

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Навчально-науковий інститут «Українська інженерно-педагогічна академія»
Кафедра маркетингу та торговельного підприємництва

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

магістра

на тему:

«УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ»

(тема кваліфікаційної роботи)

Виконав: студент II курсу, групи ДПТ-24 мг
спеціальності: 076 Підприємництво та торгівля
(ОП «Митна справа»)

(шифр і назва напрямку підготовки, спеціальності)

_____ / Ігор МОРОЗОВ
(підпис) (ім'я та прізвище)

Керівник _____ / Тетяна ДЕМ'ЯНЕНКО
(підпис) (ім'я та прізвище)

Рецензент _____ / Ігор Чобіток
(підпис) (ім'я та прізвище)

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри _____ / Вікторія ЧОБИТОК
(підпис) (ім'я та прізвище)

Секретар ЕК _____ / Ірина БЛУДОВА
(підпис) (ім'я та прізвище)

Харків – 2025 рік

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Навчально-науковий інститут «Українська інженерно-педагогічна академія»
Кафедра маркетингу та торговельного підприємництва
Спеціальність 076 Підприємництво та торгівля
Освітньо-професійна програма «Митна справа»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
д.е.н., проф.
Вікторія ЧОБИТОК

_____ (підпис)

«13» жовтня 2025 р.

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу (дипломну роботу)
другого (магістерського) рівня вищої освіти

здобувачу Ігорю МОРОЗОВУ

1. Тема: «Управління рентабельністю підприємства в сучасних умовах нестабільності» затверджена наказом по навчально-науковому інституту 4801-5/3664 від «06» жовтня 2025 р.
2. Термін здачі закінченої роботи: «24» листопада 2025 р.
3. Вихідні дані до роботи: Закони України, Митний кодекс України, Постанови Верховної Ради, Постанови Кабінету Міністрів, національні стандарти України, теоретичні та практичні розробки вітчизняних та зарубіжних авторів за темою роботи, періодичні видання, статистичні дані.
4. Зміст роботи (перелік питань, які належить розробити): вступ, теоретичні принципи визначення та регулювання рентабельності підприємства, сутнісна характеристика рентабельності як економічної категорії та її значення в системі управління підприємством, класифікаційні ознаки системи показників рентабельності та методи їх аналізу, структура системи управління рентабельністю підприємства та функціональні елементи, аналіз діяльності підприємства у сфері підвищення рентабельності ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП», організаційно-економічна характеристика підприємства ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП», аналіз змін фінансових показників та прибутковості підприємства ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП», факторний аналіз рентабельності та оцінка ефективності управлінських рішень ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП», напрями оптимізації прибутковості діяльності підприємства в умовах нестабільності ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП», формування стратегічних напрямів

підвищення рентабельності підприємства ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП», застосування інструментів фінансового контролінгу для управління рентабельністю ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП», впровадження сучасних методів і цифрових рішень для ефективного управління рентабельністю.

5.Перелік графічного матеріалу (презентаційний матеріал): актуальність теми, мета, об'єкт, предмет та завдання дослідження, теоретичні підходи до визначення поняття «маркетингова стратегія», стратегії розвитку маркетингу, організаційна структура управління ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП», створення та планування маркетингової стратегії, оцінка показників рентабельності ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП», етапи створення та впровадження програми стимулювання збуту, потенціал інтернет-маркетингу, методи та інструменти інтернет-просування товару.

6. Консультант:

Розділ	Консультант	Підпис, дата		Оцінка (бали)
		Завдання видав	Завдання прийняв	
	не передбачено			

7. Дата видачі завдання: «13» жовтня 2025 р.

Керівник:

(підпис)

Тетяна ДЕМ'ЯНЕНКО

Завдання прийняла до виконання:

(підпис)

Ігор МОРОЗОВ

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН-ГРАФІК
виконання кваліфікаційної роботи
(дипломної роботи)**

№ з/п	Назва етапів роботи та питань, які мають бути розроблені відповідно до завдання	Термін виконання	Позначки керівника про виконання завдань
1	Систематизація матеріалів про діяльність об'єкту дослідження	13.10.2025 р.	
2	Вивчення теоретичного матеріалу, написання першого розділу роботи	20.10.2025 р.	
3	Аналіз діяльності об'єкту дослідження, написання другого розділу	27.10.2025 р.	
4	Розробка та написання рекомендаційної частини роботи	10.11.2025 р.	
5	Завершення вступу та висновків, формування анотації, впорядкування списку літератури	17.11.2025 р.	
6	Перевірка на антиплагіат	20.11.2025 р.	
7	Оформлення дипломної роботи та представлення її на кафедрі	24.11.2025 р.	

Здобувачка

Ігор МОРОЗОВ

Нормоконтроль:

(підпис)

АНОТАЦІЯ

Управління рентабельністю підприємства в сучасних умовах нестабільності. – Рукопис.

Магістерська кваліфікаційна робота зі спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» (ОП «Митна справа») – Української інженерно-педагогічної академії. – Харків, 2025. – 99 с.

У кваліфікаційній (магістерській) дипломній роботі розглянуто теоретичні та практичні аспекти управління рентабельністю підприємства в умовах сучасної економічної нестабільності. Акцент зроблено на визначенні ключових факторів, що впливають на рівень рентабельності, серед яких: коливання ринкової кон'юнктури, інфляційні процеси, зміни у структурі витрат, нестабільність попиту та зростаюча конкуренція.

Результати розробок можуть бути застосовані у практичній діяльності підприємств.

Ключові слова: рентабельність, фінансова стійкість, управління рентабельністю, економічна нестабільність, витрати, ефективність, адаптивні стратегії, фінансовий менеджмент.

ANNOTATION

Management of enterprise profitability in modern conditions of instability. – Manuscript.

Master's qualification work in the specialty 076 "Entrepreneurship and Trade" (OP "Customs") – Ukrainian Engineering and Pedagogical Academy. – Kharkov, 2025. – 99 p.

The qualification (master's) thesis considers the theoretical and practical aspects of managing the profitability of an enterprise in the conditions of modern economic instability. The emphasis is placed on identifying the key factors affecting the level of profitability, including: fluctuations in market conditions, inflationary processes, changes in the structure of costs, instability of demand and growing competition.

The results of the developments can be applied in the practical activities of enterprises.

Keywords: profitability, financial stability, profitability management, economic instability, costs, efficiency, adaptive strategies, financial management.

ЗМІСТ

	стр.
ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ПРИНЦИПИ ВИЗНАЧЕННЯ ТА РЕГУЛЮВАННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	10
1.1 Сутнісна характеристика рентабельності як економічної категорії та її значення в системі управління підприємством.....	10
1.2 Класифікаційні ознаки системи показників рентабельності та методи їх аналізу.....	18
1.3 Структура системи управління рентабельністю підприємства та функціональні елементи.....	24
ВИСНОВКИ ДО 1 РОЗДІЛУ	31
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА У СФЕРІ ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП».....	32
2.1 Організаційно-економічна характеристика підприємства ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП».....	32
2.2 Аналіз змін фінансових показників та прибутковості підприємства ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП».....	39
2.3 Факторний аналіз рентабельності та оцінка ефективності управлінських рішень ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП».....	50
ВИСНОВКИ ДО 2 РОЗДІЛУ	57
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ОПТИМІЗАЦІЇ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП».....	59
3.1 Формування стратегічних напрямів підвищення рентабельності підприємства ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП».....	59
3.2 Застосування інструментів фінансового контролінгу для управління рентабельністю ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП».....	65
3.3. Впровадження сучасних методів і цифрових рішень для	

ефективного управління рентабельністю.....	73
ВИСНОВКИ ДО 3 РОЗДІЛУ	80
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	81
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	84
ДОДАТКИ.....	92

ВСТУП

Сучасне економічне середовище характеризується високою динамікою змін, посиленням конкуренції та нестабільністю фінансово-економічних умов. Підприємства змушені постійно адаптуватися до нових ринкових реалій, швидко реагувати на технологічні зміни, коливання попиту та вплив глобальних економічних факторів. В таких умовах забезпечення стабільного функціонування та сталого розвитку підприємства неможливе без ефективного управління його фінансовими результатами, зокрема рентабельністю.

Рентабельність демонструє здатність компанії отримувати прибуток від використаних ресурсів. Високий рівень рентабельності забезпечує не лише фінансову стабільність, а й створює передумови для інвестування, розширення ринкової частки та підвищення конкурентоспроможності. Отже, побудова результативного механізму управління рентабельністю стає важливим стратегічним завданням, особливо за умов економічної нестабільності.

Актуальність дослідження зумовлена потребою у створенні ефективних механізмів і методик, які дозволяють підприємствам оперативно реагувати на зовнішні виклики, підвищувати прибутковість та забезпечувати довгострокову фінансову стійкість. Управління рентабельністю вимагає комплексного підходу, що поєднує аналіз фінансових результатів, планування та прогнозування прибутковості, а також застосування інноваційних методів і цифрових технологій для оптимізації бізнес-процесів.

Мета цього дослідження полягає у теоретичних основах та практичних підходах до управління рентабельністю підприємства, а також обґрунтувати напрями підвищення її рівня в умовах економічної нестабільності та

зростаючих ринкових ризиків. Для досягнення поставленої мети необхідно виконати наступні завдання:

Вивчити наукові підходи до оцінювання рентабельності підприємства та механізмів її управління.

Виявити проблеми та резерви підвищення рентабельності в умовах нестабільного ринку.

Розробити рекомендації з удосконалення механізмів управління рентабельністю підприємства, враховуючи можливості інноваційних технологій і цифрових рішень.

Об'єктом дослідження виступає підприємство ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП», що здійснює свою діяльність у умовах високої ринкової конкуренції та нестабільної економічної кон'юнктури.

Предметом дослідження є механізми управління рентабельністю цього підприємства та методи її підвищення й оптимізації.

Методологічною основою роботи є використання економіко-математичних методів аналізу, фінансового та статистичного моделювання, системного підходу до оцінки ефективності управлінських рішень.

Наукова новизна дослідження полягає у поєднанні класичних методів оцінки рентабельності з сучасними інноваційними та цифровими інструментами управління, що створює можливості для підвищення гнучкості підприємства в умовах економічної нестабільності та забезпечення його тривалої конкурентоспроможності.

Практична значущість даного дослідження полягає у формуванні ефективних рекомендацій, здатних сприяти підвищенню рентабельності та поліпшенню фінансових результатів підприємств у сучасному економічному середовищі. Структура роботи відповідає логіці дослідження і включає три розділи: теоретичний аналіз основ управління рентабельністю, оцінку сучасного стану управління на підприємстві та розробку пропозицій щодо підвищення рентабельності в умовах нестабільності.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ПРИНЦИПИ ВИЗНАЧЕННЯ ТА РЕГУЛЮВАННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутнісна характеристика рентабельності як економічної категорії та її значення в системі управління підприємством

Рентабельність виступає одним із основних показників результативності роботи підприємства, оскільки характеризує його спроможність отримувати прибуток у процесі використання наявних ресурсів. У економічній літературі цю категорію визначають як співвідношення отриманих фінансових результатів до витрат, понесених для їх забезпечення.

Сутність рентабельності полягає у визначенні економічної віддачі від вкладених ресурсів. Вона охоплює не лише фінансові результати діяльності, але й оцінює продуктивність використання матеріальних, трудових та фінансових ресурсів. За своєю природою рентабельність є комплексною економічною категорією, оскільки поєднує показники прибутковості, ефективності та продуктивності одночасно.

Згідно з економічною теорією, рентабельність виконує низку ключових функцій у системі управління підприємством:

Контрольна функція – дозволяє оцінювати ефективність використання ресурсів та визначати рівень прибутковості підприємства;

Аналітична функція – дає можливість аналізувати фінансові результати, виявляти проблемні ділянки та оптимізувати витрати;

Прогностична функція — застосовується для планування перспектив розвитку підприємства та обґрунтування стратегічних управлінських рішень;

Мотиваційна функція – стимулює керівників і працівників до підвищення ефективності роботи та оптимізації витрат.

Рентабельність є не лише фінансовим показником, але й важливим інструментом управлінської діяльності, що забезпечує комплексну оцінку результативності підприємства. Підприємство являє собою систему взаємопов'язаних процесів, належна організація яких забезпечує його результативну діяльність.

Для оцінювання результатів роботи підприємства застосовують різноманітні методичні підходи. Зокрема, під час аналізу фінансово-економічного стану враховуються показники ліквідності, платоспроможності, ділової активності, а також рівень забезпеченості основними засобами та іншим майном. Проте ключове значення в цьому процесі належить показнику прибутку, адже його зростання є одним із основних завдань діяльності будь-якого підприємства.

Прибуток підприємства – це частина доходу, яка залишається у його розпорядженні після покриття витрат, пов'язаних з операційною, інвестиційною та фінансовою діяльністю.

Згідно з дослідженнями І. Бернара та Ж.-К. Коллі, прибутковість підприємства розглядається як сукупність факторів і характеристик, що дозволяють оцінити величину отриманого прибутку на будь-якому етапі його діяльності. В англійській економічній літературі термін *profitability* трактується як здатність підприємства генерувати прибуток [1].

Прийнято вважати, що найточніше оцінити прибутковість підприємства можна за допомогою показників рентабельності. У науково-економічній літературі термін «рентабельність» часто ототожнюють із поняттям «ефективність», оскільки рентабельність перебуває у тісному взаємозв'язку з ключовими результативними показниками діяльності підприємства. До них належать: собівартість продукції, обсяг отриманого

доходу, величина прибутку, матеріаломісткість виробництва, продуктивність праці, швидкість обігу коштів тощо.

Єдиного підходу до визначення сутності рентабельності в науковому середовищі не існує, тому важливо проаналізувати це поняття з різних точок зору. У табл. 1.1 наведено низку трактувань терміна «рентабельність», запропонованих різними науковцями у їхніх дослідженнях.

Таблиця 1.1

Визначення поняття «рентабельності»

Автор	Визначення поняття «рентабельність»
1	2
Білик М. Д. Прохоровский В. С Поддєрьогіна А. Н.	Рентабельність розглядають як показник підсумкової ефективності діяльності підприємства, адже вона відображає співвідношення отриманих результатів до використаних або наявних ресурсів.
Пандас А. В. Федерка Т. М.	Визначають рентабельність як економічну категорію, що характеризує рівень прибутковості та відображає підсумковий фінансовий результат діяльності підприємства.
Рудика В. І. Мамедов І. М.	Як відносний показник рентабельність використовується для оцінки загальної ефективності діяльності підприємства та результативності окремих його напрямів роботи.
Черниш С. С.	Показник, який відображає результативність використання ресурсів підприємства та ступінь прибутковості витрат у процесі виробництва й реалізації продукції.
Райзбер Б. А.	Даний показник розглядають як підсумкову оцінку діяльності підприємства за певний період. При його аналізі враховуються отриманий прибуток та витрати, тобто ресурси, вкладені у забезпечення функціонування підприємства.
Дронова А. Ю.	Рентабельність розглядається як показник ефективності роботи системи управління підприємством. Вона відображає фінансово-економічний стан та прибутковість діяльності організації, особливо в умовах ринкової конкуренції та кризових ситуацій.

Джерело: створено автором на основі [2], [3], [4].

Серед усіх існуючих визначень, на наш погляд, найбільш влучним є трактування Н. І. Верхоглядової, яка визначає рентабельність як співвідношення прибутку та понесених витрат [5, с. 316].

Аналізуючи дані, наведені у табл. 1.1, доцільність обчислення цього показника можна пояснити факторами, представленими на рис. 1.1.

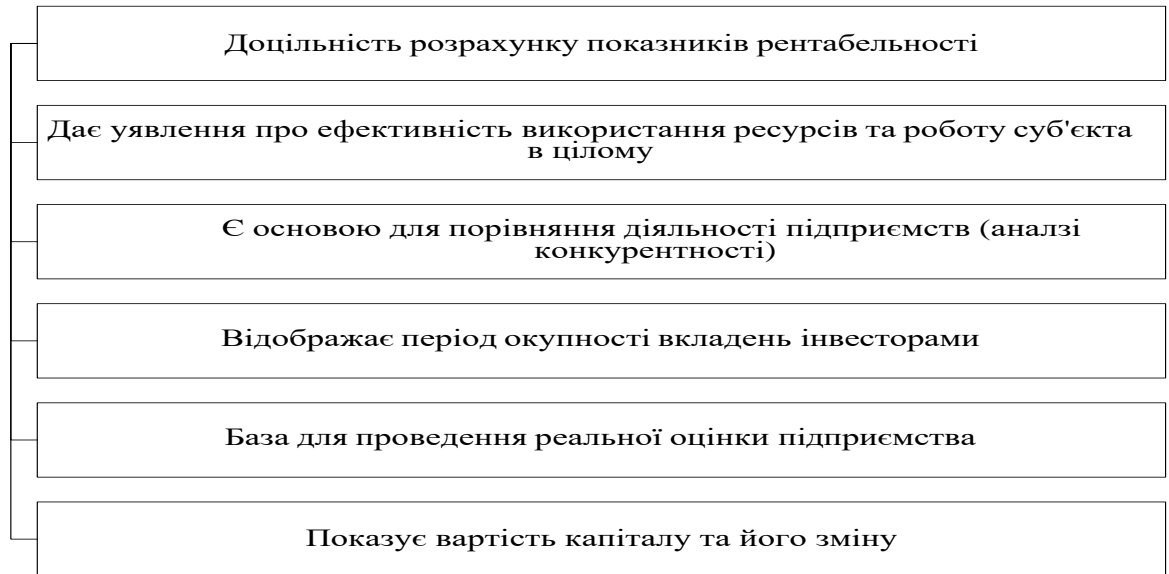


Рис.1.1. Аргументація необхідності визначення показників рентабельності

Економічна суть категорії «рентабельність» полягає у визначенні частки прибутку, яку підприємство отримує з кожної вкладеної грошової одиниці. Цей показник обчислюють шляхом співвідношення прибутку до відповідного виду витрат [7].

Беручи до уваги різноманітні підходи до визначення поняття «рентабельність» та його значення в оцінюванні результатів діяльності підприємства, можна зробити висновок, що цей показник має кілька різновидів і груп, сформованих за спільними ознаками.

Узагальнюючи всі наявні види рентабельності, можна виокремити чотири основні її класи, що відображають окремі аспекти діяльності

підприємства (рис. 1.2). Під час обчислення цих показників зазвичай беруть до уваги різні види прибутку — валовий, чистий, операційний або прибуток із урахуванням податкових платежів. Показники рентабельності продажів дозволяють оцінити рівень валового, операційного та чистого прибутку.

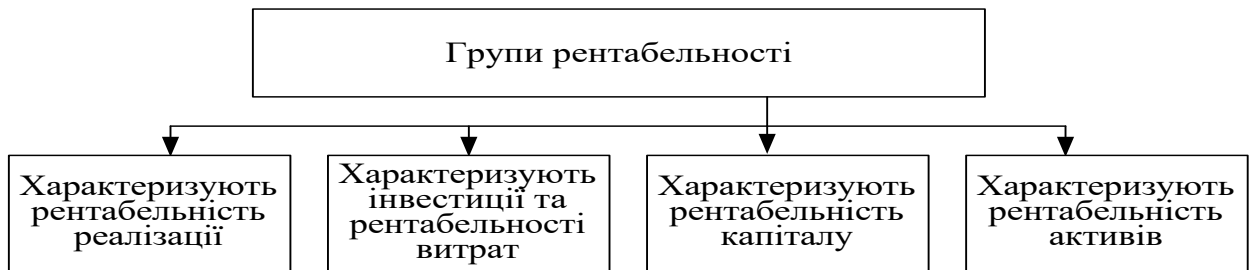


Рис. 1.2. Основні категорії показників рентабельності

Ще одним поширеним підходом є класифікація рентабельності за такими підгрупами [8]:

Незважаючи на велику кількість видів, груп і підгруп рентабельності, усі вони є відносними показниками. Зазвичай їх виражають у відсотковій формі або у вигляді коефіцієнтів, що полегшує проведення порівняльного аналізу.

Однак у наукових джерелах також зазначається протилежне явище — від’ємні показники рентабельності, що свідчать про збитковість діяльності підприємства. У таких умовах його функціонування визнається неефективним. Отже, рентабельність є індикатором співвідношення між прибутком і витратами та діяльності підприємства. Для правильного аналізу діяльності підприємства доцільно порівнювати прибуток із витратами, які слід поділяти та авансовані [9].

Оцінка рентабельності підприємства є доступною для широкого кола осіб, оскільки для її розрахунку використовується загальнодоступна інформація.

Перед проведенням аналізу рентабельності важливо обрати відповідну методику, виходячи з мети майбутнього дослідження підприємства. На рис.

1.3 представлені дві основні методики оцінки рентабельності, що застосовуються на підприємстві.



Рис.1.3. Методика оцінки рентабельності

Слід враховувати, що не існує універсальної методики оцінки рентабельності підприємства, оскільки на її вибір впливає безліч чинників. До основних факторів, які визначають підхід до проведення аналізу, відносять:

тип аналізу — фінансовий або економічний стан виробництва та інших складових діяльності;

галузь, в якій функціонує підприємство;

наявність та доступність даних по підприємству;

метою аналізу може бути оцінювання доцільності реалізації бізнес-проектів, прогнозування майбутніх доходів і витрат, формування стратегічних планів розвитку, аналіз цінової політики, визначення ефективності управлінської системи та діяльності менеджменту, підготовка до можливого продажу підприємства або залучення інвестицій, розширення

виробничих потужностей, а також встановлення конкурентної позиції підприємства на ринку [11].

Разом із тим кожен із підходів до визначення рентабельності має певні обмеження. Перша методика не враховує показники рентабельності звичайної та операційної діяльності, не відображає співвідношення прибутку до необоротних активів і не визначає прибуток у розрахунку на одиницю грошових коштів оборотних активів. Другий підхід також недосконалий, оскільки не враховує обсяг валової продукції на одиницю витрат і не включає інвестиційний капітал, тобто показник рентабельності інвестицій [10].

Беручи до уваги кількість показників, що підлягають розрахунку, та наявні обмеження, можна зробити висновок, що друга методика є більш детальною та інформативною, що значно полегшує виявлення ресурсів і резервів для підвищення рентабельності.

Обидві методики мають спільну рису — завершальний етап визначення резервів для зростання рентабельності та їх практична реалізація. У сучасних умовах діяльності українських підприємств до основних напрямів підвищення резервів відносять [9]:

Основні напрями підвищення рентабельності підприємства можуть передбачати:

збільшення обсягів продажу продукції чи наданих послуг;

оптимізацію виробничих і збутових витрат;

зменшення собівартості виготовленої продукції;

нарощення виробничих потужностей шляхом раціонального використання матеріальних, енергетичних, паливних та трудових ресурсів;

покращення умов праці й підвищення професійного рівня працівників для зміцнення внутрішнього мікроклімату на підприємстві.

оптимізація надлишкових ресурсів через їх продаж або здачу в оренду;

виявлення та усунення причин браку та недовиробництва продукції;

впровадження ефективної політики ціноутворення;

забезпечення безперебійного та максимально продуктивного використання виробничих потужностей;

застосування досягнень науково-технічного прогресу у виробництві;
освоєння нових ринків збуту.

Отже, рентабельність є одним із ключових показників діяльності підприємства, який дозволяє оцінити його ефективність та загальні результати роботи. Наявність достовірної інформації про функціонування підприємства дає змогу визначити його позицію на ринку, оцінити конкурентоспроможність, доцільність співпраці, потенціал розвитку та можливості розширення діяльності.

Для власника чи керівника підприємства аналіз рентабельності має особливе значення, оскільки дозволяє [9]:

Привертати увагу інвесторів та акціонерів, обґрунтовуючи доцільність вкладень і привабливість бізнесу.

Оцінювати фінансову стабільність: зростання рентабельності свідчить про стійкість бізнесу, бажану для власника.

Підвищувати конкурентоспроможність підприємства, що забезпечує успішну роботу в умовах ринку.

Визначати пріоритетні напрями розвитку та розробляти ефективні плани і стратегії.

Раціонально використовувати ресурси та резерви, контролювати обсяги витрат.

Приймати обґрунтовані управлінські рішення щодо майбутньої діяльності, залучення інвестицій та кредитів.

Забезпечувати прозору діяльність, мінімізуючи ризики помилок у звітності та скорочуючи витрати на аудит і податкові процедури.

Отже, підприємства з високим рівнем рентабельності мають ширші можливості для розвитку, адже користуються більшою довірою та займають стійкі позиції на ринку. Оскільки рентабельність характеризує не абсолютний

розмір прибутку, а його відносне зростання, важливим завданням є визначення шляхів підвищення цього показника, які розглядаються у наступному підрозділі.

1.2 Класифікаційні ознаки системи показників рентабельності та методи їх аналізу

Найпростішим способом підвищення рентабельності є збільшення прибутку, проте в умовах ринку та економічної нестабільності це не завжди здійснено. Тому підприємство має прагнути або до максимізації прибутку, або до його підтримання на стабільному, оптимальному рівні. Паралельно підвищення ефективності діяльності може досягатися шляхом скорочення виробничих витрат.

Якщо розглядати підприємство як складову економічної системи, можна зробити висновок, що його діяльність перебуває під впливом різноманітних факторів з боку інших учасників цієї системи.

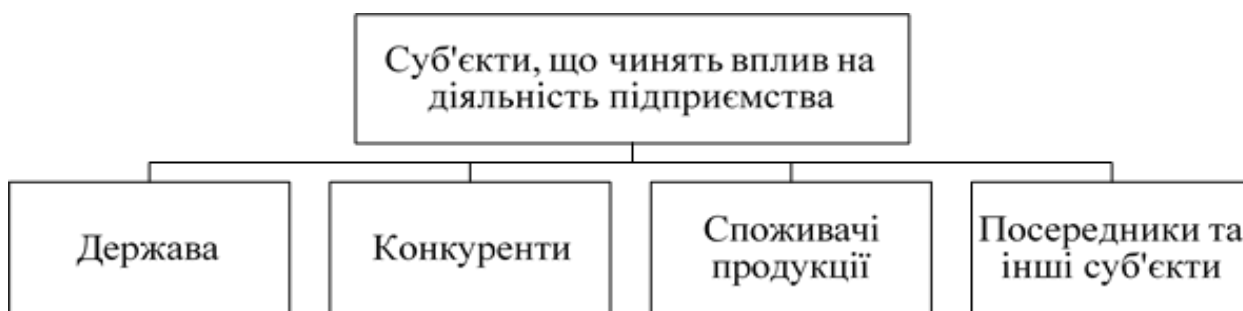


Рис. 1.4. Учасники, які взаємодіють із підприємством

До суб'єктів впливу можна віднести широкий спектр установ і організацій, серед яких насамперед — виробники й постачальники продукції, цільова аудиторія та наявні споживачі, а також державні органи, установи й громадські об'єднання.

Визначивши основних суб'єктів, які впливають на діяльність підприємства, важливо також ідентифікувати конкретні фактори впливу. Найбільш поширеним підходом є поділ цих факторів на зовнішні та внутрішні, і саме на цій основі буде проведено їхній аналіз.

Насамперед розглянемо внутрішні фактори, які виникають безпосередньо в процесі діяльності підприємства. До них відносяться [9]:

- оновлення та модернізація наявної технічної бази;
- заміна сировини та матеріалів на більш якісні та сучасні;
- планомірне та поступове виробництво й реалізація продукції, що забезпечує діючу та ефективну стратегію розвитку;
- забезпечення інформацією працівників, залучених до прийняття ключових рішень;
- ведення діяльності з урахуванням фінансових планів;
- створення комфортних і безпечних умов праці для персоналу;
- регулярне підвищення кваліфікації працівників та стимулювання їх професійного росту;
- організація належного відпочинку та оздоровлення працівників;
- раціональне використання резервів підприємства;
- показники ефективності реалізації продукції.

Усі зазначені фактори можна об'єднати в такі групи: матеріально-технічні, організаційно-управлінські, економічні та соціальні.

Серед названих факторів варто також відзначити ще одну специфічну рису — їх поділ на виробничі та невиробничі. До останніх належать такі аспекти, як організація збуту продукції, забезпечення фінансово-економічної діяльності підприємства, своєчасне і безперебійне постачання матеріалів та ресурсів, врахування екологічних вимог у роботі суб'єкта господарювання.

Підсумовуючи категорії виробничих факторів, можна виділити три ключові об'єкти, які їх формують:

Основні засоби.

Матеріальні ресурси.

Трудові ресурси.

Крім того, доцільним є поділ внутрішніх факторів на екстенсивні та інтенсивні, їхня структура представлена на рис. 1.5.

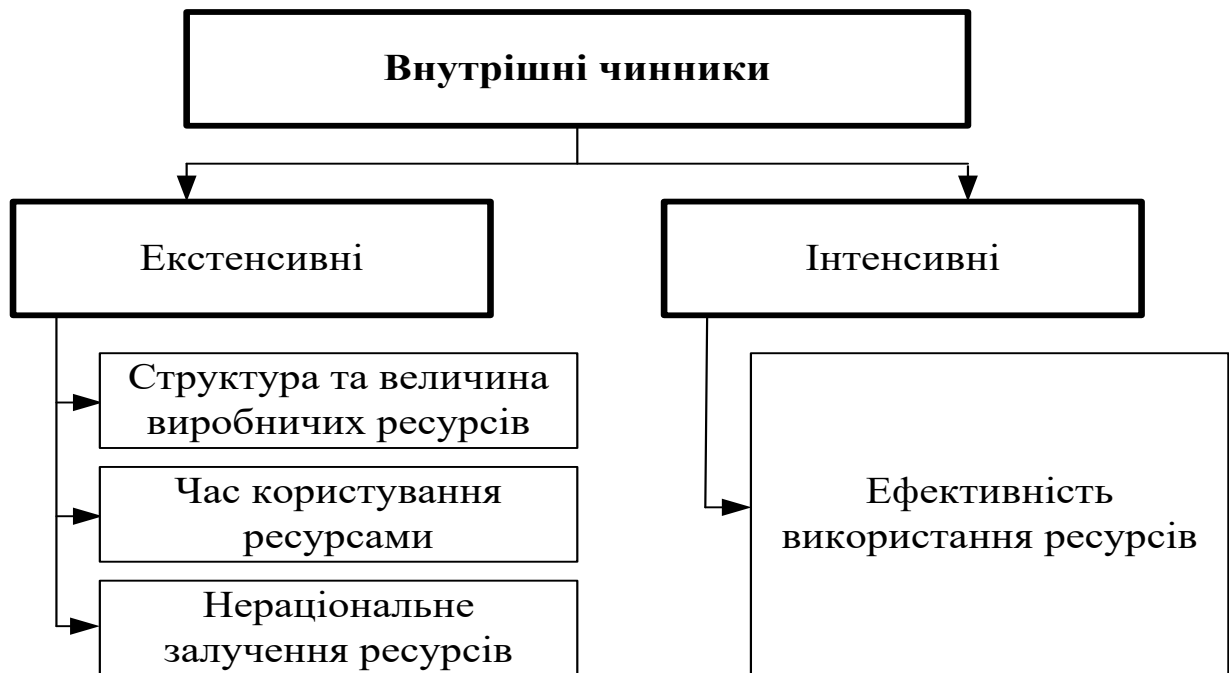


Рис.1.5. Фактори впливу на рентабельність

Отже, серед екстенсивних факторів перш за все виділяють показники виробничих ресурсів, до яких належать: чисельність задіяних працівників, запаси матеріально-технічних цінностей та обсяг основних засобів.

Під тривалістю розуміють параметри робочого часу, зокрема тривалість робочого дня та показники змінності обладнання.

Неоптимальне використання ресурсів найкраще характеризується обсягом відходів та браку продукції.

Інша група показників, що відноситься до інтенсивних факторів, оцінює ефективність використання ресурсів і включає [4]:

До інтенсивних факторів, що підвищують ефективність використання ресурсів, належать [4]:

стимулювання працівників та підвищення їхньої кваліфікації;

використання обладнання з більшою продуктивністю на одиницю часу;
впровадження науково-технічного прогресу та сучасних технологій у виробничий процес.

Повертаючись до класифікації на внутрішні та зовнішні чинники, зовнішні фактори визначаються тим, що вони не залежать безпосередньо від діяльності підприємства, а виникають переважно через взаємодію з іншими суб'єктами, зазначеними на рисунку 1.2. До найпоширеніших зовнішніх факторів належать [9]:

- вплив інфляції на діяльність підприємства;
- кон'юнктура ринку, на якому працює фірма;
- зростання попиту на продукцію та збільшення числа зацікавлених споживачів;

- поява нових конкурентів на ринку, що підсилює конкуренцію;
- природні чинники;
- ефективність маркетингових заходів;
- зміни у законодавстві та нормативно-правових актах, державних постановах і положеннях;

рішення державних органів, наприклад щодо тарифів або системи оподаткування, а також зміни у діяльності інших установ, таких як банки, постачальники та посередники.

Деякі фактори можуть мати сприятливий вплив на діяльність підприємства: лояльна політика установ і інших суб'єктів щодо компанії (наприклад, зниження ставок за кредитами або зменшення вартості сировини та матеріалів), збільшення попиту на продукцію, підвищення конкурентоспроможності тощо.

Ускладнює аналіз розглянутих факторів те, що не всі з них можна кількісно оцінити. Наприклад, поняття «репутація підприємства» відображає сприйняття його діяльності клієнтами та цільовою аудиторією. Формування позитивної ділової репутації є тривалим і складним процесом, який

досягається завдяки постійному та відповідальному виконанню обов'язків і дотриманню правил функціонування на ринку. По суті, це абстрактна категорія, яку важко порівняти чи виміряти відносно інших підприємств, оскільки не існує двох ідентичних суб'єктів господарювання. Проте стабільна репутація сприяє отриманню вищих прибутків, що, у свою чергу, підвищує рентабельність підприємства.

Виходячи з припущення, що підприємство функціонує як частина певної системи і не може діяти ізольовано, навіть нематеріальні фактори здатні впливати на його діяльність.

Очевидно, що деякі з цих чинників пов'язані з істотними витратами і є надзвичайно важливими, проте навіть менш ресурсозатратні фактори можуть впливати на роботу підприємства та сприяти поліпшенню його позицій на ринку.

Оскільки діяльність підприємства, як правило, є керованим процесом, напрямок та ступінь впливу цих факторів визначаються рівнем зрілості організації та прийнятими менеджментом раціональними рішеннями.

Прибуток є одним із ключових показників для визначення рівня рентабельності. Основні резерви його збільшення включають [12]:

- зростання обсягів реалізації продукції;
- обґрунтоване підвищення цін на товари;
- підвищення конкурентоспроможності через покращення якості продукції;
- розширення діяльності підприємства на ринку та вихід на нові ринки.

Крім того, питання підвищення рентабельності активно досліджувалося багатьма науковцями, які пропонували власні шляхи її поліпшення [13].

Зокрема, Ю. П. Морозов зазначав, що збільшення рентабельності можливо вже на передвиробничому етапі діяльності підприємства. На цій стадії можна вдосконалити виріб та його конструкцію, впровадити нові прогресивні технології, використати більш якісну, але економічну сировину,

що дозволяє оптимізувати виробництво та виявити додаткові резерви, які часто ще не залучені підприємством.

За висновками Л. В. Юрчишина, підвищення рентабельності можливо шляхом оптимізації витратних статей. До потенційних витрат, які можна скоротити, він відносить: транспортні витрати, витрати на систему збуту шляхом її вдосконалення, витрати на виробництво та реалізацію продукції, а також заходи, що сприяють підвищенню продуктивності праці.

С. Д. Супрун підкреслює, що підвищення рентабельності сприяє підтриманню конкурентоспроможності підприємства. Досягти цього можна за рахунок скорочення управлінських витрат і зменшення вартості пасивних фондів.

О. В. Короткевич у своїх дослідженнях зазначав, що зростання рентабельності тісно пов'язане зі збільшенням обсягів продажу продукції. Важливим у цьому контексті є вихід підприємства на європейські ринки шляхом підвищення привабливості та конкурентоспроможності товарів.

Отже, у цьому розділі проаналізовано фактори, що впливають на рентабельність підприємства та його прибутковість. Для стимулювання зростання рентабельності слід враховувати не лише чинники, що сприяють позитивному ефекту, а й систематично працювати над зменшенням негативного впливу, що дозволяє зберігати наявні резерви. Зростання рентабельності, як правило, забезпечується одночасним збільшенням обсягів виробництва якісної продукції та зниженням витрат на її виготовлення.

При дотриманні цього принципу покращуються ключові показники ефективності діяльності підприємства, такі як трудомісткість, фондівіддача та матеріаломісткість.

У разі ж порушення цієї закономірності та постійного впливу негативних факторів відбувається надмірне витрачання резервів, зростає собівартість продукції, і погіршуються основні показники діяльності підприємства.

1.3 Структура системи управління рентабельністю підприємства та функціональні елементи

Рентабельність виступає ключовим показником економічної результативності, який відображає здатність підприємства отримувати прибуток у процесі використання наявних ресурсів. Забезпечення стабільного рівня рентабельності потребує формування цілісної системи управління, що ґрунтується на комплексному аналізі, плануванні, контролі та регулюванні фінансових результатів.

Система управління рентабельністю підприємства є складною багаторівневою структурою, яка поєднує організаційні, економічні, інформаційні та аналітичні елементи. Її основною метою є підвищення ефективності господарської діяльності шляхом оптимізації витрат, збільшення доходів та забезпечення сталого розвитку підприємства.

Головними функціональними елементами цієї системи є прогнозування, планування, ведення обліку, проведення аналізу, контроль та регулювання показників рентабельності. Узгоджена взаємодія цих елементів забезпечує своєчасне виявлення проблем у фінансово-господарській діяльності підприємства, сприяє прийняттю обґрунтованих управлінських рішень і ефективному використанню ресурсів для досягнення стратегічних цілей розвитку.

Оскільки рентабельність є багатограним економічним показником, для її оцінювання слід застосовувати різні методичні підходи. Головними функціональними елементами цієї системи є прогнозування, планування, ведення обліку, проведення аналізу, контроль та регулювання показників рентабельності. Без наявності такої інформації неможливо об'єктивно проаналізувати ефективність діяльності підприємства та зробити правильні управлінські висновки.

Як правило, основною інформаційною базою для проведення розрахунків слугує фінансова звітність підприємства. Водночас важливо забезпечити її точність і достовірність, тому з метою підвищення об'єктивності аналізу часто залучають дані бухгалтерського обліку та результати аудиторських перевірок.

У сучасній економічній літературі виділяють три головні підходи до аналізу та оцінювання рентабельності [14].

Перший підхід базується на багаторівневому аналізі стійкості фінансово-господарської діяльності. За цією методикою рівень рентабельності визначається залежно від окремих груп показників, що відображають різні аспекти ефективності. Зокрема, у межах даного підходу оцінюють:

- ефективність використання капіталу;
- рентабельність операційної діяльності;
- прибутковість грошових потоків.

Другий підхід є більш поглибленим, оскільки охоплює комплексне дослідження рентабельності підприємства з використанням різних аналітичних інструментів. До цього підходу належать такі методи:

- метод порівняння;
- метод групування показників;
- метод середніх величин;
- коефіцієнтний аналіз;
- балансовий метод;
- індексний метод;
- використання табличних розрахунків;
- трендовий аналіз;
- аналіз динамічних рядів;
- графічний метод візуалізації даних.

Третій підхід — факторний метод, який спрямований на прогнозування рівня рентабельності та виявлення впливу окремих чинників на кінцеві результати діяльності підприємства. У межах цього підходу застосовують:

- методи точкового аналізу;
- аналіз взаємозв'язків показників;
- метод поширення тенденцій;
- прогнозування частки продажів у загальному обсязі реалізації;
- підготовка прогнозних фінансових звітів.

Окрім методів, що використовуються для оцінювання рентабельності, важливе значення має дотримання певної послідовності дій у процесі управління нею. У сучасних умовах цей процес включає такі основні етапи [9]:

- ведення повного та коректного обліку;
- визначення рівня рентабельності за попередні звітні періоди;
- прогнозування показників рентабельності підприємства на майбутній період;
- удосконалення методів і систем аналізу та оцінювання рентабельності;
- здійснення контролю за реалізацією прийнятих рішень і оперативне коригування виявлених відхилень.

Даний підрозділ слугує інформаційною основою для подальшого практичного дослідження.

У його межах доцільно розглянути формули розрахунку та зміст основних видів показників рентабельності, що застосовуються для оцінювання результативності діяльності підприємства.

Слід нагадати, що система показників рентабельності формується за трьома основними підходами [15]:

- на основі витратного методу — дає змогу визначити ефективність використання витрат;

на основі прибутковості продажів — відображає рівень результативності комерційної діяльності та розмір прибутку з кожної гривні реалізованої продукції;

на основі ресурсного забезпечення — характеризує прибутковість використаних ресурсів і наявних резервів підприємства.

Надалі розглянемо основні види показників рентабельності, їх економічний зміст та формули розрахунку [16].

Рентабельність виробництва демонструє ефективність застосування ресурсів підприємства, визначаючи прибуток, отриманий на кожну гривню, вкладену в матеріальні активи виробництва.

$$P_{од} = \frac{\PhiРОД}{C + АВ + ВЗ + ІОВ} \times 100\% , \quad (1.1)$$

Рентабельність операційної діяльності відображає прибутковість підприємства від його основної (операційної) діяльності [15, с. 37]:

$$P_{зд} = \frac{\PhiРЗДоп}{C + АВ + ВЗ + ІОВ + \PhiВ + ІВ + ЗВ} \times 100\% , \quad (1.2)$$

Валовий показник рентабельності реалізованої продукції відображає ефективність її виробництва та продажу [15, с. 37].

$$P_{гд} = \frac{ЧП}{C + АВ + ВЗ + ІОВ + \PhiВ + ІВ + ЗВ} \times 100\% , \quad (1.3)$$

Операційна рентабельність реалізованої продукції, подібно до попереднього показника, базується на обсязі виручки від продажу продукції. Проте цей показник відображає рівень рентабельності підприємства з урахуванням витрат на виробництво та збут, тобто дає можливість оцінити врахування витрат, не пов'язаних безпосередньо з операційною діяльністю [15, с. 37].

$$P_{зат} = \frac{ВП}{ЧД} \times 100\% , \quad (1.4)$$

Чиста рентабельність реалізованої продукції відображає частку прибутку у загальному обсязі отриманої виручки. Її зниження може вказувати на зростання фінансових витрат підприємства [15, с. 38].

$$P_A = \frac{ЧП}{A} \times 100\% , \quad (1.5)$$

Даний показник використовується для оцінювання ефективності застосування капіталу, оскільки відображає загальний рівень прибутковості коштів, інвестованих у виробничу діяльність — як власних, так і залучених.

У міжнародній практиці широкого застосування набула модель оцінювання рентабельності, відома як модель Дюпона (The DuPont System of Analysis). Вона отримала свою назву від американської хімічної компанії DuPont, заснованої у 1802 році французьким підприємцем Елетером Ірене дю Поном. Спочатку компанія спеціалізувалася на виробництві пороху, використовуючи власний капітал і наявні ресурси. Завдяки швидкому розвитку компанія згодом розширила сферу діяльності, інвестуючи у різні галузі, зокрема автомобільну промисловість. Компанія продовжувала успішно функціонувати впродовж багатьох десятиліть, а у 2015 році об'єдналася з корпорацією Dow Chemical, утворивши нову структуру — DowDuPont [17].

Тривалий період успішного функціонування компанії, на думку зарубіжних фахівців, пояснюється передусім обмеженою конкуренцією в галузі, в якій вона працювала, а також ефективною системою управління. Унікальність розробленої моделі на відміну від традиційних підходів, де кожен показник рентабельності аналізується окремо, дана система об'єднує кілька ключових індикаторів у єдину аналітичну схему. Центральне місце в ній займає показник рентабельності загального капіталу.

Модель Дюпона була вперше застосована у 1919 році, а її автором став співробітник компанії — Ф. Дональдсон Браун, який розробив її ще у 1914 році. Дослідження факторів, що впливають на результативність діяльності підприємства, тому його також часто називають факторним методом аналізу.

Концепцію факторного аналізу взаємопов'язаних показників уперше сформулював Альфред Маршалл. У своїй праці «Елементи галузевої економіки» (1892 р.) він виклав основні теоретичні засади цього підходу. Водночас практичне застосування ідей факторного аналізу вперше здійснили Франк Дональдсон Браун та компанія «DuPont». Їхня логіка була досить зрозумілою: інвестори й акціонери прагнуть підвищення прибутковості підприємства, а оцінити цей процес можна саме через аналіз показників рентабельності. Відтак, ключовими завданнями управлінського персоналу на всіх рівнях мають бути зростання рентабельності та забезпечення ефективного управління діяльністю компанії [19].

Незалежно від обраної моделі, компанія «DuPont» пропонувала розкласти показник рентабельності на окремі фактори, що визначають ефективність діяльності підприємства. Такий підхід дозволяє швидко встановити, який саме з показників справляє найбільший вплив на рівень рентабельності власного капіталу.

Сутність і відмінність моделей можна зрозуміти вже з їхніх назв. У трифакторній моделі Дюпона результируючим показником виступає рентабельність власного капіталу, що використовується для оцінки загальної ефективності функціонування підприємства [18].

Основними чинниками, які формують цей показник, є: рентабельність продажів, коефіцієнт важіль [18]:

$$P_{BK} = \frac{ЧП}{BK} \times 100\% , \quad (1.6)$$

Трифакторна модель дозволяє проаналізувати ефективність операційної діяльності підприємства [15, с. 38].

$$P_{ЗК} = \frac{ЧП}{ЗК} \times 100\% , \quad (1.7)$$

Отже, існує значна кількість різновидів показників рентабельності, і вибір конкретного виду залежить від мети аналізу. Формули їх розрахунку

відрізняються насамперед тим, який тип прибутку використовується у чисельнику та який вид витрат або ресурсів — у знаменнику.

Досить часто власники підприємств, інвестори чи інші зацікавлені сторони оцінюють ефективність роботи компанії, спираючись на наведені вище показники рентабельності. Водночас важливо здійснювати їх порівняння з результатами інших підприємств галузі, а також з показниками попередніх періодів. Це дозволяє виявити тенденції змін, оцінити динаміку розвитку та ухвалити обґрунтовані управлінські рішення.

Для керівників компанії ця модель є інструментом виявлення слабких місць у діяльності підприємства, оцінки ризиків та розробки заходів для підвищення рентабельності. Завдяки такому підходу управлінці можуть приймати обґрунтовані рішення, спрямовані на усунення проблем і зниження потенційних загроз, що в підсумку сприяє підвищенню ефективності роботи компанії та її фінансовій стабільності.

Окрім цього, аналіз рентабельності від запланованих фінансових і виробничих результатів, а також ідентифікувати неефективні управлінські рішення, що можуть негативно вплинути на діяльність підприємства. Завдяки цьому керівництво отримує можливість оперативно реагувати на проблеми, вносити корективи у виробничі та фінансові процеси та запобігати можливим втратам ще на ранніх етапах виробничого циклу. Таким чином, аналіз рентабельності стає не лише інструментом підбиття підсумків діяльності, а й безперервним механізмом контролю, який допомагає забезпечити стабільність роботи підприємства, раціональне використання ресурсів та досягнення стратегічних цілей на кожному етапі операційного процесу.

ВИСНОВОК ДО 1 РОЗДІЛУ

У першому розділі було детально розглянуто ключовий аспект дослідження — показник рентабельності. Він відображає співвідношення прибутку до витрат, що дозволяє оцінити фінансовий результат діяльності підприємства. При цьому показник подається у відносних величинах. З урахуванням того, що головною метою діяльності підприємства є максимізація прибутку при одночасному зниженні витрат, можна зробити висновок: зростання, функціонування бізнесу та підвищує його привабливість для учасників ринку.

Показник рентабельності є цікавим для широкого кола учасників ринку. Власники підприємств відстежують його для збільшення прибутків та зміцнення регулярно аналізують ці дані для порівняння результатів і підвищення ефективності власної діяльності. Інвестори орієнтуються на показники рентабельності при прийнятті рішень про вкладення коштів, прагнучи отримати прибуток. Крім того, останнім часом засоби масової інформації активно досліджують рентабельність та прибутковість підприємств для складання рейтингів і публікації матеріалів про успішний бізнес. Власники підприємств для підвищення рентабельності (детальніше вони розглянуті у другій частині розділу). До основних із них належать: оптимізація виробничих витрат, впровадження сучасних технологій у виробничий процес, збільшення обсягів реалізації та підвищення якості продукції, налагодження маркетингової діяльності, зміцнення конкурентних позицій.

Модель Дюпона може бути використана будь-яким учасником економічних відносин для досягнення своїх цілей. Так, інвестори застосовують її для швидкого та об'єктивного порівняння різних підприємств з метою вибору найпривабливішого об'єкта для інвестування.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА У СФЕРІ ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП»

2.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП»

ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП» функціонує на базі приватної власності та провадить господарську діяльність із використанням праці найманого персоналу. Головним видом діяльності компанії є деревообробне виробництво.

Головною метою функціонування доходу від інвестованого капіталу і забезпечення соціально-економічних потреб власника та трудового колективу. Крім того, підприємство бере участь у благодійних проєктах, виконує державні програми та замовлення (у разі передбачення цього законодавством) і може здійснювати посередницьку діяльність.

Згідно зі Статутом, діяльність підприємства охоплює такі основні напрями:

- придбання, заготівля;
- виготовлення будівельних матеріалів і їх подальша реалізація;
- закупівля, обробка та продаж сільськогосподарської продукції, включаючи товари народного споживання, продукцію рослинного й тваринного походження;
- виконання ремонтно-будівельних робіт у різних секторах економіки;
- вантажних і пасажирських перевезень для підприємств та населення як в Україні, так і за кордоном;

здійснення оптової торгівлі продуктами харчування, харчовими добавками, будівельними матеріалами, а також технічним обладнанням;
організація роздрібною торгівлі та матеріалами для будівництва.

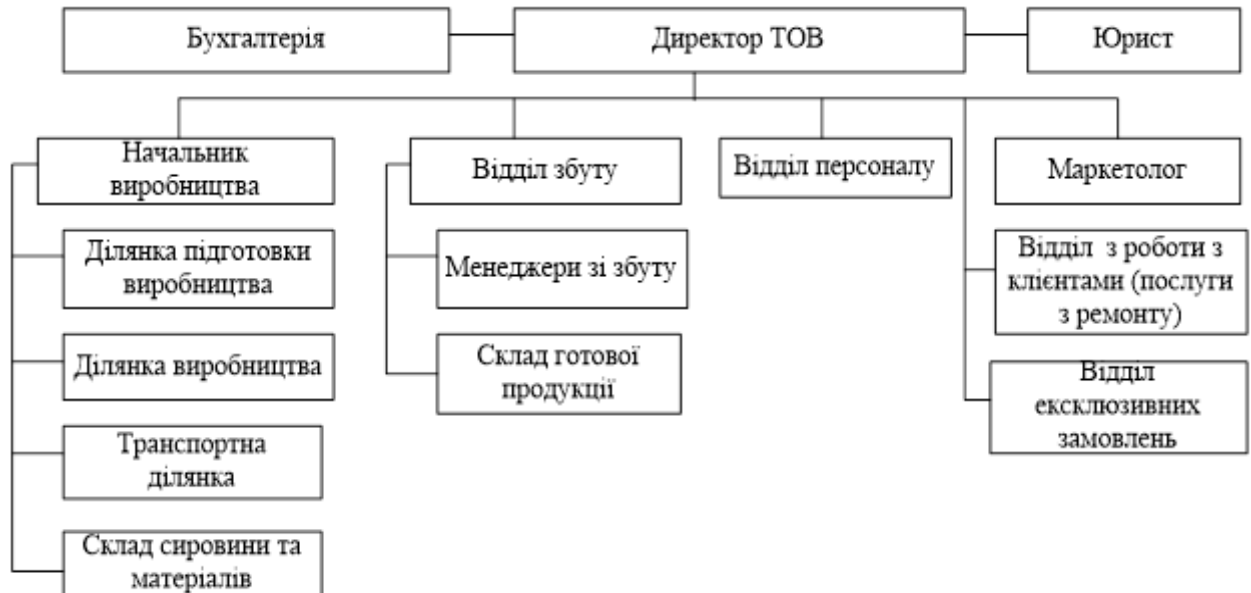


Рис.2.1. Загальна структура підприємства.

До складу виробничої інфраструктури ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП» входять:

допоміжні та сервісні підрозділи, цехи й виробничі дільниці;

мережі комунікацій і внутрішньої інфраструктури;

системи збору, передавання та обробки інформації;

об'єкти, призначені для охорони навколишнього природного середовища.

Внутрішній трудовий розпорядок ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП» встановлюється керівництвом підприємства відповідно до його виробничих потреб.

Робочий день розпочинається о 7:45, протягом перших 15 хвилин працівники мають можливість переодягнутися у спецодяг та підготуватися до виконання своїх обов'язків. Безпосередній виробничий процес стартує о 8:00.

Склад, чисельність і структура персоналу ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП»

Категорія працівників	2022	2023	2024
Керівники	10	9	9
Бухгалтер	2	2	2
Юрист	2	1	1
Комірник	3	2	2
Водії	4	5	4
Менеджер з персоналу	2	1	1
Маркетолог	3	2	2
Менеджери по роботі з клієнтами	4	4	3
Основні робітники	56	41	42
Менеджери по роботі з ексклюзивними замовленнями	4	4	3
Допоміжні робітники	31	25	22
Всього	120	104	94

Кваліфікаційна структура персоналу	2022	2023	2024
Вища освіта	60	68	75
Середньо-спеціальна	60	36	19
Разом	120	104	94
Вікова структура персоналу			
від 18 до 39 років	23	30	20
від 40 до 54 років	40	26	31
від 55 і старше	57	48	43
Разом	120	104	94

Обідня перерва триває з 12:00 до 12:30. На підприємстві відсутня їдальня, тому працівники приносять їжу з дому. У побутовому приміщенні передбачено піч для підігріву страв. Робочий день завершується о 16:00.

Крім того, щогодини працівникам надається коротка п'ятихвилинна перерва для відпочинку або особистих потреб.

Кожен робочий день на підприємстві розпочинається з короткої наради між директором з виробництва та працівниками, що триває приблизно 10 хвилин. Під час цього обговорення визначаються основні завдання на день, здійснюється планування роботи та розподіл персоналу по робочих місцях, оскільки діяльність підприємства здійснюється переважно за індивідуальними замовленнями та укладеними контрактами.

Робочий тиждень у ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП» складається з п'яти робочих днів. Виняток становлять державні та релігійні свята, коли робота не проводиться. Проте в таких випадках пропущені дні компенсуються виходом на роботу в суботу.

Крім того, підприємство може працювати і в суботні дні у разі необхідності термінового виконання контрактних зобов'язань, відвантаження продукції або завершення поточних замовлень.

ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП» було засновано в місті Харкові 2 листопада 2015 року. Спочатку підприємство здійснювало діяльність у сфері заготівлі металобрухту. Згодом компанія придбала державне підприємство загальною площею 0,96 га, що дало можливість розширити напрямки роботи.

Поряд із заготівлею металобрухту ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП» почало займатися виробництвом олії (на базі придбаної олійниці), виготовленням столярних виробів, перемотуванням електродвигунів, а також ливарним виробництвом, де з алюмінію створювали форми для подальшого виготовлення продукції.

Коли діяльність із заготівлі металобрухту перестала бути прибутковою, підприємство переорієнтувалося на деревообробну галузь. З метою підвищення рентабельності та зміцнення конкурентних позицій було збудовано сушильну камеру власної конструкції, встановлено кран-балку, придбано стрічкову пилораму та верстат для повздовжнього розпилювання деревини. У цей період ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП» почало виготовляти широкий асортимент деревної продукції.

Згодом підприємство розробило бізнес-план з виробництва євробрусу, що зумовило потребу у розширенні виробничих площ і модернізації технічного оснащення. Наприкінці 2016 року було зведено нові цехи загальною площею 1300 м² та придбано сучасне обладнання за рахунок кредитних коштів. Пізніше ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП» відмовилося від виготовлення євробрусу та переорієнтувалося на обробку букової деревини,

розпочавши випуск корпусів для щіток різних типів.

На поточний момент ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП» зосереджує свою діяльність на виробництві широкого асортименту дерев'яних виробів, зокрема підлогових дощок, плінтусів, оздоблювальних рейок, вагонки, а також столярної продукції, що користується підвищеним попитом серед споживачів. Крім того, підприємство випускає клеєні щити, дитячі стільці та поступово розширює виробництво у напрямі виготовлення меблів.

Асортимент продукції підприємства визначається поточними потребами ринку. Замовлення надходять не лише з місцевого рівня, а й з інших регіонів України та з-за кордону. Протягом останніх двох років ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП» помітно зміцнило свої позиції як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках.

ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП» здійснює виробництво продукції, враховуючи ринкову ситуацію та дії своїх конкурентів. Вироби підприємства відзначаються високою якістю виконання та доступною ціновою політикою. Особливою популярністю серед споживачів користуються столярні вироби власного виробництва.

На сьогодні підприємство пропонує досить широкий асортимент продукції. Така різноманітність зумовлена раціональним використанням сировини у процесі виготовлення погонажних виробів, орієнтацією на потреби різних категорій клієнтів і прагненням до збільшення прибутковості.

Перелік основної продукції підприємства:

Столярні вироби — вікна, двері та інші елементи інтер'єру, виготовлені за індивідуальними замовленнями;

Буковий клеєний щит розміром 470×512 мм;

Роздільні дошки різних розмірів та параметрів відповідно до технічних завдань замовника;

Дитячі стільці, які постачаються відповідно до умов контракту.

Таблиця 2.1.

Індикатори виробничо-економічної діяльності підприємства

Кількісні				
№ п/п	Найменування показника	Роки		
		2022	2023	2024
1	Грошовий обсяг випуску продукції, грн.	28633	29773	36539
2	Вартість проданої продукції, грн.	17963	18676	34372
3	Витрати на виробництво товарної продукції, грн.	4052	4358	6249
4	Загальний прибуток підприємства, грн.	19856	21456	34372
5	Фінансовий результат від продажу продукції, грн.	19058	18676	34372
6	Середня за рік вартість основних засобів, грн.	22304	24602	36046
7	Кількість промислово-виробничого персоналу, осіб	79	66	59
8	Річна вартість трудових виплат, грн.	12610	13582	15695
Якісні				
1	Загальний рівень прибутковості виробництва	1.1	1.0	1.2
2	Розрахунковий показник прибутковості виробництва, %	1.2	1.3	1.5
3	Прибутковість виготовленої продукції, %	1.1	1.3	1.2
4	Рівень прибутковості проданої продукції, %	1.1	1.2	1.4
5	Показник прибутковості за видами продукції, %	0,8	0.8	0.9
6	Ефективність використання основних засобів, %	1.1	1.1	1.1
7	Віддача основних засобів	1.3	1.2	0.9
8	Витрати на оплату праці на одиницю продукції, грн.	850	970	1046

Матеріально-технічна база ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП» включає широкий спектр ресурсів, необхідних для ефективної виробничої діяльності. Вона складається з:

Власних основних виробничих фондів;

Орендованих виробничих потужностей, зокрема виробничих, торгових і складських приміщень;

Малоцінних і швидкозношуваних предметів, що використовуються у виробничому процесі.

До активів підприємства належать:

виробничі площі в місті Харків загальною площею 1300 кв. м;

два легкові автомобілі та три вантажні мікроавтобуси;

сушильна установка власної розробки;

частковий набір обладнання, серед якого — ручний інструмент, п'ять фрезерних верстатів, вертикальна й стрічкова пилорами, а також шліфувальний верстат;

офісне обладнання та техніка.

У користуванні підприємства на умовах оренди перебувають:

шипорізний верстат, три торцювальні верстати, преси для поздовжнього та звичайного склеювання, два чотиристоронні верстати;

сушильна камера типу “KATRES”;

автонавантажувач.

Такий набір матеріально-технічних ресурсів забезпечує стабільний виробничий процес, високу якість продукції та оперативне виконання замовлень.

2.2 Аналіз змін фінансових показників та прибутковості підприємства ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП»

Оцінювання економічної ефективності роботи підприємства дозволяє встановити ступінь раціонального використання ресурсів і резервів, проаналізувати стан та результативність основних бізнес-процесів, а також визначити якість продукції й загальну ефективність виробництва.

Поряд із вивченням економічних показників доцільно дослідити фінансове становище підприємства, оскільки дає змогу визначити його платоспроможність і стабільність, ліквідність і здатність своєчасно виконувати свої зобов'язання [31, с.175].

Доцільно розпочати аналіз результативності діяльності підприємства з вивчення балансу та показників фінансової звітності, наведеної в таблицях 2.2 і 2.3.

Таблиця 2.2

Аналіз балансу ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП»

Показник	Роки			Абсолютне відхилення, +,-	
	2022	2023	2024	2022 - 2024	2023 - 2024
Довгострокові активи	12496	21808	27967	9312	6158
Поточні активи	6842	12620	36771	5778	24152
Капітал підприємства або Власні фінансові ресурси	8438	10993	16558	2554	5562
Довгострокові боргові та резервні зобов'язання	4243	10649	8304	6405	-2344
Короткострокові боргові та резервні зобов'язання	6656	12786	39878	6130	27093



Рис.2.2. Дослідження структури активів підприємства.

Як свідчать результати аналізу структури активів підприємства, у 2022–2023 роках домінували довгострокові активи. Їх обсяг зростав упродовж 2022–2024 років, причому найбільшу частку становили основні засоби. Первісна вартість цих засобів збільшувалася значно швидше, ніж показник зносу, що може вказувати на своєчасне оновлення обладнання. Водночас нематеріальні активи залишалися незмінними та становили 231 тис. грн.

Поточні активи підприємства також демонстрували тенденцію до зростання, проте найбільш суттєве збільшення спостерігалось у 2024 році порівняно з 2023 роком — приріст становив 241 524 тис. грн. Подібна тенденція пояснюється різким підвищенням рівня запасів (у 2022 році — 109 802 тис. грн, тоді як у 2023 році цей показник зменшився до 141 тис. грн). Крім того, істотно збільшилася дебіторська заборгованість: якщо у 2023 році вона дорівнювала 13 972 тис. грн, то в 2024 році зросла до 175 255 тис. грн, кредитну політику підприємства щодо своїх дебіторів.

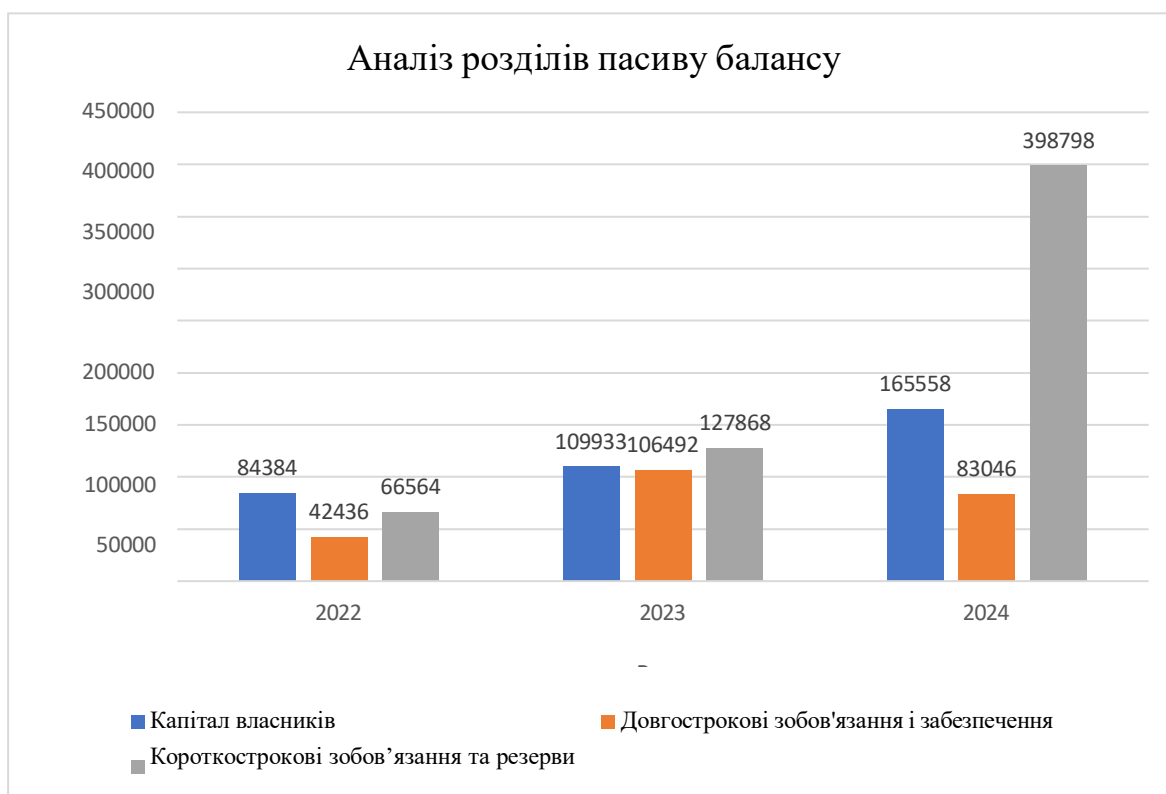


Рис.2.3. Дослідження структури зобов'язань і джерел формування капіталу ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП».

Аналіз структури пасиву балансу засвідчив, що підприємство активно нарощує у 2024 році досяг 16 558 тис. грн. Водночас відбулася зміна у підходах до управління довгостроковими зобов'язаннями — 2 346 тис. грн порівняно з 2022 роком. У той же час за цей період приріст склав 27 090 тис. грн. Отже, попри прагнення підприємства пасиву (передусім шляхом збільшення нерозподіленого прибутку), йому варто переглянути політику управління позиковими коштами, особливо короткостроковими кредитами.

Подальший етап аналізу економічної діяльності ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП» передбачає вивчення ключових показників результативності роботи підприємства за період 2022–2024 років.

Таблиця 2.3

Основні результати діяльності ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП»

Показник	Роки			Абсолютне відхилення, +,-	
	2022	2023	2024	2022 - 2024	2023 - 2024
Чистий виторг від продажу продукції	26607	35285	63464	8678	28178
Виробничі витрати на продану продукцію	20826	27927	52567	7101	24639
Загальний прибуток до вирахування операційних витрат	5780	7358	10897	1577	3539
Додаткові доходи	541	558	1397	16	839
Видатки на управлінську діяльність	768	732	1008	-36	276
Витрати, пов'язані з реалізацією продукції	2112	2268	3974	156	1705
Додаткові витрати операційного характеру	229	1762	313	1533	-1448
Операційний фінансовий результат	3212	3153	6998	-59	3845
Підсумковий прибуток підприємства після оподаткування	2402	2290	5371	-111	3080

Економічний підсумок діяльності підприємства за результатами реалізації продукції мав тенденцію до постійного зростання, що відображає збільшення обсягів продажів. У 2021 році він досяг максимального значення — 634 646 тис. грн, що на 281 787 тис. грн перевищує показник 2020 року.

Собівартість виробленої продукції мала тенденцію до підвищення протягом періоду спостереження, проте темпи її збільшення були менш інтенсивними порівняно з ростом чистого доходу. У 2021 році вона склала 525 673 тис. грн, що зумовлено подорожчанням матеріалів та оновленням основних засобів.

На рисунку 2.4. представлено зміни, що відбулися в адміністративних, збутових та інших операційних витратах

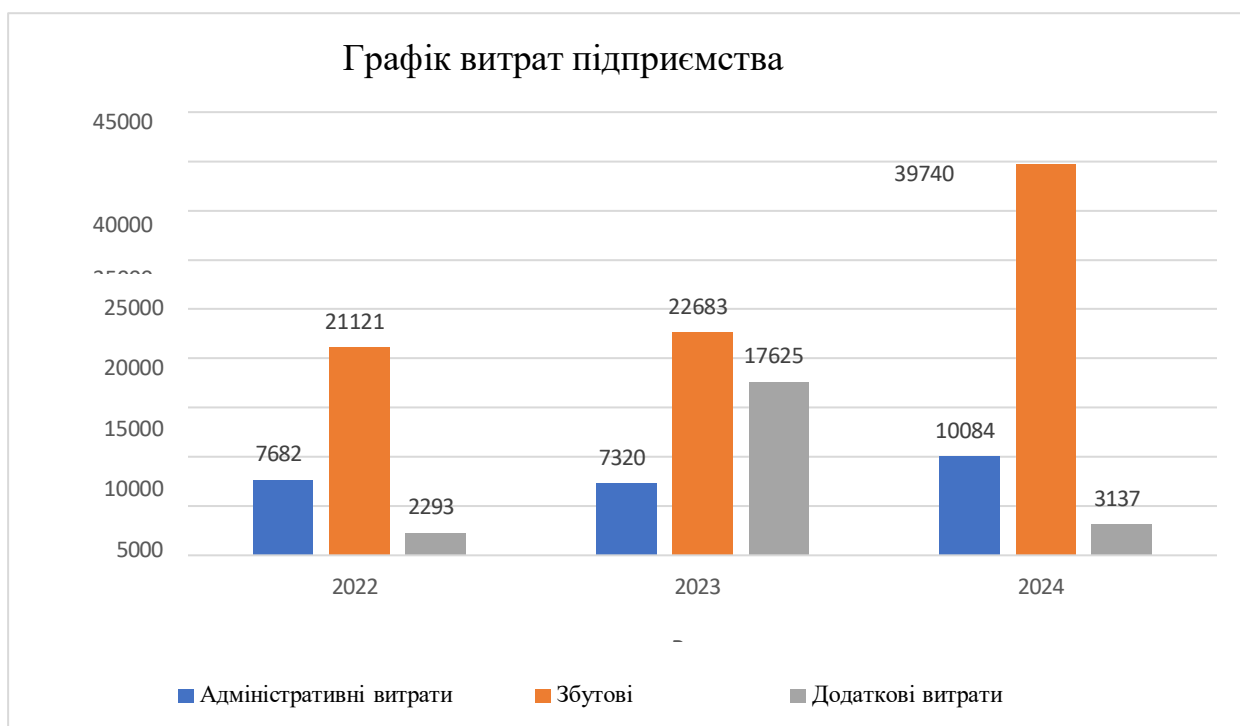


Рис.2.4. Графік витрат підприємства

Збільшення у 2024 році на 17 057 тис. грн переважно пов'язане з активізацією маркетингової діяльності підприємства — запуском офіційних сторінок у соціальних мережах, розміщенням реклами в місті Дубно та розширенням географії поставок продукції до інших регіонів України.

У 2023 році витрати підприємства знизилися на 362 тис. грн, що, ймовірно, зумовлено роботою управлінського персоналу у віддаленому режимі. Крім того, спостерігалось значне скорочення інших операційних витрат — на 14 488 тис. грн у 2022 році порівняно з 2024 роком. Найбільше

ці витрати досягли у 2024 році, склавши 17 625 тис. грн.

У 2023 році чистий прибуток підприємства знизився на 1 115 тис. грн порівняно з 2022 роком через кризові умови та діяльність у ситуації економічної невизначеності. Водночас у 2021 році фінансові результати були значно кращими — прибуток досяг 53 714 тис. грн.

Основні засоби являють собою матеріальні ресурси, що експлуатуються у виробничому процесі протягом тривалого періоду (понад один рік). Тому аналіз ефективності діяльності підприємства доцільно починати з оцінки їхнього стану та раціональності використання.

Таблиця 2.4

Аналітичні параметри функціонування та результативності
експлуатації основних засобів

Показник	Порядок визначення	Роки		
		2022	2023	2024
Обсяг основних фондів, що припадає на одиницю виготовленої продукції.	Питома балансова вартість продукції	518,25	297,39	305,69
Продуктивність виробничих фондів	Обсяг готової продукції на одиницю балансової вартості	0,03	0,003	0,003
Основні засоби на одного співробітника	Рівень забезпеченості працівника основними виробничими фондами у балансовому вимірі за період	742,98	1219,81	1293,13
Доходність основних фондів	Фінансовий результат до оподаткування на одиницю балансової вартості	0,17	0,10	0,18
Ступінь сучасності та придатності основних засобів	Індекс зношеності	0,676	0,72	0,65

З метою спрощення порівняння наведених показників у подальшій частині таблиці здійснено розрахунок їх абсолютного відхилення та темпу приросту.

Продовження таблиці 2.4

Показник	Різниця між фактичним і базовим значенням, +/-		Показник зміни у відсотках, %
	2023 - 2022	2024 - 2023	
Рівень забезпеченості виробництва основними фондами на одиницю продукції	-220,8	8,3	59%
Продуктивність основних засобів	0,03	0,02	169%
Основні фонди	476,8	73,3	174%
Прибутковість основних засобів	-0,07	0,08	104%
Технічний стан	0,05	-0,07	96%

Показник фондомісткості демонструє обсяг капіталу, вкладеного у виробництво на одиницю готової продукції. У 2022 році досягнув піку — 518,25 грн, а в 2023 році знизився до мінімального рівня — 297,39 грн.

Зворотний показник — фондовіддача — відображає обсяг продукції, що для підприємства цей показник залишається низьким: попри незначне зростання в останні роки, у 2024 році він становив лише 0,003. Це вказує на низьку обсягу виробленої продукції на одиницю виробничих фондів залишається вкрай малим.

Протягом досліджуваного періоду він характеризувався значним зростанням — у 2024 році приріст склав 174 % порівняно з 2019 роком, коли фондоозброєність становила 1 293,13 грн.

Яку частку прибутку приносить підприємству вартість його основних фондів. Спостерігається позитивна динаміка: у 2024 році показник досяг свого максимуму — 18,2 %. Загальний темп приросту за період дослідження склав 104,5 %.

Чим вище значення, тим кращий стан засобів. Для ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП» найбільший показник був зафіксований у 2023 році — 0,72, тоді як у попередні роки він був нижчим, що вказує на погіршення технічного стану виробничих фондів.

Аналіз за п'ятьма показниками, наведеними в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Індикатори забезпеченості підприємства майном ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП»

Показник	Спосіб обчислення	Роки		
		2019	2020	2021
Рівень фізичного зношення основних засобів	відношення накопиченого зносу первісної вартості	0,17	0,23	0,66
Придатність основних засобів	Доля залишкової вартості в первісній вартості основних фондів	0,78	0,23	0,35
Співвідношення вартості списаних основних засобів до їх початкової вартості	Доля їх первісної вартості на початку року	0,11	0,12	0,9
Доля оновлених основних засобів	Частка	0,28	0,63	0,32
Відсоток активної складової основних засобів	Відсоток активних основних засобів від початкової вартості	0,42	0,63	0,88

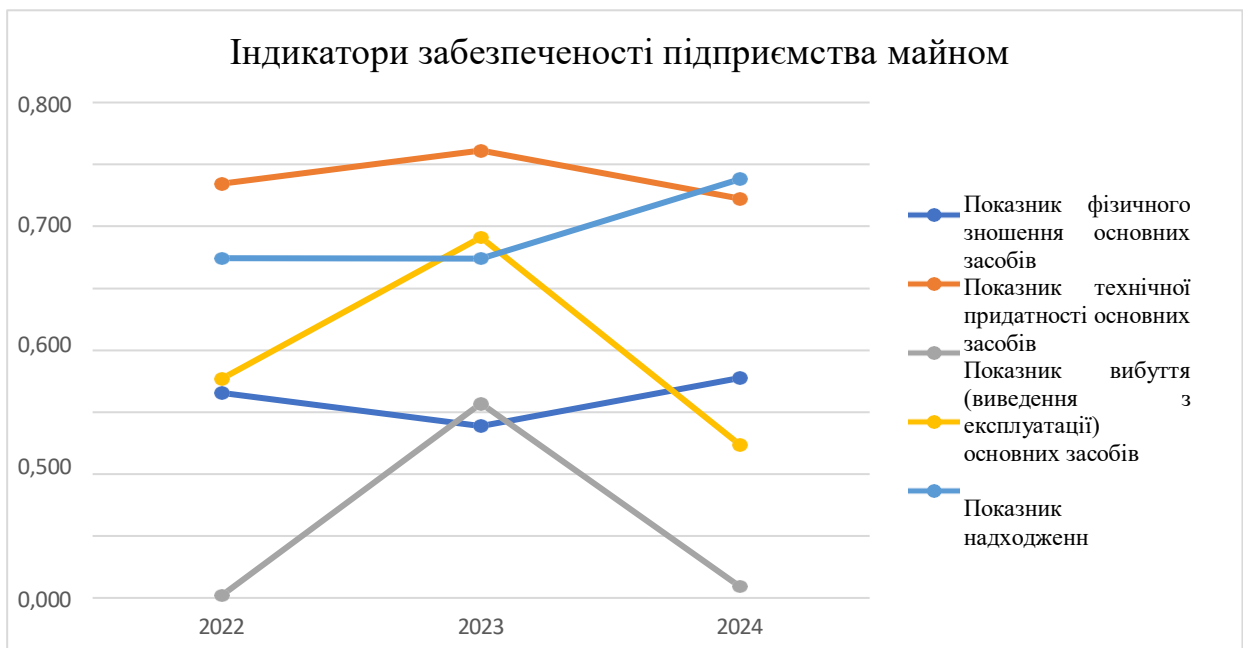


Рис. 2.5. Критерії оцінки майнового стану

Показник фізичного старіння основних засобів, ступінь їх фізичного старіння, тому його доцільно аналізувати разом із показником придатності. У 2021 році технічний стан, про що свідчить найвище значення коефіцієнта —

0,355.

Коефіцієнт вибуття основних засобів досяг свого максимуму у 2020 році, склавши 0,314. У грошовому вираженні цього року з експлуатації було виведено основні засоби на суму 52 735 тис. грн, тоді як у 2021 році цей показник різко знизився до 4 982 тис. грн.

Схожа динаміка характерна і для коефіцієнта оновлення основних засобів: найбільший обсяг надходжень зафіксовано у 2020 році — 160 497 тис. грн, тоді як у 2021 році цей показник зменшився майже вдвічі й становив 88 796 тис. грн.

Наступним кроком є дослідження показники наведені в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

Індикатори ділової активності ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП»

Показник	Спосіб обчислення	Роки		
		2022	2023	2024
Ефективність використання активів	Виручки від реалізації до середньої балансової вартості активів	1,33	1,22	2,03
Швидкість	Виручки від реалізації до середньої величини дебіторської заборгованості	8,2	13,3	6,02
Швидкість	Швидкість співвідношенні з виручкою від продажу	6,5	4,12	3,01
Швидкість обігу запасів	Співвідношення між собівартістю проданої продукції та середнім обсягом матеріальних запасів.	4,6	4,9	6,9
Швидкість обороту основних засобів	Відношення чистого прибутку до середньої балансової вартості основних виробничих фондів.	2,01	2,03	2,05
Швидкість обігу виробничих запасів	Результативність застосування оборотних активів	4,15	4,5	3,01
Тривалість циклу обігу в днях.	Тривалість обороту активів, розрахована як кількість календарних днів у періоді, поділена на коефіцієнт їх оборотності.	325	369	3512
Тривалість обороту дебіторської заборгованості	Тривалість обороту дебіторської заборгованості (у днях).	40,3	25,6	61,5

Показник оборотності активів демонструє, наскільки ефективно підприємство використовує свої ресурси у виробництві. Спостерігається тенденція до зменшення коефіцієнта: у 2021 році він становив 1,28, що означає зниження виручки на кожен вкладений гривню і, відповідно, погіршення фінансової ефективності діяльності.

Тенденцію до зниження, досягнувши найменшого значення у 2020 році — 5,207. Це може свідчити як про зниження попиту на продукцію, так і про значне накопичення запасів та незавершеного виробництва на підприємстві. Найвищий рівень показника спостерігався у 2019 році — 6,911, що вказує на мінімальне залучення коштів у запаси (найменш ліквідні активи підприємства) та більш стабільне фінансове становище.

Оборотність власного капіталу свідчить про ефективність використання внутрішніх фінансових ресурсів підприємства. Найвищий рівень цього показника протягом аналізованого періоду зафіксовано у цього показника спостерігався у 2021 році — 4,607, що свідчить про високу рентабельність капіталу: власники отримували значно більший дохід з кожної вкладеної одиниці коштів завдяки продажу продукції.

Коефіцієнт оборотності основних засобів протягом усього періоду залишався досить низьким — приблизно на рівні 2, що вказує на недостатню ефективність використання наявних основних фондів підприємства.

Коефіцієнт оборотності запасів показував тенденцію до зниження — від 3,783 у 2019 році до 2,57 у 2021 році, що свідчить про часткову ефективність у використанні запасів, але одночасно вказує на відносно повільний обіг і реалізацію матеріальних ресурсів підприємства.

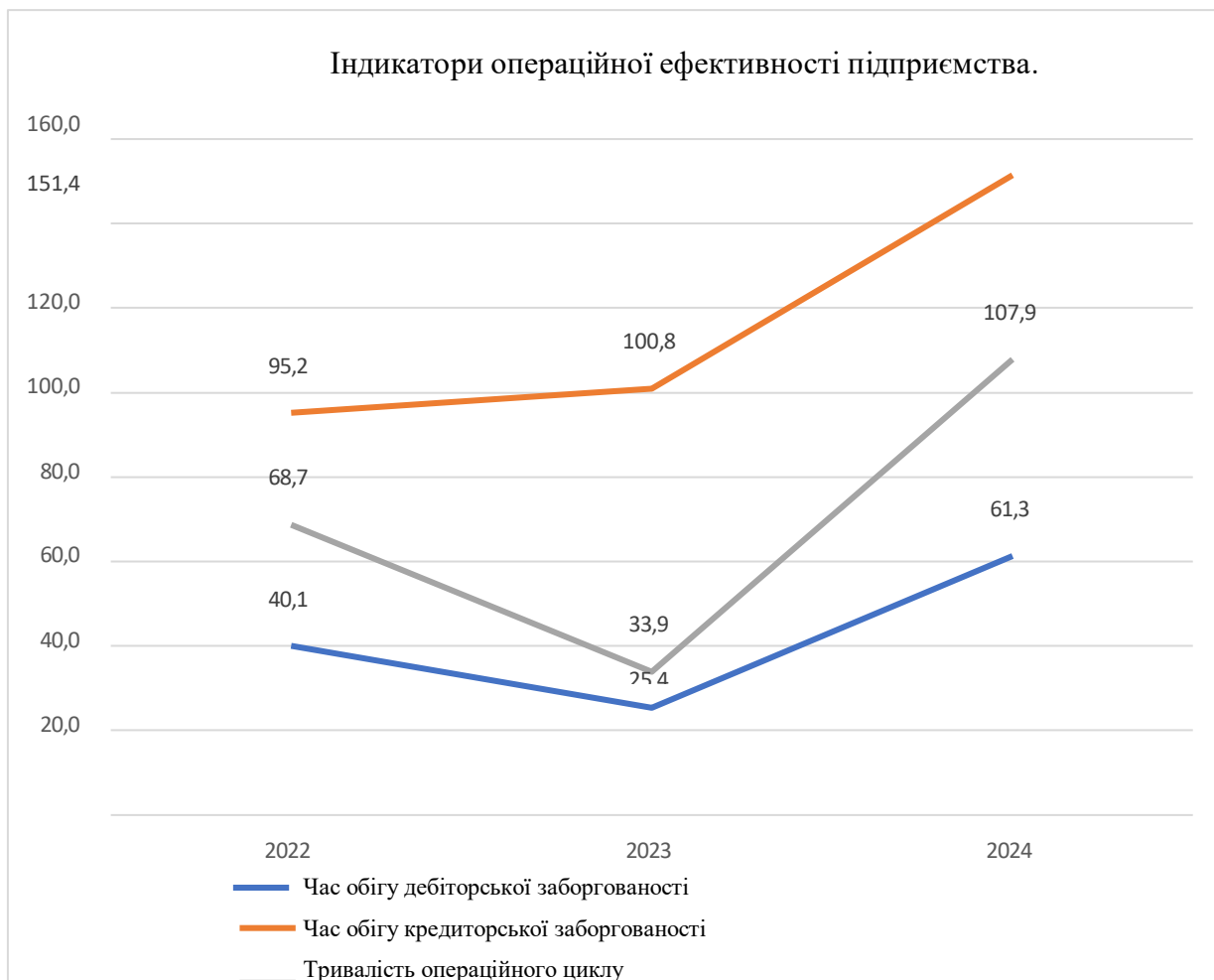


Рис.2.6 Показники ділової активності

Рівень оборотності дебіторської та кредиторської заборгованостей характеризувався у подібну динаміку, досягнувши мінімальних значень у 2021 році — 5,95 та 2,4 відповідно. Позитивним є те, що скоротилися закупівлі у кредит, що знизило рівень кредиторської заборгованості. Для більш точної оцінки цих показників використовують також коефіцієнти тривалості обороту дебіторської та кредиторської заборгованостей, нормативні значення яких становлять 7–15 днів.

Аналіз даних рисунка 2.6 показує, що реальні показники значно перевищують нормативні. У 2019–2020 роках період обороту дебіторської заборгованості зріс з 95,2 до 151,4 днів, при цьому мінімальне значення (25,4 дні) зафіксовано у 2020 році, а у 2021 році показник підвищився до 61,3 днів.

Така ситуація негативно впливає на ділову активність. Крім того, тривалість кредиторської заборгованості перевищує дебіторську, що свідчить про повільніші розрахунки підприємства з постачальниками порівняно з оплатою від покупців.

2.3 Факторний аналіз рентабельності та оцінка ефективності управлінських рішень ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП»

Рентабельність є одним із головних індикаторів ефективності функціонування підприємства. Для оцінки цього показника на прикладі ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП» проведено розрахунок основних коефіцієнтів рентабельності, методику яких наведено у першому розділі та узагальнено у таблиці 2.7.

Таблиця 2.7

Фінансові коефіцієнти, що відображають рівень рентабельності

Показник	Формула
Ефективність використання сукупних ресурсів	Коефіцієнт фінансової віддачі від використання майна підприємства
Рівень рентабельності всіх залучених ресурсів	Рівень прибутковості капіталу до сплати податків
Ефективність використання власних фінансових ресурсів підприємства	Рівень дохідності власного капіталу
Рівень валової рентабельності продажів	Рівень прибутковості реалізованої продукції за валовим прибутком
Операційна дохідність реалізованої продукції	Коефіцієнт операційної рентабельності продажів
Рівень фінансової віддачі від реалізованої продукції	Коефіцієнт чистої рентабельності реалізації продукції
Рівень окупності витрат на виробництво	Показник ефективності використання основних засобів і матеріальних цінностей на основі прибутку до оподаткування

У цілому, дослідження питання рентабельності не дають однозначних висновків, тому визначити конкретні нормативні значення цього показника також складно.

Натомість у літературі досить часто застосовується таке ранжування показника рентабельності [32]:

Менше 5% – характеризується як низька рентабельність;

Від 5% до 20% – вважається середнім рівнем рентабельності;

Від 20% до 30% – відповідає високому рівню рентабельності;

Понад 30% – розглядається як надрентабельність.

Варто зазначити, що запропонований поділ є досить умовним і залежить від низки факторів, таких як економічна ситуація в країні, специфіка галузі та діяльності підприємства. Наприклад, для показника рентабельності активів вважається прийнятним рівень близько 5%, проте оцінка цього показника враховує особливості конкретної галузі. Підприємства виробничої сфери зазвичай мають значні витрати на матеріально-технічну базу, тому їх рентабельність активів нижча, ніж у підприємств торгівлі або сфери послуг.

Таким чином, у ході аналізу основних показників рентабельності ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП» отримано результати, які наведені в таблиці 2.8.

Таблиця 2.8

Аналітичне дослідження рентабельності ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП»

Показник	2022	2023	2024	Абсолютне відхилення, +,-	
				2023 до 2022	2024 до 2023
Рівень дохідності майна підприємства	14,3%	8,6%	10,9%	-5,5%	2,2%
Коефіцієнт дохідності сукупного капіталу	17,3%	10,5%	13,3%	-6,7%	2,2%
Показник фінансової віддачі від використання власного капіталу	28,6%	20,9%	32,5%	-7,5%	11,2%

Продовження табл.2.8

1	2	3	4	5	6
Валова дохідність реалізованої продукції	21,2%	20,5%	17,3%	-13,5%	9,5%
Операційна дохідність реалізованої продукції	12,2%	8,5%	11,3%	-3,5%	2,5%
Рівень чистої рентабельності продажів	9,1%	6,7%	8,1%	-2,1%	2,1%
Показник фінансової віддачі виробничих ресурсів	17,7%	10,2%	16,8%	-7,8%	5,9%
Показник результативності інвестиційної діяльності	27,7%	26,2%	20,8%	-1,7%	-5,7%

Оскільки ключовими показниками рентабельності є рентабельність активів, виробничої діяльності, продажів та капіталу, доцільно провести їх детальний аналіз.

У 2024 році рентабельність активів склала 10,8%, що на 2,3% перевищує показник 2023 року. Цей коефіцієнт є важливим, оскільки відображає, який прибуток підприємство отримує з кожної гривні, вкладеної в його активи.

Рентабельність сукупного капіталу продемонструвала подібну тенденцію: спочатку показник зменшився на 6,8%, після чого зріс на 2,8%, досягнувши у 2024 році рівня 13,2%. Цей коефіцієнт відображає ступінь інвестиційної привабливості підприємства, тому його зростання є позитивним сигналом для потенційних інвесторів. У даному випадку рівень рентабельності можна оцінити як середній.

Серед розглянутих показників найвищі значення спостерігаються у 2024 році досягла свого максимуму — 32,4%, що свідчить про високий

рівень прибутковості та ефективне використання власних фінансових ресурсів підприємства.

Рентабельність виробництва характеризує обсяг прибутку, отриманого з кожної гривні, інвестованої у виробничі засоби. Найнижчого значення цей показник досяг у 2023 році — 10,1%, однак уже у 2024 році він продемонстрував зростання на 5,9%, що свідчить про покращення результативності виробничої діяльності.

Рентабельність інвестицій є одним із ключових показників ефективності діяльності підприємства. Упродовж досліджуваного періоду вона продемонструвала тенденцію до зниження — з 27,8% у 2022 році (максимальне значення) до 20,7% у 2023 році, що може свідчити про зменшення віддачі від вкладеного капіталу.

Рентабельність продажів (реалізації продукції) у даному дослідженні визначалась на основі трьох ключових показників:

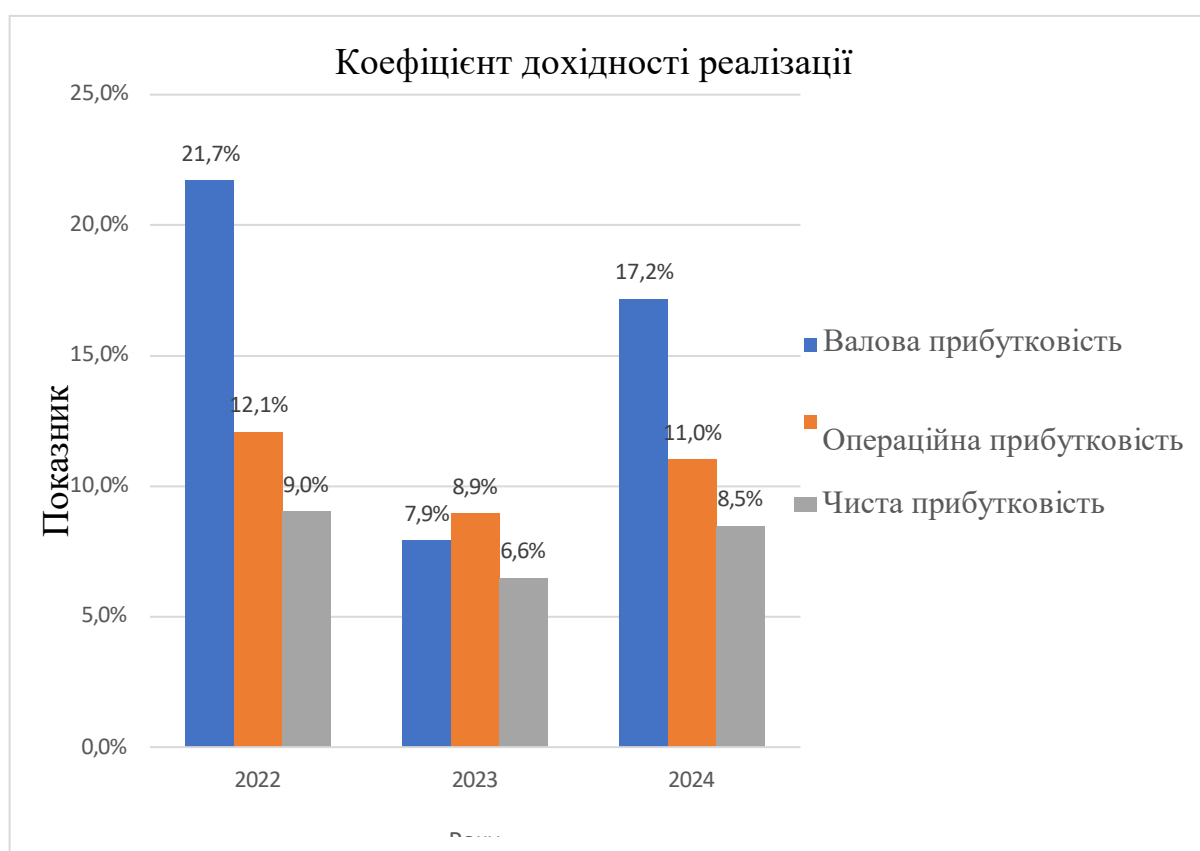


Рис.2.7. Дослідження показників прибутковості продажів

Очевидно, що 2022 рік став переломним для діяльності підприємства, і саме в цей період усі показники досягли мінімальних значень.

Серед проаналізованих показників валова рентабельність продажів продемонструвала незначні коливання — від 21,7% у 2022 році до 17,2% у 2024 році. Така динаміка свідчить про певне погіршення ситуації у виробничій сфері, оскільки темпи зростання валового прибутку були нижчими, ніж очікувалося. У зв'язку з цим підприємству доцільно зосередитися на підвищенні ефективності виробничих процесів та вдосконаленні політики ціноутворення.

Протягом аналізованого періоду операційна рентабельність реалізованої продукції перебувала на середньому рівні і у 2024 році становила 11%. Цей показник демонструє ефективність покриття витрат, пов'язаних із виробничою та реалізаційною діяльністю, і служить важливим індикатором результативності операційної роботи підприємства.

Результати аналізу свідчать, що чиста рентабельність реалізованої продукції є найнижчим серед розглянутих показників рентабельності. У 2024 році цей показник підвищився на 2% порівняно з 2023 роком, досягнувши 8,5%. Він відображає співвідношення чистого прибутку до виручки від реалізованої продукції, а його зниження може свідчити про зростання фінансових витрат та підвищення навантаження на прибутковість підприємства.

Після проведеного аналізу ключових показників рентабельності доцільно визначити напрямки підвищення фінансової ефективності підприємства. Оскільки впровадження будь-яких змін потребує значних матеріальних та трудових ресурсів, першочергову увагу слід зосередити на поліпшенні тих видів рентабельності, які мають найнижчі або критично низькі значення.

Для підвищення рівня рентабельності підприємству доцільно

реалізувати низку заходів, серед яких:

Підвищення вартості продукції та удосконалення політики ціноутворення відповідно до ринкових умов;

Розширення збутових каналів і, як наслідок, збільшення обсягів реалізації продукції;

Оптимізація структури витрат, зокрема виробничих, за умови збереження високої якості продукції;

Зосередження уваги на найбільш прибуткових видах товарів та активне просування їх на ринку.

На підприємстві найнижчий показник демонструє чиста рентабельність реалізованої продукції. У зв'язку з цим доцільно переглянути структуру фінансових витрат, оскільки їх збільшення часто пов'язане з участю в капіталі інших підприємств або зростанням податкових та інших обов'язкових платежів.

Рентабельність власного капіталу часто розглядається як ключовий показник, оскільки дозволяє оцінити ефективність усіх напрямів діяльності підприємства. Для більш глибокого аналізу його фінансового стану доцільно застосувати модель Дюпона, яка дозволяє досліджувати рентабельність через низку коефіцієнтів, що слугують своєрідними індикаторами привабливості та фінансового потенціалу підприємства.

Хоча існують різні варіанти моделі DuPont, для аналізу буде використано трифакторну модель, яка вважається базовою. Процес декомпозиції коефіцієнта рентабельності власного капіталу за цією моделлю передбачає його розподіл на наступні складові:

Ось перефразований варіант терміна «фінансовий важіль» без плагіату:

Ступінь залучення позикового капіталу

Рівень фінансового левериджу

Фінансовий леверидж, що відображає вплив боргового фінансування на рентабельність власного капіталу є важливим показником, що може

виступати індикатором рівня фінансових ризиків та невизначеності очікуваної рентабельності власного капіталу. Найвищого значення він досяг у 2021 році — 3,6, що свідчить про підвищений рівень залежності підприємства від позикового капіталу та, відповідно, зростання фінансових ризиків у цей період. Оборненість активів відображає ступінь ефективності використання ресурсів підприємства для отримання доходу, показуючи, скільки разів активи перетворюються на виручку протягом аналізованого періоду.

Фінансовий важіль — демонструє частку залученого позикового капіталу у фінансуванні діяльності підприємства та відображає ступінь фінансового ризику. Зростання цього показника означає підвищення ризикованості, але водночас може сприяти збільшенню прибутковості власного капіталу за умови ефективного управління залученими коштами.

Оборотність активів — характеризує ефективність використання активів підприємства для отримання доходу;

Крім того, суттєве зростання показника чистого прибутку у 2024 році, який становив 53 714 тис. грн проти 22 905 тис. грн у попередньому році, позитивно вплинуло на підвищення рентабельності власного капіталу. Водночас темпи приросту чистої виручки від реалізації були помітнішими, що свідчить про підвищення ефективності використання наявних ресурсів і зростання прибутковості підприємства без суттєвого розширення обсягів продажів. Така динаміка демонструє покращення фінансових результатів завдяки раціональнішому управлінню активами та власним капіталом.

Стрімке зростання спостерігалось також у показнику чистого прибутку, який у 2024 році склав 53 714 тис. грн, тоді як у попередньому році його значення становило лише 22 905 тис. грн. Така позитивна динаміка свідчить про підвищення ефективності діяльності підприємства, покращення управління витратами та раціональне використання наявних ресурсів, що, своєю чергою, позитивно позначилося на зростанні показників рентабельності.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

Робота над цим розділом дала можливість глибше дослідити сутність діяльності підприємства та специфіку послуг, які надає ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП». У процесі аналізу було визначено основні конкурентні переваги підприємства на ринку, що зумовлені сертифікованою продукцією, використанням сучасних технологічних ліній, впровадженням інноваційних методів виробництва та скління, а також високим рівнем професіоналізму персоналу. Досліджено коло партнерів підприємства та окреслено найуспішніші реалізовані проекти на території України, що підтверджує його стабільну позицію на ринку та потенціал подальшого розвитку.

Оцінка економічної діяльності підприємства здійснювалася за такими основними напрямками: аналіз стану та ефективності використання основних засобів, дослідження майнового стану, оцінка ділової активності, ліквідності, платоспроможності та рентабельності. Такий комплексний підхід дозволив сформулювати цілісне уявлення про фінансово-економічний стан ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП», виявити ключові тенденції у його діяльності, визначити проблемні аспекти та можливі резерви підвищення ефективності управління ресурсами підприємства.

Дослідження майнового стану підприємства показало, що рівень придатності основних засобів суттєво перевищує їх зношеність, що свідчить про належне оновлення матеріально-технічної бази. Нові основні засоби, які надходять на підприємство, повністю компенсують обсяг вибулих, забезпечуючи безперервність виробничого процесу та підвищення його ефективності.

Низький рівень фондівдачі свідчить про те, що підприємство не завжди раціонально та ефективно використовує наявні виробничі ресурси. Ділова активність підприємства перебуває на середньому рівні, оскільки

частина показників демонструє негативну динаміку, зокрема коефіцієнти оборотності активів, основних засобів і запасів. Крім того, встановлено, що тривалість дебіторської (61,3 доби у 2024 році) та кредиторської (151,4 доби у 2024 році) заборгованостей суттєво перевищує нормативні значення. При цьому дебітори розраховуються з підприємством швидше, ніж воно виконує власні зобов'язання перед кредиторами, що може свідчити про певні дисбаланси у фінансових потоках.

Аналіз показників ліквідності та платоспроможності, проведений шляхом порівняння фактичних значень із нормативними, показав, що підприємство характеризується рівнем ліквідності, вищим за середній. Це свідчить про здатність ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП» своєчасно виконувати свої фінансові зобов'язання завдяки наявності достатнього обсягу ліквідних активів.

Аналіз рентабельності свідчить, що підприємство характеризується середнім рівнем прибутковості. Так, рентабельність виробництва у 2024 році становила 16,1%, а показники рентабельності продажів вказують на те, що підприємство активно працює над покращенням виробничих процесів та вдосконаленням політики ціноутворення.

Оскільки досліджуваний період охоплював 2022–2024 роки, для більшості розрахованих показників спостерігалася трендова динаміка: спочатку відзначалося погіршення (з 2022 по 2023 рік), а потім — покращення у 2024 році. На нашу думку, основною причиною такої тенденції стало поширення пандемії та обмеження діяльності підприємства у 2023 році. Водночас можна зробити висновок, що підприємству вдалося ефективно адаптуватися до кризових умов, що свідчить про високий рівень управлінських здібностей. Ця стійкість забезпечила можливість розвитку підприємства, зміцнення його позицій не лише на українському ринку, а й освоєння нових ринків, підвищення ефективності та прибутковості продукції, а також розширення портфоліо успішних проєктів.

РОЗДІЛ 3.

НАПРЯМИ ОПТИМІЗАЦІЇ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП»

3.1 Формування стратегічних напрямів підвищення рентабельності підприємства ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП»

Для досягнення цього необхідно попередньо проводити глибокий якісний і кількісний аналіз роботи підприємства, впроваджувати ефективну систему управління та приймати обґрунтовані рішення. Важливо також забезпечувати контроль за дотриманням встановлених правил, норм і принципів, а у разі появи проблем чи відхилень від запланованих результатів.

Економічний і фінансовий аналіз діяльності ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП» дав змогу отримати об'єктивне уявлення про реальний стан підприємства. Зокрема, результати дослідження за 2022–2023 роки свідчать про зростання більшості ключових показників, зокрема чистого прибутку.

Безперечно, збільшення чистого прибутку позитивно вплинуло на покращення більшості показників рентабельності. Водночас, нестабільна ситуація, що спостерігалася у 2022 році, може мати певні наслідки для діяльності підприємства і в наступних періодах.

Нестабільність і уповільнення розвитку підприємства здебільшого були спричинені наслідками пандемії, що призвело до зниження попиту на продукцію, перебоїв часті посилення карантинних обмежень, а також до звуження ринку збуту. У 2022 році компанії вдалося реалізувати близько восьми успішних проєктів, однак вони охоплювали лише внутрішній, український ринок.

Функціонування підприємства в умовах невизначеності супроводжується появою низки ризиків, що чинять негативний вплив на його господарські результати. Як показано у другому розділі, аналіз за моделлю Дюпона, зокрема показник фінансового важеля, також підтверджує наявність ризиків, які знижують ефективність діяльності. Далі розглянемо основні види ризиків, притаманні цьому підприємству, а також можливі способи мінімізації їх негативних наслідків.

Технічні ризики — пов'язані з тим, що результати науково-дослідних робіт не завжди забезпечують очікуваний позитивний ефект для підприємства, що може призводити до додаткових витрат або затримок у впровадженні нових технологій.

Виробничі ризики — виникають у випадках відхилення від визначеної стратегії чи плану розвитку підприємства. Такі ризики можуть бути зумовлені збоями у виробничому процесі, поломкою основних засобів, дефіцитом ресурсів або людським фактором.

Транспортні ризики — з одного боку, пов'язані з можливими втратами через несвоєчасну доставку продукції чи несправність транспортних засобів. З іншого боку, відповідно до КВЕД, ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП» здійснює діяльність також у транспортній сфері [25], що підвищує рівень транспортних ризиків порівняно з підприємствами, які не поєднують кілька видів діяльності.

Ризики, пов'язані з реалізацією продукції, посилюються внаслідок активної взаємодії підприємства з іноземними контрагентами. Відмінності у законодавстві різних держав, а також навіть незначні помилки або неточності у договірних умовах можуть спричинити серйозні фінансові наслідки — зокрема, накладення штрафів чи застосування санкцій.

Після ідентифікації основних видів визначити ефективні шляхи зменшення можливих збитків.

Базовими етапами управління ризиками є:

виявлення ризику — визначення його природи та потенційного впливу;
оцінка й аналіз — встановлення рівня загрози та ймовірності настання ризикової події;

контроль і коригування — розроблення заходів реагування для мінімізації наслідків;

моніторинг — постійне спостереження за ситуацією з метою запобігання повторенню подібних ризиків у майбутньому.

Отже, залежно від характеру середовища, у якому здійснюється управління ризиками, ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП» може застосовувати такі заходи:

Зовнішні дії, що передбачають поділ ризиків та страхування.

Внутрішні дії, спрямовані на удосконалення внутрішніх процесів управління ризиками.

У процесі розподілу ризиків підприємство має можливість звертатися по підтримку до місцевих органів влади, замовників або ділових партнерів. Це набуває особливої актуальності під час воєнного стану, коли діяльність підприємства може опинитися під впливом зовнішніх загроз, зокрема військових дій. Такий підхід дає змогу отримати певні гарантії чи допомогу.

Крім того, підприємство може скористатися механізмом страхування — як для захисту власного майна (з метою уникнення транспортних, технічних, виробничих та інших ризиків), так і для страхування окремих процесів чи всієї діяльності загалом.

Серед внутрішніх заходів управління ризиками можна виділити, зокрема, встановлення обмежень на фінансові потоки, що дає змогу ефективно контролювати рівень витрат і не допускати перевищення прийняттого рівня ризику.

Здійснення заходів із пасивів, що забезпечує стабільність фінансового стану підприємства.

Проведення глибокого аналізу ринку та збирання необхідної інформації їх на ранніх етапах.

Покращення системи підготовки персоналу, особливо нових або малокваліфікованих працівників, для зниження виробничих ризиків і підвищення ефективності прийняття управлінських рішень.

Впровадження сучасних технологій і ноу-хау, що сприяє підвищенню продуктивності та конкурентоспроможності підприємства.

Уведення системи штрафів і санкцій для посилення дисципліни виконання договірних зобов'язань, зокрема щодо дебіторів.

Підвищення рівня захисту власної продукції, наприклад, через її патентування, що допоможе уникнути неправомірного використання результатів діяльності підприємства.

У результаті підвищиться рівень захищеності підприємства та ефективність виробничих процесів, що, своєю чергою, позитивно позначиться на динаміці показників рентабельності.

Водночас слід враховувати, що в умовах воєнного стану підприємства, які займаються виробництвом скляних виробів (вікон, склопакетів, дверей тощо), відіграють важливу роль на українському ринку. Це привертає до них підвищену увагу та водночас породжує нові ризики. Тому особливої значущості набуває постійне дослідження, виявлення та своєчасне реагування на потенційні загрози з метою мінімізації їх наслідків для діяльності підприємства.

Окрім управління ризиками та загрозами, на рівень рентабельності підприємства впливає низка інших чинників. Оскільки підприємство діє в умовах ринкової економіки, підвищення його рентабельності може визначатися як зовнішніми факторами, так і внутрішніми, що формуються безпосередньо в процесі господарської діяльності.

Очевидно, що зовнішні фактори не підконтрольні самому підприємству — вони виникають унаслідок дій інших економічних суб'єктів, а також змін

у законодавстві, державній політиці чи загальній економічній ситуації в країні.

До зовнішніх факторів, що можуть позитивно впливати на рівень рентабельності підприємства, належать:

Зниження митних тарифів, що сприяє здешевленню імпортованих ресурсів та комплектуючих;

Розширення внутрішнього ринку й збільшення можливостей для вітчизняних виробників;

Стабільність валютного курсу, яка забезпечує прогнозованість фінансових операцій;

Державна підтримка експорту, що стимулює вихід підприємства на зовнішні ринки;

Банкрутство або скорочення діяльності конкурентів, що зміцнює позиції підприємства на ринку;

Гнучка кредитна політика банків, яка передбачає зменшення відсоткових ставок та полегшення умов отримання позик;

Позитивні зміни у законодавстві, зокрема оновлення нормативно-правової бази в напрямі підтримки підприємницької діяльності;

Зниження податкового тиску, удосконалення податкового механізму, а також запровадження податкових пільг чи тимчасових канікул для суб'єктів господарювання.

Разом із тим, внутрішні фактори, тобто ті, що формуються в межах самої діяльності підприємства, також мають істотний вплив на рівень його рентабельності.

ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП» може застосувати низку внутрішніх заходів, спрямованих на підвищення рентабельності та ефективності діяльності, зокрема:

Організаційно-управлінські заходи. В умовах невизначеності, спричиненої пандемією та воєнним станом, підприємству необхідно

зосередити увагу на розробленні чіткої стратегії розвитку та гнучкого плану дій, який дозволить швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища.

Аналіз асортименту продукції. Доцільно проводити систематичний аналіз виготовленої продукції з метою виявлення найприбутковіших напрямів діяльності та зосередження ресурсів саме на них. Це дозволить оптимізувати структуру виробництва та збільшити загальну ефективність роботи.

Кадрові чинники. Хоча підприємство приділяє увагу рівню кваліфікації персоналу, існує потреба в удосконаленні системи взаємодії з працівниками. Варто запровадити збалансований графік відпочинку та оздоровлення, покращити умови праці й мотиваційні механізми. Це сприятиме підвищенню продуктивності, залученості та лояльності працівників.

Маркетингова діяльність. Для підвищення впізнаваності бренду доцільно активізувати рекламну діяльність — розміщувати рекламу у місцях концентрації потенційних клієнтів, розвивати присутність у соціальних мережах, створити або посилити відділ маркетингу. Його робота має бути спрямована не лише на просування продукції, а й на глибоке дослідження ринку, споживчих уподобань і тенденцій, що забезпечить більш ефективне позиціонування підприємства.

Аналіз конкурентного середовища. Для ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП» доцільним є проведення системного аналізу конкурентів, моніторинг ринку та оцінка їхніх сильних і слабких сторін. Це дозволить підвищити конкурентоспроможність підприємства, вдосконалити продукцію та формувати товарну пропозицію з урахуванням власних переваг і ринкових потреб.

Оптимізація витрат та підвищення ефективності виробництва. Динаміка рентабельності значною мірою залежить від обсягів витрат підприємства. З огляду на зростання попиту на продукцію, доцільно збільшити масштаби виробництва, що сприятиме зниженню собівартості

одиниці продукції. Навіть за умов можливого зростання змінних витрат (наприклад, вартості сировини), частка постійних витрат розподілятиметься між більшим обсягом виробленої продукції, що забезпечить економію на масштабі.

Використання досягнень науково-технічного прогресу. Незважаючи на те, що підприємство вже оснащене сучасним обладнанням і має потужну виробничу базу, необхідно постійно відстежувати нові технологічні розробки та оперативно впроваджувати їх у виробництво. Це дозволить підтримувати високий рівень конкурентоспроможності та якості продукції.

Раціональне використання ресурсів. Необхідно забезпечити максимально ефективне задіяння наявних виробничих потужностей, включаючи обладнання, енергію, матеріали та інші ресурси. Оптимізація цих процесів дозволить знизити витрати та підвищити прибутковість підприємства.

Покращення співпраці з контрагентами. Підприємству варто зміцнювати взаємовідносини з позичальниками, кредиторами, постачальниками та іншими діловими партнерами. Запропонована структура підрозділу служби безпеки підприємства передбачає активне залучення працівників до процесу виявлення та запобігання потенційним загрозам, а також до захисту інтересів ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП». Її перевагою є те, що вона не потребує значних додаткових фінансових витрат, адже може бути сформована переважно за рахунок внутрішніх ресурсів підприємства.

Окрім реалізації позитивних заходів, спрямованих на підвищення рівня рентабельності, не менш важливою є робота з негативними факторами, які можуть суттєво погіршити результати діяльності підприємства. Такі чинники не лише знижують ефективність роботи, а й здатні нівелювати ефект від ужитих заходів із підвищення прибутковості та рентабельності.

На нашу думку, до негативних факторів, що можуть негативно впливати на діяльність ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП», належать такі:

Недобросовісна конкуренція. З огляду на зростання попиту на продукцію склообробної галузі, з боку конкурентів можливі прояви неправомірних дій, спрямованих на послаблення позицій підприємства на ринку.

Рейдерські атаки та шахрайські дії, які можуть загрожувати як майну підприємства, так і його репутації.

Простої виробництва, спричинені невиконанням договірних зобов'язань постачальниками або затримками поставок сировини.

Кібератаки, метою яких є отримання доступу до конфіденційної інформації підприємства — технологій, виробничих рецептів, бізнес-планів тощо.

3.2 Застосування інструментів фінансового контролінгу для управління рентабельністю ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП»

Щоб зберегти конкурентні позиції та покращити фінансові показники, доцільно переглянути основні напрями воєнного стану. Наразі підприємство займається переробкою скла для виготовлення різних його видів, основні з яких наведені на рис. 3.1.

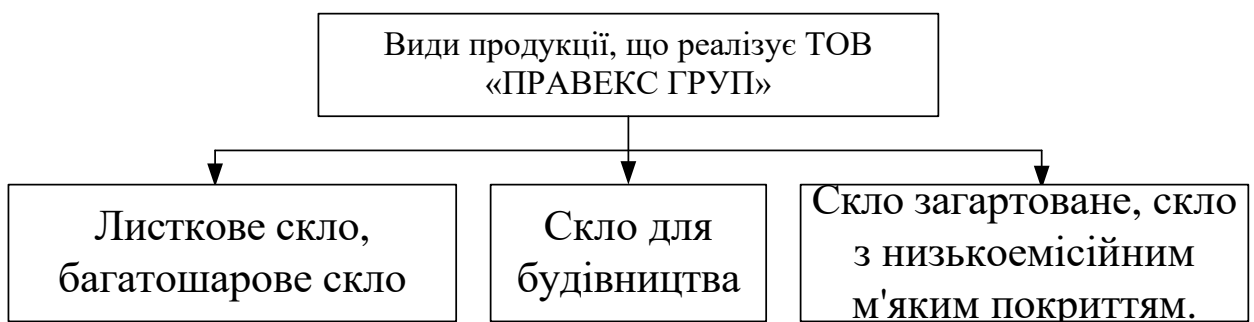


Рис. 3.1. Види продукції, що реалізує ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП»

Аналіз виробничої діяльності показав, що підприємство використовує свої потужності неефективно. Зокрема, розрахунок фондівдачі засвідчив, що 2024 році цей показник становив лише 0,003, що свідчить про надзвичайно низьку частку готової продукції на одиницю виробничих фондів підприємства.

Оскільки для підприємства критично ефективно задіяти наявні ресурси та майно, одним із заходів підвищення рентабельності ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП» є розширення виробництва вікон із гартованого скла.

Варто також враховувати, що основний асортимент послуг підприємства — скляні елементи для зовнішньої архітектури, інтер'єру та меблів — під час воєнного стану користується меншим попитом. Тому раціональним кроком для поліпшення результатів діяльності відповідає сучасним потребам ринку та дозволяє ефективніше використовувати ресурси підприємства. Перевагою цього рішення для ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП» є те, що компанія вже має досвід виготовлення такої продукції, що значно знижує витрати на впровадження заходу порівняно з освоєнням нового виду скла.

Розширення обсягів виробництва не вимагає додаткових витрат на пошук постачальників джамбо-скла, оновлення обладнання, навчання персоналу чи сертифікацію продукції. Проте повномасштабна війна в Україні значно змінює структуру попиту у багатьох секторах, особливо негативно впливаючи на склообробку.

Масовані атаки агресора завдають шкоди цивільному населенню та інфраструктурі. Детонація ракет, бомб і боєприпасів породжує ударні хвилі, які руйнують будівлі та їхні елементи, зокрема вікна. На сьогодні близько 80% травм і смертельних випадків серед мирних людей спричинені осколками скла.

Монтаж вікон із загартованого скла є доцільним заходом для підвищення безпеки. Проте слід розуміти, що вони не роблять перебування в

приміщенні абсолютно безпечним, тому під час вибухів потрібно залишатися за «двома стінами» та триматися подалі від вікон і скляних деталей.

Загартоване скло відзначається рядом переваг порівняно зі звичайним [37]:

Міцність — витримує вигин до 120 МПа (звичайне — близько 15 МПа);

Стійкість до вибухових хвиль — приблизно на 60 м від джерела ударна хвиля не руйнує його у 90% випадків;

Безпечне руйнування — при розбитті утворює дрібні осколки, що знижує ризик тяжких травм;

Теплоізоляція — сприяє збереженню тепла в приміщеннях.

Характеристика гартованого скла, яке планується виготовляти, наведена в табл. 3.1.

Таблиця 3.1.

Характеристика гартованого скла

Показник	Загальні відомості
Щільність	2,5 кг/ дм ³
Питома теплопровідність	0,93 Вт/ м ² К
Термічний опір	0,00534 м ² К/ Вт
Коефіцієнт пружності при вигині	66 000-73 500 Мпа
Міцність на розтягування при вигині	200 Мпа
Товщина виробу	6 мм
Маса на 1 мм товщини	2,5 кг/ м ³
Розмір одного виробу	2440x5000 мм
Матеріали	Імпортне листкове скло, що відповідає ДСТУ Б В.2.7 - 110 :2001

Зараз досить складно точно визначити реальні потреби у виробництві вікон, оскільки щоденні обстріли постійно підвищують попит. За словами керівника Асоціації учасників ринку вікон та фасадів Олексія Бубнова, «незважаючи на різке зростання попиту на пластикові вікна, їхнє

виробництво в Україні з початком повномасштабної війни скоротилося щонайменше втричі» [38].

Таке становище зумовлене браком сировини та розташуванням частини заводів на окупованих територіях. Приблизно 10% довоєнного виробництва вікон припадали на підприємства, які нині повністю зруйновані.

За даними господарської діяльності, підприємство щомісяця виготовляє 40 000 м² продукції, з яких 12 000 м² становить загартоване скло.

При плановому збільшенні виробництва гартованого скла на 10%, додатковий обсяг продукції на місяць становитиме:

$$12\,000 \times 10\% = 1\,200 \text{ м}^2$$

Після нарощування виробництва підприємство буде виготовляти 13 200 м² гартованого скла щомісяця, або 158 400 м² на рік, що приблизно дорівнює 33% від загального обсягу продукції.

Зростання виробництва тягне за собою збільшення собівартості продукції через пропорційне зростання витрат у таких сферах:

- матеріали та сировина;
- електроенергія та виробнича вода;
- зарплата та соціальні відрахування;
- обслуговування обладнання;
- загальновиробничі витрати.

Підприємство функціонує в одну 8-годинну зміну. Для планових розрахунків береться 2023 рік із 260 робочими днями. Вартість 1 кВт·год електроенергії — 5,05 грн (дані Рівненської обласної енергопостачальної компанії).

Згідно з наявними даними, можна визначити річне споживання електроенергії підприємством для виробництва продукції та відповідні витрати. За необхідності я можу виконати покроковий розрахунок річного споживання та вартості електроенергії з урахуванням обсягів виробництва гартованого скла.

Таблиця 3.2.

Потреби в електроенергії на ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП»

Обладнання	Потужність (кВт/год)	К-сть устаткування	Коеф. попиту	Загальна потужність (кВт/год)	Річний фонд робочого часу підприємства, год	Потреби в електроенергії кВт/рік
Лінія Lisec	40	2	0,8	64	2080	133120
Лінія Bystronic	4,4	2	0,9	7,92	2080	16473,6
Обладнання Doubl edger	42	3	0,9	113,4	2080	235872
Лінії North Glass	80	1	0,9	720	2080	149760
Всього	-	8	-	-	8320	535225,6

Гартоване скло займає 33% від загального обсягу виробництва, тому витрати електроенергії на його виробництво розподіляються пропорційно цьому показнику для всіх ліній, за винятком лінії North Glass, де виробляється тільки гартоване скло, і вся електроенергія витрачається саме на нього (100%).

Таким чином, річні витрати на електроенергію визначаються сумою пропорційних витрат усіх ліній і повного споживання лінії North Glass.

$$(385465,6 * 33\%) + 1497660 \text{ м} \times 5,05 = 1398666,42 \text{ грн}$$

Виробнича вода коштує 13,42 грн за кубічний метр.

Для виготовлення гартованого скла підприємству необхідно 15 м³ води щодня.

Річні витрати на воду можна обчислити за наступною формулою:

$$15 \times 13,42 \times 260 = 52\,338 \text{ грн}$$

Зарплата нового працівника складає 12 000 грн на місяць, тому річний фонд оплати праці збільшується на цю суму за кожен місяць його роботи. Для розрахунку на рік місячну зарплату слід помножити на кількість місяців працевлаштування.

Відрахування на соціальні потреби розраховуються пропорційно встановленому законодавством відсотку і визначаються за відповідною формулою:

$$\text{ЄСВ} = 12000 \times 22\% = 2\,640 \frac{\text{грн}}{\text{міс}}$$

Таким чином, витрати, що виникають у зв'язку з нарощуванням виробництва гартованого скла, наведені в табл. 3.3.

Пропорційна частка адміністративних, збутових та інших операційних витрат, яка припадає на даний продукт, дорівнює:

Адміністративні — 3 327,72 тис. грн;

Збутові — 13 114,2 тис. грн;

Інші операційні — 1 035,21 тис. грн.

Таблиця 3.3

Витрати підприємства на виробництво гартованого скла

Показник	Загальні витрати, тис. грн	Витрати на 1 м ² скла, грн
Сировина та матеріали	134286,57	847,77
Електроенергія	1398,67	8,83
Виробнича вода	52,338	0,33
Витрати на оплату праці	10951,2	69,14
Відрахування на соціальні заходи	2409,26	15,21
Витрати на експлуатацію обладнання (амортизація та ремонт)	17501,88	110,49
Загальновиробничі витрати	51869,73	327,46
Адміністративні витрати	3327,72	21,01
Витрати на збут	13114,2	82,79
Інші операційні витрати	1035,21	6,54
Всього витрат	235946,78	1489,56

Отже, у плановому році витрати на виробництво 158 400 м² гартованого скла складуть 235 946,78 грн, а собівартість 1 м² продукції — 1 489,56 грн.

Далі розраховується відпускна ціна за 1 м², яка обчислюється як собівартість, збільшена на плановий рівень рентабельності підприємства (16%). Розрахункові дані представлені в табл. 3.4..

Таблиця 3.4

Розрахунок відпускної ціни гартованого скла

Показник	Дані для загальної кількості продукції, грн	Дані для 1 м ² гартованого скла, грн
Виробнича собівартість продукції	218469648,42	1379,23
Собівартість реалізації продукції	235946778,4	1489,56
Оптова ціна (без ПДВ)	273698263	1727,89
ПДВ (20%)	54739652,59	345,58
Відпускна ціна	328437915,6	2073,47

Відпускна ціна за 1 м² гартованого скла становить 2 073,47 грн, трохи перевищуючи середні ринкові показники. Така ціна є виправданою, оскільки ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП» застосовує якісні імпортні матеріали, сучасне обладнання, а продукція відповідає європейським стандартам та сертифікації.

Товщина виробленого скла — 6 мм (табл. 3.1) — підвищує собівартість і міцність продукції, що також впливає на відпускну ціну.

Для комплексної оцінки доцільно розрахувати очікуваний дохід і прибуток від збільшення обсягів виробництва гартованого скла.

Таблиця 3.5

Визначення потенційного доходу та прибутку від реалізації запропонованого заходу

Показник	Дані для загальної кількості продукції, грн	Дані для 1м ² гартованого скла, грн
Виробнича собівартість	218469648,42	1379,23
Дохід	328437915,6	2073,47
Чистий дохід	273698263	1727,89
Прибуток	55228614,55	348,67

В результаті нарощування виробництва гартованого скла підприємство може отримати чистий дохід у розмірі 273 698 263 грн, або 1 727,89 грн за 1 м² продукції.

Порівняння доходу із собівартістю демонструє позитивний фінансовий ефект, а прогнозований прибуток від заходу складе 55 228 614,55 грн, що свідчить про його економічну доцільність.

3.3. Впровадження сучасних методів і цифрових рішень для ефективного управління рентабельністю

Крім плану з нарощування виробництва гартованого скла, рекомендується впровадити низку кроків для активізації збуту продукції, що позитивно вплине на рентабельність виробництва.

Дослідження ринкової ситуації та економічної діяльності ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП» дало змогу визначити три основні заходи для підвищення рентабельності підприємства, які наведено на рис. 3.2.

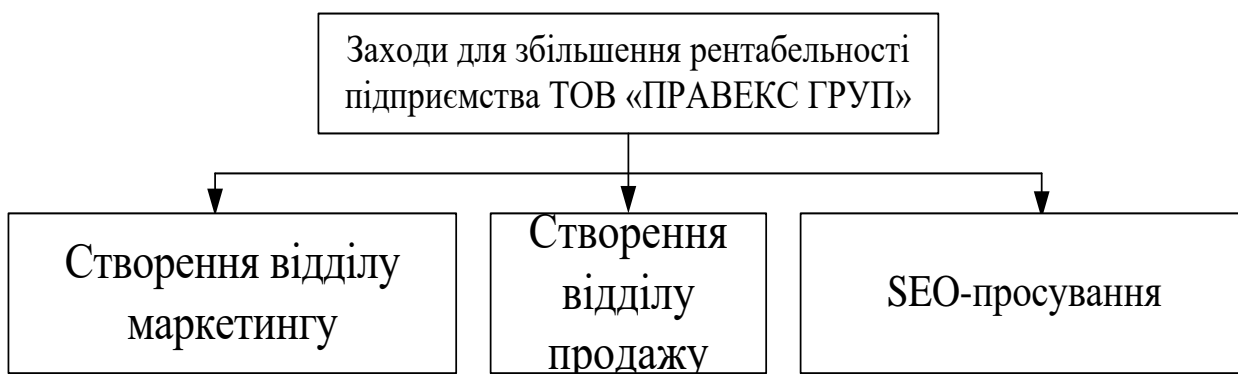


Рис. 3.2. Заходи для збільшення рентабельності підприємства ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП»

Споживачі відіграють ключову роль для будь-якого підприємства: вони формують доходи та виступають й конкурентних позицій. Враховуючи це, компанія має приділяти увагу зміцненню зв'язків із клієнтами.

Одним із найефективніших способів забезпечити високий рівень продажів скляної продукції. Для ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП» на початкових етапах достатньо одного працівника, враховуючи обсяг робіт, масштаби підприємства та кількість представництв. Відповідно, першочергові напрямки роботи компанії мають включати:

- Проведення ефективних та якісних рекламних кампаній;

- Посилення взаємодії з клієнтами, вивчення їхніх уподобань;

- Дослідження ринку, аналіз стану склообробної галузі в Україні та в сусідніх країнах;

- Систематизація зібраної інформації, підготовка звітів для керівництва та впровадження практичних рішень.

- Очікувані результати роботи маркетолога:

- Регулювання цінової політики та формування ціни продукції на основі досліджень;

- Виявлення нових ринків збуту та розширення території реалізації продукції;

- Коригування діяльності ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП» відповідно до потреб споживачів та ринкового попиту, а також покращення ефективності збутової діяльності.

Внаслідок цього витрати на впровадження маркетингового відділу є доцільними.

Для того, щоб оцінити користь роботи відділу, варто розрахувати показники рентабельності [41].

ROI (Return on Investment). Визначається як різниця між отриманими доходами та витратами, поділена на загальну суму витрат, включаючи виробничі та маркетингові.

ROMI (Return on Marketing Investment). Розраховується як прибуток, отриманий завдяки діяльності маркетингового відділу, поділений на витрати на рекламу та інші маркетингові заходи; виробничі витрати не враховуються.

ROAS (Return on Advertising Spend). Показує ефективність окремої рекламної кампанії через співвідношення доходів і витрат, пов'язаних із конкретним рекламним каналом.

Для підвищення ефективності роботи маркетолога доцільно залучити менеджера з продажів. Більшість проєктів підприємство реалізує через партнерські мережі або в містах поруч із розташуванням компанії. Менеджер із продажів, відвідуючи міста, що постраждали від війни, здатний збільшити обсяги продажів та покращити репутацію компанії.

Зарплата маркетолога складе близько 17 500 грн на місяць, а менеджера з продажів — 18 500 грн, що відповідає середньому рівню зарплат у даній сфері в Рівненській області [40].

Таблиця 3.6

Фонд оплати праці та ЄСВ для нових співробітників

Показник	Рівень витрат на місяць, грн	Рівень витрат на рік, грн
Заробітна плата менеджера з продажів	18500	222000
Заробітна плата маркетолога	17500	210000
ЄСВ	7920	95040
Всього	43920	527040

Далі слід організувати робочі місця та забезпечити нових співробітників необхідним спеціалізованим обладнанням.

Наявність власних офісних приміщень дозволяє сформувати нові робочі місця в офісі адміністративного персоналу без витрат на ремонт або оренду.

Загальні амортизаційні відрахування складатимуть 33 917,14 грн, при цьому найбільша частка – 26 666,67 грн – припадає на обладнання. Для нових співробітників планується придбати ноутбуки Apple MacBook Air M1, що обумовлено їхніми технічними характеристиками, зручністю та широким набором програм, доступних для даної моделі.

На наступному місці за величиною витрат знаходяться принтер — 1 600 грн та амортизація столів — 1 485,71 грн.

Крім того, у процесі роботи відділів підприємство буде витратити кошти на рекламну активність маркетолога.

Для цього доцільно використовувати соціальні мережі, зокрема таргетовану рекламу та розміщення інформації у тематичних спільнотах (переважно Facebook), що потребуватиме близько 16 126 грн на місяць.

Менеджер із продажів, який забезпечуватиме зростання реалізації продукції у містах, що постраждали від війни, потребує витрат на відрядження. За умови щотижневих поїздок на 2–3 дні витрати оцінюються приблизно в 21 040 грн, що включає оренду житла (2 250 грн), транспортні витрати (1 000 грн) та добові — 670 грн на день (максимальний розмір добових в Україні — 0,1 % від мінімальної зарплати, тобто 6 700 грн) [42].

Крім того, до витрат підприємства належить придбання доступу до спеціальних програм для виконання службових завдань.

Рентабельність таких заходів полягає у зменшенні витрат при одночасному збільшенні доходів. Оптимізація сайту забезпечує безкоштовний «трафік», а користувачі, які шукають потрібну інформацію, частіше переходять на сайт та стають клієнтами. Процес включає аналіз алгоритмів пошукових систем і створення корисного контенту, що мотивує до покупки [44].

Таблиця 3.7

Фонд витрат, пов'язаних із функціонуванням маркетингового та продажного відділів

Показник	Рівень витрат на місяць, грн	Рівень витрат на рік, грн
Реклама та просування сайту	16126	193512
Витрати на відрядження	21040	252480
Витрати на зв'язок (інтернет та послуги мобільного оператора)	429	5148
Інше	3000	36000
Всього	40595	487140

Отже, з метою ефективної роботи нових відділів проаналізовано витрати на оплату праці, соціальні відрахування, облаштування робочих місць та інші складові. На підставі цього можна підготувати кошторис витрат, що виникнуть у зв'язку з наймом.

Таблиця 3.8

Розрахунок витрат на запуск та функціонування нових відділів

Показник	Рівень витрат на місяць, грн	Рівень витрат на рік, грн
Заробітна плата	36000	432000
Нарахування на ФОП	7920	95040
Амортизаційні відрахування	2826,43	33917,14
Витрати на роботу відділів	40595	487140
Всього	87341,43	1048097,14

Завдяки впровадженню двох нових відділів місячні витрати підприємства складатимуть 87 341,43 грн, а річні — зростуть на 1 048 097,14 грн.

Для ефективного просування в соціальних мережах та підвищення продажів доцільно працювати з вебсайтом підприємства. Він виконаний у єдиному стилі та містить необхідну інформацію, проте не оптимізований для SEO.

Оптимізований контент забезпечує відображення сайту компанії на перших позиціях у пошуку за запитам користувачів щодо продукції. Це збільшує кількість покупців, доходи від продажів та рентабельність діяльності підприємства, зокрема рентабельність продажів.

Отже, ключові фактори SEO-просування, що підвищують ефективність сайту та рентабельність продажів [43, 44]:

Оптимізація сайту для пошукових систем;

Підготовка корисного та цікавого контенту про продукцію та підприємство;

Систематичне вдосконалення сайту підвищує його конкурентні переваги;

Створення ціннісної пропозиції для товару, яка стимулює інтерес покупців;

Збільшення середнього чеку за рахунок комплексних рішень, включаючи доставку, монтаж, акції та програми лояльності;

Скорочення часу завантаження та підвищення комфортності користування сайтом;

Комбінування SEO з рекламними кампаніями забезпечує максимальний ефект.

SEO-просування спрямоване на підвищення впізнаваності компанії в Інтернеті. Без ефективно оптимізації сайт втрачає привабливість, а пропозиції компанії можуть залишитися непоміченими серед конкурентів.

Процес оптимізації досить тривалий і складний, а ефект від роботи зазвичай видно лише через декілька місяців. Проте потрапляння сайту до

перших позицій у пошуковій видачі надзвичайно важливе, оскільки користувачі зазвичай переглядають тільки перші результати.

SEO-аудит, що набуває популярності, включає комплексну перевірку сайту для виявлення помилок та недоліків і є частиною ефективної стратегії просування. Двічі на рік стороння компанія, наприклад WEZOM, проводить SEO-аудит для оцінки ефективності роботи ITForce. Перша перевірка через 3–4 місяці після старту робіт є менш об'ємною та коштує близько 12 827,5 грн. Фінальна, більш детальна перевірка, триває довше і обійдеться підприємству приблизно в 16 492,5 грн.

Застосування зазначених заходів може значно підвищити впізнаваність компанії та стимулювати продажі. Водночас робота над сайтом є дороговартісною — річні витрати складуть 362,84 тис. грн.

Збільшення обсягів виробництва продукції є одним із дієвих методів підвищення прибутку та рентабельності ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП», а також ефективного використання виробничих потужностей.

Окрім підвищення ефективності виробничої діяльності, важливе значення має поєднання випуску конкурентоспроможної та затребуваної продукції з результативною роботою фахівців із маркетингу та продажів. Злагоджена взаємодія між цими підрозділами сприяє формуванню позитивного іміджу підприємства, підвищенню рівня впізнаваності торгової марки та зміцненню позицій компанії на ринку. Завдяки ефективним маркетинговим стратегіям підприємство може оперативно реагувати на зміни попиту, адаптувати асортиментну політику й розширювати коло споживачів.

Подальший розділ дослідження присвячено детальнішій оцінці запропонованих заходів, їх економічній ефективності та впливу на конкурентоспроможність підприємства.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

Аналіз можливостей покращення рентабельності підприємства дав змогу виявити низку заходів для її підвищення. Важливо, однак, реалізовувати їх у комплексі, оскільки тільки так можна досягти помітного ефекту

У першій частині розділу розглянуто зовнішні та внутрішні фактори, що впливають на рентабельність. Виявлено, що існуючі та потенційні ризики істотно перешкоджають діяльності підприємства. Тому доцільно вдаватися до зовнішніх методів управління ризиком, таких як страхування та розподіл ризику. Для ефективного внутрішнього управління ризиками доцільно застосовувати такі заходи: стабілізацію активів, збір інформації та раннє виявлення ризиків, патентування продукції, використання науково-технічних розробок у роботі підприємства, навчання персоналу, контроль за дотриманням договорів та санкції до дебіторів із затримкою платежів.

Також було встановлено ряд чинників, що негативно відбиваються на рентабельності підприємства. Пріоритетним завданням є усунення цих проблем, оскільки вони погіршують підсумкові показники та зводять нанівець зусилля щодо підвищення ефективності діяльності.

Розрахунки показали, що реалізація стратегії з нарощування виробництва гартованого скла дозволить отримати прибуток у плановому році в розмірі 55 228,61 тис. грн. ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП» у плановому році може понести додаткові витрати в розмірі 1 410,94 тис. грн на створення двох нових робочих місць, оплату праці маркетолога та менеджера з продажів, а також на оптимізацію сайту підприємства. Реалізація запропонованих заходів призведе до підвищення всіх ключових показників рентабельності: валова рентабельність реалізованої продукції зросте на 1,18%, тоді як найбільший приріст очікується у рентабельності основної діяльності.

ВИСНОВКИ

Дослідження було спрямоване на аналіз рентабельності підприємства — показника, що характеризує співвідношення між прибутком і витратами підприємства.

Рентабельність найчастіше наводять у відсотках або у відносних величинах, що підвищує зручність її застосування в аналізі діяльності підприємства. Показники рентабельності використовуються не лише для оцінки конкретного підприємства, а й для порівняння з конкурентами, визначення ефективності роботи, прийняття інвестиційних рішень, оцінки результатів впроваджених заходів, планування подальшого розвитку та ухвалення обґрунтованих управлінських рішень

Серед внутрішніх факторів, що впливають на ефективність діяльності підприємства, варто виділити оновлення технічного оснащення та вдосконалення виробничих процесів, зниження витрат на сировину й собівартість продукції, підвищення ефективності використання ресурсів, удосконалення цінової політики, розроблення управлінських стратегій, збільшення обсягів продажу та покращення взаємодії між керівництвом і персоналом.

До зовнішніх факторів належать обставини, на які підприємство не може впливати, такі як валютний курс, конкуренція та ринкова кон'юнктура, зміни законодавчих та нормативних актів, політична ситуація в державі тощо.

Рентабельність виступає важливим інструментом оцінки ефективності роботи підприємства та пошуку напрямів його подальшого розвитку.

Дослідження діяльності ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП» показало, що підприємство використовує сучасні технології та виробничі лінії, що забезпечують виробництво продукції, яка має сертифікати відповідності

ДСТУ та європейським стандартам якості. Завдяки професіоналізму працівників підприємство демонструє високу ефективність та успішність у галузі

Фінансово-економічний аналіз засвідчив основну тенденцію більшості показників: зниження у 2023 році порівняно з 2022 роком та подальше покращення у 2024 році. Така динаміка була зумовлена роботою підприємства в умовах невизначеності та впливом пандемії.

Наприклад, чистий прибуток у 2023 році становив 22 905 тис. грн, тоді як у 2024 році він значно зріс до 53 714 тис. грн.

За результатами проведеного аналізу майнового стану встановлено, що основні засоби підприємства використовуються неефективно — фондвіддача за аналізований період становила лише 0,003. При цьому відзначено зростання показника фондоозброєності за умов стабільної чисельності працівників.

Показники свідчать, що підприємство регулярно оновлює обладнання: відсоток придатності основних засобів у 2024 році становив 65%, а частка активної частини — 67,6%, головним чином завдяки наявності 57 транспортних засобів.

Аналіз ліквідності та платоспроможності показав, що більшість показників не досягали нормативних рівнів, що свідчить про обмеженість ресурсів для негайного виконання фінансових зобов'язань. У той же час частка позикового капіталу у 2024 році склала 74,4%, що потребує коригування кредитної стратегії підприємства.

Показник рентабельності підприємства відповідає середньому рівню. У роботі здійснено аналіз ризиків, притаманних як ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП», так і склообробній галузі, та визначено комплекс ефективних заходів для їх мінімізації та недопущення виникнення у майбутньому.

Для підвищення рівня рентабельності підприємства запропоновано низку заходів, серед яких – концентрація виробничої діяльності на

виготовленні гартованого скла та збільшення обсягів продукції, що випускається, враховуючи високий попит і неповне завантаження виробничих потужностей.

Планується збільшення виробництва гартованого скла на підприємстві ТОВ «ПРАВЕКС ГРУП» до 1 200 м² щомісяця, що забезпечить річний обсяг у 158 400 м². Реалізація такого обсягу продукції дозволить отримати валовий прибуток у розмірі 55 228 614,55 грн.

До додаткових заходів було віднесено формування відділів збуту та маркетингу, а також упровадження SEO-просування. Враховуючи невисоку матеріаломісткість зазначених рішень, витрати на їх реалізацію оцінюються у 1 410,94 тис. грн. Завдяки стабільним фінансовим показникам підприємства та ефективності запропонованих дій, очікується, що їх окупність становитиме близько 7 днів.

Виконання рекомендацій, спрямованих на підвищення рентабельності діяльності, забезпечить приріст обсягів реалізації продукції та збільшення доходу підприємства у плановому році на 64 265 тис. грн. У результаті прогнозується, що чистий дохід складе 698 911,08 тис. грн, а валовий прибуток — 128 240,52 тис. грн, що свідчить про позитивну динаміку порівняно з 2024 роком.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрютіна М.С. Економіка підприємства: підручник / М.С. Абрютіна. – М.: Видавництво «Справа і Сервіс», 2010. – 585 с.
2. Бурковська А.В. Важливість і необхідність оцінки та контролю фінансового стану аграрного підприємства / А. В. Бурковська, В. О. Юрков, В. Р. Хабіров // Економічний форум. – 2013. – № 3. – С.157 –160. 107
3. Візіло А. Розподіл прибутку підприємства // Фінанси України. 2010. – № 3. – С. 15-23.
4. Ганжа Ю.В. Міжнародна практика факторного аналізу прибутку підприємства // Економіка і держава. – 2007. – № 4. – С. 35-36.
5. Господарський кодекс України: Чинне законодавство зі змінами станом на 01.03.2005р.: – К.: Вид. ПАЛИВОДА А.В., 2005. – 184с. – (Кодекси України).
6. Грицюк Є.О. Економіка підприємства / Грицюк Є.О. – К.: Дакор, 2009. – 304 с.
7. Гуменюк Т.В. Формування та шляхи підвищення прибутку підприємства / Гуменюк Т.В. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: – <http://www.intkonf.org/gumenyuk-iv-formuvannya-ta-shlyahi-pidvishennyapributku-pidpriemstva/>
8. Дзюба І.В. Вплив факторів на збільшення прибутку підприємства / І.В. Дзюба, М.В. Шашина // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 2. – С. 74-78.
9. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства / Должанський І.З., Загорна Т.О. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
10. Донцова Л.В. Аналіз фінансової звітності. / Л.В. Донцова, Н.А. Никифорова. – М.: Справа і Сервіс, 2012. – С.334

11. Донченко О.В. Дослідження проблеми підвищення рівня рентабельності підприємства / Донченко О.В. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: – [http://www.library.ospu.odessa.ua/online/ Conference/tez_44/6-15.pdf](http://www.library.ospu.odessa.ua/online/Conference/tez_44/6-15.pdf).
12. Алексеєнко В. Рентабельність в умовах трансформації ринкових процесів / Алексеєнко В. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: – http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Evu/2010_14/ Alekseenko.pdf.
12. Економіка підприємства: Підручник / За заг. ред. С.Ф. Покропивного. – Вид. 2-ге, перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2005. – 528 с.
14. Економічний аналіз: навч. посібник / За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – Житомир, ПП «Рута», 2003. – 680 с. 108
15. Журлов А.М. Кількісна оцінка підвищення рентабельності підприємства під впливом співвідношення основних і оборотних коштів / А.М. Журлов, Г.В. Кошельок // Матеріали Міжнародної науковопрактичної конференції [«Кількісні методи в обліку і фінансах»]. (Одеса, 18-21 травня 2009 р.) – Одеса: ОІФ УДУФМТ, 2008. – С. 20.
16. Закон України «Про акціонерні товариства»: Редакція від 01.01.2019 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/514-17>
- 17 Звірько Г.П. Методичні підходи щодо аналізу прибутковості господарської діяльності суб'єкта господарювання / Г.П Звірько. // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». – 2011. –№ 7. – С. 28–36.
18. Іванілов О.С. Економіка підприємства / Іванілов О.С. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 728 с.
19. Каркавчук В. Моделювання рівня рентабельності підприємства Каркавчук В. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: – http://www.lnu.edu.ua/faculty/ekonom/Form_Rynk_Econ/2008_18/Karkavchuk.pdf

20. Коваль О.А. Рентабельність як показник економічної ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств. // Економіка. Управління. Інновації. – 2014. – № 1. – С. 225-227.

21. Коробков Д.В. Мультиплікатори оцінки акцій, які враховують рентабельність, структуру капіталу і ризик підприємництва. // Фінанси України. – 2011. – № 1. – С.94-100.

22. Баліцька В.В. Рентабельність діяльності суб'єктів господарювання України: оцінювання істинних результатів. // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 11. – С. 120-130.

23. Кричок С.І. Оцінка фінансового стану підприємств // Фінанси України. 2008. – № 8. – С.40-47.

24. Лебедева А. М. Методичні аспекти аналізу рентабельності діяльності підприємства / А. М. Лебедева // Вісник ОНУ ім. І.І. Мечникова.– 2012. – №. 4 – С. 29–36.

25. Лободзинська Т. П. Стан і проблеми виробництва інноваційної продукції підприємств електротехнічної галузі / Т. П. Лободзинська // Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». – 2013. – № 10. – С. 151-160.

26. Методичні рекомендації оцінки впливу змін економічних факторів на результативні показники прибутку, рентабельності виробництва і реалізації продукції (робіт, послуг) Григор Н.М., Крехівський О.В., Ніколаєнко Н.Л., Байдаченко Т.Г., Тарасова А.І., Чернопащенко М.С. К.: ДП ДІКТЕД, 2007. – 140 с.

27. Несвіт В.О. Організаційно-економічне управління рентабельності підприємства (на прикладі машинобудівного галузі) / В.О. Несвіт // Економіка – 2009. – № 8 (99).– С.73–77.

28. Олександренко І. В. Методичні підходи до діагностики ефективності діяльності підприємства / І. В. Олександренко // Економічний форум. – 2013. – № 4.– С. 126–136. 110.

29. Організація і методика економічного аналізу / А.М. Журлов, Я.П. Квач, Л.М. Катаєва, Г.В. Кошельок, С.Д. Чернишова. – Одеса: Фенікс, 2009. – 317 с.
30. Осипов В.І. Економіка підприємства: [Підручник]. – Одеса: Маяк, 2005. – 720с.
31. Белявцева М.Д. Комплексний техніко-економічний аналіз собівартості продукції і його роль у виявленні резервів зниження витрат на виробництво / Белявцева М.Д., Назюта Л.Ю., Федосова І.В. // Економіка промисловості. – 2005. – № 2. – С. 211-217.
32. Офіційний веб-сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: – www.ukrstat.gov.ua.
33. Павловська О.В. Удосконалення методів аналізу фінансового стану підприємств / Павловська О.В. // Фінанси України. – 2007. – № 11. – С. 54-60.
34. Панова К.І. Дослідження теоретичних основ планування в системі управління промисловими підприємствами / К.І. Панова // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2013. – № 2 (22). – С. 84–95.
35. Петрига О.М. Рентабельність виробничого підприємства та шляхи її підвищення / Петрига О.М. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: – [//http://www.rusnauka.com/21_NIEK_2007/Economics/24663.doc.html](http://www.rusnauka.com/21_NIEK_2007/Economics/24663.doc.html).
36. Пікало В.Ф. Визначення показника прибутків в системі статистики підприємств / В.Ф.Пікало // Статистика України. – 2007. – №1. – С. 34-37.
37. Плотніченко С.Р. Підвищення економічної ефективності виробництва соняшнику в регіоні / С.Р. Плотніченко, Б.О. Сидорук // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету – 2013. – №1. – С. 256–263.

38. Принципи (кодекс) корпоративного управління ПАТ «Одеський кабельний завод «Одескабель». – 2013 р. – 8 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://05758730.smida.gov.ua/> 111
39. Публічне акціонерне товариство «Одеський кабельний завод «Одескабель»: База даних SMIDA [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://smida.gov.ua/db/participant/05758730>
40. Семенов Г.А. Економіка підприємства / Семенов Г.А., Панкова М.О., Семенов А.Г. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 328с.
41. Березін О.В. Економіка підприємства / Березін О.В. – К.: Знання, 2009. – 390 с.
42. Танцюра М.Ю. Стратегія забезпечення рентабельності підприємства / М.Ю. Танцюра, Д.Л. Шихмамбетова // Економіка – 2012. – № 2 (39) – С. 113 – 116.
43. Фещенко О.П. Рентабельність суб'єктів господарювання, як складова оцінки фінансового стану. // Формування ринкових відносин в Україні. – 2013. – № 9. – С.71-75.
44. Фінансовий аналіз. Модульний курс: Навчальний посібник / під ред. Редькіна О.С. [Квач Я.П., Кошельок Г.В., Терещенко О.М., Юр'єва Г.В. – Ізмаїл: СМІЛ, 2009. – 472 с.
45. Цапук О.Ю., Система критеріїв та показників оцінювання ефективності впровадження інноваційних розробок / О.Ю. Цапук // Маркетинг і менеджмент інновацій – 2013 .– № 3.– С.137–145.
46. Череп А.В. Управління собівартістю / Череп А.В. Монографія. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2005. – 376 с.
47. Черниш С.С. Економічний аналіз: Навчальний посібник. / С.С. Черниш // К.: Центр учбової літератури, – 2010. – 312 с.
48. Шваб Л.І. Економіка підприємства / Шваб Л.І. – К.: Каравела, 2006. – 584 с.

49. Біла О.Г. Фінанси підприємств / Біла О.Г. – Львів.: Магнолія 2006, 2008. – 383с.
50. Швайка Л.А. Планування діяльності підприємства / Швайка Л.А. – Львів.: «Новий Світ – 2000», 2003. – 268 с.
51. Янковий А.Г. Дослідження чутливості прибутку підприємства за допомогою граничного аналізу / А.Г. Янковий, Г.В. Кошельок, В.В. Куперман // Південноукраїнський правничий часопис. – Одеса: ОДУВС, 2009. – № 21. – С. 253–255.
52. Янковий А.Г. Фактори формування прибутку підприємств / Янковий А.Г., Кошельок Г.В. // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. статей. / Ред. Зверяков М.І. та ін. Вип. 43. – Одеса: ОДЕУ. – 2011. – С. 298-305.
53. Янковий О.Г. Детерміновані моделі факторного економічного аналізу. Методологія статистичного забезпечення розвитку регіону: Монографія // За заг. ред. А.З. Підгорного. – Одеса: Атлант, 2012. – С. 125-143.
54. Янковий Р.В. Шляхи підвищення продуктивності та результативності праці на підприємстві / Р.В. Янковий, Т. С. Харченко // Економіка: реалії часу. – 2013. –№ 1.– С. 23–26.
55. Білошапка В.А. Резерви зростання результативності бізнесу в умовах економічного спаду. / В.А. Білошапка. // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – №1(155). – С.115.
56. Богацька Н.М. Рентабельність підприємства та шляхи її підвищення / Богацька Н.М., Боб Ю.В. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: – http://www.rusnauka.com/1_KAND_2010/Economics/10_57472.doc.htm
57. Болюх М. А. Економічний аналіз: Навч. посібник / М. А. Болюх, В. З. Бурчевський, М. І. Горбаток // НАНУ– К.: КНЕУ – 2001. – 540 с.

58. Бочкарьова Т. О., Кулинич Р. О., Пігуль Н. Г. Показники рентабельності підприємств різних галузей України та шляхи підвищення їх рівня. *Економіка і суспільство*, 2017. Вип. 10, с. 188—193.
59. Вовк О. М., Ковальчук А. М., Комісаренко Я. І., Джулай А. В. Прибуток та рентабельність як детермінанти розвитку підприємства. *Modern Economics*, 2020.
60. Данкевич А. Є., Міліневська В. Д. Фактори та резерви підвищення рівня рентабельності на підприємстві. *International Scientific Journal "Internauka"*. 2020, № 18.
61. Кисіль Я. С., Кисіль М. С., Тітенко З. М. Рентабельність як основний показник ефективності управління активами підприємства. *Молодий вчений*, 2023, № 9 (121), вересень, с. 18—21.
62. Кошельок Г. В., Міндова О. І., Чернишова Л. В. Факторний аналіз рентабельності виробництва торговельних підприємств *Економіка та суспільство*. 2023, № 47.
63. Курочкіна О. К. Рентабельність підприємства, як основний показник ефективності його діяльності. *Економічні науки*. №16. Київ, 2020.
64. Мошкун Г. І., Кривда В. О. Вплив зовнішніх та внутрішніх чинників на зростання рентабельності підприємства. *Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи: збірник тез доповідей. III Міжнародної науково-практичної конференції*. Київ. 2022. С.189-190.
65. Мошкун Г. І., Кривда О. В. Аналіз ризиків та дослідження шляхів їх подолання на підприємствах склообробної промисловості. *Міжнародне науково-технічне співробітництво: принципи, механізми, ефективність: збірник наукових праць XIX Міжнародної науково-практичної конференції*. Київ. 2023. С. 9-10.
66. Мошкун Г. І., Кривда О. В. Рентабельність як показник стійкості підприємства. *Розвиток підприємництва як фактор росту національної*

економіки: матеріали XXI Міжнародної науково-практичної конференції. Київ, 2022. С.118

67. Новіченко Л. С. Аналіз показників рентабельності підприємства: теоретичні та прикладні аспекти. *Економічні науки*. № 5. 2021. С.254-259.

68. Новіченко Л. С. Аналіз показників рентабельності підприємства: теоретичні та прикладні аспекти. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2021, № 5 (2), с. 254—259.

69. Поправко О. А. Шляхи підвищення рентабельності підприємства. Дніпро, 2021. 99 с.

70. Яремчук С. М. Джерела підвищення рентабельності підприємств АПК, як напрямок оптимізації функціонування його підрозділів. Тернопіль, 2017. 111 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

*Дем'яненко Т.І., к.е.н., доц.
доцент кафедри економіки та менеджменту
ННІ «Українська інженерно-педагогічна академія»
ХНУ ім. В.Н. Каразіна, м. Харків*

*Морозов І.М.,
здобувач другого (магістерського) рівня кафедри маркетингу та
торговельного підприємництва
ННІ «Українська інженерно-педагогічна академія»
ХНУ ім. В.Н. Каразіна, м. Харків*

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

В умовах постійних коливань економічного середовища, високої інфляції, нестабільності валютного курсу та змін податкової політики питання ефективного управління рентабельністю набуває особливої актуальності. Рентабельність виступає головним показником результативності діяльності підприємства, адже вона відображає здатність бізнесу генерувати прибуток за наявних ресурсів і зовнішніх обмежень. Економічна нестабільність вимагає від керівництва гнучких управлінських рішень, здатності швидко адаптуватися до нових ринкових умов і використовувати сучасні підходи до фінансового аналізу.

В процесі управління рентабельністю ключового значення набуває комплексний підхід, що охоплює фінансове планування, регулювання витрат, формування доходів та реалізацію інвестиційної стратегії підприємства. В умовах нестабільності традиційні методи оцінювання ефективності діяльності потребують адаптації. Зокрема, зростає значення прогнозного аналізу, сценарного планування та використання аналітичних моделей для оцінки ризиків. Однією з ключових проблем є зменшення передбачуваності фінансових результатів. Коливання цін на ресурси, зміна попиту, труднощі з

постачанням і невизначеність зовнішніх ринків призводять до коливань прибутковості. Тому підприємства мають приділяти особливу увагу оперативному моніторингу витрат, підвищенню ефективності виробничих процесів і оптимізації структури собівартості. Раціональне управління витратами дозволяє зберегти рівень рентабельності навіть у кризових умовах.

Сучасні підприємства дедалі частіше застосовують автоматизовані системи управління фінансовими потоками, що підвищує точність обліку та прозорість даних. Цифрові технології сприяють швидкому аналізу ключових показників рентабельності, виявленню резервів прибутку та зниженню ризиків управлінських рішень. Використання бізнес-аналітики, контролінгу та системи КРІ дозволяє оперативно реагувати на зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі. Крім того, важливою особливістю управління рентабельністю є поєднання короткострокових і довгострокових цілей. У період економічної нестабільності підприємства часто зосереджуються на виживанні, скороченні витрат і підтримці ліквідності [1]. Проте стратегічний підхід передбачає не лише збереження прибутковості, а й створення потенціалу для майбутнього розвитку. Це може включати інвестиції у модернізацію, інновації, розширення ринків збуту та диверсифікацію джерел доходу.


Не менш важливо забезпечити гнучкість фінансової політики. Управління рентабельністю в умовах ризиків потребує постійного коригування цінової стратегії, оптимізації обсягів виробництва, оновлення асортименту продукції та застосування методів адаптивного бюджетування. Значний ефект має також удосконалення взаємодії між підрозділами — фінансовим, маркетинговим та виробничим, що забезпечує єдину систему управління ефективністю.

У сучасних умовах нестабільності управління рентабельністю повинно базуватися не лише на показниках минулих періодів, а й на прогнозних розрахунках. Використання моделей сценарного аналізу дозволяє оцінити

можливі зміни у прибутковості залежно від коливань зовнішніх чинників — цін на сировину, обмінного курсу, податкових ставок чи логістичних витрат.

Література

1. Гаватюк Л. С., Пілат А. К. Удосконалення системи управління рентабельністю як умова ефективного функціонування підприємств. Вісник Хмельницького Вісник Хмельницького національного університету 2020, № 2. С. 47-50.



**«УПРАВЛІННЯ
РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ
ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ
УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ»**

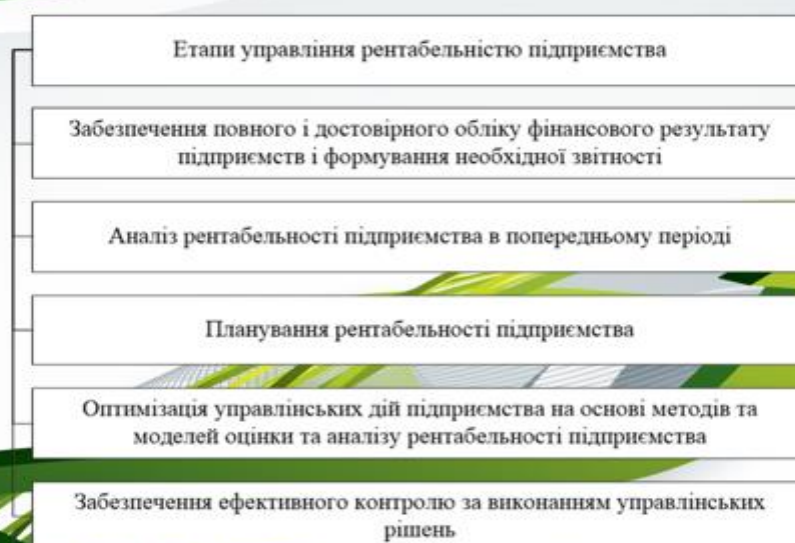
КВАЛІФІКАЦІЙНА (ДИПЛОМНА) РОБОТА

ГР. ДПТ-24 МГ

ІГОРЯ МОРОЗОВА

КЕРІВНИК: К. ЕКОН. Н., ДОЦЕНТ

ТЕТЯНА ДЕМ'ЯНЕНКО

ПЛАКАТ 1**Альтернативні критерії оцінки економічної ефективності діяльності підприємства.****ПЛАКАТ 2****Основні етапи управління рентабельністю підприємства**

Сучасні підходи до організації процесу ПЛАКАТ 3

