготовлення меблів за індивідуальними параметрами, дизайнерські послуги, транспортно-складське обслуговування, модернізація старих комплектів. Багато підприємств також активізували зовнішньоекономічну діяльність, виходячи на європейські ринки, що сприяло появі нових видів доходів.

Інші операційні доходи демонструють найдинамічніше зростання: з 7,3% (2020 р.) до 13,8% (2024 р.). Для меблевих виробників така тенденція є типовою у період модернізації діяльності, коли підприємство починає ширше використовувати маркетингові інструменти, пропонувати гарантійне та післягарантійне обслуговування, продавати комплектуючі, фурнітуру або давати в оренду обладнання.

Інші доходи, хоч і залишаються мінімальними, з'явилися лише з 2022 року. Вони включають доходи від фінансових операцій, відшкодування збитків, надходження від реалізації непрофільних активів тощо. Це вказує на ефективне використання додаткових можливостей для наповнення бюджету підприємства.

У цілому структура доходів ТзОВ «Мебус Мануфактура» демонструє поступовий перехід від повної залежності від реалізації меблів до більш гнучкої моделі, характерної для сучасних виробничих компаній. Диверсифікація джерел надходжень дозволяє підвищити стійкість підприємства, компенсувати ризики, пов'язані з коливанням попиту, і забезпечити стабільність фінансових результатів навіть у періоди економічної турбулентності.

Витрати виступають одним із ключових елементів, що формують собівартість виготовленої чи реалізованої продукції, виконаних робіт або наданих послуг, а отже — безпосередньо впливають на кінцеві результати діяльності підприємства. З огляду на це логічним наступним кроком є здійснення вертикального (структурного) аналізу витрат досліджуваного підприємства. Такий аналіз проведено з використанням даних табл. 2.4 та графічно відображено на рис. 2.4.

Таблиця 2.4 – Структура витрат ТзОВ «Мебус Мануфактура» за 2020-2024 роки, тис. грн

Показник	2020		2021		2022		2023		2024	
	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	15245	85,2	19890	83,1	20954,8	76,3	39931,4	72,5	76040	74,7
Інші операційні витрати	2644	14,8	4051,7	16,9	6516,3	23,7	15141,8	27,5	25666,9	25,2
Інші витрати	0	0	0	0	0	0	0	0	99,8	0,1
Всього	17889	100	23941,9	100	27471	100	55073,2	100	101806,7	100

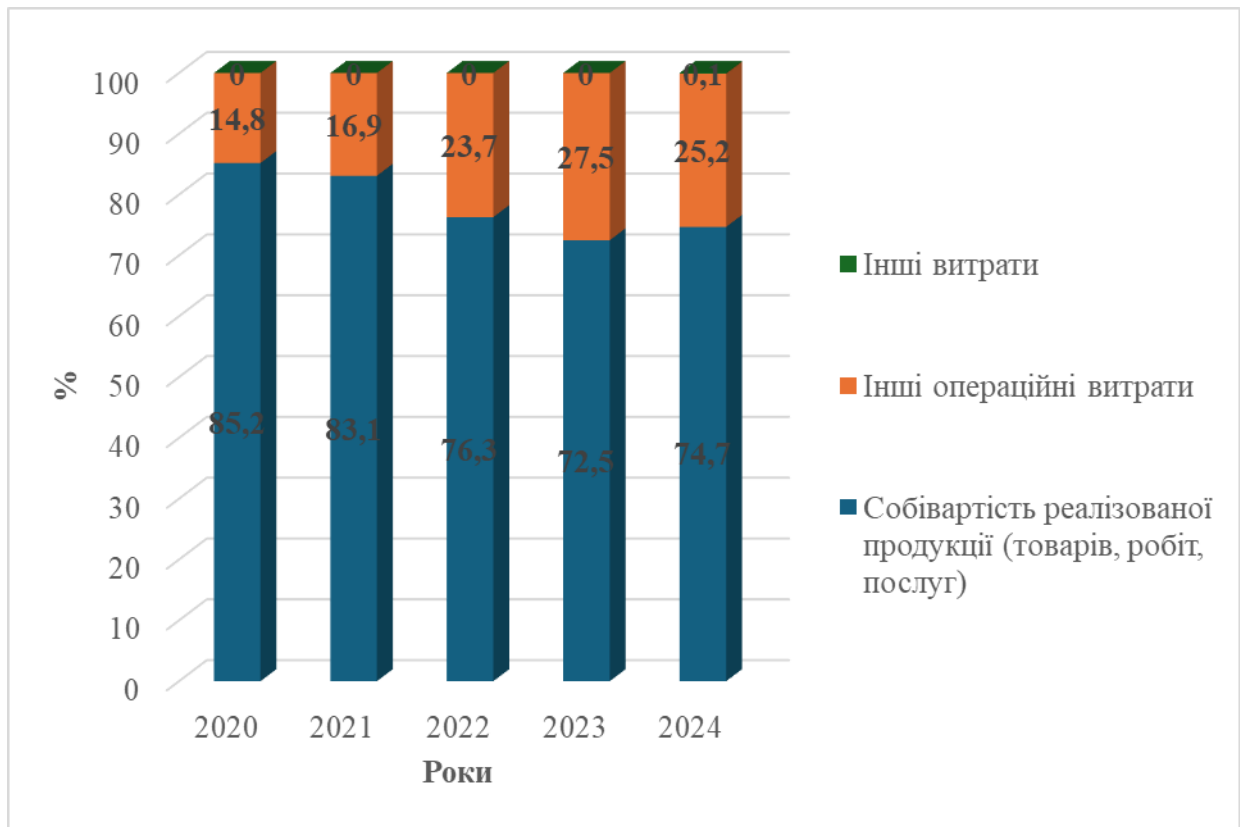


Рисунок 2.4 – Структура витрат ТзОВ «Мебус Мануфактура»

Структура витрат ТзОВ «Мебус Мануфактура» протягом п'яти років демонструє суттєві зміни, які відображають трансформацію виробничої політики, зміну умов постачання та вплив зовнішніх економічних факторів, зокрема війни, зростання вартості сировини та перебудови логістичних маршрутів.

Собівартість реалізованої продукції традиційно формує основний обсяг витрат підприємства. У 2020 році її частка становила 85,2%, що характерно для меблевої галузі, оскільки виготовлення меблів вимагає значних витрат на деревину, плитні матеріали, фурнітуру, оздоблювальні компоненти та енергоресурси. У наступні роки спостерігається поступове зменшення питомої ваги собівартості: 83,1% у 2021 році, 76,3% у 2022 році та 72,5% у 2023 році. Така динаміка свідчить про оптимізацію виробничих процесів, раціональніше використання ресурсів, модернізацію обладнання або зростання ролі інших видів витрат. У 2024 році частка собівартості знову зростає до 74,7%, що пов'язано з

підвищенням цін на деревину, МДФ, ДСП, імпорتنу фурнітуру, а також збільшенням затрат на паливо та електроенергію.

Інші операційні витрати демонструють стійку тенденцію до зростання. Якщо у 2020 році їх частка становила 14,8%, то у 2021 році — 16,9%, у 2022 році — 23,7%, а в 2023 році — вже 27,5%. Збільшення цієї статті витрат є наслідком зростання витрат на логістику, оплату праці адміністративного персоналу, маркетинг, гарантійне обслуговування, сервісну підтримку клієнтів, ремонт обладнання та розширення складських площ. У 2024 році частка інших операційних витрат дещо зменшується до 25,2%, що свідчить про стабілізацію внутрішніх бізнес-процесів або успішне впровадження заходів з контролю витрат.

Інші витрати у 2020–2023 роках були відсутні, що свідчить про відсутність втрат від надзвичайних подій або штрафних санкцій. Лише у 2024 році у структурі витрат з'являється нова стаття, частка якої складає 0,1%. Її поява пов'язана з непередбаченими витратами, наприклад, курсовими різницями, оплатою банківських послуг, списанням матеріалів чи компенсаціями за певними договорами.

У цілому зміни у структурі витрат ТзОВ «Мебус Мануфактура» свідчать про те, що підприємство у період 2020–2024 років працювало в умовах значного підвищення цін на матеріали, зростання транспортних витрат та нестабільності ринку. Проте поступова оптимізація процесів і нарощування обсягів виробництва дозволили утримувати частку основних виробничих витрат у прийнятних межах, а зростання операційних витрат пояснюється активним розвитком підприємства, виходом на нові ринки та необхідністю зміцнення конкурентних позицій.

Варто підкреслити, що ключову частку у формуванні доходів і витрат ТзОВ «Мебус Мануфактура» забезпечує саме операційна діяльність, яка є основою фінансових результатів підприємства. З огляду на це логічним наступним кроком є здійснення прогнозування чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) на майбутні звітні періоди. Для отримання об'єктивних та обґрунтованих результатів пропонується застосувати метод трендового аналізу,

що дозволить визначити очікувану динаміку доходів на 2025 та 2026 роки. Отримані прогностні значення доцільно подати графічно, що буде відображено на рисунку 2.5.

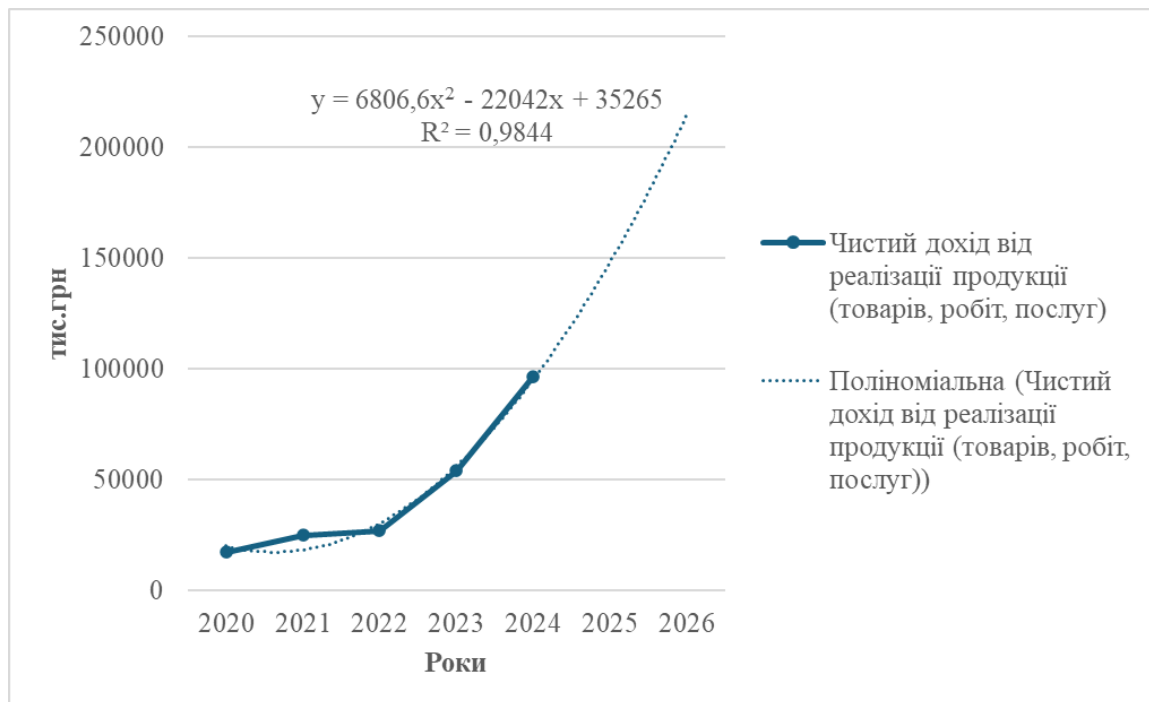


Рисунок 2.5 – Прогнозування чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) ТзОВ «Мебус Мануфактура»

Аналіз отриманих трендових моделей показав, що найточніше відображає зміну досліджуваного показника саме поліноміальний тренд (рис. 2.8). Це підтверджується максимальним значенням коефіцієнта детермінації $R^2 = 0,9844$, що свідчить про високий ступінь відповідності моделі фактичним даним та дозволяє використовувати її для прогностних розрахунків.

Здійснений прогноз чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) на 2025–2026 роки демонструє подальше зростання досліджуваного показника, що можна розцінювати як позитивну тенденцію для фінансово-господарського стану ТзОВ «Мебус Мануфактура». Поступове збільшення обсягів реалізації формує передумови для підвищення конкурентоспроможності та зміцнення позицій підприємства на ринку.

У наступному підрозділі буде проведено аналіз показників рентабельності, адже саме вони найбільш повно характеризують рівень дохідності та ефективності діяльності підприємства.

2.4 Аналіз показників рентабельності ТзОВ «Мебус Мануфактура»

Аналіз рентабельності є ключовим інструментом, що дозволяє оцінити результативність роботи підприємства та визначити його потенційні можливості подальшого розвитку. Значення цих коефіцієнтів відображає співвідношення отриманого економічного ефекту з обсягом ресурсів, які були залучені або використані у процесі діяльності суб'єкта господарювання.

Показники рентабельності виступають індикаторами умов формування прибутку та рівня ефективності використання майна, капіталу та виробничих можливостей підприємства. Саме тому вони мають суттєве значення для проведення порівняльного аналізу та всебічної оцінки дохідності організації.

Для виконання подальших розрахунків та інтерпретації результатів у таблиці 2.5 подано основні вихідні дані, що слугуватимуть базою для аналізу рентабельності підприємства.

Таблиця 2.5 – Вихідні дані для аналізу рентабельності ТзОВ «Мебус Мануфактура», тис. грн

Показники	2020	2021	2022	2023	2024
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	17365	24867	27007,9	54063,6	96754,2
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг).	15245	19890	20954,8	39931,4	76040
Валовий прибуток	2120	4977	6053,1	14132,2	20714,2
Чистий прибуток	684	989	1576,4	3309	9729,2
Власний капітал	15000	15000	20000	20000	20000
Середньорічна вартість основних засобів	3673	8097	9392	12596	16107
Вартість активів	12796	19550	25019,9	49124,5	65140,1

Отримані значення коефіцієнтів рентабельності підприємства подано в таблиці 2.6 та на рисунку 2.6.

Таблиця 2.6 – Показники рентабельності ТзОВ «Мебус Мануфактура»,%

Показники	2020	2021	2022	2023	2024
Рентабельність активів	5,35	5,06	6,30	6,74	14,94
Рентабельність власного капіталу	4,56	6,59	7,88	16,55	48,65
Рентабельність основних засобів	18,62	12,21	16,78	26,27	60,40
Валова рентабельність реалізованої продукції	12,21	20,01	22,41	26,14	21,41
Рентабельність підприємства	4,49	4,97	7,52	8,29	12,79

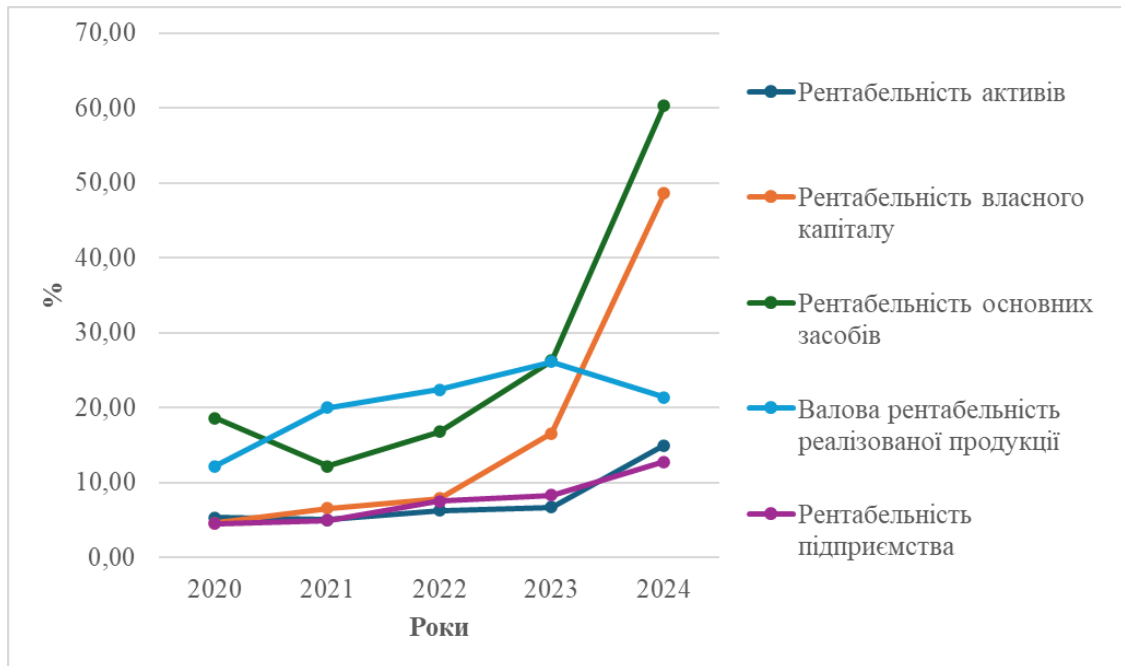


Рисунок 2.6 – Показники рентабельності ТзОВ «Мебус Мануфактура»

Рентабельність активів зросла із 5,35 % у 2020 р. до 14,94 % у 2024 р., що свідчить про суттєве покращення ефективності використання активів. Найбільший стрибок відбувся у 2024 році, коли рентабельність фактично подвоїлася. Така динаміка є наслідком збільшення чистого прибутку та зростання продуктивності використання матеріальних ресурсів підприємства, зокрема завдяки масштабуванню виробництва та розширенню ринків збуту.

Рентабельність власного капіталу зростає ще стрімкіше: від 4,56 % у 2020 р. до 48,65 % у 2024 р.. Подібний стрибок вказує на високу ефективність управління власним капіталом і зростання прибутку, що значно перевищує темпи зміни капітальної бази. Показник майже потроюється у 2023 році та зростає

втричі у 2024 році. Така тенденція характерна для підприємств, які активно розширюють виробництво та збільшують обсяг реалізації продукції.

Рентабельність основних засобів характеризує ефективність використання виробничих потужностей. Зростання з 18,62 % у 2020 р. до 60,40% у 2024 р. свідчить про значне підвищення продуктивності основних засобів. Досягнення 2024 року пов'язане з модернізацією обладнання, збільшенням обсягів виробництва або скороченням простоїв виробничих ліній. У 2021 році спостерігався спад, однак надалі підприємство успішно наростило ефективність виробничих засобів.

Валова рентабельність реалізованої продукції демонструє коливання: зростання з 12,21 % до 26,14 % у 2023 році та незначне зниження до 21,41 % у 2024 році. Зменшення у 2024 році пов'язане зі зростанням собівартості (подорожчанням деревини, енергоносіїв, логістики), що є типовим для умов війни та ринкової нестабільності. Проте загальна тенденція залишається позитивною, що свідчить про здатність підприємства формувати достатній рівень валового прибутку.

Поступове зростання рентабельності підприємства (чистої рентабельності продажів) з 4,49 % у 2020 р. до 12,79 % у 2024 р. вказує на підвищення прибутковості діяльності. Підприємство змогло покращити свої фінансові результати завдяки збільшенню виручки та контролю витрат. Значний приріст у 2023–2024 рр. зумовлений різким збільшенням чистого прибутку, що узгоджується з динамікою інших показників рентабельності.

Результати аналізу свідчать про суттєве покращення фінансової стійкості та ефективності діяльності ТзОВ «Мебус Мануфактура». Підприємство демонструє: стабільне зростання прибутковості; ефективне використання активів і власного капіталу; розширення виробничого потенціалу; здатність адаптуватися до складних економічних умов, включно з воєнними ризиками.

Такі тенденції створюють підґрунтя для подальшого розвитку підприємства та посилення його конкурентних позицій на ринку меблевої продукції.

У межах проведеного дослідження доцільно простежити зміну зазначених показників рентабельності в динаміці, що подано у таблиці 2.7 та на рисунку 2.7.

Таблиця 2.7 – Динаміка показників рентабельності ТзОВ «Мебус Мануфактура»

Показник	Відхилення (2021/2020)		Відхилення (2022/2020)		Відхилення (2023/2020)		Відхилення (2024/2020)	
	±Δ	%	±Δ	%	±Δ	%	±Δ	%
Рентабельність активів	-0,29	94,64	0,96	117,87	1,39	126,01	9,59	279,41
Рентабельність власного капіталу	2,03	144,59	3,32	172,85	11,99	362,83	44,09	1066,8
Рентабельність основних засобів	-6,41	65,59	-1,84	90,13	7,65	141,07	41,78	324,36
Валова рентабельність реалізованої продукції	7,81	163,94	10,20	183,58	13,93	214,11	9,20	175,36
Рентабельність підприємства	0,49	110,82	3,04	167,67	3,80	184,69	8,31	285,17

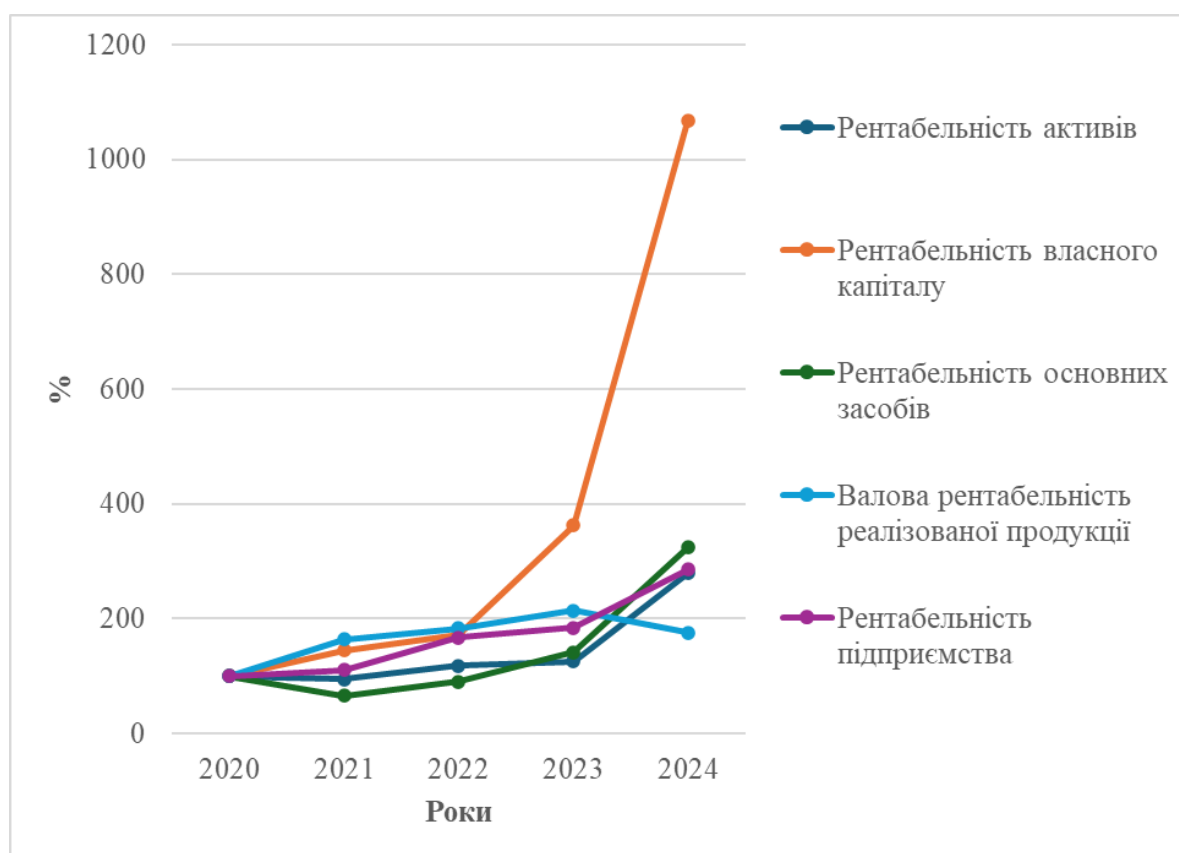


Рисунок 2.7 – Динаміка показників рентабельності ТзОВ «Мебус Мануфактура»

Рентабельність активів у 2021 році знизилася на 5,36 % у порівнянні з базою, що свідчить про тимчасове погіршення ефективності використання майна. У 2022–2023 роках спостерігається стабілізація та нарощення результативності (темпи приросту становили 17,87 % та 26,01 % відповідно). Найбільш різкий стрибок зафіксовано у 2024 році — зростання на 179,41 %, що демонструє значне покращення здатності активів генерувати прибуток, завдяки збільшенню обсягів виробництва та реалізації.

Рентабельність власного капіталу характеризується найдинамічнішим зростанням серед усіх показників. У 2021 році рівень був вищим за базовий на 44,59 %, у 2022 році — на 72,85 %, у 2023 році — на 262,83 %, а у 2024 році приріст досяг надзвичайно високого значення — 966,8 %. Така тенденція свідчить про суттєве підсилення прибутковості вкладеного капіталу, що пов'язано з розширенням ринків збуту та зростанням чистого прибутку підприємства.

Рентабельність основних засобів у 2021 році впала на 34,41 %, а у 2022 році зниження становило 9,87 %, що є наслідком недозавантаження виробничих потужностей у період адаптації до нових умов господарювання. Однак уже з 2023 року показник починає рости (приріст 41,07 %), а у 2024 році демонструє суттєве підвищення — на 224,36 %, що підтверджує ефективніше використання устаткування та активізацію виробництва.

Валова рентабельність реалізованої продукції упродовж 2021–2023 років мала позитивну динаміку (приріст від 63,94 % до 114,11 %), що означає зростання маржинальності виробництва та покращення цінової політики. Однак у 2024 році темпи приросту дещо знизилися до 75,36 %, що пов'язано з подорожчанням ресурсів та посиленням конкуренції.

Рентабельність підприємства загалом демонструє позитивну тенденцію. У 2021 році приріст становив 10,82 %, у 2022 році — 67,67 %, у 2023 році — 84,69 %, а у 2024 році він підвищився до 185,17 %. Це свідчить про стале покращення фінансових результатів, оптимізацію витрат та зростання чистого прибутку підприємства.

Проаналізована динаміка свідчить про те, що, незважаючи на складну економічну ситуацію в країні, ТзОВ «Мебус Мануфактура» демонструє значне зміцнення фінансової стійкості та прибутковості. Найпомітніше зростання характерне для показників, пов'язаних з капіталом та основними засобами, що вказує на ефективне управління ресурсами та адаптацію до ринкових умов. Підприємство зуміло не лише компенсувати кризові впливи перших років війни, а й суттєво наростити результативність своєї діяльності.

Висновки до розділу 2

У межах розділу 2 було здійснено комплексний аналіз розвитку меблевої промисловості України та Львівської області, а також детальну оцінку фінансово-економічних результатів діяльності ТзОВ «Мебус Мануфактура». Проведене дослідження дозволило встановити ключові тенденції, особливості функціонування підприємства та визначити фактори, що формують його дохідність і рентабельність.

Передусім було виявлено, що меблева промисловість України, незважаючи на суттєві виклики, зумовлені воєнними діями, демонструє високий рівень адаптивності. Галузь змогла зберегти експортний потенціал, а у 2023 році навіть наростила обсяги поставок за кордон. Львівський регіон став одним із ключових центрів меблевого виробництва країни завдяки концентрації підприємств, релокації бізнесів зі східних областей та наявності сировинної і кадрової бази. У цьому контексті діяльність ТзОВ «Мебус Мануфактура» органічно вписується у загальнонаціональні тенденції розвитку галузі.

Проведена загальна характеристика підприємства засвідчила, що «Мебус Мануфактура» є сучасним виробничим комплексом, який працює на основі технологій повного циклу.

Аналіз техніко-економічних показників показав істотне покращення ключових параметрів діяльності у 2020–2024 роках. Обсяг чистого доходу від реалізації зріс більш ніж у 5,5 раза — з 17,4 млн грн у 2020 році до 96,75 млн грн

у 2024 році. Така динаміка стала можливою завдяки підвищенню попиту на меблеву продукцію, розширенню ринків збуту, активній роботі підприємства у сегменті індивідуальних проєктів, а також змінам ринкової структури, спричиненим воєнними подіями. Показник чистого прибутку у 2024 році становив 9,73 млн грн, що у 14 разів перевищує рівень 2020 року. Це свідчить про підвищення ефективності управління витратами та збільшення маржинальності продукції.

Структурний аналіз доходів показав, що основним джерелом надходжень залишається операційна діяльність. Частка чистого доходу від реалізації у 2021 році сягала майже 99%, що підкреслює стабільний попит на продукцію. У подальші роки частка реалізації зменшувалася, проте у абсолютному вимірі доходи зростали, що відображає розвиток додаткових сервісів та появу нових операційних надходжень. Зростання частки інших операційних доходів у 2022–2024 роках вказує на диверсифікацію діяльності підприємства та підсилення ролі допоміжних послуг.

Аналіз структури витрат виявив тенденцію до зменшення питомої ваги собівартості продукції у загальному обсязі витрат, що є показником оптимізації виробничих процесів. Водночас зростання інших операційних витрат свідчить про розширення підприємства, збільшення логістичних та адміністративних витрат, а також посилення рекламно-маркетингової активності. Такий розподіл витрат вказує на активну фазу розвитку підприємства та його масштабування.

Прогнозування чистого доходу за допомогою поліноміального тренду показало високу ймовірність подальшого зростання обсягів реалізації у 2025–2026 роках. Коефіцієнт детермінації $R^2 = 0,9844$ підтвердив якість вибраної моделі. Отже, фінансові результати підприємства мають потенціал до подальшого покращення за умови збереження поточної динаміки.

Аналіз рентабельності засвідчив суттєве зростання ефективності діяльності підприємства. Найбільш динамічно збільшувалася рентабельність власного капіталу, яка у 2024 році становила 48,65%, що у понад десять разів вище порівняно з 2020 роком. Рентабельність активів та основних засобів також

демонструє позитивні тенденції, відображаючи покращення продуктивності використання ресурсів та збільшення виробничих потужностей. Валова рентабельність продукції зросла до 26,14% у 2023 році, засвідчивши здатність підприємства формувати достатній рівень маржі навіть в умовах зростання собівартості.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ДОХОДІВ ПІДПРИЄМСТВ НА ПРИКЛАДІ ТЗОВ «МЕБУС МАНУФАКТУРА»

3.1 Оптимізація процесу формування та управління доходами

Проведене дослідження функціонування ТзОВ «Мебус Мануфактура» засвідчило, що формування доходів у компанії загалом відповідає положенням чинного законодавства. Водночас аналіз дав змогу виявити окремі недоліки у процесі визнання доходів від ключових видів діяльності, що потребують подальшого удосконалення.

На підприємстві доцільно впроваджувати підходи, що успішно застосовуються у міжнародній практиці у випадках, коли складно точно визначити суму доходу або існує невпевненість щодо своєчасного отримання оплати за реалізовану продукцію (табл. 3.1). Використання таких методів під час продажу продукції ТзОВ «Мебус Мануфактура» сприятиме мінімізації ризиків, пов'язаних із переходом права власності, а також забезпечить більш точне й своєчасне відображення доходів від основної діяльності у фінансово-економічній звітності підприємства.

Таблиця 3.1 – Методи відображення доходу в умовах ризику неоплати продукції

Методи	Порядок визнання доходу	Сутнісна характеристика методу
1	2	3
Продаж із відтермінуванням платежу	Доходом вважається сума коштів, що фактично надійшла від покупця у період отримання оплати, а не в момент передачі продукції.	Після передачі товару його повна вартість списується з балансу та формується дебіторська заборгованість. Одночасно відображається умовний (відстрочений) дохід на суму нарахованої націнки. Фінансовий результат фіксується вже тоді, коли підприємство отримує гроші від покупця — дохід дорівнює сумі фактичного платежу, а нарахована раніше націнка коригується пропорційно. Метод застосовується, коли ймовірність своєчасної оплати є невисокою.

Продовження табл. 3.1

1	2	3
Метод відшкодування витрат	Дохід визнається лише після того, як надходження від покупця повністю покривають витрати, понесені підприємством на виробництво і відвантаження продукції.	Принцип методу зводиться до того, що спочатку компенсуються всі витрати підприємства, і лише після цього формується прибуток. Дохід визнається тільки після повного отримання коштів. Якщо платежі здійснено не в повному обсязі, прибуток відображається лише в межах реально отриманих сум. Метод доцільний для угод з високим рівнем фінансового ризику, коли немає впевненості в майбутній оплаті.

Отримання доходів є ключовою передумовою функціонування більшості підприємств, оскільки саме вони формують фінансову базу для розвитку, створення прибутку, покриття поточних витрат та виконання податкових зобов'язань. Факт надходження доходу свідчить про наявний попит на продукцію чи послуги, які реалізує підприємство [40].

Управління в сучасному розумінні трактується як процес забезпечення ефективної діяльності організації відповідно до визначених планів і стратегічних цілей [9, с. 183]. Управління доходами розглядається як інструментарій економічного характеру, що дає змогу визначити оптимальну цінову політику, орієнтовану на максимізацію доходів, з урахуванням реакції споживачів та зміни попиту [15, с. 154].

Ефективна система управління доходами повинна ґрунтуватися на низці важливих принципів: повнота та достовірність відображення інформації, економічна доцільність, зацікавленість власників у зростанні результатів, порівнянність показників, забезпечення фінансової стабільності та оперативність. Крім того, для формування такої системи необхідно враховувати ключові чинники, що впливають на розмір доходу, серед яких: встановлений рівень цін, обсяг реалізованої продукції та вартість використаних ресурсів.

На формування доходів впливають як внутрішні, так і зовнішні фактори. До ендогенних можна віднести організацію фінансово-господарської діяльності, професійність управлінського персоналу, конкурентні характеристики

продукції, рівень заробітної плати, зміни собівартості та систему ціноутворення. До екзогенних відносять ситуацію на ринку ресурсів, конкурентний тиск, бар'єри входу на ринок, податкове навантаження, державну економічну політику, соціально-політичні зміни та інші чинники макrorівня [15, с. 265].

Вплив внутрішніх факторів може коригуватися підприємством, що дозволяє спрямовувати їх на збільшення доходів. Зазначимо, що між доходом та ціною або обсягом реалізації існує пряма залежність, у той час як зв'язок між доходами і витратами є обернено пропорційним. У спрощеному вигляді механізм управління доходами можна подати як певну послідовність етапів (рис. 3.1).



Рисунок 3.1 – Схема процесу управління доходами ТзОВ «Мебус Мануфактура»

Дослідження кожного з етапів управління доходами на підприємстві дає змогу визначити напрями підсилення цієї складової для зростання фінансового результату підприємства.

Одним із перших кроків є аналіз доходів минулих періодів. Для підприємства такий аналіз відіграє роль важливого орієнтира, що дозволяє оцінити попередні тенденції та сформувавши основу для подальшого планування.

Наступним етапом є пошук можливостей для збільшення доходів. На цьому етапі потрібно визначити ключові фактори, що найбільше впливають на результат, та оцінити можливість їх регулювання з боку підприємства.

Після визначення потенційних резервів доходності переходять до формування річного плану доходів, який, у свою чергу, розбивається на кварталні періоди. Такий підхід підвищує рівень контролю за виконанням планових показників та дозволяє оперативно реагувати на відхилення, вживаючи необхідні коригуючі заходи.

Контроль за реалізацією планових завдань щодо формування доходів передбачає порівняння фактично отриманих сум із запланованими показниками. Для посилення дохідності підприємства можуть застосовуватися різні підходи, зокрема:

- тарифний метод, який передбачає пропозицію одного й того ж виду продукції різним групам споживачів за диференційованими цінами;
- групове квотування, що базується на встановленні максимально допустимого обсягу продажу або послуг за фіксованою ціною;
- метод групової оптимізації доходів, сутність якого полягає у визначенні такого рівня доходів, що забезпечить стабільну роботу підприємства та збалансованість відповідних груп показників.

На фінальному етапі системи управління доходами структурні підрозділи підприємства формують звітність щодо фактичних надходжень, здійснюють порівняння реальних результатів із плановими орієнтирами та подають узагальнену інформацію керівництву. Після цього цикл управління доходами повторюється.

Доходи операційної діяльності формуються під впливом двох ключових параметрів: обсягу реалізації продукції та її собівартості. Рівень доходів залежить від кількості проданої продукції і встановленої ціни, тому важливо проаналізувати структуру витрат, що включаються до собівартості. Зменшення витрат і підвищення рентабельності можливе за умови раціонального використання ресурсів на кожному етапі виробництва. Економія проявляється у скороченні матеріальних витрат на одиницю продукції, зменшенні адміністративних і непродуктивних витрат, а також оптимізації процесів обслуговування. Додатковим резервом є впровадження сучасних технологій та новітнього обладнання, що сприяє зменшенню собівартості продукції та зростанню доходів.

У підсумку запропонований механізм управління доходами, що охоплює всі зазначені етапи, створює передумови для ефективного контролю над формуванням та надходженням доходів від основної діяльності підприємства. Реалізація цього підходу забезпечить покращення фінансових результатів та зміцнення економічної стійкості ТЗОВ «Мебус Мануфактура».

3.2 Пошук ключових напрямів нарощення доходів підприємства

Стабільний розвиток будь-якого підприємства неможливий без систематичного пошуку дієвих способів підвищення його прибутковості. Для цього важливо своєчасно визначати фактори, що формують фінансовий результат, кількісно оцінювати їхній вплив, знаходити внутрішні резерви зростання, підвищувати рівень рентабельності та розробляти практичні заходи, спрямовані на їх ефективне використання [20].

Досягнення максимально можливого прибутку та зміцнення рентабельності діяльності підприємства можливе лише за умови комплексного підходу до управління фінансовими результатами. Узагальнені напрями, що сприяють зростанню доходів та можуть бути використані в діяльності підприємства, систематизовані у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2 – Основні напрями підвищення доходів підприємства

Напрямок	Суть	Умови реалізації	Практичне застосування
1	2	3	4
Збільшення обсягів випуску та продажу продукції	Розширення виробництва та асортименту з урахуванням попиту та можливості виходу на нові ринки.	Наявність ресурсів, виробничих потужностей, кваліфікованих кадрів та стабільних каналів збуту.	Підвищення масштабу виробництва, освоєння додаткових ринків, оновлення технологій, покращення логістики.
Зниження витрат на виробництво та реалізацію продукції	Скорочення витрат на основні процеси для зменшення собівартості та підвищення рентабельності.	Раціональне використання ресурсів, контроль витрат, енергоощадні технології, оптимізація виробничих процесів.	Перегляд норм матеріальних витрат, мінімізація витрат, удосконалення складських і транспортних процесів.
Удосконалення економічно обґрунтованих норм	Коригування нормативів витрат та виробничих процесів згідно з реальними потребами підприємства.	Актуалізація технічних документів, перегляд технологічних карт, аналіз фактичних витрат ресурсів.	Розроблення оновлених норм витрат, оптимізація рецептур та матеріальних норм, уточнення виробничих стандартів.
Оптимізація цінової політики	Формування ефективної системи ціноутворення з урахуванням попиту, конкуренції та купівельної спроможності.	Аналіз ринку, розрахунок еластичності попиту, вивчення конкурентного середовища та витрат.	Впровадження гнучких тарифів, систем знижок, програм лояльності, розробка цінових стратегій для різних сегментів.
Використання досягнень науково-технічного прогресу	Підвищення ефективності діяльності шляхом модернізації виробництва та автоматизації.	Інвестиції в обладнання, доступ до інновацій, навчання персоналу.	Упровадження автоматизованих систем, цифровізація процесів, модернізація обладнання.
Підвищення якості продукції	Поліпшення споживчих властивостей продукції з метою збільшення попиту і конкурентоспроможності.	Впровадження систем контролю якості, аналіз дефектів, оновлення технологій виробництва.	Контроль якості на всіх етапах виробництва, застосування сертифікованих матеріалів, підготовка персоналу.

Продовження табл. 3.2

1	2	3	4
Зростання продуктивності праці	Раціональне використання трудових ресурсів для збільшення результативності виробництва.	Оптимізація організації праці, використання сучасних інструментів та технологій, мотивація працівників.	Удосконалення режимів роботи, підвищення кваліфікації персоналу, оптимізація робочих місць.
Удосконалення маркетингової політики	Активне просування продукції, формування позитивного іміджу та зміцнення позицій на ринку.	Дослідження ринку, сегментація аудиторії, управління брендом, аналіз конкурентів.	Розробка рекламних кампаній, цифровий маркетинг, участь у виставках, розвиток системи продажу.

Таким чином, можна стверджувати, що для нарощення обсягів доходів підприємству необхідно глибоко проаналізувати власні внутрішні можливості, насамперед — оцінити резерви скорочення собівартості продукції та підвищення ефективності використання ресурсів. Не менш важливо зосередитися на взаємодії з ринковим середовищем: вивчити попит, визначити цільового споживача та сформувати оптимальну цінову стратегію, яка враховуватиме поточні ринкові умови та конкурентний тиск.

Окрім цього, підвищення прибутковості підприємства можливе за рахунок реалізації низки ключових заходів.

Першим і одним із найважливіших напрямів є планування. Грамотно складений план формування прибутку дозволяє правильно визначити майбутні податкові платежі, обсяг фінансових ресурсів, які залишаються у розпорядженні підприємства, а також забезпечити фінансову базу для подальшого розвитку, інвестиційних проєктів, оновлення виробництва та стимулювання працівників.

Другим важливим фактором є якість продукції чи послуг, адже розмір прибутку безпосередньо залежить від того, наскільки високим є попит на пропоновані товари. Висока якість дозволяє підприємству зайняти стійку позицію на ринку та підвищувати рівень рентабельності.

Третій напрям — виявлення резервів зростання прибутку, що передбачає систематичний пошук невикористаних можливостей для покращення фінансових результатів.

Четвертим фактором виступає ділова репутація компанії. Надійність у взаєморозрахунках, своєчасне виконання зобов'язань, висока оцінка з боку партнерів та фінансових установ здатні істотно підвищити рентабельність підприємства та забезпечити сталі переваги.

Для більш ефективної фінансово-господарської діяльності необхідно мати чіткий перелік заходів, спрямованих на збільшення прибутку. Найпоширеніші з них включають:

- розширення масштабів виробництва;
- підвищення споживчих характеристик товарів;
- реалізацію або здавання в оренду невикористовуваних активів;
- зменшення собівартості продукції за рахунок раціонального використання ресурсів, оптимізації часу та потужностей;
- диверсифікацію виробничої діяльності;
- розширення збутових ринків та активізацію маркетингових інструментів.

Багато запропонованих заходів безпосередньо пов'язані з політикою скорочення витрат і спрямовані на підвищення фінансової результативності підприємства.

У ринкових умовах підприємство повинне прагнути не лише до збільшення обсягів прибутку, але й до його ефективного та раціонального використання. Це забезпечує стабільність позицій на ринку та створює умови для динамічного розвитку навіть за високої конкуренції.

Ефективне управління прибутком ґрунтується на виконанні таких ключових завдань [32]:

- максимізація прибутку на основі реального потенціалу підприємства та ринкової ситуації;

- забезпечення балансу між очікуваним прибутком і можливими ризиками;
- формування якісного прибутку;
- підвищення ринкової вартості підприємства та зміцнення конкурентоспроможності;
- підтримання платоспроможності, ліквідності та інвестиційної привабливості компанії.

Досвід інших підприємств свідчить, що оптимальна послідовність заходів підвищення ефективності має виглядати наступним чином:

1. Організаційні заходи — вдосконалення структури управління, оновлення організації виробництва, диверсифікація, реструктуризація.
2. Технічні заходи — модернізація обладнання, застосування нових технологій, покращення технічних характеристик продукції.
3. Економічні та мотиваційні інструменти — удосконалення системи оплати праці, скорочення обороту оборотних коштів, підвищення зацікавленості персоналу в кінцевому результаті.

Саме така послідовність дій забезпечує відчутний ефект. Якщо впроваджувати зміни хаотично або безсистемно, позитивна динаміка може виявитися незначною або повністю відсутньою.

3.3 Розробка заходів щодо підвищення доходів діяльності ТзОВ «Мебус Мануфактура»

Захід 1. Виробництво нового асортименту як напрям підвищення доходів

З огляду на потенціал розширення виробничих можливостей ТзОВ «Мебус Мануфактура» доцільним кроком може стати запуск нового продуктового напрямку — виготовлення безкаркасних меблів. Така диверсифікація продукції сприятиме зміцненню позицій підприємства на ринку та підвищить рівень його гнучкості в умовах конкурентної боротьби.

Хоча безкаркасні меблі давно відомі в індустрії, поєднання сучасних технологій, дизайнерських рішень і підходів до виготовлення, які застосовує підприємство, дозволить створювати унікальні моделі, що вирізнятимуться на фоні продукції інших виробників. Основна ідея полягає у виробництві модульних і простих у використанні виробів як для індивідуальних замовників, так і для роздрібного продажу.

Асортимент безкаркасних меблів включає низку популярних позицій: крісла-мішки, пуфи, модульні дивани, подушки різних форм, гамаки, меблі для дитячих кімнат, а також продукцію для відпочинкових зон та розважальних закладів. Такі меблі легко інтегруються в будь-який інтер'єр завдяки великій різноманітності тканин, кольорів і фактур. Наповнювач у вигляді пінополістирольних кульок забезпечує комфорт, оскільки форма виробу підлаштовується під контури тіла користувача.

Попит на безкаркасні меблі високий серед різних категорій споживачів: від підлітків до людей старшого віку, які прагнуть додати у житловий простір мобільні та сучасні елементи. Найбільш затребуваною позицією на ринку залишаються крісла-мішки, які вирізняються універсальністю та простотою використання.

Проект орієнтується одночасно на B2C і B2B сегменти. До корпоративних клієнтів можна віднести дитячі центри, коворкінги, заклади громадського харчування з лаунж-зонами, літні майданчики. Для індивідуальних покупців визначальними є комфорт, дизайн і можливість індивідуального замовлення. Основними каналами комунікації мають стати соціальні мережі, офіційний сайт, інтернет-реклама та фізичні точки продажу.

Захід 2. Підвищення впізнаваності бренду як чинник зростання ефективності діяльності підприємства

Ще одним важливим стратегічним орієнтиром є розширення впізнаваності бренду. Незважаючи на позитивні результати роботи, рівень популярності торгової марки «Мебус Мануфактура» поки що обмежений. Вплив на це мали об'єктивні чинники, зокрема пандемічні обмеження у 2020 році, що стримали

активну маркетингову діяльність. Тому підприємству необхідно реалізувати комплекс заходів для зміцнення брендової ідентичності.

За підходом Б. Карлофа брендова цінність формується під впливом шести ключових джерел:

1. Досвід користування продукцією. Тривале позитивне враження формує прихильність покупців і сприяє підвищенню вартості бренду.
2. Образ цільового споживача. Позиціонування марки через взаємозв'язок з певною аудиторією забезпечує підвищення престижності.
3. Переконливість і довіра. У сегментах, де важлива безпека або інноваційність, основою лояльності є впевненість у якості виробів.
4. Зовнішній вигляд. Дизайн продукції безпосередньо прагне передати рівень якості.
5. Репутація виробника. Надійність підприємства переноситься на нові продукти, автоматично підвищуючи довіру покупців.
6. Емоційне сприйняття. Бренд стає символом стилю, статусу або певного способу життя.

Дослідження, проведені В. Давнісом, підтверджують, що покупці значною мірою орієнтуються на бренди:

- понад 70 % споживачів бажали б обирати товари за торговою маркою;
- 72 % готові платити на 20 % більше за улюблений бренд;
- майже третина покупок здійснюється за рекомендаціями інших осіб.

В українській практиці процес створення брендів часто зводиться до креативних рішень, тоді як стратегічний підхід — формування позиціонування, місії, довгострокової комунікації — застосовується недостатньо. Тому для підприємства важливо розробити комплексну програму розвитку бренду, охопивши всі його ключові компоненти.

Рекомендації можуть включати:

- взаємодію з соціально важливими проєктами (оформлення відпочинкових зон для медиків, освітніх закладів тощо);

— удосконалення процесу післяпродажного сервісу й індивідуальне привітання лояльних клієнтів;

— акцентування емоційної складової — унікальності дизайну, персоналізації замовлень.

Основою сильного бренду завжди є висока якість продукції. ТзОВ «Мебус Мануфактура» вже займає помітне місце на ринку Львівської області, а подальше розширення присутності серед ширшої аудиторії сприятиме підвищенню результативності діяльності підприємства.

Для впровадження заходу 1 «Виробництво нового асортименту», розрахуємо його вплив на основні показники дохідності ТзОВ «Мебус Мануфактура».

Впровадження нового напрямку діяльності на підприємстві є складним та відповідальним процесом, який потребує ретельної підготовки й планування. Тому першим етапом у реалізації будь-яких змін має стати формування детального календарного плану дій [11]. Узагальнену інформацію щодо етапів упровадження представлено у таблиці 3.3.

Старт запуску будь-якого бізнес-проекту передбачає належне оформлення всієї обов'язкової документації. Зокрема, необхідно подати відповідні заяви для реєстрації виду економічної діяльності. Для виробництва безкаркасних меблів зазвичай обирають код КВЕД 13.92 «Виробництво виробів з текстилю, крім одягу». Однак у ТзОВ «Мебус Мануфактура» вже зареєстрований КВЕД 31.09 «Виробництво інших меблів», який охоплює такий тип продукції, тому додаткові зміни не потрібні. Після цього слід укласти договір оренди виробничого приміщення, оформити закупівлю необхідного обладнання, а також отримати дозволи відповідних контролювальних органів, зокрема пожежної служби та інших інстанцій.

Таблиця 3.3 – Календарний план

Заходи	Тиждень											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Оформлення документів	+	+	+	+								
Пошук приміщення			+	+								
Придбання обладнання				+								
Монтаж робочого простору					+	+	+					
Придбання сировини						+	+					
Найм персоналу								+	+			
Рекламна компанія									+	+	+	
Виробництво										+	+	
Реалізація продукції										+	+	+

Наступним етапом після оформлення документації є підбір відповідного виробничого приміщення. Його площа визначається планованими обсягами випуску продукції та кількістю працівників, задіяних у процесі. Щоб оптимізувати витрати на оренду, доцільно розглядати локації на околицях міста та обирати приміщення без зайвого внутрішнього облаштування, що дозволяє суттєво скоротити витрати на утримання. Для організації близько десяти робочих місць раціонально передбачити площу приблизно 73 м². Узагальнені параметри приміщення наведено у таблиці 3.4.

Таблиця 3.4 – Виробниче приміщення

Тип приміщення	Площа, кв. м
Зона проектування, креслення форм і деталей	20
Швейна майстерня	15
Склад для готової продукції та сировини	20
Майстерня зі збору	10
Роздягальня та зона відпочинку	5
Санвузол	3
Разом	73

Подальшим етапом у впровадженні нового напрямку є придбання необхідного оснащення для організації виробничого процесу. Розгорнутий перелік обладнання разом із його вартістю подано у таблиці 3.5.

Таблиця 3.5 – Обладнання для виробництва продукції

Найменування обладнання	Кількість, шт	Ціна за 1, грн	Ціна разом, грн
Швейна машина Tural GK 1500D-01 (3-х голкова)	6	18 821	112 926
Парогенератор з утюгом Silter 2035	2	5 510	11 020
Розкрійний стіл	4	1 748	6 992
Стіл для пошиття	6	946	5 676
Електричний ніж для заготовок MINERVA RSD-100	2	3 360	6 720
Оверлок Janome 210D	2	6 660	13 320
Пилосос для заповнення чохлів наповнювачем Dnipro-M 30SA	1	3 499	3 499
Ручний інструмент:			
– ножиці	15	351	5 265
– лекала	6	800	4 800
– крейда	80	58	4 640
– лінійки	15	220	3 300
– інше	—	—	5 000
Разом			183 158

Для облаштування допоміжних зон виробничого приміщення необхідно придбати шафи для персоналу, стільці, обідній стіл та інші елементи інтер'єру. Орієнтовна сума витрат на це становить 35 000 грн.

Наступним етапом є формування запасів основної сировини, що включає такі компоненти:

- меблеву тканину;
- екошкіру;
- наповнювач;
- нитки та різну фурнітуру.

Матеріали для виготовлення безкаркасних меблів мають бути міцними, стійкими до стирання та забруднень. Доцільно використовувати тканини типу Оксфорд, яка добре тримає форму, не пропускає вологу та не потребує складного догляду, або Рогожку — приємний на дотик матеріал, який підлягає пранню. В якості наповнювача застосовують пінополістирольні кульки різного діаметру.

Загальні витрати на первинну закупівлю сировини оцінюються у 100 000 грн.

Підбір персоналу також є важливою складовою впровадження нового напрямку діяльності. Оскільки пілотний проєкт реалізується на базі ТзОВ «Мебус Мануфактура», потреби у додатковому адміністративному штаті немає. До основної команди увійдуть менеджер, виробничі працівники та прибиральниця. Дизайн-проєкти можуть виконуватися запрошеним фахівцем або спеціалістом із чинного штату підприємства. Витрати на оплату праці працівників наведено у таблиці 3.6.

Таблиця 3.6 – Витрати на оплату праці працівників

Посада	Кількість осіб	Місячна заробітна плата, грн	Нарахування (22%), грн	Загальні витрати на оплату праці, грн/міс
Менеджер	1	20 000	4 400	24 400
Майстер (виробничий)	4	18 000	3 960	87 840 (21 960 × 4)
Прибиральниця	1	10 000	2 200	12 200
Дизайнер (часткова зайнятість / аутсорс)	1	20 000	4 400	24 400
Разом за місяць:	—	—	—	148 840 грн

Технологічний процес виготовлення безкаркасних меблів включає послідовність із шести основних операцій, короткий опис яких подано в таблиці 3.7.

Таблиця 3.7 – Основні стадії виробництва безкаркасних меблів

№ етапу	Характеристика
1	Розроблення модельного асортименту та підготовка креслень окремих елементів виробів.
2	Створення комплекту лекал для кожної запроєктованої моделі.
3	Проведення розмітки матеріалів (тканини чи екошкіри) відповідно до лекал.
4	Виконання пошивних робіт та підготовка зовнішнього чохла виробу.
5	Перевірка якості готового чохла та заповнення виробу гранулами пінополістиролу.
6	Завершальна підготовка продукції: пакування та передавання на склад або організація відправлення покупцеві.

Як видно з таблиці 3.7, технологія виготовлення продукції є відносно простою та не потребує значних трудових ресурсів, що дозволяє організувати виробництво без суттєвих витрат. Водночас для ефективного просування товарів

ключове значення має грамотно сформована маркетингова стратегія. Окрім визначення цільової аудиторії та вибору рекламних інструментів, важливо забезпечити широкий асортимент, зручні способи доставки, систему лояльності та гарантійне обслуговування.

Доставлення готової продукції клієнтам може здійснюватися через основні поштові оператори України, які забезпечують швидке переміщення відправлень у межах країни. Термін доставки зазвичай становить від 1 до 3 днів. Станом на 2024–2025 роки середні тарифи такі:

- Укрпошта — орієнтовно 45–180 грн, залежно від ваги та регіону;
- Нова Пошта — приблизно 85–200 грн для стандартних відправлень, великогабаритні посилки оплачуються за підвищеними тарифами;
- Meest — у межах 60–190 грн;
- Безкоштовна доставка може надаватися покупцям за умови придбання двох і більше одиниць продукції.

Підприємство може застосовувати різні способи оплати: онлайн-платежі, післяплата з мінімальною передоплатою або повна оплата карткою на сайті. Такий підхід робить процес купівлі зручним та доступним для клієнтів із різними вподобаннями.

Гарантійні зобов'язання на меблевій виробі надаються відповідно до чинного законодавства України і становлять 14 днів за умови належного товарного вигляду. Якщо продукція була пошкоджена під час транспортування, покупцеві пропонується обмін або повернення коштів, а витрати на пересилання бере на себе підприємство. У разі коли виріб не підійшов за розміром, кольором чи дизайном, можливий обмін на іншу модель, при цьому витрати на логістику також покриває компанія.

Асортиментний ряд продукції наведено у таблиці 3.8.

Таблиця 3.8 – Асортимент продукції та супутні послуги

Найменування виробу / послуги	Матеріал	Розмір, см	Ціна, грн
1	2	3	4
Крісло-мішок	Оксфорд	110×80	1 490

Продовження табл. 3.8

1	2	3	4
	Рогожка	110×80	1 590
	Екошкіра	110×80	1 690
	Оксфорд	130×90	1 690
	Рогожка	130×90	1 790
	Екошкіра	130×90	1 890
Крісло-груша	Оксфорд	110×70	1 350
	Рогожка	110×70	1 450
	Екошкіра	110×70	1 550
	Оксфорд	130×90	1 550
	Рогожка	130×90	1 650
	Екошкіра	130×90	1 750
Безкаркасний трансформер	Оксфорд	105×75	2 190
Безкаркасний пуф	Оксфорд	40×40×40	590
	Рогожка	40×40×40	650
	Екошкіра	40×40×40	720
Безкаркасний диван	Оксфорд	185×100	3 590
Крісло-лежак	Оксфорд	70×100	1 650
	Рогожка	70×100	1 750
	Екошкіра	70×100	1 850
Додаткові послуги:			
Поєднання 2-х кольорів тканини	—	—	300
Поєднання 3-х кольорів або більше	—	—	500
Індивідуальний дизайн (розробка моделі)	—	—	500–900 залежно від складності

У наступному етапі дослідження проаналізуємо, як запропоновані заходи впливають на зміну техніко-економічних показників підприємства, що відображено у таблиці 3.9.

Таблиця 3.9 – Аналіз показників доходів та витрат з урахуванням запропонованих заходів ТЗОВ «Мебус Мануфактура»

Показник	Звітний рік (2024)	Плановий рік	Відхилення, абсолютне	Відхилення, відносне, %
1	2	3	4	5
Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн	96 754,20	116 105,04	+19 350,84	+20,00
Собівартість реалізованої продукції, тис. грн	76 040,00	91 248,00	+15 208,00	+20,00
Інші операційні доходи, тис. грн	15 684,40	18 821,28	+3 136,88	+20,00
Інші операційні витрати, тис. грн	25 666,90	28 233,59	+2 566,69	+10,00

Продовження табл. 3.9

1	2	3	4	5
Інші доходи, тис. грн	1 233,00	1 356,30	+123,30	+10,00
Інші витрати, тис. грн	99,80	119,76	+19,96	+20,00
Фінансовий результат до оподаткування, тис. грн	11 864,90	16 680,27	+4 815,37	+40,58
Податок на прибуток (18%), тис. грн	2 135,70	3 002,45	+866,75	+40,58
Чистий прибуток, тис. грн	9 729,20	13 677,82	+3 948,62	+40,58
Рентабельність продажу, %	12,79	17,07	+4,28 в.п.	+33,49

У підсумку впровадження лінії з виробництва безкаркасних меблів забезпечить суттєве нарощення фінансових результатів підприємства. Очікується, що чистий дохід ТзОВ «Мебус мануфактура» зросте майже на 20%, тоді як собівартість реалізованої продукції збільшиться приблизно також на 20%. Податкові відрахування та інші витрати також матимуть тенденцію до підвищення — орієнтовно на 40,58%. У результаті реалізації проекту прогнозується отримання чистого прибутку на рівні 13 677,82 тис. грн у плановому періоді. Варто підкреслити, що запуск нового напрямку діяльності не потребує додаткового найму персоналу, оскільки всі необхідні роботи можуть бути виконані наявним кадровим складом підприємства.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі магістерської роботи досліджено та проаналізовано систему формування й управління доходами ТзОВ «Мебус Мануфактура», а також обґрунтовано практичні напрями підвищення їх рівня. Встановлено, що визнання доходів на підприємстві загалом відповідає чинному законодавству, проте виявлено окремі недоліки в обліку доходів від основної діяльності, що зумовило необхідність удосконалення підходів до їх відображення. Запропоновано використання методів, які застосовуються у світовій практиці в умовах ризику несплати за продукцію (зокрема продаж із відтермінуванням

платежу та метод відшкодування витрат), що дозволить знизити кредитні ризики та підвищити точність відображення фінансових результатів.

Також систематизовано теоретичні засади управління доходами: уточнено сутність управління доходами як елементу загальної системи менеджменту, визначено принципи ефективної системи (повнота і достовірність інформації, своєчасність рішень, економічна доцільність, орієнтація на фінансову стійкість), а також проаналізовано вплив внутрішніх і зовнішніх факторів на формування доходів підприємства. Описано послідовність етапів управління доходами – від аналізу результатів попередніх періодів і пошуку резервів збільшення доходів до планування, контролю виконання планів та коригування управлінських рішень. Обґрунтовано, що зниження собівартості, раціональне використання ресурсів та модернізація виробництва є ключовими передумовами зростання дохідності операційної діяльності.

У межах пошуку шляхів підвищення доходів узагальнено основні напрями їх нарощення: збільшення обсягів виробництва і реалізації, скорочення витрат, оптимізація норм витрат, удосконалення цінової та маркетингової політики, підвищення якості продукції, зростання продуктивності праці, активне використання інновацій та досягнень науково-технічного прогресу. Показано, що ефективне управління прибутком має ґрунтуватися на поєднанні організаційних, технічних і економічно-мотиваційних заходів, а їх упровадження потребує чіткої логічної послідовності.

У практичній частині розділу обґрунтовано доцільність впровадження на ТзОВ «Мебус Мануфактура» нового асортиментного напрямку – виробництва безкаркасних меблів, що розглянуто як інструмент диверсифікації та збільшення доходів. Описано цільові сегменти ринку, канали збуту, необхідні виробничі ресурси, обладнання, сировинну базу, технологічну послідовність виробництва та витрати на оплату праці. Додатково проаналізовано значення підвищення впізнаваності бренду «Мебус Мануфактура» та запропоновано напрями посилення брендової стратегії (робота з репутацією, післяпродажний сервіс, емоційний компонент продукту, комунікація з клієнтами).

Проведені розрахунки показали, що реалізація запропонованого заходу з розширення асортименту дозволить збільшити чистий дохід від реалізації продукції приблизно на 20%, а чистий прибуток — більш як на 40%. Рентабельність продажу у плановому періоді зростає з 12,79% до 17,07%, що свідчить про покращення ефективності використання ресурсів та зростання фінансових результатів. Зроблено висновок, що впровадження розроблених заходів підвищить дохідність діяльності ТзОВ «Мебус Мануфактура», посилить його стійкість та конкурентоспроможність у середньостроковій перспективі.

ВИСНОВКИ

У роботі досліджено теоретичні та методичні підходи до трактування доходів підприємства, розкрито їхню економічну природу, обґрунтовано ключові підходи до класифікації та описано методичний інструментарій аналізу. На основі опрацювання наукових джерел, нормативних документів і положень міжнародних стандартів було систематизовано теоретичні основи, що забезпечують комплексне розуміння механізмів формування й оцінювання доходів підприємства.

Було проаналізовано еволюцію наукових поглядів щодо сутності доходу та визначено, що він є ключовим фінансовим результатом діяльності підприємства, який відображає надходження економічних вигід у формі збільшення активів або зменшення зобов'язань. Було досліджено підходи національних і міжнародних стандартів до трактування доходу та показано, що МСФЗ більше акцентує увагу на моменті переходу контролю над товаром, тоді як П(С)БО – на зміні власного капіталу. Крім того, було охарактеризовано фундаментальні теорії доходу – факторну, компенсаційну, інноваційну та монопольну, які пояснюють різні механізми його формування.

Описано класифікаційні ознаки доходів, узагальнено підходи до їх поділу та сформовано систему класифікації, що має прикладне значення для обліку, планування та контролю. Було показано, що чітка класифікація сприяє формуванню інформативної бази для прийняття управлінських рішень. Доходи було структуровано за напрямками діяльності, джерелами виникнення, часом визнання та іншими критеріями, що дозволяє виявляти особливості їх економічного змісту.

Було також обґрунтовано, що поряд з бухгалтерськими підходами важливими є аналітичні та управлінські підходи, які враховують тип економіки, ринкові умови та ресурсну базу діяльності. З позиції управління дохід було розглянуто не лише як результат, а й як передумову формування конкурентних переваг у стратегічній перспективі.

У результаті проведеного дослідження виявлено, що прибутковість підприємства формується під впливом широкого спектра зовнішніх і внутрішніх чинників, які визначають можливості зростання або зниження фінансових результатів. Узагальнено, проаналізовано та структуровано ключові фактори, з'ясовано їхній характер впливу та ступінь керованості. Доведено, що саме внутрішні чинники — зокрема обсяги виробництва й реалізації, рівень собівартості, асортиментна політика, якість продукції, продуктивність праці та стан основних засобів — відіграють вирішальну роль у формуванні прибутку, оскільки підприємство має можливість безпосереднього впливу на них. Обґрунтовано, що ефективне управління витратами, ціноутворенням, ресурсним забезпеченням і технологічним оновленням є основою підвищення рентабельності та зміцнення конкурентних позицій підприємства в умовах сучасного ринкового середовища.

Висвітлено методи аналітичного дослідження доходів підприємства, проаналізовано горизонтальний, вертикальний і порівняльний підходи, а також обґрунтовано значення показників рентабельності як індикаторів ефективності діяльності. Також було досліджено особливості аналізу доходів операційної, інвестиційної та фінансової діяльності, що забезпечує комплексне бачення структури та динаміки доходів підприємства.

Було підкреслено, що застосування правильної методики аналізу дозволяє виявити чинники впливу, оцінити ступінь виконання планів, ідентифікувати резерви зростання та сформулювати рекомендації щодо підвищення ефективності господарювання.

Здійснено комплексний аналіз розвитку меблевої промисловості України та Львівської області, а також детальну оцінку фінансово-економічних результатів діяльності ТзОВ «Мебус Мануфактура». Проведене дослідження дозволило встановити ключові тенденції, особливості функціонування підприємства та визначити фактори, що формують його дохідність і рентабельність.

Передусім було виявлено, що меблева промисловість України, незважаючи на суттєві виклики, зумовлені воєнними діями, демонструє високий рівень

адаптивності. Галузь змогла зберегти експортний потенціал, а у 2023 році навіть наростила обсяги поставок за кордон. Львівський регіон став одним із ключових центрів меблевого виробництва країни завдяки концентрації підприємств, релокації бізнесів зі східних областей та наявності сировинної і кадрової бази. У цьому контексті діяльність ТзОВ «Мебус Мануфактура» органічно вписується у загальнонаціональні тенденції розвитку галузі.

Проведена загальна характеристика підприємства засвідчила, що «Мебус Мануфактура» є сучасним виробничим комплексом, який працює на основі технологій повного циклу.

Аналіз техніко-економічних показників показав істотне покращення ключових параметрів діяльності у 2020–2024 роках. Обсяг чистого доходу від реалізації зріс більш ніж у 5,5 раза — з 17,4 млн грн у 2020 році до 96,75 млн грн у 2024 році. Така динаміка стала можливою завдяки підвищенню попиту на меблеву продукцію, розширенню ринків збуту, активній роботі підприємства у сегменті індивідуальних проектів, а також змінам ринкової структури, спричиненим воєнними подіями. Показник чистого прибутку у 2024 році становив 9,73 млн грн, що у 14 разів перевищує рівень 2020 року. Це свідчить про підвищення ефективності управління витратами та збільшення маржинальності продукції.

Структурний аналіз доходів показав, що основним джерелом надходжень залишається операційна діяльність. Частка чистого доходу від реалізації у 2021 році сягала майже 99%, що підкреслює стабільний попит на продукцію. У подальші роки частка реалізації зменшувалася, проте у абсолютному вимірі доходи зростали, що відображає розвиток додаткових сервісів та появу нових операційних надходжень. Зростання частки інших операційних доходів у 2022–2024 роках вказує на диверсифікацію діяльності підприємства та підсилення ролі допоміжних послуг.

Аналіз структури витрат виявив тенденцію до зменшення питомої ваги собівартості продукції у загальному обсязі витрат, що є показником оптимізації виробничих процесів. Водночас зростання інших операційних витрат свідчить

про розширення підприємства, збільшення логістичних та адміністративних витрат, а також посилення рекламно-маркетингової активності. Такий розподіл витрат вказує на активну фазу розвитку підприємства та його масштабування.

Прогнозування чистого доходу за допомогою поліноміального тренду показало високу ймовірність подальшого зростання обсягів реалізації у 2025–2026 роках. Коефіцієнт детермінації $R^2 = 0,9844$ підтвердив якість вибраної моделі. Отже, фінансові результати підприємства мають потенціал до подальшого покращення за умови збереження поточної динаміки.

Аналіз рентабельності засвідчив суттєве зростання ефективності діяльності підприємства. Найбільш динамічно збільшувалася рентабельність власного капіталу, яка у 2024 році становила 48,65%, що у понад десять разів вище порівняно з 2020 роком. Рентабельність активів та основних засобів також демонструє позитивні тенденції, відображаючи покращення продуктивності використання ресурсів та збільшення виробничих потужностей. Валова рентабельність продукції зросла до 26,14% у 2023 році, засвідчивши здатність підприємства формувати достатній рівень маржі навіть в умовах зростання собівартості.

Досліджено та проаналізовано систему формування й управління доходами ТзОВ «Мебус Мануфактура», а також обґрунтовано практичні напрями підвищення їх рівня. Встановлено, що визнання доходів на підприємстві загалом відповідає чинному законодавству, проте виявлено окремі недоліки в обліку доходів від основної діяльності, що зумовило необхідність удосконалення підходів до їх відображення. Запропоновано використання методів, які застосовуються у світовій практиці в умовах ризику несплати за продукцію (зокрема продаж із відтермінуванням платежу та метод відшкодування витрат), що дозволить знизити кредитні ризики та підвищити точність відображення фінансових результатів.

Також систематизовано теоретичні засади управління доходами: уточнено сутність управління доходами як елементу загальної системи менеджменту, визначено принципи ефективної системи (повнота і достовірність інформації,

своєчасність рішень, економічна доцільність, орієнтація на фінансову стійкість), а також проаналізовано вплив внутрішніх і зовнішніх факторів на формування доходів підприємства. Описано послідовність етапів управління доходами – від аналізу результатів попередніх періодів і пошуку резервів збільшення доходів до планування, контролю виконання планів та коригування управлінських рішень. Обґрунтовано, що зниження собівартості, раціональне використання ресурсів та модернізація виробництва є ключовими передумовами зростання дохідності операційної діяльності.

У межах пошуку шляхів підвищення доходів узагальнено основні напрями їх нарощення: збільшення обсягів виробництва і реалізації, скорочення витрат, оптимізація норм витрат, удосконалення цінової та маркетингової політики, підвищення якості продукції, зростання продуктивності праці, активне використання інновацій та досягнень науково-технічного прогресу. Показано, що ефективне управління прибутком має ґрунтуватися на поєднанні організаційних, технічних і економічно-мотиваційних заходів, а їх упровадження потребує чіткої логічної послідовності.

У практичній частині розділу обґрунтовано доцільність впровадження на ТзОВ «Мебус Мануфактура» нового асортиментного напрямку – виробництва безкаркасних меблів, що розглянуто як інструмент диверсифікації та збільшення доходів. Описано цільові сегменти ринку, канали збуту, необхідні виробничі ресурси, обладнання, сировинну базу, технологічну послідовність виробництва та витрати на оплату праці. Додатково проаналізовано значення підвищення впізнаваності бренду «Мебус Мануфактура» та запропоновано напрями посилення брендової стратегії (робота з репутацією, післяпродажний сервіс, емоційний компонент продукту, комунікація з клієнтами).

Проведені розрахунки показали, що реалізація запропонованого заходу з розширення асортименту дозволить збільшити чистий дохід від реалізації продукції приблизно на 20%, а чистий прибуток — більш як на 40%. Рентабельність продажу у плановому періоді зростає з 12,79% до 17,07%, що свідчить про покращення ефективності використання ресурсів та зростання

фінансових результатів. Зроблено висновок, що впровадження розроблених заходів підвищить дохідність діяльності ТзОВ «Мебус Мануфактура», посилить його стійкість та конкурентоспроможність у середньостроковій перспективі.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ НА ДЖЕРЕЛА

1. Аналіз ринку меблів України та сучасні тенденції розвитку. – Режим доступу: <https://cdn.hneu.edu.ua/rozvitok19/thesis02-22.html>
2. Бурковський А.П., Бурковський П. А. Дохідність та шляхи підвищення прибутковості вітчизняних промислових підприємств Вісник Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Економічні науки. 2013. Вип. 7. 58-70с. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkpnuen_2013_7_1
3. Волощина О. А., Кордзаія І. А., Даценко С. М., Ульченко А. М. Методичні підходи до аналізу доходів підприємства та факторів їх формування. Ефективна економіка : електрон. наук. фах. вид. 2019. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2019/49.pdf
4. Дерій В. А. Витрати і доходи підприємств у системі обліку та контролю : монографія. Тернопіль : ТНЕУ, «Економічна думка», 2009. 272 с.
5. Добровольська О.В., Терещенко В. О. Резерви підвищення прибутковості підприємства в умовах ринку. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*, 2015. №13. С. 194-197.
6. Дроздова Н. І. Індивідуальне меблеве проектування як складова сучасного дизайну.
7. ДСТУ 16371-93 «Меблі. Терміни та визначення».
8. ДСТУ EN 12521:2018 «Меблі. Міцність, довговічність та безпека». – Режим доступу: https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=79398
9. Економіка підприємства: навч. пос. за заг. ред. П.В. Круша, В.І. Подвігіної, Б.М. Сердюка. 2-ге вид. К.: Ельга-Н, КНТ, 2009. –780 с.
10. Економічна стратегія розвитку підприємств: Колективна монографія / За заг. ред. д.е.н., проф. В. К. Данилка. – Житомир: ЖДТУ, 2009. – 326 с.
11. Енциклопедія Сучасної України. Стаття «Меблева промисловість». – Режим доступу: <https://esu.com.ua/article-65468>

12. Єпіфанова І.Ю. Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності. Випуск №3. 2016. URL: <http://ir.lib.vntu.edu.ua/handle/123456789/12840> (дата звернення: 05.11.2025).
13. Звіт про тенденції ринку меблів України, 2023.
14. Каталоги фурнітури Blum, Hettich, GTV.
15. Кириченко С. О., Лінник І.М. Сучасний фінансовий стан підприємства та перспективи його розвитку. Сучасні проблеми економіки і підприємництва. 2015. №16. С. 261-266.
16. Котляров М.Д., Тітаренко Г. Б. Концептуальні основи управління витратами суб'єктів господарювання в умовах удосконалення ринкових відносин. Актуальні проблеми економіки. 2015. № 9. С.43–47.
17. Кравченко І. В. Матеріали для виготовлення меблів: властивості та застосування.
18. Лінник О. І., Задорожна О. С. Облік прибутку та визначення резервів забезпечення прибутковості підприємства. *Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва*, 2015. № 26 (1135). С. 147-153.
19. Лоханова Н. О. Облік виручки по договорах з клієнтами – нові підходи до визнання відповідно до МСФЗ 15. Інвестиції: практика та досвід. 2014. № 21. С. 38–41.
20. Майборода О.Є. Теоретична сутність категорії «прибуток підприємства». *Економіка і суспільство*. 2017. № 10, С. 310-313.
21. Маркова Т. Д. Тройніна В. В., Чорна С. В. Оцінка впливу витрат і доходів на фінансові результати на прикладі ПП фірма «Гармаш» *Економіка харчової промисловості*. 2018. Т. 10. Вип. 2.
22. Мельник С. О. Сучасні тенденції розвитку меблевої промисловості України.
23. Методичні рекомендації щодо проектування меблів для громадських приміщень.

24. Міжнародний стандарт фінансової звітності 15 «Дохід від договорів з клієнтами» : виданий Радою з Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку.

URL : <https://mof.gov.ua/>

25. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» : затв. наказом Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. № 73. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/>

26. Національне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід» : затверджене наказом Міністерства фінансів України від 29.11.1999 № 290. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/>

27. Огляд меблевої галузі України. – Українська асоціація меблевиків. – Режим доступу: <https://uafm.com.ua/ua/stan-meblevoyi-galuzi-ukrayiny-pid-chas-vijny>

28. Осипова Т.В. Теоретичні аспекти трактування прибутковості в сучасних умовах господарювання. *Управління розвитком*, 2012. № 1. С. 82–84.

29. Особливості класифікації меблевих виробів. – ResearchGate. – Режим доступу:

https://www.researchgate.net/publication/388642706_Osoblivosti_klasifikacii_meblevih_sitiv

30. Офіційний сайт ТЗОВ «Мебус Мануфактура». URL: <https://mebus.com.ua/>

31. Павлишенко М.М. Значення прибутку підприємства в ринковій економіці. URL:

http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltu/17_4/172_Pawlyszenko_17_4.pdf

(дата звернення 10.10.2025 р.)

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

33. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Витрати» : Наказ Міністерства фінансів України від 29.11.1999 No 290 : за станом на 27.06.2013 URL.: <https://ips.ligazakon.net/document/view/REG4153?an=1553>

34. Посібник з організації меблевого виробництва / за ред. Бойко Л. О.

35. Прибутковість підприємства як основний показник його діяльності. URL: <http://econf.at.ua/publ/konferencija2020> (дата звернення: 05.10.2025)
36. Романова Т. В., Даровський Є. О. Чинники, що впливають на збільшення прибутку підприємств України в сучасних умовах. *Ефективна економіка*. 2019. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3976> (дата звернення: 18.11.2025)
37. Стан меблевої галузі України під час повномасштабної війни. – Деревинник. – Режим доступу: <https://derevynnyk.com/mebleva-galuz-ukrayiny-v-umovah-povnomasshtabnoyi-vijny>
38. Термінологічні основи меблевого виробництва. ДСТУ 2080-92 «Продукція меблевого виробництва. Терміни та визначення». – Режим доступу: https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=96065
39. Ткаченко Т. П. Організаційно-економічний механізм забезпечення прибутковості підприємства. *Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут"*, 2014. № 11. С. 192-197.
40. Ткаченко Т. П., Тульчинська С. О., Бойчук Д. В. Управління доходами на підприємстві URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2018/152.pdf
41. Фірман Н.Я., Вашків О.П. Економічна сутність фінансового результату підприємства. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. № 5. С. 162-168.

БІБЛІОГРАФІЧНА ДОВІДКА

Тема магістерської роботи: Шляхи підвищення доходів підприємства на прикладі ТзОВ «Мебус Мануфактура».

Обсяг пояснювальної записки - 85 с.

Перелік графічного матеріалу:

1. Мета та завдання магістерської роботи
2. Сутність поняття «дохід» за теоретичними поглядами вчених-економістів.
3. Ключові показники розвитку меблевої промисловості України та Львівської області за 2020-2023 роки
4. Динаміка основних техніко-економічних показників діяльності ТзОВ «Мебус Мануфактура» за 2020-2024 роки
5. Структура доходів ТзОВ «Мебус Мануфактура» за 2020-2024 роки
6. Структура витрат ТзОВ «Мебус Мануфактура» за 2020-2024 роки
7. Прогнозування чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) ТзОВ «Мебус Мануфактура»
8. Аналіз показників рентабельності ТзОВ «Мебус Мануфактура» за 2020-2024 роки
9. Етапи управління доходами ТзОВ «Мебус Мануфактура»
10. Заходи щодо підвищення доходів діяльності ТзОВ «Мебус Мануфактура»

08.12.2025 р

Олег СОРОКА

ДОДАТКИ

Фінансова звітність за 2024 рік**ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "МЕБУС
МАНУФАКТУРА"****ЛЬВІВСЬКА ОБЛ., ЗОЛОЧІВСЬКИЙ Р-Н, М. БУСЬК, ВУЛ. ЛЬВІВСЬКА, БУД.
75****(ТЗОВ "МЕБУС МАНУФАКТУРА")**Код за ЄДРПОУ: [41314759](#)

Дата звіту	01.03.2025
Період	2024 рік, 12 міс
КАТОТГ	UA46040000000069196
Кількість працівників	34

Фінансова звітність малого підприємства**Актив**

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього року, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	0.00	0.00
первісна вартість	1001	0.00	
накопичена амортизація	1002	0.00	
Незавершені капітальні інвестиції	1005	76.60	69.80
Основні засоби:	1010	16 184.30	16 029.90
первісна вартість	1011	27 294.40	33 604.90
знос	1012	11 110.10	17 575.00
Довгострокові біологічні активи	1020	0.00	
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	0.00	

Продовження додатка А

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього року, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
Інші необоротні активи	1090	0.00	
Усього за розділом I	1095	16 260.90	16 099.70
II. Оборотні активи Запаси:	1100	257.80	973.40
у тому числі готова продукція	1103	0.00	117.40
Поточні біологічні активи	1110	0.00	
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	1 527.70	10 176.80
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	1 807.20	3 662.80
у тому числі з податку на прибуток	1136	0.00	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	3 548.90	3 695.20
Поточні фінансові інвестиції	1160	0.00	
Г роші та їх еквіваленти	1165	25 634.40	30 225.10
Витрати майбутніх періодів	1170	35.20	58.40
Інші оборотні активи	1190	52.40	248.70
Усього за розділом II	1195	32 863.60	49 040.40
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0.00	
Баланс	1300	49 124.50	65 140.10

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього року, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
-------------	--------------	--	--

Продовження додатка А

I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	20 000.00	20 000.00
Додатковий капітал	1410	0.00	
Резервний капітал	1415	0.00	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	7 148.70	16 877.90
Неоплачений капітал	1425	290.00	290.00
Усього за розділом I	1495	26 858.70	36 587.90
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	1 935.00	1 642.90
Короткострокові кредити банків	1600	0.00	
III. Поточні зобов'язання Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0.00	
товари, роботи, послуги	1615	7 354.40	9 164.30
розрахунками з бюджетом	1620	694.70	902.90
у тому числі з податку на прибуток	1621	676.30	523.00
розрахунками зі страхування	1625	18.80	46.30
розрахунками з оплати праці	1630	67.30	1 369.60
Доходи майбутніх періодів	1665	6 855.20	5 622.20
Інші поточні зобов'язання	1690	5 340.40	9 804.00
Усього за розділом III	1695	20 330.80	26 909.30
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0.00	
Баланс	1900	49 124.50	65 140.10

Звіт про фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	96 754.20	54 063.60
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	76 040.00	39 931.40
Інші операційні доходи	2120	15 684.40	4 986.40
Інші операційні витрати	2180	25 666.90	15 141.80
Інші доходи	2240	1 233.00	58.60
Інші витрати	2270	99.80	0.00
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	113 671.60	59 108.60
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	101 806.70	55 073.20
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	11 864.90	4 035.40
Податок на прибуток	2300	2 135.70	726.40
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	9 729.20	3 309.00