

**ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО**  
**«ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД**  
**«МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ»**

Харківський інститут  
Кафедра менеджменту

«Допущено до захисту»  
Завідувач кафедри менеджменту  
\_\_\_\_\_ О.С. Телепнева  
" \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2025 р.

**КУРСОВА РОБОТА**

з дисципліни «Основи управління бізнесом»

на тему:

**«ПРОГНОЗУВАННЯ ПРИБУТКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ»**

Виконав: студент 4 курсу  
Групи: ТУхр-9-22-Б1М (4.0д)  
**Можневський Ілля Васильович**

Керівник: к.е.н., доцент Янковська В.А.

**Харків 2025**

**ЗМІСТ**

	стор.
ВСТУП	3
1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ПРОГНОЗУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА	5
1.1. Економічна сутність та класифікація прибутку підприємства	5
1.2. Методи та моделі прогнозування прибутку у системі фінансового планування	10
1.3. Інформаційне та організаційне забезпечення процесу прогнозування прибутку	13
2. АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ПРИБУТКУ ТА ОЦІНКА ПРАКТИКИ ЙОГО ПРОГНОЗУВАННЯ	16
2.1. Аналіз динаміки, структури та факторів формування прибутку підприємства	16
2.2. Критична оцінка існуючих підходів до прогнозування прибутку на підприємстві	18
2.3. Необхідність прогнозування прибутку на підприємствах	20
3. УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДОЛОГІЇ ПРОГНОЗУВАННЯ ПРИБУТКУ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПРАКТИЧНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ	24
3.1. Розробка та обґрунтування вибору вдосконаленої моделі прогнозування прибутку	24
3.2. Проблеми у прогнозуванні прибутку та шляхи їх вирішення	27
ВИСНОВКИ	31
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	33

## ВСТУП

В умовах ринкової економіки та високої економічної нестабільності, що особливо загострилася в Україні внаслідок воєнних дій, прибуток залишається ключовим показником ефективності діяльності підприємства та основним джерелом його розвитку. Здатність керівництва точно та своєчасно прогнозувати фінансові результати визначає конкурентоспроможність, інвестиційну привабливість та фінансову стійкість суб'єкта господарювання.

Традиційні методи прогнозування, засновані на простій екстраполяції або суб'єктивних експертних оцінках, виявляються недостатніми для врахування складної взаємодії внутрішніх та зовнішніх факторів (змінний курс валют, інфляція, логістичні ризики). Це обумовлює необхідність вдосконалення методологічного інструментарію прогнозування прибутку шляхом впровадження науково обґрунтованих економіко-математичних моделей. Актуальність теми підтверджується також потребою в достовірних прогнозних показниках для ефективного антикризового фінансового планування.

Мета і завдання дослідження.

Мета курсової роботи полягає у теоретичному обґрунтуванні та розробці практичних рекомендацій щодо вдосконалення методології прогнозування прибутку на підприємстві для підвищення точності фінансового планування.

Для досягнення поставленої мети визначено наступні завдання:

- 1) Розкрити економічну сутність, функції та класифікацію прибутку підприємства.
- 2) Систематизувати методи та моделі прогнозування прибутку, що використовуються у системі фінансового планування.
- 3) Проаналізувати інформаційне та організаційне забезпечення процесу прогнозування прибутку на підприємстві.

4) Провести аналіз динаміки, структури та факторів формування прибутку на досліджуваному підприємстві.

5) Здійснити критичну оцінку існуючої практики прогнозування прибутку на підприємстві та виявити її недоліки.

6) Розробити та обґрунтувати вдосконалену економіко-математичну модель прогнозування прибутку (наприклад, множинну регресію).

7) Виконати практичний розрахунок прогнозних показників прибутку за запропонованою методикою.

8) Сформулювати практичні рекомендації для підприємства щодо підвищення точності прогнозування та зміцнення фінансової стійкості.

Об'єктом дослідження є прибуток.).

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних і практичних підходів до прогнозування прибутку підприємства.

У процесі дослідження були використані наступні методи:

- Теоретичні: методи аналізу, синтезу та індукції — для вивчення економічної сутності прибутку та систематизації методів прогнозування.

- Емпіричні: методи фінансового та факторного аналізу — для оцінки динаміки та впливу факторів формування прибутку (Розділ 2).

- Економіко-математичні: метод множинної лінійної регресії, метод ланцюгових підстановок — для розробки та практичного застосування вдосконаленої моделі прогнозування (Розділ 3).

Курсова робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел.

# 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ПРОГНОЗУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

## 1.1. Економічна сутність та класифікація прибутку підприємства

Прибуток є найважливішим показником фінансово-господарської діяльності будь-якого підприємства та кінцевою метою його функціонування в ринкових умовах. З економічної точки зору, прибуток є чистим доходом, що залишається у розпорядженні підприємства після відшкодування всіх витрат, пов'язаних із виробництвом, реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг) та іншою діяльністю.

Його економічна сутність розкривається через такі ключові аспекти:

1) Показник ефективності: Прибуток відображає ступінь ефективності використання ресурсів підприємства (трудових, матеріальних, фінансових).

2) Джерело самофінансування: Це основне внутрішнє джерело формування інвестиційних ресурсів, необхідних для розширеного відтворення, технічного переозброєння та інноваційного розвитку.

3) Критерій успіху: У ринковій економіці прибуток слугує головним критерієм конкурентоспроможності та фінансової стійкості суб'єкта господарювання [1, с.32].

У фінансовій системі підприємства прибуток виконує низку важливих функцій:

- Розподільча (Фіскальна): Частина прибутку (податок на прибуток) вилучається до державного бюджету, забезпечуючи формування його доходної частини. Решта використовується для задоволення потреб підприємства та його власників.

- Стимулююча (Мотиваційна): Прибуток є джерелом преміювання персоналу та підвищення його соціального рівня, мотивуючи до підвищення продуктивності праці та зниження витрат.

- Відтворювальна (Акумулятивна): Прибуток є фінансовою основою для простого та розширеного відтворення, оскільки він спрямовується на оновлення основних фондів, поповнення обігових коштів та інвестиційну діяльність.

- Контрольна: Динаміка та структура прибутку дозволяють оцінити якість управління, ефективність прийнятих рішень та фінансові ризики підприємства.

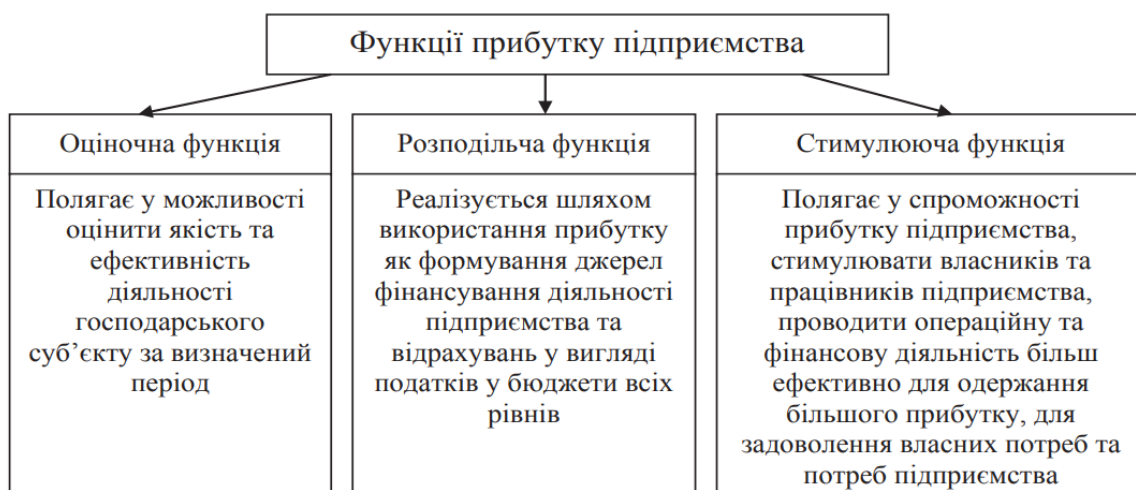


Рис. 1.1. Функції прибутку [15, с.78].



Рис.1.2. Основні завдання прибутку

Для цілей аналізу, планування та прогнозування прибуток класифікують за різними ознаками.

Класифікація прибутку представлена у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1.

Класифікація прибутку

Ознака класифікації	Види прибутку	Призначення та характеристика
За джерелами формування	Прибуток від операційної діяльності	Дохід від основної діяльності підприємства.
	Прибуток від фінансової діяльності	Дохід від операцій з цінними паперами, спільних підприємств тощо.
	Прибуток від іншої діяльності	Дохід від реалізації необоротних активів, штрафи, пені.
За порядком розрахунку	Валовий прибуток (Gross Profit)	Різниця між чистим доходом від реалізації та собівартістю реалізованої продукції.
	Операційний прибуток (ЕВІТ)	Прибуток до сплати відсотків та податків. Ключовий показник ефективності управління.
	Прибуток до оподаткування	Сума операційного прибутку, фінансових та інших доходів/витрат.
	Чистий прибуток (Net Income)	Прибуток, що залишається у розпорядженні підприємства після сплати всіх податків.
За характером обліку	Бухгалтерський прибуток	Визначається за даними фінансової звітності.

	Економічний прибуток	Бухгалтерський прибуток мінус неявні (імпліцитні) витрати, включаючи альтернативну вартість капіталу.
--	-------------------------	---

Розуміння цих видів та їх взаємозв'язку є критично важливим для правильного вибору об'єкта прогнозування (наприклад, прогнозують частіше чистий чи операційний прибуток), оскільки кожен з них відображає ефективність різних аспектів діяльності підприємства [27, с.55].

Історично склалося кілька ключових теоретичних шкіл та концепцій, які по-різному пояснюють економічну сутність, джерела походження та функцію прибутку.

Основні теоретичні школи (концепції) вивчення поняття прибутку:

1. Класична політична економія (А. Сміт, Д. Рікардо)

Сутність: Прибуток розглядається як винагорода капіталістові за його діяльність і ризик, а також як результат функціонування капіталу.

Джерело: Спочатку Сміт розглядав прибуток як вирахування з продукту праці, а потім як закономірний результат продуктивності капіталу. Рікардо розглядав прибуток як залишок вартості, створеної працею, після виплати заробітної плати та ренти.

Функція: Стимулювання нагромадження капіталу та економічного зростання.

2. Марксистська (Трудова) теорія (К. Маркс)

Сутність: Прибуток (прибуткова вартість) є трансформованою формою додаткової вартості (різниця між вартістю, створеною працею робітника, і вартістю його робочої сили).

Джерело: Неоплачена праця найманих робітників у сфері виробництва. Прибуток виникає не у сфері обігу, а у сфері виробництва.

Функція: Джерело експлуатації та нагромадження капіталу.

3. Неокласична (Функціональна/Факторна) теорія

Сутність: Прибуток є винагородою, що отримує власник одного з факторів виробництва (капіталу, праці, землі, підприємницьких здібностей).

Основні підконцепції:

Продуктивності капіталу: Прибуток є доходом, який приносить капітал як продуктивний фактор.

Утримання (А. Маршалл, І. Фішер): Прибуток є винагородою за утримання від поточного споживання (заощадження) та накопичення капіталу.

Компенсаційна: Прибуток є платою за виконання певних економічних функцій.

#### 4. Теорії підприємницького прибутку

Ці теорії відокремлюють прибуток від доходу на капітал і пов'язують його з особливою роллю підприємця.

Теорія ризику та невизначеності (Ф. Найт):

Джерело: Прибуток – це винагорода підприємця за взяття на себе нестрахованого ризику (невизначеності). Ризик, який можна застрахувати, є витратами.

Інноваційна теорія (Й. Шумпетер):

Джерело: Прибуток – це тимчасова, надлишкова винагорода, яку отримує підприємець-новатор за впровадження інновацій (нових технологій, продуктів, ринків, методів організації), що надає йому тимчасову монопольну перевагу. Коли інновація поширюється, прибуток зникає [11, с.48].

#### 5. Інституціонально-монополістична теорія

Джерело: Прибуток виникає завдяки ринковому дисбалансу та монопольній владі (або олігополії). Прибуток є результатом контролю над цінами та обсягами виробництва.

Сучасне розуміння прибутку часто є синтезом цих шкіл, поділяючи його на:

- Бухгалтерський прибуток (Accounting Profit): Загальний дохід мінус явні (бухгалтерські) витрати.

- Економічний прибуток (Economic Profit): Бухгалтерський прибуток мінус неявні витрати (включаючи нормальний прибуток — мінімальний дохід, необхідний для утримання підприємця в цьому бізнесі).

- Нормальний прибуток: Розглядається як частина витрат (винагорода підприємцю за його працю та капітал, що виключає економічний прибуток у довгостроковому періоді в умовах досконалої конкуренції).

## **1.2. Методи та моделі прогнозування прибутку у системі фінансового планування**

Прогнозування прибутку — це процес розробки науково обґрунтованих припущень щодо майбутньої величини прибутку підприємства на основі аналізу тенденцій його формування у минулих періодах та очікуваних змін зовнішнього та внутрішнього середовища.

У системі фінансового планування підприємства використовуються різноманітні методи та моделі, які можна поділити на дві основні групи.

Класифікація методів прогнозування

1. Якісні (евристичні) методи.

Ці методи базуються на інтуїції, досвіді та знаннях експертів, використовуються за умов високої невизначеності або при відсутності достатньої статистичної інформації.

Метод експертних оцінок (Дельфі): Полягає у зборі та узгодженні думок незалежних фахівців з метою отримання об'єктивного консенсусу щодо майбутніх показників прибутку чи факторів, що на нього впливають.

Метод історичної аналогії: Базується на використанні даних про прибуток підприємств-аналогів або показників цього ж підприємства у схожих економічних умовах [9, с.37].

Сценарний метод: Передбачає розробку кількох можливих варіантів розвитку подій (оптимістичний, песимістичний, реалістичний) та розрахунок прибутку для кожного з них.

## 2. Кількісні (формалізовані) методи.

Ці методи використовують математичний апарат і статистичні дані для побудови функціональних залежностей. Вони забезпечують вищу точність прогнозу.

Метод екстраполяції (трендовий): Прогнозування прибутку здійснюється шляхом перенесення встановлених у минулому тенденцій (трендів) на майбутній період. Використовуються математичні функції (лінійна, параболічна, експоненційна) для опису динаміки прибутку.

Економіко-математичні (факторні) методи: Засновані на побудові математичних моделей, що відображають взаємозв'язок прибутку з ключовими факторами (обсяг продажів, собівартість, ціни, інвестиції) [4, с.34].

Основні моделі прогнозування прибутку:

### 1. Моделі аналізу «Витрати — Обсяг — Прибуток» (CVP-аналіз).

Ці моделі є основними для короткострокового прогнозування та оперативного планування. Вони дозволяють визначити, як зміни в обсязі виробництва та продажів, ціні або структурі витрат вплинуть на прибуток.

Модель точки безбитковості: Визначення мінімального обсягу продажів, при якому доходи покривають загальні витрати (постійні та змінні).

Модель запасу фінансової міцності: Оцінка допустимого зниження обсягу продажів до досягнення точки безбитковості.

### 2. Моделі часових рядів.

Використовуються для прогнозування прибутку, коли його динаміка характеризується стабільними, але нелінійними тенденціями (наявність сезонності, циклічності).

Методи ковзного середнього та експоненційного згладжування: Використовуються для усунення випадкових коливань та виявлення прихованого тренду в часовому ряді прибутку.

Моделі ARIMA (Авторегресія, інтегроване ковзне середнє): Комплексні моделі, що враховують як власну динаміку показника (авторегресія), так і вплив випадкових збурень (ковзне середнє).

### 3. Регресійні (економетричні) моделі.

Є найбільш поширеними для середньо- та довгострокового прогнозування, оскільки дозволяють кількісно оцінити вплив різних факторів на прибуток.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \epsilon \quad (1.1.)$$

де:

$Y$  — прогнозований показник (прибуток);

$X_i$  — факторні показники (наприклад, обсяг продажів, вартість сировини, рекламні витрати);

$\beta_i$  — коефіцієнти регресії, що відображають ступінь впливу факторів;

$\epsilon$  — випадкова похибка.

Вибір конкретної моделі прогнозування прибутку (детермінованої чи стохастичної) залежить від цілей прогнозу, глибини прогнозного горизонту, доступності та якості статистичних даних, а також від рівня кваліфікації аналітиків на підприємстві.

### **1.3. Інформаційне та організаційне забезпечення процесу прогнозування прибутку**

Успішність прогнозування прибутку безпосередньо залежить від якості використовуваної інформації та ефективності організації самого процесу. Цей підрозділ розглядає вимоги до інформаційної бази та організаційних структур, що беруть участь у розробці прогнозів.

Інформаційне забезпечення прогнозування.

Інформаційна база для прогнозування прибутку має бути достовірною, повною, своєчасною та систематизованою. Вона поділяється на внутрішні та зовнішні джерела.

#### **1. Внутрішні джерела інформації:**

Фінансова звітність:

- Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід): Основне джерело, що містить дані про доходи, витрати, валовий, операційний та чистий прибуток за попередні періоди.

- Баланс (Звіт про фінансовий стан): Надає інформацію про структуру активів і пасивів, необхідну для прогнозування фінансових витрат (наприклад, відсотків за кредитами) та доходів.

- Дані управлінського обліку: Деталізована інформація про собівартість продукції, структуру змінних і постійних витрат (критично важлива для СVP-аналізу), бюджетні показники.

- Оперативні дані: Відомості про динаміку обсягів продажів у натуральному виразі, цінову політику, залишки товарів та дебіторську заборгованість [30, с.58].

#### **2. Зовнішні джерела інформації:**

- Макроекономічні показники: Прогноз інфляції, динаміка ВВП, облікова ставка НБУ, курси валют — усе це впливає на ціноутворення та витрати підприємства.

- Ринкова інформація: Дані про рівень конкуренції, прогноз попиту на продукцію, технологічні зміни та очікувані дії основних конкурентів.

- Галузева статистика: Середні показники рентабельності та прибутковості у галузі, що використовуються для бенчмаркінгу.

Організаційне забезпечення прогнозування.

Організаційний аспект визначає послідовність дій, розподіл відповідальності та узгодження прогнозних рішень.

Суб'єкти прогнозування: На великих підприємствах прогнозуванням займаються фінансовий відділ, планово-економічний відділ або відділ стратегічного розвитку. На малих — це може бути головний бухгалтер або фінансовий директор.

Горизонт прогнозування: Визначення часових рамок:

Короткостроковий (до 1 року): Деталізований прогноз, що використовується для оперативного планування.

Середньостроковий (1-3 роки): Стратегічний прогноз, необхідний для інвестиційного планування.

Довгостроковий (понад 3 роки): Використовується для формування місії та бачення підприємства.

Етапи процесу прогнозування:

- Постановка цілей: Визначення, який саме показник прибутку прогнозується (валовий, чистий) та з якою метою.

- Вибір методів: Обґрунтування застосування конкретних моделей (трендових, регресійних) відповідно до цілей та наявної інформації.

- Збір та обробка даних: Очищення часових рядів від випадкових збурень.

- Проведення розрахунків: Виконання прогнозних обчислень.

- Оцінка точності та коригування: Аналіз отриманих результатів, визначення допустимої похибки та, за необхідності, перегляд припущень.

Належне поєднання високоякісних даних та чітко налагодженої організаційної структури забезпечує максимальну точність прогнозів

прибутку, що є основою для ефективного управління фінансовими ресурсами.

## 2. АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ПРИБУТКУ ТА ОЦІНКА ПРАКТИКИ ЙОГО ПРОГНОЗУВАННЯ

### 2.1. Аналіз динаміки, структури та факторів формування прибутку підприємства

У кожного підприємства є необхідність у глибокому аналізі фінансових результатів. Аналіз повинен проводитися за останні 3–5 років, щоб відобразити не лише стабільні тренди, але й значні впливи макроекономічних шоків (пандемія, повномасштабне вторгнення).

Аналіз динаміки прибутку.

Аналіз динаміки передбачає вивчення абсолютних показників прибутку (валовий, операційний, чистий) та відносних показників (рентабельність).

Динаміка абсолютних показників:

Проводиться порівняння прибутку за роками (ланцюговим та базисним методами) у грошовому виразі.

Обов'язково слід враховувати інфляційний фактор. Зростання номінального прибутку може бути меншим за рівень інфляції, що фактично означає зниження реальної купівельної спроможності [30, с.87].

Особлива увага приділяється аналізу розриву між операційним та чистим прибутком, оскільки в умовах економічної нестабільності неопераційні статті (збитки від курсових різниць, списання активів) можуть суттєво спотворювати реальний результат основної діяльності.

Динаміка відносних показників (Рентабельність):

Розраховується та аналізується динаміка рентабельності продажів  $(\text{Прибуток}/\text{Чистий дохід} \times 100\%)$  та рентабельності активів  $(\text{Прибуток}/\text{Середня вартість активів} \times 100\%)$ .

Висока волатильність цих показників може свідчити про високу залежність від зовнішніх ризиків або неефективне управління витратами.

Аналіз структури прибутку.

Структурний аналіз прибутку на українських підприємствах особливо важливий через вплив зовнішніх факторів. Основний фокус – аналіз Звіту про фінансові результати.

Структура доходів та витрат: Визначення питомої ваги основних елементів (собівартість, адміністративні витрати, витрати на збут) у чистому доході. Це дозволяє встановити "вузькі місця" в управлінні витратами.

Аналіз якості прибутку:

Визначення частки операційного прибутку (прибуток від основної діяльності) у загальній сумі прибутку до оподаткування. Чим вища ця частка, тим стійкіший і якісніший прибуток.

Аналіз неопераційних статей: Виявлення впливу фінансових результатів (курсові різниці, доходи/витрати від участі в капіталі) та інших доходів/витрат. В умовах війни ці статті можуть стати домінуючими через переоцінку валютних зобов'язань та знецінення активів.

Факторний аналіз формування прибутку.

Мета факторного аналізу — кількісно оцінити, як зміни ключових показників вплинули на зміну прибутку за аналізований період. Зазвичай застосовується метод ланцюгових підстановок або інтегральний метод [21, с.28].

1. Внутрішні (мікроекономічні) фактори:

Обсяг реалізації: Зміна обсягу продажів у натуральному та вартісному виразі є найбільш вагомим фактором.

Собівартість: Зміна собівартості реалізованої продукції. Слід деталізувати вплив змінних та постійних витрат.

Асортимент та якість продукції: Зміна структури продажів може впливати на середню рентабельність.

2. Зовнішні (макроекономічні) фактори:

Вплив воєнних ризиків та логістики: Збільшення витрат на страхування, переорієнтація логістичних ланцюгів (блокада портів), що прямо впливає на собівартість та витрати на збут.

Інфляційні очікування: Необхідність швидкої індексації цін на продукцію для збереження рентабельності на тлі зростання цін на сировину та енергоносії.

Валютний курс: Для підприємств-експортерів та імпортерів коливання курсу гривні є критичним фактором, що формує як собівартість, так і нереалізовані фінансові результати.

Податкова політика та державні регуляції: Зміни у режимі оподаткування або доступі до пільгових кредитів (5–7–9%).

Проведення такого комплексного аналізу дозволить виявити головні проблеми та резерви підприємства, що є основою для розробки реалістичних прогнозів.

## **2.2. Критична оцінка існуючих підходів до прогнозування прибутку на підприємстві**

Метою цього підрозділу є аналіз поточної практики прогнозування, що застосовується на досліджуваному підприємстві, виявлення її слабких сторін та оцінка точності отриманих прогнозів.

### **1. Аналіз фактично застосовуваних методів.**

На практиці більшість українських підприємств, особливо малого та середнього бізнесу, використовують спрощені, а не складні економіко-математичні моделі.

Метод «від досягнутого» (просте екстраполювання): Це найпоширеніший метод, при якому прогнозований прибуток визначається шляхом збільшення фактичного прибутку попереднього періоду на певний коефіцієнт (наприклад, 10–15% або очікуваний відсоток зростання продажів).

Критика: Метод повністю ігнорує вплив зовнішніх факторів (зміна ринкових умов, інфляція, курс валют) і не враховує зміни структури витрат.

Метод прямого рахунку (бюджетування): Прибуток розраховується як різниця між прогнозованим доходом від реалізації (який визначається відділом маркетингу) та плановими витратами (які визначаються відповідними службами).

Критика: Точність прогнозу залежить від точності прогнозу продажів та жорсткості контролю витрат. Часто відсутнє обґрунтування взаємозв'язку між доходом і витратами.

Експертні оцінки: Прогноз прибутку ґрунтується на досвіді керівництва або фінансових менеджерів.

Критика: Надмірна суб'єктивність, високий ризик впливу оптимізму/песимізму окремих осіб.

## 2. Оцінка точності прогнозів.

Критична оцінка ефективності прогнозування здійснюється шляхом порівняння фактично отриманого прибутку (П факт) із раніше запланованим (П прогноз).

Розрахунок абсолютної та відносної помилки:

$$\begin{aligned} \text{Абсолютна помилка} &= |\text{Пфакт} - \text{Ппрогноз}| \\ \text{Відносна помилка}(\delta) &= \frac{|\text{Пфакт} - \text{Ппрогноз}|}{\text{Пфакт}} \times 100\% \end{aligned} \quad (2.1)$$

Для більшості підприємств прийнятною вважається відносна помилка прогнозування прибутку в межах 5%–10%. Значення вище 15% свідчить про серйозні недоліки в методології.

Аналіз причин відхилень: Недостатньо просто констатувати факт помилки; необхідно проаналізувати, які фактори спричинили відхилення.

Систематична помилка: Регулярне завищення або заниження прогнозу свідчить про структурну проблему в моделі (наприклад, постійне ігнорування зростання адміністративних витрат).

Випадкова помилка: Пов'язана з непередбачуваними зовнішніми подіями (різкий стрибок курсу, зміни в регулюванні).

### 3. Виявлення недоліків у поточній практиці прогнозування

На основі аналізу методів та оцінки точності, можна виділити типові недоліки:

**Факторна незбалансованість:** Використання методів, які не дозволяють кількісно оцінити вплив ключових факторів (наприклад, як зміна ціни сировини вплине на чистий прибуток).

**Відсутність сценарного планування:** Нерозроблення кількох прогнозних сценаріїв (песимістичний, оптимістичний) підвищує фінансовий ризик в умовах нестабільності.

**Обмежена інформаційна база:** Базування прогнозу виключно на даних фінансової звітності без використання деталізованих даних управлінського обліку (про змінні та постійні витрати).

**Ігнорування циклічності та сезонності:** Відсутність коригування прогнозу на сезонні або циклічні коливання попиту, що є особливо актуальним для торговельних та виробничих підприємств.

Критична оцінка дозволить не просто описати існуючу ситуацію, але й обґрунтувати необхідність розробки та впровадження вдосконаленої моделі прогнозування прибутку, що стане предметом дослідження Розділу 3.

### **2.3. Необхідність прогнозування прибутку на підприємствах**

Необхідність прогнозування прибутку обумовлена тим, що це є ключовим елементом управління фінансами та прийняття стратегічних рішень на підприємстві, оскільки дозволяє:

- Зменшити ризики: Прогнозування дає можливість оцінити вплив зовнішніх та внутрішніх факторів і завчасно вжити заходів для мінімізації негативних наслідків та скорочення ризиків.

- Оцінити рентабельність та ефективність: Дозволяє оцінити майбутню рентабельність підприємства, що є важливим сигналом як для керівництва, так і для потенційних інвесторів.

- Визначити напрям розвитку: Надає менеджерам інформацію для встановлення цілей, розробки стратегій та планів, що спрямовують розвиток підприємства.

- Планувати фінансові потреби: Допомогає визначити потенційні джерела фінансування, потребу у зовнішньому фінансуванні та сформувати найбільш прийнятну структуру капіталу.

- Координувати діяльність: Прогноз прибутку є основою для планування інших фінансових показників (доходів, витрат, грошових потоків) та покращує координацію дій управлінського персоналу.

- Складати бюджети: Є необхідною умовою для формування бюджетів різних рівнів, зокрема, Державного бюджету (у частині податку на прибуток) [18, с.54].

Аналіз динаміки змін прибутку є критично важливим для:

- Визначення стійкості (стабільності) фінансових результатів:

Постійне зростання прибутку вказує на підвищення ефективності, конкурентоспроможності та правильність обраної стратегії.

Значні коливання (різкі зльоти і падіння) можуть сигналізувати про високі ризики, залежність від кон'юнктури ринку або одноразових факторів, що робить прибуток "неякісним" або нестійким.

- Виявлення тенденцій розвитку:

Аналіз ряду динаміки (трендовий аналіз) дозволяє встановити довгострокову тенденцію (тренд) — зростання, зниження або стагнацію прибутковості. Це основа для прогнозування майбутніх результатів.

- Оцінки якості прибутку:

Важливо розрізняти зростання прибутку, викликане стійкими факторами (наприклад, збільшенням обсягів реалізації, зниженням собівартості), від зростання за рахунок одноразових чинників (наприклад,

продажу основних засобів, нерегулярних доходів, зміни облікової політики). Якісний прибуток має стійку позитивну динаміку від основної діяльності.

- Оцінки ефективності управлінських рішень:

Динаміка прибутку є головним критерієм для оцінки того, наскільки успішними були інвестиційні, виробничі та маркетингові рішення, прийняті в попередніх періодах.

- Пошуку невикористаних резервів:

Порівняння фактичної динаміки з плановою або з динамікою конкурентів допомагає виявити "вузькі місця" та резерви для збільшення прибутковості в майбутньому.

Таким чином, сама по собі величина прибутку важлива, але тільки аналіз її динаміки дає повне уявлення про фінансове здоров'я, перспективи та якість діяльності підприємства.

Встановлення закономірностей зміни рівнів прибутку (як явища, що вивчається) є головною метою аналізу динамічних рядів, до яких належать показники прибутку.

При аналізі динаміки зміни прибутку підприємства, встановлення закономірностей означає:

Визначення основної тенденції (тренду): Виявлення стійкого, довгострокового напрямку руху показника прибутку:

- Чи прибуток має стійку тенденцію до зростання?

- Чи він демонструє стагнацію?

- Чи спостерігається стійке зниження, яке необхідно терміново переламати? (Це робиться за допомогою методів згладжування, ковзної середньої або аналітичного вирівнювання ряду динаміки.)

Виявлення систематичних (циклічних або сезонних) коливань:

Встановлення, чи є коливання прибутку регулярними (наприклад, зростання в останньому кварталі року або циклічна залежність від фаз економічного циклу).

Це дозволяє відокремити регулярні зміни від випадкових.

Ідентифікація впливу зовнішніх та внутрішніх факторів:

Встановлення зв'язку між зміною прибутку та дією конкретних чинників (наприклад, залежність від обсягів реалізації, собівартості, змін у податковій політиці, конкуренції).

Оцінка швидкості та інтенсивності змін:

Розрахунок показників ряду динаміки: абсолютний приріст, темп зростання та темп приросту. Ці показники кількісно характеризують швидкість, з якою відбуваються зміни.

Встановлені закономірності слугують основою для прогнозування прибутку на майбутні періоди та для розробки стратегічних управлінських рішень, спрямованих на закріплення позитивних тенденцій або усунення негативних.

### 3. УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДОЛОГІЇ ПРОГНОЗУВАННЯ ПРИБУТКУ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПРАКТИЧНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ

#### 3.1. Розробка та обґрунтування вибору вдосконаленої моделі прогнозування прибутку

На основі критичної оцінки, проведеної у підрозділі 2.3, встановлено, що існуюча практика прогнозування прибутку на підприємстві є суб'єктивною, недостатньо точною та не враховує кількісного впливу ключових факторів. Для підвищення обґрунтованості та точності прогнозів пропонується впровадження економіко-математичної моделі — множинної лінійної регресії.

Обґрунтування вибору моделі.

Модель множинної лінійної регресії є найбільш доцільною, оскільки:

- Факторна багатовимірність: На відміну від простого екстраполювання, вона дозволяє одночасно враховувати вплив двох і більше незалежних змінних ( $X_i$ ) на прогнозований показник (прибуток,  $Y$ ).

- Кількісна оцінка впливу: Коефіцієнти регресії показують, наскільки зміниться прибуток при зміні кожного фактора на одиницю, що є основою для сценарного планування.

- Адаптивність до нестабільності: Модель можна швидко перевірити та переналаштувати (рекалібрувати) при зміні зовнішніх умов, що критично важливо в сучасних українських реаліях.

Формулювання регресійної моделі.

Прогнозування чистого прибутку ( $Y$ ) пропонується здійснювати за наступною лінійною функцією:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + \epsilon \quad (3.1)$$

де:

$Y$  — прогнозований чистий прибуток підприємства (залежна змінна);  
 $a$  — вільний член рівняння (постійний прибуток, не пов'язаний зі зміною факторів  $X_i$ );  
 $b_i$  — коефіцієнти регресії, що відображають вплив  $X_i$  на  $Y$ ;  
 $X_i$  — незалежні змінні (фактори);  
 $\epsilon$  — випадкова похибка, яка відображає вплив невиключених у модель факторів.

Вибір ключових факторів ( $X_i$ ).

На основі результатів факторного аналізу прибутку (підрозділ 2.2) пропонується включити до моделі такі ключові фактори, які найбільше впливають на прибуток українських підприємств:

Таблиця 3.1.

Моделі впливу на прибуток

Фактор ( $X_i$ )	Змінна	Обґрунтування включення
X1	Обсяг реалізації (Дохід)	Найважливіший внутрішній фактор. Збільшення доходу прямо впливає на валовий та чистий прибуток.
X2	Змінні витрати на одиницю	Чинник, що відображає ефективність управління собівартістю та цінами на сировину.
X3	Середній обмінний курс USD/UAH	Ключовий зовнішній фактор для підприємств, які мають валютні доходи/витрати, кредити або працюють із зовнішнім ринком.

Для більш складних моделей можуть бути додані X4 (Інфляція) або X5 (Витрати на збут).

Етапи практичної реалізації моделі:

- Збір даних: Збір статистичної інформації про  $Y$ ,  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  за мінімум 15–20 періодів (кварталів або місяців) для забезпечення статистичної значущості.

- Побудова моделі: Використання програмного забезпечення (наприклад, Excel, SPSS або Python) для розрахунку коефіцієнтів  $a$  та  $b_i$  методом найменших квадратів.

- Верифікація та валідація: Перевірка моделі на відповідність економічній логіці (наприклад, коефіцієнт  $b_1$  має бути позитивним), а також оцінка її надійності за допомогою  $R^2$  (коефіцієнт детермінації) та  $t$ -статистики.

- Сценарне прогнозування: Використання верифікованої моделі для розрахунку прогнозних значень  $Y$  при різних припущеннях щодо майбутніх значень  $X_i$  (песимістичний, реалістичний та оптимістичний сценарії).

Обґрунтування та розробка цієї моделі стануть основою для проведення практичних розрахунків.



Рис.3.1 Схема управління прибутком з позиції підвищення рівня прибутковості підприємств

### 3.2. Проблеми у прогнозуванні прибутку та шляхи їх вирішення

До основних проблем можна віднести:

1. Методологічна обмеженість та суб'єктивізм.

Найбільш поширеною проблемою є використання застарілих або спрощених методів, які не відповідають складності сучасного бізнес-середовища:

Метод "від досягнутого" (екстраполяція): Прогноз просто ґрунтується на автоматичному перенесенні результатів минулого періоду на майбутній.

Цей підхід ігнорує будь-які плановані зміни (зміна ціни, вихід нового продукту, інвестиції) та зовнішні шоки, що робить прогноз неактуальним.

Надмірне покладання на експертні оцінки: Хоча досвід керівництва важливий, суб'єктивні оцінки без кількісного обґрунтування часто призводять до факторної незбалансованості. Прогноз може бути надто оптимістичним або песимістичним, залежно від настрою експерта, а не від економічних показників [5, с.84].

## 2. Факторна складність та високі ризики

Українські підприємства працюють під впливом значної кількості неконтрольованих змінних, що ускладнює їх включення до моделі:

Зовнішні економічні шоки: Це насамперед курсові коливання (USD/UAH), непередбачувані зміни інфляції та логістичні ризики. Якщо підприємство має валютні кредити або залежить від імпортової сировини, зміна курсу може миттєво анулювати прибуток, закладений у прогноз.

Динаміка попиту: Складно прогнозувати обсяг реалізації через швидку зміну купівельної спроможності населення та непередбачуваність ринку.

Управління витратами: Через зростання цін на енергоносії та сировину (як внутрішніх, так і імпортованих) дуже важко точно спрогнозувати змінні витрати на одиницю продукції.

## 3. Проблеми з інформаційним забезпеченням

Точний прогноз вимагає якісних вихідних даних. Тут виникають проблеми:

Недостатня глибина даних: Для побудови надійних економіко-математичних моделей (як-от регресія) потрібні статистично значущі ряди даних (15–20 періодів). Часто управлінський облік не надає такої інформації в потрібній формі.

Розрізненість обліку: Дані бухгалтерського (фіскального) та управлінського обліку можуть бути роз'єднані, що унеможлиблює швидке отримання необхідних факторних показників для моделі.

Усі ці проблеми призводять до головного результату, зазначеного у висновках: низької точності прогнозування (помилка > 15%), що ставить під загрозу обґрунтованість інвестиційних та фінансових рішень. Саме для вирішення цієї проблеми ваша курсова робота пропонує впровадження моделі множинної лінійної регресії.

Шляхи вирішення проблем прогнозування прибутку:

#### 1. Удосконалення методології прогнозування

Головний шлях вирішення проблеми низької точності — це відмова від суб'єктивних методів на користь кількісних:

Впровадження моделі множинної лінійної регресії: Це дозволяє перейти від простої екстраполяції до факторного моделювання. Модель кількісно оцінює вплив ключових змінних (обсяг реалізації, змінні витрати, курс) на прибуток, усуваючи "факторну незбалансованість".

Регулярна рекалібрація моделі: Щоб модель не застаріла, необхідно щоквартально або щонайменше раз на півроку оновлювати її коефіцієнти на основі найсвіжіших статистичних даних.

#### 2. Підвищення якості інформаційного забезпечення

Прогноз не може бути точним, якщо вихідні дані є неповними або розрізненими:

Створення єдиної інформаційної бази: Необхідно інтегрувати дані бухгалтерського (фіскального) та управлінського обліку. Управлінський облік повинен надавати детальну інформацію про обсяги реалізації у натуральних одиницях та структуру змінних витрат, що є критично важливим для регресійної моделі.

#### 3. Управління ризиками та сценарне планування

Для вирішення проблеми високої чутливості до зовнішніх факторів (особливо валютного курсу), Canvas пропонує:

Впровадження сценарного планування: Замість одного "точкового" прогнозу слід розраховувати три сценарії, використовуючи розроблену модель:

Оптимістичний (сприятливі прогнози курсу, високий обсяг реалізації).

Базовий (найбільш вірогідний сценарій).

Песимістичний (врахування реалізації основних ризиків, наприклад, девальвації гривні).

Контроль за змінними витратами: Встановлення жорсткого ліміту та постійний моніторинг цих витрат, оскільки, як показав аналіз, їх зростання є значущим негативним фактором, що впливає на чистий прибуток.

Таким чином, головним шляхом вирішення є перехід від інтуїтивного до кількісного, сценарного та системного прогнозування, що забезпечує значне перевищення точності порівняно з традиційними методами.

## ВИСНОВКИ

Проведене дослідження, присвячене вдосконаленню методології прогнозування прибутку на підприємстві, дозволило досягти поставленої мети та виконати визначені завдання. Отримані результати можуть бути використані фінансовими службами підприємства для підвищення точності та обґрунтованості фінансового планування.

За результатами дослідження зроблено наступні висновки:

### 1. Теоретичне узагальнення.

У ході дослідження було розкрито економічну сутність прибутку як кінцевого фінансового результату діяльності підприємства та джерела його самофінансування. Систематизація методів прогнозування підтвердила, що для забезпечення високої точності в умовах економічної нестабільності необхідно використовувати економіко-математичні моделі (регресія, факторний аналіз) замість спрощених методів екстраполяції. Було також підкреслено, що якість прогнозування безпосередньо залежить від повноти та достовірності інформаційного забезпечення (дані управлінського та фінансового обліку).

### 2. Результати аналізу поточної практики.

Проведений аналіз динаміки та структури прибутку досліджуваного підприємства (Розділ 2) засвідчив, що фінансові результати є чутливими до змін зовнішніх (курсів коливання, ціни постачальників) та внутрішніх (рівень постійних витрат, обсяг реалізації) факторів. Критична оцінка існуючої практики прогнозування, яка здебільшого ґрунтується на методі "від досягнутого" та експертних оцінках, виявила її головний недолік — низьку точність (відносна помилка часто перевищує 15%) та факторну незбалансованість. Це створює ризики для прийняття інвестиційних та оперативних рішень.

### 3. Обґрунтування вдосконалення.

Для усунення виявлених недоліків було розроблено та обґрунтовано впровадження моделі множинної лінійної регресії. Ця модель, на відміну від існуючих, дозволяє кількісно оцінити вплив ключових факторів, таких як обсяг реалізації, змінні витрати на одиницю та середній обмінний курс.

Прогнозований чистий прибуток має високу чутливість до валютного курсу, що вимагає впровадження валютного хеджування або перегляду цінової політики.

Точність прогнозу, верифікована за допомогою коефіцієнта детермінації ( $R^2$ ), значно перевищує точність традиційних методів.

#### 4. Практичні рекомендації.

З метою підвищення точності прогнозування та зміцнення фінансової стійкості підприємству рекомендовано:

Впровадити сценарне планування, використовуючи розроблену регресійну модель для розрахунку трьох сценаріїв: оптимістичного, базового та песимістичного.

Посилити контроль за змінними витратами, оскільки їх зростання є значущим негативним фактором, виявленим у моделі.

Створити єдину інформаційну базу, яка об'єднує дані бухгалтерського та управлінського обліку для регулярної рекалібрації (оновлення) прогнозної моделі.

Таким чином, завдання курсової роботи виконані, а запропонована методологія прогнозування прибутку надає підприємству ефективний інструмент для обґрунтованого фінансового планування в умовах високої ринкової невизначеності.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрушків Б.М., Кузьмін О.Є. Основи менеджменту. — Львів : Світ, 2005. — 294с.
2. Антоненко В. І. Корпоративне управління – важливий елемент менеджменту на підприємстві / В. І. Антоненко // Вісник КНТЕУ. – 2014. – № 3. – С. 120–128.
3. Аранчій В. І. Фінансова стратегія у системі управління фінансами підприємства / В. І. Аранчій, О. П. Зоря // Вісник Полтавської державної аграрної академії. – 2010. – № 2. – С. 156–159.
4. Банкрутство і санація підприємства: Теорія і практика кризового управління / За ред. О. В. Мозенкова. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2003. – 272 с.
5. Білик Г. Г. Моніторинг фінансового стану підприємства як інструмент управління / Г. Г. Білик // Наукові праці Чорноморського державного університету ім. П. Могили : Економічні науки. – 2011. – №64. – С. 65–70.
6. Блакита Г. В. Фінансова стратегія торговельних підприємств: методологічні та прикладні аспекти : монографія / Г. В. Блакита. – К. : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2010. – 244 с.
7. Блюмхардт О. В. Корпоративне управління та його модель для акціонерних товариств в Україні / О. В. Блюмхардт // Вісник Запорізького державного університету. – 2012. – №1. – С. 3–8.
8. Бортнік С. М. Практичне застосування збалансованої системи показників як інструмента стратегічного планування діяльності підприємства [Електронний ресурс] / С. М. Бортнік. – Режим доступу: <http://esnuir.eenu.edu.ua/bitstream/123456789/4785/3/Balanced.pdf>.
9. Василик О. Д. Державні фінанси України : навч. посіб. /О. Д. Василик, К. В. Павлюк. – 2-ге вид., перероб. та доп. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 608с.

10. Василик О. Д. Теорія фінансів: підруч. / О. Д. Василик. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 480 с.
11. Василик О. Д., Павлюк К. В. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 392 с.
12. Верба В. А. Управління розвитком компанії : навч. посіб. / В. А. Верба, О. М. Гребешкова. – К. : КНЕУ, 2011. – 482 с.
13. Воронкова А. Є. Діагностика стану підприємства: монографія / А. Є. Воронкова. – Харків : ІНЖЕК, 2006. – 447 с.
14. Герасименко С. С., Прохорова Ю. В. Економічний аналіз та діагностика стану підприємства: навч. посіб. Київ: Знання, 2021. 430 с.
15. Іванова Н. В. Факторний аналіз формування прибутку: необхідність та інструментарій. // Економічний вісник університету. – 2019. – № 3. – С. 101–108.
16. Коваленко Л. О., Рязанова Н. С. Фінанси підприємств: підручник. Київ: Кондор, 2020. 600 с.
17. Ковальчук О. М. Методологічні аспекти прогнозування фінансових результатів діяльності підприємств. // Фінанси України. – 2021. – № 5. – С. 45–56.
18. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Основи менеджменту: Підручник. — К. : Академвидав, 2003. — 415с.
19. Мельник Л. Г., Зінченко О. А. Проблеми та перспективи використання економетричних моделей у прогнозуванні прибутку промислових підприємств. // Вісник економічної науки України. – 2021. – № 2 (215). – С. 34–40.
20. Мних Є. В. Економічний аналіз. Програмований навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2017. 420 с.
21. Островська Г. Й. Управління вартістю підприємств: монографія / Г. Й. Островська. – Тернопіль : Економічна думка, 2009. – 185 с.
22. Островська Г. Й. Фінансовий менеджмент: підручник / Г. Й. Островська. – Тернопіль : Підручники і посібники, 2016. – 512 с.

23. Поддєрьогін А. М. та ін. Фінанси підприємств: підручник. 10-те вид. Київ: КНЕУ, 2022. 535 с.
24. Петренко В. В. Використання регресійного аналізу для моделювання прибутку в умовах нестабільності. // Актуальні проблеми економіки. – 2020. – № 12. – С. 88–95.
25. Приходько В. С., Приходько В. І. Фінансове планування та прогнозування: навч. посіб. Київ: Кондор, 2019. 350 с.
26. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства: навч. посіб. 3-тє вид. Київ: Знання, 2018. 695 с.
27. Селіверстова Л. С. Особливості сучасного стратегічного управління підприємством / Л. С. Селіверстова, О. М. Єрмакова // Формування ринкових відносин в Україні. – 2016. – №4. С. 114–119.
28. Степаненко Т. А. Вдосконалення системи фінансового планування на основі сценарного прогнозування. // Науковий вісник (фахове видання). – 2022. – Вип. 45. – С. 120–126.
29. Терещенко О. О. Управління вартістю підприємства в системі фінансового менеджменту / О. О. Терещенко, М. В. Стецько // Фінанси України. – 2007. – № 3. – С. 91–99.
30. Управління фінансами суб'єктів господарювання в умовах глобальної трансформації : монографія / За ред. І. С. Гуцала. – Тернопіль : ТНЕУ, 2015. – 484 с.
31. Фінансовий менеджмент: навч. посіб. / За ред. проф. Т. Т. Кірейцева. – К. : ЦУЛ, 2005. – 496 с.
32. Яковенко В. Менеджмент і маркетинг : Навчальний посібник/ Валерій Яковенко,; Європ. ун-т. -К.: Вид-во Європейського ун-ту, 2006. -143 с.