

УДК 336.72

Н.І. Гавриленко, канд. техн. наук, доцент**С.С. Кислинський**, магістр

Чернігівський державний технологічний університет, м. Чернігів, Україна

ОСОБЛИВОСТІ МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

У статті розглянуто стан і перспективи розвитку ринку макаронних виробів в Україні як одного з основних представників харчової промисловості.

Ключові слова: прибуток, рентабельність, харчова промисловість, макаронна галузь, економічне зростання, ресурсний потенціал.

В статье рассмотрено состояние и перспективы развития рынка макаронных изделий в Украине как одного из основных представителей пищевой промышленности.

Ключевые слова: прибыль, рентабельность, пищевая промышленность, макаронная отрасль, экономический рост, ресурсный потенциал.

The article deals with the state and prospects of development of the pasta market in Ukraine as one of the main representatives of the food industry.

Key words: income, profitability, food industry, macaroni industry, economic growth, resource potential.

Постановка проблеми. Перехід до ринкової економіки потребує від підприємств підвищеної ефективності виробництва на основі впровадження досягнень науково-технічного прогресу. Забезпечення динаміки сталого розвитку підприємства визначається його спроможністю здійснювати фінансування відтворювального процесу на розширеній основі. Для цього необхідно, насамперед, отримувати прибуток певної величини та якості.

Результативним елементом прибутковості підприємства є маса і норма прибутку, які становлять потужний важіль динамічного розвитку його діяльності. Проблематика прибутковості підприємства охоплює питання його виникнення в процесі функціонування, формування у сфері обміну і розподілу та використання для нагромадження капіталу (капіталізації прибутку). Особливе значення ці проблемні питання мають для підприємств, де протягом тривалого часу прибутковість істотно не зростала, або які функціонують збитково. Для вирішення цієї проблеми потрібно системно дослідити сутність прибутковості підприємства як процесу, його складові елементи, їх чітку цілеспрямовану взаємодію і сучасні альтернативні заходи підвищення прибутковості.

Формування прибутків підприємств харчової промисловості є основним ключовим питанням як для держави, власників підприємств, так і для найманих працівників. Прибуток посідає одне з головних місць у загальній системі власних інструментів ринкової економіки. Беззаперечним є той факт, що чим вищий прибуток, тим більше можливостей у підприємства поновлювати свою матеріальну базу, розвивати нові виробничі програми, напрями діяльності. Він забезпечує стабільність підприємства, гарантує його фінансову незалежність.

Харчова промисловість України є стратегічно важливою, оскільки підприємства цієї галузі формують продовольчу безпеку країни, забезпечують населення необхідними продовольчими товарами, витрати на споживання яких становлять понад 60 % загальних грошових витрат населення [18, с. 162].

Макаронні вироби є одним з основних продуктів харчування більшості жителів України. Вони існують різних цінових категорій, що робить їх доступними як для багатих покупців, так і для тих, хто має невеликий дохід. Також вони легко та швидко готуються, що має популярність серед найбільшого сегмента покупців – молоді.

Тож, ринок макаронних виробів є невід'ємною складовою усієї харчової промисловості України, і його стан неодмінно вплине як на економіку усієї країни в цілому, так і добробут населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наразі багато вчених-економістів досліджують поняття прибутку та прибутковості, зокрема: О. М. Бандурко, І. А. Бланк, В. П. Завгородній, Г. В. Савицкая, С. В. Мочерний, А. М. Поддєрьогін, С. Ф. Покропивний, А. В. Шегда та ін.

Багато науковців та вчених-економістів займаються питаннями виробництва і збуту продукції підприємств харчової промисловості – це роботи П. Саблука та Ю. Мельника, Л. Дейнеко та П. Купчак, К. П. Кравця, І. В. Левицької, В. В. Лиськова, І. О. Макаренка, П. В. Осипова, М. П. Сичевського та ін., зокрема макаронної галузі – І. М. Задорожного, К. Л. Ковальчука, Н. Наливайко, І. В. Сирохмана, І. Чайки, І. Шматченка та ін.

Разом з тим, у сучасний період розвитку конкурентних відносин в економіці держави виникає необхідність безперервного аналізу й оцінки цієї проблематики.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на кількісне зростання публікацій у дослідженій галузі, окремі питання не отримали достатньої уваги, особливо це стосується процесу формування прибутку підприємств макаронної галузі та факторів, що впливають на нього, що й обумовлює вибір і формування цілей цієї наукової статті.

Мета дослідження. Головною метою цієї роботи є розробка напрямів максимізації прибутку підприємств харчової промисловості та аналіз сучасного стану розвитку ринку макаронних виробів в Україні, розробка основних рекомендацій щодо підвищення його ефективності.

Виклад основного матеріалу. Фінансовим результатом діяльності будь-якого підприємства є отримання прибутків або збитків.

Для підприємства прибуток — це сигнал, який вказує на те, де можна домогтися найбільшого фінансового результату, він створює стимул для інвестування. Збитки теж відіграють свою роль, тобто показують наявність помилок і прорахунків у напрямку використання коштів, організації виробництва і збуту продукції. Прибуток є одним з узагальнюючих оціночних показників діяльності підприємства, грошовим вираженням основної частини грошових нагромаджень, створюваних підприємствами будь-якої форми власності. Він є показником, що найбільш повно відображає ефективність виробництва, обсяг та якість виробленої продукції, стан продуктивності праці, рівень собівартості.

У ринкових умовах прибуток становить основу економічного розвитку підприємства. Ріст прибутку створює фінансову базу для розширеного відтворення, вирішення соціальних і матеріальних потреб трудового колективу. За рахунок прибутку виконується частина зобов'язань підприємства перед бюджетом, банками та іншими підприємствами й організаціями.

Економічна категорія "прибуток" потребує значної уваги, тому що при прорахунках підприємців щодо спрямування коштів, організації виробництва та реалізації продукції, може виникнути протилежне явище – збитки, які також висвітлюють результати роботи підприємства за певний період.

У сучасних умовах серед учених-економістів існують різні погляди стосовно поняття "прибуток". На думку більшості авторів, прибуток являє собою позитивний результат від діяльності підприємства, однак при цьому значна частина вчених характеризує прибуток лише з кількісного боку (табл. 1).

Таблиця 1

Трактування поняття прибуток підприємства

Автори	Визначення поняття «прибуток»	Джерело
Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI	Прибуток із джерелом походження з України та за її межами – визначається шляхом зменшення суми доходів звітного періоду (визначених згідно зі статтями 135-137 Податкового кодексу України), на собівартість реалізованих товарів, виконаних робіт, наданих послуг та суму інших витрат звітного податкового періоду (визначених згідно зі статтями 138-143 Податкового кодексу України), з урахуванням правил, встановлених статтею 152 Податкового кодексу України	[1]
П(С)БО 3 «Звіт про фінансові результати»	Прибуток – сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати	[2, с. 9]
Бандурко О.М.	Прибуток підприємства – це перевищення доходів від його діяльності над сумою видатків, він являє собою єдину форму його власних нагромаджень	[17, с. 57]
Завгородній В.П.	Прибуток – це економічна категорія, різниця між валовим виторгом (без податку на додану вартість і акцизного збору) та витратами на виробництво і реалізацію продукції	[10, с. 154]
Савицька Г.В.	Прибуток – це частина чистого доходу, створеного в процесі виробництва та реалізованого у сфері обігу, який безпосередньо отримують підприємства	[15, с. 225]
Покропивний С.Ф.	Прибуток – це частина виторгу, що залишається після відшкодування усіх витрат на виробничу і комерційну діяльність підприємства, характеризуючи перевищення надходжень над витратами, прибуток виражає мету підприємницької діяльності і є головним показником її результативності (ефективності)	[8, с. 436]
Бойчик І.М.	Прибуток – це частина доходу, що залишається підприємству після відшкодування всіх витрат, пов'язаних з виробництвом, реалізацією продукції та іншими видами діяльності	[4, с. 346]
Мазаракі А.А.	Прибуток як економічний показник – різниця між ціною реалізації та собівартістю продукції (товарів, послуг), між обсягом отриманого виторгу та сумою витрат на виготовлення та реалізацію продукції	[12, с. 449]

Однак перераховані вище трактування вітчизняних учених характеризують поняття прибутку, насамперед, з кількісного боку, що є очевидним, проте при цьому не розкривається його економічна природа.

А.М. Поддєрьогін визначає прибуток як частину заново створеної вартості, виробленої і реалізованої, готової до розподілу. Таким чином, наголошується на важливості процесу реалізації виробленого продукту за кошти [14, с. 59].

У публікаціях останніх років І.А. Бланк одним із перших в Україні використовує поняття співвідношення ризику і доходу у своєму визначенні прибутку. На думку вченого, прибуток – це втілений у грошовій формі чистий дохід підприємця на вкладений капітал, що характеризує його винагороду за ризик здійснення підприємницької діяльності та є різницею між сукупним доходом і сукупними витратами у процесі здійснення підприємницької діяльності [16, с. 41].

А.В. Шегда трактує поняття прибутку таким чином: прибуток – це частина виручки, що залишається після відшкодування усіх витрат на виробничу і комерційну діяльність підприємства. Характеризуючи надлишок надходжень над витратами ресурсів, прибуток є метою підприємницької діяльності та основним її економічним показником. При цьому зарплата розглядається як витрати на ресурсну складову підприємницької діяльності — персонал [7, с. 150].

Актуальним також є визначення С.В. Мочерного про те, що прибуток – перетворена похідна форми додаткової вартості, яка з кількісного аспекту є різницею між ціною

продажу товарів і витратами капіталу на її виготовлення [9, с. 397]. Адже незаперечним фактом є те, що кількісно прибуток відображається як різниця між ціною товару та витратами на його виготовлення, однак учений цілком доречно зауважує, що прибуток відображає перетворену похідну форму додаткової вартості.

Прибуток є головною метою та критерієм ефективної діяльності сучасного підприємства, безпосередньо впливає на його фінансовий стан та є захисним механізмом від банкрутства, а також основним джерелом забезпечення фінансування внутрішніх потреб та подальшого його розвитку.

Прибуток є основним фінансовим джерелом розвитку підприємства, науково-технічного удосконалення його матеріальної бази і продукції, всіх форм інвестування. Він служить джерелом сплати податків. Враховуючи значення прибутку, вся діяльність підприємства спрямована на те, щоб забезпечити зростання його величини або принаймні стабілізувати її на певному рівні. Тому основний принцип діяльності підприємства складається з прагнення максимізувати прибуток. З цієї причини прибуток виступає основним показником ефективності виробництва.

Якщо ж простежити вищесказане у функціонуванні харчової промисловості України, то можна стверджувати, що ефективно функціонування та інтенсивний розвиток підприємств харчової промисловості можливий за умов існування системи стабільного забезпечення продовольчою сировиною, наявності сучасної матеріально-технічної бази підприємств, випуску конкурентоспроможної продукції, відносного зростання платоспроможного попиту споживачів.

На розташування центрів харчової промисловості впливають такі фактори, як сировинний та споживчий. Тож залежно від ступеня впливу цих факторів, усі галузі харчової промисловості поділяються на такі групи:

- галузі, які орієнтуються на джерела необхідної сировини і переробляють ту сировину, що мало транспортується, та які мають великі норми витрат цієї сировини (маслоробна, крохмале-паточкова, олійно-жирова, консервна, спиртова, цукрова промисловість);
- галузі, які розташовуються поблизу місць споживання готової продукції (кондитерська, молочна, пивоварна, хлібопекарська та макаронна);
- галузі, які орієнтуються одночасно на сировину і споживача (м'ясна, виноробна, тютюнова, борошномельно-круп'яна, лікеро-горілчана).

Для того, щоб адекватно оцінювати теперішній фінансовий стан харчової промисловості України, простежимо за отриманим фінансовим результатом і чистим прибутком підприємств харчової промисловості в динаміці (табл. 2, 3).

Таблиця 2

Фінансовий результат операційної діяльності підприємств харчової промисловості України в динаміці, млн грн

Рік	Фінансовий результат	Підприємства, які одержали прибуток		Підприємства, які одержали збиток	
		у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат	у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат
2008	5938,0	69,3	14832,0	31,7	8894,0
2009	5853,6	62,9	10469,6	37,1	4616,0
2010	4920,1	60,4	10541,5	39,6	5621,4
2011	4716,5	59,4	12201,0	40,6	7484,5

Найвищий фінансовий результат операційної діяльності підприємств харчової промисловості України спостерігався у 2008 році (5938,0 млн грн), адже саме тоді найбільше підприємств отримували прибуток (69,3 % до загальної кількості підприємств). Надалі фінансові результати почали погіршуватися і така тенденція є і на цей час. Зниження відбулося

на суму 1221,5 млн грн (від 5938,0 до 4716,5 млн грн), а у структурі спостерігається негативна тенденція до зрівнювання підприємств, які одержали позитивний і негативний фінансовий результат: відповідно, перші скоротилися з 69,3 % до 59,4 % до загальної кількості підприємств, а другі збільшили свою кількість з 31,7 % до 40,6 % до загальної кількості підприємств.

Таблиця 3

Чистий прибуток, отриманий підприємствами харчової промисловості України в динаміці, млн грн

Рік	Чистий прибуток (збиток)	Підприємства, які одержали прибуток		Підприємства, які одержали збиток	
		у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат	у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат
2008	-6676,0	60,9	4105,8	39,1	10781,8
2009	3510,7	61,9	8189,1	38,1	4678,4
2010	2265,8	58,9	8072,7	41,1	5806,9
2011	2256,2	57,9	9724,5	42,1	7468,3

Стосовно чистого прибутку, який отримали підприємства харчової промисловості, то тут простежується нерівна тенденція: у 2008 році підприємства отримали збиток у загальній кількості результатів, а потім, у 2009 році, різке збільшення на 10186,7 (від -6676,0 млн грн до 3510,7 млн грн). Надалі ж відбувається поступове зменшення отриманого підприємствами чистого прибутку.

Формування прибутку залежить від багатьох чинників, кожний з яких позитивно або негативно впливає на величину прибутку підприємства.

Загалом, всі фактори, від яких залежить прибутковість, можна поділити на зовнішні (фактори, які не залежать від діяльності суб'єктів господарювання) та внутрішні (фактори, які залежать від діяльності підприємства).

Серед зовнішніх факторів можна виокремити три групи:

- загальнооекономічні фактори (побудова на основі власності виробничих відносин, формування організаційно-правових структур ринкового типу, створення інфраструктури ринку);
- ринкові фактори (суттєве коливання попиту і пропозиції, рівень реальних доходів населення, нестабільність фінансового ринку);
- інші фактори (політична нестабільність, негативні демографічні тенденції та ін.).

Серед внутрішніх факторів також можна виокремити три групи:

- виробничі фактори (використання матеріально-технічної бази виробництва, використання трудового потенціалу);
- інвестиційні фактори (впровадження у виробництво нових засобів праці, витрати інвестиційних ресурсів);
- фінансові фактори (формування фінансової стратегії, планування діяльності, структура джерел фінансування).

Отже, кожному підприємству необхідно враховувати всі чинники, які впливають на його функціонування, і постійно оптимізувати свою діяльність.

В Україні є всі можливості для розвитку харчової промисловості, а особливо макаронної. Вироби макаронних підприємств є найпоширенішим продуктом харчування та найбільш доступним як в Україні, так і світі. Масове виробництво макаронів було започатковано у XII-XIII ст. в Італії. На території нашої держави вперше макаронну фабрику було збудовано та запущено у 1797 році в м. Одеса.

У цілому по Україні макаронна галузь представлена 11 макаронними фабриками, з яких на сьогодні більш-менш стабільно працюють 4 (Київська, Чернігівська, Хмельницька, Сімферопольська), які оснащені імпортними лініями по випуску довгорізнаних та короткорізнаних макаронних виробів.

У розрізі об'ємів виробництва серед загального виробництва макаронних виробів в Україні ВАТ "Київська макаронна фабрика" (ТМ "КМФ") займає 15 % ринку, ЗАТ "Хмельницька макаронна фабрика" і ВАТ "Чернігівська макаронна фабрика" (ТМ "Тая") – 11,0 % і 12,0 % відповідно (управляюча компанія обох фабрик – ТзОВ "Українські макарони"), ВАТ "Сімферопольська макаронна фабрика" (ТМ "Макарові справи") – 11 % ринку. Решту 51 % ринку виробництва макаронних виробів покривають дрібніші підприємства.

У період з 2005 по 2011 роки виробництво всіх видів макаронних виробів збільшилося з 206 до 210 тис. т, тобто на 4 тис. т, або на 102 % (табл. 4).

Таблиця 4

Динаміка виробництва макаронних виробів в Україні протягом 2005-2011 років, тис. т

Види макаронних виробів	Роки						
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Вироби макаронні без начинки, не піддані тепловому обробленню чи не приготовлені будь-яким іншим способом	104	108	107	113	108	116	135
Вироби макаронні з начинкою, піддані тепловому обробленню або приготовлені іншим способом (сушені, заморожені)	102	108	110	93,7	77	68,4	74,5
Всього	206	216	217	207	185	184	210

Найбільший обсяг виробництва макаронних виробів був у 2007 році (217 тис. т), а найменший – у 2010 р. (184 тис. т), що пояснюється фінансовою кризою як в економіці України, так і у галузях переробної промисловості. Проте протягом 2005-2007 років спостерігався підйом у кількості виробництва макаронів з 206 до 217 тис. т на рік, що було викликане стабілізацією закупівельних цін на борошно, модернізацією технологічних ліній, запуском нових потужностей. Проте вже у 2008-2009 роках відбувся значний спад виробництва, зокрема через зменшення купівельної спроможності населення.

Виробництво макаронних виробів в Україні протягом 2005-2011 років, у розрахунку на 1 особу, змінювалося незначно і коливалося в межах 2,1-2,5 кг на рік.

На українському ринку макаронних виробів у докризовий період спостерігалось збільшення імпортової продукції, зокрема з Італії і Росії. Близько 60-65 % ємності українського ринку займала вітчизняна продукція, а решта 30-35 % належала імпорту. Протягом 2006-2011 років імпорт макаронних виробів мав неоднозначну тенденцію, проте порівнюючи обсяг 2011 року з 2006, можна стверджувати, що він збільшився з 17,51 тис. т до 21,84 тис. т на рік, тобто на 4,33 тис. т, або на 125 % (табл. 5).

Таблиця 5

Імпорт і експорт макаронних виробів українського виробництва протягом 2006-2011 років, тис. т

Показник	Роки					
	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Імпорт	17,51	21,66	20,32	13,81	17,51	21,84
Експорт	11,76	14,42	15,39	15,64	12,04	16,48

Найбільший обсяг як імпорту, так і експорту спостерігається у 2011 році (21,84 тис. т і 16,48 тис. т відповідно), адже загалом економіка і переробна промисловість України майже відновили свою діяльність після кризового стану у 2008-2010 роках і досягли обсягів рівних або більших за ті, що були в докризовий період.

Макаронні вироби в Україну постачають переважно з Росії та Італії. За даними 2011 року, з Росії надійшло 11,1 тис. т, а з Італії – 5,64 тис. т макаронних виробів.

З таблиці 5 видно також, що українські підприємства, які виробляють макаронні вироби, останніми роками нарощують обсяг експорту цієї продукції. Так, з 2006 року по 2011 відбулося зростання експорту з 11,76 до 16,48 тис. т відповідно (на 4,72 тис. т або 140 %). Найбільше продукції макаронної галузі експортується у Росію, Молдову та Польщу (4,35 тис. т, 3,24 тис. т та 2,47 тис. т відповідно).

В Україні фактичне споживання макаронних виробів становить 5,5-6,0 кг на одну особу на рік при рекомендованій нормі 5,0-5,5 кг. Це є свідченням того, що українці харчуються загалом не збалансовано, намагаючись забезпечити власні енергетичні потреби за рахунок доступних за ціною продуктів.

Стосовно ціни на макаронні вироби, то виробники вважають, що для цих виробів характерні значні цінові коливання, порівняно з іншими продуктами харчування. Ціни на ці вироби залежать від собівартості виробництва, тож перші зростають тільки тоді, коли підвищуються останні.

Висновки і пропозиції. Кожне підприємство намагається досягти позитивного фінансового результату для свого подальшого існування та розвитку в конкурентних умовах ринку. Від розміру прибутку залежить існування не лише підприємства, а й процвітання держави та добробут населення.

Для підвищення ефективності роботи підприємств першочергове значення має виявлення резервів збільшення обсягів їх виробництва і реалізації, зниження собівартості продукції, а як наслідок, зростання прибутку.

Спираючись на висновки виробників макаронних виробів в Україні, ситуація на цьому ринку покращилася, порівняно з минулими роками, і залишається стабільною. Основними проблемними питаннями для виробників є відсутність національних стандартів, контрабандне ввезення макаронних виробів у країну і відсутність макаронних виробів в асортименті закупівлі товарів у Держрезерв.

Також, безумовно, бажаним результатом підприємства-виробника макаронної продукції, як і будь-якого іншого підприємства, є прибуток, який при певних його обсягах дає можливість для саморозвитку і збільшення масштабів своєї діяльності. Тому підприємства, які працюють у макаронній галузі, повинні: враховувати всі внутрішні і зовнішні фактори впливу на свій прибуток, обрати ту стратегію управління прибутком, яка дозволить максимізувати рентабельність за наявних фінансових ресурсів, контролювати витрати (проводити політику оптимізації витрат) з метою недопущення перевищення їх над доходами.

Подальші наукові розробки у цій сфері мають бути спрямовані на визначення особливостей діяльності як окремих підприємств макаронної галузі, так і їх сукупності, залежно від їх регіонального розташування.

Список використаних джерел

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2755-17>.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 3 "Звіт про фінансові результати" : затверджене наказом Міністерства фінансів України від 31.03.1999 р. № 87 // Все про бухгалтерський облік. – 2002. – № 84 (751). – С. 10.
3. Білоус Л. Й. Основні аспекти виробництва продукції підприємствами харчової промисловості [Електронний ресурс] / Л. Й. Білоус. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/sre/2012_2/74.pdf.
4. Бойчик І. М. Економіка підприємства : навч. посіб. / І. М. Бойчик. – К. : Атіка, 2004. – 480 с.
5. Дейнеко Л. Розвиток стратегічного потенціалу харчової промисловості України / Л. Дейнеко, П. Купчак // Харчова і переробна промисловість. – 2009. – № 6. – С.5-9.
6. Державний комітет статистики України. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

7. *Економіка підприємства* : навч. посіб. / А. В. Шегда, Т. М. Литвиненко, М. П. Нахаба та ін. ; за ред. А. В. Шегди. – 2-ге вид., стер. – К. : Знання-Прес, 2002. – 335 с.
8. *Економіка підприємства* : підручник / за заг. ред. С. Ф. Покропивного. – Вид. 2-ге, переробл. та доповн. – К. : КНЕУ, 2001. – 528 с.
9. *Економічна енциклопедія* : у трьох томах. Т. 2 / за ред. С. В. Мочерного та ін. – К. : Академія, 2002. – 952 с.
10. *Завгородній В. П.* Бухгалтерський облік в Україні / В. П. Завгородній. – К. : А.С.К., 2002. – 420 с.
11. *Кононенко О.* Аналіз фінансової звітності / О. Кононенко, О. Маханько. – 4-те вид., переробл. і доповн. – Х. : Фактор, 2008. – 200 с.
12. *Мазаракі А. А.* Економіка торговельного підприємства : підручник для вузів / А. А. Мазаракі ; під ред. проф. Н. М. Ушакової. – К. : Хрещатик, 1999. – 800 с.
13. *Міакова Г.* Фактори впливу на прибуток / Г. Міакова, В. В. Мяло // Наукові праці КНТУ. – 2005. – Вип. 74. – С.15-17.
14. *Поддєрьогін А. М.* Фінанси підприємства : підручник / А. М. Поддєрьогін. – 3-те вид., переробл. та доповн. – К. : КНЕУ, 2000. – 460с.
15. *Савицкая Г. В.* Теория анализа хозяйственной деятельности : учебное пособие / Г. В. Савицкая. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 288 с.
16. *Субботович Ю. Л.* Прибуток у господарській діяльності підприємницьких структур / Ю. Л. Субботович // Фінанси України. – 1999. – № 12. – С. 39-47.
17. *Фінансова діяльність підприємства* / О. М. Бандурко, М. Я. Коробов, П. І. Орлов, К. Я. Петрова.. – К. : Либідь, 1998. – 310 с.
18. *Якимчук Т. В.* Стан і перспективи розвитку підприємств харчової промисловості України / Т. В. Якимчук // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 4 (106). – С. 162-168.