

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

Факультет управління та бізнес-дизайну  
Кафедра смарт-економіки

*Дипломна магістерська робота*

на тему **Управління прибутком підприємства**  

---

**в сучасних умовах господарювання**

---

Виконала: студентка групи МгЗЕП-20  
спеціальності 051 Економіка  
освітньої програми Економіка  
Олександра ВАСИЛЬКОВА

Керівник: к.е.н., доц. Олена БУДЯКОВА

Рецензент: к.е.н., доц. Зорина ШАЦЬКА

Київ 2022

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ**

**Факультет управління та бізнес-дизайну**

**Кафедра смарт-економіки**

**Спеціальність 051 Економіка**

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри смарт-економіки

Анна ОЛЕШКО

“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ року

**З А В Д А Н Н Я**  
**НА ДИПЛОМНУ МАГІСТЕРСЬКУ РОБОТУ СТУДЕНТУ**

Васильковій Олександрі Євгенівні

1. **Тема роботи** Управління прибутком підприємства в сучасних умовах господарювання

Науковий керівник роботи Будякова Олена Юріївна, к.е.н., доц.,

затвержені наказом закладу вищої освіти від «28» вересня 2022 року №180-уч

2. **Строк подання студентом роботи** 10.11.2022 р.

3. **Вихідні дані до роботи** Фінансова звітність ТОВ «ЦЕТЕХНО» за 2018-2021р.

Закони України та інші нормативно-правові акти у сфері господарювання, наукова та навчальна література, періодичні видання, мережа Інтернет, звітність ТОВ «ЦЕТЕХНО».

4. **Зміст дипломної роботи** (перелік питань, які потрібно розробити)

Узагальнена класифікація видів прибутку. Основні техніко-економічні показники діяльності підприємства за аналізований період (2018- 2021 р.). Основні показники підприємства за аналізований період. Показники технічного стану, руху та ефективності використання основних засобів. Показники чисельності персоналу та оплати праці. Витрати підприємства ТОВ «ЦЕТЕХНО». Доходи підприємства ТОВ «ЦЕТЕХНО». Фінансові результати підприємства ТОВ «ЦЕТЕХНО». Загальні висновки.

## 5. Консультанти розділів дипломної магістерської роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада Консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Олена БУДЯКОВА к.е.н., доц.	1.11.22	10.11.22
Розділ 1	Олена БУДЯКОВА к.е.н., доц.	1.11.22	10.11.22
Розділ 2	Олена БУДЯКОВА к.е.н., доц.	1.11.22	10.11.22
Розділ 3	Олена БУДЯКОВА к.е.н., доц.	1.11.22	10.11.22
Висновки	Олена БУДЯКОВА к.е.н., доц.	1.11.22	10.11.22

6. Дата видачі завдання \_\_\_\_\_ 01.11.2022 р. \_\_\_\_\_

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної магістерської роботи	Терміни виконання етапів	Примітка про виконання
1	Вступ	10.11.2022	
2	Розділ 1. Теоретичні основи управління прибутком підприємства.	10.11.2022	
3	Розділ 2. Аналіз підприємства ТОВ «ЦЕТЕХНО».	10.11.2022	
4	Розділ 3. Підвищення ефективності управління прибутком підприємства.	10.11.2022	
5	Загальні висновки	10.11.2022	
6	Оформлення дипломної магістерської роботи (чистовий варіант)	10.11.2022	
7	Здача дипломної магістерської роботи на кафедру для рецензування (за 14 днів до захисту)	10.11.2022	
8	Перевірка дипломної магістерської роботи на наявність ознак плагіату (за 10 днів до захисту)	10.11.2022	
9	Подання дипломної магістерської роботи на затвердження завідувачу кафедри (за 7 днів до захисту)	10.11.2022	

Студент

\_\_\_\_\_ (підпис)

Олександра ВАСИЛЬКОВА

Науковий керівник роботи

\_\_\_\_\_ (підпис)

Олена БУДЯКОВА

Директор НМЦУПФ

\_\_\_\_\_

Олена ГРИГОРЕВСЬКА

## АНОТАЦІЯ

**Василькова О.Є. Управління прибутком підприємства в сучасних умовах господарювання – Рукопис.**

Дипломна магістерська робота за спеціальністю 051 «Економіка» освітньої програми «Економіка» – Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, 2022 рік.

Метою дослідження є розроблення теоретико-методичних положень щодо управління прибутком підприємства в сучасних умовах господарювання. В процесі дослідження були використані традиційні способи та засоби економічного аналізу. У даній роботі розглянуто теоретичні та методичні основи формування фінансових результатів діяльності підприємства та ефективності використання прибутку підприємств, методичні підходи до оцінки рівня рентабельності підприємства, аспекти управління формуванням, розподілом та використанням прибутку підприємства.

*Ключові слова: прибуток, управління прибутком, рентабельність, прибутковість, ефективність.*

## SUMMARY

**Vasykova O. Management of enterprise profit in modern economic conditions - Manuscript.**

Master's thesis on the specialty 051 "Economics" of the educational program "Economics" - Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, 2022.

The aim of the study is to develop theoretical and methodological provisions for the management of enterprise profits in modern economic conditions. In the process of the study were used traditional methods and tools of economic analysis. This paper considers the theoretical and methodological foundations of the formation of financial results of the enterprise and the efficiency of the use of enterprise profits, methodological approaches to assessing the level of profitability of the enterprise, aspects of management of the formation, distribution and use of enterprise profits.

*Keywords: profit, profit management, profitability, efficienc.*

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	10
1.1 Економічна природа та джерела формування прибутку підприємства.....	10
1.2 Методичні підходи до оцінки рівня рентабельності підприємства..	21
1.3 Управління формуванням, розподілом та використанням прибутку підприємства.....	35
Висновки до розділу 1.....	45
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....	49
2.1 Загальна характеристика діяльності підприємства.....	49
2.2 Аналіз показників фінансово-економічної діяльності підприємства..	53
2.3. Аналіз формування, розподілу та використання прибутку підприємства .....	60
Висновки до розділу 2.....	68
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	69
3.1 Формування та реалізація політики зростання доходів підприємства.....	69
3.2 Розробка заходів щодо скорочення витрат підприємства.....	79
3.3 Прогнозування прибутку та рівня рентабельності підприємства на 2023 рік.....	91
Висновки до розділу 3.....	94
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	96
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	101
ДОДАТКИ.....	110

## ВСТУП

Актуальність теми. В сучасних умовах господарювання прибуток відіграє найважливішу роль у житті підприємства незалежно від його форми власності та організаційно-правової форми господарювання.

По-перше, прибуток є однією з головних цілей підприємницької діяльності, особливо на початкових етапах життєвого циклу розвитку підприємства.

По-друге, прибуток, створений на підприємствах, формує фінансову базу для розвитку не тільки окремого суб'єкта господарювання, але й держави. За рахунок податкової системи країни та фінансового ринку, отриманий підприємством прибуток розподіляється та перерозподіляється в доходи держави й на формування фінансових коштів інших суб'єктів підприємництва, а також виступає джерелом доходів підприємств.

По-третє, прибуток суб'єктів господарювання виступає основним критерієм ефективності підприємства. Розмір та рівень прибутку характеризує ступінь кваліфікації керівників підприємства та керівництва, які успішно здійснюють господарську діяльність.

По-четверте, прибуток є одним з основних джерел засобів для самофінансування господарської діяльності. За рахунок власного прибутку підприємство може забезпечити фінансування розширеного виробництва, постійно збільшувати обсяги операційної та інвестиційної діяльності, не користуючись використанням зовнішніх джерел коштів.

Управління прибутком на підприємстві є процесом підготовки та прийняття відповідних управлінських рішень з питань її формування, розподілу та цільового використання. Процес управління прибутком на підприємстві заснований на визначених цільових установках та конкретних задачах.

Тому, тема дипломної роботи управління прибутком підприємства є актуальною в сучасних умовах господарювання.

Автором у межах теми дослідження розкрито стан та розроблено пропозиції щодо покращення фінансової діяльності ТОВ «ЦЕТЕХНО».

Проблема формування, ефективного використання та управління прибутком відображенні в численній кількості робіт зарубіжних та вітчизняних вчених-економістів. Зазначеній проблематиці присвятили свої роботи: І. Бланк, Н. Богацька, Н. Бондаренко, Є. Брігхем, А. Дайле, С. Дорогунцов, Л. Лігоненко, С. Сміт, А. Поддєрьогін, С. Покропивний, Ф. Найт та ін. Проте деякі аспекти системи управління прибутком в сучасних умовах господарювання потребують подальшого теоретичного обґрунтування та спеціальних наукових досліджень.

Метою дослідження є вплив системи управління прибутком на ефективне функціонування підприємства, а також дослідження теоретичних та практичних основ формування прибутку підприємства та розробка шляхів щодо підвищення ефективності процесу управління прибутком підприємства в умовах фінансово-економічної кризи.

Поставлена мета зумовила необхідність вирішення таких завдань:

- систематизувати економічну природу та джерела формування прибутку підприємства;
- дослідити методичні підходи до оцінки рівня рентабельності підприємства;
- визначити шляхи управління формуванням, розподілом та використанням прибутку підприємства;
- представити загальну характеристику діяльності підприємства ТОВ «ЦЕТЕХНО»;
- проаналізувати фінансово-економічні результати діяльності та ефективність використання прибутку підприємства ТОВ «ЦЕТЕХНО»;

- дослідити аспекти формування, розподілу та використання прибутку підприємства ТОВ «ЦЕТЕХНО»;
- обґрунтувати аспекти формування та реалізації політики зростання доходів підприємства;
- розробити заходи скорочення витрат підприємства;
- зробити прогнози щодо прибутку та рівня рентабельності підприємства на 2023 рік.

Об'єктом дослідження – є процеси управління прибутком в сучасних умовах господарювання.

Предметом дослідження є сукупність теоретико-методологічних засад управління прибутком в сучасних умовах господарювання.

В процесі дослідження були використані методи дослідження: наукового узагальнення (при визначенні сутності процесів та систематизації її складових); порівняння (при зіставленні показників у динаміці); групування (при класифікації); графічний (при дослідженні динаміки і структури); синтез (для дослідження окремих сторін об'єкта, виявлення певних понять); індукція (для одержання загальних висновків на основі окремих фактів); дедукція (одержання часткових висновків на основі знання певних загальних положень); математичне моделювання (зокрема, кореляційно-регресійний аналіз для дослідження впливу обраних факторів на результуючий показник); математичної статистики (при обробці статистичних даних за звітний період).

Інформаційна база дослідження виступають наукові праці вітчизняних та закордонних вчених, законодавчі акти, у яких висвітлюється аспекти управління прибутком підприємства, електронні ресурси мережі Інтернет, даними бухгалтерської звітності досліджуваного підприємства та внутрішньою корпоративною інформацією.

Наукова новизна одержаних результатів дипломної роботи полягає в узагальненні теоретичної бази щодо управління прибутком підприємства.



Практичне значення одержаних результатів полягає в розробці та застосуванні заходів управління прибутком підприємства в сучасних умовах господарювання.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження апробовано на науково-практичних конференціях та опубліковано в вигляді тез доповідей та статі в наукових періодичних виданнях , а саме:

1. Будякова О.Ю., Василькова О.Є. Ключові показники ефективності smart-економіки. II International Scientific and Practical Conference «Scientific Progress: Innovations, Achievements and Prospects» (6-8 November 2022) Munich, Germany. P. 489-495.

2. Будякова О.Ю., Святославова О.Є. Розумні ключові показники ефективності SMART KPI. «Цифрова економіка та економічна безпека», Випуск № 2(02)/2022. С. 82-86.

Структура і обсяг роботи

Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (90) та додатків. За результатами магістерської роботи опубліковано тези доповідей на міжнародній конференції та стаття в фаховому виданні. Загальний обсяг дипломної магістерської роботи становить 110 сторінок комп'ютерного тексту (без додатків).

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

#### 1.1. Економічна природа та джерела формування прибутку підприємства

Прибуток є найважливішою фінансовою категорією товарного виробництва, що характеризує позитивний фінансовий результат господарської діяльності підприємства, а також, характеризує відносини, які виникають у процесі суспільного виробництва.

Прибуток, як економічний показник, дає можливість задовольнити інтереси власників, працівників, самого підприємства та держави. Об'єктом економічних інтересів держави, є та частина прибутку, яку сплачують у вигляді податків. Цю частину прибутку держава використовує для розвитку економіки. Вирішення цих проблем пов'язане з пропорціями розподілу та використання прибутку.

Прибуток є оціночним показником, що характеризує ефективність діяльності підприємства, успішне ведення підприємницької діяльності та показує в організації економічний показник зростання. Співвідношення прибутку з іншими показниками, такими як, витрати, об'єми продажів, виручка від реалізації продукції послуг та інші, дозволяє оцінити ефективність використання ресурсів підприємства. Прибуток включає в себе всі сторони діяльності підприємства.

А як кількісний показник прибуток означає перевищення доходів над витратами.

Прибуток на сучасному етапі – це кінцева мета та рушійний мотив розвитку будь якого підприємства.

Роль прибутку для підприємства полягає у:

1. Прибуток є джерелом фінансових ресурсів.
2. Прибуток є джерелом утворення фондів підприємства.
3. Прибуток виконує стимулюючу роль для трудового колективу.
4. Прибуток є фондоутворюючим показником, чим більше прибуток, тим більше фонди підприємства.

В сучасних умовах господарювання підприємства змушені формувати таку структуру фінансових ресурсів, яка б забезпечувала зростання ефективності їх господарської діяльності.

Прибуток є тією категорією, яка найповніше зображає фінансові можливості підприємства та його здатність до розширення виробничої діяльності підприємства. Зрозуміло, що чим більший прибуток, тим більше можливостей з'являється в підприємства для економічного розвитку та покращення й розширення своєї діяльності. Прибуток є джерелом підвищення рівня добробуту населення, він визначає рівень фінансової стабільності у державі.

Із приростом прибутку підприємства збільшуються податкові відрахування до бюджетів усіх рівнів, тобто з його допомогою зростає соціально-економічне становище не лише окремого підприємства, а й держави у цілому [1].

Прибуток – позитивний підсумок виробничо-господарської діяльності підприємства. В ньому у грошовій формі акумулюються зусилля усіх складових діяльності підприємства:

- виробництво та реалізація;
- якість і асортимент;
- ефективність використання виробничих ресурсів;
- собівартість продукції [2; 3].

Згідно з Господарським кодексом України [4], прибуток – це показник фінансових результатів його господарської діяльності, що визначається шляхом

зменшення суми валового доходу суб'єкта господарювання за певний період на суму валових витрат амортизаційних відрахувань.

Вчені та науковці зазначають що жоден економічний показник не використовується в такій кількості значень, як «прибуток», це стосується і категорії «доходу» [5].

В національному положенні (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» вказано, що прибуток – це сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати[6].

Економісти використовують поняття «прибуток» для вираження різниці між доходом підприємства та його витратами. Прибуток виступає як перевищення доходів від продажу товарів (послуг) над зробленими витратами. З цього виходить, що прибуток є узагальнюючий оціночний показник діяльності підприємства. Оскільки прибуток вважається однією з найбільш неоднозначних економічних категорій, складність його визначення обумовлена різноманітністю інтересів, які він відображає. Провівши аналіз існуючих підходів вчених до визначення поняття прибутку в економічній літературі, було виявлено, що на даний час в науковій літературі не існує єдиної точки зору щодо визначення зазначеної економічної категорії [7].

В табл. 1.1 наведено приклади тлумачення поняття прибуток різними економістами та науковцями.

Таблиця 1.1

## Тлумачення поняття прибуток

І. А. Бланк [8]	Прибуток – це втілений у грошовій формі чистий дохід підприємця на вкладений капітал, що характеризує його винагороду за ризик здійснення підприємницької діяльності та є різницею між сукупним доходом і сукупними витратами у процесі здійснення цієї діяльності.
Ф. Найт [9]	Прибуток є винагородою підприємця за прийняття рішень в умовах невизначеності.

*Продовження таблиці 1.1*

Є. Ф. Брігхем [10]	Прибуток – це одна з основних категорій товарного виробництва, яка характеризує відносини, що складаються у процесі суспільного виробництва.
Н.В. Тарасенко [11]	Прибуток – це важливий узагальнюючий показник оцінки ефективності функціонування кожного суб'єкта господарської діяльності, оскільки саме в прибутку акумулюються результати всіх сторін діяльності: виробництво і реалізація, якість і асортимент, ефективність використання виробничих ресурсів і собівартість.
О.В. Гаращенко [12]	Прибуток як певну суму капіталу, що залишається підприємцю понад затрати виробництва та інші відрахування в процесі господарювання.
А. М. Поддєрьогін [13]	Прибуток – це частина заново створеної вартості, виробленої та реалізованої, готової до розподілу.
А. Сміт [14]	Прибуток – це різниця між заново створенню вартістю і заробітною платою, результат наполегливої праці.
Л. І. Шваб [15]	Прибуток – це узагальнювальний фінансовий показник діяльності підприємства, який визначається як частина виручки, що залишається після відшкодування усіх витрат на його виробничу й комерційну діяльність.

*Джерело: складено автором на основі [8-15]*

Також визначенням поняття прибуток займалися ще такі економісти та науковці: С.В. Мочерний, І.Ю. Єпіфанова, Л.М. Духновська, О.В. Мелень, Н.І. Верхоглядова,, Т.М. Марюта, Р.Р. Антонюк, Т.В. Осипова, О.Г. Біла, Л.О. Денисенко, В.А. Білошапка, А.В. Шлійко, Є.В. Мних, Н.М. Ушакова [16-29].

Як видно з табл. 1.1, значення прибутку у кожного економіста та науковця різні, хоча між ними можна побачити спільні риси.

1. Прибуток зазвичай визначають як різницю між валовим доходом і валовими витратами. Якщо з визначенням валового доходу немає проблем (це добуток кількості реалізованої продукції та ціни одиниці товару), то що потрібно включати у валові витрати? З точки зору бухгалтера, до витрат зараховують явні грошові витрати.

2. Прибуток – це один із найважливіших показників фінансових результатів господарської діяльності підприємства.

3. Спільною ознакою також є визнання джерелом прибутку творчої діяльності. В сучасних умовах нестабільної ринкової економіки важливість прибутку важко переоцінити.

На рис. 1.1 відображено роль і значення прибутку в умовах ринкової економіки.

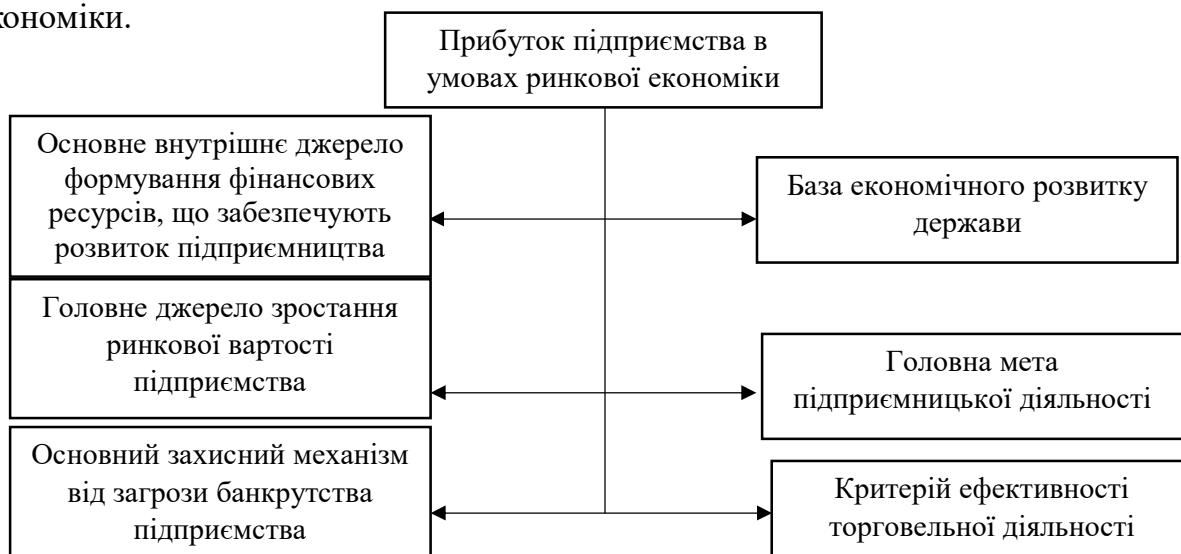


Рис. 1.1. Роль і значення прибутку підприємства в сучасних умовах господарювання

*Джерело: складено автором на основі [8-29]*

Згідно з рис. 1.1 можна зробити висновок, що прибуток підприємства виступає не лише як основа функціонування окремого підприємства, але й як база економічного розвитку держави.

Сутність прибутку як економічної категорії розкривається через його функції, які виконуються у господарській діяльності.

1. Облікова. Прибуток є економічним показником оцінки господарської діяльності підприємства.

2. Розподільча. Через прибуток здійснюється регулювання розподілом ресурсів і доходів між суб'єктами господарської діяльності.

3. Стимулююча. Прибуток використовується як в інтересах суб'єктів підприємства, так і в їхніх працівників.

Економісти сходяться до думки, що під загальним поняттям прибутку розуміється саме різноманітність його видів, що характеризуються в даний час декількома десятками термінів. Все це вимагає певної узагальненості використовуваних термінів [30].

Існування різних видів прибутку підприємства, що формуються на основі класифікаційних ознак, і в свою чергу, класифікаційні ознаки, що визначають відповідні його види, значно допомагають проаналізувати фінансові результати підприємства, досягнути рівень економічного ефекту, виявити наявні недоліки підприємницької діяльності, можливості максимізації прибутку.

В економічній літературі зустрічаються різні класифікації видів прибутку, що зумовлюється складністю, багатокomпонентністю і взаємозв'язком його складових.

Класифікація прибутку використовується в основному при аналізі кількісної оцінки прибутку в бухгалтерському та податковому обліках. Така класифікація називається спрощена, у цій класифікації прибуток систематизують лише по двом ознакам: за джерелами формування прибутку, за складом елементів, що формують прибуток.

1. Чистий прибуток – частина прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства після сплати всіх податків, зборів та відрахувань.

2. Валовий прибуток – загальна сума прибутку отримана підприємством від підприємницької діяльності. Обчислюємо цього як різницю між чистим доходом та виробничою собівартістю реалізованої продукції.

3. Операційний прибуток – аналітичний показник який являє собою різницю між валовим прибутком та постійними витратами підприємства, пов'язаними з операційною діяльністю.

Але це не єдина класифікація видів прибутку. Їх існує досить велика кількість в табл. 1.2 наведені найбільш поширені класифікації видів прибутку.

Таблиця 1.2

## Класифікація видів прибутку

Ознака класифікації прибутку	Вид прибутку за відповідними ознаками
За видами діяльності	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Від операційної діяльності.</li> <li>2. Від інвестиційної діяльності.</li> <li>3. Від фінансової діяльності.</li> </ol>
За джерелом утворення	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Від реалізації продукції.</li> <li>2. Від реалізації активів.</li> <li>3. Від позареалізаційної операції.</li> </ol>
За складом	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Від звичайної діяльності.</li> <li>2. Валовий (Маржинальний).</li> <li>3. Операційний.</li> <li>4. Надзвичайний.</li> <li>5. Чистий.</li> </ol>
За напрямками використання	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Для перерахування в бюджет.</li> <li>2. Для споживання.</li> <li>3. Капіталізований, надзвичайний.</li> </ol>

*Джерело: складено автором на основі [31]*

Зроблено висновки з табл. 1.2, що прибуток поєднує в собі економічні інтереси держави, власників підприємства, робітників і самого підприємства як господарюючого об'єкта. Оскільки поряд із фінансуванням виробничого розвитку підприємства, прибуток спрямовується на задоволення споживчих і соціальних потреб.

Підприємство, покриваючи виробничі, матеріальні та соціальні потреби за рахунок прибутку, має забезпечувати оптимальне співвідношення між накопиченням й споживанням із тим, щоб ураховувати умови ринкової кон'юнктури і разом з тим стимулювати працівників до підвищення продуктивності праці.

Також прибуток розрізняють за розмірами:



1. Мінімальний прибуток – це прибуток, котрий після сплати податків забезпечує підприємству мінімальний рівень рентабельності.

2. Цільовий (необхідний) прибуток – прибуток, що відповідає потребам підприємства в коштах на виробничий і соціальний розвиток і утворюється за рахунок чистого прибутку.

3. Максимальний прибуток пов'язаний з реалізацією цілей підприємства на ринку.

Також прибуток розрізняють в залежності від методики оцінки

1. Номінальний (той, що фактично отримано);
2. Реальний (номінальний прибуток з урахуванням впливу інфляції).

Прибуток підприємства формується під впливом великої кількості взаємозалежних внутрішніх та зовнішніх чинників, що впливають на результати діяльності підприємства по-різному (позитивно чи негативно).

Серед зовнішніх чинників слід виділити:

1. Економічні умови господарювання.
2. Місткість ринку.
3. Державне регулювання діяльності підприємства.
4. Платоспроможний попит споживачів.

До внутрішніх чинників можна віднести:

1. Обсяг продукції, що висукається.
2. Собівартість виробництва.
3. Ціна виготовленої продукції.
4. Асортимент продукції.

Особливе значення має рівень динаміки та коливання платоспроможного попиту, тому що він визначає стабільність отримання прибутку.

Джерелами формування загального прибутку підприємства є:

1. Прибуток від продажу основної продукції підприємства, який є головним складником загального прибутку.

2. Прибуток від продажу майна, що не використовується підприємством.

3. Прибуток від позареалізаційних операцій.

Фактично формування прибутку на підприємстві відбувається в міру реалізації продукції. Згідно із законодавчими актами України момент реалізації продукції визначається за датою відвантаження продукції(товарів), а для робіт (послуг) – за датою фактичного виконання (надання) таких, або за датою зарахування коштів покупця на банківський рахунок постачальника [30].

Під формуванням прибутку розуміють його створення в процесі господарської діяльності підприємства. Управляти формуванням прибутку означає управляти обсягом реалізації продукції (кількістю та ціною продукції), здійснювати діяльність з найменшими витратами [31].

Механізм формування прибутку має такі складові: виручка від реалізації товарів; виручка від реалізації робіт та послуг; собівартість реалізованої продукції; валовий прибуток; адміністративні витрати, витрати на збут; інші операційні витрати та доходи; прибуток (збиток) від операційної діяльності; інші доходи (витрати); дохід до сплати процентів і податків; фінансові витрати; податок на прибуток; чистий прибуток [32].

Прибуток є одним із основних джерел доходу державного бюджету і фінансових ресурсів підприємства.

Держава отримує свою частку у вигляді податку на прибуток, після чого підприємство отримує у розпорядження чистий прибуток, який використовується згідно з власними потребами. Використання чистого прибутку дає змогу підприємству розширювати діяльність за рахунок власних джерел фінансування. Розподіл чистого прибутку, зокрема в акціонерних товариствах, є основним питанням його дивідендної політики [32].

Чистий прибуток – найважливіший показник для оцінювання виробничої та фінансової діяльності підприємств, оскільки відбиває ступінь його активності та фінансового благополуччя, а також ефективність менеджменту.

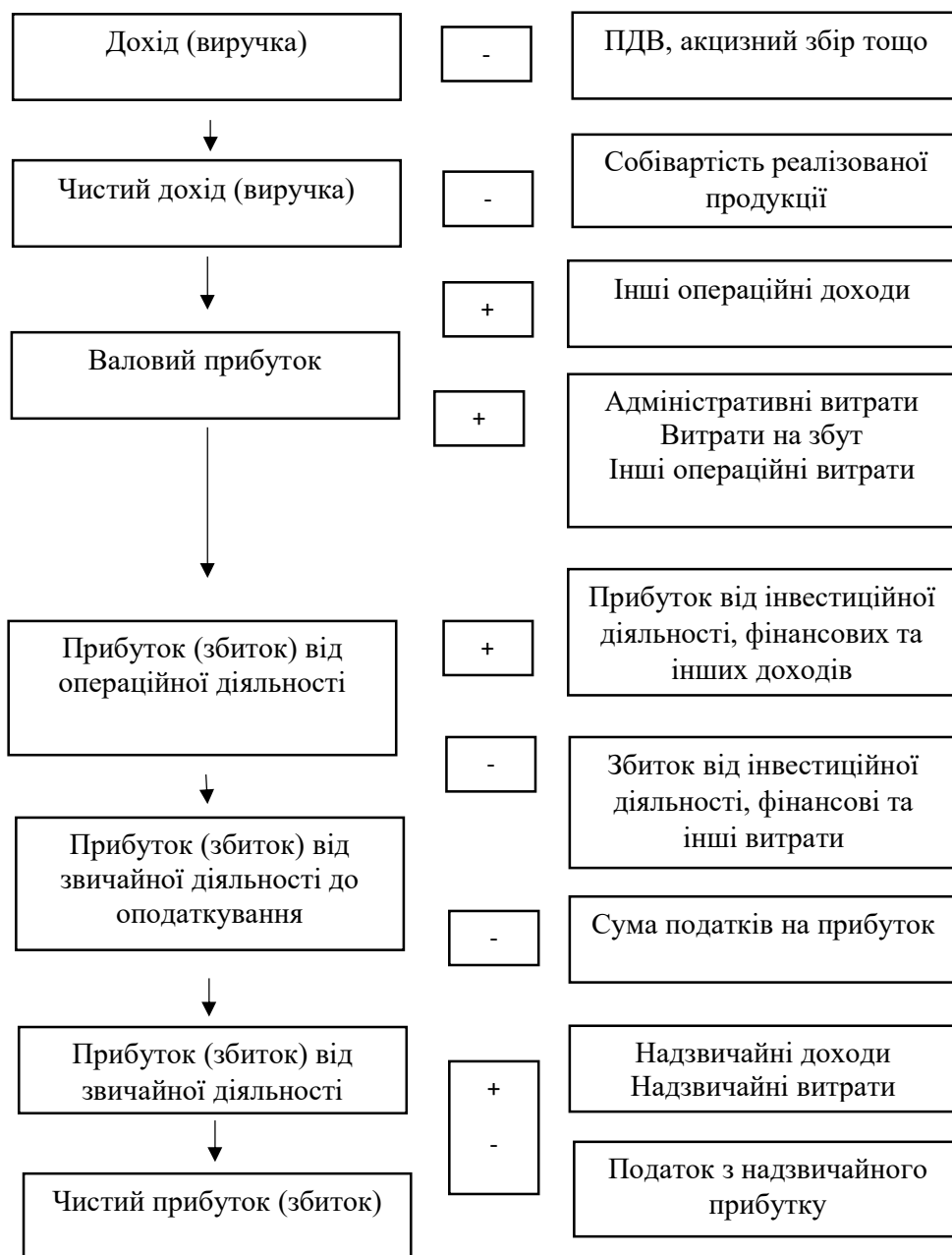


Рис. 1.2. Формування прибутку підприємства

*Джерело: узагальнено автором на основі [23-34]*

Прибуток є одним із основних джерел доходу державного бюджету і фінансових ресурсів підприємства. Податок на прибуток отримує держава, після чого підприємство отримує у розпорядження чистий прибуток, який використовується згідно з власними потребами.

Використання чистого прибутку дає змогу підприємству розширювати діяльність за рахунок власних джерел фінансування. Розподіл чистого прибутку – основне питання дивідендної політики підприємства. Значну роль займає прибуток в розвитку підприємства та забезпеченні інтересів його власників і працівників.

Величина прибутку впливає на:

- формування фінансових ресурсів підприємства; збільшення ринкової вартості підприємства;
- ефективність виробничої діяльності;
- економічний розвиток держави, це зумовлює необхідність ефективного і безперервного управління ним.

В залежності від виду діяльності, в рамках якої отримано прибуток, він поділяється на:

- прибуток від реалізації по основній діяльності;
- прибуток від реалізації по неосновній діяльності;
- від фінансових операцій;
- від неопераційної діяльності;
- від лізингової діяльності.

В залежності від порядку визначення прибуток буває наступних видів:

#### 1. Економічний підхід.

- прибуток формується як різниця між виручкою від реалізації та поточними витратами виробництва (реалізації), і витратами втрачених можливостей, основою яких є альтернативний процентний дохід на капітал;

- чистий прибуток – різниця між прибутком, що залишається в розпорядженні підприємства та штрафними санкціями щодо підприємства;

#### 2. Бухгалтерський підхід.

- прибуток від звичайної діяльності до оподаткування – різниця між валовими доходами і валовими витратами (разом з амортизаційними відрахуваннями);

- прибуток від звичайної діяльності – різниця між прибутком від звичайної діяльності до оподаткування і податком на прибуток;
- чистий прибуток – сума прибутку від звичайної діяльності і надзвичайних доходів (витрат).

Оскільки прибуток визначається як різниця між доходами і витратами підприємства, то необхідно детальніше зупинитись на сутності цих понять.

Дохід – це збільшення економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, які призводять до зростання власного капіталу (за винятком зростання капіталу за рахунок внесків власників).

Схема формування грошових доходів підприємства з характеристиками сутності кожного виду доходів визначається на основі форми №2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)».

Таким чином, прибуток як економічна категорія має велику кількість кваліфікаційних характеристик. Основна економічна сутність прибутку характерна для фінансового результату діяльності підприємства, також є основою економічного розвитку підприємства та основним джерелом розширення [35].

## 1.2. Методичні підходи до оцінки рівня рентабельності підприємства

Співвідношення прибутку з авансованою вартістю або поточними витратами характеризує таке поняття, як рентабельність. Рентабельність – якісний вартісний показник, що характеризує рівень віддачі витрат або ступінь використання наявних ресурсів у процесі виробництва і реалізації продукції товарів (робіт, послуг). У найширшому розумінні рентабельність означає прибутковість або доходність виробництва і реалізації всієї продукції (робіт, послуг) чи окремих видів її; доходність підприємств, організацій, установ у цілому як суб'єктів господарської діяльності; прибутковість різних галузей економіки.

Категорію «рентабельність» майже всі економісти та науковці визначають як ефективність роботи підприємства, прибутковість різних напрямів діяльності, окупність витрат. Нормативного значення для показників рентабельності не існує.

Прибутковість підприємства є найголовнішим показником, що відображає фінансовий стан підприємства, його можливість отримувати позитивний фінансовий результат від здійснення діяльності підприємства. Запорукою високого рівня розвитку підприємства є забезпечення загальної ефективності їх роботи.

Прибуток посідає одне з головних місць у загальній системі вартісних інструментів ринкової економіки. В свою чергу рентабельність більш повно відображає остаточні результати господарської діяльності підприємства, на відміну від прибутку.

Рентабельність є одним з основних понять фінансово-економічної роботи будь-якого підприємства. За допомогою цього показника можна визначити, які помилки були допущені на підприємстві, знайти шляхи для подальшого розвитку підприємства, а також виявити грошові чи матеріальні запаси, щоб підвищити прибуток.

Рентабельність означає здатність компанії отримувати прибуток від своєї діяльності, використовуючи свої ресурси.

Рентабельність є економічним інструментом, на якому базуються всі рішення підприємства щодо управління діяльністю.

Рентабельність – це ступінь дохідності, вигідності, прибутковості бізнесу. Він характеризує ефективність роботи підприємства. Показники рентабельності використовують для оцінки діяльності підприємства та як інструмент в ціноутворенні та інвестиційній політиці.

Показник рентабельності більш повно відображає результати підприємства, ніж прибуток.

Оцінити прибутковість підприємства тільки за показником прибутку дуже важко, тому використовують ще й відносний показник рентабельності.

Роль показника рентабельності у наступному:

1. Показник рентабельності є критерієм оцінки ефективності роботи підприємства.
2. Рентабельність – це якісний показник діяльності підприємства.
3. Підвищення рентабельності – мета кожного підприємства.
4. Показник рентабельності має велике значення для кредиторів на власників підприємства.
5. Збільшення показника рентабельності підвищує рівень конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Показники рентабельності являються відносними характеристиками фінансових результатів і ефективності діяльності підприємства.

Показники рентабельності вимірюють дохідність підприємства з різних позицій.

Зростання показника рентабельності вказує на те, що фінансова стійкість підприємства підвищується.

Показники рентабельності можна об'єднати у такі групи:

1. Показники, які характеризують складові рентабельності капіталу.
2. Показники, які характеризують складові рентабельності активів.
3. Показники, які характеризують рентабельність витрат.
4. Показники, які характеризують рентабельність реалізації.

Серед цих груп можна виділити деякі найбільш вживані показники рентабельності. Існує 6 найбільш вживаних показників рентабельності:

1. Рентабельність активів (визначає наскільки ефективно використовуються активи підприємства).
2. Рентабельність виробничих фондів (даний показник показує скільки прибутку припадає на 1 гривню основних засобів підприємства).

3. Показник рентабельності власного капіталу (показує скільки прибутку припадає на 1 гривню власного капіталу).

4. Рентабельність реалізованої продукції (вказує обсяг чистого прибутку, який приходиться на кожну гривню продажу).

5. Коефіцієнт реінвестування (оцінює політику розподілу прибутку на підприємстві).

6. Стійкість економічного зростання рентабельності вказує на те, що фінансова стійкість підприємства підвищується.

В табл. 1.3 розглянуто алгоритми розрахунку показників рентабельності підприємства.

Таблиця 1.3

## Алгоритми розрахунку показників рентабельності

Показник рентабельності	Форма розрахунку	Характеристика
Рентабельність активів	Чистий прибуток / сукупні витрати	Характеризує ефективність використання усіх активів підприємства.
Рентабельність основних засобів	Прибуток від операційної діяльності / середньорічна вартість основних засобів	Вказує на частину прибутку підприємства, отриманого за рік, від вартості основних засобів.
Рентабельність власного капіталу	Чистий прибуток / власний капітал	Показує, яка віддача (норма прибутку) на вкладений власний капітал. Максимізація цього показника – головне завдання управління підприємством.



## Продовження таблиці 1.3

Рентабельність операційної діяльності	$\text{РОП} = \frac{\text{ФРОД}}{\text{С} + \text{ФВ} + \text{ВЗ} + \text{ІОВ}} \times 100\%$	Показує скільки отримано прибутку від операційної діяльності з однієї гривні операційних витрат.
Рентабельність продажів	Чистий прибуток / чистий дохід від реалізації	Показує яку величину операційного прибутку одержує підприємство з кожної гривні проданої продукції.
Рентабельність продукції	Чистий дохід / собівартість реалізованої продукції	Характеризує прибутковість господарської діяльності підприємства від основної діяльності.
Рентабельність операційних витрат	Валовий прибуток / операційні витрати	Характеризує прибутковість операційних витрат.
Рентабельність виробничих витрат	Валовий прибуток / собівартість реалізованої продукції	Показує скільки отримано прибутку з кожної гривні, витраченої на виробництво і реалізацію продукції.

*Джерело: складене автором на основі [36]*

Рентабельність вимірюють за допомогою цілої системи показників, що характеризують ефективність роботи підприємства.

Існує три підходи до розрахунку рентабельності:

1. Витратний.
2. Дохідний.
3. Ресурсний.

Витратний використовується для розрахунку показників рентабельності продукції. Ці показники розраховуються як відношення прибутку і відповідних витрат. В якості витрат: сума витрат на виробництво, реалізацію продукції, здійснення інших видів діяльності підприємства, повна собівартість реалізованої продукції, повна собівартість одиниці продукції. Показники рентабельності, розраховані за даним методом, характеризують ефективність

використання коштів, спожитих у процесі виробництва або здійснення інших видів діяльності.

Доходний підхід враховує як результати бізнес процесів, так і майбутні або існуючі доходи від приєднаних до бізнесу нематеріальних об'єктів (гудвіл, торгова марка, торговий знак). Даний підхід показує що, вказані об'єкти повинні оцінюватись згідно доходу, який вони додатково додають, незважаючи на те, що можуть бути не зафіксовані в балансі підприємства, на основі якого існує бізнес.

Ресурсний підхід полягає в тому, що в чисельнику використовують показники чистого прибутку або прибутку від реалізації, а в знаменнику – ресурси, які відображають показники капіталу.

Таким чином, основним завданням аналізу рентабельності є оцінка ефективності діяльності підприємства та оцінка зміни рентабельності на протязі певного періоду, а також виявлення чинників, які впливають на зміну рентабельності. Аналіз рентабельності дає можливість в умовах ринкової економіки підвищити рівень конкурентоспроможності, зрозуміти кредиторам та власникам підприємства ефективність вкладення грошових ресурсів, та можливість підприємства виплачувати процентні ставки, а також можливість підприємства створювати якісний товар, котрий буде користуватись попитом та задовольняти потреби покупців.

Рентабельність оцінюють із різною метою залежно від потреби. Найчастіше рентабельність підприємств оцінюють потенційні інвестори з метою визначення доцільності інвестування коштів. Для державних підприємств така оцінка може здійснюватися на державному рівні з метою виявлення можливостей підвищення рентабельності за наявності негативних тенденцій у державному секторі. На приватних підприємствах оцінку рентабельності проводять власники й директори з метою прийняття необхідних управлінських рішень, спрямованих на підтримку або підвищення рівня рентабельності.

Показники рентабельності являються відносними характеристиками фінансових результатів та ефективності діяльності підприємства. Вони вимірюють доходність підприємства з різних та групуються в співвідношенні інтересами учасників економічного процесу, ринкового обміну.

Показники рентабельності повніше, аніж прибуток, характеризують кінцеві результати роботи підприємства, оскільки їх величина показує співвідношення прибутку з наявними або використаними ресурсами.

Завданнями аналізу показників рентабельності є:

- оцінка показників рентабельності у динаміці та вивчення тенденцій їх поведінки;
- визначення впливу факторів на зміну величини рентабельності;
- виявлення резервів підвищення рівня показників рентабельності та, відповідно, прибутковості діяльності підприємства.

Для аналізу показників рентабельності використовують джерела:

- бізнес-план;
- ф. 1 «Баланс підприємства»;
- ф. 2 «Звіт про фінансові результати»;
- планові та звітні калькуляції;
- інформацію про ціни (прайс-листи).

Структура показників рентабельності являє собою відношення прибутку (як економічного ефекту діяльності) до ресурсів або витрат, тобто в будь-якому розглянутому показнику рентабельності прибуток виступає в якості одного зі складових факторів.

У загальному вигляді розрізняють наступні основні показники рентабельності: рентабельність виробництва; рентабельність продажу; рентабельність активів; рентабельність окремого виду продукції; рентабельність власного акціонерного капіталу.

Розрізняють наступні показники рентабельності у розрізі наступних груп:

- а) показники доходності діяльності підприємства та її окремих частин:

1. Рентабельність виробництва – відношення суми прибутку до собівартості проданої продукції (робіт, послуг). Розраховується за формулою:

$$R_{\text{в}} = \frac{\text{ЧП}}{\text{ОФ} + \text{ОЗ}} \times 100\% \quad (1.1)$$

де, ЧП – характеризує чистий прибуток;

ОФ – середньорічна вартість основних фондів;

ОЗ – середньорічні залишки матеріальних оборотних засобів.

2. Рентабельність продажу – відношення величини прибутку до суми виручки від реалізації продукції. Розраховується за формулою:

$$R_{\text{в.пр.}} = \frac{\text{ВП}}{\text{ЧВ}} \times 100\% \quad (1.2)$$

де, ВП – характеризує величину валового прибутку;

ЧВ – чиста виручка від реалізації продукції.

3. Рентабельність окремого виду продукції – відношення різниці відпускної ціни одиниці продукції і її собівартістю до величини собівартості одиниці продукції. Розраховується за формулою:

$$R_i = \frac{\text{Ц} - \text{С}}{\text{С}} \times 100\% \quad (1.3)$$

де, Ц, С – відповідно ціна і повна собівартість окремого виробу;

б) показники дохідності майна та його складових:

4. Рентабельність активів – відношення суми прибутку до середньорічної вартості активів підприємства. Розраховується за формулою:

$$R_{\text{ак}} = \frac{\text{П}_{\text{звич.д}}}{\text{А}_{\text{необ}} + \text{А}_{\text{обор}}} \times 100\% \quad (1.4)$$

де,  $\text{П}_{\text{звич.д}}$  - прибуток від звичайної діяльності до оподаткування;

$\text{А}_{\text{необ}}$  – середня вартість необоротних активів;

$\text{А}_{\text{обор}}$  – середня вартість оборотних активів підприємства, обчислені за той самий період часу.

5. Рентабельність основних засобів – відношення суми прибутку до середньорічної вартості ОЗ підприємства.

в) показники дохідності капіталу:

6. Рентабельність власного капіталу – відношення суми прибутку до вартості власного капіталу підприємства. Розраховується за формулою:

$$R_{\text{в.к.}} = \frac{\text{ЧП}}{\text{ВК}} \times 100\% \quad (1.5)$$

де, ЧП – характеризує чистий прибуток;

ВК – середньорічна вартість власного капіталу.

7. Рентабельність перманентного (постійного) капіталу – відношення прибутку до суми вартості власного капіталу та величини довгострокових зобов'язань підприємства.

В процесі аналізу вказані показники визначають за звітний період, порівнюють з планом, з даними попередніх періодів та виявляють вплив факторів, що зумовили зміни.

В зарубіжній практиці щорічно торгові палати, промислові асоціації або уряди публікують інформацію про критичні (допустимі) значення вказаних показників у розрізі видів діяльності та за галузевою приналежністю. Це дозволяє аналітикам будь-якого рангу порівняти розрахункові дані аналізованого підприємства та сформулювати відповідні висновки.

Рентабельність – показник ефективності роботи підприємства, який характеризує рівень віддачі витрат або міру використання наявних ресурсів у процесі виготовлення і реалізації продукції (робіт, послуг).

Найчастіше використовуються показники рентабельності, що визначають прибутковість підприємств у співвідношенні до вкладених фінансових ресурсів (ресурсні показники рентабельності), або до поточних витрат на виробництво продукції (витратні показники рентабельності).

Показники рентабельності дозволяють сукупно відобразити «якість» фінансового стану організації й перспективи його розвитку. Це відносні характеристики фінансових результатів та ефективності діяльності підприємства. Вони вимірюють доходність підприємства з різних та

групуються в співвідношенні інтересами учасників економічного процесу, ринкового обміну. Показники рентабельності є обов'язковими елементами порівняного аналізу та оцінки фінансового стану підприємства.

Структура показників рентабельності являє собою відношення прибутку (як економічного ефекту діяльності) до ресурсів або витрат, тобто в будь-якому розглянутому показнику рентабельності прибуток виступає в якості одного зі складових чинників. Рентабельність – це інтегральний показник, який відображає результати діяльності підприємства, яка спрямована на прибуток в короткостроковій перспективі та з визначенням якості управлінських рішень щодо фінансової, операційної та інвестиційної діяльності підприємства.

В табл. 1.4 представлено систему фінансових коефіцієнтів рентабельності.

Таблиця 1.4

## Система фінансових коефіцієнтів рентабельності

Основні класи показників рентабельності	Фінансові коефіцієнти рентабельності
1. Показник рентабельності, розрахований на підставі прибутку (доходу)	1.1. Коефіцієнт обмеженого рівня валового прибутку. 1.2. Коефіцієнт обмеженого рівня прибутку від основної (операційної) діяльності. 1.3. Коефіцієнт обмеженого рівня прибутку всієї діяльності підприємства. 1.4. Коефіцієнт обмеженого рівня чистого прибутку. 1.5. Коефіцієнт критичної рентабельності.
2. Показник рентабельності, розрахований у зв'язку з використанням виробничих активів	2.1. Коефіцієнт віддачі на всю суму виробничих активів. 2.2. Коефіцієнт віддачі на інвестований капітал. 2.3. Коефіцієнт віддачі на акціонерний капітал.

## Продовження таблиці 1.4

3. Показник рентабельності, розрахований на підставі потоків власних грошових коштів	3.1. Коефіцієнт рентабельності відбору. 3.2. Коефіцієнт рентабельності сукупного капіталу. 3.3. Коефіцієнт рентабельності власного капіталу. 3.4. Коефіцієнт обслуговування боргу.
--	---

*Джерело: складено автором на основі [37]*

Показники рентабельності розраховуються як відношення різноманітних показників прибутку до вкладеного капіталу, обсягу продажу, використаних ресурсів, здійснених витрат, тощо.

Головні показники рентабельності підприємства:

1) рентабельність вкладених коштів:

- загальний рівень рентабельності підприємства:

$$R_{\Pi} = (ВП/С) \times 100\% \quad (1.6)$$

де ВП - валовий прибуток підприємства, грн.; С - загальна виробнича собівартість, грн.

- рентабельність виробничих фондів:

$$R_{ВФ} = \frac{ВП}{ОФ} \times 100\% \quad (1.7)$$

де ОФ - вартість виробничих фондів, грн.

- рентабельність сукупних активів:

$$R_{СА} = \frac{ВП}{А} \times 100\% \quad (1.8)$$

де А - середня сума активів балансу підприємства, грн.

- рентабельність власного (акціонерного) капіталу:

$$R_{ВК} = \frac{ЧП}{ВК} \times 100\% \quad (1.9)$$

де ЧП - чистий прибуток підприємства, грн.; ВК - сума власного капіталу, грн.

2) рентабельність продукції

$$P_{BK} = \frac{ЧП}{BK} \times 100\% \quad (1.10)$$

або

$$P_{\Pi} = (ВП/Q) \times 100\%$$

де СТП – повна собівартість товарної реалізованої продукції, грн.;

Q - обсяг реалізованої продукції, грн.

Обчислюють такі основні види рентабельності [22]:

- рентабельність окремого виду продукції:

$$R = (Ц - S) / S \cdot 100\% \quad (1.11)$$

де Ц, S – відповідно ціна і повна собівартість окремого виробу;

- рентабельність реалізованої продукції, характеризує ефективність витрат на її виробництво і збут:

$$R_{РП} = ( \Pi_{опер} / (S_{РП} + BA + B3) ) \cdot 100\% \quad (1.12)$$

де  $\Pi_{опер}$  – операційний прибуток; BA – витрати адміністративні; B3 – витрати збутові.

- рентабельність активів (капіталу) підприємства:

$$R_{ак} = ( \Pi_{звич.д} / (A_{необ} + A_{обор}) ) \cdot 100\% \quad (1.13)$$

$$\text{або } R_{ак} = ( \Pi_{чист} / (A_{необ} + A_{обор}) ) \cdot 100\% \quad (1.14)$$

де  $\Pi_{звич.д}$  – прибуток від звичайної діяльності до оподаткування,  $\Pi_{чист}$  – прибуток чистий;  $A_{необ}$  – середня вартість необоротних активів,  $A_{обор}$  – середня вартість оборотних активів підприємства, обчислені за той самий період часу.

У практиці роботи підприємства для оцінки економічної ефективності його діяльності, використовують наступні показники [36]:

Коефіцієнт обіговості активів (Коб.А)

$$K_{об.А} = ЧР / A^- \quad (1.15)$$

де: ЧР – чиста реалізація; A - середньорічна вартість активів.

Рентабельність активів (RA):



$$RA = \text{ЧП} / A^- \quad (1.16)$$

де: ЧП – чистий прибуток.

Рентабельність власного капіталу (РВК):

$$RBK = \text{ЧП} / B^- K^- \quad (1.17)$$

де: ЧП – чистий прибуток;

ВК – середньорічна вартість власного капіталу.

Рентабельність сукупного капіталу (R<sub>СК</sub>):

$$R_{СК} = \text{Пзв} / C^- K^- \quad (1.18)$$

де: Пзв. – прибуток від звичайної діяльності до оподаткування;

C<sup>-</sup>K<sup>-</sup> – середньорічна вартість сукупного капіталу (власного та інвестованого).

Рентабельність продаж (обороту) по чистому прибутку (R<sub>пр</sub>):

$$R_{\text{пр}}^{\text{ЧП}} = \text{ЧП} / \text{ЧР} \quad (1.19)$$

де: ЧП – чистий прибуток; ЧР – чиста реалізація.

Коефіцієнт фінансового левериджу (КФЛ):

$$K_{\text{ФЛ}} = A^- / B^- K^- \quad (1.20)$$

де: А - середньорічна вартість активів. ВК – середньорічна вартість власного капіталу.

Середньорічна вартість власного капіталу та активів розраховується за формулою середньої арифметичної простої:

$$A^- = (A_{\text{поч}} + A_{\text{кін}}) / 2 \quad (1.21)$$

де: А поч. – вартість активів на початок року, тис. грн.

Акін. - вартість активів на кінець року, тис. грн.

Розглянемо факторний аналіз рентабельності власного капіталу підприємства.

Факторний індексний аналіз дозволяє вирішувати наступні задачі:

- обґрунтовано і конкретно визначати, який показник є результативним, а які – факторним, у яких взаємозв'язках знаходяться факторні показники з результативним і між собою;

- визначати коефіцієнти зміни рівня результативного показника в цілому і за рахунок впливу кожного з аналізованих факторів;
- обчислювати абсолютні величини приросту рівня результативного показника у цілому і за рахунок впливу факторів;
- розраховувати відносні величини приросту рівня результативного показника у цілому і за рахунок окремих факторів;
- визначати структуру факторного абсолютного приросту результативного показника.

Використання прийомів пофакторних розрахунків у кожному конкретному випадку обумовлене формою взаємозв'язку. Виділяють два основні види зв'язку: кореляційні та функціональні, які відрізняються за ступенем взаємозв'язків і залежністю результативних ознак від факторних [38].

Функціональна закономірність – це форма прояву необхідного причинного зв'язку, при якому взаємовідношення між причиною і наслідком однозначна. Детермінована залежність (функціональний взаємозв'язок) виражається у тому, що при певному значенні незалежної змінної (фактору) залежна змінна (результат) приймає строго певне значення (одне або декілька). Друга характерна особливість цієї форми взаємозв'язку полягає у тому, що її можна використовувати для дослідження якого-небудь процесу у його одиничному прояві (на одному підприємстві, в одному цеху), тобто у окремих одиниць сукупності. Детерміновані взаємозв'язки можуть розглядатися застосовано і до множинних проявів якого-небудь економічного процесу або явища, але виходячи з проявів цього процесу у окремих одиниць сукупності, з урахуванням їх повного обсягу і за умови розгляду строго однозначних для кожної одиниці сукупності взаємозв'язку як єдиного цілого.

Кореляційний зв'язок (окремий випадок стохастичного зв'язку) – ґрунтується на діалектичній єдності необхідного і випадкового, і тому у кожному окремому випадку між значеннями результативної і факторної ознаки немає точної відповідності.

Аналіз факторів рентабельності підприємства дозволяє визначити, якою мірою зміна рентабельності відбулася за рахунок ефективного (неефективного) використання ресурсів, а якою мірою за рахунок співвідношення зміни цін на ресурси і цін на продукцію підприємства. Рентабельність від реалізації товарної продукції у загальному випадку знаходиться під впливом таких факторів, як зміни:

- обсягу реалізації;
- структури продукції;
- відпускних цін на реалізовану продукцію;
- цін на сировину, матеріали, паливо, тарифів на енергію і перевезення;
- рівня витрат матеріальних і трудових ресурсів [39].

Факторний аналіз рентабельності власного капіталу проводять, використовуючи розрахункові категорії рентабельності та мультиплікативну факторну модель рентабельності власного капіталу [39]:

$$R_{BK} = R_{\text{ЧП пр.}} * K_{\text{об А}} * K_{\text{ф л.}} \quad (1.22)$$

де  $R_{\text{ЧП пр.}}$  - рентабельність продаж (обороту) (по чистому прибутку);  $K_{\text{об А}}$  - коефіцієнт обіговості активів;  $K_{\text{ф л.}}$  - коефіцієнт фінансового левериджу.

Фінансовий леверидж – це відношення позикових коштів до особистих, відповідність між позиковими і особистим капіталом [38].

### 1.3. Управління формуванням, розподілом та використанням прибутку підприємства

Важлива роль прибутку в розвитку підприємства і забезпеченні інтересів його власників і персоналу визначають необхідність ефективного та безперервного управління прибутком. Управління прибутком залежить від цілей та завдань, що постають перед підприємством в короткостроковому

періоді й в перспективі, структури і виду виробничо-господарської діяльності, фінансових ризиків підприємства, вибору інструментів управління, за допомогою яких можна добитися поліпшення процесу управління прибутком.

Як суб'єкт господарювання прибуток відіграє роль у системі управління його фінансами. Розглядається за трьома аспектами:

1) прибуток як джерело самофінансування підприємства (при цьому чистий прибуток розглядається як найдешевше джерело фінансування потреби підприємства у капіталі і посідає основне місце у так званій ієрархії фінансування);

2) прибуток як вираження результату фінансово-господарської діяльності суб'єкта господарювання та винагорода за підприємницький ризик;

3) прибуток як вираження ефективності управління операційною, інвестиційною та фінансовою діяльністю суб'єкта господарювання.

Метою управління прибутком є забезпечення максимізації абсолютної величини чистого прибутку та стабільності його формування в часі за допустимого рівня ризику. Управління прибутком включає в себе такі підсистеми як: управління формуванням прибутку і управління використанням прибутком. До першої підсистеми входить управління доходами та витратами діяльності підприємства. До другої – політика прибутку та дивідендна політика.

Основними задачами управління формуванням прибутку підприємства є:

1) забезпечення максимізації розміру прибутку, що формується відповідно до ресурсного потенціалу підприємства;

2) забезпечення оптимальної пропорційності між рівнем прибутку і допустимим рівнем ризику;

3) забезпечення високої якості прибутку, що формується;

4) забезпечення виплат необхідного рівня доходу на інвестований капітал власникам підприємства;

5) забезпечення формування відповідного обсягу фінансових ресурсів за рахунок прибутку відповідно до завдань розвитку підприємства на майбутній період;

6) забезпечення постійного зростання ринкової вартості підприємства.

Отриманий підприємством прибуток є об'єктом розподілу. У розподілі прибутку можна виділити два етапи.

Перший етап – це розподіл загального прибутку. На цьому етапі учасниками розподілу є держава й підприємство. У результаті розподілу кожний з учасників одержує свою частку прибутку. Пропорції розподілу прибутку між державою (бюджетом) і підприємством складаються під впливом кількох чинників.

Другий етап – це розподіл і використання прибутку, що залишився в розпорядженні підприємств після здійснення платежів до бюджету.

До основних задач управління розподілом прибутку підприємства також можна віднести: забезпечення виплати необхідного рівня доходу на інвестований капітал власникам підприємства; забезпечення формування достатнього обсягу фінансових ресурсів за рахунок прибутку у відповідності із задачами розвитку підприємства в майбутньому періоді; забезпечення ефективності програм участі персоналу в прибутках підприємства.

Розподіл і використання прибутку підприємства представлено на рис.1.3.

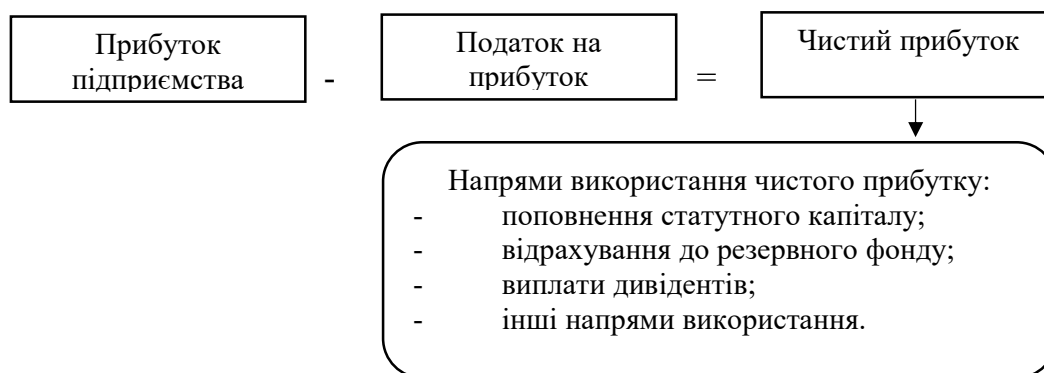


Рис.1.3. Розподіл і використання прибутку підприємства

*Джерело: складено автором на основі [13]*

Прибуток формується під впливом великої кількості взаємозалежних факторів, що впливають на результати діяльності підприємства по-різному: одні – позитивно, інші – негативно. Серед зовнішніх факторів можна виділити такі: економічні умови господарювання; місткість ринку; платоспроможний попит споживачів; державне регулювання діяльності підприємства тощо. Особливе значення має рівень, динаміка і коливання платоспроможного попиту, тому що він визначає стабільність отримання прибутку.

Джерелами формування загального прибутку підприємства є:

- прибуток від продажу основної продукції підприємства, який є головним складником загального прибутку;
- прибуток від продажу майна, що не використовується підприємством;
- прибуток від позареалізаційних операцій.

Під формуванням прибутку розуміють його створення в процесі господарської діяльності підприємства. Управляти формуванням прибутку означає управляти обсягом реалізації продукції, тобто кількістю та ціною продукції, здійснювати діяльність з найменшими витратами. Сьогодні питання отримання прибутку та підвищення ефективності діяльності підприємства в економіці України є досить актуальним. Прибуток є потужним важелем розвитку, тому головним завданням адміністративного апарату кожного підприємства є розробка ефективної стратегії управління прибутком та збільшення прибутковості підприємства.

Прибуток є одним із основних джерел доходу державного бюджету і фінансових ресурсів підприємства. Держава отримує свою частку у вигляді податку на прибуток, після чого підприємство отримує у розпорядження чистий прибуток, який використовується згідно з власними потребами. Використання чистого прибутку дає змогу підприємству розширювати діяльність за рахунок власних джерел фінансування. Розподіл чистого прибутку, зокрема в акціонерних товариствах, є основним питанням його дивідендної політики.

Значну роль займає прибуток в розвитку підприємства та забезпеченні інтересів його власників і працівників. Величина прибутку впливає на формування фінансових ресурсів підприємства; збільшення ринкової вартості підприємства; ефективності виробничої діяльності; економічний розвиток держави, це зумовлює необхідність ефективного і безперервного управління ним. Управління прибутком являє собою процес розробки та прийняття ефективних управлінських рішень за всіма основними аспектами його формування та розподілу і використання на підприємстві з метою максимізації добробуту власників. Структура управління прибутком підприємства представлена на рисунку 1.4.



Рис.1.4. Структура управління прибутком підприємства

Джерело: складено автором

Прибуток підприємства формується під впливом великої кількості взаємозалежних внутрішніх та зовнішніх чинників, що впливають на результати діяльності підприємства по-різному (позитивно чи негативно).

На формування абсолютною суми прибутку підприємства впливають: ефективність фінансово-господарської діяльності підприємства; сфера діяльності; галузь господарства.

Підходи до формування прибутку підприємства: бухгалтерський підхід та економічний підхід [34].

Різницю між двома підходами ми розглянемо на рис. 1.5.



Рис. 1.5. Підходи до формування прибутку

*Джерело: складено автором*



Реально формування прибутку на підприємстві відбувається в міру реалізації продукції. Згідно із законодавчими актами України момент реалізації визначається за датою відвантаження продукції (товарів), а для робіт (послуг) – за датою фактичного виконання (надання) таких, або за датою зарахування коштів покупця на банківський рахунок постачальника. Однак, незалежно від визначення моменту реалізації в законодавчих актах реальне формування на підприємстві прибутку від реалізації продукції має місце тільки за умови, коли така відбувається насправді, тобто коли кошти від покупця надходять на банківський рахунок постачальника.

Джерелами формування загального прибутку підприємства є:

1. Прибуток від продажу основної продукції, який є головним складником загального прибутку.
2. Прибуток від продажу майна, що не використовується підприємством.
3. Прибуток від позареалізаційних операцій.

Під формуванням прибутку розуміють його створення в процесі господарської діяльності підприємства. Управляти формуванням прибутку означає управляти обсягом реалізації продукції (кількістю та ціною продукції).

В процесі формування прибутку виділяють:

- валовий прибуток (збиток);
- фінансовий результат від операційної діяльності;
- фінансовий результат до оподаткування;
- чистий фінансовий результат;
- інші сукупні доходи до та після оподаткування.

Отриманий підприємством прибуток є об'єктом розподілу. Прибуток може бути використаний для задоволення різних потреб. При розподілі прибутку можна виділити такі етапи.

Перший етап – розподіл загального прибутку. На цьому етапі прибуток ділиться між державою та підприємством. У результаті першого етапу кожний учасник отримує свою частину прибутку. Пропорції розподілу прибутку між

державним бюджетом та підприємством складаються під впливом кількох чинників. Велике значення при цьому має податкова система держави (реалізується в кількості податків, що сплачується за рахунок прибутків).

Другий етап – розподіл і використання прибутку на самому підприємстві після здійснення всіх платежів до бюджету країни. Такий прибуток називається чистим.

Отже, чистий прибуток, отриманий після сплати всіх податків, залишається на підприємстві. Саме підприємство визначає напрямки використання прибутку відповідно до поточної та стратегічної політики підприємства. В умовах ринкової економіки підприємство може саме обрати політику розподілу чистого прибутку. Головні принципи розподілу чистого прибутку мають бути зазначені у статуті підприємства.

Схематично структуру розподілу й використання прибутку зображено на рис. 1.6.

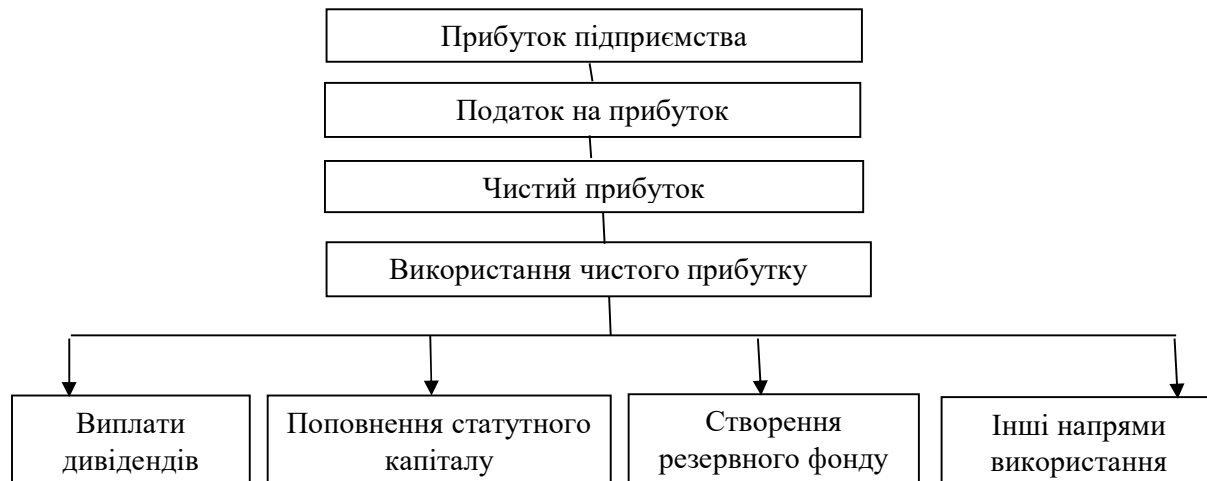


Рис. 1.6. Схеми розподілу та використання прибутку відповідно до положень (стандартів) бухгалтерського обліку

*Джерело: складено автором*

Деякі підприємства в результаті своєї діяльності зазнають збитків. Сума непокритого збитку зменшує власний капітал.

Розподіл чистого прибутку має дуже велике значення для підприємства, так як від результатів цього розподілу залежать темпи розвитку підприємств і забезпечення інтересів власників, а також задоволення матеріальних потреб робітників.

Як зазначено на рис. 1.6 у процесі розподілу одним із етапів є використання чистого прибутку на поповнення статутного фонду та створення резервного фонду.

У процесі такого розподілу формується грошові фонди цільового призначення:

1. Фонд коштів для розвитку і вдосконалення виробництва.
2. Фонд коштів для матеріального заохочення.
3. Фонд коштів на соціальні потреби.
4. Фонд коштів на виплату дивідендів.
5. Резервний фонд.
6. Відрахування на інші цілі.

Коли підприємство займається розподілом чистого прибутку, воно повинно знайти оптимальне співвідношення у спрямуванні грошей до фондів цільового призначення.

Розберемо детальніше фонди цільового призначення.

Фонд коштів на розвиток і вдосконалення виробництва, призначений для задоволення потреб, які пов'язані зі зростанням обсягів виробництва, технічним переозброєнням, вдосконаленням технологій виробництва.

Фонд коштів на матеріальне заохочення використовується для стимулювання зацікавленості робітників в досягненні високих кінцевих результатів роботи.

Фонд коштів на соціальні потреби використовуються на витрати, які сприяють соціальному розвитку колективу. Наприклад:

1) Будівництво, ремонт, реконструкцію житлових будинків і об'єктів соціально-культурної сфери.

2) Утримання об'єктів соціально-культурної сфери.

3) Проведення оздоровчих культурно-масових заходів, у тому числі придбання путівок на відпочинок та лікування.

4) Інші подібні витрати.

Частина прибутку після сплати податків, формування резервного фонду і виплати дивідендів (для акціонерного товариства) перебуває у вигляді нерозподіленого прибутку. Резервний капітал створюється з метою усунення можливих тимчасових фінансових ускладнень і забезпечення нормальної роботи підприємства. Величина резервного капіталу визначається засновницькими документами, як максимальний відсоток від розміру статутного капіталу. Так, в акціонерних підприємствах резервний капітал повинен складати не менше 25 % величини статутного капіталу. Він створюється за рахунок щорічних відрахувань від прибутку в передбачених засновницькими документами відсотків (в акціонерних товариствах – не менше 5 % чистого прибутку). Кошти резервного капіталу використовуються на додаткові витрати виробничого і соціального розвитку підприємства, на поповнення його оборотних коштів, покриття збитків, на виплату гарантованих дивідендів за привілейованими акціями та інші заходи, передбачені засновницькими документами.

Дивіденди – це частина чистого прибутку, розподілена між учасниками (власниками) відповідно до часток їхньої участі у власному капіталі підприємства. Відповідно до Закону України від 23.22.2006 р. № 3480-IV «Про цінні папери і фондову біржу» (зі змінами та доповненнями) основними джерелами сплати дивідендів за акціями є чистий прибуток товариства. Дивіденди за акціями виплачуються один раз на рік за підсумками звітного року в порядку, передбаченому статутом акціонерного товариства, за рахунок прибутку, що залишається у його розпорядженні після сплати встановлених законодавством податків, інших платежів до бюджету.

Механізм розподілу чистого прибутку повинен бути таким, аби всебічно сприяти підвищенню ефективності виробництва, стимулювати розвиток нових форм господарювання та водночас збільшувати доходи держави. В умовах переходу до ринкових відносин для забезпечення потреб підприємств і державних потреб важливою проблемою розподілу прибутку, яка акумулюється в доходах бюджету країни, і частки, що залишається в розпорядженні суб'єктів господарської діяльності та використовується для розширення виробництва і задоволення інтересів працівників.

Отже, розподіл та використання прибутку підприємства це не просто витрачання коштів, а це досить відповідальний процес в діяльності підприємства, оскільки від його результату залежить не тільки розвиток підприємства, а і матеріальне забезпечення працівників. Тому при прийнятті рішень про розподіл чистого прибутку, фінансовими менеджерами підприємства повинно бути знайдено оптимальне співвідношення у спрямуванні додаткових фінансових ресурсів на цілі виробничо-технічного розвитку, соціального розвитку, матеріального заохочення працівників та інші цілі.

## Висновки до Розділу 1

Прибуток є найважливішою фінансовою категорією, яка відображає позитивний фінансовий результат діяльності підприємства. Прибуток є одним із основних завдань підприємства. Прибуток відображає фінансовий результат діяльності підприємства, характеризує ефективність виробництва та свідчить про обсяг та якість виробленої продукції.

Усі підприємства прагнуть у результаті своєї діяльності мати прибуток та намагаються його збільшити. Прибуток є основним джерелом фінансування розвитку підприємства, забезпечення всіх форм інвестування. Також разом із збільшенням прибутку підприємство має збільшувати показники

рентабельності. Хоч прибуток і є одним з найважливіших показників діяльності підприємства, без показників рентабельності підприємство не зможе отримати розгорнуту фінансову звітність по підприємству.

Аналіз прибутковості підприємства можна проводити у три етапи:

1. Проводимо аналіз прибутку підприємства, як абсолютного показника прибутковості.
2. Досліджуємо показник рентабельності підприємства.
3. На основі зробленого аналізу виявляємо можливі резерви збільшення продуктивності підприємства.

Тільки розуміння того, в якому напрямку рухатися, може призвести до позитивної динаміки. Розглянувши у розділі 1 системи та методи аналізу, можна зробити висновки, що процес управління прибутком підприємства є складною системою, яка базується на певному механізмі. Необхідно застосовувати ефективні підходи до управління прибутком суб'єкта господарювання задля підвищення рентабельності виробництва та інвестиційної привабливості підприємства, зміцнення його конкурентоспроможності.

Система управління прибутком має бути поєднаною із загальною системою управління підприємством, адже прийняття рішень в будь-якій іншій сфері діяльності впливає на формування прибутку. Якщо підприємство сформує ефективну та раціональну систему управління, то воно зможе в повному обсязі використовувати свій виробничий потенціал та досягти найбільш високих результатів діяльності.

Проведений аналіз показує, що рентабельність являє собою складну систему, що вимагає постійного контролю та вдосконалення.

Головна мета підприємства в сучасних умовах господарювання – одержання максимального прибутку, що неможливо без ефективного управління капіталом. Пошуки резервів для збільшення прибутковості підприємства становлять основне завдання керівника.

Таким чином, показники рентабельності вказують на реальну величину прибутку у порівнянні з сумою витрат, капіталу та ресурсів. Аналіз рентабельності дає можливість:

- зрозуміти ефективність вкладення грошових ресурсів в підприємство та наскільки раціонально вони використовуються;
- підприємствам виробляти продукцію високої рентабельності, яка буде користуватись найвищим споживчим попитом та задовольняти їх потреби;
- в умовах ринкової економіки підвищити конкурентоспроможність.

Аналіз літератури показав, що рентабельність являє собою складну систему, що вимагає постійного контролю та вдосконалення. Головна мета підприємства в сучасних умовах господарювання – одержання максимального прибутку, що неможливо без ефективного управління капіталом. Пошуки резервів для збільшення прибутковості підприємства становлять основне завдання керівника.

Пошуки резервів збільшення прибутку для збільшення рентабельності:

- збільшення обсягу реалізації продукції;
- підвищення цін;
- зниження собівартості продукції;
- підвищення якості продукції;
- пошук вигідних ринків збуту.

Значення прибутку на підприємстві є вагомим, оскільки він є основним джерелом фінансування. Тому особливостями формування, управління та розподілу прибутку є діяльність осіб, які відповідальні за ведення фінансово-господарської діяльності, яка повинна бути спрямована на оптимізацію та зростання підсумкових показників.

Таким чином, управління прибутком підприємства – це дуже складна та багаторівнева система, яка включає в себе: формування та використання прибутку. Для кожної з цих підсистем притаманні свої конкретні цілі, завдання, інструментарій їх досягнення.

Процес управління прибутком підприємства базується на визначеному механізми, який являє собою систему основних елементів, що регулюють процес розробки і реалізації управлінських рішень в області його формування і використання. Ефективність роботи підприємства значною мірою залежить від якості управлінських рішень, що стосуються формування прибутку підприємства.



## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

#### 2.1. Загальна характеристика діяльності підприємства

ТОВ «ЦЕТЕХНО» (Компанія «Цитрус») – перша українська спеціалізована мережа магазинів гаджетів та аксесуарів.

Історія розвитку компанії.

Компанія почало роботу у 2000-му році з оптових продаж мобільних телефонів. Перший магазин був відкритий в Одесі у 2000-му році з яскравою назвою «Zitrus» потім назва змінилася на «Citrus» і вже остаточною назвою став «Цитрус».

У 2007 році компанія починає історію інтернет-магазинів «Цитрус» з доставкою у будь який куточок країни. На той момент це був прорив серед компаній конкурентів.

У 2011 році відкривається перша точка видачі товарів з інтернет-магазину. У цей період компанія цитрус робить акцент на техніку Apple і розширює свою цільову аудиторію.

У 2014 був відкритий новий формат магазинів. У цей період клієнт вперше побачив відкрити викладку гаджетів та інтерактивних демо-зон. Вже у той період клієнти могли прийти до магазину взяти товар у руки, протестувати потрібну їм техніку. Тоді продавці почали носити замість костюмів кеди, джинси, футболки. У магазинах вже на той момент була незвичайна яскрава атмосфера, котра була так влучна до тієї новизни котру представляла собою компанія «Цитрус».

У 2014 році компанія представляє до уваги клієнтів нові товари таких марок як «Xiaomi» «Meizu». Тоді товар цих марок був ексклюзивно представлений у компанії.

У 2016 році відкрились перші точки «ЦитрусПрокату» у Одесі та Києві, у зонах відпочинку та прогулянок Аркадії та ВДНХ. Це був чудовий спосіб познайомитися з новими, незвичайними, цікавими розвагами.

Також компанія має багато додаткових послуг окрім продажу гаджетів та аксесуарів. Компанія «Цитрус» перша компанія на ринку України котра почала пропонувати послуги для своїх клієнтів під назвою «ЦитрусМайстер». Почалось все з налаштування смартфонів під клієнтів, зараз ІТ-спеціалісти компанії можуть налаштувати смартфони, ноутбуки, телевізори, годинники, ігрові консолі. Також майстри компанію можуть допомогти встановити та налаштувати Домашню техніку (Пральні машини, холодильники, кондиціонери).

Далі з'явилася така послуга як «ЦитрусОбмін», кожний клієнт може принести свій старий гаджет та обміняти його на новий.

Також «Цитрус» першим серед своїх конкурентів відкрив таку послугу як «ЦитрусАкадемія», кожен бажаючий може прийти та навчитися користуватися своїм гаджетом або, навіть, більшому.

Також компанія має нагороди за свою роботу.

У 2005 році торгова марка «Цитрус Діскаунт» була визнана Рейтингом «Народне Визнання» найкращим брендом.

У 2017 році «Вибір споживача 2017» – мережа магазинів портативної електроніки «Цитрус» номер 1.

Також у 2017 році компанія стала «Вибір року в сегменті техніки та електроніки», «Мультиканальним рітейлером року».

У 2018 році компанія потрапила до рейтингу найкращих роботодавців.

Також компанія «Цитрус» займається благодійністю, а саме: Компанія виступала спонсором наймолодшого гонщика України; подарували новий

мікроавтобус пошуковому загону «Подолоємо разом», ця організація займається пошуком зниклих дітей; зібрали 1 мільйон для дітей з особливостями у розвитку; також зібрали подарунки для дітей у дитячі будинки.

Сьогодні ТОВ «ЦЕТЕХНО» (Компанія «Цитрус») представлено 73 магазинами в обласних центрах України: Києві, Харкові, Дніпрі, Одесі, Запоріжжі, Миколаєві, Вінниці, Херсоні, Черкасах, в містах: Ізмаїлі, Чорноморську і Краматорську, а також інтернет-магазином [www.citrus.ua](http://www.citrus.ua) і 5-ма пунктами прокату персонального транспорту і 11 висококласними сервісними центрами.

Зараз компанія «Цитрус» активно розвивається та готується до відкриття нових магазинів.

В компанії працює більш ніж 4000 співробітників. Головний офіс знаходиться у місті Одеса, вулиця Маразліївська будинок 1\20.

Основний вид економічної діяльності Товариства з обмеженою відповідальністю підприємства «ЦЕТЕХНО» (КВЕД) 47.43 Роздрібна торгівля в спеціалізованих магазинах електронною апаратурою побутового призначення для приймання, запису, відтворення звуку й зображення.

Наразі компанія також веде свій ютуб канал де розповідає про новинки у сфері гаджетів. Також активно розвиває свою сторінку на фейсбуці та інстаграмі.

Директор Товариства з обмеженою відповідальністю підприємства «ЦЕТЕХНО» – Лисюк Вадим.

Основні ідентифікаційні дані Товариства з обмеженою відповідальністю підприємства «ЦЕТЕХНО» (ТОВ «ЦЕТЕХНО») наведено у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

## Характеристика компанії «ЦЕТЕХНО»

Зміст необхідних відомостей	Інформація
Повна та скорочена назва підприємства	Товариство обмеженої відповідальності «ЦЕТЕХНО»; ТОВ «ЦЕТЕХНО»
Дата реєстрації підприємства Номер реєстраційного свідоцтва	11.12.2018 430589315535
Поштова та юридична адреси	65014, м. Одеса, вул. Маразліївська, буд. 20
Код ЄДРПОУ	43058939
Вид діяльності (основний), (код галузі)	47.43 Роздрібна торгівля в спеціалізованих магазинах електронною апаратурою побутового призначення для приймання, запису, відтворення звуку й зображення
Засновник підприємства	Топал Г.І.
Форма власності	Товариство з обмеженою відповідальністю
Банківські реквізити	UA353281680000026001000005460 в ПАТ «МТБ БАНК»

*Джерело: складене автором на основі даних підприємства*

Компанія не входить до будь-яких об'єднань підприємств. Компанія не бере участі в спільній діяльності.

Метою діяльності Компанії є забезпечення економічних інтересів держави, задоволення потреб держави, населення на основі спільної діяльності, розподілу праці і кооперації. Для цього компанія здійснює реалізацію та продаж товарів.

Майно компанії складається з основних засобів, обігових коштів, сукупності речей, майнових прав, інших активів та цінностей, вартість яких відображена в балансі компанії, а також майна, що перебуває в інших осіб, за умови, що власником такого майна є компанія.

Компанія є власником:

- майна, переданого їй засновником до статутного капіталу;
- коштів, майнових і немайнових прав, цінних паперів, іншого рухомого і нерухомого майна;

- продукції, виробленої компанією у результаті господарської діяльності;
- одержаних доходів;
- капітальних вкладень;
- грошових надходжень від діяльності дочірніх підприємств компанії;
- безоплатних чи благодійних внесків, пожертвувань українських або іноземних юридичних чи фізичних осіб;
- майна, що передано дочорнім підприємствам на праці господарського відання;
- іншого майна, набутого на підставах, не заборонених законом, за час діяльності Компанії.

Здійснюючи право власності, компанія володіє, користується та розпоряджається належним їй майном, вчиняючи стосовно нього будь-які дії, що не суперечать закону та меті діяльності компанії, зокрема з продажу, дарування, обміну, передачі в оренду чи застави засобів виробництва, будинків, споруд, інших матеріальних цінностей, використання та відчуження їх в інший спосіб.

## 2.2. Аналіз показників фінансово-економічної діяльності підприємства

Для того щоб визначити прибутковість підприємства потрібно співставити показник прибутку з показником витрат ресурсів і за відносним значенням визначити рівень прибутковості підприємства.

Основою для аналізу фінансових результатів та фінансового стану ТОВ «ЦЕТЕХНО» є баланс та звіт про фінансові результати за останні чотири роки діяльності підприємства.

Динаміку показників активів ТОВ «ЦЕТЕХНО» за 2017 – 2020 р.р. представлено в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Динаміка показників активів ТОВ «ЦЕТЕХНО» станом на  
31.12.2017 - 31.12.2020 рр., тис. грн.

Показники	На 31.12 2017	На 31.12 2018	На 31.12 2019	На 31.12. 2020	Абсолютне відхилення			Відносне відхилення, %		
					2018 /2017	2019 /2018	2020/ 2019	2018/ 2017	2019/ 2018	2020/ 2019
I. Необоротні активи	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Основні засоби	-	115,5	65,1	886,3	115,5	-50,4	821,2	-	-43,6	1261,4
первісна вартість	-	138,6	138,6	1010,2	138,6	0	871,6	-	0	628,9
Знос	-	23,1	73,5	123,9	23,1	50,4	50,4	-	218,2	68,57
Усього за розділом	-	115,5	65,1	886,3	115,5	-50,4	821,2	-	-43,6	1261,44
II. Оборотні активи	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Запаси	202,5	631,5	2941,9	3233,1	429,0	2310,4	291,2	211,85	365,9	9,9
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	-	3689,0	651,1	876,4	3689,0	-3037,9	225,3	-	-82,35	34,6
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом:	-	-	69,2	143,4	0,0	69,2	74,2	-	-	107,2
у тому числі з податку на прибуток	-	-	69,2	65,1	0,0	69,2	-4,1	-	-	-5,9
Інша поточна дебіторська заборгованість	71,5	-	-	2023,2	-71,5	0,0	2023,2	-	-	-
Гроші та їх еквіваленти	20,3	329,3	33,9	222,3	309	-295,4	188,4	1522,2	-89,7	555,8
Інші оборотні активи	29,1	56,3	57,6	382,0	27,2	1,3	324,4	93,5	2,3	563,2
Усього за розділом II	323,4	4706,1	3753,7	6880,4	4382,7	-952,4	3126,7	1355,2	-20,2	83,3
Баланс	323,4	4821,6	3818,8	7766,7	4498,2	-1002,8	3947,9	1390,9	-20,8	103,4

Джерело: складене автором на основі звітності підприємства

Для оцінки оптимальності співвідношення власного і залученого капіталу використовуємо основні показники. Динаміка активів ТОВ «ЦЕТЕХНО» представлена в табл. 2.3.

Щодо необоротних активів, то можна зробити висновки, що основні засоби у 2018 році порівнюючи з 2017 роком збільшились на 115,5 тис. грн. через збільшення первісної вартості на 138,6 тис. грн. (закупівля нового обладнання) та через їх знос на 23,1 тис. грн. Порівнюючи 2019 рік з 2018 роком, можна зробити висновки, що сума основних засобів зменшились на 50,4 тис. грн. або на 43,6% через збільшення зносу на 50,4 тис. грн. Порівнюючи показники 2020 року та 2019 року, можна зазначити, що основні засоби збільшились на 821,2 тис. грн. або на 1261,4% через збільшення первісної вартості на 871, тис. грн. та зносу на 50,4 тис. грн.

Щодо оборотних активів, то у 2020 році вони збільшились порівняно з 2019 роком. Це говорить про те, що ТОВ «ЦЕТЕХНО» не ефективно використовувало оборотні активи, що призвело до збільшення дебіторської заборгованості.

Розглянемо в розрізі оборотні активи. Запаси у 2018 році порівнюючи з 2017 роком збільшились на 429 тис. грн або на 211,85%, через розширення масштабів діяльності. У 2019 році, порівнюючи з 2018 роком, запаси збільшились на 365,9% або на 2310,4 тис. грн. через те, що фірма прагнула захистити кошти від знецінювання внаслідок інфляції. У 2020 році збільшились запаси порівнюючи з 2019 роком на 9,9% або на 211,85 тис. грн. знову через збільшення масштабів діяльності.

Дебіторська заборгованість у 2019 році порівнюючи з 2018 роком зменшилась на 82,35% внаслідок зміни умов роботи з постачальниками та клієнтами, а саме, встановлення жорсткого терміну поставки обладнання та терміну оплати товару клієнтами. У 2020 році порівнюючи з 2019 роком збільшилась дебіторська заборгованість на 34,6% через залучення нових клієнтів, для яких запропоновано більш лояльні умови терміну сплати товарів.

Оборотні активи перевищують необоротні активи за весь період аналізу – це означає, що підприємство ТОВ «ЦЕТЕХНО» має досить мобільну структуру активів, яке сприяє прискоренню оборотності коштів підприємства.

Розглянемо структуру активів балансу за 2017-2020 роки (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

## Структура показників активів ТОВ «ЦЕТЕХНО»

станом на 31.12.2017-31.12.2020 рр., %

Показники	На 31.12. 2017	На 31.12. 2018	На 31.12. 2019	На 31.12. 2020
I. Необоротні активи	-	-	-	-
Основні засоби	-	2,00	2,00	11,00
первісна вартість	-	3,00	4,00	13,00
Знос	-	0,48	2,00	2,00
Усього за розділом I	-	2,00	2,00	11,00
II. Оборотні активи	-	-	-	-
Запаси	62,62	13,09	77,04	41,62
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	22,11	76,5	17,05	11,00
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом:	-	-	2,00	2,00
у тому числі з податку на прибуток	-	-	2,00	1,00
Гроші та їх еквіваленти	6,28	7,00	0,89	3,00
Інші оборотні активи	9,00	1,17	2,00	5,00
Усього за розділом II	100,00	98,00	98,00	89,00
Баланс	100,00	100,00	100,00	100,00

*Джерело: складене автором на основі звітності підприємства*

Щодо структури активів, то можна визначити те, що їх більшу частку займають оборотні активи. Так у 2017 році оборотні активи становили 100% всіх активів, більшу частку з них становили запаси (62,62%) та інша поточна дебіторська заборгованість (22,11%). У 2018 та у 2019 роках оборотні активи становили вже 98%, де їх більшу частину займали у 2018 році дебіторська заборгованість, а у 2019 році – запаси. Необоротні активи у 2018 та 2019 роках становили 2% від загальної кількості активів. У 2020 році частка оборотних активів значно зменшилась, і становила 89% загальних активів через значне



зменшення запасів та дебіторської заборгованості, а необоротні активи становили вже 11% всіх активів.

Також необхідно проаналізувати динаміку показників пасивів ТОВ «ЦЕТЕХНО» (табл. 2.4).

Аналізуючи табл. 2.4 можна зазначити, що у грошовому виразі найбільш позитивний показник власного капіталу був у 2020 році, у 2018 році порівняно з 2017 роком цей показник покращився на 1645,8%, або на 452,6 тис. грн., це відбулося через стрімке зростання нерозподіленого прибутку, що свідчить про збільшення рівня прибутковості даного підприємства.

Порівнюючи 2019 рік з 2018 роком, зазначимо, що спостерігається збільшення власного капіталу всього на 32,6 тис. грн. або на 6,8%, оскільки рівень нерозподіленого прибутку майже не зріс. Порівнюючи 2020 рік з 2019 роком, визначаємо, що сума власного капіталу зросла на 70% або на 358,4 тис. грн., яке характеризується найбільшою сумою нерозподіленого прибутку за останні 3 роки, це свідчить про те, що фірма мала значний дохід.

Довгострокові зобов'язання спостерігаються тільки у 2020 році та становили 451 тис. грн. Вони з'явилися через не вірне складання акту звірки з постачальником, що призвело до втрати часу на виявлення помилки та проплати за обладнання.

Поточні зобов'язання у 2018 році порівнюючи з 2017 роком збільшились на 4045,7 тис. грн. або на 1371,9% через зобов'язання за товари, роботи, послуги та ін.

У 2019 році, порівнюючи з 2018 роком, поточні зобов'язання зменшились на 23,9% або на 1035,5 тис. грн. завдяки своєчасній поставці обладнання та виконання робіт, послуг. У 2020 році знову поточні зобов'язання підприємства ТОВ «ЦЕТЕХНО» збільшились порівняно з 2019 роком на 95% або на 3138,5 тис. грн.

Таблиця 2.4

Показники пасивів балансу підприємства ТОВ «ЦЕТЕХНО»  
за 2017 -2020 рр., тис. грн.

Пасив	На	На	На	На	Абсолютне відхилення			Відносне відхилення, %		
	31.12. 2017	31.12. 2018	31.12. 2019	31.12. 2020	2018 /2017	2019 /2018	2020/ 2019	2018 /2017	2019 /2018	2020/ 2019
I. Власний капітал	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Зареєстрований капітал	1,0	1,0	1,0	1,0	0	0	0	0	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	27,5	480,1	512,7	871,1	452,6	32,6	358,4	1645,8	6,8	70,00
Усього за розділом I	28,5	481,1	513,7	872,1	452,6	32,6	358,4	1588,1	6,8	70,00
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення	-	-	-	451,0	0	0	451,0	-	-	-
Усього за розділом II	-	-	-	451,0	0	0	451,0	-	-	-
III. Поточні зобов'язання і забезпечення	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
товари, роботи, послуги	243,8	4275,1	2440,0	5612,7	4031,3	-1835,1	3172,7	1653,5	-42,9	130,00
розрахунками з бюджетом	-	-	21,7	0,2	0	21,7	-21,5	-	-	-99,1
Інші поточні зобов'язання	51,1	65,4	843,4	828,4	14,3	778	-15	28	1189,6	-1,8
Розрахунки зі страхування	-	-	-	2,3	0	0	2,3	-	-	0
Усього за розділом III	294,9	4340,6	3305,1	6443,6	4045,7	-1035,5	3138,5	1371,9	-23,9	95,00
Баланс	323,4	4821,6	3818,8	7766,7	4498,2	-1002,8	3947,9	1390,9	-20,8	103,4

*Джерело: складене автором на основі звітності підприємства*

Необхідно відзначити, що в пасивах спостерігається перевищення питомої ваги поточних зобов'язань і забезпечень над власним капіталом, це свідчить про те, що підприємство має не стійкий фінансовий стан і залежне від зовнішніх фінансових джерел.

Таблиця 2.5

Структура пасиву балансу підприємства ТОВ «ЦЕТЕХНО»  
за 2017-2020 рр., %

Пасив	На 31.12. 2017	На 31.12. 2018	На 31.12. 2019	На 31.12. 2020
I. Власний капітал	-	-	-	-
Зареєстрований капітал	0,31	0,02	0,03	0,01
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	8,50	9,96	13,43	11,22
Усього за розділом I	8,81	9,98	13,46	11,23
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення	-	-	-	5,81
Усього за розділом II	-	-	-	5,81
III. Поточні зобов'язання і забезпечення	-	-	-	-
товари, роботи, послуги	75,34	88,66	63,89	72,27
розрахунками з бюджетом	-	-	0,57	0,003
Інші поточні зобов'язання	15,85	1,36	22,08	10,67
Розрахунки зі страхування	-	-	-	0,03
Усього за розділом III	91,19	90,02	86,54	82,96
Баланс	100	100	100	100

*Джерело: складене автором на основі звітності підприємства*

Отже, структуру пасиву більше займають поточні зобов'язання і забезпечення, що є негативним результатом і свідчить про неправильне введення діяльності ТОВ «ЦЕТЕХНО». У 2017 році власний капітал складав 8,81%, поточні зобов'язання – 91,19% всіх пасивів. У 2018 році власний капітал складав 9,98%, поточні зобов'язання – 90,02% від всієї вартості пасивів балансу, що свідчить про покращення результатів. У 2019 році власний капітал складав 13,46% від пасивів, а поточні зобов'язання – 86,54%. У 2020 році власний капітал складав 11,23% від пасивів, довгострокові зобов'язання і забезпечення – 5,81%, а поточні зобов'язання – 82,96%. Отже, з кожним роком показники постійно покращувались, що свідчить про правильне використання активів для зменшення зобов'язань.

Коефіцієнт рентабельності діяльності ТОВ «ЦЕТЕХНО» з кожним роком погіршувався, незважаючи на те, що чистий прибуток та чиста виручка

збільшилась у 2020 році порівняно з 2019. Показники рентабельності представлено в табл. 2.6.

Таблиця 2.6  
Показники рентабельності ТОВ «ЦЕТЕХНО» за 2018-2020 рр.

Показники	2018	2019	2020	Відхилення, +/-		*
				2019	2020	
Коефіцієнт рентабельності активів	0,19	0,036	0,042	-0,154	+0,006	> 0 збільшення
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	1,88	0,31	0,35	-1,57	+0,04	> 0 збільшення
Коефіцієнт рентабельності діяльності	0,027	0,013	0,009	-0,014	-0,004	< 0 зменшення

*Джерело: складене автором на основі звітності підприємства*

2.3. Аналіз формування, розподілу та використання прибутку підприємства

На етапі сучасного економічного розвитку в умовах самостійності підприємств великого значення набуває реалізація принципу самофінансування. Фінансові результати забезпечують зміцнення бюджету держави, сприяють інвестиційній привабливості, діловій активності підприємств у виробничій і фінансовій сфері. Фінансові результати характеризують всі сторони фінансово-господарської діяльності підприємства.

Для аналізу фінансових результатів необхідно зробити аналіз чистого доходу та чистого прибутку ТОВ «ЦЕТЕХНО» (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Аналіз фінансових результатів ТОВ «ЦЕТЕХНО» за 2017-2020 рр.

Стаття	2017	2018	2019	2020	Відхилення, +/-		
	Роки				2018	2019	2020
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	1159,7	17967,8	12217,4	28201,0	16808,1	-5750,2	15983,6
Прибуток	54,8	480,1	154,9	242,0	425,3	-325,2	87,1

Аналіз фінансових результатів ТОВ «ЦЕТЕХНО» за 2017-2020 рр. (табл. 2.7) виявив, що чистий дохід підприємства разом з чистим прибутком із року в рік збільшувався. Лише у 2019 році прибуток та чистий дохід зменшився у порівнянні з 2018 роком. Це сталося через зниження попиту через економічну ситуацію в країні, а також через зменшення купівельної спроможності населення. Збільшення значень цих показників у 2020 році в порівнянні з 2019 роком свідчить про правильний напрямок роботи підприємства.

Коефіцієнт автономії:

$$Ka = \text{Власний капітал} / \text{Валюта баланса} \quad (2.1)$$

$$Ka_{2017} = 28,5 / 323,4 = 0,088$$

$$Ka_{2018} = 481,1 / 4821,6 = 0,10$$

$$Ka_{2019} = 513,7 / 3818,8 = 0,135$$

$$Ka_{2020} = 872,1 / 7766,7 = 0,112$$

Найкращим цей показник був у 2019 році через меншу кількість поточних зобов'язань, але все таки підприємство залежить від позикових коштів.

Коефіцієнт фінансової залежності:

$$Kфз = \text{Валюта баланса} / \text{Власний капітал} \quad (2.2)$$

$$Kфз_{2017} = 323,4 / 28,5 = 11,35$$

$$Kфз_{2018} = 4821,6 / 481,1 = 10,02$$

$$Kфз_{2019} = 3818,8 / 513,7 = 7,43$$

$$Kфз_{2020} = 7766,7 / 872,1 = 8,91$$

Таким чином, на 1 грн. власних коштів припадає загальна вартість майна у 2017 році 11,35 грн., 2018 році 10,02 грн., 2019 році 7,43 грн., а у 2020 році 8,91 грн.

Виходячи з розрахунків можна сказати що власники самі повністю на фінансують своє підприємство, а залучають позикові кошти.

Коефіцієнт маневреності власних коштів:

$$K_m = (BK + \text{Довгострокові зобов'язання} - \text{Необоротні активи}) / BK \quad (2.3)$$

$$K_{m2017} = 28,5/28,5=1$$

$$K_{m2018} = (481,1-115,5)/481,1= 0,76$$

$$K_{m2019} = (513,7-65,1)/513,7= 0,87$$

$$K_{m2020} = (871,1+451,0-886,3)/871,1= 0,5$$

Отримані значення свідчать про достатність власних фінансових ресурсів для фінансування оборотних активів. Але у 2018 та 2020 роках ці показники погіршились через збільшення необоротних активів.

Занесемо отримані результати до таблиці 2.8 та розрахуємо відхилення цих показників.

Таблиця 2.8

Показники фінансової стійкості ТОВ «ЦЕТЕХНО» за 2017-2020 рр.

Показники	Значення станом на 31 грудня				Відхилення, +/-			*
	2017	2018	2019	2020	2018	2019	2020	
Коефіцієнт автономії	0,09	0,10	0,14	0,11	+0,01	+0,4	-0,03	> 0,5
Коефіцієнт фінансової залежності	11,35	10,02	7,43	8,91	-1,33	-2,59	+1,48	< 0,5
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	1,00	0,76	0,87	0,5	-0,24	+0,11	-0,37	> 0,2

*Джерело: складене автором на основі звітності підприємства*

Коефіцієнт ліквідності:

$$K_{gl} = \text{Грошові кошти} / \text{Поточні зобов'язання} \quad (2.4)$$

$$K_{gl2017} = 20,3/294,9=0,069$$

$$K_{gl2018} = 329,3/4340,6=0,076$$

$$K_{gl2019} = 33,9/3305,1=0,01$$

$$K_{gl2020} = 222,3/6443,6=0,03$$

Таким чином, можна сказати що підприємство за 4 роки не мало можливості повністю ліквідувати свої короткострокові заборгованості.

Коефіцієнт поточної ліквідності:

$$K_{п} = \text{Сума оборотних активів} / \text{Поточні зобов'язання} \quad (2.5)$$

$$K_{п2017} = 323,4 / 294,9 = 1,1$$

$$K_{п2018} = 4706,1 / 4340,6 = 1,08$$

$$K_{п2019} = 3753,7 / 3305,1 = 1,14$$

$$K_{п2020} = 6880,4 / 6443,6 = 1,07$$

Отже, підприємство здатне покрити свої короткострокові зобов'язання оборотними активами. Але, цей показник у 2018 та 2020 роках погіршився через збільшення поточних зобов'язаностей, а саме через кредиторську заборгованість за товари та послуги.

Коефіцієнт швидкої ліквідності:

$$K_{шл} = \text{Грошові кошти} / \text{короткострокові зобов'язання} \quad (2.6)$$

$$K_{шл2017} = 20,3/294,9 = 0,069$$

$$K_{шл2018} = 329,3/4340,6 = 0,076$$

$$K_{шл2019} = 33,9/3305,1 = 0,01$$

$$K_{шл2020} = 222,3/6443,6 = 0,03$$

Як бачимо, підприємство не в змозі погасити свої короткострокові зобов'язання за рахунок грошових коштів. Це говорить про те, що підприємство має низькі надходження порівняно з зобов'язаннями.

Чистий оборотний капітал:

$$Чок = \text{Оборотні активи} - \text{Короткострокові зобов'язання} \quad (2.7)$$

$$Чок_{2017} = 323,4 - 294,9 = 28,5 \text{ тис. грн.}$$

$$Чок_{2018} = 4706,1 - 4340,5 = 365,6 \text{ тис. грн.}$$

$$\text{Чок}_{2019} = 3753,7 - 3305,1 = 448,6 \text{ тис. грн.}$$

$$\text{Чок}_{2020} = 6880,4 - 6443,6 = 436,8 \text{ тис. грн.}$$

З огляду на невелику суму поточних зобов'язань на підприємстві даний показник є досить великим, що характеризує спроможність підприємства сплачувати свої поточні зобов'язання та розширювати подальшу діяльність.

Занесемо отримані дані до табл. 2.9 та порахуємо відхилення.

Таблиця 2.9

## Показники ліквідності ТОВ «ЦЕТЕХНО» 2017-2020 рр.

Показники	2017	2018	2019	2020	Відхилення, +/-			*
					2018	2019	2020	
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,07	0,08	0,01	0,03	+0,01	-0,07	-0,02	> 0,2
Коефіцієнт покриття (поточна ліквідність)	1,10	1,08	1,14	1,07	-0,02	+0,06	-0,07	>1
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,069	0,076	0,01	0,03	+0,007	-0,066	+0,02	> 0,7
Чистий оборотний капітал, тис. грн.	28,50	365,60	448,6	436,8	+337,00	+83,0	-11,80	>0

*Джерело: складене автором на основі звітності підприємства*

Коефіцієнт оборотності активів характеризує ефективність використання підприємством усіх наявних ресурсів, незалежно від джерел їх залучення.

$$\text{Коа} = \text{Чиста виручка} / \text{середня величина підсумку балансу} \quad (2.8)$$

$$\text{Коа}_{2018} = 17967,8 / ((323,4 + 4821,6) / 2) = 6,98$$

$$\text{Коа}_{2019} = 12217,4 / ((4821,6 + 3818,8) / 2) = 2,83$$

$$\text{Коа}_{2020} = 28201,0 / ((3818,8 + 7766,7) / 2) = 4,87$$

Отже, бачимо що показник оборотності активів у 2019 році мав негативну тенденцію до спаду. Це свідчить про те, що підприємство неефективно використовувало усі наявні ресурси, а вже в 2020 року цей показник зріс, що свідчить про правильне використання ресурсів.



Коефіцієнт оборотності основних засобів:

$$\text{Коб ОЗ} = \text{Чиста виручка} / \text{Середня вартість ОЗ} \quad (2.9)$$

$$\text{Кооз2018} = 17967,8 / ((115,5/2)) = 311,13$$

$$\text{Кооз2019} = 12217,4 / ((115,5+65,1)/2) = 135,3$$

$$\text{Кооз2020} = 28201,0 / ((65,1+886,3)/2) = 59,28$$

Цей показник має тенденцію до спаду, що є негативним результатом, і свідчить про те, що ТОВ «ЦЕТЕХНО» не ефективно використовує основні засоби. У 2019 році цей показник порівняно з 2018 роком знизився аж на 175,83, оскільки залучення нових основних засобів у 2019 році порівняно з 2018 було не значним, але зросли амортизаційні витрати.

2020 рік характеризується приростом основних засобів та, відповідно, приростом амортизаційних витрат.

Коефіцієнт оборотності власного капіталу показує ефективність використання власного капіталу підприємства.

$$\text{Коб. вк} = \text{Чиста виручка} / \text{Середня величина Вк} \quad (2.10)$$

$$\text{Ковк 2018} = 17967,8 / ((28,5+481,1)/2) = 10,52$$

$$\text{Ковк 2019} = 12217,4 / ((481,1+513,7)/2) = 24,56$$

$$\text{Ковк 2020} = 28201,0 / ((513,7+872,1)/2) = 40,7$$

Виходячи з розрахунків, можемо зробити висновки, що ТОВ «ЦЕТЕХНО» удосконалює показники ділової активності, що є позитивною тенденцією.

Показники ділової активності ТОВ «ЦЕТЕХНО» за 2018-2020 рр. узагальнено в табл. 2.10.

Таблиця 2.10

Показники ділової активності ТОВ «ЦЕТЕХНО» за 2018-2020 рр.

Показники	2018	2019	2020	Відхилення,	*	
				+/-	2019	2020
Коефіцієнт оборотності активів	6,98	2,83	4,87	-4,15	+2,04	збільшення
Коефіцієнт оборотності основних засобів	311,13	135,3	59,28	-175,83	-76,02	збільшення
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	10,52	24,56	40,7	+14,04	+16,14	збільшення

*Джерело: розраховано автором на основі звітності підприємства*

Коефіцієнт рентабельності активів характеризує ефективність використання активів підприємства.

$$Кра = \text{Чистий прибуток} / \text{Середньорічна вартість активів} \quad (2.11)$$

$$Кра_{2018} = 480,1 / ((323,4 + 4821,6) / 2) = 0,19$$

$$Кра_{2019} = 154,9 / ((4821,6 + 3818,8) / 2) = 0,036$$

$$Кра_{2020} = 242,0 / ((3818,8 + 7766,7) / 2) = 0,042$$

Даний показник хоч і має позитивне, але зовсім невелике значення. Це свідчить про низьку раціональність використання активів досліджуваного підприємства.

Коефіцієнт рентабельності власного капіталу характеризує ефективність вкладення коштів щодо даного підприємства.

$$Крвк = \text{Чистий прибуток} / \text{Середньорічна вартість власного капіталу} \quad (2.12)$$

$$Крвк_{2018} = 480,1 / ((28,5 + 481,1) / 2) = 1,88$$

$$Крвк_{2019} = 154,9 / ((481,1 + 513,7) / 2) = 0,31$$

$$Крвк_{2020} = 242,0 / ((513,7 + 872,1) / 2) = 0,35$$

Для ТОВ «ЦЕТЕХНО» цей показник є досить високим у 2018 році, що свідчить про ефективне вкладення коштів в підприємство, а з 2019 року цей

показник істотно зменшився через зменшення чистого прибутку, але при цьому рентабельність власного капіталу у 2020 році на рівні 35% свідчить про ефективність його використання.

3. Коефіцієнт рентабельності діяльності характеризує ефективність господарської діяльності підприємства.

$$\text{Крд} = \text{Чистий прибуток} / \text{Чиста виручка} \quad (2.13)$$

$$\text{Крд}_{2018} = 480,1/17967,9 = 0,027$$

$$\text{Крд}_{2019} = 154,9/12217,4 = 0,013$$

$$\text{Крд}_{2020} = 242,0/28201,0 = 0,009$$

Отже, аналізуючи всі вище розраховані показники, можна зробити висновки.

Чистий дохід та прибуток значно знизився у 2019 році через різкий спад попиту внаслідок нестабільної економічної ситуації в країні. Також, збільшились поточні зобов'язання перед клієнтами через те, що постачальники з інших міст та країн не в змозі були своєчасно транспортувати товари через тривалі перевірочні пункти на в'їзді в міста України, що значно погіршило роботу компанії, та значно зменшило її дохід, через що фірма не в змозі була погасити власними силами всі борги. За рахунок власних грошових коштів підприємство мало змогу покрити тільки 1% короткострокових боргів у 2020 році. Ситуація 2018 та 2019 роках була дещо кращою.

Чистий оборотній капітал збільшувався до 2019 року, що свідчить про те, що підприємство правильно використовувала оборотні кошти.

З приводу рентабельності діяльності ТОВ «ЦЕТЕХНО», то цей показник у 2018 році складав 2,7%, у 2019 році – 1,3%, у 2020 році – 0,9%. На перший погляд підприємство є не надто рентабельним, але треба зауважити той факт, що 2020 рік став позитивним у роботі підприємства, оскільки чистий дохід зріс у 2,3 рази, а чистий прибуток у 1,56 разів, що дає можливість покрити всі зобов'язання у 2020 році, та в майбутньому використовувати тільки власні

джерела фінансування, що поліпшить всі показники діяльності ТОВ «ЦЕТЕХНО».

## Висновки до розділу 2.

Для дослідження теми дипломної роботи, а саме «Управління прибутком підприємства в сучасних умовах господарювання» проаналізовано фінансово-економічні показники підприємства ТОВ «ЦЕТЕХНО».

Другий розділ дипломної роботи допоможе дослідити загальну характеристику підприємства, проаналізувати внутрішнє середовище підприємства, а також оцінити показники рентабельності та прибутковості підприємства.

Підприємство ТОВ «ЦЕТЕХНО» засновано у 2000 році. ТОВ «ЦЕТЕХНО» – це перша спеціалізована мережа магазинів гаджетів та аксесуарів, є однією з найбільших мереж магазинів України. Окрім гаджетів та аксесуарів пропонує повний спектр послуг для налаштування гаджетів, а також для навчання клієнтів.

На ринку роздрібного ритейлу існує велика конкуренція. Підприємство ТОВ «ЦЕТЕХНО» є однією з лідерів на ринку гаджетів та аксесуарів на ринку України.

Було проведено аналіз діяльності ТОВ «ЦЕТЕХНО», здійснено оцінку прибутковості та рентабельності підприємства, досліджено динаміку більшості показників протягом 2017-2020 років. Згідно з проведеним аналізом можна зробити висновок, що підприємство має значний потенціал.

Найсильнішими сторонами підприємства є великий асортимент товару, висока репутація на ринку.

Виходячи з аналізу результатів фінансової діяльності підприємства зазначено, що майже всі показники із року в рік зростають, це показує надійність підприємства для інвесторів та кредиторів.

### РОЗДІЛ 3

## НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

#### 3.1. Формування та реалізація політики зростання доходів підприємства

Підприємство здійснює свою діяльність з метою отримання доходу. Дохід є дуже важливим для підприємства так як являє собою основу для самофінансування діяльності підприємства, але за умови того, що розмір доходу буде достатнім для покриття витрат та формування чистого доходу.

Отримання доходу є обов'язковою умовою діяльності підприємства, так як являється джерелом розвитку підприємства. Отриманий дохід свідчить про фінансові результати діяльності підприємства, а також свідчить про те, що на продукцію, яку пропонує підприємство, є попит.

Дохід – це всі грошові кошти, виручені підприємством за продаж продукції та послуг.

Бухгалтерське трактування поняття «дохід» викладено в НП(С) БО1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [6].

Методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про доходи підприємства та її розкриття у фінансовій звітності визначає Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід».

У П(С)БО 15 «Дохід» зазначено, що дохід – це збільшення активу або зменшення зобов'язання, що зумовлює зростання власного капіталу ( за винятком зростання капіталу за рахунок внесків учасників підприємства), за умови, що оцінка доходу може бути достовірно визначена [41].

У МСБО 18 «Дохід», дохід – це валове надходження економічних вигід протягом періоду, що виникає в ході звичайної діяльності суб'єкта

господарювання, коли власний капітал зростає в результаті цього надходження, а не в результаті внесків учасників власного капіталу [42].

У Податковому кодексі України зазначено, що дохід – загальна сума доходу платника податку від усіх видів діяльності, отриманого (нарахованого) протягом звітного періоду у грошовій, матеріальній або нематеріальній формах як на території України, так і за її межами [43].

Також поняття дохід тлумачили і науковці. Визначення науковців наведено у табл. 3.1.

Таблиця 3.1

## Визначення категорії доходу

Автор	Тлумачення економічної сутності доходу
Бутинець Ф.Ф. [44]	Дохід є потоком грошових коштів та інших надходжень за певний період, отриманий від продажу продукції, товарів, робіт, послуг.
Блонська В.І. [45]	Дохід підприємства – це надходження, одержані внаслідок його господарської діяльності за певний період часу у вигляді конкретних економічних вигод, отриманих внаслідок використання у господарському процесі залучених для цього економічних ресурсів в умовах прийнятного рівня підприємницького ризику.
Волков О. І. [46]	Дохід підприємства – це приріст суми грошей над їх витратами на спожиті в процесі виробництва засоби, який отримує підприємство від реалізації новоствореної вартості.
Грузінов В.П. [47]	Дохід підприємства складається з виручки від реалізації продукції (робіт, послуг), основних засобів (зайвих) й іншого майна підприємства, а також з доходів від позареалізаційних операцій.
Камінська Т.Г. [48]	Доходами організації визнаються збільшення економічних вигод протягом звітного періоду внаслідок надходження активів і / або підвищення їх вартості, і / або зменшення зобов'язань, які приводять до збільшення капіталу організації, за винятком внесків власників.

## Продовження таблиці 3.1

Продіус Ю.І. [49]	Дохід – це виручка від реалізації продукції (робіт, послуг) за вирахуванням матеріальних витрат. Він є грошовою формою чистої продукції підприємства, тобто охоплює оплату праці та прибуток.
Пономарьов Ю.В. [50]	Дохід підприємства – це виторг з реалізації продукції, послуг та виконання робіт без урахування податку на додану вартість та акцизного збирання.
Швабій К.І. [51]	Дохід підприємства – це збільшення економічних вигід внаслідок надходження активів і/або погашення зобов'язань, що приводить до зростання капіталу організації, за винятком внесків учасників, та отримане внаслідок використання в господарському процесі залучених для цього економічних ресурсів та конкурентних переваг в умовах прийнятного рівня підприємницького ризику.

*Джерело: складене автором на основі [44-51]*

Як видно з табл. 3.1 у сучасних джерелах значення доходу не набуло чіткого формулювання в економічних джерелах, нормативних документах, звітності підприємств та організацій. Найпоширенішим серед економістів стало визначення поняття «дохід підприємства» як суми виручки від реалізації продукції і майна, а також від здійснення позареалізаційних операцій.

У сучасних умовах термін «дохід» набуває більш ширшого значення: дохід – є основним джерелом прибутку; дохід це складна за структурою категорія, що вимагає теоретичного та методологічного уточнення.

З метою визнання доходу та визначення його суми розрізняють такі види:

1. Дохід від реалізації продукції.
2. Дохід від реалізації інших активів, придбаних з метою продажу.
3. Дохід від використання активів підприємства іншими фізичними та юридичними особами, метою яких є отримання дивідентів ті відсотків.

У П(с)БО 15 «Дохід» зазначено, що доходи класифікуються в бухгалтерському обліку за такими групами:

1. Дохід від реалізації продукції.
2. Чистий дохід від реалізації продукції.
3. Інші операційні доходи.
4. Фінансові доходи.

Доходи виникають у результаті діяльності підприємства, тому їх можна класифікувати відповідно за видом діяльності, у результаті якого вони виникли.

Цю класифікацію розглянуто на рис. 3.1.

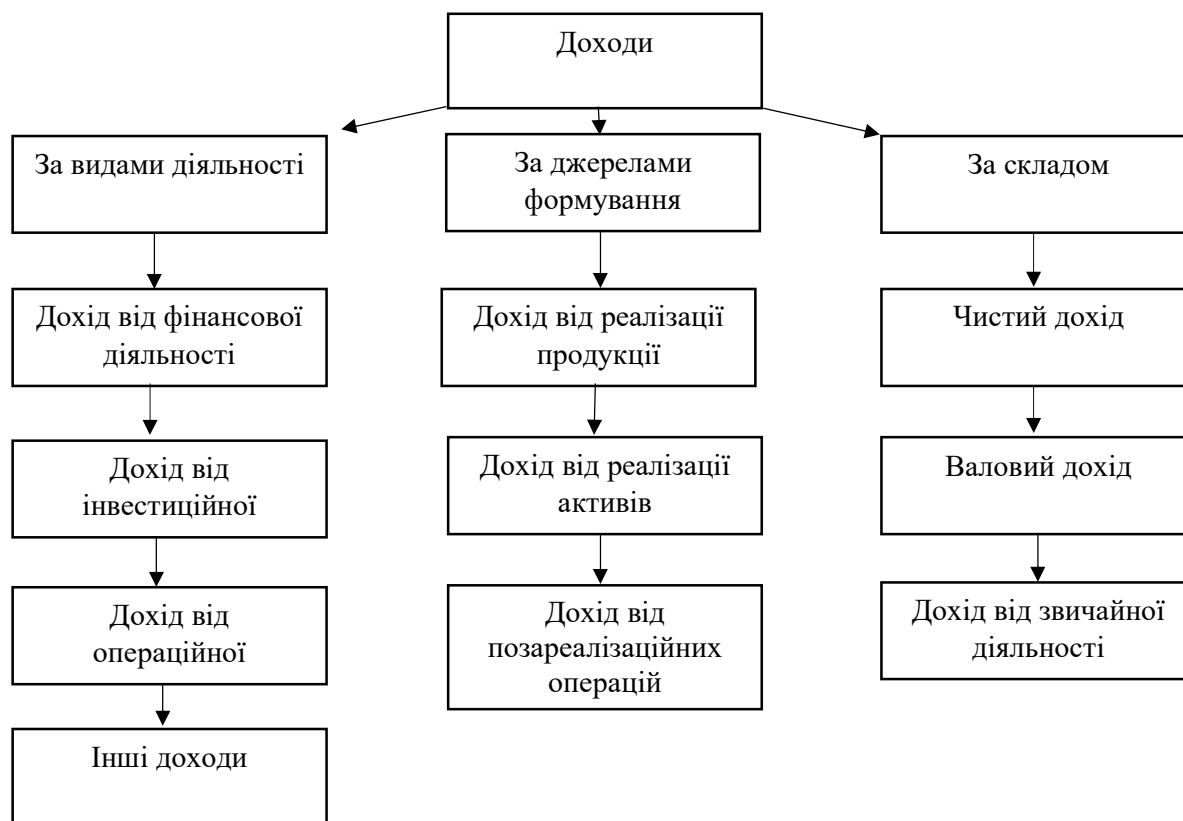


Рис. 3.1. Класифікація та складові доходів підприємства

*Джерело: складене автором на основі [52]*

На підприємстві потрібно приділяти велику увагу аналізу, планування та розподілу доходу. Але на величину доходу впливають різноманітні чинники. Ці чинники можна поділити на дві групи зовнішні та внутрішні, їх розглянуто на рис.3.2.



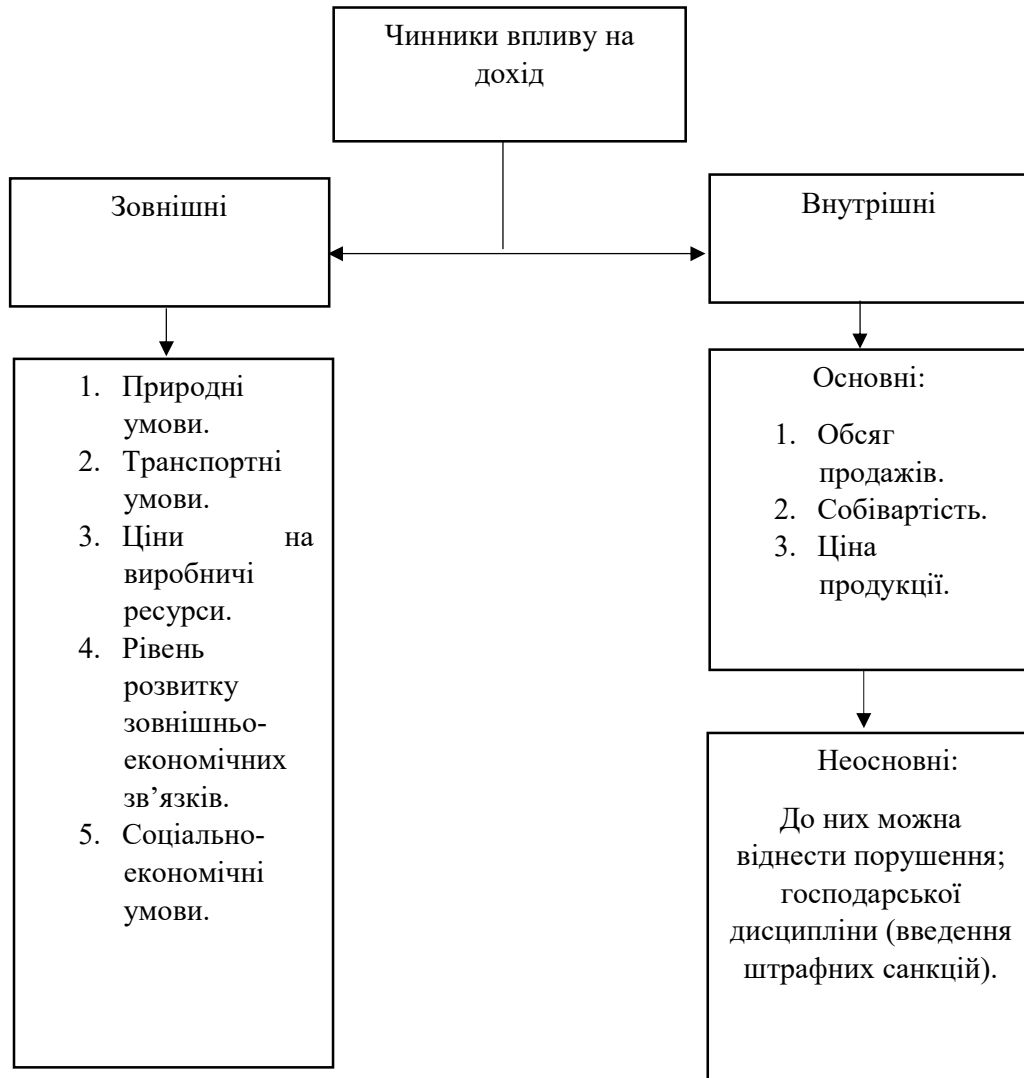


Рис. 3.2. Чинники впливу на дохід підприємства

*Джерел: складене автором на основі [53]*

Пошук резервів підвищення прибутку може здійснюватися у три етапи [54, с.9]:

- аналітичний (вияв і кількісне оцінювання резервів);

- організаційний (розробка комплексу інженерних, соціальних, організаційних, технічних та економічних заходів, які забезпечують використання виявленого резерву);

- функціональний (практичне втілення заходів та контроль за здійсненням).

На кожному підприємстві для покращення рівня доходності можна проводити такі заходи:

1. Організаційні.
2. Технічні.
3. Економічні.

До організаційних належать: удосконалення виробничої структури та удосконалення організаційної структури управління. До технічних можна віднести: вдосконалення товарів, які виробляє підприємство, переозброєння виробництва, оновлення технологічної бази. До економічних відноситься: удосконалення тарифної системи, форми і системи оплати праці.

Отже, резервами збільшення доходності є:

1. Механізація виробництва. Це, у свою чергу, дасть можливість зменшити витрати на оплату праці, так як при механізованому виробництві зменшується потреба у персоналі. Через нове устаткування можна збільшити обсяг продукції, що призведе до зниження витрат в розрахунку на одиницю продукції. Але після того підприємству потрібно буде виходити на нові ринки збуту продукції в Україні та за кордоном [55, с. 65].

2. Зниження витрат на собівартість продукції. На зниження собівартості продукції впливає економія матеріальних, фінансових ресурсів. Скорочення витрат на обслуговування виробництва, керування та інших непродуктивних витрат. Необхідно регулярно здійснювати інвентаризацію запасів на устаткування з метою ліквідації надлишків. Ці надлишки необхідно продавати за ринковими цінами [56, с. 12].

3. Удосконалення засобів виробництва, яке включає в себе впровадження нової техніки, впровадження новітніх матеріалів.

4. Збільшення ціни включає підняття цін на продукцію, підняття рівня продажів, збільшення різниці ціни та собівартості продукції.

Також важливо застосовувати правильну тактику ціноутворення.

У цінах обов'язково потрібно відображати суспільно необхідні витрати на виробництво, реалізацію продукції, якість та платоспроможний попит. Від правильності розрахунку ціни залежить обсяг отриманого доходу, ліквідність підприємства то його фінансовий стан [57, с. 43].

5. Одночасне збільшення ціни та зменшення собівартості продукції.

6. Збільшення обсягу випуску продукції, яке тягне за собою збільшення суми одержаного доходу підприємства.

Також до резервів збільшення дохідності можна віднести більш повне використання вторинних ресурсів та попутних продуктів [58, с. 12].

Потребують постійного вдосконалення також нормативи й технічно обґрунтовані норми. Своєчасне вдосконалення таких нормативів впливає на оплату праці та ціноутворення, тому що виявлення резервів призводить до зниження суспільно-необхідних витрат робітників.

Також для підвищення дохідності підприємства доцільно правильно вести маркетингову діяльність. Практика показує, що без правильного ведення маркетингу новий товар не буде знаходити свого покупця. Тому у ринковій системі господарювання слід велику увагу приділяти маркетинговій діяльності підприємства [57, с. 43].

### 3.2. Розробка заходів щодо скорочення витрат підприємства

Політичні ризики, війна, уповільнення росту і недостатні резерви досі тяжіють над кредитним прогнозом для країни. Перспектива ризику дефолту України в найближчі три роки становить 17,8% – третє місце у світі після Греції

та Венесуели [59]. Такий стан економіки України дуже сильно позначився на економічному розвитку та фінансовій стабільності підприємств. На сьогодні більша частина бізнесу прагне до скорочення витрат, але до цього питання потрібно відноситися уважно. Невірно обрана стратегія скорочення витрат може привести до відтоку професійних та кваліфікованих кадрів, погіршення якості продукції, скорочення попиту.

Ефективність роботи підприємства залежать від ступеня його економічної самостійності. Кожне підприємство має розробити, а потім й застосувати управлінські рішення, які сприяють максимізації отриманого прибутку.

Актуальність розробки шляхів скорочення витрат все більше зростає, так як спостерігається значна тенденція до збільшення величини витрат підприємства. Це пов'язано із зростанням вартості матеріалів, напівфабрикатів, електроенергії та палива.

Розробка заходів щодо скорочення витрат повинна бути частиною стратегії збільшення дохідності підприємства.

Для забезпечення виробничо-господарської діяльності підприємства з оптимальними витратами необхідно розробити відповідну стратегію скорочення витрат.

Стратегію скорочення витрат необхідно створювати на підприємствах через те, що ринкове середовище нестабільне та не має точних прогнозів на майбутнє, а також на даний момент є поширені кризи.

Тому крім чинників збільшення обсягів виробництва продукції треба розглядати чинники зниження витрат підприємства.

Витрати являють собою величину матеріальних, фінансових, трудових ресурсів, які було спожито підприємством в результаті здійснення господарської діяльності, спрямованої на отримання прибутку та збільшення загального добробуту власників.

З іншого боку витрати являють собою вибуття активів або збільшення зобов'язань, що проявляється у вигляді зменшення власного капіталу.

У діяльності підприємства є доцільним використання класифікації витрат для формування стратегій зниження витрат [60].

Для більш глибокого розуміння сутності витрат необхідно знати їх різновиди. В загальному вигляді витрати можна поділити на два класи. Загальна класифікація витрат представлена на рис. 3.3 [61].

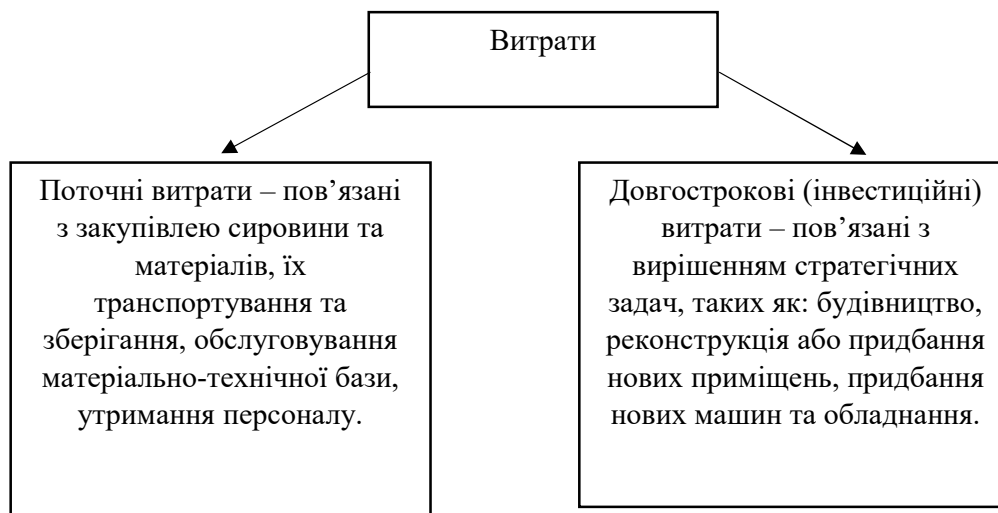


Рис. 3.3. Загальна класифікація витрат

*Джерело: складене автором на основі [61]*

Наразі на підприємствах є практика класифікації витрат за видами витрат, тобто за економічними елементами. Під економічними елементами розуміють сукупність економічно однорідних витрат у грошовому виразі за їх видами [61]. Види витрат підприємства розглянуто у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

#### Різновиди витрат підприємства за ознаками

	Ознаки класифікації	Види витрат
1	За видами продукції, робіт, послуг	1. Витрати на виробництво 2. Витрати на групу однорідних виробів 3. Витрати на валову продукцію 4. Витрати на товарну продукцію 5. Витрати на реалізовану продукцію

## Продовження таблиці 3.2

2	За видами витрат	1. Витрати за статтями калькуляції 2. Витрати за економічними елементами
3	За способами перенесення вартості на продукцію	1. Прямі 2. Непрямі
4	За календарними періодами	1. Поточні 2. Довгострокові 3. Одноразові
5	За визначенням відношення до собівартості продукції	1. Витрати на продукцію 2. Витрати періоду
6	За доцільністю витрачання	1. Продуктивні 2. Непроодуктивні
7	За ступенем впливу обсягу виробництва на рівень витрат	3. Змінні 4. Постійні
8	За єдністю складу (однорідністю) витрат	1. Одноелементні 2. Комплексні
9	За центрами відповідальності (місцями виникнення витрат)	1. Витрати виробництва 2. Витрати цеху 3. Витрати дільниці 4. Витрати технологічного переділу 5. Витрати служби

*Джерело складене автором на основі [62]*

Ще витрати можна поділити на постійні та змінні. Змінні витрати змінюються пропорційно до зміни обсягу витрат.

Всі витрати підприємства не залежно від класу до якого вони відносяться, мають вплив на результати підприємства. Тому треба вести ефективне управління витратами та обов'язково займатися їх оптимізацією.

Управління витратами – це складний економічний процес, цілеспрямований на формування оптимального рівня витрат підприємства.

Правильно налагоджена система управління витратами допомагає економити наявні ресурси і отримувати максимальну віддачу від них [54].

Для управління витратами потрібно:

1. Організувати облік витрат у відповідності до підрозділів.
2. Аналізувати структуру витрат та її вплив на результати діяльності підприємства.
3. Приймати обґрунтовані управлінські рішення.
4. Планувати рівень витрат.
5. Планувати прибуток з урахуванням обсягів здійснюваних витрат та змін у ринковому середовищі.
6. Формувати дієву систему мотивації працівників до контролю та зменшення витрат.
7. Контролювати рівень витрат та вживати заходи для їх зменшення [62].

Основним завданням управління витратами є пошук найефективнішого способу використання наявних ресурсів, а саме оптимізація витрат.

Управління витратами – це динамічний процес, який включає управлінські дії, мета яких полягає у досягненні високого економічного результату діяльності підприємства. Воно не зводиться лише до зниження затрат, а поширюється на всі елементи управління [63].

Оптимізація витрат підприємства спрямована на вирішення наступних питань: оцінку обґрунтованості абсолютної величини витратами; її відповідність плановим величинам; оцінкою факторів формування величини та структури витрат; своєчасне виявлення резервів зменшення витрат та виявлення і обґрунтування механізмів мобілізації таких резервів. Відповідно, оптимізація витрат суб'єкта господарювання є однією із сукупності технологій цільового планування прибутку, що визначає параметри моделі управління прибутком підприємства.

Під оптимізацією витрат підприємства розуміють органічну сукупність фінансових, математичних та статистичних прийомів цільового моделювання фінансових процесів та показників, що дозволяють із прийнятим рівнем

статистичної достовірності обґрунтовувати управлінські рішення щодо визначення абсолютної величини чи структури витрат підприємства.

Для оптимізації витрат на підприємстві доцільно використовувати наступну структурну схему, представлену на рис. 3.4.

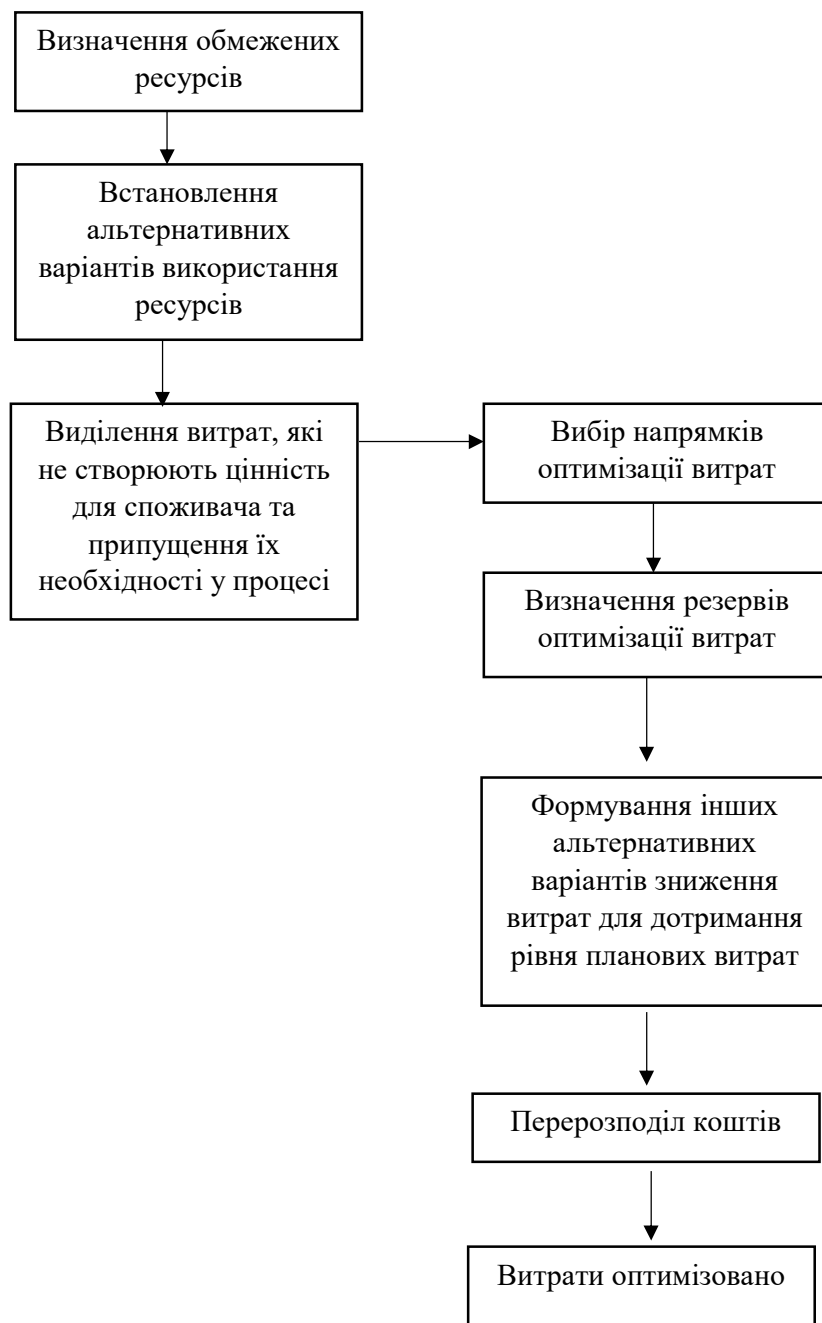


Рис. 3.4. Етапи оптимізації витрат підприємства

*Джерело складене автором на основі [65]*



Послідовність оптимізації витрат підприємства дозволить визначити які витрати потребують оптимізації.

Виходячи з особливостей підприємства та його видів діяльності керівники управлінських служб можуть застосовувати різні напрями оптимізації витрат, що були розроблені ними в результаті комплексного аналізу витрат. Серед напрямів витрат є такі:

1. Налагодження самої системи управління витратами: скорочення ланковості управлінського апарату та організація детального обліку витрат. У механізмі управління витратами економічні принципи реалізуються через організаційну систему [65]. Організація є найважливішим елементом ефективного управління витратами. Вона встановлює яким чином на підприємстві управляють витратами (хто це робить, в який термін, з використанням якої інформації і документів, якими способами). Визначаються місця виникнення витрат, норми витрат і центи відповідальності за їх дотримання. Розробляється ієрархічна система лінійних та функціональних зв'язків керівників і фахівців, що беруть участь в управлінні витратами, яка має бути сумісною з організаційною та виробничою структурою підприємства [65].

2. Оптимізація витрат на оплату праці. Заробітна плата є одним з елементів витрат, має свою структуру та утворює фонд оплати праці штатних працівників. Резервами зниження витрат на оплату праці є підвищення продуктивності праці за рахунок автоматизації торговельних процесів, вдосконалення організації торгівлі та праці, а також покращення використання робочого часу за рахунок ліквідації можливих його витрат, підвищення рівня дисциплінованості та відповідальності працівників [66].

Деякі витрати, котрі можуть не бути продуктивними, потребують скорочення, або потрібні заходи які зможуть змінити певні операції.

На підприємстві можна розглядати такі засоби, що впливають на зниження витрат:

1. Оптимізація виробництва.
2. Оптимізація рекламної компанії.
3. Оптимізація маркетингових витрат.
4. Дотримання режиму економії на всіх ділянках виробничо-господарської діяльності.
5. Зміна обсягу виробництва.
6. Підвищення технологічного рівня виробництва.
7. Скорочення адміністративних витрат на накладних витрат при експорті та імпорті товарів.
8. Зниження витрат заробітної плати на одиницю продукції.
9. Удосконалення організації виробництва та праці.

Усі ці проєкти впливають на зниження витрат сировини, матеріалів, заробітної плати.

В сучасних умовах ринкової економіки до заходів оптимізації витрат слід віднести ще й такі:

1. Впровадження ресурсозберігаючих технологій.
2. Диверсифікація виробництва.
3. Усунення непродуктивних витрат.
4. Підвищення технічного рівня виробництва.

Розробка заходів щодо скорочення витрат повинна бути частиною стратегії збільшення дохідності підприємства. Стратегія компанії може містити декілька заходів по скороченню витрат.

Для скорочення витрат можна застосовувати прогресивні методи організації виробництва. Як приклад, є система організації, яка називається «точно в строк» (just in time). Розроблена у Японії, а наразі використовується в усьому світі.

Суть цієї системи у тому, що всі деталі та комплектуючі поставляються точно у строк і в потрібній кількості. Якщо десь на етапах виникає збій або доставляються браковані деталі, виробничий процес зупиняється, так як на

робочих місцях немає запасів. Ця система допомагає знизити витрати таким чином:

1. Знижуються витрати на складування і збереження напівфабрикатів, як у споживача, так і у виробника. А виробник знижує витрати на реалізацію.
2. Забезпечується бездефектне виготовлення продукції. Для цього треба навчити співробітників методу контролю якості. В результаті знижуються витрати виробництва, що пов'язані з повторною обробкою бракованих виробів, споживанням сировини і заробітною платою.

Також для збільшення дохідності на рентабельності можна застосовувати інноваційні технології управління персоналом. Однією з пріоритетних є система оцінки ключових показників ефективності (Key Performance Indicators, KPI).

Key performance indicators (KPIs) – це система показників, за допомогою яких оцінюється робота працівників підприємства. Мета цієї системи – зробити так, щоб дії працівників різних підрозділів були узгоджені, кожен орієнтувався на стратегічні показники усього підприємства [67, с. 237]. У даній системі показники роботи кожного окремого співробітника прив'язують до загальних KPI всього підприємства, наприклад, до показників прибутку, рентабельності або капіталізації [68, с.177].

На підприємствах можуть бути різні стратегічні фінансові цілі на різних стадіях бізнес-циклу та відповідно різні ключові показники ефективності.

Цілі є невід'ємним елементом системи управління підприємством, які виконують організуючу, мотивуючу та контролюючу функцію. Цілі задають основні напрямки роботи підприємства й визначають характер та особливості загальної та управлінської структури, розподіл повноважень й відповідальності. Характеризуючи значення постановки цілей, ще Сенека зазначав: «Якщо не знаєш до якого порту пливати, жоден вітер не буде попутним». Крім того, цілі підприємства зменшують невизначеність поточної ситуації та служать базою

для складання конкретних планів і програм на всіх рівнях, забезпечують їх інтеграцію [69].

Таблиця 3.3

Завдання, рентабельність та цілі на різних етапах бізнес-циклу підприємства

Завдання, рентабельність та цілі на різних етапах бізнес-циклу компанії	Етап зростання	Стійкий стан	Результати
Задачі	Необхідно залучити значні ресурси з метою розвитку та просування нових продуктів; побудувати виробничі потужності; інвестувати у системи, інфраструктуру та розподільчу мережу; створити та розвинути клієнтську основу.	Ліквідація вузьких місць; розширення потужностей; постійне вдосконалення бізнесу.	Інвестиції практично не потрібні тільки для експлуатації обладнання підтримки потужностей.
Рентабельність	Можлива низька.	Повинна бути високою	Повинні бути високою, необхідно забезпечити повне повернення інвестицій та прибутковість вкладеного капіталу.
Ціль	Зростання відсотку доходу та обсягів продажів у цільовому сегменті за адекватного рівня витрат на виробництво продукту та його розвиток, організацію нових сегментів ринку.	Зростання доходу від основної діяльності; ріст валового прибутку; зростання віддачі інвестицій.	Максимальний грошовий потік від основної діяльності та зниження потреби в оборотному капіталі.

*Джерело: складене автором*

Для кожної з 3-х стадій: зростання, стійкого стану, результатів виділяється три фінансові стратегічні напрямки (мети), які ведуть до реалізації бізнес-стратегії:

- зростання доходу та розширення структури діяльності;
- скорочення витрат та збільшення продуктивності;
- використання активів та інвестиційна стратегія.

Вибір економічних КРІ залежить від стратегічних цілей підприємства. До структури показників повинні включатися лише ті показники, які присутні у стратегії підприємства. У більшості випадків для оцінки результатів діяльності та постановки цілей підприємства достатньо всього 10 ключових показників. Керівники повинні вибрати з них такі економічні показники, які відображали б інтереси власників підприємства та інших найважливіших стейкхолдерів.

Таблиця 3.4

## Показники стратегічних фінансових напрямів

Етапи	Стратегічні фінансові напрями		
	Зростання доходу та розширення структури діяльності	Скорочення витрат та збільшення продуктивності	Використання активів та інвестиційна стратегія
Результати	Показник зростання обсягів продажу у сегменті ринку; відсоток доходу від продажу нового продукту чи нових клієнтів.	Доходи/персонал	Інвестиції (відсоток продажів), дослідження та розробки (відсоток продажу)
Стійкий стан	Частка цільових клієнтів; перехресний продаж; відсоток прибутку від нового використання вже існуючого продукту; прибутковість товару та клієнта.	власні витрати проти витрат конкурентів; скорочення витрат; непрямі витрати (відсоток продажів).	Коефіцієнт ліквідності оборотного капіталу (грошовий цикл); за основними категоріями активів; коефіцієнт використання активів.
Етапи зростання	Прибутковість продукту та клієнта; відсоток неприбуткових клієнтів.	Собівартість одиниці (одиниці виробництва, угоди).	Окупність; продуктивність.

*Джерело: складене автором*

Окрім вибору самих показників, необхідно розробити методичку розрахунків для кожного з них. Багато коефіцієнтів обчислюються кількома способами, що впливає на об'єктивність даних. Далі ми розглянемо показники, що найчастіше використовуються.

Наприклад, якщо однією із стратегічних цілей компанії є зростання прибутку, то часто використовуються такі показники як:

- показник ЕВІТ (Earnings Before Interest and Tax);
- показник ЕВІТДА – прибуток до виплати відсотків, податків та збільшення амортизації (Earnings before interest, tax, depreciation and amortization);
- прибуток у розрахунку на одного співробітника.

Прибуток до відрахування відсотків та податків ЕВІТ (Earning Before Interest and Tax)- показник, що відображає прибуток, отриманий від основної та іншої господарської діяльності, після відрахування операційних та позареалізаційних витрат, до оподаткування та результатів операцій.

$$EBIT = SAL - COG - SG\&A + OI - OE \quad (3.1)$$

де SAL (sales) – виторг від реалізації виробленої продукції;

COGS (cost of goods sold) – вартість реалізованої продукції, до них відносяться прямі витрати на матеріали та оплату праці персоналу, силову енергію та ін., а також виробничі накладні витрати;

SG&A (Selling, General and administrative expenses) – комерційні, адміністративні та загальнофірмові витрати;

OI (other income) – додаткові доходи компанії, наприклад, Средства отримані від продажу нерухомості та обладнання, дочірніх компаній та інших активів орендні платежі та плата за надання різних прав на використання патентів, торгових марок тощо;

OE (other expenses) – інші витрати, наприклад, проведення НДДКР, реорганізацію, інновації, навчання, оплату послуг юристів тощо.

Показник ЕВІТДА – прибуток до виплати відсотків, податків та збільшення амортизації (earning before interest, tax, depreciation and amortization) – один із найбільш поширених показників ефективності діяльності підприємства, він розраховується шляхом додавання до прибутку до

відрахування відсотків та податків ЕВІТ суми нарахованої амортизації довгострокових матеріальних та нематеріальних активів DA.

$$\text{ЕВІТДА} = \text{ЕВІТ} + \text{DA} \quad (3.2)$$

ЕВІТДА показує здатність підприємства генерувати прибутки від своїх операційних активів.

Важливим є показник прибуток у розрахунку на одного співробітника PP {Profit per Person), він показує внесок співробітників у формування прибутку.

$$\text{PP} = \text{Чистий операц. прибуток} / \text{загальна кількість співробітників} \quad (3.3)$$

KPI, спрямованим на максимізацію використання наявних активів, можна віднести:

- Коефіцієнт «обсяг продажів/активи»;
- Коефіцієнт оборотності товарно-матеріальних запасів;
- Коефіцієнт оборотності сукупних активів ТАТ (total assets turnover);
- Потік вільних коштів;
- Рентабельність грошового потоку;
- Оборотність дебіторської заборгованості;
- Оборотність кредиторської заборгованості.

Якщо в компанії як ключові фінансові показники прийнято рішення вибрати показники, орієнтовані на цілі підвищення ліквідності та фінансової стійкості, то можна вибрати такі показники:

- Коефіцієнт поточної ліквідності;
- Коефіцієнт абсолютної ліквідності;
- Коефіцієнт покриття відсотків за кредитами;
- Коефіцієнт фінансової незалежності (самофінансування).

Впровадження KPIs життєво необхідне для реалізації стратегії організації. Керівникам, так чи інакше, потрібні конкретні показники, які вони використовують в процесі управління. Набір цих показників завжди індивідуальний, їх кількість та зміст неповторні для кожної організації.

Smart-економіка, яка використовує інноваційні інструменти: smart-технології, штучний інтелект, smart-освіту тощо оновило ключові показники ефективності з базової системи ведення оцінок, що використовується керівниками, до розширеної навігації на рівні корпоративного управління для прийняття рішень щодо бізнес-стратегій.

Поширення поняття смарт-економіка (SMART-економіка) по суті вже означає сприйняття економіки в якості екосистеми, оскільки вона розглядається як результат послідовного поєднання процесів інтелектуалізації, діджиталізації, соціалізації та екологізації економіки [70, с. 6].

Ключові показники ефективності повинні напряму бути пов'язані з тактичними та стратегічними цілями конкретного підприємства та задачами департаменту підприємства. Якими би не були амбіціозними цілями керівників та власників бізнесу, ключові показники ефективності повинні відповідати SMART-критеріям постановки цілей як smart-технології smart-економіки [71].

SMART-критерії постановки цілей запропонував використовувати Пітер Друкер, як частину концепції Management by Objectives (Управління по задачам) у 1954 році в його книзі «The practice of Management» [72].

Вперше термін SMART використав Джордж Т. Доран у 1981 році у своїй праці «Огляд управління» («Management Review») [73]. Пізніше професор Роберт С. Рубін з університету Сент-Луїса писав про SMART у статті видання «The Society for Industrial and Organizational Psychology», у якій зазначав про існування різних варіантів розшифрування цієї аббревіатури [74].

Варто також додати, що після того, як SMART-технологія набула широкої популярності, почали з'являться різні її модифікації, а саме – SMARTER, SMARTTA, SMAART, SMART-VT, SMARTY, SMARTS тощо [75].

Наприклад, концепція SMARTER додатково включає два критерії – Evaluated, тобто кожному етапу в досягненні цілі керівник повинен дати оцінку тобто налагодити зворотній зв'язок та Reviewed, за якими ціль повинна



періодично переглядатися та корегуватися керівником на основі змін в середині та зовні підприємства [76].

Найбільш розповсюджена SMART – аббревіатура, яка відображає критерії для постановки цілей smart-економіки (Smart Economics) наведена на рис. 3.5.

Абревіатура «SMART KPI» розшифровується як «Ключові показники ефективності», які є «конкретними, вимірними, досяжними, релевантними та обмеженими у часі». SMART KPI – це вимірні показники, які використовуються для оцінки ефективності співробітників підприємства.

Найбільш розповсюджена SMART – аббревіатура, яка відображає критерії для постановки цілей smart-економіки (Smart Economics) наведена на рис.3.5.

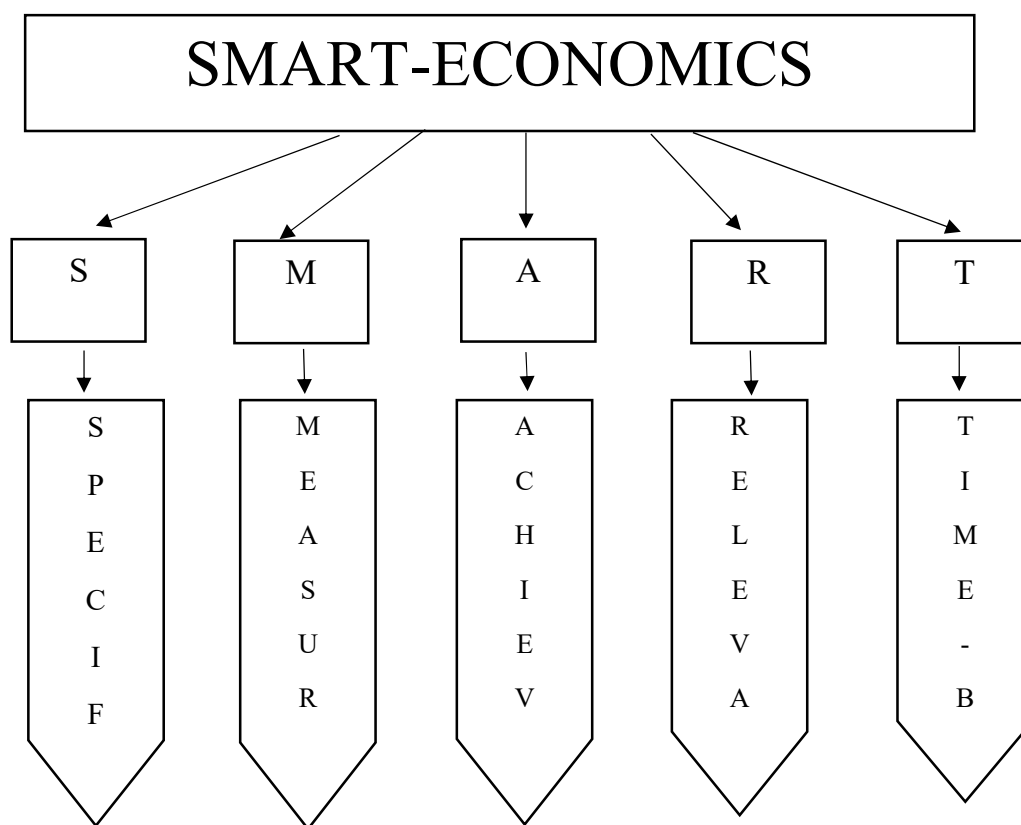


Рис.3.5. SMART-критерії для постановки цілей smart-економіки  
(Smart Economics)

Коли підприємства використовують SMART KPI, вони мають на увазі, що KPI передбачають досягнення цілей SMART:

- S – Specific (конкретність/специфічність);
- M – Measurable (вимірюваність);
- A–Achievable (досяжність);
- R–Relevant (релевантність/доречність);
- T–Time-bound (обмеженість у часі).

Smart KPI важливі, оскільки вони заохочують керівників і співробітників уникати неефективних показників, які не впливають на бізнес, і перешкоджають оцінювати результативність на основі якісних елементів (корпоративна політика тощо), а не кількісних (чи досяг працівник мети?). Класифікація smart KPI відображена на рис. 3.6.

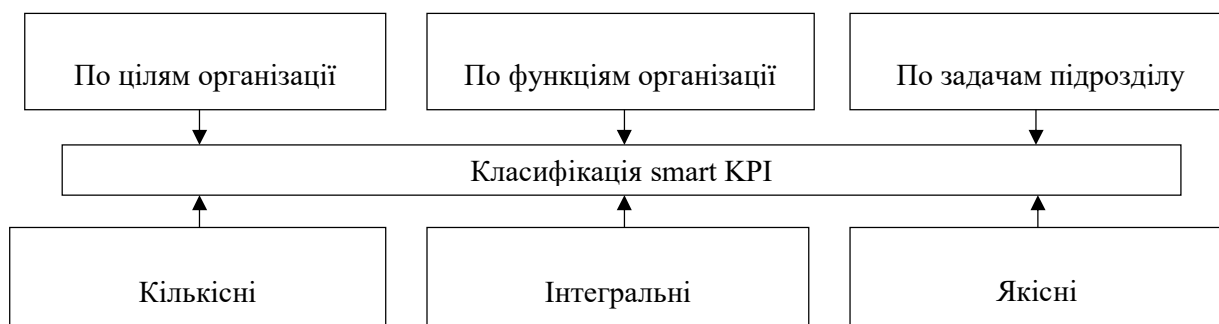


Рис. 3.6. Класифікація smart KPI

*Джерело: складено автором*

Smart KPI можуть бути встановлені на рівні підрозділу чи підприємства для вимірювання організації або на рівні співробітників для вимірювання індивідуальної ефективності під час щоквартальних перевірок між керівниками та прямими підлеглими. Ключові показники ефективності є ключовим принципом для корпоративного управління, оскільки вони детермінують корпоративний досвід.

Однією з найбільших проблем, з якою стикаються середні та великі підприємства, є відсутність у співробітників інформації про KPI. Це призводить

до того, що учасники відчують себе неімформованими та невмотивованими, оскільки їхня робота не оцінюється точно. Навіть коли винагорода низька, точне вимірювання прогресу є внутрішньою мотивацією для більшості людей. Ось чому KPI, особливо smart KPI, є важливими для корпоративного успіху.

### 3.3. Прогнозування прибутку та рівня рентабельності підприємства на 2023 рік

Питання отримання прибутку та підвищення ефективності діяльності підприємства в економіці України є досить актуальним, адже прибуток є потужним важелем розвитку, тому головним завданням адміністративного апарату кожного підприємства є розробка ефективної стратегії управління прибутком та збільшення прибутковості підприємства [77].

Кожне підприємство, що функціонує в умовах ринку, незалежно від форми власності та розмірів ставить собі за мету отримання позитивного фінансового результату. Таким фінансовим результатом господарської діяльності підприємства виступає його прибутковість [78].

Для успішного розвитку будь-якого підприємства та забезпечення ефективності його діяльності необхідно постійно працювати над пошуком шляхів підвищення прибутковості підприємства. Дуже важливим моментом у діяльності підприємства є виявлення та кількісне вимірювання впливу факторів на показники прибутковості підприємства, пошук резервів зростання рентабельності роботи підприємства та обґрунтування і розробка заходів щодо використання виявлених резервів [79].

ТОВ «ЦЕТЕХНО», то це – підприємство, предметом діяльності якого являється продаж гаджетів, аксесуарів та технічних послуг.

Усі конкуренти ТОВ «ЦЕТЕХНО» – це великі компанії, які вже зарекомендували себе на ринку, мають досвід роботи з закордонними компаніями.

З наведеного в Розділі 2 аналізу зроблено висновок, що в стратегії розвитку підприємства слід звернути увагу на більш інтенсивну рекламу фірми і послуг, пошук нових постачальників, розширення кількості філій, та форм поставок товарів.

Чистий дохід та прибуток значно знизився у 2019 році, через різкий спад попиту на товар внаслідок нестабільної економічної ситуації в країні що стало причиною до економічного застою. Також, збільшились поточні зобов'язання перед клієнтами через те, що постачальники з інших міст та країн не в змозі були своєчасно транспортувати обладнання через тривалі перевірочні пункти на в'їзді в міста України, що значно погіршило роботу компанії, та значно зменшило її дохід, через що фірма не в змозі була погасити власними силами всі борги. За рахунок власних грошових коштів підприємство мало змогу покрити тільки 1% короткострокових боргів у 2020 році. Ситуація 2018, 2019 роках була кращою.

Максимізація прибутку та прибутковості підприємства може бути досягнута за певних умов. Основні умови розглянуто у табл. 3.5.

Таблиця 3.5

## Умови максимізації прибутку та прибутковості підприємства

Напрями	Сутність	Реалізація
Зниження витрат на реалізацію продукції	Зі зниженням витрат на реалізацію продукції збільшується сума прибутку	Зниження собівартості за рахунок більш ефективного використання ресурсів, підвищення технічного рівня виробництва та вдосконалення організації виробництва та праці.
Впровадження економічно обґрунтованих норм	Економічно і технічно обґрунтовані норми і нормативи та їх своєчасний перегляд призводять до зниження витрат.	Розробка норм та нормативів і запасів матеріалів та продукції.
Впровадження досягнень науково-технічного прогресу	Впровадження у виробництво удосконаленої техніки та нових технологій	Використання методів вдосконалення та модернізації техніки та технологій

## Продовження таблиці 3.5

Підвищення якості продукції та послуг	Підвищення якості продукції дозволить значно скоротити витрати на виправлення браку та втрати від бракованих виробів, що не підлягають ремонту.	Контроль за якістю продукції, мотивація та надання додаткових стимулів персоналу для скорочення кількості бракованої продукції.
Підвищення продуктивності праці	Зі зростанням продуктивності праці знижуються витрати на працю в розрахунку на одиницю продукції а отже, зменшується і питома вага заробітної плати у структурі собівартості.	Активна мотивація персоналу та надання різноманітних стимулів для більш ефективної праці.
Цінова політика	Необхідно застосовувати правильну цінову політику, тому що іноді збільшення ціни призводить до певного скорочення обсягу продажу, але постійне проведення політики низьких цін може закінчитися для підприємства негативною ситуацією.	Розробка стратегії ціноутворення, встановлення цін відповідно до ринкових цін, застосування акцій, оптових знижок, знижок постійним покупцям тощо.
Маркетингова діяльність	Ефективна організація маркетингу дозволяє значно збільшити обсяги реалізації продукції, що впливає на прибутковість підприємства.	Розробка ефективної маркетингової стратегії, що направлена на пошук «свого» споживача продукту та «свого» сегменту ринку

*Джерело: складене автором на основі [78-90]*

З приводу рентабельності діяльності ТОВ «ЦЕТЕХНО», то цей показник у 2018 році складав 2,7%, у 2019 році – 1,3%, у 2020 році – 0,9%. На перший погляд, підприємство є не надто рентабельною, але треба зауважити той факт, що 2020 рік став позитивним у роботі підприємства, оскільки чистий дохід зріс у 2,3 рази, а чистий прибуток у 1,56 разів, що дало можливість покрити всі зобов'язання у 2020 році, та в майбутньому використовувати тільки власні джерела фінансування, що поліпшить всі показники діяльності ТОВ «ЦЕТЕХНО».

Таким чином, необхідно надати ряд пропозицій та способи їх реалізації щодо вдосконалення політики діяльності ТОВ «ЦЕТЕХНО».

Фінансові результати покращать заходи, які пов'язані зі зміною роботи кадрів, продажів, фінансів, маркетингу, управління, що призведе до збільшення конкурентоспроможності підприємства. Цими заходами можуть бути:

- відвідання адміністративним персоналом бізнес-тренінгів та семінарів;
- освоєння та застосування управлінським персоналом сучасних методів мотивації та стимулювання персоналу;
- створення сектору розвитку, який займатиметься пошуком нових клієнтів, нових ринків збуту та розширення меж існуючих;
- зниження термінів доставки продукції завдяки співпраці з новими постачальниками;
- створення макетів та стендів зі зразками торгівельного обладнання для зручності клієнтам;
- переїзд в центр Києва, а саме на Поділ в більший, комфортніший, більш презентабельний офіс;
- посилення компетенцій продавців, що дозволить значно впливати на продажі;
- підвищити якість управління дебіторською заборгованістю;
- залучити до роботи більшу кількість компетентного персоналу з високими професійно-кваліфікаційними якостями та ін.

Загальні витрати на реалізацію інноваційних заходів, які підвищать конкурентоспроможність фірма планує витратити у розмірі 983 тис. грн., що є значною сумою витрат. Підприємство не працюватиме в збиток при таких витратах.

Завдяки відвіданню адміністративним персоналом бізнес-тренінгів та семінарів відбуватиметься удосконалення організаційної структури управління завдяки:

- вмінню швидко приймати рішення та підвищувати їх гнучкість;

- створення макетів та стендів зі зразками торгівельного обладнання для зручності клієнтам, що значно полегшить вибір клієнтів щодо замовлення певного виду товару та скоротить час менеджера на обробку замовлення;

- переїзд підприємства дозволить клієнтам швидше забирати свій товар, а постачальникам привозити його;

- зменшення плинності кадрів призведе до стабільної роботи без простоїв, які несуть за собою додаткові витрати;

- співпраця з новими постачальниками дозволить швидше обслуговувати клієнта.

За рахунок зміни постачальника деяких видів товару, рентабельність підприємства при реалізації цього товару збільшиться у 2024 році порівняно з 2023 на 3%, у 2023 році порівняно з 2022 на 1%, що значно підвищить прибутковість підприємства, та покращить конкурентоспроможність.

Отже, якщо впровадити усі рекомендації, прогнозується приріст економічних показників та іміджу ТОВ «ЦЕТЕХНО». Таким чином, планується з 2023 року позитивна динаміка підприємства, що спричинить її розширення та розвиток.

В сучасних умовах господарювання стабільність та успішність розвитку підприємства вимагає сучасних підходів і методів. Для досягнення бажаних результатів необхідно застосовувати новітні наукові розробки та рекомендації.

Прибуток і рентабельність підприємства є основними якісними показниками, які відображають економічну ефективність діяльності підприємств, його фінансове становище, успіхи й можливості щодо виконання планів економічного та соціального розвитку [1].

Одним з ефективних інструментів для забезпечення конкурентоспроможності підприємства є використання економіко-математичних методів і моделей. Ці методи дають змогу прогнозувати економічні та фінансові показники підприємства, моделювати виробничу й інвестиційну діяльність, оптимізувати систему управління. Для того, щоб мати

змогу ефективно управляти діяльністю підприємства, слід дотримуватися таких кроків:

- виявлення чинників, які мають значний вплив на основні показники роботи підприємства;

- визначення міри впливу того чи іншого чинника на результуючий показник.

Прибуток підприємства є джерелом власних фінансових ресурсів, необхідних для забезпечення фінансово-господарської діяльності. Їх нестача спричиняє виникнення боргів, що у кінцевому підсумку може призвести до фінансової кризи і банкрутства [4].

Тому, під час здійснення фінансово-господарської діяльності підприємства, необхідно в обов'язковому порядку підвищити роль планування та прогнозування прибутку підприємства з метою збалансування бізнесу на перспективу.

### Висновки до розділу 3.

У третьому розділі дипломної роботи досліджено напрями підвищення ефективності управління прибутком підприємства.

1. Ознайомилися з доходом та його видами. Також досліджено щодо планування та розподілу доходу, чинники, які впливають на дохід, резерви підвищення дохідності підприємства.

2. У даному розділі було розглянуто поняття витрат та їх загальну класифікацію. Розглянуто систему управління витратами підприємства.

Також було розглянуто шляхи скорочення (оптимізації) витрат на підприємстві. Розроблено інноваційні технології підвищення дохідності та рентабельності підприємства. Пріоритетною системою для оцінки показників роботи персоналу є ключові показники ефективності KPI. Запропоновано впровадити розумні показники ефективності SMART KPI.



Визначено стратегічні та фінансові цілі підприємств, їх ролі. Досліджено завдання рентабельності та цілей на різних етапах підприємства.

3. Спрогнозовано прибуток та рівень рентабельності підприємства. Розглянуто умови максимізації прибутку та прибутковості підприємства.

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У дипломній роботі розглянуто вельми актуальну тему «Управління прибутком підприємства в сучасних умовах господарювання».

Прибуток є найважливішою фінансовою категорією, що відображає позитивний фінансовий результат господарської діяльності підприємства, характеризує ефективність виробництва і в кінцевому рахунку свідчить про обсяг та якість виробленої продукції, стан продуктивності праці, рівень собівартості.

Будь-яка підприємницька діяльність не може бути перспективною, якщо її фінансовий результат не є додатнім та не характеризується позитивною динамікою зростання. Виходячи із цього, увага кожного керівника все більше зосереджена на обсягах отриманого прибутку та показниках прибутковості підприємства. Тому дана тема є актуальною, адже саме отриманий прибуток дозволяє розвиватися компанії в майбутньому.

У першому розділі дипломної роботи було визначено сутність прибутку та рентабельності, розкрито методичні аспекти аналізу та оцінки рентабельності підприємства. Також було розкрито принцип формування прибутку підприємства, розподілу прибутку та його використання.

Також акцентовано, що прибуток та рентабельність характеризують прибутковість підприємства. Наявність прибутку свідчить про те, що діяльність підприємства є ефективною. Але лише за значенням прибутку не можливо визначити рівень прибутковості підприємства. Для того, щоб визначити прибутковість підприємства потрібно співставити показник прибутку з показником витрат підприємства.

Варто відзначити, що для підвищення рівня прибутковості підприємства можуть впроваджувати такі заходи:

– організаційні (вдосконалення виробничої структури й організаційної структури управління, диверсифікація виробництва, реструктуризація виробництва тощо);

- техніко-технологічні (оновлення техніко-технологічної бази, переозброєння виробництва, вдосконалення виробів, що виробляються);
- економічні важелі та стимули (вдосконалення тарифної системи, форми і системи оплати праці, прискорення оборотності оборотних коштів тощо).

Також у першому розділі було розглянуто формування прибутку підприємства, управління формуванням, розподілом та використанням прибутку.

У другому розділі розглянуто загальну характеристику підприємства «ЦЕТЕХНО». Також розглянуто показники прибутковості підприємства.

Визначено, що на ринку технічної продукції компанія є однією з лідерів. ТОВ «ЦЕТЕХНО» є відкривачем багатьох сервісів на ринку технічної продукції.

Проведений аналіз ТОВ «ЦЕТЕХНО» дозволяє зробити висновки, що підприємство ТОВ «ЦЕТЕХНО» володіє великим потенціалом можливостей.

Визначення оцінки прибутковості підприємства та чинників його розвитку, а саме: показники прибутку, рентабельності, обсяги реалізації основних видів продукції ТОВ «ЦЕТЕХНО» узагальнено, зроблено висновки. Також було досліджено динаміку більшості показників протягом 2018-2020 років.

Підсумовуючи аналіз показників прибутковості, можна стверджувати, що не всі показники є позитивними. Але протягом наступних років у компанії ТОВ «ЦЕТЕХНО» є можливості підвищити та поліпшити показники, що буде вказувати на надійність компанії.

У третьому розділі досліджено формування та реалізацію політики зростання доходів підприємства. Досліджено чинники, які впливають на витрати підприємства.

Розроблено та представлено заходи по скороченню витрат підприємства. Запропоновано методику аудиту фінансових результатів діяльності підприємства та ефективності використання прибутку підприємством.

Також представлено прогноз прибутку та рівня рентабельності підприємства на подальші роки.

Розглянуто інноваційні методи підвищення рентабельності та прибутковості, такі як ключові показники ефективності KPI та розумні ключові показники ефективності SMART KPI. Обґрунтовано та визначено вплив ключових показників ефективності на рентабельність підприємства. Запропоновано впровадити в діяльність підприємства ТОВ «ЦЕТЕХНО» розумні ключові показники ефективності SMART KPI.

Представлено прогноз прибутку та рівня рентабельності для ТОВ «ЦЕТЕХНО» на 2023 рік.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Майборода О. Є., Сукрушева Г. О., Куліш Є. В. Теоретична сутність категорії «прибуток підприємства». *Економіка і суспільство*. 2017. №10. С. 310-313.
2. Можухівська Г. В., Мельник Т. Ю. Роль та функції прибутку підприємства у ринкових умовах господарювання. Житомирський державний технологічний університет. [Електронний ресурс] URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/12/166>
3. Панченко І. А. Функції прибутку: значення для забезпечення економічного розвитку суб'єктів господарювання. [Електронний ресурс] URL: <http://eztuir.ztu.edu.ua/3475/1/71.pdf>.
4. Господарський кодекс України [Електронний ресурс]. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15/page5>
5. Орехова А. І. Економічна сутність категорії прибуток. *Інноваційна економіка*. 2013. №7. С. 313- 316.
6. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [Електронний ресурс]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text>
7. Манів З. О., Луцький І. М. Економіка підприємства: навч. пос. К.: Знання, 2004. 508 с.
8. Бланк А. І. Управління прибутком підприємства. 2005. К.: Фінанси й статистика. 456 с.
9. Найт Ф. Риск, неопределенность и прибыль; пер. с англ. М. Я. Каждана; Центр эволюц. экономики. М.: Дело, 2003. 359 с.
10. Брігхем Є. Ф. Основи фінансового менеджменту. Вид-во «Молодь», 1997. С. 1000.
11. Тарасенко Н. В. Економічний аналіз діяльності підприємств : підручник. Львів : ЛБУ НБУ, 2000. 485 с.

12. Геращенко О. В. Економіка. Видав. Дім Фоліо. 2020. 128 с.
13. Поддєрьогін А. М. Фінансовий менеджмент. кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. К. : КНЕУ, 2005. 536 с.
14. Сміт А. Дослідження про природу і причини багатства народів. 1935. 112 с.
15. Шваб Л. І. Економіка підприємства. Київ : Вид-во «Каравела», 2007. 584 с.
16. Мочерний С. В. Довбенко М. В. Економічна теорія: підручник. К: Видавничий центр «Академія», 2004. -856 с.
17. Єпіфанова І. Ю., Гуменюк В. С. Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності. *Економіка та суспільство*. 2016. Випуск №3. URL: [http://www.economyandsociety.in.ua/journal/3\\_ukr/33.pdf](http://www.economyandsociety.in.ua/journal/3_ukr/33.pdf)
18. Духновська Л. М., Павлов В. С. Прибутковість підприємства: сутність та ефективність управління. *Науковий вісник*. 2018. № 17. С. 100-103.
19. Мелень О. В., Холондач Ю. Ю. Актуальні питання прибутковості підприємства та шляхи її збільшення. *Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Серія «Технічний прогрес та ефективність виробництва»*. 2015. №25. С. 123-126.
20. Верхоглядова Н. І. Зміст та значення прибутку як головної рушійної сили ринкової економіки. *Економічний простір*. 2008. № 18. С. 237-245.
21. Марюта Т. М., Єлисеєва О. К. Адаптивне управління прибутком підприємства. *Фінанси України*. 2004. № 3. С. 83-89.
22. Антонюк Р. Р. Прибутковість сільськогосподарських підприємств: природа категорії. *Вісник Харківського Національного технічного університету сільського господарства*. 2012. № 126. С. 50-55.
23. Осипова Т. В. Теоретичні аспекти трактування прибутковості в сучасних умовах господарювання. *Управління розвитком*. 2012. № 1. С. 84-84.
24. Біла О. Г. Фінанси підприємств : навч. посібн. Львів : Вид-во «Магнолія 2006». 2008. 383 с.

25. Денисенко Л. О., Кучерявенко Ю. О. Шляхи поліпшення процесу управління прибутком на підприємстві. Проблеми економіки організації та управління підприємствами. Вісник КНУТД. 2014. № 1. С. 145-152.
26. Білошапка В. А. Резерви зростання результативності бізнесу в умовах економічного спаду. *Актуальні проблеми економіки*. 2013. № 1(155). С. 115-117.
27. Шлійко А. В. Економіка підприємництва на ринку товарів і послуг. К.: ЦНЛ, 2012. 376 с.
28. Мних Є. В. Економічний аналіз: підручник. Київ: Центр навчальної літератури. 2003. 412 с.
29. Ушакова Н. М. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. Н.М. Ушакової. К. : Вид-во КНТЕУ, 2005. 569 с.
30. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р. № 996-XIV. 14.06.2021.
31. Коваленко Л. О., Ремньова Л. М. Фінансовий менеджмент : навч. посібник 2-ге вид., перероб. і доп. - К. : Знання, 2005. 485 с. (Вища освіта XXI століття). ISBN 966-346-036-9.
32. Іванюк Т. Ю., Ткачук Г. Ю. Теоретичні засади управління прибутком підприємства. 2014 [Електронний ресурс]. URL: <http://eztuir.ztu.edu.ua/>
33. Федоренко В. Г., Діденко О. М., Руженський М. М., Іткін О. Ф. Політична економія : підручник ; за наук. ред. В.Г. Федоренка. К. : Алерта, 2008. 487 с.
34. Мацола С. М. Модель планування і управління прибутком підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. № 4. С. 48-51.
35. Панченко І.А. Функції прибутку: значення для забезпечення економічного розвитку суб'єктів господарювання. URL: <http://eztuir.ztu.edu.ua/3475/1/71.pdf>
36. Довжик О. О., Гаркуша С. А. Управління витратами як чинник підвищення прибутковості і рентабельності сільськогосподарських підприємств. *Економічний аналіз*. 2016. Том 23. № 2. С. 37-44.

37. Пігуль Н. Г., Бочкарьова Т. О., Кулинич Р. О. Показники рентабельності підприємств різних галузей України та шляхи підвищення їх рівня. Економіка і суспільство. Випуск 10. 2017. С.188-193.
38. Уманець Т. В., Пігарев Ю. Б. Статистика: навч. посіб. К.: Вікар. 2003. 623 с.
39. Андрющенко І. Є., Омельченко В. В. Використання факторного моделювання в діагностиці фінансової діяльності. Ефективна економіка. 2020 р. № 10. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10\\_2020/3.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2020/3.pdf)
40. Волошин І. В. Особливості формування фінансового результату від операційної діяльності. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2005. № 4. Ч. 2, Т.2. С. 118-120.
41. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід», від 29.11.1999 № 290 [Електронний ресурс]. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99>
42. Міжнародний стандарт фінансової звітності 18 «Дохід» від 1 січня 2012 року»: за даними Міністерства фінансів України.[Електронний ресурс]. URL: [http://www.minfin.gov.ua/document/92429/МСБО\\_18.pdf](http://www.minfin.gov.ua/document/92429/МСБО_18.pdf)
43. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
44. Бутинець Ф. Ф. Витрати виробництва та їх класифікація для потреб управління. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. 2012. №1. С. 11-18.
45. Блонська В. І. Стратегія управління доходами торговельного підприємства в умовах розвитку ринкових відносин. Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.- техн. праць. Львів : РВВ НЛТУ України. 2008. Вип. 18.6. С. 117-123.
46. Волков О.І. Економіка підприємства: підручник / ред. проф. А.І. Волкова. 1997. 416 с.
47. Грузинов В. П. Економіка підприємства (підприємницька) : підручник. 2002. 795 с.



48. Камінська Т. Г. Взаємозв'язок доходів і витрат як категорій оціночних характеристик руху капіталу в обліку. Науковий вісник НУБіП України : зб. наук. праць. К. : Вид-во НУБіП України. 2010.
49. Продіус Ю. І. Економіка підприємства Харків : «Одисей», 2004. 416 с.
50. Сідун В. А., Пономарьова Ю. В. Економіка підприємства : навч. посібн. К. : Центр навч. літ-ри. 2003. 436 с.
51. Швабій К. І. Дохід як об'єкт оподаткування. *Науковий вісник Національної академії державної податкової служби України. Сер.: Економіка, право.* 2009. № 4 (47). С. 105-112.
52. Ніколаєва В. П. Управління формуванням доходів від операційної діяльності підприємств легкої промисловості: дис. кандидата ек. наук Ніколаєва Вікторія Петрівна. Х., 2016. 224 с.
53. Фінанси підприємств : підручник / кер. авт. кол. і наук. ред. А. М. Поддєрьогін. 3-тє вид., перероб. і доп. К. : КНЕУ, 2001. 460 с. ISBN 966-574-010-5.
54. Манів З. О., Луцький І. М. Економіка підприємства. К.: Знання, 2013. 580 с.
55. Семенов А. Г., Шарко А. І. Аналіз та вдосконалення оплати праці. Держава та регіони. 2010. № 6. С. 232-238.
56. Шлійко А. В. Економіка підприємництва на ринку товарів і послуг. К.: ЦНЛ. 2012. 376 с.
57. Семенов Г. А. Економіка підприємства. К. : Центр навчальної літератури. 2014. 324 с.
58. Шлійко А. В. Організаційно-правові засади захисту прав споживачів. Навч. посібник. Тернопіль. ТНЕУ. 2008. 300 с.
59. Електронний ресурс  
<https://www.epravda.com.ua/publications/2022/10/25/692991/>
60. Вітвіновський А. А. Система управління витратами на підприємстві [Електронний ресурс] URL: [https://lubbook.org/book\\_486.html](https://lubbook.org/book_486.html)

61. Попович Г. В. Оптимізація витрат підприємства, як важливий фактор підвищення конкурентоспроможності: матеріали конференції Актуальні проблеми сучасних наук", 2011.
62. Колісник Г. М. Складові системи управління витратами підприємницьких структур [Електронний ресурс]. Економічний вісник університету. ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний ун-т ім. Г. Сковороди». 2011. Вип. 17/2. С. 66-69. URL: <http://www.uk.x-pdf.ru/5ekonomika/1711469-1-udk-65-336-kolisnik-kandidat-ekonomichnih-nauk-docent-kafedri-obliku-audituzakarpatskogo-derzhavnogo-universitetu.php>
63. Давидович І. Є. Управління витратами: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури. 2008 320 с.
64. Качмарик Я. Д., Верещинська О. Витрати підприємства та шляхи їх оптимізації. *Науковий вісник НЛТУ : збірник науково-технічних праць*. Львів. 2007. 17.4. С.174-177.
65. Леонов Я. В., Герасименко Ю. Система управління витратами як фактор підвищення конкурентоспроможності. *Бюлетень міжнародного нобелівського економічного форуму*. 2010. № 1. Том 2. С. 175-183.
66. O. Yu Budiakova, D. Tsarenok Economic motivation system KPI – a tool to improve the efficiency of the enterprise. III International Scientific Conference Anti-Crisis Management: State, Region, Enterprise, November 22th, 2019. Le Mans, France: Baltija Publishing. Le Mans, France: Baltija Publishing 65-68.
67. Mykola Denysenko, Olena Budiakova Modern strategies personnel management in the epoch of the digital economy Digital economy and digital society: Series of monographs Faculty of Architecture, Civil Engineering and Applied Arts Katowice School of Technology Monograph 22. Wydawnictwo Katowicach, 2019. С. 234-242. URL: [http://www.wydawnictwo.wst.pl/oferta\\_wydawnicza\\_oraz\\_zakup\\_publicacji/wydawnictwa/](http://www.wydawnictwo.wst.pl/oferta_wydawnicza_oraz_zakup_publicacji/wydawnictwa/)

68. Денисенко М. П., Будякова О. Ю. Сучасні стратегії управління персоналом підприємств. *Приазовський економічний вісник*. 2018. № 5(10). С. 175-181. URL: [http://pev.kpu.zp.ua/journals/2018/5\\_10\\_uk/32.pdf3](http://pev.kpu.zp.ua/journals/2018/5_10_uk/32.pdf3)
69. Budiakova O., Tsarenok D. Innovative solutions for enterprise personnel in the digital economy. *Innovative solutions in modern science*. 2019. № 6 (33). P. 5-18.
70. Грибов В. Д. Основи управлінської діяльності: підручник. Цілі та стратегії розвитку організації, 2016. URL: [https://stud.com.ua/42602/menedzhment/tsili\\_strategiyi\\_rozvitku\\_organizatsiyi](https://stud.com.ua/42602/menedzhment/tsili_strategiyi_rozvitku_organizatsiyi)
71. Будякова О. Ю., Святославова О. Є. Розумні ключові показники ефективності SMART KPI. Цифрова економіка та економічна безпека. Випуск № 2(02)/2022. С.
72. Drucker P. The practice of management. New York : Harper & Row, 1sted.,1954. 553 p.
73. Doran G.T. There's a S.M.A.R.T. Way to write management's goals and objectives. *Management Review*. 1981. Vol. 70 (11). P. 35-36.
74. Robert S. Rubins (2002). Scientific contributions Will the real SMART goals please stand up?/ 39.
75. Башинська І. О. SMART-підхід до визначення цілей смартизації промислового підприємства. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2019. №5, Том 30 (69), Частина 1. С. 41-46.
76. Ратушняк О. Г., Бондарчук А. В. Використання SMART технологій при постановці цілей в управлінні підприємством. Матеріали науково-технічної конференції підрозділів ВНТУ, Вінниця, 10-12 березня 2021 р. Електрон. текст. дані. 2021. URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-fm/all-fm-2021/paper/view/11453>
77. Партола А. С. Шляхи підвищення прибутковості підприємства. Розвиток європейського простору очима молоді: економічні, соціальні та правові

- аспекти. 2017. С. 679 - 684. URL:  
<http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/16483A>
78. Партола А. І. Аналіз транспортно-логістичного комплексу України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. Вип. 9. С. 126-129. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg\\_2016\\_9\\_31](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2016_9_31)
79. Міщенко К. Г., Бреус С. В. Шляхи підвищення прибутковості підприємства. *Економіка інноваційної діяльності підприємств. «Економіка підприємства»*. С. 21-22. URL: [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/7706/1/NRMSE2017\\_V3\\_P021-022.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/7706/1/NRMSE2017_V3_P021-022.pdf)
80. Костецький В. В. Сутнісно-теоретичні підходи до визначення фінансового забезпечення діяльності підприємства. *Галицький економічний вісник*. 2010. №4 (29). С. 135-145.
81. Майборода О. Є., Сукрушева Г. О., Куліш Є. В. Теоретична сутність категорії «прибуток підприємства». *Економіка і суспільство*. 2017. №10. С. 310-313.
82. Павлишенко М. М., Сивуля Л. А. Значення прибутку підприємства в ринковій економіці URL:  
[http://nltu.edu.ua/nv/Archive/2007/17\\_4/172\\_Pawlyszenko\\_17\\_4.pdf](http://nltu.edu.ua/nv/Archive/2007/17_4/172_Pawlyszenko_17_4.pdf)
83. Богацька Н. М., Кузьменко М. М. Прибуток підприємства як рушійна сила функціонування ринкової економіки. *Вісник ХНУ*. 2.2018. Хмельницький, 2018. С. 102-105.
84. Богацька Н. М., Кричевська О. А. Організаційно-економічний механізм забезпечення прибутковості підприємства. *Молодий вчений*. 2016. №12. С. 655-658.
85. Дуляба Н. І., Корнілов С. О. Значення прибутку підприємства в сучасних умовах господарювання. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2012. № 22. С. 138-143.

86. Романова Т. В., Даровський Є. О. Чинники, що впливають на збільшення прибутку підприємств України в сучасних умовах. *Ефективна економіка*. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3976>
87. Бандурко О. М., Коробов М. Я., Орлов П. І., Петрова К. Я. Фінансова діяльність підприємства. К.: Либідь, 1998. 310 с.
88. Будякова О. Ю., Міркевич Ю. С. Теоретичні аспекти прибутку підприємства та джерела його формування. *Formation of Innovative Potential of World Science II International Scientific and Theoretical Conference*. – (Tel Aviv, State of Israel, 26 November 2021). 2021. С. 7–9.
89. Прахалат К. К., Венкат Р. Майбутнє конкуренції. Творення унікальної цінності спільно з клієнтами : пер. з англ. М. Ставицького. Київ: Видавництво Олексія Капусти (підрозділ «Агенція «Стандарт»»), 2005. 258 с.
90. Павлишенко М. М., Сивуля Л. А. Значення прибутку підприємства в ринковій економіці. URL: [http://nltu.edu.ua/nv/Archive/2007/17\\_4/172\\_Pawlyszenko\\_17\\_4.pdf](http://nltu.edu.ua/nv/Archive/2007/17_4/172_Pawlyszenko_17_4.pdf)

## ДОДАТКИ



## ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА ТА Е

Для того, щоб КРІ відповідали динаміці цифрової економіки, підприємства повинні розширити їх використання для створення інструментів мотивації та контролю, як прогнозних заходів, здатних забезпечувати директивні тригери з елементами дій для коригування та планування нових smart (розумних, інтелектуальних) КРІ.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження основних аспектів смарт-економіки лежить в основі проблематики економіки нового типу. Поняття смарт-економіки пов'язують зі smart-спеціалізацією, smart-технологіями, smart-освітою, використанням штучного інтелекту тощо в контексті управління економічними, соціальними та екологічними процесами. Зростання уваги до еволюційних етапів становлення концепції смарт-економіки знайшло аспекти в дослідженнях таких іноземних та вітчизняних науковців, як: А. Анттіройко, П. Валкама, С. Бейлі [1], Дж. Брунекієне і Дж. Сінікієне [2], Л. Гальперіна [3], В. Мазуренко [4], Р. Новотни [5], Д. Хелд і А. Макгрей [6], М. Хейлін [7], Д. Келлнер [8], І. Каленюк та І. Унінець [9; 10; 11], О. Фінагіна, Ю. Коваленко, О. Пригодюк [12] та ін.

**Формулювання цілей статті.** Стрімкий розвиток економічних процесів обумовлює більш детальне дослідження даної тематики, зокрема особливостей впровадження та використання smart КРІ для підвищення ефективності підприємств.

**Виклад основного матеріалу.** Масштабність сучасних інформаційних перетворень, що характеризуються інформатизацією, інтелектуалізацією, смартизацією та поступово впроваджуються на регіональному рівні в Україні, формують новітні завдання перед теорією та практикою менеджменту, керівництвом та топ-менеджментом підприємств. Докорінного перегляду та комплексних змін потребують сучасні інструменти менеджменту, що має бути здійснено через залучення сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, забезпечення технологічної можливості ефективного опрацювання великих масивів інформації. впро-

яке базується на знан-  
вером смарт-економ

Литовські вчені  
відносять до основ-  
такі: інноваційна та  
and knowledge econo  
(Learning economy)  
economy); конкурен  
economy); зелена  
мережева економіка  
відповідальна еко  
economy).

Загалом, вважає  
дати смарт-економ  
сенсі. У вузькому з  
розуміється систе  
взаємозв'язків у м  
забезпечується най  
основі принципів ст  
ної відповідальності  
комфортних і безпеч

У широкому знач  
смарт-економікою (с  
упорядкування еко  
тується на викори  
них технологій, впр  
(sustainability) і соці  
порядкований цілям  
печних умов життя і

Головною ознак  
никнення розумних  
діяльності [11].

В якості розумни  
персоналом організ

Характерними ос  
стає широке викори  
мунікаційних технол  
вирішенні екологічн  
різних рівнях. Про  
лектуальних активіє  
економіки. підготові



## ВИПУСК 2(02) 2022

- R – Relevant (релевантність/доречність);
- T–Time-bound (обмеженість у часі).

У деяких випадках керівник, який встановлює політику SMART KPI, може описати їх як «розумні KPI – smart KPI», що означає, що крім того, що KPI є SMART, вони також є пояснювальними (легкими для розуміння колегами), а також відносними (вимірюються у відсотках, або інші методи, які уникають «неефективних показників», які виглядають надто позитивними, якщо бізнес зростає (або надто негативними, якщо скорочується).

Smart KPI важливі, оскільки вони заохочують керівників і співробітників уникати неефективних показників, які не впливають на бізнес, і перешкоджають оцінювати результативність на основі якісних елементів (корпоративна політика тощо), а не кількісних (чи досяг працівник мети?). Класифікація smart KPI відображена на рис. 1.

Smart KPI можуть бути встановлені на рівні підрозділу чи підприємства для вимірювання організації або на рівні співробітників для вимірювання індивідуальної ефективності під час щоквартальних перевірок між керівниками та прямими підлеглими. Ключові показники ефективності є ключовим принципом для корпоративного управління, оскільки вони детермінують корпоративний досвід.

Однією з найбільших проблем, з якою стикаються середні та великі підприємства, є відсутність у співробітників інформації про KPI. Це призводить до того, що учасники відчувають себе неімформованими та невмотивованими, оскільки їхня робота не оцінюється точно. Навіть коли винагорода низька, точне вимірювання прогресу є внутрішньою мотивацією для більшості людей. Ось чому KPI, особливо smart KPI, є важливими для корпоративного успіху.

Smart KPI є великою конкурентною перевагою для організацій на шляху цифрової трансформації та майбутнього стану цифрового підприємства. Компанії-гіганти цифрової ери, такі як Amazon, Facebook, Google та Alibaba, стали першопрохід-

чергу, максимізували важку силу, щоб в ринках або на будь-яких інших ринках змогли націлитися [1].

Секрет максимізації в тому, як вони включили гнучку структуру, вимоги та директивні елементи організаціями. Це абстрактно за межі традиційних показників ефективності, що слугує не уроками». Успішні підприємства smart KPI, керівництво на рівні команди. Наприклад, прискорення зростання індексу лояльності створення цінності керівництвом для ринку для того, що є підприємства, та для KPI. Він також повідомляє, на чому вони спільних або паралельно контролюється та контролюється

Smart KPI можуть бути встановлені в постійно мінковому середовищі пропозицій для клієнтів, тобто для визнання, на яких найбільш важливих, і на основі цих smart KPI для вимірювання ефективності зусиль.

Немає правильних щодо кількості родин ефективності для організації загалом, у міру того, як на рівні корпоративності smart KPI забезпечують

## ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА ТА Е

керівництва. Забезпечення каналу даних – нелегке завдання навіть у нашу нинішню епоху великих даних. Щоб визначити найбільш релевантні дані та необхідні функції, організації необхідно розробити глибоке розуміння ключових показників ефективності, які потрібно вимірювати, і того, як вони покращать процес прийняття бізнес-рішень. Дані, що надходять з наших точок вимірювання та інструментів, потребують очищення, доповнення, обробки та підготовки. Значна частина цього процесу також використовує машинне навчання для покращення процесу вибірки даних і оптимізації функцій збору і збагачення даних.

Моделі smart KPI слід розглядати як smart-технології. Після того, як вони будуть підготовлені, затверджені та введені в експлуатацію, вони перейдуть на стадію постійного моніторингу, де їх точність та ефективність буде постійно перевірятися, щоб забезпечити їх актуальність та відповідність належних результатів.

Оскільки дані, які подаються до smart KPI, можуть змінюватися з часом, а те, що потрібно вимірювати, багато в чому потребує перегляду, нам потрібно буде перенавчити існуючі моделі навчання smart KPI з використанням нових даних або переглянути моделі та навчити їх оновленої концептуальної моделі. Це гарантує, що smart KPI, які вводяться в експлуатацію, продовжують надавати свої конкурентні переваги на рівні прийняття стратегічних рішень.

Успішне впровадження «розумних» ключових показників ефективності, за умови належного моніторингу та підтримки, може призвести до значного покращення зв'язку та видимості «розумних» та ринкових рішень керівництва в організаціях на всіх рівнях та в усіх підрозділах. Будучи визначеними на різних рівнях організацій, вони дозволяють керівництву підтримувати продуктивний зв'язок з керівниками середньої ланки, забезпечуючи ефективну співпрацю між рівнями.

Smart KPI слугують організаційним компасом, який спрямовує і веде до ефективності

погляд на якість пос задоволеність та вп Прозорість дозволя рацію між усіма ком створення цінності, вантних даних, збаг ннями, для оптиміза спрямованих на дос

Сучасні підприєм економіки просто не бельно працювати ( технологій у своїй д потребує відповідни підприємства, для ф професійного росту т своїх інтелектуаль принцип – «освіта п

З іншого боку, н потребують від лю та постійного їхньої кривають «нові мож сійного життя» цих суб'єктом економіки залежить тільки від та цінностей, що во

Ця нова економі фесійних якостях т на людське самовд самій людини, й сам ності полягає в тім одного боку, залежи власного суспільств відає за своє майбу том та здатністю до

Численні руйнівн гічних змін і їх поте чи погіршення – сте економіки всього св важливо розроблят та нові інструменти йняття рішень і зага

Висновки і пр

## ВИПУСК 2(02) 2022

прозорості у всіх підрозділах і командах, що їх обслуговують.

Настав час для всіх підприємств прийняти майбутнє, використовуючи можливості smart-технологій, штучного інтелекту за допомогою smart KPI, а також використовувати цей потенціал для прийняття «розумних» рішень заради стабілізації та розширення на диджиталізованому ринку.

### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Anttiroiko, A.-V., Valkama, P., & Bailey, S. Smart Cities in the New Service Economy: Building Platforms for Smart Services. *Journal of AI and SOCIETY*. 2013. Vol. 28. P. 1–12.
2. Bruneckiene, J. The concept of smart economy under the context of creation the economic value in the city. *Public Policy and Administration*. 2014. Vol. 13. No. 3. P. 469–482.
3. Galperina L.P., Girenko A.T., Mazurenko V.P. The concept of smart economy as the basis for sustainable development of Ukraine. *International Journal of Economics and Financial Issues*. 2016. № 6(88). Pp. 307–314. URL: <https://www.econjournals.com/index.php/ijefi/article/view/3757> (дата звернення: 01.11.2022).
4. Mazurenko V.P. Implementation of network paradigm as a guarantee a highly competitive country. Kyiv: Institute of International Relations of Taras Shevchenko National University of Kyiv, 2014. P. 60–73.
5. Novotny, R., Kuchta, R., Kadlec, J. Smart City Concept, Applications and Services. *Journal of Telecommunications System & Management*. 2014, Volume 3, Issue 2. Doi:10.4172/2167-0919.1000117.
6. Held D., McGrew A., Goldblat, D. & Perraton J. Global transformations. Oxford. Polity Press, 1999.
7. Heylin M. Globalization of science rolls on. *In Science & Technology*. 2006. Vol. 84(48). P. 26–31.
8. Kellner D. Theorizing globalization. *In Sociological Theory*. 2002. Vol. 20(3). P. 285–305.
9. Каленюк І., Унінець І. Диджиталізація як основа розвитку smart-економіки в глобальному просторі. *Вчені записки : зб. наук. пр. М-во освіти і науки України. ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана»* : [редкол.: О. Яценко (голов. ред.) та ін.]. Київ :
- О. М. Гаркушенко, С. Д. Ю. Череватський. І номіки промисловост

### RE

1. Anttiroiko, A.-V., Smart Cities in the New forms for Smart Servi vol. 28, pp. 1–12.

2. Bruneckiene, J economy under the c value in the city. *P* vol. 13, no. 3, pp. 469-

Galperina, L.P., Gi (2016) The concept for sustainable devel *Journal of Economic* pp. 307–314. Available index.php/ijefi/article/v

3. Mazurenko, V.F work paradigm as a country, vol. 119, pp. 6

4. Novotny, R., Kuc City Concept, Applicati *communications Syste* DOI: <https://doi.org/10>

5. Held, D., McGrew (1999) Global transfor

6. Heylin, M. (2006 Science & Technology

7. Kellner, D. (200: *logical Theory*, vol. 20

8. Kaleniuk I., Unii osnova rozvytku smar tori [Digitalization as a smart economy in the

from "KNEU", no. 21,

9. Kaleniuk I., Unii ekonomiky v ghllobalji omy ecosystem in a *economic developmer*

10. Uninets I. (20 baljnij ekosystemi [Sm svstem]. *International*

Додаток Б

## КЛЮЧОВІ ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ SMAI

**Будя**

к. е. н., доцент кафе

**Василькова Ол**

Київський національний університет

**Вступ.** Виконання КРІ (ключових показників ефективності) є одним з критерій оцінки результатів роботи співробітника на підприємстві. КРІ використовують для системи контролю та мотивації праці співробітників.

Завдання цієї мотиваційної системи – спрямувати діяльність підрозділів в єдиному напрямку за допомогою використання показників. КРІ кожного окремого працівника використовують для виконання його конкретної роботи та знаходять фінансову вартість оплаті праці, а в загальному призначені спрямований на вартість праці всього підприємства.

Перевага впровадження ключових показників ефективності полягає в тому, що вони дозволяють досягти цілей підприємства, збільшити продуктивності, можливості до компетенцій творчості, креативності та мотивації співробітників.

орієнтувався на стратегічні показники усього підприємств системі показники роботи кожного окремого співробіт загальних КРІ всього підприємства, наприклад, до рентабельності або капіталізації [2, с. 177].

Переклад Key Performance Indicators як «ефективності» вважається не зовсім коректним. Ефективність визначатиме виправданість витрачених засобів задля досягнення цілей. Слово Performance – це результативність, поняття ширше, ніж ефективність витрачених ресурсів. Більш коректне перекладати як «ключовий показник результатів діяльності».

Цілі є невід’ємним елементом системи управління підприємства. Вони виконують організуючу, мотивуючу та контролюючу функції. Вони визначають основні напрямки роботи підприємства й визначають характер загальної та управлінської структури, розподіл повноважень. Характеризуючи значення постановки цілей, ще Сенек знаєш до якого порту пливати, жоден вітер не буде попутним. Цілі підприємства зменшують невизначеність поточної ситуації, що дозволяє складати конкретних планів і програм на всіх рівнях підприємства й інтеграцію [3].

Впровадження KPIs життєво необхідне для реалізації стратегії підприємства. Керівникам, так чи інакше, потрібні конкретні показники

Стратегія залишається гіпотезою без конкретних реалізації. Суть реалізації стратегії полягає в доведенні її, відповідно до певної задачі. Система КРІ виступає як стратегії, як переводить стратегію в конкретні, вимірювані, призводить стратегію до кожного співробітника організації.

Ключові показники ефективності повинні напружувати тактичними та стратегічними цілями конкретного підрозділу департаменту підприємства.

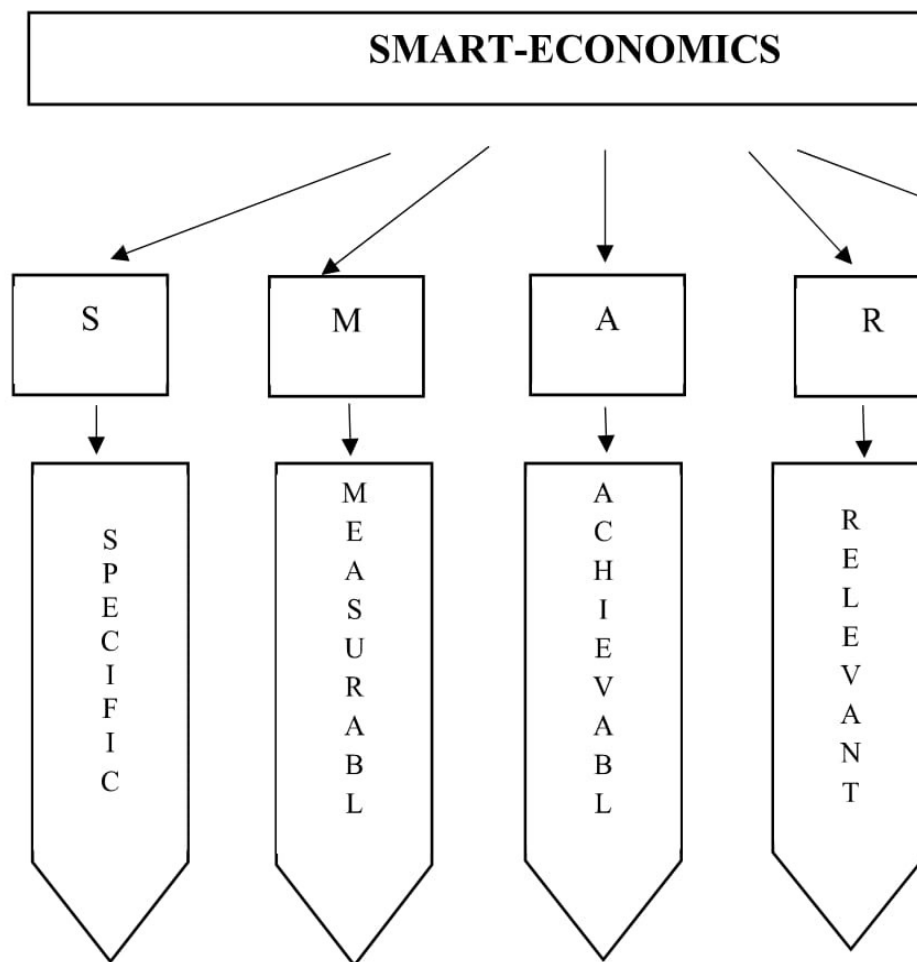
Якими би не були амбіційними цілями керівників ключові показники ефективності повинні відповідати постановки цілей як smart-технології smart-економіки [4].

SMART-критерії постановки цілей запропонував вперше Друкер, як частину концепції Management by Objectives (Management by Objectives задачам) у 1954 році в його книзі «The practice of Management».

Вперше термін SMART використав Джордж Т. Дорланд у праці «Огляд управління» («Management Review») [6].

Пізніше професор Роберт С. Рубін з університету штату Індіана SMART у статті видання «The Society for Industrial Psychology», у якій зазначав про існування різних варіантів аббревіатури [7].

Варто також додати, що після того, як SMART



**Рис. 1. SMART-критерії для постановки цілей sn  
(Smart Economics)**

**Ключові показники ефективності КРІє  
передбачають досягнення цілей SMART:**

- S – Specific (конкретність/специфічність);
- M – Measurable (вимірюваність);

- достовірність: інформація, яка використовує smart -КРІ, повинна носити об'єктивний характер та бути зрозумілими для співробітників;
- необхідний рівень складності розрахунку: smart-КРІ повинні бути зрозумілими для співробітників;
- своєчасність: значення smart-КРІ повинно бути вчасно у відповідності з вибраним періодом визначення значення smart-КРІ;
- можливість досягнути плановане значення smart-КРІ;
- доступність для використання в збалансованій системі;
- контрольованість: необхідно забезпечити можливість отримати розрахункового результату;
- взаємозв'язок та робота на загальний результат: smart-КРІ повинні бути розроблені таким чином, щоб не створювати конфліктів та конкуренцію на підприємстві, співробітники повинні працювати командою для досягнення загальних цілей.

**При побудові smart-КРІ повинні бути:**

1. Розумними.
2. Об'єктивними.
3. Визначені зі стратегії підприємства.
4. Чітко визначеними.
5. Актуальними.
6. Послідовними.



що забезпечує соціальну та територіальну єдність [10].

Для забезпечення відповідного рівня стандартам Європейського Союзу на підприємствах необхідно впрова

**Висновки.** Ключові показники ефективності це ефективність виконуваних дій організації в цілому, а також ефективність підрозділів та кожного співробітника. КРІ відіграє важливу роль у впровадженні об'єктивної та ефективної системи оцінки та мотивації. КРІ використовується для досягнення головних цілей підприємств, таких як залучення та утримання користувачів, підвищення професіоналізму співробітників, збільшення доходів та зростання

Підприємства застосовують загальновизнані КРІ але не всі КРІ не відображає специфіку бізнесу і не впливають на результати змін.

Smart-економіка, яка використовує smart-технології, повинна використовувати критерії SMART як один із способів вимірювання показника ефективності та впроваджує smart-КРІ в усі сфери підприємств.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Mykola Denysenko, Olena Budiakova modern management in the epoch of the digital economy Digital economy

4. Будякова О. Ю., Святославова О. Є. Розумна ефективності SMART KPI. Цифрова економіка та економіка № 2(02)/2022.

5. Drucker P. The practice of management. New York : 1954. 553 p.

6. Doran G. T. There's a S.M.A.R.T. Way to write your objectives. Management Review. 1981. Vol. 70 (11). P. 35–36

7. Robert S. Rubin's (2002). Scientific contributions goals please stand up?/ 39.

8. Башинська І. О. SMART-підхід до визначення промислового підприємства. Вчені записки Таврійського університету імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і Соціологія. Том 30 (69), Частина 1. С. 41-46.

9. Ратушняк О. Г., Бондарчук А. В. Використання SMART-постановці цілей в управлінні підприємством. Матеріали конференції підрозділів ВНТУ, Вінниця, 10-12 березня 2021 року. – 2021. – Режим доступу: <https://conferences.vntu.lviv.ua/all-fm-2021/paper/view/11453>.

10. European Commission. Communication from the Commission to the Council and the Parliament of 2000. A strategy for smart, sustainable and inclusive growth. Brussels: European Commission, 2000. URL: [https://ec.europa.eu/economy\\_finance/strategy-smart-sustainable-inclusive-growth\\_en](https://ec.europa.eu/economy_finance/strategy-smart-sustainable-inclusive-growth_en)