

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**Інститут** \_\_\_\_\_ Навчально-науковий інститут економіки і управління

**Кафедра** \_\_\_\_\_ економіки і права

«До захисту в ЕК»

Директор інституту

\_\_\_\_\_ Олег ШЕРЕМЕТ  
(підпис) (прізвище та ініціали)

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_ р.

«До захисту допущено»

В.о. завідувача кафедри

\_\_\_\_\_ Юлія ЛЕВЧЕНКО  
(підпис) (прізвище та ініціали)

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_ р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА**

зі спеціальності \_\_\_\_\_ 051 «Економіка»  
(код та назва спеціальності)

освітньо-професійної програми \_\_\_\_\_ «Економіка підприємства»

на тему: \_\_\_\_\_ «Шляхи підвищення рентабельності діяльності підприємства»

Виконав (ла) здобувач \_4\_ курсу групи \_\_\_1\_\_\_

\_\_\_\_\_ Дребітко Олександра Іванівна \_\_\_\_\_  
(прізвище, ім'я, по батькові повністю) (підпис)

Керівник \_\_\_\_\_ Гривківська Оксана Василівна \_\_\_\_\_  
(прізвище, ім'я, по батькові повністю) (підпис)

Рецензент \_\_\_\_\_ Драган Олена Іванівна \_\_\_\_\_  
(прізвище та ініціали) (підпис)

Засвідчую, що в цій кваліфікаційній роботі немає запозичень із праць інших авторів без відповідних посилань.

Здобувач \_\_\_\_\_  
(підпис)

# НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Інститут Навчально-науковий інститут Економіки і управління  
Кафедра Економіки і права  
Освітній ступінь Бакалавр  
Спеціальність 051 «Економіка»  
(шифр і назва)  
Освітньо-професійна програма «Економіка підприємства»  
(назва)

## ЗАТВЕРДЖУЮ

в. о. завідувача кафедри економіки і права  
Юлія ЛЕВЧЕНКО  
«19» грудня 2023 року

## З А В Д А Н Н Я

### НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ

Дребітко Олександрі Іванівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Шляхи підвищення рентабельності діяльності підприємства»

керівник роботи: Гривківська Оксана Василівна

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

затверджені наказом закладу вищої освіти від «19» грудня 2023 року № 1004-КС

2. Строк подання здобувачем роботи 05.06.2024 року,

3. Вихідні дані до роботи: законодавчі та нормативні акти України, монографії, посібники, підручники, наукові статті, звітність ТОВ «Інтерпайп Україна» за 2022-2024 роки, мережа Інтернет.

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): Розділ 1. Теоретичні основи формування рентабельності підприємства. 1.1 Сутність рентабельності діяльності підприємства. 1.2. Фактори впливу на рентабельність діяльності підприємства. 1.3 Методичні підходи до оцінювання рентабельності діяльності підприємства. Розділ 2. Діагностика рентабельності діяльності підприємства. 2.1. Загальна характеристика підприємства. 2.2. Фінансово економічний аналіз діяльності підприємства. 2.3. Аналіз рентабельності підприємства. Розділ 3 Шляхи підвищення рентабельності діяльності підприємства. 3.1. Напрями зростання прибутку підприємства. 3.2. Мінімізація витрат підприємства. Висновки і пропозиції.

Перелік графічного матеріалу: 12 рисунків, 17 таблиць,

## 6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання 19 грудня 2023 року

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Розроблення та затвердження плану роботи керівником	01.04.2024 р.	виконано
2	Написання розділу 1	29.04.2024 р.	виконано
3	Робота над розділом 2	13.05.2024 р.	виконано
4	Підготовка розділу 3	27.05.2024 р.	виконано
5	Остаточне оформлення роботи. Формування висновків і пропозицій, проекту доповіді, презентації. Погодження з керівником кваліфікаційної роботи	до 05.06.2024 р.	виконано
6	Попередній захист кваліфікаційної роботи	28.05.2024 р.	виконано
7	Проходження перевірки на антиплагіат	до 05.06.2024 р.	виконано
8	Подання завершеної роботи на розгляд завідувачу кафедри	05.06.2024 р.	виконано
9	Отримання зовнішньої рецензії, оформлення необхідних документів для захисту	07.06.2024 р.	виконано
10	Захист кваліфікаційної роботи	__ .06.2024 р.	виконано

**Здобувач**

\_\_\_\_\_

(підпис)

**Олександр ДРЕБІТКО**

(прізвище та ініціали)

**Керівник роботи**

\_\_\_\_\_

(підпис)

**Оксана ГРИВКІВСЬКА**

(прізвище та ініціали)

## АНОТАЦІЯ

**Дребітко О. Шляхи підвищення рентабельності діяльності підприємства. Київ. НУХТ. 2024.**

Кваліфікаційна робота викладена на 86 сторінках комп'ютерного тексту. Складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел.

Метою роботи є теоретико методичне обґрунтування та розробка практичних рекомендацій щодо підвищення рентабельності підприємства в сучасних умовах.

Об'єкт дослідження – шляхи підвищення рентабельності діяльності підприємства ТОВ «Інтерпайп Україна».

Методи дослідження – порівняння, угруповання, індексний, балансовий, моделювання, метод експертних оцінок, економічного аналізу.

В першому розділі було розглянуто теоретичні та методичні матеріали на тему визначення шляхів підвищення рентабельності діяльності підприємства.

У другому розділі було розглянуто та проаналізовано діагностику та фінансово-економічний аналіз діяльності підприємства.

Третій розділ було розроблено та представлено заходи щодо ідей нових шляхів підвищення рентабельності діяльності підприємства.

Зроблено висновки та сформульовано рекомендації щодо застосування заходів підвищення рентабельності діяльності ТОВ «Інтерпайп Україна».

*Ключові слова:* рентабельність, прибуток, витрати, результати.

## ANNOTATION

**Drebitko O. Ways of increase of profitability of activity of enterprise. Kyiv. NUFT. 2024.**

The Qualifying work consists of 86 pages of computer text. It consists of an introduction, three chapters, conclusions, a list of used sources. The aim of work is theoretical methodical ground and development of practical recommendations in relation to the increase of profitability of enterprise in modern terms. A research object is ways of increase of profitability of activity of enterprise of “TOW Enterprise Ukraine”. Research methods are comparison, grouping, index, balance, design, method of expert estimations, economic analysis.

In the first division theoretical and methodical materials were considered on a theme determination of ways of increasing of profitability of activity of enterprise.

In the second division was considered and analysed diagnostics and finance-economics analysis of activity of enterprise.

The third division was worked out and presented measures in relation to the ideas of new ways of increase of profitability.

Drawn conclusions and recommendations are set forth in relation to application of measures of increase of profitability of activity of TOW “Enterprise Ukraine”

*Keywords:* profitability, profit, expenses, results.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	
1.1. Сутність рентабельності діяльності підприємства .....	7
1.2. Фактори впливу на рентабельність діяльності підприємства .....	12
1.3. Методичні підходи до оцінювання рентабельності діяльності підприємства.....	18
Висновки до розділу 1 .....	30
<b>РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	
2.1. Загальна характеристика підприємства.....	32
2.2. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємства.....	38
2.3. Аналіз рентабельності підприємства.....	50
Висновки до розділу 2.....	54
<b>РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	
3.1. Напрями зростання прибутку підприємства .....	56
3.2. Мінімізація витрат підприємства.....	69
Висновки до розділу 3.....	77
<b>ВИСНОВКИ .....</b>	<b>79</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>	<b>84</b>

## ВСТУП

Сучасні умови розвитку і функціонування вітчизняної економіки характеризується активним розвитком ринкових відносин. З'являються нові технології виробництва, модернізуються управлінські процеси, змінюється конкурентне середовище, вдосконалюється законодавча база, яка регламентує діяльність підприємств і організацій і т.п. Всі ці новації висувають перед підприємствами проблеми оперативної перебудови стратегії позиціонування на займаному ринку, і завдання більш ефективної взаємодії з клієнтами, постачальниками і споживачами.

Розвиток вітчизняної економіки, стан і рівень науково-технічного прогресу, зростання продуктивності праці, вирішення цілої низки супутніх цьому соціально-економічних проблем в значній мірі залежать від ефективності механізму управління підприємствами.

Поточний стан і динаміка розвитку українських підприємств зумовлює необхідність застосування нових підходів, методів, інструментів, концепцій і технологій управління.

Рентабельність (ефективність) основної діяльності, тобто її позитивні фінансові результати, відносяться до числа ключових категорій ринкової економіки, що забезпечує досягнення мети розвитку як кожного підприємства окремо, так і суспільства в цілому.

Розрахунок рентабельності діяльності підприємства, її вивчення у динаміці та на цій основі напрацювання шляхів підвищення рентабельності діяльності підприємства дасть можливість, особливо в сучасній економічній ситуації, господарюючим суб'єктам оновити практичні інструменти управління та направити роботу управлінського персоналу в русло раціональності, необхідності, обґрунтованості і виправданості.

Дослідження сучасної проблематики з питань управління рентабельністю функціонування підприємства висвітлюють такі провідні науковці як В. В. Гриненко, М. А. Браташ, М. М. Кучер, Т. В. Воронько-Невіднича, М. В.

Кулікова, І. М. Тесленок, О. В. Михайлова, О. П. Богаченко, О. Пашенко, Б. В. Бусленко, Г.Ф. Герєга, Т. І. Батракова, Зось-Кіор М. В., Л. Є. Довгань, Я. В. Фоніна, О. В. Яременко та ін. Проте, не зважаючи на їх здобутки, актуальним і на сьогодні є питання оцінювання рентабельності діяльності підприємства та шляхи підвищення рівня рентабельності, а також питання ролі системи управління в результативності підприємств.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження, аналіз та практичне узагальнення теоретичних і методологічних основ рентабельності діяльності підприємства, а також стану управління рентабельністю підприємства в сучасних умовах (на прикладі ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА»), та розробка шляхів підвищення рентабельності діяльності підприємства.

Для досягнення мети необхідно вирішити такі завдання:

- узагальнити теоретичні аспекти рентабельності діяльності підприємства.

Для цього необхідно розкрити сутність рентабельності діяльності підприємства, зміст фактори впливу на рентабельність діяльності підприємства, методичні підходи до оцінювання рентабельності діяльності підприємства;

- провести діагностику рентабельності діяльності досліджуваного підприємства;

- здійснити загальну характеристика підприємства;

- здійснити фінансово-економічний аналіз діяльності підприємства;

- запропонувати шляхи підвищення рентабельності діяльності.

Об'єктом дослідження виступило Товариство з обмеженою відповідальністю «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА».

Предметом дослідження стали теоретико-методичні засади та прикладні засади рентабельної діяльності підприємства.

Інформаційною базою дослідження є законодавство України та його структур, роботи вітчизняних економістів, публікації в періодичних фахових виданнях, матеріали власних досліджень та конференцій.

Практична значимість роботи у тому, що результати аналізу та пропоновані шляхи підвищення рентабельності діяльності підприємства



можуть бути використані керівництвом будь-якого підприємства при прийнятті управлінських рішень.

Дослідження в роботі проводилося згідно з методологією системного підходу до вивчення економічних процесів і явищ. У роботі використані наступні методи наукових досліджень: аналізу та синтезу, індукції та дедукції, абстрактно-логічний; узагальнення (вивчення досвіду управління результатами); розрахунково-конструктивний (аналіз фінансових результатів та рентабельності і т.п.); графічний (побудова діаграм) та ін.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку посилань, додатків. Основний зміст роботи викладено на 88 сторінках друкованого тексту. Робота містить 17 таблиць та 12 рисунків. Список посилань налічує 53 найменування.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

### 1.1. Сутність рентабельності діяльності підприємства

Рентабельність діяльності підприємства є ключовим показником його фінансового стану та ефективності роботи. Вона відображає здатність підприємства генерувати прибуток із залучених ресурсів і вкладених інвестицій. Вимірюючи рентабельність, підприємства можуть оцінити свою економічну доцільність та визначити, наскільки успішно вони використовують свої активи та капітал для створення вартості.

Рентабельність також є важливим індикатором для інвесторів та кредиторів, які оцінюють фінансову стійкість і перспективи підприємства. Висока рентабельність свідчить про конкурентоспроможність компанії на ринку та її здатність приносити прибуток навіть у складних економічних умовах. Таким чином, аналіз рентабельності дозволяє визначити не лише поточний фінансовий стан підприємства, а й прогнозувати його майбутній розвиток, що є надзвичайно важливим для стратегічного планування та залучення інвестицій.

Наразі існує велика кількість визначень категорії «рентабельність». Найбільш поширені визначення наведено в табл. 1.1.

*Таблиця 1.1*

#### Дефініції категорії «рентабельність діяльності»

Автор	Визначення
Писарева О.А.	Це економічний показник, що відображає здатність підприємства отримувати прибуток від своєї діяльності.
Романченко Н.В., Кожемякіна Т.В.	Вимірює, наскільки ефективно підприємство використовує свої інвестиції для отримання прибутку
Таранюк Л. М.	Відображає здатність підприємства генерувати прибуток у довгостроковій перспективі, забезпечуючи стійкість і конкурентоспроможність на ринку.
Авторське визначення	Це показник ефективності, який вимірює, наскільки успішно підприємство перетворює свої витрати в доходи.

*Джерело: [35, 38, 42].*

Рентабельність діяльності є багатогранною категорією, що має різні підходи до розуміння та аналізу її змісту.

В цілому, можна виділити наступні підходи до розуміння категорії «рентабельність»:

1. Фінансово-економічний підхід. Цей підхід зосереджується на аналізі фінансових показників, які відображають прибутковість підприємства. Основні аспекти включають:

- рентабельність активів (ROA): відображає ефективність використання активів для генерації прибутку;
- рентабельність власного капіталу (ROE): показує, наскільки ефективно підприємство використовує власний капітал для отримання прибутку;
- рентабельність продажів (ROS): визначає частку прибутку від кожної одиниці доходу.

2. Операційний підхід. Цей підхід акцентує увагу на операційних аспектах діяльності підприємства:

- операційна рентабельність: вимірює прибутковість основної діяльності підприємства до вирахування податків та відсотків, тобто операційного прибутку;
- ефективність використання витрат: оцінює, наскільки успішно підприємство перетворює свої витрати в доходи та прибуток.

– 3. Стратегічний підхід. Цей підхід розглядає рентабельність як індикатор довгострокової життєздатності та конкурентоспроможності підприємства:

- Аналіз стійкості. Оцінка здатності підприємства підтримувати стабільний рівень прибутковості у довгостроковій перспективі.
- Конкурентні переваги. Визначення факторів, що забезпечують підприємству конкурентні переваги на ринку, і їх вплив на рентабельність.

4. Інвестиційний підхід. Фокусує увагу на ефективності інвестицій:

- Рентабельність інвестицій (ROI): вимірює ефективність вкладених інвестицій, відображаючи відношення чистого прибутку до загальної суми інвестованих коштів.

- Аналіз вартості капіталу. Оцінка вартості залучення капіталу та його вплив на загальну рентабельність підприємства.

5. Соціально-економічний підхід. Цей підхід враховує соціальні та економічні аспекти діяльності підприємства:

- соціальна відповідальність: передбачає оцінку впливу соціально-відповідальної діяльності підприємства на його фінансову рентабельність.

- Створення доданої вартості: передбачає визначення внеску підприємства у загальний економічний розвиток і його вплив на рентабельність.

6. Секторний підхід. Порівняльний аналіз рентабельності підприємства у контексті галузі:

- Секторний аналіз: передбачає порівняння рентабельності підприємства з середньогалузевими показниками для визначення його позиції в галузі.

- Конкурентний аналіз: передбачає оцінку рентабельності в порівнянні з основними конкурентами для визначення конкурентних переваг і недоліків.

7. Функціональний підхід. Цей підхід аналізує рентабельність з точки зору окремих функціональних областей підприємства:

- Рентабельність продуктів: передбачає визначення прибутковості окремих продуктів чи послуг.

- Рентабельність відділів: передбачає оцінку ефективності роботи різних підрозділів або відділів підприємства [47, 49, 51].

Кожен з цих підходів надає різні перспективи та інструменти для аналізу рентабельності діяльності підприємства, що дозволяє отримати

комплексне уявлення про ефективність його роботи та приймати обґрунтовані управлінські рішення.

Виділяють різні види рентабельності:

1) рентабельність використання основних засобів – вказує на ефективність використання основних засобів в процесі виробництва або надання послуг. Рентабельність використання основних засобів дозволяє підприємствам оцінювати ефективність використання свого основного капіталу та приймати рішення щодо його оптимізації, ремонту, модернізації або заміни. Висока рентабельність використання основних засобів свідчить про ефективне використання капіталу та здатність підприємства генерувати прибуток від своєї діяльності;

2) рентабельність використання оборотних засобів – вимірює ефективність використання оборотних активів (таких як готівка, запаси, дебіторська заборгованість) для генерації прибутку. Цей показник вказує на те, наскільки ефективно підприємство використовує свої ресурси для генерації прибутку та повернення інвестицій;

3) рентабельність використання праці – вимірює, наскільки ефективно підприємство використовує працю своїх співробітників для досягнення фінансових цілей;

4) рентабельність окремих видів продукції та діяльності підприємства в цілому – важливі показники, що вказують на те, як кожен конкретний продукт або вид діяльності приносить прибуток підприємству. Для визначення рентабельності окремих видів продукції або діяльності в цілому, можна використовувати різні методи та підходи (рис. 1.1) [52].

Рентабельність діяльності підприємства є ключовим показником ефективності його господарської діяльності. Вона відображає здатність підприємства генерувати прибуток від використання наявних ресурсів, таких як активи, капітал і виробничі потужності. Рентабельність дозволяє оцінити, наскільки ефективно підприємство перетворює інвестиції та ресурси в

прибуток, що є важливим для забезпечення його стійкого розвитку та конкурентоспроможності на ринку.

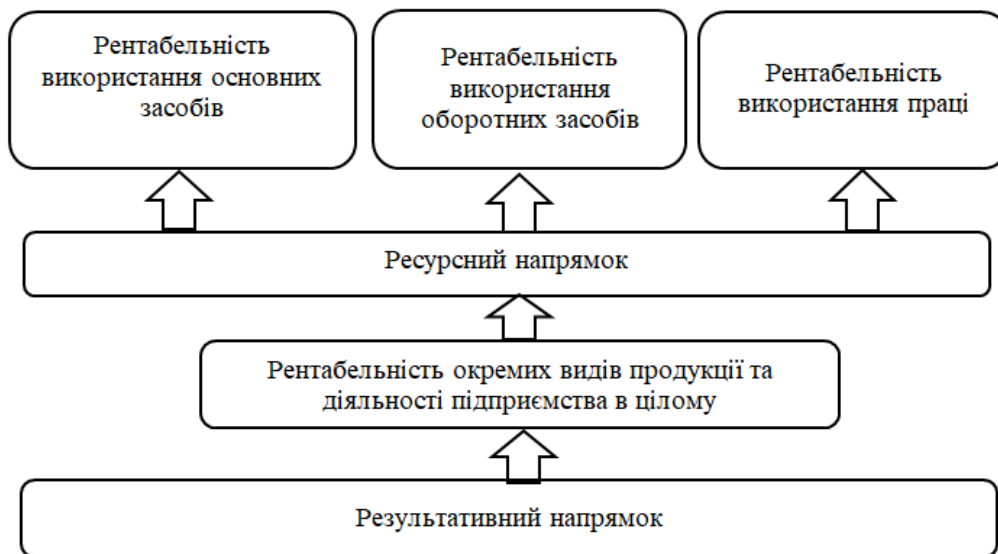


Рис. 1.1. Основні види рентабельності

Джерело: [52].

Основні види рентабельності, такі як рентабельність продажів (ROS), рентабельність активів (ROA) та рентабельність власного капіталу (ROE), надають всебічне уявлення про різні аспекти фінансової діяльності підприємства. Кожен з цих показників допомагає виявити сильні та слабкі сторони у використанні ресурсів та управлінні фінансами, що є критично важливим для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Більшість суб'єктів господарювання, які діють на ринку, є комерційними організаціями, які націлені на отримання прибутку. В таких умовах природно саме показник рентабельності виступає основним критерієм ефективності роботи підприємства. Місце рентабельності як показника економічної ефективності діяльності підприємства у системі однорідних категорій відображено на рис. 1.2.

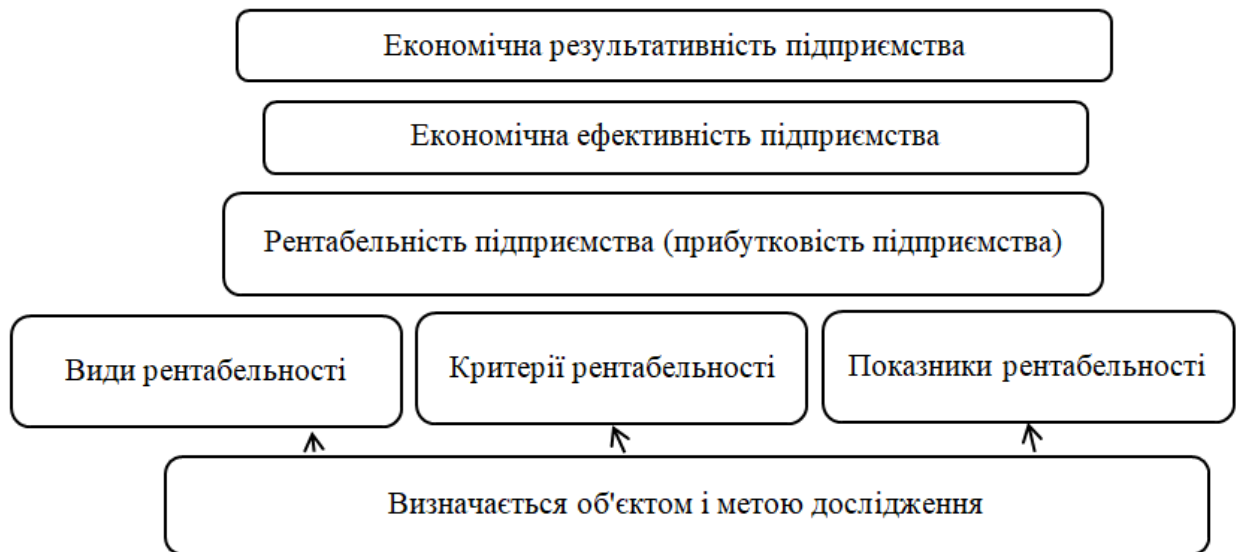


Рис. 1.2. Місце рентабельності в системі однорідних за змістом економічних категорій, що характеризують діяльність підприємств

*Джерело: [53].*

Отже, аналіз рентабельності діяльності підприємства є необхідним інструментом для фінансового менеджменту. Він дозволяє не тільки оцінювати поточний фінансовий стан підприємства, але й прогнозувати його майбутні перспективи, планувати інвестиції та оптимізувати витрати, що сприяє досягненню довгострокових стратегічних цілей.

## **1.2.Фактори впливу на рентабельність діяльності підприємства**

Рентабельність діяльності підприємства залежить від багатьох факторів, які можна умовно розділити на внутрішні та зовнішні.

1. Внутрішні фактори (сукупність керованих аспектів діяльності підприємства, оптимізація яких дозволяє підвищити ефективність, зменшити витрати і, в кінцевому рахунку, збільшити прибутковість підприємства).

Внутрішні фактори впливу на рентабельність визначаються як сукупність керованих аспектів діяльності підприємства, оптимізація яких

дозволяє підвищити ефективність, зменшити витрати і, в кінцевому рахунку, збільшити прибутковість підприємства.

Вони включають:

1. Ефективність управління (здатність керівництва та усіх рівнів управлінської структури підприємства досягати стратегічних та оперативних цілей організації з максимальною ефективністю використання ресурсів):

- організація бізнес-процесів;
- професіоналізм та компетентність керівництва;
- мотивація та продуктивність працівників.

Отже, ефективне управління є важливою складовою успіху будь-якого підприємства, оскільки воно забезпечує раціональне використання ресурсів та досягнення стратегічних цілей організації.

2. Виробничі витрати (це сукупні витрати, пов'язані з виробництвом товарів або наданням послуг підприємством):

- рівень собівартості продукції;
- ефективність використання ресурсів;
- впровадження новітніх технологій та інновацій.

Отже, виробничі витрати є ключовим елементом витратного обліку підприємства і визначають вартість продукції. Оптимізація цих витрат може допомогти підприємству підвищити свою конкурентоспроможність і прибутковість.

В) Асортимент та якість продукції (ключові характеристики товарів або послуг, які підприємство пропонує на ринку):

- оновлюваність асортименту;
- відповідність продукції стандартам якості;
- репутація бренду.

Отже, висока якість продукції та широкий асортимент дозволяють підприємству забезпечити конкурентні переваги на ринку, привернути більше клієнтів та збільшити їхню лояльність. Оптимізація якості та



розмаїття асортименту може бути ключовими стратегіями для забезпечення успіху підприємства.

Г) Ціноутворення (процес встановлення ціни на товари або послуги, який визначається різними факторами, такими як витрати виробництва, конкурентна ситуація на ринку, попит та пропозиція, стратегія маркетингу та бажана рівень прибутку):

- стратегії ціноутворення;
- гнучкість у зміні цін відповідно до ринкових умов.

Отже, ціноутворення є важливою стратегічною складовою бізнесу, оскільки вона безпосередньо впливає на дохідність підприємства, його позицію на ринку та сприйняття споживачами [2, 4].

Д) Маркетинг та збут (ключові функціональні області в управлінні підприємством, спрямовані на створення, підтримку та збут товарів або послуг на ринку з метою задоволення потреб споживачів та досягнення цілей бізнесу):

- ефективність маркетингових кампаній;
- канали дистрибуції та збуту продукції;
- рівень обслуговування клієнтів.

Основна мета маркетингу та збуту полягає в тому, щоб сприяти успішному введенню товарів або послуг на ринок, забезпечити їхню ефективну рекламу та просування, підвищити відомість бренду, залучити нових клієнтів та збільшити обсяги продажів.

3. Зовнішні фактори (зовнішні чинники або умови, над якими підприємство має обмежений або жодного контролю, але які можуть значно впливати на його фінансові результати та прибутковість). Вони включають:

А) Економічна ситуація (стан економіки країни або регіону на певний момент часу, який оцінюється за різними показниками та показує загальний рівень економічного розвитку, стабільності та динаміки):

- загальний економічний стан країни;
- рівень інфляції та процентних ставок;

- доступність кредитних ресурсів.

Б) Конкурентне середовище (сукупність всіх фірм, які конкурують між собою на ринку за те ж саме або подібне споживче попиту – включає в себе як прямих конкурентів, так і потенційних конкурентів, які можуть ввести нові продукти або послуги на ринку):

- кількість та сила конкурентів на ринку.
- рівень монополізації чи конкуренції в галузі.

В) Політичне та правове середовище (аспекти зовнішнього середовища, які впливають на діяльність підприємства та регулюють його дії в рамках законодавства та політичних умов):

- стабільність політичної ситуації;
- зміни у законодавстві, які впливають на бізнес;
- податковий режим та державне регулювання.

Г) Соціально-демографічні фактори (включають широкий спектр аспектів, які впливають на суспільство та його структуру, а також на підприємства та їх діяльність):

- зміни в демографічній структурі населення;
- споживчі переваги та тренди;
- рівень доходів населення.

Д) Технологічні зміни (вони охоплюють широкий спектр інновацій, які можуть включати в себе розвиток нових продуктів та послуг, вдосконалення виробничих процесів, впровадження нових технологій в управління та маркетинг, а також зміни взаємодії з клієнтами та постачальниками):

- розвиток нових технологій;
- інновації у виробничих процесах;
- вплив цифровізації та автоматизації.

Е) Міжнародні фактори (вони охоплюють широкий спектр аспектів, які включають в себе торгівлю, інвестиції, міжнародні відносини та глобальні економічні тенденції):

- валютний курс та його коливання;

- міжнародні торговельні угоди та санкції;
- стан світової економіки [8, 16].

Фактори впливу на рентабельність підприємства відображено на рис. 1.3.

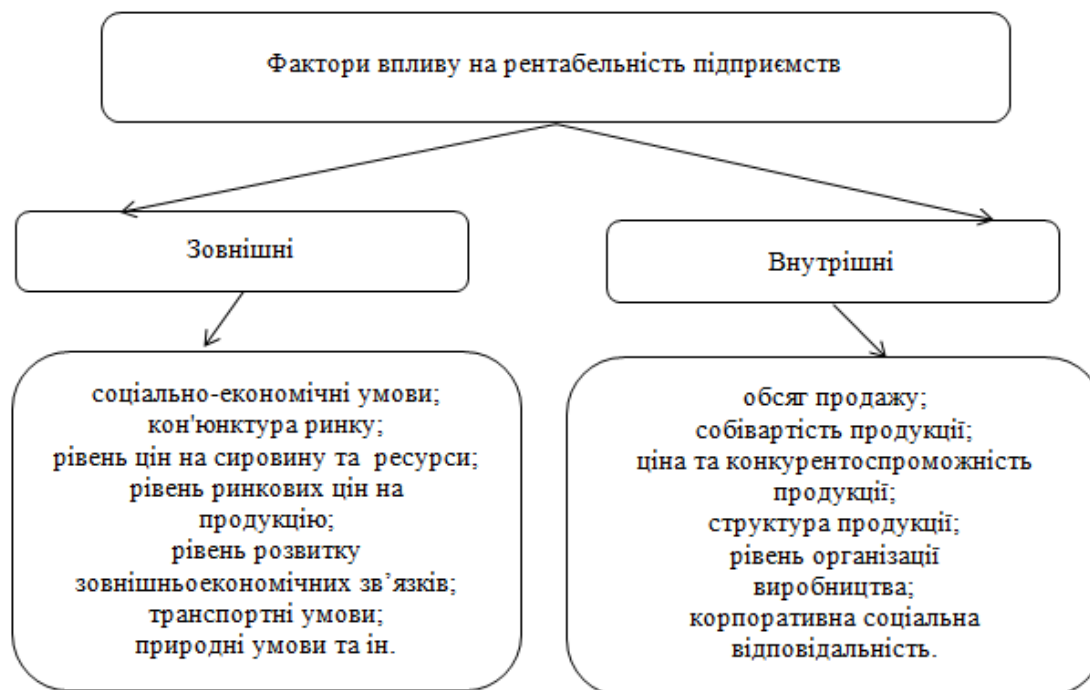


Рис. 1.3. Фактори впливу на рентабельність підприємств

Джерело: [19].

Аналізуючи ці фактори, підприємство може виявити як потенційні ризики, так і можливості для підвищення своєї рентабельності. Важливо проводити регулярний моніторинг як внутрішнього стану підприємства, так і зовнішнього середовища, щоб своєчасно адаптувати стратегії та підтримувати конкурентоспроможність.

Якщо розглянути підприємство як систему, яка функціонує в економіці, то очевидним стає, що воно зазнає впливу різноманітних факторів з боку суб'єктів, що також функціонують в даній системі (рис. 1.4).

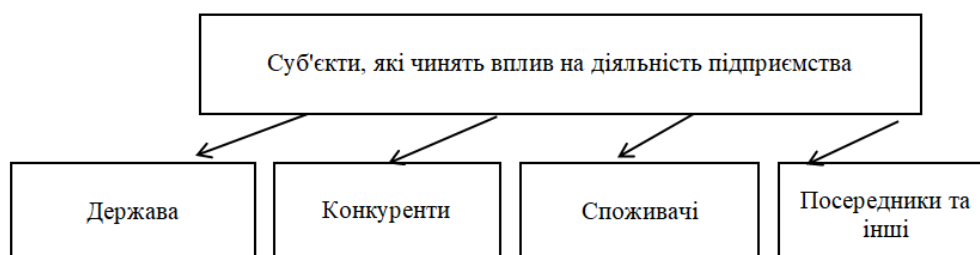


Рис. 1.4. Суб'єкти, що взаємодіють з підприємством

*Джерело: [24].*

Отже, рентабельність діяльності підприємства залежить від численних факторів, які впливають на його фінансові результати та здатність до генерації прибутку. Перший ключовий фактор - внутрішній, що включає в себе ефективне управління, оптимізацію виробничих процесів та здійснення контролю над витратами. Успішне управління виробничими витратами та оптимізація процесів дозволяють знижувати собівартість продукції, що сприяє збільшенню рентабельності [21].

Другий фактор, що впливає на рентабельність, – ціноутворення. Правильно обґрунтовані ціни дозволяють підприємству отримувати достатній рівень прибутку, що компенсує витрати та забезпечує стійке фінансове здоров'я. При цьому необхідно враховувати конкурентоспроможність цін на ринку та відповідність їхньому рівню якості продукції чи послуг.

Третій фактор – якість продукції або послуг. Висока якість товарів або послуг підприємства сприяє збільшенню задоволеності клієнтів та їхній лояльності, що може призвести до збільшення обсягів продажів та підвищення прибутковості.

Четвертий фактор – конкурентне середовище. Аналіз конкурентного оточення дозволяє розуміти сильні та слабкі сторони конкурентів, а також визначати можливості для вдосконалення власного бізнесу. Ефективна стратегія конкурентного позиціонування може забезпечити підприємству стабільний приріст рентабельності.

І нарешті, п'ятий фактор – зовнішнє середовище, включаючи економічну ситуацію, політичні та правові аспекти, соціокультурні та технологічні зміни, а також міжнародні фактори. Розуміння цих впливових чинників дозволяє підприємству адаптуватися до змін, прогнозувати ризики та можливості, а також розробляти ефективні стратегії для підвищення рентабельності та стійкості свого бізнесу.

### **1.3. Методичні підходи до оцінювання рентабельності діяльності підприємства**

Оцінювання рентабельності діяльності підприємства - це процес аналізу фінансових результатів та ефективності використання ресурсів з метою визначення здатності підприємства генерувати прибуток від своєї діяльності. Цей процес включає в себе детальне вивчення фінансових звітів, внутрішніх операційних процесів та зовнішніх факторів, що впливають на діяльність підприємства.

Сутність оцінювання рентабельності полягає в тому, щоб:

1. Визначити рівень прибутковості: оцінка рентабельності дозволяє встановити, скільки прибутку генерує підприємство за певний період часу відносно його витрат та інвестицій.

2. З'ясувати ефективність використання ресурсів: оцінка рентабельності дозволяє визначити, наскільки ефективно підприємство використовує свої ресурси, такі як капітал, праця та матеріали, для генерації прибутку.

3. Порівняти з іншими підприємствами або галузевими стандартами: оцінка рентабельності дозволяє порівнювати фінансові результати підприємства з аналогічними показниками інших підприємств у тій же галузі або з галузевими середніми для виявлення потенційних областей для покращення та конкурентних переваг.

4. Планувати майбутні дії: оцінка рентабельності дозволяє підприємству планувати свої майбутні дії, встановлювати цілі та розробляти стратегії для досягнення бажаних фінансових результатів [25, 28].

Отже, оцінювання рентабельності діяльності підприємства є важливим інструментом для керівництва підприємства, який дозволяє зрозуміти його фінансовий стан, виявити можливості для поліпшення та прийняти обґрунтовані управлінські рішення.

Розрахунок показників рентабельності має безперечну доцільність для

підприємства з кількох причин:

Оцінка ефективності діяльності: показники рентабельності дозволяють керівництву та інвесторам оцінити, наскільки ефективно підприємство використовує свої ресурси та здатне генерувати прибуток. Це дає можливість здійснювати об'єктивну оцінку бізнесу та приймати управлінські рішення для поліпшення його фінансового стану.

1. Порівняльний аналіз: показники рентабельності дозволяють порівняти фінансові результати підприємства з аналогічними показниками інших підприємств у тій же галузі або в індустрії. Це дає можливість здійснювати аналіз конкурентоспроможності та виявляти області для поліпшення.

2. Планування та прогнозування: розрахунок показників рентабельності дозволяє підприємствам планувати свої фінансові результати та встановлювати цілі рентабельності на майбутнє. Це допомагає управлінню зробити прогнози щодо можливого прибутку та приймати вчасні коригуючі заходи.

3. Моніторинг фінансової стійкості: показники рентабельності є важливим індикатором фінансової стійкості підприємства. Вони допомагають виявляти зміни у фінансовій продуктивності та вчасно реагувати на негативні тенденції.

4. Підтримка прийняття рішень: розрахунок показників рентабельності є важливою основою для прийняття управлінських рішень, таких як вибір стратегії розвитку, інвестиції у проекти чи виробничі потужності, а також управління витратами та ціноутворенням [35-37].

Отже, розрахунок показників рентабельності є необхідним інструментом для фінансового аналізу та управління підприємством, який допомагає забезпечити його стійкий розвиток та конкурентоспроможність на ринку (рис. 1.5).

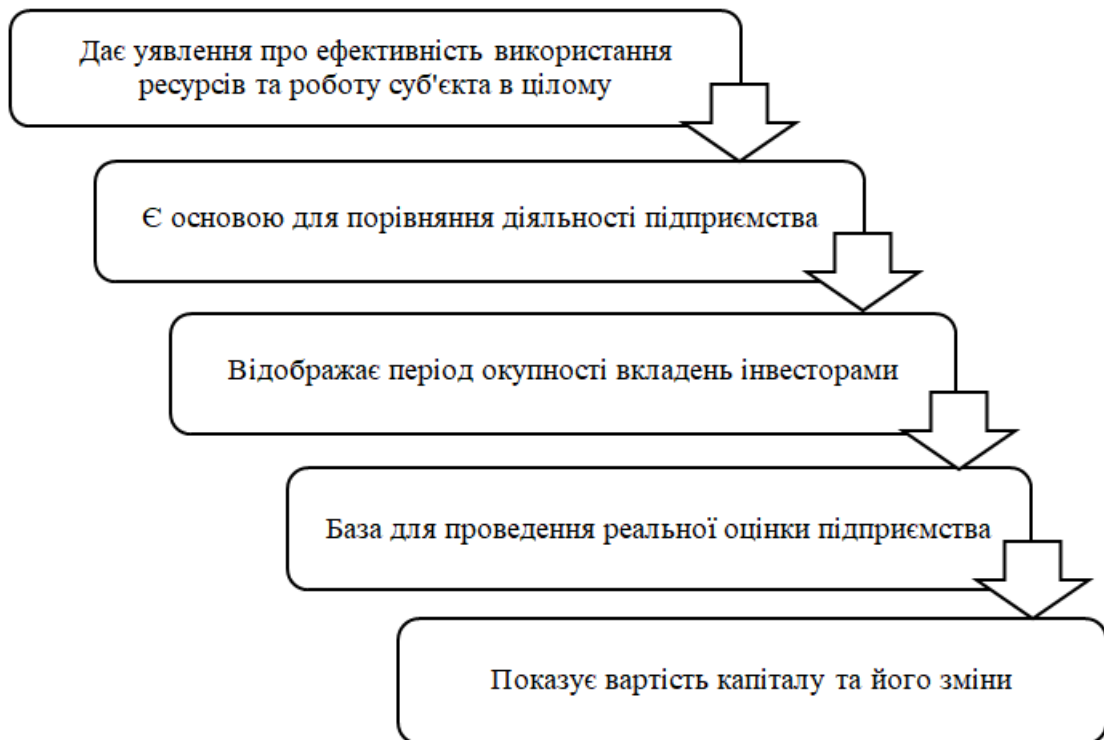


Рис. 1.5. Доцільність розрахунку показників рентабельності

Джерело: [41].

Для аналізу господарської діяльності підприємства використовують різні види рентабельності. Основні з них включають:

1. Рентабельність продажів (ROS – Return on Sales): відображає відношення прибутку до виручки від реалізації продукції. Показує, яку частку прибутку підприємство отримує з кожної гривні виручки.

$$\text{ROS} = \text{Чистий прибуток} \div \text{Виручка} \times 100\%. \quad (1.1)$$

2. Рентабельність активів (ROA – Return on Assets): показує ефективність використання активів підприємства для генерування прибутку.

$$\text{ROA} = \text{Чистий прибуток} \div \text{Середньорічна вартість активів} \times 100\%. \quad (1.2)$$

3. Рентабельність власного капіталу (ROE – Return on Equity): відображає ефективність використання власного капіталу підприємства.

$$\text{ROE} = \text{ЧП} \div \text{Середньорічна вартість власного капіталу} \times 100\%. \quad (1.3)$$

4. Рентабельність інвестицій (ROI – Return on Investment): показує ефективність інвестицій в підприємство.

$$\text{ROI} = \text{Прибуток від інвестицій} \div \text{Інвестиційні витрати} \times 100\%. \quad (1.4)$$

5. Рентабельність продукції (Return on Products): визначає прибутковість окремих видів продукції:

Рентабельність продукції = Прибуток від реалізації продукції ÷ Собівартість продукції × 100%. (1.5)

6. Валовий прибуток (Gross Profit Margin): показує частку валового прибутку в виручці.

Валовий прибуток = Валовий прибуток ÷ Виручка × 100%. (1.6)

Ці показники дозволяють оцінити ефективність різних аспектів діяльності підприємства та зробити висновки щодо його фінансової стійкості, ефективності управління ресурсами та загальної конкурентоспроможності [21].

Отже, визначення рентабельності включає аналіз різних показників, таких як: рентабельність активів (ROA), рентабельність власного капіталу (ROE) та рентабельність продажів (ROS). Кожен з цих показників надає унікальну інформацію про різні аспекти фінансової діяльності підприємства. Наприклад, ROA показує, наскільки ефективно використовуються активи для генерування прибутку, тоді як ROE відображає прибутковість власних інвестицій акціонерів. В сукупності ці показники допомагають менеджменту приймати обґрунтовані рішення для покращення операційної діяльності.

При формуванні системи показників рентабельності виробничо-господарської та комерційної діяльності підприємства доцільно дотримуватись наступних принципів:

- забезпечення взаємозв'язку кінцевого результату господарської діяльності та системи конкретних показників економічних ресурсів технології та організації виробництва;
- відображення ефективності використання усіх видів економічних ресурсів, які задіяні у виробництві;
- застосування показників рентабельності у системі менеджменту різними ділянками виробництва та структурними підрозділами на підприємстві;
- стимулювання того чи іншого виду діяльності (продукції, робіт, послуг) підприємства за досягнутим рівнем найбільш важливих показників при



використанні наявних резервів зростання рентабельності господарської діяльності.

Показники рентабельності визначаються як ефективність, тобто співвідношення у відсотках або як коефіцієнт і показують частку прибутку в кожній грошовій вартісній одиниці витрат.

Показники рентабельності використовують для оцінки:

- вибору спеціалізації, виробничого напрямку та диверсифікації підприємства;
- варіантів формування структури товарної продукції та її асортименту; раціональності виробництва продукції;
- ціноутворення та обґрунтування цінової політики і стратегії підприємства;
- інвестиційної політики підприємства;
- результатів діяльності окремих структурних підрозділів та підприємства в цілому;
- господарської діяльності підприємств, що спеціалізуються на однорідних видах товарів чи послуг [25].

Методичні підходи до оцінювання рентабельності діяльності підприємства є ключовими інструментами для фінансового аналізу та управління бізнесом. Вони надають можливість здійснювати комплексний аналіз фінансових показників та ефективності використання ресурсів.

Методичні підходи до оцінювання рентабельності дозволяють оцінити різні аспекти діяльності підприємства, включаючи ефективність використання ресурсів, маржинальну прибутковість та конкурентоспроможність.

Сучасні дослідження пропонують три основні методи аналізу та оцінки рентабельності [16]:

1. В основі цього підходу лежить багаторівневий аналіз рентабельності стійкості діяльності – тобто за цим методом рентабельність оцінюється в залежності від певної групи показників.

Багаторівневий аналіз рентабельності діяльності - це підхід до оцінювання фінансової ефективності підприємства, який передбачає дослідження різних аспектів його діяльності на різних рівнях організації. Цей підхід може бути використаний для більш глибокого розуміння факторів, які впливають на рентабельність підприємства, та для ідентифікації конкретних областей для покращення. Ключовими етапами багаторівневого аналізу рентабельності є:

1. Стратегічний рівень: на цьому рівні аналізу досліджується загальна стратегія підприємства та її вплив на фінансові результати. Оцінка включає аналіз бізнес-моделі, конкурентної переваги, ринкової позиції та стратегічних ініціатив.

2. Функціональний рівень: на цьому рівні аналізу досліджуються конкретні функціональні області підприємства, такі як виробництво, маркетинг, фінанси та управління персоналом. Оцінка включає аналіз ефективності операцій та процесів у кожній з цих областей.

3. Операційний рівень: на цьому рівні аналізу вивчаються конкретні операційні процеси та витрати, які впливають на рентабельність підприємства. Оцінка включає аналіз виробничих витрат, ланцюжка постачання, управління запасами та оптимізацію виробничих процесів.

4. Фінансовий рівень: на цьому рівні аналізу вивчається фінансова структура підприємства та її вплив на рентабельність. Оцінка включає аналіз фінансових показників, таких як рентабельність активів, рентабельність власного капіталу та фінансові ризики.

5. Зовнішнє середовище: на всіх рівнях аналізу враховується вплив зовнішніх факторів, таких як економічна кон'юнктура, політичні ризики, зміни законодавства та конкуренція на ринку.

Багаторівневий аналіз рентабельності дозволяє підприємствам отримати глибше розуміння їхньої фінансової ефективності та ідентифікувати конкретні області для покращення. Цей підхід допомагає розкрити повний потенціал підприємства та забезпечити його стійкий розвиток в умовах по

Відповідно за цим методом здійснюється оцінка:

- рентабельності капіталу (ключовий фінансовий показник, який вказує на ефективність використання власного та залученого капіталу для генерації прибутку. Цей показник є важливим для оцінки фінансового здоров'я підприємства та його здатності генерувати прибуток для акціонерів та кредиторів);

- рентабельність діяльності;

- рентабельності грошових потоків (показник, який вказує на ефективність генерації грошових потоків від операційної діяльності підприємства. Він оцінює, наскільки ефективно підприємство використовує свої ресурси для генерації грошових потоків та забезпечення фінансової стійкості) [19].

Тож, багаторівневий аналіз рентабельності включає в себе детальне дослідження фінансових показників підприємства на різних рівнях його діяльності. Цей підхід дозволяє розкрити складні взаємозв'язки між різними частинами бізнесу та виявити ключові області для оптимізації.

1. Ідентифікація ключових сегментів: аналіз рентабельності на різних рівнях (наприклад, за видами продукції, відділами, ринками тощо) дозволяє виявити найбільш прибуткові та найменш ефективні сегменти бізнесу.

2. Оцінка внутрішніх процесів: розгляд рентабельності на рівні внутрішніх процесів підприємства (наприклад, виробничі відділи, ділянки, виробничі лінії) дозволяє виявити слабкі місця та можливості для оптимізації виробничих операцій.

3. Аналіз зв'язків між рівнями: встановлення зв'язків між рентабельністю на різних рівнях дозволяє зрозуміти, як ефективність одного сегменту впливає на інші. Наприклад, низька рентабельність певного виробничого відділу може вплинути на загальну рентабельність підприємства.

4. Розробка стратегій по кожному рівню: на основі отриманих даних можна розробити індивідуальні стратегії по підвищенню рентабельності кожного сегменту або рівня діяльності підприємства.

Багаторівневий аналіз рентабельності допомагає підприємству здійснювати детальне та системне обстеження його фінансової діяльності, щоб ідентифікувати проблемні місця та можливості для покращення. Цей підхід дозволяє приймати збалансовані рішення [18].

2. Другий підхід є більш детальний, оскільки передбачає комплексний аналіз рентабельності та включає наступні види:

- зіставлення (полягає в порівнянні фінансових показників підприємства з певними стандартами, попередніми показниками або з аналогічними показниками інших підприємств. Цей метод дозволяє виявляти відхилення, аналізувати їх причини та приймати відповідні управлінські рішення для поліпшення фінансової ефективності підприємства);

- групування (використовується для систематизації та класифікації фінансової інформації з метою отримання більш глибокого розуміння фінансових результатів підприємства. Цей метод дозволяє виявити внутрішні зв'язки та закономірності між різними аспектами діяльності підприємства та визначити фактори, що впливають на його рентабельність).

- За методом середніх показників:

- коефіцієнтний метод (полягає в розрахунку та порівнянні різноманітних фінансових коефіцієнтів для оцінки фінансової стійкості та результативності підприємства. Цей метод дозволяє дослідити різні аспекти фінансової діяльності та визначити їх взаємозв'язок, що допомагає краще зрозуміти фінансове становище підприємства та виявити можливі тенденції);

- балансовий метод (передбачає використання даних бухгалтерського балансу для оцінки фінансового стану та ефективності діяльності. Цей метод допомагає аналізувати структуру активів і пасивів підприємства, визначити їх взаємозв'язки та вплив на рентабельність. Основною метою балансового методу є виявлення внутрішніх резервів для підвищення рентабельності та забезпечення фінансової стабільності підприємства);

- індексний метод (ґрунтується на обчисленні індексів, які порівнюють різні фінансові показники за певні періоди або між різними підприємствами.

Індекси дозволяють виявити зміни у рентабельності, тенденції розвитку та порівняти ефективність діяльності підприємства з конкурентами або галузевими стандартами);

- метод застосування таблиць (використання таблиць дозволяє систематизувати, структурувати та візуалізувати фінансові дані, що полегшує їх аналіз та прийняття управлінських рішень. Цей метод допомагає порівнювати різні показники, виявляти тенденції та визначати фактори, що впливають на рентабельність);

- аналіз за допомогою тренду (передбачає вивчення динаміки фінансових показників підприємства протягом певного періоду часу. Цей метод дозволяє виявити тенденції у зміні рентабельності, передбачити майбутні показники та оцінити ефективність управлінських рішень);

- динамічних рядів (базується на аналізі часових рядів даних, таких як доходи, витрати, прибуток, рентабельність активів тощо, і допомагає виявити тенденції, сезонні коливання та циклічні зміни);

- графічний метод (дозволяє візуалізувати фінансові дані та тенденції, полегшуючи їх розуміння та інтерпретацію. Використання графіків допомагає наочно представити зміни показників рентабельності, виявити тренди, сезонні коливання та інші важливі аспекти фінансової діяльності підприємства) [21, 22].

Отже, комплексний аналіз рентабельності підприємства є необхідним інструментом для оцінки його фінансового стану та ефективності управління. З його допомогою можна здійснити глибоке дослідження всіх аспектів діяльності підприємства та визначити стратегії підвищення рентабельності.

1. Ідентифікація ключових факторів: проведений аналіз дозволяє визначити основні чинники, що впливають на рентабельність підприємства. Це можуть бути фактори як внутрішнього характеру, такі як ефективність управління та оптимізація виробничих процесів, так і зовнішні, наприклад, кон'юнктура ринку та конкуренція.

2. Оцінка ефективності стратегій: аналіз різних стратегій та їх впливу на рентабельність дозволяє визначити оптимальні шляхи підвищення

прибутковості підприємства. Це може включати в себе заходи по зниженню витрат, розширенню асортименту продукції, підвищенню якості обслуговування тощо.

3. Розробка стратегій управління ризиками: аналіз рентабельності дозволяє визначити потенційні ризики та вразливість бізнесу, що допомагає розробити ефективні стратегії управління ризиками та зменшити ймовірність фінансових втрат.

Комплексний аналіз рентабельності дозволяє зрозуміти всі аспекти фінансової діяльності підприємства та приймати обґрунтовані управлінські рішення, спрямовані на досягнення підвищення ефективності та стабільності бізнесу.

3. Факторний метод, що і передбачає прогнозований аналіз рентабельності. До цієї методики відносять:

- методи детерміновано аналізу (дозволяють визначити та кількісно оцінити вплив окремих факторів на рентабельність, що сприяє більш глибокому розумінню причин зміни фінансових показників і прийняттю обґрунтованих управлінських рішень. Основні методи детермінованого аналізу включають факторний аналіз, маржинальний аналіз та аналіз беззбитковості);

- кореляційний метод (дозволяє оцінити силу та напрямок взаємозв'язку між різними фінансовими показниками, такими як доходи, витрати, прибуток, бсяг продажів та інші фактори, що впливають на рентабельність. Використання кореляційного аналізу допомагає виявити, які фактори найбільше впливають на рентабельність підприємства і як змінюються ці взаємозв'язки у часі);

- екстраполяційний підхід (використовується при аналізі рентабельності підприємства. Цей підхід дозволяє передбачити майбутні значення фінансових показників на основі існуючих даних про минулі періоди. Він базується на припущенні, що тенденції, які спостерігались у минулому, продовжуватимуться і в майбутньому);

- метод передбачення частин продажів (дозволяє підприємству прогнозувати майбутню рентабельність, аналізуючи окремі складові продажів.

Цей метод особливо корисний для підприємств, що пропонують широкий асортимент продукції або послуг, оскільки він дозволяє детально оцінити вплив кожної складової на загальну рентабельність);

- складання прогнозованої звітності (полягає в розробці прогнозів фінансової звітності на майбутні періоди на основі аналізу історичних даних та оцінки поточних тенденцій. Прогнозована звітність може включати такі ключові фінансові показники, як доходи, витрати, прибуток, рентабельність, а також інші показники, які відображають фінансовий стан та результативність) [24, 25].

Отже, факторний метод прогнозування рентабельності є потужним інструментом для аналізу впливу різноманітних факторів на фінансові результати підприємства. З його допомогою можна виявити ключові фактори, які мають найбільший вплив на рентабельність, та врахувати їх при розробці стратегій управління. Основні висновки, що можна зробити з використанням факторного методу, такі:

1. Виявлення впливових факторів: аналіз результатів дозволяє ідентифікувати ключові фактори, які впливають на рентабельність підприємства. Це можуть бути як внутрішні фактори, такі як витрати та ефективність управління, так і зовнішні, наприклад, економічна кон'юнктура та конкуренція на ринку.

2. Аналіз взаємозв'язку між факторами та рентабельністю: застосування статистичних методів, таких як кореляційний аналіз, дозволяє встановити зв'язок між різними факторами та рентабельністю. Це допомагає зрозуміти, як зміни в одному факторі впливають на фінансові результати.

3. Прогнозування рентабельності на майбутні періоди: на основі виявлених зв'язків та аналізу тенденцій можна розробити моделі для прогнозування рентабельності на майбутні періоди. Це дозволяє підприємствам планувати свою діяльність, враховуючи потенційні ризики та можливості.

Факторний метод є ефективним інструментом для розуміння та управління рентабельністю підприємства, оскільки дозволяє врахувати

різноманітні аспекти його діяльності та зовнішнього середовища. Його використання допомагає зробити обґрунтовані стратегічні рішення, спрямовані на підвищення ефективності та конкурентоспроможності підприємства.

Тож, перераховані вище підходи дозволяють порівнювати рентабельність підприємства з аналогічними показниками інших підприємств або зі стандартами галузі, що допомагає виявляти конкурентні переваги та недоліки (табл. 1.2).



Таблиця 1.2

## Показники аналізу рентабельності підприємства

Показник	Норматив	Економічна суть
Коефіцієнт рентабельності активів	Повинен мати тенденцію до збільшення	Показує обсяг чистого прибутку на одну гривню активів та характеризує ефективність використання активів
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	Повинен мати тенденцію до збільшення	Показує частку чистого прибутку у власному капіталі та характеризує ефективність вкладення коштів у підприємство
Коефіцієнт рентабельності діяльності	Повинен мати тенденцію до збільшення	Показує наявність можливостей підприємства до відтворення та розширення виробництва і характеризує прибутковість діяльності підприємства.

Джерело: [21].

Аналіз рентабельності полягає в дослідженні рівнів і динаміки фінансових коефіцієнтів рентабельності, що є відносними показниками фінансових результатів діяльності підприємства

Виявлення недоліків та можливостей для покращення рентабельності за допомогою методичних підходів стимулює підприємство до впровадження ефективних стратегій та ініціатив для оптимізації фінансових результатів.

Отже, методичні підходи до оцінювання рентабельності діяльності підприємства є незамінними інструментами для ефективного управління бізнесом, які сприяють прийняттю обґрунтованих рішень та досягненню фінансової стійкості та успіху.

## Висновки до розділу 1

Проведене дослідження теоретичних основ підвищення шляхів рентабельності підприємства дозволило зробити такі висновки:

Обґрунтовано, що визначення рентабельності включає аналіз різних показників, таких як: рентабельність активів (ROA), рентабельність власного капіталу (ROE) та рентабельність продажів (ROS). Кожен з цих показників надає унікальну інформацію про різні аспекти фінансової діяльності підприємства. Наприклад, ROA показує, наскільки ефективно

використовуються активи для генерування прибутку, тоді як ROE відображає прибутковість власних інвестицій акціонерів. В сукупності ці показники допомагають менеджменту приймати обґрунтовані рішення для покращення операційної діяльності.

Для підтримки розвитку шляхів підвищення рентабельності підприємства,

Одним із основних предметів є багаторівневий аналіз рентабельності, що включає в себе детальне дослідження фінансових показників підприємства на різних рівнях його діяльності. Цей підхід дозволяє розкрити складні взаємозв'язки між різними частинами бізнесу та виявити ключові області для оптимізації.

Отже, Методичні підходи до оцінювання рентабельності діяльності підприємства є ключовими інструментами для фінансового аналізу та управління бізнесом. Вони надають можливість здійснювати комплексний аналіз фінансових показників та ефективності використання ресурсів.

Методичні підходи до оцінювання рентабельності дозволяють оцінити різні аспекти діяльності підприємства, включаючи ефективність використання ресурсів, маржинальну прибутковість та конкурентоспроможність.

## РОЗДІЛ 2

### ДІАГНОСТИКА РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

#### 2.1. Загальна характеристика підприємства

Товариство з обмеженою відповідальністю «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» (скорочена назва ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА») близько 20 років функціонує як торговельне підприємство.

ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» створене (zareєстроване) 25.07.2005 р. (табл. 2.1). У компанії zareєстровано 23 торгових марки.

*Таблиця 2.1*

#### Основні відомості про ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА»

Юридичні відомості	Характеристика суб'єкта
Ідентифікаційний код ЄДРПОУ	33668606
Повна назва підприємства	Товариство з обмеженою відповідальністю «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА»
Організаційно-правова форма підприємства	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ
Місцезнаходження	Компанія zareєстрована за юридичною адресою: Україна, Дніпропетровська обл., місто Дніпро, вул. ПИСАРЖЕВСЬКОГО, буд. **-А.
Сайт	<a href="https://interpipe.biz">https://interpipe.biz</a>

*Джерело: побудовано автором на основі офіційної інформації підприємства.*

ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» входить до складу групи компаній «ІНТЕРПАЙП» (INTERPIPE HOLDING S PLC), в складі яких: ІНТЕРПАЙП ВТОРМЕТ, ІНТЕРПАЙП СТАЛЬ, ІНТЕРПАЙП НТЗ, ІНТЕРПАЙП НІКО ТЬЮБ, ІНТЕРПАЙП НМТЗ та ін. (рис. 2.1).

Компанія розділена на дивізіони сталевий, трубний та залізничної продукції, що дозволяє контролювати якість продукції всіх етапах виробництва: від заготівлі сировини до постачання готової продукції.

Склад ТОВ  
«ІНТЕРПАЙП  
УКРАЇНА»

1. Заготівля та переробка брухту: ІНТЕРПАЙП ВТОРМЕТ (м. Дніпро) – один із найбільших переробників металобрухту в Україні. Виробничі потужності підприємства забезпечують переробку брухту у кількості 1350 тис. тонн на рік. Підприємство спеціалізується на заготівлі та переробці брухту чорних металів, підготовці металошихти, а також переробці відвальних сталеплавильних шлаків.

2. Виробництво сталі: ІНТЕРПАЙП СТАЛЬ (м. Дніпро) – це найбільший електросталеплавильний комплекс із виробництва круглої сталеві заготовки у Східній Європі. ІНТЕРПАЙП СТАЛЬ покликана забезпечити трубне та колісне виробництво компанії власною сталеві заготівлю. Потужність заводу – 1,32 млн. тонн круглої сталеві заготовки на рік.

3. Виробництво залізничної продукції: ІНТЕРПАЙП НТЗ (м. Дніпро) – підприємство спеціалізується на виробництві коліс, бандажів, осей та колісних пар для залізничного транспорту. Продуктовий портфель: цільнокатані залізничні колеса для локомотивів, пасажирських та вантажних вагонів, вагонів метро діаметром від 650 до 1269 мм; бандажі діаметром від 690 до 1260 мм; осі для залізничних колісних пар; колісні пари. Виробничі потужності підприємства включають: колесопрокатна лінія, кільцебандажна лінія, лінія збирання колісних пар.

4. Виробництво безшовних труб: ІНТЕРПАЙП НІКО ТЬЮБ (м. Нікополь) – спеціалізується на виробництві безшовних труб за вітчизняними та зарубіжними стандартами для нафтопереробної, нафтохімічної, авіаційної та суднобудівної промисловості, машинобудування та приладобудування, нафтогазової та енергетичної галузі та труб загального призначення, що застосовуються в інших галузях промисловості. Продуктовий ряд: труби для нафтогазової галузі; труби для транспортування нафти та газу; труби для машинобудування та енергетичної галузі; труби спеціального призначення, котельні труби та ін.

5. Виробництво сталевих електрозварних труб: ІНТЕРПАЙП НМТЗ (смт. Новомосковськ) – спеціалізується на виробництві сталевих електрозварних труб, виготовлених методом дугового зварювання під шаром флюсу, труб, зварених методом індукційного зварювання струмами високої частоти для магістральних газонафтопроводів, а також труб загального призначення для застосування в інших промислових галузях.

Рис. 2.1. Склад ІНТЕРПАЙП (характеристика окремих підприємств)

*Джерело: побудовано автором на основі офіційної інформації підприємства.*

Основним видом діяльності ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» є діяльність посередників у торгівлі товарами широкого асортимент (КВЕД 46.19).

Додатковими (можливими) видами діяльності ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» є ряд інших видів діяльності, що зареєстровані у Статуті, вони відображені на рис. 2.2.

Додаткові види діяльності	46.12 Діяльність посередників у торгівлі паливом, рудами, металами та промисловими хімічними речовинами
ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА»	46.18 Діяльність посередників, що спеціалізуються в торгівлі іншими товарами
	85.59 Інші види освіти
	46.90 Неспеціалізована оптова торгівля
	52.29 Інша допоміжна діяльність у сфері транспорту
	70.22 Консультування з питань комерційної діяльності й керування

Рис. 2.2. Додаткові види діяльності ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА»

*Джерело: побудовано автором на основі офіційної інформації підприємства.*

ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» на меті своєї діяльності має досягнення економічного результату у вигляді прибутку, що зумовлений дією ряду загроз:

1. Переорієнтація споживачів на інші підприємства, що здійснюють виробництво металевої продукції.
2. Зростаючий тиск конкурентів.
3. Погіршення ділової репутації підприємства на ринку металевої продукції.
4. Поступова втрата висококваліфікованих кадрів.
5. Активне удосконалення якості продукції чи її розширення конкурентами на ринку металевої продукції.
6. Негативний вплив російської збройної агресії проти України, в окремих областях, що унеможливує здійснення діяльності.

Управління ризиками в товаристві базується на комплексній системі внутрішнього аналізу та контролю. Для ефективного управління ризиками здійснюються: регулярне виявлення та оцінка ризиків, які впливають на досягнення стратегічних та операційних цілей; прийняття рішень з урахуванням існуючих, а також потенційних ризиків та можливостей; вибір оптимальної стратегії управління ризиками, враховуючи ступінь впливу та вартість заходів з управління; регулярний моніторинг ефективності заходів з

управління ризиками; страхування ризиків.

Місія товариства: передбачати потреби клієнтів, випереджати розрахунки конкурентів, перевершувати сподівання партнерів, перевищувати надії інвесторів. Ефективно задовольняючи потреби клієнтів та надаючи можливості нашим співробітникам, створювати вартість для акціонерів.

В ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» діє стратегія сталого розвитку, що являє собою документ – «дорожню карту».

Товариство має право займатися господарською діяльністю в рамках чинного законодавства і свого правового положення з дня реєстрації і до моменту реорганізації або ліквідації.

Товариство створене (зареєстроване) на підставі Конституції України та інших Законів України тощо. Товариство має на меті також задоволення соціально-економічних інтересів його власника, трудового колективу та покупців (клієнтів). Для реалізації вищенаведених напрямків своєї активності господарство здійснює діяльність, не заборонену українським законодавством.

Стадія життєвого циклу ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» – розвиток (ріст), який характеризується зростанням прибутковості та фінансової стійкості товариства, збільшенням обсягів продажу, збільшенням кількості клієнтів та покращенням загального становища й матеріально-технічної бази. Наявність значної кількості клієнтів має позитивний вплив на діяльність товариства.

Установчими документами ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» є Статут, підписаний засновниками, що ними затверджений. В статуті відзначений розмір початкового (складеного) капіталу, зазначаються вид і сфера діяльності Товариства, встановлена форма управління тощо.

Статутний (початковий) капітал товариства створено за рахунок вкладу єдиного засновника (учаснику) у розмірі 250 000,00 грн. (100%). Цим засновником є Приватна компанія з обмеженою відповідальністю «ІНТЕРПАЙП ЛІМІТЕД» (адреса засновника: Кіпр, Мікінон, 8, 1065, Нікосія).

Організаційна структура управління ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» є централізованою та сприяє повсякденному нагляду й обстеженню, що є

необхідними при здійсненні безперервної його діяльності та узгодженій роботі підрозділів (філій та відділень) підприємства.

Серед головних органів управління ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА»: вищий – загальні збори учасників, виконавчий – генеральний директор, інший – наглядова рада, ревізор. За ними зберігається неухильне право внесення змін до Статуту; створення та реорганізація, ліквідація підприємства; затвердження внутрішніх нормативних документів, приймання рішення по припиненню, у випадку необхідності, діяльності ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» тощо.

Організацію діяльності ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» здійснює генеральний директор товариства, який приймає найбільш найважливіші управлінські рішення. Фінансові показники товариства в великій мірі залежать від обсягу продукції, кількості клієнтів та цін. Суттєвий вплив на діяльність товариства має недосконала законодавча база, податкова політика держави.

Управління ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» здійснюють також загальні збори учасників. Кількість голосів кожного з учасників на загальних зборах учасників визначається пропорційно до розміру його частки в статутному капіталі ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА».

Організаційна структура управління ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» має 2 ієрархічні рівні управління (рис. 2.3): 1 рівень: генеральний директор (виконує операційне та стратегічне управління); 2 рівень: директор з фінансів та економіки, директор з економічної безпеки, директор з персоналу, директор з якості, директор з технологій тощо.

1-й рівень	2-й рівень
Директор з якості	Служба директора з якості
Директор з технологій	Служба директора з технологій
Головний інженер	Служба головного інженера
Директор з виробництва	Служба директора з виробництва
Директор з промислової безпеки, охорони праці і навколишнього середовища	Служба директора з промислової безпеки, охорони праці і навколишнього середовища
Начальник управління МТЗ	Управління МТЗ
Начальник управління з фінансів, економіки і інформаційних технологій	Управління з фінансів, економіки і інформаційних технологій
Директор з управління персоналом	Служба директора з управління персоналом
Директор з економічної безпеки	Служба директора з економічної безпеки
Начальник служби адміністративного забезпечення	Служба адміністративного забезпечення
Апарат генерального директора	

Рис. 2.3. Ієрархічні рівні управління ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА»

*Джерело: побудовано автором на основі офіційної інформації підприємства.*

Організаційна структура підприємства представлена наступними підрозділами: фінансово-економічний відділ, сталевий дивізіон, трубний дивізіон, дивізіон залізничної продукції, відділ з економічної безпеки, відділ персоналу.

Отже, діюча система управління ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» є складним внутрішнім елементом, який тісно взаємодіє з елементами зовнішнього середовища. Потенціалом в системі управління є застосовувані технології і працівники.

Основними елементами системи управління підприємства є його зовнішнє та внутрішнє середовище. Перше, охоплює середовище його функціонування та діяльності, друге – характеризує параметри і взаємозв'язок внутрішніх елементів підприємства.

Основними параметрами зовнішнього середовища підприємства виступають наступні фактори: місце розташування підприємства і його вплив на діяльність; загальна конкурентна ситуація на ринку діяльності підприємства; рівень ресурсного забезпечення на ринку і доступ підприємства до нього;



рівень і специфіка попиту; загальні параметри державного регулювання ринку.

Результати діяльності ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» визначаються численними чинниками.

## 2.2. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємства

Особливості ринку металопродукції накладають значний відбиток на формування внутрішнього середовища підприємства, до складу якого, зокрема, входять кадри, техніка, виробництво, внутрішньофірмовий організаційно-економічний механізм і внутрішньофірмові фінанси. Особливостями кадрового складу ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» є переважання в ньому категорії робітників цехів. Середня кількість працівників: 701 осіб у 2021 році, 701 осіб у 2022, 625 осіб у 2023 році. Аналіз руху працівників в товаристві вказує на зменшення кількості працюючих (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

### Аналіз працівників ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» за 2021-2023 рр.

Показники	2021	2022	2023	Абсолютне відхилення, осіб	Відхилення, %
Середньорічна чисельність працівників	701	701	625	-76	-10,8

Джерело: побудовано автором на основі річних звітів підприємства.

Кадрова програма підприємства передбачала наступні заходи: у звітному 2022 році проводилась робота по підвищенню кваліфікації працівників методом навчання та перекваліфікації.

Розглянемо результати операційної діяльності товариства та фінансові результати у динаміці за 2021-2023 р.

Таблиця 2.3

### Результати операційної діяльності підприємства за 2021-2023 рр.

Показник	2021 р.	2022 р.	2023 р.	Абсолютне відхилення	Відхилення, %
Продажі	1 581 822 724	60 390 589	4 252 201 991	2 670 379 267	+168,8

Джерело: побудовано автором на основі річних звітів підприємства.

Головними покупцями продукції ТОВ «ІНТЕРПАЙП Україна» є: ПАТ «Укргазвидобування», ПАТ «Укрнафта», ПАТ «Українська залізниця», КП «КИЇВТЕПЛОЕНЕРГО», АТ «Укртрансгаз», КП «КИЇВСЬКИЙ МЕТРОПОЛІТЕН», КП «Харківські теплові мережі», ПрАТ «Черкаське хімволокно», ПрАТ «Київський електровагоноремонтний завод» тощо.

Зазначимо, за підсумками 2023 року ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» збільшив продажі на 168,8% у порівнянні з аналогічним періодом 2021 роком.

Проведемо аналіз пасиву ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

**Склад, структура та динаміка пасивів ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА»  
за 2021-2023 рр.**

Види пасивів	2021 р.		2022 р.		2023 р.		Зміни		
	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	пит. ваги	у % 2023 до 2021
Джерела формування капіталу – всього:	46113953	100	56634195	100	66048121	100	19934168	0	43,2
1. Власний капітал	-472797	-1	256142	0,5	1635390	2,5	2108187	3,5	-445,9
1.1. Статутний капітал	250	0	250	0	250	0	0	0	0
2. Борги підприємства	46586437	101	56378053	99,5	64412731	97,5	17826294	-3,5	38,3
2.1. Поточні борги підприємства	43806896	95	52238112	92,2	60112734	91	16305838	-4	37,2
2.2.1. Кредиторська заборгованість	20880159	45,3	23000926	40,6	20843080	31,6	-37079	-13,7	-0,2

*Джерело: побудовано автором на основі річних звітів підприємства.*

Результати аналізу (табл. 2.4) свідчать про наявність позитивних ознак і тенденцій у майновому стані підприємства за інформацією пасиву балансу. У 2023 році порівняно 2021 роком вартість пасивів збільшилася на 19934168 тис. грн або 43,2%. Власний капітал у 2022-2023 рр. мав додатне значення за

рахунок отримання нерозподілених прибутків за фактом господарювання товариства.

Аналіз пасивів засвідчив, що в структурі пасивів на кінець 2023 року 97,5% займають борги ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА», які збільшились у порівнянні з 2021 роком на 17826294 тис. грн, або 38,3%. Зміна зобов'язань відбулася за рахунок збільшення поточних боргів на 16305838 тис. грн., або 37,2%. Кредиторська заборгованість зменшилась на 37079 тис. грн або 0,2%. Отже, підприємство є фінансово стійким за критерієм забезпеченості власним капіталом.

Джерелами формування майна ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» є:

1. Грошові вклади учасників, що сплачені в готівковій та безготівковій формі, а також не грошовими коштами (майном учасників: комп'ютер, факс, мобільний телефон тощо).

2. Доходи (виручка) від продажу продукції.

3. Придбане майно, безоплатно отримане майно, отримане в обмін тощо.

Для забезпечення виконання зазначених функцій, досліджуване товариство володіє достатнім ресурсним забезпеченням.

В товаристві створюються фонди оплати праці, виробничого та соціального розвитку, резервний та інші фонди. Резервний фонд товариства створюється у розмірі 25 % статутного капіталу.

Формування резервного капіталу проводиться шляхом щорічних відрахувань до досягнення ним вказаного розміру. Розмір щорічних відрахувань не може бути меншим 5 % суми чистого прибутку.

Фінансові ресурси товариства формуються за рахунок доходів від реалізації продукції, прибутків та інших незаборонених чинним законодавством доходів і надходжень. Виручка використовується на платежі до бюджету, відшкодування матеріальних втрат й витрат, оплату праці, процентів по кредитам, витрати на маркетингову діяльність тощо.

Проведемо аналіз основних техніко-економічних показників діяльності ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» за 2021-2023 рр. (табл. 2.5).

Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції у 2023 році порівняно з 2021 роком збільшився на 1154 858 тис. грн., що становить 13% зміни.

Собівартість реалізації продукції у 2023 році порівняно з 2021 роком збільшилася на 1 129 894 тис. грн, що становить 19,4% зміни. Темпи приросту собівартості перевищують темпи приросту виручки.

Протягом 2021-2023 рр. підприємство отримувало чистий прибуток. У 2023 році порівняно з 2021 роком чистий прибуток збільшився на 60512 тис. грн., що становить 9,1% зміни.

Таблиця 2.5

**Основні техніко-економічні показники діяльності ТОВ «ІНТЕРПАЙП  
УКРАЇНА» за 2021-2023 рр.**

Показники	Роки			Відхилення, +;- (2023 / 2021)	Темп приросту, % (2023 / 2021)
	2021	2022	2023		
Середньооблікова чисельність працівників, осіб	701	701	625	-76	-10,8
Фонд оплати праці, тис. грн.	347395	328819	347199	-196	-0,01
Власний капітал, тис. грн.	(472484)	256142	1635390	+2107874	+446,1
Основні засоби (первісна вартість), тис. грн.	66 991	70 449	111 511	+44 520	+66,5
Залишкова вартість основних засобів, тис. грн.	23 041	18 650	31 530	+8 489	+36,8
Нарахований знос основних засобів, тис. грн.	43 950	51 799	79 981	+36 031	+81,9
Товари, тис. грн.	260 237	216 033	224 801	-35 436	-13,6
Виробничі запаси, тис. грн.	9 276	10 955	12 759	+3 483	37,5
Дебіторська заборгованість тис. грн.	40726254	47038230	30070035	-10 656 219	-26,1
Вартість оборотних засобів на кінець року, тис. грн.	269 513	226 988	237 560	-31 953	-11,9

Джерело: побудовано автором на основі річних звітів підприємства.

Середня кількість працівників: 701 осіб у 2021 році, 701 осіб у 2022, 625

осіб у 2023 році. Аналіз руху працівників в товаристві вказує на зменшення кількості працюючих.

Дані табл. 2.5 свідчать, що має місце абсолютна економія по ФОП, тобто загальна її величина складає -196 тис. грн. Загальне оцінювання ФОП передбачає виявлення впливу на його обсяг чисельності персоналу, що зменшилася.

Усього сума власного капіталу збільшилася на 2107874 тис. грн. у 2023 році порівняно з 2021 роком. Таким чином, стає очевидним, що компанія змогла збільшити свої активи та залучити нерозподілений прибуток у ці періоди.

Основні засоби (за первісною вартістю) у 2023 році збільшилися порівняно з 2021 роком на 44 520 тис. грн, що становить 66,5% приросту та говорить про перевищення темпів надходження основних засобів на темпами їх вибуття.

Аналіз динаміки нарахованого зносу основних засобів говорить про збільшення рівня зношеності основних засобів, а його аналіз у динаміці дає змогу спостерігати зниження ефективність їх відтворення. Тенденція до збільшення рівня зносу свідчить про низький рівень оновлення основних засобів.

Аналіз товарів за досліджуваний період може вказувати про збільшення фізичного обсягу товарообороту станом на кінець кожного досліджуваного року та зменшення запасів товарів на складах на 13,6%.

Виробничі запаси за 2021-2023 рр. збільшилися на 3 483 тис. грн., що є ознакою того, що товариство формує запаси сировини, матеріалів для забезпечення безперебійного виробництва. Збільшення запасів становить 37,5%.

Дебіторська заборгованість за 2021-2023 рр. зменшилася на 10656219 тис. грн. (26,1%), що є впровадження дієвого механізму повернення боргів дебіторами, або може свідчити про те, що підприємство стало працювати з покупцями продукції на умовах передоплати.

В цілому вартість оборотних засобів на кінець 2023 року зменшилася порівняно з 2021 роком на 31953 тис. грн. (11,9%).

Для забезпечення максимального обсягу діяльності ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» основний потенціал формують основні засоби. Основні засоби належать товариству на правах власності та обліковуються на балансі ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» на кінець звітного року за первісною вартістю на суму 111 511 тис. грн. Всі основні засоби утримуються у належному стані. Сума нарахованого зносу на кінець 2023 року – 79 981 тис. грн. Ступінь їх зносу – 72%. Обмежень на використання майна немає. Методи визначення амортизації (зносу), вибрані на підприємстві, протягом року не змінювались.

Проведемо розрахунок показників стану, ефективності використання основних засобів ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» та їх узагальнення у розрізі 2021-2023 років (табл. 2.6, табл. 2.7).

Таблиця 2.6

**Динаміка показників технічного стану основних засобів  
ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» за 2021-2023 рр.**

Показники	Роки			Відхилення (2023 / 2021)	Темп зростання (2023 / 2021 )
	2021	2022	2023		
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,656	0,735	0,717	+0,061	+9,3
Середньорічна вартість основних засобів	60586,5	68720	90980	+30393,5	+50,2

*Джерело: побудовано автором на основі річних звітів підприємства.*

Коефіцієнт зносу визначають як співвідношення величини зносу до первісної вартості основних засобів. Зростання даного показника на 9,3% негативно характеризує діяльність підприємства, оскільки відбулося погіршення стану матеріально-технічної бази товариства. Негативним явищем в діяльності товариства є те, що основні засоби зношені на 71,7% ( $\approx 72\%$ ), тому є застарілими і потребують оновлення, модернізації.

Зростання середньорічної вартості основних засобів ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» за 2021-2023 рр. говорить про зростання забезпечення підприємства

основними засобами на 30393,5 тис. грн., що складає 50,2% приросту порівняно з 2021 роком.

Таблиця 2.7

**Показники ефективності використання основних засобів ТОВ  
«ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» за 2021-2023 рр.**

Показники	Роки			Відхилення (2023 / 2021)	Темп зростання (2023 / 2021 )
	2021	2022	2023		
Озброєність праці основними засобами	86,4	98,0	145,6	+59,2	+68,5
Віддача основних засобів	135,4	129,0	110,1	+25,3	-18,7
Місткість основних засобів	0,007	0,008	0,009	+0,002	+28,6
Рентабельність основних засобів	533,8	1 060,3	1 515,9	+982,1	+184,0

*Джерело: побудовано автором на основі річних звітів підприємства.*

За даними табл. 2.7, доходимо до висновку, що у ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» за 2021–2023 рр. спостерігається тенденція до зниження фондівіддачі основних засобів, а саме з 135,4 грн. в 2021 році до 110,1 грн. в 2023 році. На зниження цього показника вплинуло, в першу чергу, випереджаюче збільшення вартості основних засобів порівняно з чистим прибутком.

З табл. 2.7 видно, що в 2023 році рівень віддачі основних засобів відносно 2021 р. зменшився, хоча і не суттєво – на 25,3 тис. грн, що становить 18,7% зміни.

Озброєність основними засобами збільшилася на 59,2 тис. грн., що становить 68,5% зміни.

Місткість основних засобів ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» за 2021-2023 рр. характеризує вартість основних засобів на одиницю вартості випущеної продукції, що збільшилася, проте є несуттєвою (менше 1 грн., що приходить на 1 грн. продукції). Рентабельність основних виробничих засобів ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» є досить великою і коливається в межах 534-1516%.

Проведемо оцінку використання оборотних засобів підприємства. Визначимо та проаналізуємо середньорічну вартість оборотних засобів, коефіцієнт оборотності оборотних засобів, коефіцієнт завантаження оборотних засобів, тривалість одного обороту оборотних засобів в днях і рентабельність

оборотних засобів ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» за 2021-2023 рр. згідно діючої методики розрахунку (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

**Динаміка показників ефективності використання оборотних засобів  
ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» за 2021-2023 рр.**

Показники	Роки			Відхилення (2023 / 2021)	Темп зростання (2023 / 2021)
	2021	2022	2023		
Середньорічна вартість оборотних засобів, тис. грн.	42462501,5	24497672,5	34453833	-8008668,5	-18,9
Коефіцієнт оборотності оборотних засобів	0,193	0,362	0,291	0,097	0,193
Коефіцієнт завантаження оборотних засобів	5,175	2,764	3,440	-1,735	X
Тривалість одного обороту оборотних засобів в днях	1863	995	1238	-625	-34
Рентабельність оборотних засобів, %	0,8	3,0	4,0	3,2	X

*Джерело: побудовано автором на основі річних звітів підприємства.*

За даними розрахунку виявлено, що уповільнення оборотності оборотних коштів на 625 днів. Це привело до зменшення зниження коефіцієнта завантаження засобів в обороті на 1,74 грн.

Коефіцієнт оборотності оборотних засобів збільшився на 0,097 в. п. На зміну оборотності оборотних коштів впливають два фактори: зміна обсягу середнього залишку оборотних засобів на 8008668,5 тис. грн. (18,9%).

Із розрахунків видно, що рентабельність оборотних засобів на ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» у 2021-2023 р. була позитивною (0,8%, 3% та 4% відповідно). Це дозволяє стверджувати, що продуктивність (ефективність) оборотних активів підприємства у 2021-2023 р. була на рівні 0,8%, 3% та 4% відповідно. За 2021-2023 рр. не було зафіксовано негативне значення рентабельності оборотних активів (зі знаком мінус).

Проведемо оцінку використання трудових ресурсів підприємства. Визначимо ефективність використання трудових ресурсів підприємства на основі аналізу коефіцієнту продуктивності праці. Розрахунок інших показників



ефективності не можливий через відсутність даних.

Продуктивність праці показує співвідношення обсягу вироблених матеріальних або нематеріальних благ та кількості затраченої на це праці. Тобто зростання продуктивності праці означає збільшення обсягу вироблених благ без збільшення трудозатрат (табл. 2.9).

Аналіз продуктивності праці ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» свідчить про зростання продуктивності праці у 2023 році: середній виробіток одного працівника збільшилася в 2023 році порівняно з 2021 роках на 4321,64 тис. грн. відповідно.

Найменша продуктивність спостерігається в 2021 році для одного працівником і становить 11 705,2 грн відповідно.

Таблиця 2.9

**Динаміка продуктивність праці підприємства за 2021-2023 рр.**

Показники (тис. грн.)	Роки			Відхилення, +;- тис. грн. (2023 / 2021)	Темп зростання, % (2023 / 2021)
	2021	2022	2023		
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	8205370	8861917	10016775	+1 811 385	+22,0
Середньооблікова чисельність працівників, осіб	701	701	625	-76	-10,8
Продуктивність праці, тис. грн./ос.	11 705,2	12 641,8	16 026,8	+4 321,64	+36,9

*Джерело: побудовано автором на основі річних звітів підприємства.*

Проведемо оцінку формування операційних витрат підприємства. Аналіз динаміки витрат операційної діяльності за економічними елементами ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» показує, що за 2021-2023 рр. вони характеризуються зменшенням на 28227 тис грн.

Витрати операційної діяльності ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» групуються за такими економічними елементами (табл. 2.10): матеріальні затрати; витрати на оплату праці; відрахування на соціальні заходи; амортизація; інші операційні витрати.

Аналіз структури витрат ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» за економічними елементами свідчить про те, що в складі витрат операційної діяльності переважають інші витрати операційної діяльності. Інші витрати операційної діяльності за 2023 рік становлять 53,2% в загальній сумі витрат. Вони становлять найбільшу питому вагу за весь аналізований період: за 2021 р. – 60,2%, за 2022 р. – 62,8%, за 2023 р. – 53,2%. За досліджуваний період відслідковується їх зменшення на 88 603 тис. грн., що становить 7% зміни по питомій вазі.

Оскільки товариство є торговельним, тому нами пропонується скорочення інших операційних витрат наступним чином: для уникнення затрат на непродуктивний простір та ефективного зберігання продукції варто використовувати сучасні методи. Наприклад, використовувати вертикальні стелажі. Можна використовувати стелажі-конструктори – стелажів, які можна легко монтувати та демонтувати, для зручного розміщення продукції.

Таблиця 2.10

### Динаміка витрат операційної діяльності підприємства за 2021-2023 рр.

Показники	Роки						Відхилення (2023 / 2021)	
	2021		2022		2023		тис. грн.	питома вага %
	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%		
матеріальні затрати	3627	0,4	2427	0,3	35464	3,5	+31837	+3,1
витрати на оплату праці	347395	33,3	328819	30,3	347199	34,2	-196	-0,9
відрахування на соціальні заходи	47331	4,5	52882	4,8	49919	4,9	+2588	+0,5
амортизація	16159	1,6	19050	1,8	42306	4,2	+26147	+2,6
інші операційні витрати	627649	60,2	681746	62,8	539046	53,2	-88603	-7
Всього:	1042161	100,0	1084924	100,0	1013934	100,0	-28227	x

*Джерело: побудовано автором на основі річних звітів підприємства.*

Можна організувати клітинне зберігання: розміщення продукції в спеціальних клітинах або ячейках (лунках) для оптимізації простору. Можна впровадити використання методу оцінки запасів FIFO (використання методу «перший прийшов, перший пішов» для уникнення залишків старих запасів

продукції. Можна впровадити маркування та ідентифікацію продукції для швидкого доступу та уникнення втрат часу на пошук. Можна впровадити використання механізованих систем зберігання (наприклад, автоматизованих складів) для оптимізації простору та підвищення продуктивності. Необхідно розмішувати на складах продукцію (сировину) з урахуванням їх функціонального призначення для зручного доступу. Використання простору під стелями для зберігання легкої продукції або матеріалів, також забезпечить зменшення витрат.

В структурі витрат значну частку витрат становлять витрати на оплату праці: за 2021 р. – 33,3%, за 2022 р. – 30,3%, за 2023 р. – 34,2%. За досліджуваний період відслідковується їх зменшення на 196 тис. грн., що становить 0,9% зміни по питомій вазі.

Решта витрат товариства (матеріальні витрати, відрахування ЄСВ, амортизація) коливаються в структурі витрат в межах 3-5%.

Проведемо розрахунок динаміки фінансового результату підприємства за методикою поданою у табл. 2.11 у розрізі років дослідження.

Як видно з табл. 2.11, за аналізований період чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» збільшився на 22 % (в абсолютному виразі на 1 811 385 тис. грн.).

У 2023 році можна побачити зменшення собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), в порівнянні з 2019 роком, на 4,4 %. ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» мінімізувати ризик збільшення собівартості реалізованої продукції, вдається головним чином, за умови прогнозованості змін вартості сировини, енергоносіїв, складових частин тощо та за наявності контрактів постачання зазначених видів товарів за фіксованими цінами на певний період часу.

В 2023 р. порівняно з 2021 р. собівартість продажів товарів (послуг) ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» зменшилась на 269911 тис. грн. (4,4%), адміністративні витрати збільшилися на 81616 тис. грн. (15,9%), витрати на збут збільшилися на 747 768 тис. грн. (збільшилися майже у 9 разів, що

пов'язуємо із збільшенням логістичних витрат), інші операційні витрати зменшилися на 107 113 тис. грн. (24,2%). За 2021-2023 рр. абсолютна величина інших операційних доходів зменшилася на 633 856 тис. грн. (54,5%).

У 2023 році ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» було отримано валового прибутку більше на 951 422 тис. грн., чим за 2021 рік, наслідком є збільшення обсягів товарообороту.

Таблиця 2.11

### Динаміка чистого фінансового результату товариства за 2021-2023 рр.

Показники (тис. грн.)	Роки			Відхилення, +;- тис. грн. (2023 / 2021)	Темп зростання, % (2023 / 2021)
	2021	2022	2023		
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	8205370	8861917	10016775	+1 811 385	+22,0
Собівартість реалізованої продукції	6102745	6962728	5832834	-269 911	-4,4
Валовий прибуток (збиток)	2102625	3029083	3054047	+951 422	45,2
Інші операційні доходи	1163485	1960193	529629	-633 856	-54,5
Адміністративні витрати	515188	455334	596804	+81 616	+15,9
Витрати на збут	86118	276677	833886	+747 768	+868,3
Інші операційні витрати	440856	352913	333743	-107 113	-24,2
Фінансовий результат від операційної діяльності (або прибуток, або збиток)	2223948	3904352	2569743	+345 795	+ 15,5
Дохід від участі в капіталі	-	-	-	-	-

Продовження таблиці 2.11

Інші фінансові доходи	7192	3664	19858	+12 666	+176,1
Інші доходи	605072	80654	61331	-543 741	-89,9
Фінансові витрати	352741	426350	461371	+108 630	30,8
Втрати від участі в	-	-	-	-	-

капіталі					
Інші витрати	2079333	2637105	520916	-1 558 417	+74,9
Фінансовий результат до оподаткування (або прибуток, або збиток)	404138	925215	1668645	+1 264 507	+312,9
Чистий фінансовий результат	323465	728626	1379248	+1 055 783	+326,4

*Джерело: побудовано автором на основі річних звітів підприємства.*

ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» за 2023 рік отримано чистий прибуток у розмірі 1379248 тис. грн., що на 1 055 783 тис. грн., 3,2 рази більше ніж в 2021 році, що вказує на значне підвищення ефективності роботи товариства.

### **2.3. Аналіз рентабельності підприємства**

Аналіз рентабельності підприємства - це процес вивчення фінансових показників, який дозволяє оцінити ефективність використання ресурсів та генерації прибутку компанією. Сутність цього аналізу полягає в тому, щоб з'ясувати, чи вдається підприємству забезпечити прибуток від своєї діяльності та наскільки цей прибуток відповідає його потенціалу.

Цей аналіз включає в себе ретельне вивчення фінансових звітів, таких як звіт про прибутки та збитки, звіт про рух грошових коштів, та балансовий звіт, для того, щоб визначити загальну рентабельність підприємства. Порівнюючи ці дані з аналогічними показниками інших періодів або з конкурентами на ринку, можна зрозуміти, наскільки успішно ведеться бізнес.

Додатково, аналіз рентабельності допомагає виявити конкретні проблемні сфери, де можуть бути розглянуті можливі покращення. Це може включати ефективнішу управлінську стратегію, зниження витрат, підвищення цін на продукцію або розширення ринків збуту. Такий аналіз є важливою частиною стратегічного планування та допомагає підприємству залишатися конкурентоспроможним.

Проведемо оцінку узагальнюючих показників ефективності діяльності підприємства за такими критеріями: рентабельність продаж, рентабельність

власного капіталу та рентабельність продукції.

Розраховані показники оцінки ефективності діяльності підприємств зведено у таблицю (табл. 2.12). Виходячи з табл. 2.12, зробити відповідні висновки щодо оцінки показників ефективності діяльності підприємства.

Рентабельність продажу розраховується шляхом ділення прибутку від реалізації продукції, робіт і послуг або чистого прибутку на суму отриманої виручки. Цей показник характеризує суму прибутку з гривні продажу. В 2021 році на 1 грн. виручки припадало 4,9 грн. прибутку, у 2022 році – 10,4 грн., у 2023 році – 16,7 грн. прибутку.

Таблиця 2.12

**Оцінка показників ефективності діяльності  
ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» за 2021-2023 рр.**

Показники	Роки			Відхилення, +;- (2023 / 2021)	Темп зростання (2023 / 2021)
	2021	2022	2023		
Рентабельність продаж	4,9	10,4	16,7	+11,8	+238,7
Рентабельність власного капіталу	-45,5	-854,1	176,4	+221,8	-487,5
Рентабельність реалізації продукції	5,3	10,5	23,5	+18,2	+343,4
Рентабельність основних засобів	533,8	1 060,3	1 515,9	+982,1	+184,0
Рентабельність оборотних засобів, %	0,8	3,0	4,0	+3,2	+300

*Джерело: побудовано автором на основі річних звітів підприємства.*

Динаміка рентабельності продаж ТОВ «ІНТРПАЙП УКРАЇНА» за 2021-2023 рр., наведена на рис. 2.1.

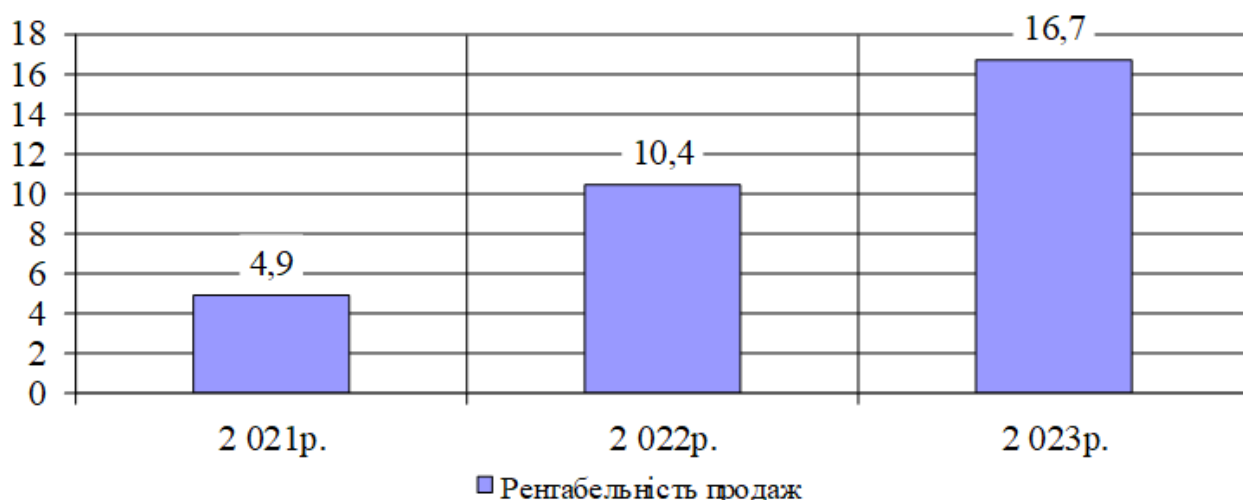


Рис. 2.1. Динаміка рентабельності продаж ТОВ «ІНТРПАЙП УКАЇНА» за 2021-2023 рр.

*Джерело: побудовано автором на табл.2.12.*

Рентабельність власного капіталу на підприємстві становила -45,5% ( $\approx 45\%$ ) у 2021 р., у 2022 році – -854,1 ( $\approx 854\%$ ), а у 2023 році – 176,4% ( $\approx 176\%$ ), що на 487,5% більше рівня 2021 року.

Рентабельність власного капіталу характеризує ефективність використання власного капіталу. Динаміка рентабельності власного капіталу ТОВ «ІНТРПАЙП УКАЇНА» за 2021-2023 рр., наведена на рис. 2.2.

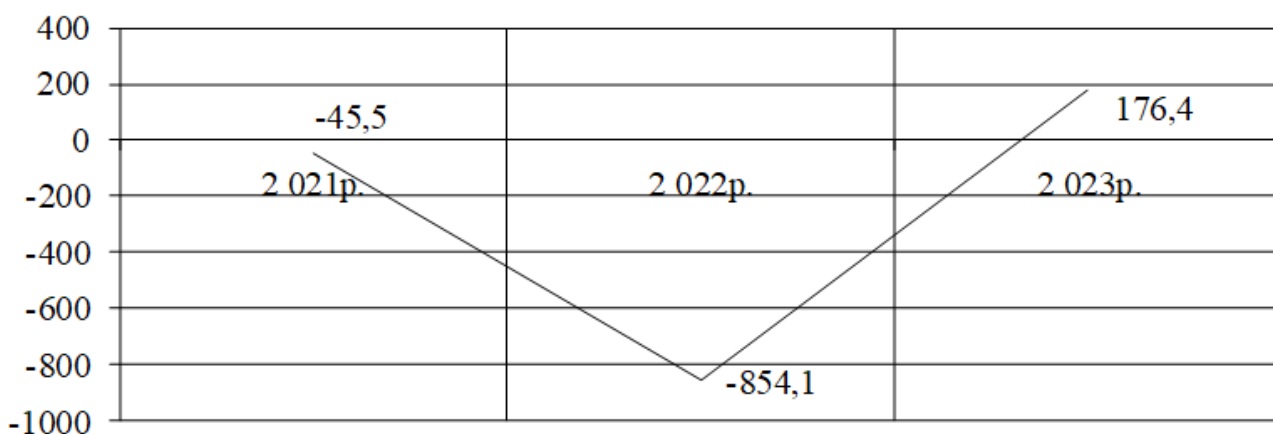


Рис. 2.2. Динаміка рентабельності власного капіталу ТОВ «ІНТРПАЙП УКАЇНА» за 2021-2023 рр.

*Джерело: побудовано автором на табл.2.12.*

Рентабельність реалізації продукції розраховується шляхом ділення прибутку від реалізації продукції, робіт і послуг або чистого прибутку на собівартість. Цей показник характеризує суму прибутку з гривні витрат (собівартості реалізованої продукції).

Динаміка рентабельності реалізації продукції ТОВ «ІНТРПАЙП УКРАЇНА» за 2021-2023 рр., наведена на рис. 2.3.

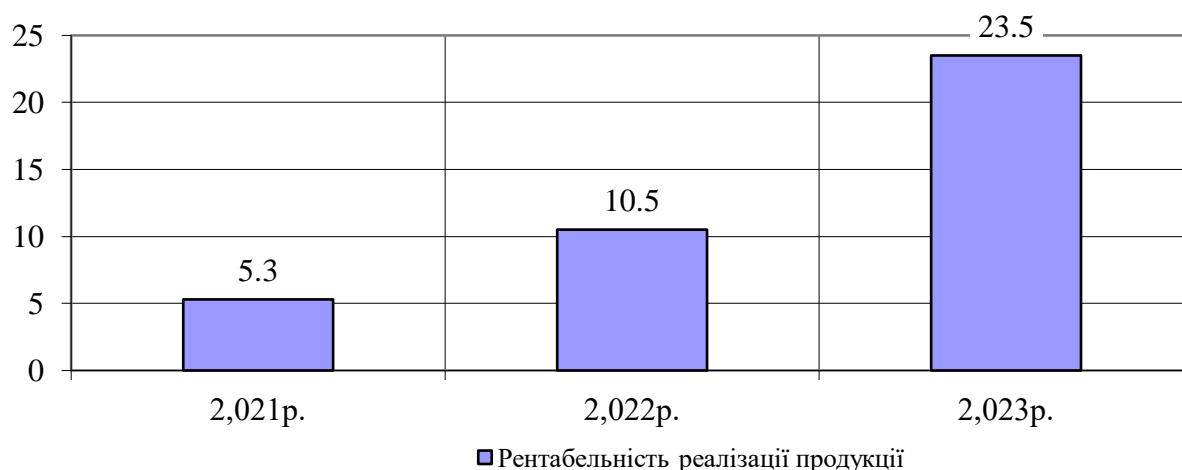


Рис. 2.3. Динаміка рентабельності реалізації продукції ТОВ «ІНТРПАЙП УКРАЇНА» за 2021-2023 рр.

*Джерело: побудовано автором на табл.2.12.*

В 2021 році на 1 грн. собівартості проданої продукції припадало 5,3 грн. прибутку, у 2022 році – 10,5 грн., у 2023 році – 23,5 грн. прибутку. Причиною змін цих коефіцієнтів (рентабельності реалізації продукції) можуть бути зміни витрат на виробництво та реалізацію продукції (їх зменшення).

Рентабельність основних виробничих засобів ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» є досить великою і коливається в межах 534-1516%.

Динаміка рентабельності основних засобів ТОВ «ІНТРПАЙП УКРАЇНА» за 2021-2023 рр. наведена на рис. 2.4.



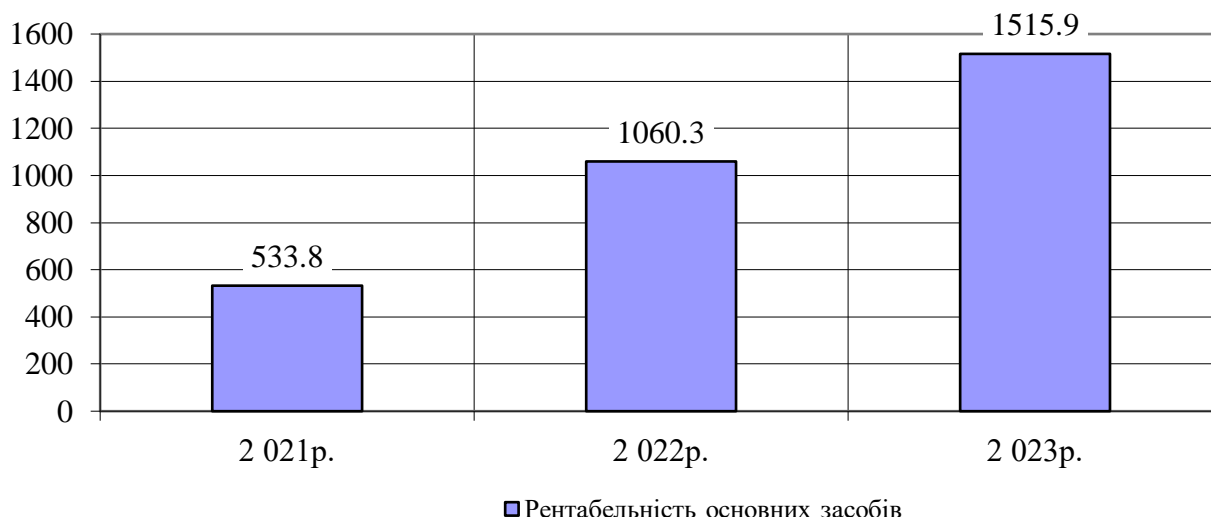


Рис. 2.4. Динаміка рентабельності основних засобів ТОВ «ІНТРПАЙП УКРАЇНА» за 2021-2023 рр.

*Джерело: побудовано автором на табл.2.12.*

За 2021-2023 рр. не було зафіксовано негативне значення рентабельності оборотних активів (зі знаком мінус).

Отже, вивчення рентабельності підприємства вказує на те, що це важливий аспект його фінансового стану та ефективності управління. Оцінка показників рентабельності дозволяє зрозуміти, наскільки успішно використовуються ресурси підприємства та наскільки прибутково ведеться його діяльність.

## Висновки до розділу 2

Проведена комплексна діагностика фінансово-економічного стану ТОВ «Інтерпайп Україна» дозволила зробити такі висновки:

ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» входить до складу групи компаній «ІНТЕРПАЙП» (INTERPIPE HOLDING S PLC), в складі яких: ІНТЕРПАЙП ВТОРМЕТ, ІНТЕРПАЙП СТАЛЬ, ІНТЕРПАЙП НТЗ, ІНТЕРПАЙП НІКО ТЬЮБ, ІНТЕРПАЙП НМТЗ. Фондомісткість ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» за 2021-2023 рр. характеризує вартість основних засобів на одиницю вартості

випущеної продукції, що збільшилася, проте є несуттєвою (менше 1 грн., що приходится на 1 грн. продукції). Рентабельність основних виробничих засобів ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» є досить великою і коливається в межах 534-1516%.

Аналіз структури витрат ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» за економічними елементами свідчить про те, що в складі витрат операційної діяльності переважають інші витрати операційної діяльності. Інші витрати операційної діяльності за 2023 рік становлять 53,2% в загальній сумі витрат. Вони становлять найбільшу питому вагу за весь аналізований період: за 2021 р. – 60,2%, за 2022 р. – 62,8%, за 2023 р. – 53,2%. За досліджуваний період відслідковується їх зменшення на 88 603 тис. грн., що становить 7% зміни по питомій вазі.

Оскільки товариство є торговельним, тому нами пропонується скорочення інших операційних витрат наступним чином: для уникнення затрат на непродуктивний простір та ефективного зберігання продукції варто використовувати сучасні методи. Наприклад, використовувати вертикальні стелажі. Можна використовувати стелажі-конструктори – стелажів, які можна легко монтувати та демонтувати, для зручного розміщення продукції.

За 2021-2023 рр. не було зафіксовано негативне значення рентабельності оборотних активів (зі знаком мінус).

Обґрунтовано, вивчення рентабельності підприємства вказує на те, що це важливий аспект його фінансового стану та ефективності управління. Оцінка показників рентабельності дозволяє зрозуміти, наскільки успішно використовуються ресурси підприємства та наскільки прибутково ведеться його діяльність.

### РОЗДІЛ 3

## ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

### 3.1. Напрями зростання прибутку підприємства

Кожне підприємство самостійно вибирає шляхи (напрями) підвищення прибутку своєї діяльності, в залежності від своїх виробничих і технологічних можливостей, розміру капіталу, швидкості досягнення бажаних результатів, можливості залучення в свій виробничий процес додаткових коштів і техніки.

Існує кілька основних шляхів (напрямів) підвищення результатів діяльності підприємства:

- за рахунок підвищення якості виробленої продукції за допомогою впровадження нових технологій виробництва, автоматизації виробничого процесу, перетворення управлінської стратегії виробництвом;
- збільшенням обсягів продукції, що випускається за допомогою поліпшення технологій виробничого процесу, та так само залучення додаткових інвестицій у виробництво;
- автоматизацією виробничого процесу за рахунок заміни ручної праці робітників машинним працею. Участь людини при використанні даного методу зводиться до мінімуму (робочий тільки забезпечує умови для нормальної роботи машини);
- раціональним використанням ресурсів (мається на увазі їх економія при виробництві продукції);
- розширенням ринків збуту. Це пошук нових споживачів на вироблену продукцію шляхом використання реклами та пошуку нових постачальників;
- вмілим поєднанням інструментів управління тощо [17, 33].

На практиці рідко зустрічається кожен із шляхів (напрямів) в чистому вигляді: досить часто підприємства використовують з метою підвищення

результатів своєї діяльності не один, а відразу кілька способів, що значно покращує ситуацію на підприємстві. Наприклад, політика впровадження нових видів матеріалів часто супроводжується з автоматизацією виробництва, а підвищення якості продукції, що виробляється найчастіше супроводжується розширенням ринку збуту. Так само збільшення обсягів виробленої продукції нерідко пов'язане з раціоналізацією використання наявних ресурсів.

Отже, при вирішенні проблем, пов'язаних з підвищенням фінансового результату ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» необхідно застосувати в першу чергу, такий захід: впровадити систему планування, яка могла б достовірно надавати керівнику підприємства необхідну інформацію про реальні (прогнозні) запити споживачів у послугах (товарах). Для того щоб виживати в ринкових умовах і успішно функціонувати, необхідно вміти вчасно попередити можливі зриви в роботі, а це досягається плануванням збуту [20]. Обсяги збуту безпосередньо впливають на величину доходів, витрат, прибутку та фінансовий стан підприємства.

З використанням коефіцієнта сезонності визначимо планові показники продажу ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА». Вихідними даними при цьому є виручка від продажів ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» за місяцями 2021 року:

1. Січень – 145000 грн
2. Лютий – 147000 грн.
3. Березень – 148000 грн.
4. Квітень – 156000 грн.
5. Травень – 153000 грн.
6. Червень – 118000 грн.
7. Липень – 115000 грн.
8. Серпень – 121000 грн
9. Вересень – 138000 грн.
10. Жовтень – 133000 грн.
11. Листопад – 135000 грн.
12. Грудень – 137200 грн.

Завданням планування із застосуванням коефіцієнту сезонності є:

1. Виявити як змінюються об'єми продажу в різні сезони (розраховується коефіцієнт сезонності ( $K_{сез}$ )). Для цього обсяг продажу (виручки) ділиться на 12, а результат розрахунку дає середнє значення продажів за один місяць. Далі виручка за місяць розрахункового періоду ділиться на отримане середнє значення виручки (табл. 3.1).

2. Планується збільшення об'єму продажу на певний відсоток (20% для товариства). При цьому за основу береться виручка за попередній період (за 2021 рік). Для досягнення цього завдання товариство має плануватися кампанія з підвищення прибутку (рекламні акції, розширення каналів збуту тощо).

Таблиця 3.1

**Зміна об'ємів продажу в різні сезони 2021 року**

Рік/місяць	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Σ	Середнє значення
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>	<i>12</i>	<i>13</i>	<i>14</i>	<i>15</i>
2021 рік, тис. грн.	145	147	148	156	153	118	115	121	138	133	135	137,2	1646,2	≈ 137,183
$K_{сез}$	1,057	1,072	1,079	1,137	1,115	0,86	0,838	0,882	1,006	0,97	0,984	1	12	

*Джерело: побудовано автором.*

3. Розрахувати план продажу на місяць. Для цього плановий обсяг продажу (виручки) ділиться на 12, що дасть середній місячний план. Далі середній місячний план множиться на коефіцієнт сезонності (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

## Планове збільшення об'ємів продажу в різні сезони 2021 року

Рік/місяць	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Σ	Сер. знач.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Планова виручка, тис. грн	x	x	x	x	X	x	x	x	x	x	X	x	1975	164,6
К сез	1,057	1,072	1,079	1,137	1,115	0,86	0,838	0,882	1,006	0,97	0,984	1	12	x
План продаж у на 2022 р., тис. грн	174	176,5	177,6	187,2	183,6	191,4	138	145,2	165,6	159,7	162	164,6	x	x

*Джерело: побудовано автором.*

Звісно, що товариство може прогнозувати доходи від продажів за допомогою розрахунку ковзної середньої, що інші фактори до уваги не бере (наявні ресурси, залишки на складах тощо). Розрахунок ковзної середньої базується на припущенні, що об'єм продажу буде таким, як в попередні періоди. Цей спосіб не підходить для знов створеного/нового підприємства, оскільки немає попередніх даних, що є вихідними.

Впровадження такого управлінського інструменту, як планування, дасть можливість товариству впровадити Платіжний календар. Платіжний календар дозволяє досягти наступних цілей:

1. Можливість прогнозувати приплив грошових коштів, в результаті чого:
  - контроль виконання фінансових планів дозволяє фінансовому менеджеру уникнути нестачу або надлишок грошових коштів ще до їх виникнення;
  - при виявленні відхилень є можливість і час проаналізувати ситуацію, що склалася і прийняти оптимальне рішення.
2. Централізація управління грошовими потоками дозволяє:
  - ефективно перерозподіляти між потребами грошові ресурси, тобто своєчасно погашати зобов'язання перед кредиторами;

– інвестувати вільні грошові кошти з метою отримання доходу (депозити, цінні папери).

Ефективно організовані грошові потоки підприємства є найважливішою передумовою досягнення високих результатів його діяльності.

Ефективне управління фінансами організацій можливе лише при плануванні всіх фінансових потоків, процесів і відносин господарюючого суб'єкта. Фінансове планування – це планування всіх доходів і напрямків витрачання грошових коштів для забезпечення розвитку організації [19].

Основними цілями цього процесу є встановлення відповідності між наявністю фінансових ресурсів організації і потребою в них, вибір ефективних джерел формування фінансових ресурсів і вигідних варіантів їх використання.

Характер і зміст фінансового планування визначають його принципи (рис. 3.1):

1. Наукова обґрунтованість (передбачає проведення розрахунків фінансових показників на основі певних методик з урахуванням кращого досвіду; використання засобів обчислювальної техніки, економіко-математичних методів, які передбачають багатоваріантність розрахунків і вибір найоптимальнішого з них)
2. Єдність фінансових планів (полягає в єдності фінансової політики, єдиному підході до розподілу фінансових ресурсів, єдиній методології розрахунку фінансових показників та ін.)
3. Безперервність (означає взаємозв'язок довгострокових (перспективних), поточних і оперативних фінансових планів)
4. Стабільність (незмінність показників фінансових планів)
5. Гранична рентабельність (реалізується через вибір тих напрямків вкладень коштів, які забезпечують максимальну віддачу (прибутковість) при мінімальних ризиках)
6. Рентабельність капіталовкладень (передбачає, що для капіталовкладень необхідно вибрати найдешевші способи фінансування, позиковий капітал залучається в тому випадку, якщо він підвищує рентабельність власного капіталу)

Рис. 3.1. Принципи фінансового планування

Джерело: [19, 26].

Серед завдань фінансового планування належна забезпеченість господарської діяльності за видами всіма фінресурсами, визначення найбільш

ефективних вкладення фінансів, встановлення резервів прирощення прибутку через краще використання всіх ресурсів підприємства.

Метою фінансового плану це узгодження доходів та витрат на будь-який за тривалістю плановий період (як правило, це рік).

У процесі фінансового планування визначаються майбутні фінансові потреби: коли і які саме кошти будуть потрібні підприємцю у плановому періоді.

Фінансовий план є документом за яким характеризується досягнення фінцілей субекта господарювання та відображаються і доходи, і витрати. В процесі фінансового планування:

- а) ідентифікуються фінансові цілі та орієнтири підприємства;
- б) встановлюється міра відповідності цих цілей поточному фінансовому стану підприємства;
- в) формулюється послідовність дій із досягнення поставлених цілей.

Фінансовий план можна розглядати як завдання за окремими показниками, а також як фінансовий документ, що забезпечує ув'язку показників розвитку організації з наявними для цього фінансовими ресурсами.

Фінансове планування являє собою одну із складових функцій управління. Воно тісно пов'язане з плануванням всієї господарської діяльності організації. В умовах ринкової економіки роль планування не тільки не знижується, але й зростає.

Переконливим аргументом, який підтверджує доцільність планування, є практика зарубіжних комерційних компаній, де фінансові плани розробляються повсюдно і на постійній основі.

Оскільки кожна дія господарюючого суб'єкта пов'язана з ризиком, може принести втрати або позитивні результати при зміні кон'юнктури ринку, тому кожна дія повинно ретельно прораховувати наперед.

Забезпечення оптимальних можливостей для успішної господарської діяльності, отримання необхідних для цього коштів і в кінцевому підсумку досягнення прибутковості підприємства – є метою фінансового планування. Планування передбачає запобігання помилкових дій в області фінансів.

Фінансові плани поділяються на довгострокові, поточні та оперативні.



У довгостроковому фінансовому плані визначаються ключові фінансові параметри розвитку організації, розробляються стратегічні зміни в русі її фінансових потоків. У поточному фінансовому плані все розділи плану розвитку організації пов'язуються з фінансовими показниками, визначається вплив фінансових потоків на виробництво і продаж, конкурентоспроможність організації в поточному періоді.

Оперативний фінансовий план включає в себе короткострокові тактичні дії – складання і виконання платіжного і податкового календаря, касового плану на місяць, декаду, тиждень.

Етапи процесу фінансового планування передбачають комплекс дій (рис. 3.2). В практичній діяльності підприємствами розробляється кілька фінансових планів: песимістичний, ймовірний і оптимістичний.

Ефективне управління фінансами організації можливе лише при плануванні всіх фінансових потоків, процесів і відносин господарюючого суб'єкта. Особлива увага слід приділяти впливу інфляційних процесів на поточне фінансове планування.

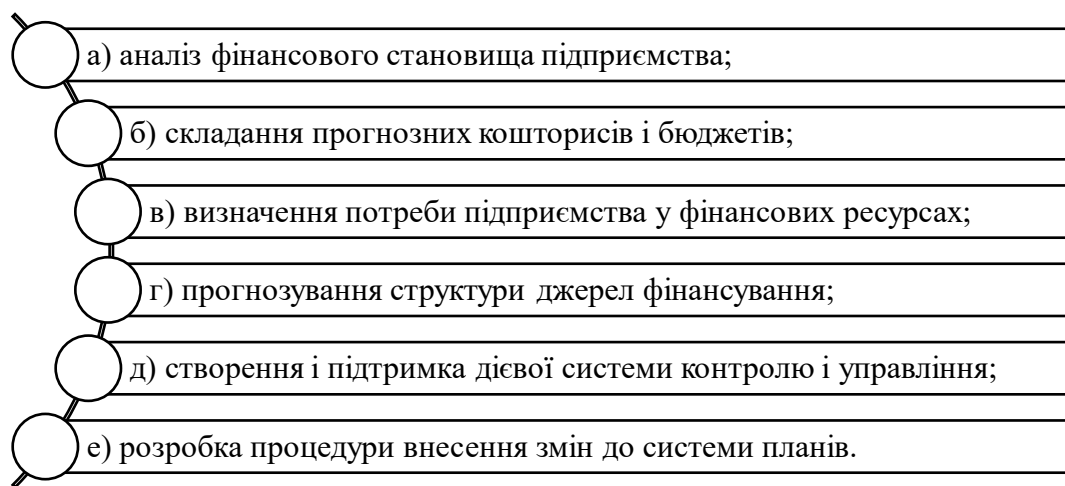


Рис. 3.2. Етапи процесу фінансового планування [26]

Джерело: [26].

Основним способом урахування інфляції повинен стати факторний метод, що включає п'ять послідовних етапів: розрахунок базових показників за попередній рік; постановка цілей господарської діяльності на планований рік;

прогнозування індексів інфляції; розрахунок планового прибутку; вибір оптимального варіанту.

Цей метод дозволяє досить достовірно планувати фінансову діяльність підприємства і оцінювати її результати в умовах нестабільної економіки та інфляційного зростання цін.

Пропонуємо підприємству формувати політику підвищення результатів діяльності за рахунок заходів збільшення кількості клієнтів та збільшення комерційного доходу, що передбачатиме використання традиційних та нових комунікаційних підходів та технологій.

Інструменти управління доходами особливо актуальні в сучасних умовах. Для закріплення успіху і досягнення постійного зростання доходів, необхідно оновлювати інструментарій управління, використовуючи доступні digital технології та традиційні методи просування товару (послуг) на ринок.

Політика управління результативністю діяльності підприємства має будуватися з урахуванням принципів менеджменту якості. Відповідно до ДСТУ ISO 9000-2015 до принципів менеджменту якості належать: орієнтація на споживачів; лідерство; взаємодія працівників; процесний підхід; покращення; прийняття рішень, що ґрунтується на свідоцтвах; менеджмент взаємин.

У стандартах управління якістю визначено необхідність застосування процесного підходу, а також постійного поліпшення у всіх сферах діяльності. З позиції цього підходу і циклу Демінга можна назвати такі етапи управління результативністю діяльності, що представлені на рис. 3.3.

Управління результативністю діяльності організації є багаторівневим, багатоаспектним процесом, що базується на послідовній реалізації циклу Демінга (PDCA-цикл) – планууй, роби, контролюй, дій на різних етапах стратегічного та оперативного управління.



Рис. 3.3. Етапи управління рентабельністю діяльності підприємства  
 Джерело: побудовано автором.

Звісно, яка б не була система управління, першоосновою результативного управління є компетентність у менеджменті, а саме розуміння взаємозв'язку між причинами та наслідками. Щоб бізнес функціонував з потрібною результативністю, менеджмент компанії повинен добре розуміти причинно-наслідкові зв'язки між керуючими впливами на організацію та результатами, що настануть після такого впливу. У табл. 3.3 представлено зміст результативності діяльності підприємства відповідно до принципів управління якістю.

Таблиця 3.3

### Принципи менеджменту якості та результативності підприємства

Принцип <i>1</i>	Зміст принципу <i>2</i>	Зміст результативності <i>3</i>
Орієнтація на споживачів	Менеджмент якості націлений на виконання вимог споживачів та на прагнення перевершити їх очікування.	Кожному співробітнику необхідно виконувати свою роботу так, щоб усі вимоги клієнта були ретельно виконані та виконані правильно, а там, де це можливо, виконані краще. Розуміння реальних і майбутніх потреб споживачів робить внесок у досягнення організацією сталого успіху.
Лідерство	Лідери всіх рівнях організації забезпечують єдність мети і напрями діяльності організації та створюють умови, у яких працівники взаємодіють задля досягнення цілей.	Від керівників компанії залежить, наскільки точно та швидко дії співробітників наблизатимуть її до поставленої мети. Роль лідерства в організацію важлива, т.к. створення єдності мети, напрями діяльності та взаємодії працівників призводить до підвищення результативності та ефективності діяльності.
Взаємодія працівників	Для організації дуже важливо, щоб усі працівники були компетентними, наділені повноваженнями та залучені до створення цінності. Компетентні, наділені повноваженнями та взаємодіючі працівники на всіх рівнях організації підвищують її здатність створювати цінність	Підприємство не досягне успіху, якщо всі його працівники не прагнутимуть загальних цілей і не поділятимуть спільні цінності. Для того щоб ефективно та результативно керувати організацією дуже важливо поважати та залучати всіх працівників на всіх рівнях організації. Визнання, наділення повноваженнями та заохочення навичок та знань сприяє взаємодії працівників для досягнення цілей організації.
Процесний підхід	Прогнозовані результати досягаються більш ефективно, коли діяльність усвідомлюється та управляється як взаємопов'язані процеси, які функціонують як система.	Процесний підхід включає цикл Демінгу «Плануй – Роби – Перевірй – Дій» (PDCA). Процесний підхід дозволяє організації планувати свої процеси та їхню взаємодію. Реалізація циклу PDCA дозволяє організації забезпечити її процеси необхідними ресурсами, здійснювати їх менеджмент, визначати та реалізовувати можливості для покращення. Саме на стадії «перевірй» організація контролює показники результативності своєї діяльності.

## Продовження таблиці 3.3

1	2	3
Поліпшення	Успішні організації постійно націлені на покращення	Згідно з циклом Демінга (циклом PDCA) останній крок у цьому циклі – це дії щодо покращення (Action). Вони необхідні завжди, незалежно від рівня успішності роботи організації. Виконання принципу поліпшення у край важливе підприємствам, т.к. він призводить до покращення результатів процесів, можливостей організації та підвищення задоволеності споживачів, а відповідно і до покращення результативності детальності організації.
Прийняття рішень, засноване на свідченнях	Рішення, що ґрунтуються на аналізі та оцінці даних та інформації, з більшою ймовірністю створять бажані результати.	Важливо розуміти причинно-наслідкові зв'язки та їх можливі незаплановані наслідки. Аналіз фактів, свідочств та даних призводить до більшої міри об'єктивності та впевненості у прийнятих рішеннях. Виконання цього принципу призводить до покращення результативності та ефективності роботи.
Менеджмент взаємовідносин	Для досягнення сталого успіху організації керують своїми взаємовідносинами з відповідними заінтересованими сторонами - такими, як постачальники.	Підприємства не зможуть виконати свої замовлення, якщо не спиратимуться на допомогу та співпрацю своїх постачальників, які забезпечують їх необхідними матеріалами. Зацікавлені сторони впливають на результати діяльності організації. Стійкий успіх з більшою ймовірністю буде досягтися в ситуації, коли організація керує взаємовідносинами з усіма зацікавленими сторонами для того, щоб оптимізувати їх вплив на результати її діяльності. Менеджмент взаємовідносин призводить до покращення результатів діяльності організації та відповідних зацікавлених сторін шляхом реагування на можливості та обмеження, що належать до кожної зацікавленої сторони.

*Джерело: побудовано автором.*

Таким чином, важливо відзначити, що кожен принцип управління якістю тим чи іншим чином впливає на результати діяльності підприємства та виконання цих принципів призведе до сталого успіху підприємства.

Наступним логічним кроком є розробка збалансованої системи управління, в яку входять такі основні підсистеми:

1. Система стратегічного планування.

2. Система моніторингу проходження стратегічного курсу.
3. Система залучення ресурсів.
4. Система використання ресурсів організації.
5. Система координації бізнес-процесів.
6. Система контролю у всіх галузях діяльності підприємства.
7. Система цілеорієнтації підприємства.
8. Система ухвалення рішень.
9. Система мотивації персоналу.
10. Система делегування та розподілу відповідальності.
11. Система оцінки діяльності підприємства.
12. Система прогнозування діяльності.
13. Система навчання персоналу.

Коротко зазначимо, що системи постійно потрібно переглядати та оновлювати відповідно до зміни функціонування бізнесу. Також важливо розуміти, що жодні системи не працюють ідеально. Завжди з'являються непередбачені ситуації, які викликають відхилення. Здатність організації ефективно працювати у нестандартних ситуаціях значно впливає ефективність всієї бізнес-системи.

Системи не керують, керують люди, а системи лише допомагають їм в управлінні. Тому від того, наскільки менеджмент компанії зможе «змусити захотіти» персонал досягати цілей організації, залежатиме результативність управління.

Оскільки, більшість підприємств функціонують в умовах воєнного стану, нами також пропонується до впровадження інтерім-менеджмент. Інтерім-менеджмент – вид послуг з управління бізнесом, покликаний швидко та ефективно вирішувати проблемні та кризові ситуації.

Інтерім-прогресори – це тимчасові менеджери, метою діяльності яких є досягнення прогресивних змін організації. Завдання прогресора – запустити процес саморозвитку, розкрутити маховик прогресування результатів (саморозвиток характеризує внутрішні зміни, а прогресування – зовнішні

результати):

- а) докорінна реорганізація бізнесу;
- б) значне оздоровлення бізнесу;
- в) старт сучасного бізнесу.

Інтерім-прогресора слід залучати до управління, коли необхідно:

- 1) підняти новий рівень чи значно збільшити конкурентоспроможність бізнесу;
- 2) здійснити поворот у новому стратегічному напрямку;
- 3) привнести нове бачення та розуміння бізнесу;
- 4) провести реінжиніринг бізнес-процесів;
- 5) зробити «прорив» за рахунок досвіду та технологій;
- 6) змінити принципи та методи управління; провести зміну організаційної структури;
- 7) провести зміну корпоративної культури;
- 8) вийти на нові ринки;
- 9) навчити особливим умінням та навичкам;
- 10) освоїти нові методи виявлення проблем, запровадження змін;
- 11) забезпечити передачу управління від власника до найманого менеджера.

З визначення прогресора випливає, що це управлінець вищого рівня, який отримує від замовника достатньо повноважень для здійснення кардинальних перетворень або розвитку бізнесу. Це рівень повноважень генерального менеджера чи його заступника з управління чи директора з розвитку.

Важливою відмінністю інтеріму від найманого працівника є відносини інтеріму із замовником, які значно відрізняються від відносин найманого працівника та роботодавця. З погляду закону, їх відносини регулюються господарським кодексом, а не трудовим. На практиці інтерім повинен виконувати лише ту роботу, яка необхідна для успішного завершення проекту. Якщо якісно проведена попередня робота, правильно складено договір і коректно позначені права та обов'язки сторін, то замовник розуміє, чим

відрізняється діяльність інтеріму від роботи найманого менеджера.

Відмінність між найманим працівником та інтеримом перебуває у володінні різними спеціальними знаннями і навичками, необхідними для регулярного управління та реорганізаторської діяльності. По-друге, постійний менеджер, зазвичай, витрачає на оперативне управління 80-90% часу, але в розвиток і реорганізацію може виділити 10-20% часу й уваги. Тому багато хороших починань переходять у млявий процес, тому що будь-яка масштабна реорганізація вимагає значної концентрації зусиль і ресурсів. «Недовпровадити» використання – це означає, нічого не запровадити, як перестрибнути прірву менш ніж на 100%. У інтеріму має бути зворотна пропорція розподілу зусиль: не менше 80% – на реорганізацію та не більше 20% – на поточне управління.

Як висновок слід наголосити, що тимчасовість надання послуги не є ключовою ознакою, за якою інтерім-менеджмент можна виділити серед інших видів управлінської діяльності. Такою ключовою ознакою вважаються досягнення певного результату в зміні стану бізнесу.

### **3.2. Мінімізація витрат підприємства**

В літературі містяться наступні можливі шляхи зменшення виробничої собівартості продукції (витрат виробництва):

1. Оптимізація процесів виробництва: покращення технологій та оптимізація робочих процесів можуть допомогти знизити витрати на виробництво.

2. Енергоефективність: зменшення споживання енергії та перехід на більш ефективні джерела енергії можуть знизити витрати.

3. Управління витратами на сировину: ефективне управління закупівлями та використанням сировини може допомогти зменшити витрати.

4. Оптимізація транспортних витрат. Використання ефективних транспортних маршрутів та технологій може зменшити витрати на доставку.



5. Модернізація обладнання. Використання сучасного обладнання може підвищити продуктивність та знизити витрати.

6. Управління виробничими відходами. Ефективне управління відходами може допомогти знизити витрати на їхнє утилізацію.

7. Оптимізація робочої сили. Планування робочого часу та використання ресурсів може знизити витрати на заробітну плату.

8. Ефективне управління запасами може допомогти знизити витрати на їх утримання та зменшити ризик непродажу.

9. Оптимізація виробничого простору: використання простору виробництва більш ефективно може допомогти зменшити витрати на оренду або утримання приміщень.

10. Автоматизація процесів, тобто впровадження автоматизованих систем може підвищити продуктивність та знизити витрати на робочу силу.

11. Ефективне управління витратами на обслуговування: планування та контроль витрат на обслуговування можуть допомогти знизити витрати.

12. Використання субпідрядників та партнерів, тобто співпраця з іншими підприємствами може допомогти зменшити витрати на виробництво [43].

Крім того, серед можливих шляхів зменшення витрат, часто керівниками (фахівцями) обирається наступний шлях (можливість) – виявлення резервів зниження собівартості продукції:

1. Аналіз виробничих процесів, що передбачає проведення детального аналізу кожного етапу виробництва для виявлення можливих неефективностей та витратних матеріалів.

2. Оптимізація використання ресурсів, що передбачає використання матеріалів та енергії більш ефективно шляхом покращення технологій та управління виробництвом.

4. Управління запасами, що передбачає оптимізацію рівня запасів із зменшенням надлишковості та уникненням дефіциту матеріалів.

5. Впровадження нових технологій: Використання сучасних технологій для автоматизації процесів та підвищення продуктивності праці.

6. Удосконалення системи управління, що передбачає впровадження системи управління виробництвом, яка дозволяє вчасно виявляти та усувати неефективності.

7. Аналіз ринкової конкуренції, що передбачає дослідження ринкової ситуації та конкурентів для виявлення можливих шляхів оптимізації діяльності (виробництва, збуту, доставки тощо).

8. Підвищення кваліфікації персоналу, що передбачає навчання та підвищення кваліфікації працівників для покращення їхньої ефективності.

9. Удосконалення управлінської структури, що передбачає реорганізацію управління для оптимізації прийняття управлінських рішень.

10. Впровадження системи контролю якості, що передбачає виявлення та усунення причин браку та відходів, що сприятиме зниженню витрат на виробництво [44].

На практиці, виявлення резервів зниження собівартості продукції (зменшення витрат) продовиться з використанням наступних методів:

1. ABC-аналіз (він передбачає класифікацію матеріалів та інших ресурсів за рівнем важливості для виробництва, що дозволяє керувати ними більш ефективно).

2. Порівняльний аналіз (він передбачає порівняння витрат та результатів виробництва (збуту чи іншої діяльності) з аналогічними показниками у конкурентів або інших галузевих підприємств).

3. SWOT-аналіз (він передбачає визначення сильних та слабких сторін, можливостей і загроз для підприємства з метою розробки стратегії зниження витрат).

4. Парето-аналіз (він передбачає визначення основних причин витрат за допомогою принципу 80/20, де 80% результатів віддаються 20% причин).

5. ABC-VEN аналіз (він передбачає класифікація товарів за важливістю та оборотом для кращого управління запасами та витратами).

6. Аналіз трудомісткості операцій (він передбачає виявлення найбільш трудомістких операцій для подальшого їх оптимізації або автоматизації).

7. Метод «дорогоцінний камінь» (він передбачає виявлення та використання ресурсів, які є найбільш цінними та приносять найбільшу вартість продукції).

8. Аналіз ефективності витрат (він передбачає вивчення витрат на виробництво з метою виявлення можливостей їх зниження при збереженні якості).

9. Аналіз технологічного процесу (він передбачає вивчення та оптимізація послідовності операцій у виробничому процесі для зменшення часу та витрат) [46].

Фактори, що впливають на величину витрат, можуть бути досить різноманітні і залежать від конкретного виду діяльності та умов внутрішнього і зовнішнього середовища. Вплинути абсолютно на всі ці фактори неможливо і не є доцільним, тому на практиці здійснюється управлінський вплив виключно на найбільш значимі (небезпечні).

Зменшення собівартості продукції (товарів) можна досягти за рахунок оптимізації виробництва:

1. Ефективне використання обладнання. Підтримка обладнання в хорошому стані, його регулярна очистка та обслуговування допомагають уникнути витрат на ремонт та зберегти ефективність обладнання.

2. Управління запасами. Раціональне управління запасами дозволяє уникнути надмірного складування товарів, що може призвести до збитків.

3. Оптимізація трудових процесів. Використання ефективних методів управління персоналом, навчання працівників та впровадження новітніх технологій дозволяють зменшити витрати на працю та підвищити її продуктивність.

4. Енергоефективність. Впровадження енергоефективних технологій та обладнання дозволяє зменшити витрати на електроенергію та інші види енергії.

5. Використання відновлювальних джерел енергії. Використання сонячних панелей, вітряних турбін та інших відновлювальних джерел енергії може зменшити витрати на енергію та сприяти зниженню собівартості.

6. Оптимізація транспортних витрат. Використання оптимальних маршрутів доставки та економічних транспортних засобів допоможе зменшити витрати на транспортування продукції.

7. Мінімізація відходів. Впровадження системи управління відходами допоможе знизити втрати матеріалів та енергії.

8. Автоматизація процесів. Впровадження автоматизованих систем виробництва (профільної діяльності) дозволяє зменшити витрати на робочу силу та підвищити продуктивність праці.

Ці заходи допоможуть підприємству знизити собівартість продукції (товарів) та підвищити ефективність діяльності [48].

Зменшення витрат діяльності за рахунок енергоефективності є важливою стратегією для підприємств. Розглянемо як це може бути досягнуто:

1. Впровадження енергоефективного обладнання, тобто заміна застарілого обладнання на більш енергоефективне може значно зменшити споживання енергії.

2. Управління освітленням: використання енергоефективних світлодіодних ламп та систем управління освітленням може знизити витрати на електроенергію.

3. Ізоляція будівель. Ізоляція стін, дахів та вікон може значно знизити втрати енергії на опалення та кондиціонування приміщень.

4. Оптимізація вентиляції та кондиціонування. Використання систем контролю вентиляції та кондиціонування може зменшити витрати на опалення та охолодження.

5. Енергоефективність процесів. Оптимізація процесів для зменшення споживання енергії, наприклад, за допомогою автоматизації та оптимізації використання енергії.

6. Використання відновлювальних джерел енергії. Встановлення сонячних батарей або вітрових турбін для виробництва власної електроенергії може значно зменшити залежність від традиційних джерел енергії.

7. Штучний інтелект та аналітика. Використання штучного інтелекту та

аналітики для оптимізації споживання енергії та планування енергоефективних заходів.

Зменшення витрат за рахунок оптимізації транспортних витрат є важливою стратегією для підприємств. Розглянемо як це може бути досягнуто:

1. Логістичне планування. Використання програмного забезпечення для оптимізації маршрутів та вибору найефективніших транспортних засобів.

2. Об'єднання вантажів. Компанії можуть об'єднувати вантажі для зменшення кількості відправлень та оптимізації вантажопотоку.

3. Використання екологічних транспортних засобів. Перехід на транспортні засоби з меншим споживанням палива або альтернативні джерела енергії може зменшити витрати на паливо.

4. Оптимізація складського обслуговування. Використання ефективних складських систем для зберігання та переробки товарів може зменшити час доставки та витрати на транспортування.

5. Використання мультимодальних перевезень. Комбінування різних видів транспорту (наприклад, морського, автомобільного, залізничного) для оптимізації маршрутів та зменшення витрат.

6. Збільшення вантажопідйомності транспортних засобів. Використання вантажних автомобілів з більшою вантажопідйомністю може знизити витрати на перевезення на одиницю вантажу.

7. Спільне використання транспорту з іншими компаніями. Об'єднання зусиль з іншими компаніями для використання спільного транспорту може знизити витрати на перевезення [18].

Зменшення витрат за рахунок модернізації обладнання є важливим напрямком для бізнесу. Модернізація обладнання може підвищити його енергоефективність, що знизить витрати на електроенергію та інші види енергії. Сучасне обладнання може працювати швидше та ефективніше, що зменшить час виробництва та витрати на оплату праці. Нове обладнання часто має меншу потребу в технічному обслуговуванні та ремонті, що знизить затрати на ці процеси. Модернізація може підвищити якість продукції, що дозволить

продавати її за вищу ціну та покращить репутацію бренду. Нове обладнання може допомогти оптимізувати виробничі (збутові) процеси, що зменшить кількість відходів та витрат на їх утилізацію. Сучасне обладнання може бути більш гнучким та легше адаптуватися до змін у виробничих (збутових) потребах, що дозволить швидше реагувати на зміни на ринку. Нове обладнання може покращити умови праці працівників, що позитивно вплине на їх продуктивність та задоволеність роботою. Модернізація обладнання може стати важливим кроком для підприємства у зниженні витрат.

Мінімізація витрат за рахунок оптимізації робочої сили може бути досягнуто шляхом різних заходів, наприклад, за рахунок раціонального розподілення робочого часу, використання режимів роботи з плаваючим графіком, введення системи гнучкого робочого часу тощо. Серед цих заходів:

- підвищення продуктивності праці, тобто застосування методів підвищення ефективності праці, організація навчання та підвищення кваліфікації працівників;
- автоматизації та використання технологічних новацій, тобто впровадження автоматизованих технологій та процесів, що дозволяють зменшити витрати на працю та підвищити продуктивність; мотивації працівників, тобто застосування системи стимулювання праці, яка сприяє підвищенню мотивації та зниженню втрат через низьку продуктивність; оптимізації штату, тобто аналіз необхідності працівників у кожному підрозділі та підвищення ефективності їх роботи; використання аутсорсингу, тобто передача деяких функцій та процесів спеціалізованим компаніям для зниження витрат на персонал; ефективного управління персоналом, тобто застосування сучасних методів управління персоналом, що дозволяють підвищити його продуктивність та ефективність; аналізу та контролю витрат на працю, тобто постійного аналізу витрат на працю та контроль за їх оптимізацією для зниження собівартості продукції.

Зменшення витрат за рахунок управління запасами може бути досягнуто шляхом впровадження ряду ефективних практик. Розглянемо можливі шляхи

зменшення собівартості через управління запасами:

1. Використання JIT (Just-in-Time): впровадження системи JIT для зменшення обсягів запасів та зменшення затрат на їх утримання.

2. Стратегічне планування запасів: аналіз та прогнозування попиту для ефективного планування рівня запасів.

3. Мінімізація затрат на зберігання: використання ефективних методів зберігання, уникнення затрат на непродуктивний простір.

4. Управління поставками: встановлення ефективних партнерських відносин з постачальниками для забезпечення своєчасної поставки та отримання знижок за обсягами.

5. Використання технологій інтернету речей (IoT): впровадження IoT для моніторингу запасів у реальному часі та автоматизації процесів управління запасами.

6. Оптимізація логістики: вдосконалення логістичних процесів для зменшення часу та витрат на доставку матеріалів [15, 11].

Для уникнення затрат на непродуктивний простір та ефективного зберігання продукції варто використовувати сучасні методи. Наприклад, використовувати вертикальні стелажі. Можна використовувати стелажі-конструктори – стелажів, які можна легко монтувати та демонтувати, для зручного розміщення продукції. Можна організувати клітинне зберігання: розміщення продукції в спеціальних клітинах або ячейках (лунках) для оптимізації простору. Можна впровадити використання методу оцінки запасів FIFO (використання методу «перший прийшов, перший пішов» для уникнення залишків старих запасів продукції. Можна впровадити маркування та ідентифікацію продукції для швидкого доступу та уникнення втрат часу на пошук. Можна впровадити використання механізованих систем зберігання (наприклад, автоматизованих складів) для оптимізації простору та підвищення продуктивності. Необхідно розміщувати на складах продукцію (сировину, товари) з урахуванням їх функціонального призначення для зручного доступу. Використання простору під стелями для зберігання легкої продукції або

матеріалів, також забезпечить зменшення витрат.

### **Висновки до розділу 3**

Проведене дослідження показало, що при вирішенні проблем, пов'язаних з підвищенням фінансового результату ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» необхідно застосувати в першу чергу, такий захід: впровадити систему планування, яка могла б достовірно надавати керівнику підприємства необхідну інформацію про реальні (прогнозні) запити споживачів у послугах (товарах). Для того щоб виживати в ринкових умовах і успішно функціонувати, необхідно вміти вчасно попередити можливі зриви в роботі, а це досягається плануванням збуту [20]. Обсяги збуту безпосередньо впливають на величину доходів, витрат, прибутку та фінансовий стан підприємства.

Для уникнення затрат на непродуктивний простір та ефективного зберігання продукції варто використовувати сучасні методи. Наприклад, використовувати вертикальні стелажі. Можна використовувати стелажі-конструктори – стелажів, які можна легко монтувати та демонтувати, для зручного розміщення продукції. Можна організувати клітинне зберігання: розміщення продукції в спеціальних клітинах або ячейках (лунках) для оптимізації простору. Можна впровадити використання методу оцінки запасів FIFO (використання методу «перший прийшов, перший пішов» для уникнення залишків старих запасів продукції. Можна впровадити маркування та ідентифікацію продукції для швидкого доступу та уникнення втрат часу на пошук.



## ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволяє зробити наступні висновки та пропозиції:

1. Рентабельність діяльності підприємства є ключовим показником його фінансового стану та ефективності роботи. Вона відображає здатність підприємства генерувати прибуток із залучених ресурсів і вкладених інвестицій. Вимірюючи рентабельність, підприємства можуть оцінити свою економічну доцільність та визначити, наскільки успішно вони використовують свої активи та капітал для створення вартості.

На сьогодні існує велика кількість визначень категорії “рентабельність”. В цілому, можна виділити наступні підходи до розуміння категорії “рентабельність”: фінансово-економічний підхід, операційний підхід, стратегічний підхід, інвестиційний підхід, соціально-економічний підхід, секторний підхід, секторний підхід, функціональний підхід.

Рентабельність діяльності підприємства залежить від багатьох факторів. Основні з них: перший ключовий фактор – внутрішній, що включає в себе ефективне управління, оптимізацію процесів та здійснення контролю над витратами. Другий фактор, що впливає на рентабельність, – ціноутворення. Правильно обґрунтовані ціни дозволяють підприємству отримувати достатній рівень прибутку, що компенсує витрати та забезпечує стійке фінансове здоров'я. Третій фактор – якість продукції або послуг. Четвертий фактор – конкурентне середовище. Аналіз конкурентного оточення дозволяє розуміти сильні та слабкі сторони конкурентів, а також визначати можливості для вдосконалення власного бізнесу. П'ятий фактор – зовнішнє середовище, включаючи економічну ситуацію, політичні та правові аспекти, соціокультурні та технологічні зміни, а також міжнародні фактори. Розуміння цих впливових чинників дозволяє підприємству адаптуватися до змін, прогнозувати ризики та можливості, а також розробляти ефективні стратегії для підвищення рентабельності та стійкості

свого бізнесу.

Розрахунок показників рентабельності є необхідним інструментом для фінансового аналізу та управління підприємством, який допомагає забезпечити його стійкий розвиток та конкурентоспроможність на ринку. Для аналізу господарської діяльності підприємства використовують різні види рентабельності. Основні з них включають: рентабельність продажів, рентабельність активів, рентабельність власного капіталу, рентабельність інвестицій, рентабельність продукції, валовий прибуток.

Комплексний аналіз рентабельності підприємства є необхідним інструментом для оцінки його фінансового стану та ефективності управління. З його допомогою можна здійснити глибоке дослідження всіх аспектів діяльності підприємства та визначити шляхи підвищення рентабельності.

2. З метою формування ряду шляхів підвищення рентабельності діяльності підприємства в роботі проведено комплексний аналіз діяльності ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» за 2021 – 2023 роки:

1. ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА») функціонує близько 20 років. ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» входить до складу групи компаній «ІНТЕРПАЙП» (INTERPIPE HOLDING S PLC). Основним видом діяльності ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» є діяльність посередників у торгівлі товарами широкого асортимент (КВЕД 46.19). Організаційна структура управління ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» має 2 ієрархічні рівні управління: 1 рівень: генеральний директор; 2 рівень: директор з фінансів та економіки, директор з економічної безпеки, директор з персоналу, директор з якості, директор з технологій тощо.

2. У 2023 році порівняно 2021 роком вартість пасивів збільшилася на 19934168 тис. грн або 43,2%. Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції у 2023 році порівняно з 2021 роком збільшився на 1154 858 тис. грн., що становить 13% зміни. Собівартість реалізації продукції у 2023 році порівняно з 2021 роком збільшилася на 1 129 894 тис. грн, що становить

19,4% зміни. Темпи приросту собівартості перевищують темпи приросту виручки. Протягом 2021-2023 рр. підприємство отримувало чистий прибуток. У 2023 році порівняно з 2021 роком чистий прибуток збільшився на 60512 тис. грн., що становить 9,1% зміни. Аналіз динаміки витрат операційної діяльності за економічними елементами ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» показує, що за 2021-2023 рр. вони характеризуються зменшенням на 28227 тис грн. Аналіз структури витрат ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» за економічними елементами свідчить про те, що в складі витрат операційної діяльності переважають інші витрати операційної діяльності. В структурі витрат значну частку витрат становлять витрати на оплату праці: за 2021 р. – 33,3%, за 2022 р. – 30,3%, за 2023 р. – 34,2%. В 2021 році на 1 грн. виручки припадало 4,9 грн. прибутку, у 2022 році – 10,4 грн., у 2023 році – 16,7 грн. прибутку.

Рентабельність власного капіталу на підприємстві становила -45,5% ( $\approx 45\%$ ) у 2021 р., у 2022 році – -854,1 ( $\approx 854\%$ ), а у 2023 році – 176,4% ( $\approx 176\%$ ), що на 487,5% більше рівня 2021 року. Рентабельність основних виробничих засобів ТОВ «ІНТЕРПАЙП УКРАЇНА» є досить великою і коливається в межах 534-1516%.

В 2021 році на 1 грн. собівартості проданої продукції припадало 5,3 грн. прибутку, у 2022 році – 10,5 грн., у 2023 році – 23,5 грн. прибутку.

За 2021-2023 рр. не було зафіксовано негативне значення рентабельності оборотних активів (зі знаком мінус).

3. Кожне підприємство самостійно вибирає шляхи підвищення рентабельності діяльності, в залежності від своїх виробничих і технологічних можливостей, розміру капіталу, швидкості досягнення бажаних результатів, можливості залучення в свій виробничий процес додаткових коштів і техніки.

Для того щоб виживати в ринкових умовах і успішно функціонувати, досягти найбільшу результативність, підприємству необхідно вміти вчасно попередити можливі зриви в роботі, а це досягається плануванням збуту.

Обсяги збуту безпосередньо впливають на величину доходів, витрат, прибутку та фінансовий стан підприємства. Впровадження такого управлінського інструменту, як планування, дасть можливість товариству впровадити Платіжний календар. Платіжний календар дозволяє досягти наступних цілей: можливість прогнозувати приплив грошових коштів, ефективний перерозподіл між потребами грошових ресурсів, тобто своєчасне погашення зобов'язань. Ефективно організовані грошові потоки підприємства, в т. ч. способом фінансового планування, є найважливішою передумовою досягнення високих результатів його діяльності. Цей метод дозволяє досить достовірно планувати фінансову діяльність підприємства і оцінювати її результати в умовах нестабільної економіки та інфляційного зростання цін. Контроль виконання фінансового плану передбачає здійснення ряду заходів з підвищення фінансових результатів. Для досліджуваного підприємства пропонується формування політики підвищення рентабельності діяльності через ряд наступних впроваджень/удосконалень:

1. Політика управління результативністю діяльності підприємства має будуватися з урахуванням принципів менеджменту якості.

2. Наступним логічним кроком пропонуємо розробку збалансованої системи управління, в яку входять такі основні підсистеми (система стратегічного планування, система моніторингу проходження стратегічного курсу, система залучення ресурсів, система використання ресурсів підприємства, система координації бізнес-процесів, система контролю у всіх галузях діяльності підприємства, система цілеорієнтації підприємства, система ухвалення рішень, система мотивації персоналу, система делегування та розподілу відповідальності, система оцінки діяльності підприємства, система прогнозування діяльності, система навчання персоналу).

3. Оскільки, підприємство функціонує в умовах воєнного стану, нами також пропонується до впровадження інтерім-менеджмент. Інтерім-менеджмент – вид послуг з управління бізнесом, покликаний швидко та

ефективно вирішувати проблемні та кризові ситуації. Інтерім-прогресори – це тимчасові менеджери, метою діяльності яких є досягнення прогресивних змін організації. Завдання прогресора – запустити процес саморозвитку, розкрутити маховик прогресування результатів (саморозвиток характеризує внутрішні зміни, а прогресування – зовнішні результати): докорінна реорганізація бізнесу; значне оздоровлення бізнесу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алфьорова І., Колесникова М. Дослідження економічної сутності бюджетування та фінансового планування. *Схід*, 2010.
2. Альошкін В. С., Гречишкіна О. О. Система показників оцінювання ефективності соціально-економічних результатів діяльності підприємства. *Університетські наукові записки*. 2008. № 2. С. 344–346. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Unzap\\_2008\\_2\\_62](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Unzap_2008_2_62)
3. Артамонова Н.С., Акулюшина М.О. Управління витратами : навч. посібн. К. : «Центр навчальної літератури», 2018. 120 с.
4. Бержанір І.А. Рентабельність як основний показник оцінки діяльності підприємства. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2015. № 1 (2). С. 58–62.
5. Бойчик І.М. Економіка підприємства: підруч. Київ. 2016. 378 с.
6. Бортнік С. М. Принципи та роль фінансового планування в забезпеченні розвитку підприємства. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2015. № 819. С. 15–23. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM\\_2015\\_819\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2015_819_5)
7. Велкова І. Ю. Сучасні методика розрахунку показників ефективності використання оборотних активів підприємств АПК. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2013. Вип. 1. С. 46–51. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed\\_2013\\_1\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed_2013_1_8)
8. Вовк О.М. Прибуток та рентабельність як детермінанти розвитку підприємства. *Modern Economics*. 2020. № 21. С. 37–44.
9. Воронко О. С. Економічний аналіз : навч. посіб Львів : Новий світ-2000, 2018. 278 с.
10. Воронкова Т.Є., Безпалько Н.Ю. Шляхи підвищення прибутковості підприємства в умовах нестабільного середовища. *Інвестиції: практика та досвід*. Київ, 2016. № 19. С. 42–44.

11. Воронкова Т.Є., Безпалько Н.Ю. Шляхи підвищення прибутковості підприємства в умовах нестабільного середовища. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 19. С. 42–44.
12. Гаватюк Л.С., Пілат А.К. Удосконалення системи управління рентабельністю як умова ефективного функціонування підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020. № 2. С. 47–50.
13. Гавриш О., Порсюрора І. Методичні аспекти розрахунку показників рентабельності суб'єкта малого підприємництва. *Bulletin of Sumy National Agrarian University*. 2021. Вип. 2 . С. 24-30. URL: <https://doi.org/10.32845/bsnau.2021.2.5>
14. Гладка Л. І., Домашенко М. О., Ковальова М. В. Управління прибутком в сучасних умовах. *Економіка і регіон*. 2012. № 1. С. 195–198. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrig\\_2012\\_1\\_34](http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrig_2012_1_34)
15. Говорушко Т.А., Арич М.І. Теоретичні аспекти сутності управління фінансово-економічними результатами діяльності підприємства. *Економічний аналіз: збірник наукових праць*. 2012. № 11. С. 117–121.
16. Горлачук В.В., Яненкова І.Г. Економіка підприємства: навч. посіб. Миколаїв. 2010. 344 с.
17. Гуменюк В.С., Єпіфанова І. Ю. Фактори зростання прибутку підприємства. *Молодий вчений*. 2016. № 7(34). С. 46–49.
18. Давидович І. Є. Управління витратами : навч. посібн. К. : «Центр учбової літератури», 2008. 320 с.
19. Драбовський А.Г., Петренко М.І., Петренко В.М. Економіка підприємства: навч. посіб. Вінниця. 2010. 510 с.
20. Дячун О. Д. Прогнозування продажу та його методи в системі управління підприємством. *Сучасні соціально-економічні проблеми теорії та практики розвитку економічних систем: колективна монографія*. Т. : ФОП Осадца Ю.В., 2016. С. 129–150.
21. Єгорова О. В., Дорогань-Писаренко Л. О., Тютюнник Ю. М. Економічний аналіз: навч. посіб. Полтава: РВВД ПДАА, 2018. 290 с.

22. Єршова Н.Ю. Аналіз господарської діяльності: теорія та практикум. Львів. Магнолія, 2019. 345 с.
23. Іванюта П. В., Лугівська О. П. Управління ресурсами і витратами : навч. посібн. К. : «Центр учбової літератури», 2-ге видання, 2011. 317 с.
24. Карапетян Е. Т. Економіка підприємства: навч.-метод. посіб. Тернопіль. 2015. 320 с.
25. Кіндрацька Г. І., Загородній А. Г., Кулиняк Ю. І. Аналіз господарської діяльності: підручник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2019. 320 с.
26. Ковальчук Н. О., Михайлюк А. В. Фінансове планування в компанії. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2019. № 1. С. 23-27. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu\\_ekon\\_2019\\_1\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2019_1_6)
27. Макалюк І.В., Круш П.В. Управління трансакційними витратами промислових підприємств. *Методологія і практика : монографія*. К : Кондор, 2019. 300 с.
28. Маслак, О. І., Воробйова Л. Д. Економіка промислового підприємства: навч. посіб. Київ. 2016. 172 с.
29. Мелень О. В. Гарібян Т. А. Актуальність питань розробки напрямів підвищення прибутковості підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки*. 2014. Вип. 8, ч. 3. С. 91–94. URL: [http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/18564/1/2014\\_Melen\\_Aktualnist\\_pytan.pdf](http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/18564/1/2014_Melen_Aktualnist_pytan.pdf)
30. Микитюк В.М., Паламарчук Т.М., Русак О.П. Основи економічного аналізу: навч.- метод. посібник. Житомир: Рута, 2018. 440 с.
31. Мочерний С. В. Економічна теорія: підручник. К.: Видавничий центр «Академія». 2004. С. 75–80.
32. Нагрецькіс А. Ю. Управління прибутком підприємства. *Ефективна економіка*. 2017. Вип. № 2. С. 125–131.
33. Николишин С. Є. Прибуток підприємства та особливості управління ним. *Young Scientist*. 2017. Вип. № 2. С. 299–303.



34. Нікіфорова Є. В., Шнайдер О. В. Економічний потенціал як сукупність ресурсів фінансово-господарської діяльності. *Азимут наукових досліджень: економіка та управління*. 2013. Вип. № 1. С. 20–22.

35. Писарева О.А. Особливості аналізу рентабельності діяльності сільськогосподарських підприємств. *Управління розвитком*. 2014. № 4. С. 96–98.

36. Рентабельність, стаття в Wikipedia. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B5%D0%B7%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D0%B0%D1%82>.

37. Рзаєв Г.І., Драгочинська Д.О. Показники рентабельності як аналітичні ознаки прояву ризику за умов невизначеності. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки»*. 2017. № 5. С. 73–77.

38. Романченко Н.В., Кожемякіна Т.В. Економіка підприємства: навч. посіб. Київ. 2018. 304 с.

39. Ставерська Т. О., Андрющенко І. С. Фінансове планування та прогнозування в підприємствах і фінансових установах : навч. посіб. Харків: Видавець Іванченко І. С., 2013. 146 с.

40. Степанова М. Г. Понятіе, види и функции прибыли. URL: <https://m.sciencen.org/assets/Kontent/Konferencii/Arhiv-konferencij/KOF-196.pdf#page=74>

41. Суліма Н. М., Степасюк Л. М., Величко О. В. Економіка і фінанси підприємства: підручник. К.: «ЦП «КОМПРИНТ». 2015. С.124–127.

42. Таранюк Л. М. Потенціал і розвиток підприємства: навч. посіб. Суми. 2016. 278 с.

43. Тарасенко С. І. Управління витратами : навч. посібник. Кам'янське : ДДТУ, 2018. 305 с.

44. Турило А. М., Кравчук Ю. Б., Турило А. А. Управління витратами підприємства : навч. посібник. К. : «Центр учбової літератури», 2006. 120 с.

45. Цмоць О. І. Аналіз і вибір методів стратегічного управління машинобудівним підприємством у режимі реального часу. *Збірник науково-технічних праць*. 2010. Вип.20. 280 с.

46. Череп А.В. Управління витратами суб'єктів господарювання. Ч. I: Монографія. Х.: ВД «ІНЖЕК», 2007. 368с.
47. Чигріна К.О. Рентабельність підприємства та шляхи її підвищення. *Науковий огляд : міжнародний науковий журнал*. 2015. № 12. URL: <https://naukajournal.org/index.php/naukajournal/article/view/421>.
48. Чорна М.В., Смірнова П.В., Бугріменко Р.М. Управління витратами : навч. посіб. Х. : 2017. 166 с.
49. Шашина М. В. Методика розрахунку рентабельності підприємства. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва : збірник наукових праць*. 2014. Вип. 15. С. 247–255.
50. Янковська В. А., Хижняк А. М. Теоретичні основи планування та прогнозування на підприємстві. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2015. № 2. С. 166.
51. Яркіна, Н. М. Економіка підприємства: навч. посіб. Київ. 2017. 596 с.
52. Ярославський А. О. Економічна ефективність діяльності підприємства: теоретичний аспект. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2018. Вип. 20(3). С. 174–177. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg\\_2018\\_20%283%29\\_\\_38](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2018_20%283%29__38)
53. Ярошевич Н.Б. Фінанси підприємств : навчальний посібник. Київ : Знання, 2012. 341 с.