

**ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

на здобуття освітнього ступеня бакалавра

зі спеціальності 073 «Менеджмент»

(код, найменування спеціальності)

освітньо-професійної програми «Менеджмент»

(назва)

*Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень.
Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на
відповідне джерело.*

(підпис)

Марія СУХІНІНА
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ здобувача

Виконала: здобувачка вищої освіти гр. МНЗ-51

Марія СУХІНІНА

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Керівник: к.е.н., доцент Людмила ПАРІЙ
*науковий
ступінь, вчене
звання*

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Рецензент: д.е.н., професор Ольга ГУСЄВА
*науковий
ступінь, вчене
звання*

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Київ 2025

**ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

Навчально-науковий інститут менеджменту та підприємництва

Кафедра Менеджменту
Ступінь вищої освіти Бакалавр
Спеціальність 073 «Менеджмент»
Освітньо-професійна програма «Менеджмент»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри менеджменту
Анна СОРОКА
« ____ » _____ 2025 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

Сухініна Марія Юріївна

(прізвище, ім'я, по батькові здобувача)

1. Тема кваліфікаційної роботи: Підвищення рентабельності діяльності підприємства

керівник кваліфікаційної роботи Людмила Парій, к.е.н., доцент,
(Ім'я, ПРІЗВИЩЕ науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій
від «24» лютого 2025 р. №56

2. Строк подання кваліфікаційної роботи « 19 » травня 2025 р.

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи: Законодавчі та нормативні акти, монографії, навчальні посібники, наукові публікації вітчизняних і закордонних вчених, аналітичні та статистичні матеріали стосовно теми роботи, бухгалтерська, статистична звітність та аналітичні матеріали ТОВ «Перша взуттєва фабрика «Київ»».

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)
Розділ 1. Теоретичні аспекти управління рентабельністю підприємства...
Розділ 2. Аналіз рентабельності діяльності підприємства ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»
Розділ 3. Шляхи підвищення рентабельності діяльності підприємства ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

5. Перелік ілюстративного матеріалу: *презентація.*

6. Дата видачі завдання « 28 » лютого 2025 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Визначення тематики, вибір наукового керівника, уточнення теми	25.02.2025	
2	Розробка та складання плану кваліфікаційної бакалаврської роботи	26.02.2025	
3	Підготовка 1 розділу	21.03.2025	
4	Підготовка 2 розділу	11.04.2025	
5	Підготовка 3 розділу	30.04.2025	
6	Висновки	05.05.2025	
7	Підготовка остаточного варіанту роботи та проходження перевірки на плагіат	09.05.2025	
8	Написання відзиву науковим керівником	13.05.2025	
9	Оформлення та представлення роботи на кафедрі та попередній захист	19.05.2025	
10	Зовнішня рецензія	16.05.2025	
11	Підготовка доповіді, презентації та ілюстративного матеріалу	18.05.2025	
12	Захист кваліфікаційної бакалаврської роботи	20.06.2025	

Здобувачка вищої освіти

(підпис)

Марія СУХІНІНА

(Ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

Керівник
кваліфікаційної роботи

(підпис)

Людмила ПАРІЙ

(Ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	7
1.1 Поняття рентабельності підприємства та показники її оцінки.....	7
1.2 Класифікація показників рентабельності	13
1.3 Методи управління рентабельністю на підприємстві.....	17
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»	21
2.1 Організаційно-економічна характеристика ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»».....	21
2.2 Аналіз фінансового стану ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»	27
2.3 Оцінка показників рентабельності та прибутковості ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»».....	37
РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»».....	46
3.1 Заходи спрямовані на підвищення рентабельності ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»	46
3.2 Оцінка ефективності впровадження заходів підвищення рентабельності ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»».....	56
ВИСНОВКИ.....	65
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	68

ВСТУП

Актуальність теми. Основною метою ведення діяльності будь-якого комерційного підприємства є максимізація прибутку, а досягнення цієї цілі можливо тільки при правильному і продуманому плануванні діяльності організації. В умовах ринкової економіки результати діяльності організації характеризуються рівнем рентабельності і сумою отриманого прибутку. Для того щоб, діяльність організації була ефективною, приносила прибуток, керівництву компанії необхідно аналізувати ситуацію на ринку, а також ситуацію всередині підприємства і відповідно до цього приймати рішення.

Для оцінки ефективності виділяють два основних економічних показників: рентабельність і прибуток.

Прибуток - це кінцевий результат діяльності організації, це показник, який є метою роботи підприємства. А показник рентабельності є узагальнюючим показником економічної ефективності, прибутковості організації.

Рентабельність - найважливіший показник господарської діяльності підприємства, показники рентабельності необхідно розглядати в динаміці.

Аналіз рентабельності - невід'ємна частина роботи будь-якої організації. За допомогою аналізу можливо виявити помилки в господарській діяльності, вказати керівництву напрямки подальшого розвитку. У зв'язку з цим актуальність теми обумовлена тим, що на даний час без правильного аналізу рентабельності діяльності підприємства і виявлення факторів, що впливають на цю величину неможливо підвищити рівень одержуваних доходів.

Дослідженню особливостей формування та підвищення рентабельності підприємства присвячено значну кількість наукових праць таких учених, економістів та дослідників як: Бланк І.О., Гадзевич О.І., Мец В.О., Мелень О.В., Кучер Л.Ю., Єпіфанова І.Ю., Гуменюк В.С., Давидов О.І., Селіверстова Л.С., Скрипник О.В., Орлов О.А., Антонюк Р.Р., Огійчук М.Ф., Кучерява А.С., Янковець Т.М., Хмелевський О.В., Терещенко О.О., Рябенков О.В., Косік А.Ф..

Об'єктом даного дослідження є ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»».

Предметом дослідження є рентабельність діяльності ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»».

Метою кваліфікаційної бакалаврської роботи є: розробити заходи підвищення рентабельності у ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»».

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати наступні завдання:

1. Дослідити сутність поняття рентабельності підприємства та показники її оцінки;
2. Вивчити класифікацію показників рентабельності;
3. Визначити методи управління рентабельністю на підприємстві;
4. Оцінити організаційну та економічну складову підприємства;
5. Провести аналіз фінансового стану підприємства;
6. Проаналізувати показників рентабельності та прибутковості підприємства;
7. Розробити заходи підвищення рентабельності досліджуваного підприємства;
8. Оцінити ефективність розроблених заходів.

Теоретичною основою кваліфікаційної роботи є законодавчі та нормативні акти, праці вітчизняних економістів за темою дослідження, матеріали періодичного друку.

Методичною основою дослідження є методи узагальнення, порівняння, факторного аналізу.

Структура та обсяг кваліфікаційної бакалаврської роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновку та списку використаних джерел. Текстова частина кваліфікаційної роботи містить: 74 сторінки. 15 рис., 33 табл., 9 формул, 68 джерел..

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Поняття рентабельності підприємства та показники її оцінки

Головну роль у системі економічних показників відіграють показники фінансово - економічних результатів, що відображають усі сторони виробництва, збуту, закупівель і фінансової діяльності підприємства. Як відомо, метою створення будь-якого підприємства є отримання прибутку. Таким чином місце і роль прибутку в господарському процесі безперервно зростає.

Існує безліч показників для оцінки результатів діяльності, це такі показники, як обсяг випуску продукції, обсяг продажів, прибуток. Проте дані показники можуть характеризувати лише фінансовий і виробничий результат, але вони не здатні оцінити ефективність діяльності підприємства. Це пояснюється тим, що дані показники є абсолютними характеристиками діяльності організації, і їх правильна інтерпретація оцінки результативності може бути здійснена у взаємозв'язку з іншими показниками, що характеризують вкладені в підприємство кошти. Показниками, які характеризують ефективність діяльності організації, є рівень рентабельності та прибутковості [31].

У зв'язку з цим постало питання всебічного і детального вивчення поняття рентабельності, як центрального показника в загальній системі витрат на інструменти управління економікою.

У наукових працях часто можна зустріти різні трактування поняття рентабельності Р. С. Савицька стверджує, що рентабельність (від німецького слова *rentabel*, означає прибутковий, вигідний) є індикатором економічної ефективності діяльності підприємства, що охоплюють широкий спектр застосування матеріальних, трудових та фінансових ресурсів [24, с. 366].

Існує й інше визначення рентабельності, якого дотримується Й.Ворст: це показник, що виражає співвідношення доходу до загальної суми витрат на випуск продукції, інвестицій у бізнес або загальну вартість активів компанії, задіяних у її діяльності.[5, с. 105].

Як бачимо, науковці світу так і не дійшли єдиної думки трактування поняття рентабельності, тому доцільно розглянути запропоновані дефініції табл.1.1

Таблиця 1.1

Визначення поняття рентабельності

Науковець	Трактування
Білик М. Д. Прохоровский В. С Поддєрьогіна А. Н.	Рентабельність - це показник кінцевого результату діяльності підприємства, що показує співвідношення результатів із наявними ресурсами.
Пандас А. В. Федерка Т. М.	Рентабельність – це економічна категорія, що показує прибутковість та кінцевий, фінансовий результат
Рудика В. І. Мамедов І. М.	Рентабельність - це відносний показник, що акцентує увагу на оцінці ефективності роботи суб'єкта господарювання в цілому та конкретних напрямів роботи.
Черниш С. С.	Рентабельність – це якісний показник, що оцінює міру витрат або ступінь залучення ресурсів під час виробництва та збуту товару.
Дронова А. Ю.	Рентабельність - це показник фінансово-економічної системи та прибуткового функціонування підприємства, за наявності ринкової конкуренції та наявних кризових ситуацій. Саме рентабельність дає змогу оцінити сформовану на підприємстві управлінську політику.
Райзбер Б. А.	Рентабельність- остаточна оцінка діяльності підприємства за аналізований період. У ході аналізу до уваги приймається обсяг прибутку та витрати, тобто кошти вкладені у функціонування підприємства.
Блонська В. І.	Оцінює рентабельність, виходячи з його значення (з німецької перекладається як дохідний або прибутковий), тобто показник ефективного функціонування суб'єкта господарювання та виробництва на ньому в цілому.

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

Не завжди можна оцінити рівень прибутковості підприємства, виходячи тільки з абсолютної суми прибутку, оскільки на її величину впливають як якість роботи, так і обсяги діяльності. Тож для оцінки ефективності роботи підприємства разом із абсолютним значенням прибутку використовують відносний показник - рівень рентабельності.

А саме у визначенні рівня рентабельності доцільно спиратися концепцію чотирьох показників: ресурси, витрати, робочий процес і результати, що проілюстровано на рис. 1.1 [25, з. 206]

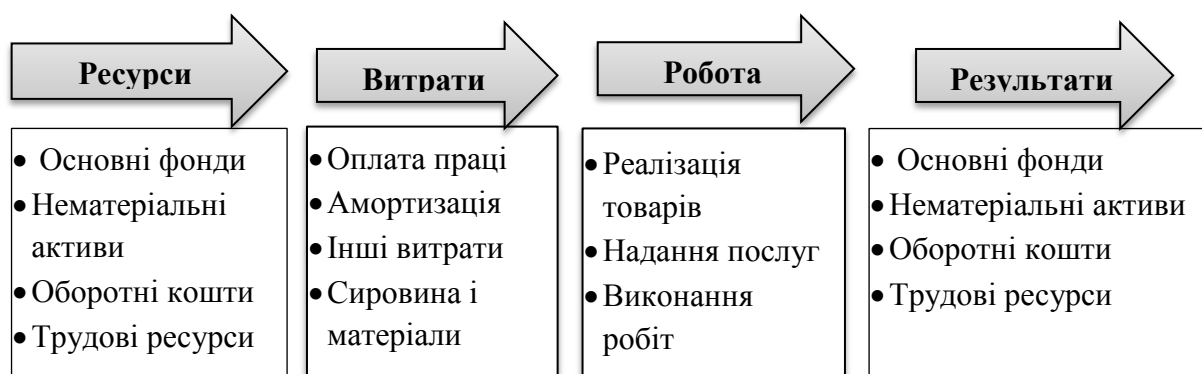


Рис.1.1. Взаємозв'язок функціонування та результатів підприємства

Джерело: складено автором на основі [55].

З допомогою рівня рентабельності можна оцінити довгострокове благополуччя підприємства, здатність отримувати достатній прибуток на інвестиції. Для довгострокових інвесторів, кредиторів, які вкладають гроші та власний капітал, цей показник є більше надійним індикатором, ніж відмінність від показників фінансової стійкості та ліквідності, які визначаються на основі окремих статей балансу.

Показники рентабельності відображають ефективність фінансово - господарської діяльності підприємства. Для цього обчислюються показники фінансових результатів, отриманих підприємством за звітний період, як правило, рік. Проводячи аналіз рентабельності, вивчається рівень показників, динаміка розвитку, виявляються фактори, що впливають на їх зміну [2].

Розглянемо наступні показники рентабельності:

- рентабельність активів (рентабельність діяльності) ;

- рентабельність власного капіталу;
- рентабельність позикового капіталу;
- рентабельність витрат ;
- рентабельність продукції;
- рентабельність продажів;
- рентабельність кінцевої діяльності [5].

Рентабельність активів

Це коефіцієнт рівний відношенню чистого прибутку до суми активів. Дані, необхідні для розрахунку містяться в балансі підприємства. Цей показник рентабельності відображає величину прибутку на одиницю вартості капіталу. Усіх фінансових ресурсів підприємства, незалежно від джерел фінансування. Рентабельність активів характеризує ступінь ефективності використання майна підприємства, професійну кваліфікацію менеджменту організації. Цей показник також називають нормою прибутку.

$$РА = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Середня балансова величина активів}} * 100 \quad (1.1)$$

Рентабельність активів у свою чергу поділяється на рентабельність оборотних та необоротних активів [30].

Рентабельність оборотних активів відображає ефективність використання оборотного капіталу підприємством.

Рентабельність оборотного капіталу показує, скільки грн. припадає на 1 грн, вкладену у оборотні активи, і визначається за формулою

$$P_{об.а} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Середня вартість оборотних активів}} * 100 \quad (1.2)$$

Цей показник відображає можливості підприємства в забезпеченні достатнього обсягу прибутку по відношенню до використовуваних оборотних засобів підприємства. Чим вище значення даного коефіцієнта, тим ефективніше використовуються оборотні кошти.

Рентабельність необоротних активів представляє собою коефіцієнт рівний відношенню балансового прибутку до середньорічної балансової вартості основних виробничих фондів.

Рентабельність необоротних активів визначає розмір прибутку на одиницю вартості основних виробничих коштів.

$$P_{\text{необ.а}} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Середня вартість необоротних активів}} * 100 \quad (1.3)$$

Чим вище значення даного показника, тим ефективніше використовуються основні фонди

Рентабельність власного капіталу представляє собою коефіцієнт рівний відношенню чистого прибутку від реалізації до середньорічної вартості власного капіталу.

Рентабельність власного капіталу показує величину прибутку, яку отримує організація на одиницю вартості власного капіталу.

$$P_{\text{в.к}} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Середня величина власного капіталу}} * 100 \quad (1.4)$$

Рентабельність власного капіталу є одним з головних показників для стратегічних інвесторів. Так як він визначає ефективність використання капіталу, інвестованого власниками.

Рентабельність позикового капіталу характеризує ефективність використання підприємством позикового капіталу.

Рентабельність позикового капіталу показує, скільки прибутку припадає на позиковий капітал.

$$P_{\text{поз.к}} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Сер.вартість довгострокових поз.кошт} + \text{сер.вартість короткострокових поз.кошт}} * 100 \quad (1.5)$$

Рентабельність позикового капіталу показує корисність та доцільність вкладення позикових коштів.

Рентабельність витрат. Це коефіцієнт рівний відношенню прибутку до суми витрат на виробництво та реалізацію продукції.

Рентабельність витрат показує, скільки організація отримує прибутку з кожної гривні, витраченої на виробництво і реалізацію продукції. Даний показник можна розраховувати як в цілому по підприємству, так і по його окремим підрозділам або видам продукції.

$$P_z = \frac{\text{Прибуток від продажу}}{\text{Повна собівартість проданих товарів}} * 100 \quad (1.6)$$

Динаміка цього показника свідчить про необхідність перегляду цін або посилення контролю над собівартістю продукції. Збільшення даного коефіцієнта при незмінній величині витрат вказує на підвищення обсягу товарообігу, а значить і на збільшення прибутку.

Рентабельність продукції найбільш раціонально застосовується при внутрішньогосподарських аналітичних розрахунках, при контролі за прибутковістю (збитковістю) окремих видів продукції, впровадженні в виробництво нових видів продукції, зняття з виробництва неефективної продукції.

$$P_{\text{прод}} = \frac{\text{Валовий прибуток}}{\text{Собівартість реалізованої продукції}} * 100 \quad (1.7)$$

Цей показник характеризує реальний розмір прибутку, який приносить підприємству кожна гривня виробничих витрат на її випуск та реалізацію.

Рентабельність продажів представляє собою коефіцієнт, отриманий шляхом поділу прибутку від реалізації на суму отриманої виручки.

Рентабельність продажів показує, яку суму прибутку отримує підприємство з кожної гривні реалізованої продукції.

$$P_{\text{продажів}} = \frac{\text{Прибуток від продажу}}{\text{Виручка}} * 100 \quad (1.8)$$

Рентабельність продажів використовується як основний індикатор оцінки фінансової ефективності підприємства з щодо невеликими обсягами основних коштів і власного капіталу .

Рентабельність кінцевої діяльності показує частку чистого прибутку в доходах підприємства.

$$P_{\text{діяльності}} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Виручка}} \quad (1.9)$$

У процесі аналізу варто вивчити динаміку перерахованих показників рентабельності, виконання плану за їх рівнем та провести міжгосподарські порівняння з підприємствами - конкурентами .

1.2 Класифікація показників рентабельності

Аналізуючи попередній пункт роботи, можемо дійти висновку, що вартість окремого продукту може змінюватись на різних підприємствах, відрізняючись від середніх галузевих витрат, які вважаються суспільно необхідними. Саме наявність індивідуальних витрат веде до формування прибутку і, як наслідок, до можливості виміру її відносного показника - рентабельності. [29, с. 183].

Варто зазначити, що рентабельність може набувати різних форм: загальної, коли йдеться про відсоткове співвідношення загального прибутку до середньорічної вартості основних виробничих фондів та оборотних коштів; розрахункової - це відношення розрахункового прибутку до середньорічної вартості тих виробничих фондів, за використання яких стягується плата. Також, як зауважують деякі науковці, застосовується показник рентабельності за поточними витратами, що є співвідношенням прибутку до собівартості випущеної чи реалізованої продукції [6, с. 183].

Виходячи з того, що кожне підприємство веде свою виробничо господарську діяльність, керуючись принципами самофінансування та отримання прибутку, підприємства несуть певні витрати на виробництво та збут своєї продукції. Ці витрати утворюють виробничі витрати підприємства (собівартість) чи індивідуальні.

Існує три види рентабельності рис.1.2 :

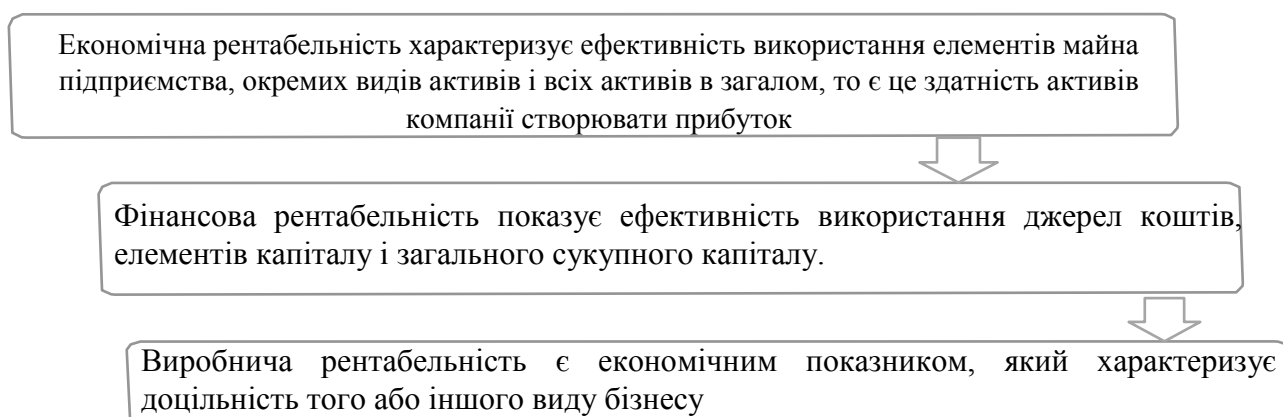


Рис. 1.2 – Основні види рентабельності

Джерело: складено автором на основі [22]

Якщо ж глибше дослідити види рентабельності, та класифікувати в залежності від статті витрат на прибуток можна значно розширити видові означення рентабельності: загальних витрат, продукції, видів інвестиційної, діяльності, рентабельність активів, власного капіталу, сукупного капіталу, виробничих запасів тощо. Усі зазначені види формуються у 4 основні групи рис.1.3

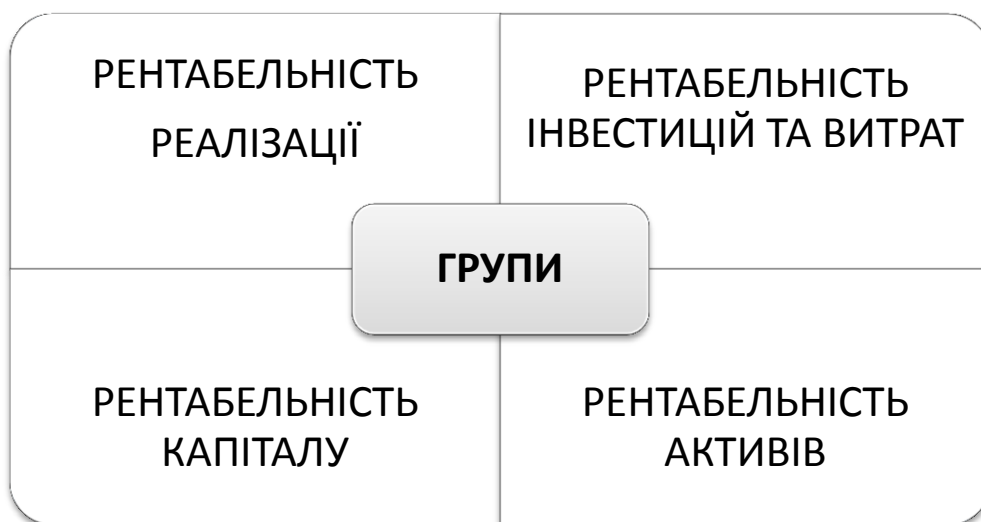


Рис. 1.3. Основні групи рентабельності

Джерело: створено автором на основі [8]

Варто відзначити важливий момент, реальне значення мають ті аспекти рентабельності, які відображають ефективність витрат у контексті прибутку, отриманого після збуту продукції [26, с. 307].

Рентабельність схильна до впливу безлічі екстернальних та інтернальних факторів. До зовнішніх факторів можна віднести ті, що опосередковано впливають на діяльність підприємства, ринкові умови або географічне розташування [21, с.170]. Внутрішні фактори включають елементи, пов'язані з основною операційною діяльністю підприємства (виробничі), а також позаопераційні, що не належать до процесу виробництва безпосередньо, проте впливають на нього (рис.1.3).

Класифікацію та характерні ознаки показників рентабельності узагальнено в табл.1.2

Класифікація та характерні ознаки системи показників рентабельності

Групи показників	Характеристика	Користувачі
1. Економічна рентабельність		
Рентабельність активів	Відображає ефективність та рентабельність усього майна підприємства. Визначає рівень конкурентоспроможності підприємства. Узагальнююча характеристика рентабельності діяльності підприємства.	Органи державної статистики, органи податкової, акціонери, власники, адміністрація, персонал
Рентабельність необоротних активів	Характеризує ефективність використання необоротних коштів підприємства.	Адміністрація, персонал
Рентабельність оборотних активів	Характеризує ефективність використання оборотних коштів підприємства.	Адміністрація, персонал
2. Фінансова рентабельність		
Рентабельність власного капіталу	Характеризує ефективність використання авансованих коштів підприємства. Показує взаємозв'язок між обсягом власних коштів підприємства та величиною прибутку, отриманої від їх використання.	Адміністрація, персонал, власники, акціонери
Рентабельність позикового капіталу	Характеризує ефективність використання залучених коштів підприємства. Показує взаємозв'язок між обсягом позикових коштів підприємства та величиною прибутку.	Адміністрація, персонал, кредитори
Рентабельність інвестицій	Характеризує здатність керівництва забезпечити високу віддачу власних та довгострокових позикових коштів, інвестованих у функціонування та розвиток підприємства.	Адміністрація, персонал, власники, інвестори
Показники рентабельності діяльності підприємства	Характеризують суму прибутку, отриману на кожну гривню витрачених коштів. Використовується для визначення фінансової стратегії та мінімізації витрат підприємства.	Адміністрація, персонал, органи державної статистики, податкові органи
Рентабельність продажів	Характеризує співвідношення прибутку від продажу до виручки. Характеризує прибутковість процесу реалізації.	Адміністрація, персонал, власники
3. Показники рентабельності з урахуванням грошових потоків		
Показники реінвестування грошових коштів	Показує, яка частина коштів може бути спрямована на самофінансування	Адміністрація, персонал, інвестори
Рентабельність реалізації капіталу на основі чистого грошового потоку	Характеризує платоспроможність підприємства	Адміністрація, персонал, власники, кредитори, акціонери, постачальники

Джерело: узагальнено автором на основі [21], [22], [24], [26]

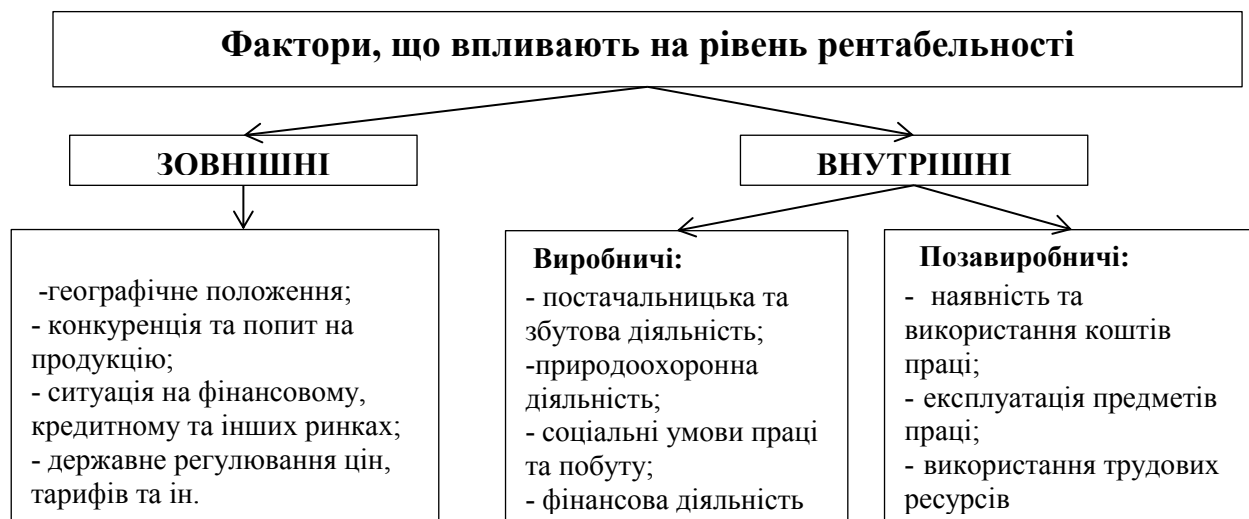


Рис. 1.4 Фактори, що впливають на рівень рентабельності

Джерело: створено автором на основі [13]

Підсумком аналізу є висновок про те, що класифікуючи зазначені фактори, можна оцінити їх вплив на рентабельність, виявити ключові та забезпечувати підвищення ефективності отримавши резерв зростання доходності.

При виборі методів підвищення рентабельності слід враховувати, що вони безпосередньо пов'язані з прибутковістю підприємства. Серед поширених способів поліпшення рентабельності можна назвати:

- мінімізацію виробничих витрат за одночасного збільшення продуктивності;
- оновлення основних фондів з використанням більш розвинених технологій;
- Поліпшення якості продукції, що випускається;
- Скорочення невиробничих витрат за рахунок автоматизації процесів;
- Розширення ринку збуту, в тому числі через зниження цін на продукцію.

Застосування цих методів дозволить підприємствам не тільки збільшити рентабельність, а й зміцнити фінансову стабільність, підвищити платоспроможність та забезпечити динамічний розвиток [20, с. 130].

Таким чином, рентабельність є відносним показником економічної ефективності діяльності підприємства. Вона комплексно відображає ступінь

ефективності використання матеріальних, трудових і грошових ресурсів, розраховується як ставлення прибутку до активів, ресурсів або потоків, що її формують [54].

Рентабельність відображає, наскільки прибутковою є діяльність підприємства, тому будь-яке підприємство намагатиметься цей показник збільшити.

1.3 Методи управління рентабельністю на підприємстві

Рентабельність є узагальнюючим критерієм економічної ефективності виробництва. Вона комплексно відображає застосування товарних, трудових і валютних ресурсів. Рентабельною вважається підприємство, що приносить прибуток.

Рентабельність показує, наскільки прибуткова діяльність організації, тобто чим вище її значення, тим прибутковіше підприємство, тим успішніше його діяльність. Саме даний критерій і визначає що підприємству необхідно постійно знаходити нові шляхи підвищення рентабельності для забезпечення найбільш високих характеристик [17].

Ключовими шляхами для підвищення рентабельності є підвищення абсолютної суми прибутку і скорочення витрат на виробництво продукції.

Цьому може сприяти використання на виробництві результатів науково - технічного прогресу, що в результаті повинно призвести до збільшення продуктивності праці і зниження на одиниці вартості одиниці ресурсів, застосовуваних в виробництві [37].

Альтернативність пошуку шляхів підвищення рентабельності визначається різноманітністю показників. Аналізуючи шляхи підвищення рентабельності, важливо розділяти вплив зовнішніх і внутрішніх факторів.

До зовнішніх умов впливу можна віднести розширення ринку збуту продукції за рахунок зниження ціни на передбачувані товари.

Внутрішні умови мають більш значиміші значення, чим зовнішні. І до них відносяться: підвищення обсягу виробництва, скорочення собівартості продукції, збільшення віддачі основних коштів, випуск супутньої (додаткової) продукції [24].

Одним з шляхів підвищення рентабельності є збільшення цін.

Підвищувати ціну на продукцію варто максимально поступово і акуратно. Так як в кризовий для країни період споживач дуже чуйно реагує на будь-які зміни у ціні на необхідні йому товари, отже, існує ризик того, що при найменшому підвищенні цін на товар підприємства, він надасть перевагу підприємству- конкуренту, з більш прийнятними цінами.

Зниження ціни за рахунок зменшення витрат і витрат підприємства також є способом підвищення рентабельності. Наприклад, можна зменшити витрати на оплату праці шляхом оптимізації діяльності співробітників, можна зменшити собівартість продукції за рахунок пошуку нових постачальників на більше вигідних умовах для закупівлі більше дешевих матеріалів і сировини. Саме зменшення витрат є найбільш ефективним способом підвищення рентабельності, а ризики при даному способі мінімальні.

Одним з методів підвищення рентабельності розглянемо використання інновацій, які дозволять виробляти новий товар покращеної якості, освоювати нові ринки збуту продукції тощо. [41].

Ще одним із методів, спрямованих на підвищення рентабельності, є розширення асортименту пропонованих товарів, це важкоздійснювання ціль в умовах кризи, але необхідна для досягнення мети підприємства- задоволення споживчого попиту і максимізація прибутку, а внаслідок цього підвищення рентабельності.

Позитивною стороною заходів розширення асортименту продукції є те, що підприємство вже має базу для виробництва і реалізації подібних товарів і витрати на організацію виробництва нових товарів будуть не значними за рахунок скорочення постійних витрат, при цьому рентабельність підприємства значно підвищиться .[27].

Проте обов'язковим заходом має стати оптимізація асортименту, потрібно прибрати з продажів позиції з самим низьким прибутком, рентабельністю, а також збиткові товари. Для цього необхідно провести аналіз продукції наявного асортименту, виявити найбільш затребувані позиції товарів. І ними замінити «неходові» позиції або збільшити частку рентабельних товарів у загальному асортименті продукції.

Для збільшення прибутку і підвищення рентабельності компанії слід працювати з індивідуальними замовленнями. Внаслідок цього можна досягти значного збільшення доходу та прибутку.

Для стимулювання збуту та збільшення попиту на продукцію необхідно шукати нові ринки, проводити маркетингову кампанію - різні акції, конкурси, покращити рекламу для продажу товарів споживачам. Із збільшенням попиту, збільшиться прибуток, а відповідно і рентабельність.

Необхідно враховувати, що не можна розглядати вплив кожного фактору окремо, так як, на рівень і динаміку коефіцієнтів рентабельності впливає вся сукупність виробничо - господарських факторів:

- рівень організації виробництва та управління;
- структура капіталу та його джерел;
- ступінь використання виробничих ресурсів;
- обсяг, якість і структура продукції;
- витрати на виробництво та собівартість виробів;
- прибуток за видами діяльності та напрями її використання.

Таким чином, можна виділити наступні методи для підвищення рентабельності:

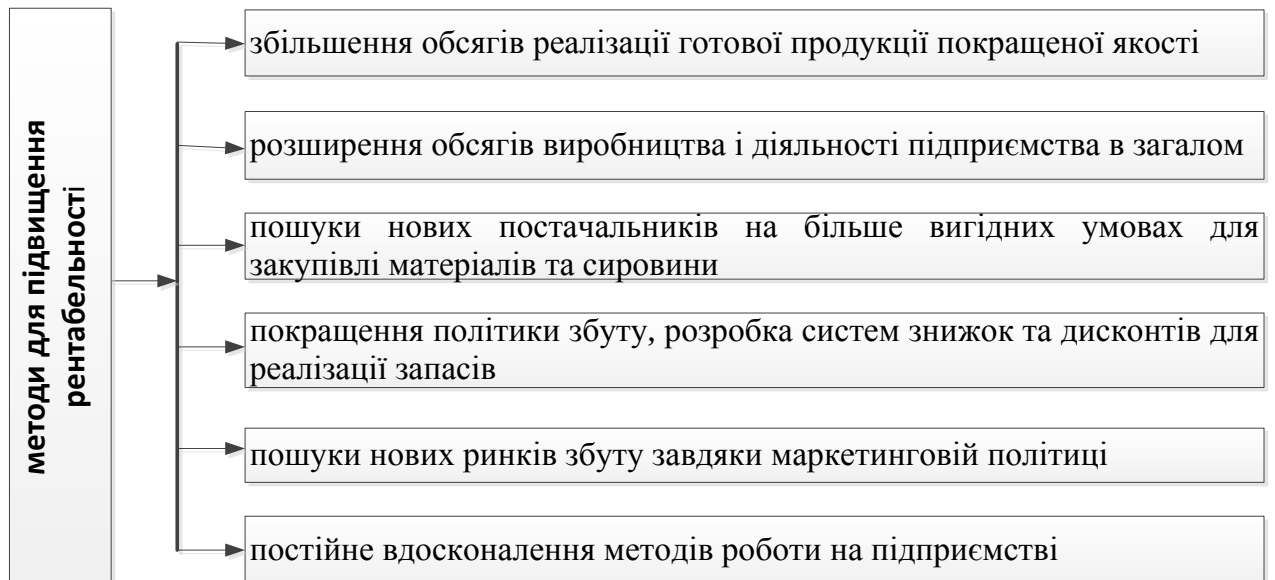


Рис. 1.5 Методи для підвищення рентабельності

Джерело: створено автором на основі [12]

При виборі методики підвищення рентабельності необхідно враховувати специфіку конкретного підприємства.

Підвищення рентабельності підприємства в сучасних умовах набуває першорядну роль, і керівництву організацій необхідно використовувати усі можливі шляхи підвищення даного показника, з метою збільшення прибутку, що в результаті позначиться на покращення ефективності діяльності самого господарського суб'єкта в цілому [48].

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

2.1. Організаційно-економічна характеристика ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА „КИЇВ“», код ЄДРПОУ 33715556, було зареєстровано 22.08.2005. Станом на квітень 2025 року розмір статутного капіталу ТОВ складає 9 005 000,00.

Контактні дані підприємства:

Поштова, юридична адреса: 08132 Київська обл., Києво-Святошинський р-н, м. Вишневе, вул. Ломоносова, 42

Телефон: +38 (044) 5012081; +38 (044) 5012089

Факс: +38 (044) 5012084

Сайт: persha-vzuttva-fabrika-kiyiv.business-guide.com.ua [48].

Основний вид діяльності за КВЕД:

15.20 Виробництво взуття

Інші:

14.13 Виробництво іншого верхнього одягу

14.19 Виробництво іншого одягу й аксесуарів

46.42 Оптова торгівля одягом і взуттям

46.49 Оптова торгівля іншими товарами господарського призначення

47.72 Роздрібна торгівля взуттям і шкіряними виробами в спеціалізованих магазинах

68.20 Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна.

Уповноваженою особою юридичної особи ТОВАРИСТВО ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА "КИЇВ" є Наливайко Василь Павлович.

ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» одне з найдавніших підприємств взуттєвої промисловості України. Засноване у 1867 у Києві як військово-обмундирувальна майстерня.

Від 1922 року — Державна взуттєва фабрика №1,

від 1963 — Київ. взуттєва фабрика №1,

від 1970 — ВО «Київ»,

від 1994 — колективне виробничо-торгове взуттєве підприємство «Київ», і лише у 2006 році ТОВ отримало теперішню назву .

Під час 2-ї світової війни на ф-ці, яку евакуювали у м. Кузнецьк, з метою виготовлення взуття для армії

Від початку 90-х рр. підприємство розпочинає випуск спеціалізованого робочого взуття із захисними елементами, взуття для військовослужбовців, дитяче шкіряне взуття, домашнє взуття для жінок, чоловіків і дітей.

Нині ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» — одне з найбільших взуттєвих підприємств України, виробнича потужність якого становить близько 8 млн пар взуття щороку.

Також підприємство є лідером в Україні з виробництва домашнього текстильного взуття. Взуття з текстилю виготовляється різними методами з урахуванням вимог сучасного дизайну та напрямків моди.

Виробничі цехи підприємства оснащені сучасним високопродуктивним обладнанням фірм Лім, Десма, Шен та інших. Але, незважаючи на це, технічному розвитку приділяється велика увага, оскільки це один із шляхів до перемоги та затвердження в умовах ринкової економіки. Позитивні відгуки про високі експлуатаційні якості взуття підприємство одержує від промислових підприємств та працівників агропромислового комплексу із різних країн СНД.

Продукція експортується до, Білорусі, Монголії, Молдови, Латвії та ін. країни. Підприємство має представництва у всіх регіонах країни, а також реалізує продукцію через дилерську мережу. Підтримуючи високу якість продукції, спираючись на багаторічний досвід та високі знання фахівців, підприємство задовольняє будь-які потреби та запити клієнтів.



Рис. 2.1. Структура управління ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

Джерело: складене автором на основі даних підприємства

Організаційна структура ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» - лінійно - функціональна, (рис.2.1) побудована із врахуванням можливостей гнучкого реагування на зміни ринку, забезпечення оптимального рівня децентралізації управлінських рішень, винятки дублювання службами однакових функцій.

Підприємство забезпечене основними та допоміжними функціональними відділами.

Також зареєстрована торгова марка ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» . Зображення якої представлено на рис. 2.2.



Рис. 2.2. Торгова марка ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

Джерело: [48].

Поєднання знаків та кольорів у яких виконано логотип торговельної марки, відповідно і сама торгова марка законодавчо захищена.

Для аналізу економічної характеристики ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» розглянемо асортимент та структуру виручки підприємства за товарними групами (табл.2.1)

Таблиця 2.1

Структура виручки ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»
за товарними групами

Товарна група	2023 р.		2024 р.		Відхилення (+;-)	Темп зміни, %
	тис.грн	в %	тис.грн	в %		
Взуття демісезонне:	72398	26,00	80192	27,00	7794	110,76
Черевики	8 354	3,00	5 940	2,00	-2414	71,11
Туфлі	5 569	2,00	2 970	1,00	-2599	53,33

Продовження таблиці 2.1

Напівчеревики	2785	1,00	5 940	2,00	3156	213,33
Напівчоботи	2785	1,00	5 940	2,00	3156	213,33
Чоботи	50 122	18,00	50 491	17,00	369	100,74
Напівчобітки	2785	1,00	8 910	3,00	6126	319,99
Взуття літнє:	89105	32,00	80192	27,00	-8914	90,00
Туфлі	58 475	21,00	53 461	18,00	-5014	91,43
Домашній текстиль	19 492	7,00	17 820	6,00	-1671	91,43
Туфлі відкриті	11 138	4,00	8 910	3,00	-2228	80,00
Взуття зимове:	116951	42,00	136623	46,00	19672	116,82
Черевики	52 906	19,00	59 401	20,00	6495	112,28
Напівчеревики	5 569	2,00	11 880	4,00	6311	213,33
Чоботи	41 768	15,00	44 551	15,00	2783	106,66
Напівчобітки	16 707	6,00	20 790	7,00	4083	124,44
Разом	278454	100,00	297006	100,0	18552	106,66

Джерело: складено автором

На підставі таблиці 2.1, можна зробити висновок, що найбільшу частку в складі і структурі виручки має позиція зимове взуття, на дану товарну групу доводиться 46% усієї виручки ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»».

Загальні показники показують, що доходність підприємства зростає, і потенціал успішності можна оцінити наступними факторами:

1. Сучасний процес виробництва із залученням сучасного високопродуктивного обладнання фірм Лім, Десма, Шен та інших, яке представляє технологічну лінію

2. Досвід майже півтора сторіччя та залучення висококласних співробітників, що володіють навиками ливарного методу кріплення на підошві з поліуретану, а також випуск спеціального робочого взуття із захисним металевим підноском. Матеріал підошви-поліуретан, є маслобензостійким, морозостійким, стійким до кислотно-лужної дії та стирання. Що особливо актуально на сьогодні для військового взуття у період військового стану.

3. Взуття підприємства виготовлено відповідно до світових стандартів у питаннях безпеки .

4. На підприємстві було створено сертифіковану лабораторію та запроваджено контроль якості ISO 9001, що є показником якості продукції та забезпечення високого сервісу.

Розглянувши діяльність підприємства можемо створити SWOT-аналіз для ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»». Який доцільно вивчити з метою визначення сильних та слабких сторін для покращення діяльності підприємства та подальшого аналізу напрямків його зростання

У свою чергу умови невизначеності та воєнного стану також вносить свої корективи у функціонування підприємства, тому також доцільно загострити увагу на загрозах.

Таблиця 2.2

Матриця SWOT-аналізу ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
1) Сертифікована продукція 2) Конкурентна на ринку ціна та якість товару. 3) Різноманітність асортименту. 4) Забезпеченість якісними фізичними ресурсами (обладнання). 5) Високий попит на продукцію. 6) Пропозиція унікальних рішень.	1) Залежність компанії від іноземного виробництва та постачальників сировини Індія, Польща, Сірія 2) Відсутність чітко сформованого маркетингового відділу, недосконалість його роботи. 3) Охоплення рекламою малої кількості населення 4) Значні затрати на собівартість
Можливості (O)	Загрози (T)
1) Опанування нових іноземних ринків 2) Збільшення виробництва військового взуття, що потребує в наш час ринок України. 3) Покращення продукції за рахунок додаткового навчання персоналу. 4) Просування товару компанії більш сучасними та ефективнішими методами.	1) Нестабільна ситуація в країні. 2) Залежність підприємства від інших суб'єктів. 3) Поява на ринку прямих та наявність непрямих конкурентів. 4) Зростання вартості сировини. 5) Часті зміни в законодавстві, особливо в умовах воєнного стану

Джерело: складено автором

Отже, можемо впевнено стверджувати, що підприємство ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» є лідером взуттєвої галузі в Україні. Аналіз

господарської діяльності свідчить про ефективне та злагоджене функціонування підприємства. Застосування інноваційних технологій у виробництві, співпраця з висококваліфікованими фахівцями та наявність сертифікованої продукції лише зміцнюють позиції підприємства на ринку. Тому логічним є висновок, що компанія успішно реалізує свою місію.

2.2 Аналіз фінансового стану ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

Аби оцінити фінансове становище ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»», розглянемо основні економічні показники за період з 2022 по 2024 роки, розраховані на основі бухгалтерського балансу і звіту фінансових результатів [6].

Проведемо вертикальний аналіз статей активу у таблиці 2.3

Таблиця 2.3

Аналіз структури та складу активів балансу ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

Найменування статті	2022 р.		2023 р.		2024 р.	
	сума, тис.грн	%	сума, тис.грн	%	сума, тис.грн	%
Необоротні активи (НА), в тому числі:	48092	19,14	44724	17,00	49255	17,27
Нематеріальні активи (НМА)	17	0,01	15	0,01	12	0,00
Основні кошти (ОК)	47945	19,08	44579	16,94	35945	12,60
Прибуткові вкладення в матеріальні цінності	-	-	-	-	13168	4,62
Фінансові вкладення	130	0,05	130	0,05	130	0,05
Оборотні активи (ОБ), в тому числі:	203184	80,86	218407	83,00	236009	82,73
Запаси та витрати (ЗВ)	141698	56,39	165556	62,92	188897	66,22
Дебіторська заборгованість(ДЗ)	54440	21,67	33895	12,88	25980	9,11
Грошові кошти (ГК)	7046	2,80	18956	7,20	21132	7,41
Баланс (Б)	251276	100	263131	100	285264	100

Джерело: складено автором

Аналізуючі дані таблиці 2.3 можна зробити наступні висновки: найбільшу частку в структурі активів займають оборотні активи, при цьому їх частка за аналізований період збільшилася з 80,86% до 82,73%, зростання обумовлений тим, що з 56,39 до 66,22% виросла частка запасів і з 2,8 до 7,41% частка грошових коштів. Знизилася частка необоротних активів в загальній структурі, зниження відбулося за рахунок скорочення основних коштів і нематеріальних активів.

Висока частка запасів свідчить про те, що значна частина запасів сировини та готової продукції знаходяться на складі, що не є позитивним фактором для підприємства.

Розглянемо структуру активів на рис 2.3

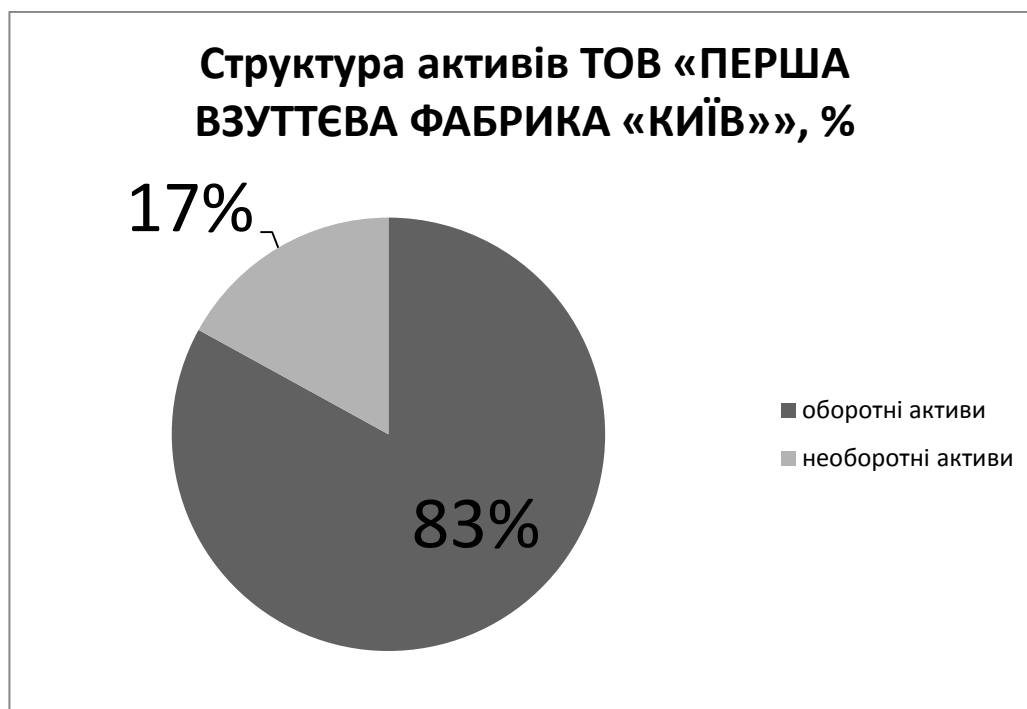


Рис. 2.3. Структура активів ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

Джерело: складено автором

Аналізуючи рисунок 2.3 бачимо, що 83% у загальній структурі активів займають оборотні активи, тому доцільно розглянути дану складову детальніше рис. 2.4.



Рис. 2.4. Структура оборотних активів ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

Джерело: складено автором

З рисунку 2.4 можемо бачити, що основну частку в структурі оборотних активів займають запаси і витрати, їх частка на кінець досліджуваного періоду склала 67% від загальної суми активів. Значний обсяг запасів можна пояснити тим, що підприємство займається виробництвом продукції, а значить, постійно мають бути запаси сировини і матеріалів. Позитивним моментом є те, що за досліджуваний період на 4% від загальної суми активів знизилася частка дебіторської заборгованості. Частка грошових коштів складає всього 7% від загальної суми активів, але в порівнянні з початком періоду вона виросла на 4%.

Для більше детального аналізу активів розглянемо їх динаміку у таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Аналіз динаміки за статтями активів балансу ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА
ФАБРИКА «КИЇВ»»

Найменування статті	2022 р.	2023 р.	2024 р.	Відхилення, тис.грн.		Темп зміни, %	
				2023/ 2022	2024/ 2023	2023/ 2022	2024/ 2023
Необоротні активи (НА), в тому числі:	48092	44724	49255	-3368	4531	93,00	110,13
Нематеріальні активи (НМА)	17	15	12	-2	-3	88,24	80,00
Основні кошти (ОС)	47945	44579	35945	-3366	-8634	92,98	80,63
Прибуткові вкладення в матеріальні цінності	-	-	13168	-	13168	-	-
Фінансові вкладення	130	130	130	0	0	100,0	100,0
Оборотні активи (Об)	203184	218407	236009	15223	17602	107,49	108,06
Запаси та витрати (ЗВ)	141698	165556	188897	23858	23341	116,84	114,10
Дебіторська заборгованість (ДЗ)	54440	33895	25980	-20545	-7915	62,26	76,65
Грошові кошти (ГК)	7046	18956	21132	11910	2176	269,03	111,48
Баланс (Б)	251276	263131	285264	11855	22133	104,72	108,00

Джерело: складено автором

З аналізу динаміки статей активу можна побачити, що в цілому активи 2024 року по порівнянні з 2023 виросли на 8%, зростання обумовлений зростанням необоротних активів на 10,13% і зростанням оборотних коштів на 8,06%. У свою черг збільшення необоротних активів сталося за рахунок прибуткових вкладень у матеріальні цінності, а зростання оборотних активів - за рахунок значного зростання запасів на 14,10% і зростання грошових коштів на 11,48%.

Наступним кроком розглянемо склад пасиву підприємства. Проведемо вертикальний аналіз пасивів у таблиці 2.5

Таблиця 2.5

Аналіз складу та структури пасиву балансу ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА
ФАБРИКА «КИЇВ»»

Найменування статті	2022 р.		2023 р.		2024 р.	
	сума, тис.грн	%	сума, тис.грн	%	сума, тис.грн	%
Власні кошти	191154	76,07	211261	80,29	224481	78,69
Довгострокові позикові кошти	1 355	0,54	985	0,37	24601	8,62
Короткострокові зобов'язання	58767	23,39	50885	19,34	36182	12,68
Короткострокові кредити та позики	25000	9,95	25850	9,82	15050	5,28
Короткострокова заборгованість	33767	13,44	25035	9,51	21132	7,41
Баланс (Б)	251276	100	263131	100	285264	100

Джерело: складено автором

З таблиці 2.5 видно що найбільшу частку в структурі пасивів мають джерела власних коштів, при цьому за аналізований період вони виросли з 76,07 до 78,69%, також значно виросла частка довгострокових позикових коштів з 0,54 до 8,62%, проте скоротилася частка короткострокових зобов'язань з 23,39 до 12,68%.

Структура пасивів протягом розглянутого періоду кардинально не змінювалася, винятком стали лише короткострокові позики і кредити та довгострокові позикові кошти, їх частки також зазнали значних змін.

Проведемо горизонтальний аналіз статей пасиву в таблиці 2.6

Таблиця 2.6

Аналіз динаміки статей пасиву балансу ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА
«КИЇВ»»

Найменування статті	2022 р.	2023 р.	2024 р.	Відхилення, тис. грн		Темп зміни, %	
				2023/ 2022	2024/ 2023	2023/ 2022	2024/ 2023
Власні кошти	191154	211261	224481	20107	13220	110,52	106,26
Довгострокові позикові кошти	1355	985	24601	-370	23616	72,69	2497,56

Продовження таблиці 2.6

Короткострокові зобов'язання	58767	50885	36182	-7882	-14703	86,59	71,11
Короткострокові кредити та позики	25000	25850	15050	850	-10800	103,40	58,22
Короткострокова заборгованість	33767	25035	21132	-8732	-3903	74,14	84,41
Баланс (Б)	251276	263131	285264	11855	22133	104,72	108,41

Джерело: складене автором

На підставі аналізу динаміки статей пасиву, проведеного в таблиці 2.6, можна зробити наступні висновки: за аналізований період значно зросли пасиви підприємства з показника 251 276 тис.грн до 285 264 тис.грн, що обумовлено різким зростанням суми довгострокових позикових коштів що у порівнянні з 2023 роком зросли на 2497,56%. Сталося зниження короткострокової заборгованості.

Розглянемо динаміку зміни власного і залученого капіталу графічно зображеного на рис 2.5

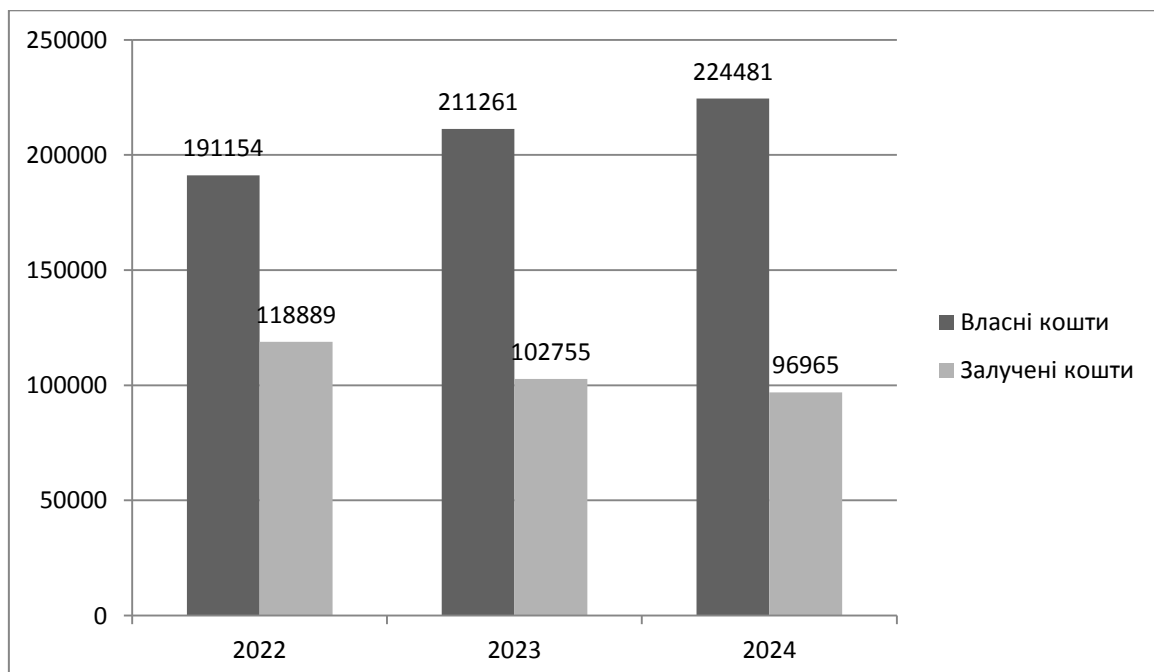


Рис. 2.5. Динаміка зміни власного і залученого капіталу ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

Джерело: складено автором

На рисунку видно, що ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» більше використовує власний капітал, тобто розвивається за рахунок власного капіталу. З середини періоду залучений капітал почав зростати більше швидкими темпами, ніж власний.

У структурі залучених коштів найбільшу частку займає короткострокова кредиторська заборгованість, а саме розрахунки з постачальниками.

Наступним етапом проведемо аналіз показників ліквідності у таблиці 2.7.

Таблиця 2.7

Динаміка коефіцієнтів ліквідності ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

Показники	2022р	2023р	2024р
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,12	0,37	0,58
Коефіцієнт ліквідності балансу	1,05	1,04	1,30
Коефіцієнт поточної ліквідності	3,46	4,29	6,52

Джерело: складено автором

Розглянемо графічно зображені результати аналізу показників ліквідності ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» на рис. 2.6

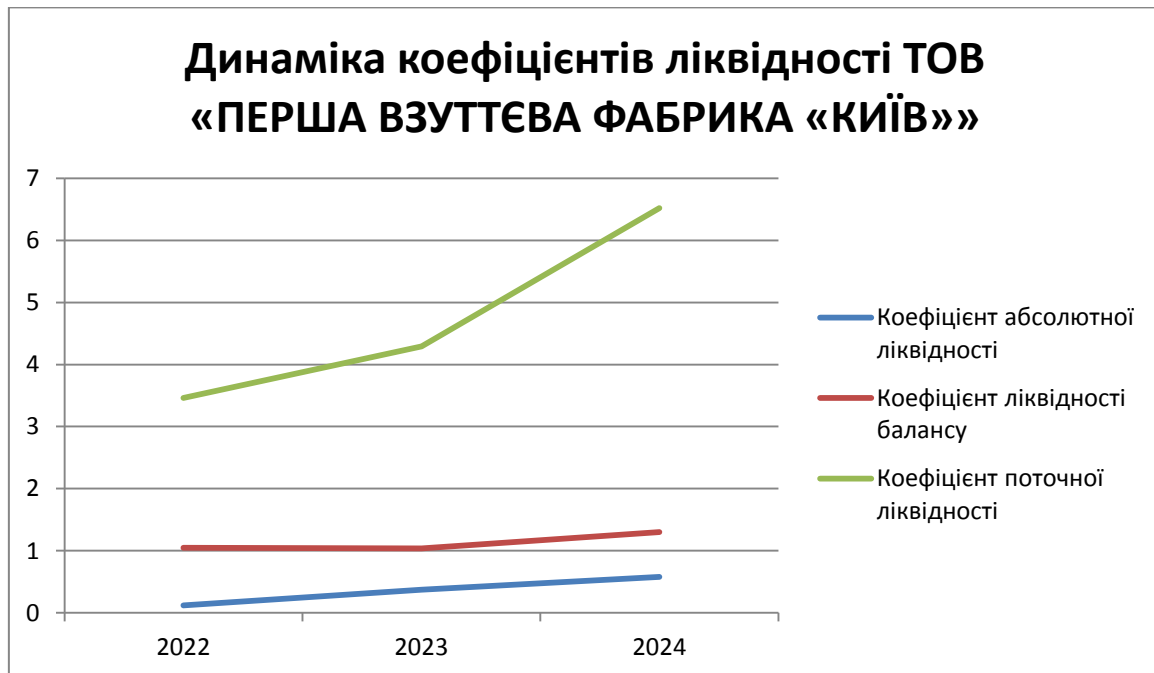


Рис. 2.6. Динаміка коефіцієнтів ліквідності ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

Джерело: складено автором

У зміні коефіцієнтів ліквідності спостерігається позитивна динаміка. Коефіцієнт абсолютної ліквідності 2024 рік вказує, що ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» в найближчий час може погасити 0,58 частину короткостроковій заборгованості за рахунок власних грошових коштів, що задовольняє нормативне значення 0,2 - 0,4.

Для коефіцієнта швидкої ліквідності нормативним значенням є 0,5 – 0,1. У 2024 році значення цього коефіцієнта дорівнювало 1,30, що вказує, що у випадку необхідності, активи можуть швидко стати ліквідними.

Коефіцієнт поточної ліквідності значно перевищує нормативне значення 2 - 3, та показує, що мобілізувавши свої оборотні активи, у випадку необхідності, ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» зможе розплатитися з короткостроковими зобов'язаннями.

Далі проаналізуємо основні показники фінансової стійкості.

Таблиця 2.8

Аналіз показників фінансової стійкості ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

Коефіцієнт	2022р.	2023р.	2024р.	Відхилення,	
				2023/ 2022	2024/ 2023
Коефіцієнт автономії	0,76	0,8	0,79	0,04	-0,01
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,77	0,81	0,87	0,04	0,06
Коефіцієнт співвідношення позикових та власних коштів	0,31	0,25	0,27	-0,06	0,02
Індекс постійного активу	0,25	0,21	0,22	-0,04	0,01
Коефіцієнт забезпеченості власними джерелами фінансування	0,7	0,76	0,74	0,06	-0,02
Коефіцієнт маневреності власних коштів	0,76	0,79	0,89	0,03	0,1
Співвідношення ДЗ та КрЗ	1,61	1,35	1,23	-0,26	-0,12
Коефіцієнт забезпеченості запасів та витрат	1,01	1,01	0,93	0	-0,08

Джерело: складено автором

Коефіцієнт автономії протягом всіх трьох років перевищує нормативне значення (0,5), що свідчить, про те що ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА

«КИЇВ»» має достатню частку власного капіталу і фінансовий стан підприємства не залежить від позикових джерел.

Коефіцієнт співвідношення позикових і власних коштів знаходиться в межах нормативного значення і не перевищує 0,7, що може свідчити про стійке фінансове становище ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»», але в той ж час значення не перевищує 0,5, що вказує на низьку ефективність роботи підприємства.

Коефіцієнт забезпеченості власними джерелами фінансування відповідає оптимальному значенню і перевищує 0,5, даний коефіцієнт показує, що 0,74 частини оборотних активів фінансується за рахунок власних джерел фінансування

Значення коефіцієнта маневреності ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» показує, що у випадку необхідності підприємство здатне підтримувати рівень власного оборотного капіталу та поповнювати оборотні кошти.

Коефіцієнт співвідношення дебіторської і кредиторської заборгованості показує, що дебіторська заборгованість значно перевищує кредиторську, і це свідчить про вилучання коштів з господарської діяльності що надалі може призвести до необхідності залучення кредитів банку і позик для підтримки поточної виробничо - господарської діяльності.

У цілому на підставі розрахунку та аналізу всіх коефіцієнтів підприємства можна зробити висновок про те, що фінансовий стан ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» є стійким.

Проведемо аналіз показників ділової активності у таблиці 2.9.

Таблиця 2.9

Аналіз показників ділової активності ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

Коефіцієнт	2023 р.	2024 р.	Відхилення
Коефіцієнт оборотності активів, обороти	1,08	1,08	0
Коефіцієнт закріплення, грн/грн	0,92	0,92	0
Тривалість одного обороту всіх активів (Т), дні	333,33	333,33	0

Продовження таблиці 2.9

Коефіцієнт оборотності ТМЗ (К2), обороти	1,42	1,36	-0,06
Термін оборотності ТМЗ, дні	253,52	264,71	11,19
Фондовіддача основних коштів, грн	3,01	3,69	0,68
Коефіцієнт оборотності ДЗ (К3), обороти	6,3	9,92	3,62
Термін оборотності коштів у розрахунках (Кдз), дні	57,1	36,29	-20,81
Коефіцієнт оборотності КрЗ (К4), обороти	7,4	10,45	3,05
Термін оборотності КрЗ (Т), дні	48,64	34,46	-14,18
Коефіцієнт оборотності власного капіталу, обороти	1,38	1,36	-0,02
Тривалість операційного циклу (Т о.ц.), дні	260,46	274,48	14,02
Тривалість фінансового циклу (Т ф.ц.) дні	211,82	240,02	28,20

Джерело: складено автором

Коефіцієнт оборотності активів показує, що за досліджувальний період вкладені кошти обертаються 1,08 раз, і надалі значення даного показника не змінилося.

Термін оборотності товарно - матеріальних цінностей сповільнився на 11,19 днів, у 2024 році кількість оборотів в рік скоротилася до 1,36, при тому, що у 2023 вона дорівнювала 1,42 обороту, це свідчить, що підприємство почало накопичувати надлишок запасів з причини погіршення продажів.

Термін оборотності дебіторської заборгованості скоротився на 20,82 дня. В звітному році в порівнянні з попереднім кількість оборотів дебіторської заборгованості виросла на 3,62 оборотів в рік, що свідчить про ефективну взаємодію між ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» і контрагентами, товари стали швидше перетворюватися в гроші.

Термін оборотності кредиторський заборгованості також скоротився на 14,18 днів, а кількість оборотів збільшилось на 3,05, що може говорити про те, що підприємство стало швидше розраховуватися зі своїми постачальниками та покращило платоспроможність стосовно: постачальників сировини, продукції і товарів; поліпшило стан позабюджетних та бюджетних фондів, співробітникам організації.

Фондовіддача основних коштів показує, що основні кошти ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» у звітному році стали використовуватися більше ефективно.

Коефіцієнт закріплення показує, що для досягнення даного обсягу продажів необхідно мати 0,92 коштів у обороті.

Тривалості операційного циклу збільшилася на 14 днів, що є негативним фактом, так як це значить що, період, з моменту надходження товарно - матеріальних цінностей до моменту отримання оплати за продану продукцію збільшалося. Тривалість фінансового циклу також збільшилася на 28 днів, що говорить про уповільнення розрахунків.

Таким чином, з проведеного фінансового аналізу ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» можна зробити висновок, що фінансове становище організації є стабільним та стійким.

2.3 Оцінка показників рентабельності та прибутковості ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

У таблиці 2.10 наведено основні фінансові результати діяльності ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» за аналізований період, з 2022 року по 2024 рік.

Проведемо аналіз динаміки показників фінансово - господарської діяльності ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» у таблиці 2.10.

Таблиця 2.10

Аналіз динаміки показників фінансово - господарської діяльності ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

Показник	2022р	2023р	2024р	Відхилення		Темп зміни, %	
				2023/ 2024	2024/ 2023	2023/ 2022	2024/ 2023
Доходи та витрати за звичайним видам діяльності							
Виручка	198422	278454	297006	80032	18552	140,33	106,66
Собівартість продажів	156023	217603	241166	61580	23563	139,47	110,83
Валовий прибуток	42399	60851	55840	18452	-5011	143,52	91,77

Продовження таблиці 2.10

Комерційні витрати	6412	7710	8994	1298	1284	120,24	116,65
Управлінські витрати	17623	23119	23996	5496	877	131,19	103,79
Прибуток від продажу	18364	30022	22850	11658	-7172	163,48	76,11
Рентабельність продажів	9,26	10,78	7,69	1,52	-3,09	-	-
Інші доходи та витрати							
Відсотки до отримання	168	0	153	-168	153	-	-
Відсотки до сплати	4984	6201	4 933	1217	-1268	124,42	79,55
Доходи від участі в інших організаціях	1025	-	-	-1025	-	-	-
Інші доходи	43508	5060	3409	-38448	-1651	11,63	67,37
Інші витрати	44729	2362	4318	-42367	1956	5,28	182,81
Прибуток до оподаткування	13352	26519	17161	13167	-9358	198,61	64,71
Рентабельність діяльності	6,73	9,52	5,78	2,79	-3,75	-	-
Зміна відкладених податкових зобов'язань	-335	-369	-515	-34	-146	110,15	139,57
Поточний податок на прибуток	3072	5782	3416	2710	-2366	188,22	59,08
Чистий прибуток	10615	21106	13230	10491	-6846	198,83	67,56
Рентабельність кінцевої діяльності	5,35	7,58	4,45	2,23	-3,13	-	-

Джерело: складено автором

Провівши аналіз показників фінансово - господарської діяльності, можна помітити, що в 2024 року виторг виросла 6,66%, що значно нижче чим в попередньому року (в 2023 року зростання склав 40,33%). Не дивлячись на зростання виручки, в 2024 року сталося зниження валовий прибутку на 8,23%, воно пов'язано з тим, що собівартість продажів зростає більше швидкими темпами, чим виторг. Зростання комерційних і управлінських витрат забезпечив зниження прибутку від продажів на 23,89%.

У результаті скорочення інших доходів на 32,63 і збільшення інших витрат 82,81% зменшилась прибуток до оподаткування на 35,29%.

У результаті в 2024 року організація отримала чистий прибуток в розмірі 14260 тис. грн., що на 32,44% менше, ніж попереднього року.

Таким чином, в результаті випереджаючого зростання витрат над

доходами в організації сталося зниження усіх видів прибутку.

Наочне зображення зміни чистого прибутку і виручки в динаміці розглянемо на рис 2.7



Рис. 2.7. Динаміка чистого прибутку та виручки ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

Джерело: складено автором

На рисунку 2.7 наочно показано зміну чистою прибутку і виручки за аналізований період. Дана діаграма зазначає, що за аналізований період максимальну виручку ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» отримало в 2024 році, але не дивлячись на це максимальний чистий прибуток підприємство отримало у 2023 році.

Тим не менше, показник прибутку не може дати достовірних результатів ефективності діяльності підприємства, поки не відомий виконаний обсяг робіт. І тільки співвідношення цих двох величин, показуює рівень рентабельності, дає оцінку виробничо - господарській діяльності підприємства в звітному періоді, дозволяє порівняти результати в динаміці, а так ж визначити місце підприємства на ринку.

Проведемо розрахунок і аналіз показників рентабельності функціонування ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» в динаміці з 2022 по 2024 роки включно в таблиці 2. 11.

Таблиця 2.11

Аналіз показників рентабельності ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

Показники	2023 р.	2024 р.	Зміна (+;-)
Рентабельність активів	8,21	4,28	-3,93
Рентабельність оборотних активів	10,01	5,81	-4,2
Рентабельність необоротних активів	45,48	28,15	-17,33
Рентабельність власного капіталу	10,49	6,07	-4,42
Рентабельність позикового капіталу	37,47	23,63	-13,84
Рентабельність витрат	12,08	8,33	-3,75
Рентабельність продукції	27,96	23,15	-4,81
Рентабельність продажів	10,78	7,69	-3,09
Рентабельність поточної діяльності	9,52	5,78	-3,74
Рентабельність кінцевої діяльності	7,58	4,45	-3,13

Джерело: складено автором

У результаті аналізу показників рентабельності можна помітити, що усі показники рентабельності значно зменшились. Це може свідчити про те, що діяльність підприємства стала менше ефективною. Негативна зміна даних показників пов'язано зі значним зменшенням одержуваного прибутку та зростанням витрат.

Динаміка показників рентабельності ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» наочно представлена на рис.2.8

Аналізуючи показники рентабельності, можна зробити висновки про зниження ефективності використання активів, власного і позикового капіталу та про збільшення витрат. Негативне значення має також рентабельність продукції, продажів, витрат і рентабельність кінцевої діяльності .

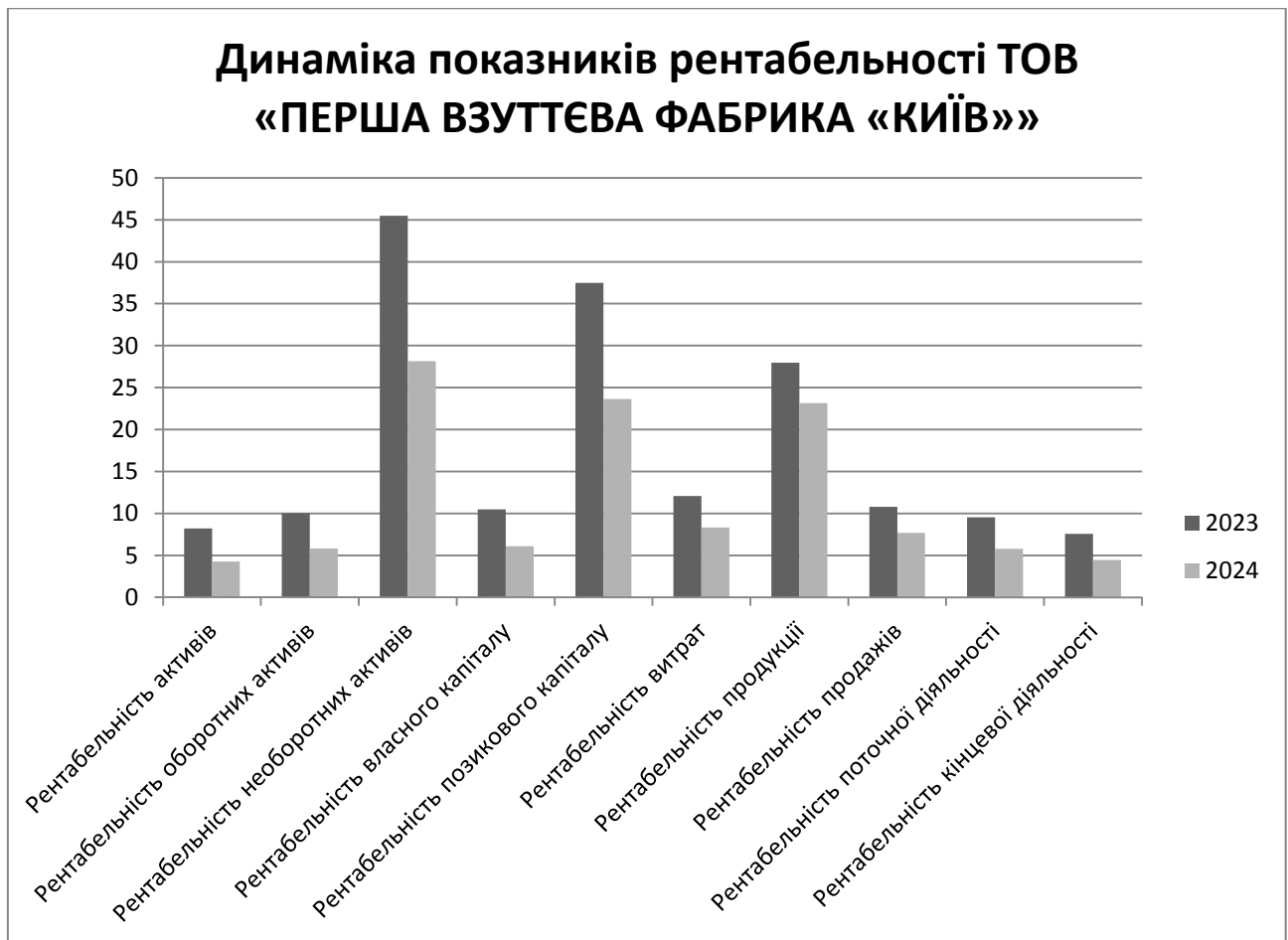


Рис. 2.8. Динаміка показників рентабельності ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»», %

Джерело: складено автором

Для більше детального аналізу рентабельності доцільно буде провести факторний аналіз показників рентабельності.

Таблиця 2.12

Розрахунок впливу факторів на зміну рентабельності активів ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

Показник	2023 р.	Кориговані показники	2024р.	Вплив	
				розрахунок	розмір впливу, %
Чистий прибуток, тис. грн	21106	13230	13230	5,14-8,21	-3,07
Середньорічна вартість активів, тис. грн.	257204	257204	274198	4,28-5,14	-0,86
Рентабельність активів, %	8,21	5,14	4,28	4,28-8,21	-3,93

Джерело: складено автором

У результаті проведеного факторного аналізу рентабельності активів,

було виявлено, що чистий прибуток, а саме його зменшення є найбільш значущим фактором, що впливає на даний показник.

Таблиця 2.13

Розрахунок впливу чинників зміни рентабельності оборотних активів ТОВ

«ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

Показник	2023 р.	Кориговані показники	2024р.	Вплив	
				розрахунок	розмір впливу, %
Чистий прибуток, тис. грн	21106	13230	13230	6,28-10,01	3,73
Середньорічна вартість оборотних активів, тис. грн.	210796	210796	227708	5,81-6,28	-0,47
Рентабельність оборотних активів, %	10,01	6,28	5,81	5,81-10,01	-4,2

Джерело: складено автором

Виходячи з даних таблиці 2.13 можна, зробити висновок, що на зменшення рентабельності оборотних активів найбільш вплив має фактор зменшення чистою прибутку.

Таблиця 2.14

Розрахунок впливу чинників зміни рентабельності необоротних активів ТОВ

«ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

Показник	2023 р.	Кориговані показники	2024р.	Вплив	
				розрахунок	розмір впливу, %
Чистий прибуток, тис. грн	21106	13230	13230	28,51-45,48	-16,97
Середньорічна вартість необоротних активів, тис. грн.	46408	46408	46990	28,15-28,51	-0,36
Рентабельність необоротних активів, %	45,48	28,51	28,15	28,15-45,48	-17,33

Джерело: складено автором

Виходячи з даних таблиці 2.14 можна, зробити висновок, що на зменшення рентабельності необоротних активів найбільш сильно вплинув також фактор зменшення чистого прибутку.

Таблиця 2.15

Розрахунок впливу чинників зміни рентабельності власного капіталу ТОВ
«ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

Показник	2023 р.	Кориговані показники	2024р	Вплив	
				розрахунок	розмір впливу, %
Чистий прибуток, тис. грн	21106	13230	13230	6,58-10,49	-3,91
Середня величина власного капіталу, тис. грн.	201208	201208	217871	6,07-6,58	-0,51
Рентабельність власного капіталу, %	10,49	6,58	6,07	6,07-10,49	-4,42

Джерело: складено автором

Факторний аналіз рентабельності власного капіталу показав, що на зміну і даного показника також достатньо сильний вплив має показник чистого прибутку.

Таблиця 2.16

Розрахунок впливу чинників зміни рентабельності позикового капіталу ТОВ
«ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

Показник	2023 р.	Кориговані показники	2024р	Вплив	
				розрахунок	розмір впливу, %
Чистий прибуток, тис. грн	21106	13230	13230	23,49-37,47	-13,98
Середня величина позикового капіталу, тис. грн.	56327	56327	55996	23,63-23,49	0,14
Рентабельність позикового капіталу, %	37,47	23,49	23,63	23,63-37,47	-13,84

Джерело: складено автором

Факторний аналіз рентабельності позикового капіталу показав, що на зміна даного показника також впливає показник чистою прибутку.

Таблиця 2.17

Розрахунок впливу факторів на зміна рентабельності витрат ТОВ «ПЕРША
ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

Показник	2023 р.	Кориговані показники	2024р	Вплив	
				розрахунок	розмір впливу, %
Прибуток від продаж, тис.грн	30022	22850	22850	9,20-12,08	-2,89
Повна собівартість, тис.грн.	248432	248432	274156	8,33-9,20	-0,86
Рентабельність витрат, %	12,08	9,20	8,33	8,33-12,08	-3,75

Джерело: складене автором на основі

З таблиці 2.17 можна виділити, що фактором, найбільшого впливу на рентабельність витрат є прибуток від продажів.

Таблиця 2.18

Розрахунок впливу чинників зміни рентабельності продукції ТОВ «ПЕРША
ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

Показник	2023 р.	Кориговані показники	2024р	Вплив	
				розрахунок	розмір впливу, %
Валовий прибуток, тис.грн	60851	55840	55840	25,66-27,96	-2,30
Собівартість продукції, тис.грн	217603	217603	241166	23,15-25,66	-2,51
Рентабельність продукції, %	27,96	25,66	23,15	23,15-27,69	-4,81

Джерело: складено автором

З таблиці 2.18 можна помітити, що фактором, найбільшого впливу на рентабельність продукції, є прибуток від продажів.

Таблиця 2.19

Розрахунок впливу факторів на зміни рентабельності продажів ТОВ «ПЕРША
ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

Показник	2023 р.	Кориговані показники	2024р	Вплив	
				розрахунок	розмір впливу, %
Прибуток від продаж, тис.грн	30022	22850	22850	8,21-10,78	-2,57
Виручка, тис.грн.	278454	278454	297006	7,69-8,21	-0,52
Рентабельність продажів, %	10,78	8,21	7,69	7,69-10,78	-3,09

Джерело: складено автором

Факторний аналіз рентабельності продажів показав, що на зменшення даного показника в більшому ступенні вплинуло зменшення прибутку від

продажів.

Таблиця 2.20

Розрахунок впливу чинників зміни рентабельності поточної діяльності ТОВ
«ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

Показник	2023 р.	Кориговані показники	2024р	Вплив	
				розрахунок	розмір впливу, %
Прибуток до оподаткування тис.грн	26519	17161	17161	5,70-9,52	-3,83
Виручка, тис.грн.	278454	278454	297006	5,78-5,70	0,08
Рентабельність поточної діяльності, %	9,52	5,70	5,78	5,78-9,52	-3,75

Джерело: складено автором

Факторний аналіз рентабельності поточної діяльності підприємства показав, що на зменшення даного показника вплинуло зменшення прибутку до оподаткування .

Таблиця 2.21

Розрахунок впливу чинників зміни рентабельності кінцевої діяльності ТОВ
«ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

Показник	2023 р.	Кориговані показники	2024р	Вплив	
				розрахунок	розмір впливу, %
Чистий прибуток, тис. грн	21106	13230	13230	4,75-7,58	-2,83
Виручка, тис.грн.	278454	278454	297006	4,45-4,75	-0,3
Рентабельність кінцевої діяльності, %	7,58	4,75	4,45	4,45-7,58	-3,13

Джерело: складено автором

Факторний аналіз рентабельності кінцевої діяльності, вказує що на зменшення даного показника в вплинуло зменшення чистою прибутку.

Таким чином, на підставі проведеного факторного аналізу показників рентабельності можна зробити висновок, що найбільш значущим фактором для зміни всіх показників є прибуток.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

3.1. Заходи спрямовані на підвищення рентабельності ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

Мета діяльності будь-якого суб'єкта господарювання – максимізація прибутку. Однак, перш ніж досягти цієї мети, важливо здійснювати якісний та кількісний аналіз діяльності підприємства, впроваджувати ефективне управління та раціонально приймати рішення, контролювати дотримання всіх правил, норм та принципів, а у випадку виникнення проблем та відхилень від бажаних показників – негайно здійснювати вплив та корегування діяльності.

Проведений економічний та фінансовий аналіз стану ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» показав реальну економічну картину діяльності підприємства. Зокрема, аналіз за 2023-2024 років свідчить про зниження значної кількості показників, наприклад, чистого прибутку. Даний показник у 2024 році становив 13230 тис. грн, у той час як даний показник у 2023 році був на рівні 21106 тис. грн.

Безумовно, зниження чистого прибутку не сприяло покращенню більшості показників рентабельності, і ситуація в 2024 році для підприємства є нестабільною, а тому підприємство матиме певні наслідки й у подальшому.

Нестабільність та повільний розвиток більшою мірою були зумовлені нестабільним станом в країні, в 2023 році чистий прибуток збільшився відповідно до 2022 року за рахунок випуску та продажу військового взуття, на сьогодні прибуток більший ніж 2022 року, проте значно нижчий показника 2023 року.

Ситуація сьогодні характеризується низьким попитом на продукцію, перебіжним виробництвом через військові дії та обмеженістю ринку пропозиції

товару.

Діяльність в умовах невизначеності викликала ряд ризиків у діяльності підприємства, що несуть негативний вплив на його результати діяльності.

Повертаючись до другого розділу, зокрема фінансовий важіль, теж доводить наявність ризиків, які знижують ефективність діяльності підприємства, а відповідно і його рентабельність. Розглянемо, які ризики спостерігаються на підприємстві ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» та шляхи зменшення їх можливих наслідків.

1. Технічні ризики, оскільки результати науково-дослідних робіт не завжди приносять бажаний позитивний результат діяльності підприємства.

2. Виробничі ризики, оскільки завжди існує загроза того, що підприємство недотримується встановленої стратегії або ж плану, наприклад, через збої у виробництві, вихід з ладу основних засобів тощо.

3. Ризики реалізації продукції на даному підприємстві посилюються через низьку платоспроможність населення.

Після виявлення основних видів ризику, що негативно впливають на результати діяльності підприємства, важливо запропонувати шляхи мінімізації можливих збитків.

В основі боротьби з ризиками завжди лежить декілька етапів: виявлення ризику, його оцінка та аналіз, процес контролю та коригування роботи з метою впливу на нього та подальше стеження за недопущення схожих ситуацій.

Отже, залежно від середовища боротьби з ризиками, ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» може вдатись до таких дій та заходів:

- Зовнішні дії підприємства можуть передбачати поділ ризику та страхування.
- Внутрішні дії.

У випадку поділу ризику ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» може звертатись до місцевих органів влади або ж замовників і партнерів. Особливо це актуально у період воєнного стану, коли можливий негативний вплив на підприємство внаслідок дії агресора. Дана зовнішня

операція в основному полягає саме в отриманні підприємством певних гарантій та допомоги, що посилить захищеність підприємства та мінімізує вплив на нього ризиків.

З іншої сторони підприємство може вдатись до операцій страхування, як свого майна (з метою недопущення транспортних, технічних, виробничих та інших ризиків), так і процесів та діяльності в цілому.

Внутрішні заходи з метою боротьби з ризиками включають:

- 1) Встановлення лімітів на фінансові потоки;
- 2) Процес та заходи з метою мінімізації коливань вартості активів та пасивів;
- 3) Проведення ретельного аналізу ринку, збір достатньої інформації для того, щоб вчасно виявляти потенційні ризики та нейтралізувати їх на початкових етапах;
- 4) Забезпечення нових працівників та малокваліфікованих кращим навчанням з метою уникнення виробничих ризиків, а також максимізації прийняття саме раціональних та правильних рішень;
- 5) Впровадження у виробництво нових та вдосконалених технологій, ноу-хау, що пропонує ринок;
- 6) Запровадження системи штрафів та санкцій, з метою підвищення рівня виконання договорів (зокрема з дебіторами);
- 7) Підвищення ступеня захищеності власної продукції, зокрема шляхом патентування.

Отже, запропоновані заходи можуть мінімізувати ризики, що виникають на підприємстві, яке займається взуттєвою промисловістю. Таким чином, рівень захищеності та продуктивності виробництва зростає, а це в свою чергу позитивно впливатиме на динаміку показників рентабельності.

Однак, важливо розуміти, що в умовах війни підприємства, що виготовляють товари для військових посідають особливе місце на українському ринку, що зумовлює значну увагу до них. Така позиція на ринку породжує нові ризики, тому особливу увагу необхідно приділяти саме процесу

дослідження та виявлення ризиків з метою негайного впливу на них.

Окрім боротьби з ризиками та загрозами, на рентабельність підприємства впливає чимало інших факторів. Оскільки суб'єкт господарювання функціонує в ринкових умовах, підвищення рентабельності може бути зумовлене зовнішніми факторами та безпосередньо внутрішніми факторами, що виникають внаслідок його діяльності.

Очевидно, що зовнішні фактори не залежать від підприємства, вони виникають внаслідок діяльності різних суб'єктів, а також змін в законодавстві та політиці держави.

Зовнішні фактори, що позитивно впливатимуть на рентабельність підприємства, наступні:

- Зниження митних тарифів;
- Масштабування внутрішнього ринку та збільшення можливостей для виробників;
- Забезпечення стабільного валютного курсу;
- Сприяння держави експорту товарів;
- Банкрутство конкурентів та відповідно покращення позиції підприємства на ринку;
- Політика банків відносно наданих кредитів та зниження відсоткових ставок;
- Позитивні для підприємства законодавчі рішення та зміни в нормативах, правових актах та інших документах;
- Зменшення податкового тиску, податкових ставок, удосконалення системи податкових канікул.

З іншої сторони, внутрішні фактори – тобто ті чинники, що виникають внаслідок діяльності безпосередньо самого підприємства, теж мають значний вплив на рентабельність.

ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» може вдатися до наступних заходів:

1. Організаційно-управлінських. Функціонування підприємства в

умовах невизначеності через пандемію та військовий стан потребує особливої зосередженості над формуванням плану та стратегії діяльності підприємства.

2. Аналіз продукції, що виготовляється та виявлення найбільш прибуткових напрямів діяльності.

3. Кадрові чинники. В ході аналізу було виявлено, що рівню кваліфікації працівників підприємство приділяє значну увагу, але система взаємодії з персоналом низька. Доцільним є запровадження збалансованого відпочинку та оздоровлення працівників, покращення умов для роботи, що призведе до підвищення продуктивності праці та вмотивованості персоналу.

4. Маркетингова діяльність. Підприємству доцільно підвищити впізнаваність бренду, а для цього потрібна дієва та релевантна реклама (розміщення реклами доцільне у місцях, де часто перебуває потенційний покупець), активне ведення соціальних мереж, формування відділу маркетингу, його якісна робота, зокрема для дослідження ринку та потреб споживача.

5. Аналіз конкурентів. Для ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» є необхідним проведення аналізу конкурентів, дослідження ринку, підвищення конкурентоспроможності та покращення продукції. А відповідно формування пропозиції товару з врахуванням власних переваг.

6. Зміна показників рентабельності значною мірою зумовлена саме обсягами витрат, яке несе підприємство. Враховуючи зростання попиту на продукцію, підприємству доцільно збільшити обсяг виробництва. Тим самим воно може зменшити собівартість продукції. Навіть за умови, що змінні витрати можуть зрости за рахунок збільшення вартості, наприклад сировини, частка постійних витрат все-таки розподілятиметься між більшою кількістю продукції.

7. Залучення результатів науково-технічного прогресу. Загалом, підприємство оснащене новітнім обладнанням, а тому технологічна лінія виробництва є потужною та відповідає сучасним тенденціям. Однак ринок не стоїть на місці, важливий моніторинг результатів науково-технічного прогресу та негайне їх впровадження у виробництві продукції.

8. Максимальне використання можливостей підприємства. Окрім підвищення рівня використання наявного обладнання, важливим є раціональне використання електроенергії, матеріалів та ресурсів підприємства.

9. Покращення взаємодії з позичальниками та кредиторами, постачальниками та іншими суб'єктами.

Процес взаємодії підприємства з різними суб'єктами на ринку – одне з важливих питань його подальшої діяльності.

Коригування також потребує і політика підприємства відносно підвищення прибутку.

ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» доцільно використовувати наступні напрямки вдосконалення системи управління прибутком, представлені у таблиці 3.1

Таблиця 3.1

Напрями вдосконалення системи управління прибутком ТОВ «ПЕРША
ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

Напрями	Результати
1. Вдосконалення системи планування на основі використання бюджетування	1. Зростання виручки за рахунок: розширення асортименту, висновки договорів перегляду ціновий політики приведе до підвищення доходів, до збільшення частки ринку та до зростання потенційних споживачів, а відповідно до збільшення фінансових результатів
	2. Зниження комерційних витрат за рахунок: зниження постійних витрат і економії ресурсів, що приведе до зростання валового прибутку, підвищення рентабельності витрат і ефективності використовуваних ресурсів
2. Вдосконалення системи оплати праці	Підвищення мотивації праці працівників приведе до підвищення зацікавленості у результатах діяльності, і, як наслідок, до зростання прибутку
3. Вдосконалення системи використання прибутку	Формування процедури розподілу фінансових результатів, що включає: цільову структуру розподіл сукупного доходу; визначення пріоритетних напрямів використання фінансових результатів. Дані напрямки приведуть до підвищення ефективності використання фінансових результатів на підприємстві.

Продовження таблиці 3.1

4. Розширення збуту за рахунок моніторингу, аналізу ринку, вдосконалення комплексу	Зростання виручки і прибутку за рахунок розширення асортименту, збільшення частки ринку
5. Виявлення резервів зниження витрат	Економія на витрати приведе до зростання прибутку та рентабельності

Джерело: складено автором

Основними резервами збільшення прибутку є збільшення обсягу реалізації продукції, зниження комерційних витрат, реалізація товарів на більше вигідних ринках збуту і зростання цін, що представлено схематично на рис.3.1.



Рис. 3.1. Схема джерел резервів збільшення прибутку від реалізації продукції ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

Джерело: складено автором

Система економічної безпеки підприємства покликана на формування на підприємстві надійного захисту від несприятливих факторів, виявлені наявних та потенційних загроз, їх вирішення з метою забезпечення інтересів підприємства та досягнення встановлених цілей.

Враховуючи величину підприємства, структура підрозділу служби безпеки може бути сформована з підрозділів представлених на рисунку 3.2.

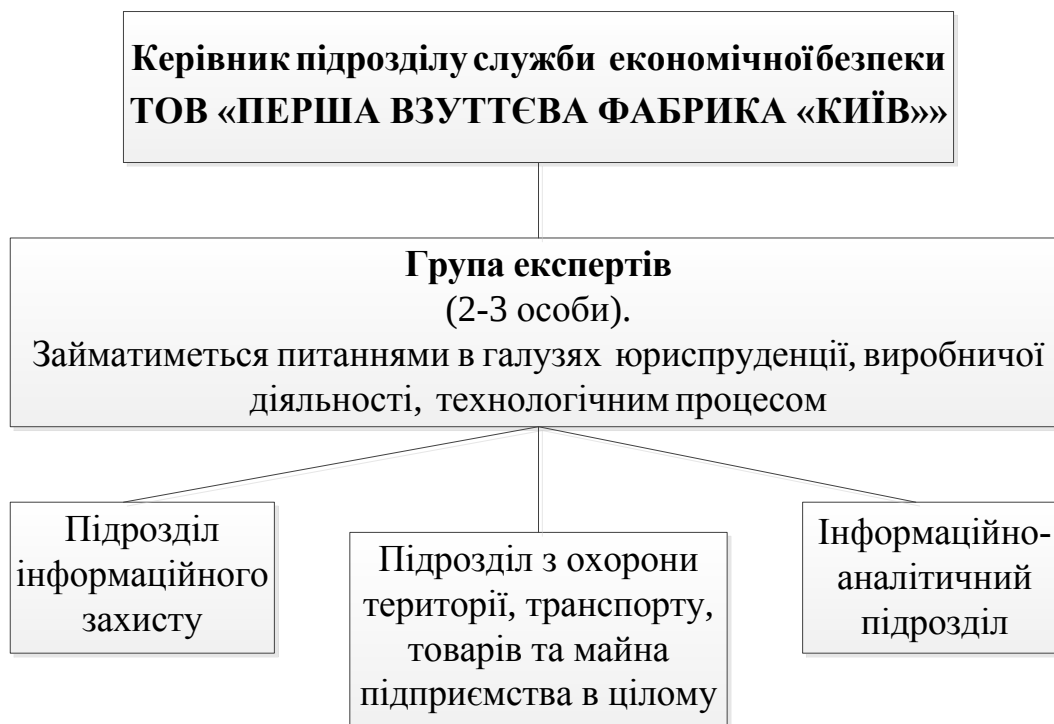


Рис. 3.2. Структура підрозділу служби безпеки підприємства ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

Джерело: складено автором

Запропонована структура підрозділу служби безпеки підприємства передбачає активне залучення працівників ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» до виявлення потенційних загроз і захисту інтересів компанії, при цьому майже не вимагає додаткових фінансових витрат, оскільки її формування можливе за рахунок внутрішніх ресурсів підприємства.

Для зниження витрат на підприємстві також пропонується використовувати аутсорсинг.

Головним джерелом економії витрат з допомогою аутсорсингу є підвищення ефективності підприємства в цілому і поява можливості звільнити відповідні організаційні, фінансові і людські ресурси, щоб розвивати нові напрямки, або сконцентрувати зусилля на існуючих, які вимагають підвищеної уваги [8].

Під аутсорсингом слід розуміти спосіб постачання тимчасового персоналу, на оплатній основі шляхом посередництва аутсорсера з кваліфікованим мобільним персоналом, що здійснює надання послуг іншим

особам - забезпечує функціонування бізнес - процесів окремого підприємства. на основі використання методу розрахунку витрат проведемо оцінку економічної ефективності передання юридичних послуг підприємством на аутсорсинг.

Результати розрахунку річного економічного ефекту в результаті передання юридичних послуг підприємства на аутсорсинг представлені у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Річний розрахунок економічної ефективності передання юридичних послуг підприємства ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» на аутсорсинг

Витрати на власне виробництво	Сума, грн	Витрати на аутсорсинг	Сума, грн
Фонд оплати праці юриста, включаючи єдиний соціальний податок	360000	Вартість послуг аутсорсингу	450000
Організація комп'ютеризованого робочого місця	100000		
Юридичні довідково- правові системи	70000		
Разом	530000		
Економічний ефект	80000		

Джерело: складено автором

Готовий економічний ефект визначається на основі використання наступної формули :

$$Seф = Sфоп + Savт + Spм + Scпс - Sayт , \quad (3.1)$$

Де Sфоп - фонд оплати праці юриста, включаючи соціальні відрахування ;

Savт - витрати, пов'язані з доставкою на роботу і назад на автомобілі;

Spм - витрати, пов'язані з організацією робітника місця;

Scпс - витрати, пов'язані з забезпеченням юридичної довідково - правової системи;

Sayт – вартість послуг аутсорсингу.

$$Seф = 360000 + 100000 + 70000 - 450000 = 80000 \text{ грн.}$$

Результати розрахунку (табл. 3.2) показують, що співвідношення витрат на власне виробництво до витратам на придбання $667000 / 450000 > 1$ є основою для передачі юридичних послуг аутсорсеру.

Оскільки основна проблема ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» полягає в зниженні усіх показників рентабельності, тому доцільним є запропонувати варіанти заходів, спрямованих на вирішення даної проблеми, тобто заходи з підвищення рентабельності:

Розробка заходів підвищення рентабельності спрямована на рішення проблем, виявлених в процесі проведення аналізу фінансового стану компанії.

Перший запропонований захід підвищення рентабельності діяльності підприємства ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» за рахунок виробництва і продажу додаткової продукції, тобто шляхом розширення асортименту.

Для зручності покупців ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» варто крім основної продукції (взуття) здійснювати ще і продаж супутньої продукції. Наприклад, у ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» є можливість почати виробляти та продавати сумки, рюкзаки, стратегічні рюкзаки для військових, гаманці, ремені, устілки, також підприємство може продавати засоби по догляду за взуттям. Таким чином, надаючи додаткове джерело товарообігу, що приведе до збільшення прибутку, а відповідно і до підвищення рівня рентабельності підприємства.

Бонусом впровадження заходів по розширенню асортименту продукції є те, що ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» вже має базу для виробництва і подібних товарів і витрати на організацію виробництва нових товарів будуть значно нижчими, за рахунок того, що зростати будуть лише змінні витрати, з'являться зворотні відходи, при цьому значно підвищиться рентабельність підприємства.

Другий запропонований захід підвищення рентабельності діяльності підприємства ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» за рахунок зменшення запасів готової продукції.

Аналіз фінансового стану підприємства ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» показав, що значну частину в структурі активів займають запаси, причому їх частка і сума збільшується, кількість оборотів в рік зменшується, і термін оборотності сповільнюється. Це може свідчити про:

- зниження попиту на продукцію,
- зниження обсягу продажів,
- зниження рентабельності продукції.

Зниження запасів готової продукції, нормування цих запасів - це одна з самих головних завдань служби маркетингу підприємства, яка повинна розробляти систему заходів для пристосування параметрів до продукції що вже випускається (обсягу виробництва, якості продукції, асортименту, ціни) і каналів руху товару до умов і вимог ринку в цілях забезпечення вигідніших продажів товарів, забезпечення максимізації прибутку і достатнього рівня рентабельності діяльності.

Проблему зростання запасів готової продукції пропонується вирішити шляхом збільшення продажів за рахунок стимулювання попиту на пропоновану продукцію шляхом проведення рекламної компанії.

Для збільшення попиту на продукцію підприємства ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» і підвищення впізнаваності бренду, необхідно провести ряд рекламних заходів в населених пунктах, де компанія веде свою діяльність

3.2. Оцінка ефективності впровадження заходів підвищення рентабельності ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»»

Рентабельність - показник, який показує, наскільки прибутковою є діяльність підприємства, чим вище значення даного показника, тим ефективніша діяльність організації. Саме тому кожне підприємство прагне досягти показників підвищення рентабельності.

У даному пункті будуть оцінені витрати на реалізацію запропонованих заходів і розрахований економічний результат, тобто доцільно провести оцінку ефективності рекомендацій.

Оцінити ефективність реалізації першого запропонованого заходу підвищення рентабельності діяльності підприємства ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» з твиробництва і продажу додаткової продукції та розширення асортименту пропонується шляхом порівняння ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» з компанією - аналогом, яка займається реалізацією не тільки взуття, але і супутньою продукції такої як косметика для взуття, засоби по догляду за взуттям, сумки, портмоне, устілки.

У якості компанії - аналога була обрано український бренд Kachorovska взуттєва мережа <https://kachorovska.com>

Причини, по яким була обрано саме ця компанія: як і ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» вона є столичним брендом, компанії виробляють і реалізують взуття, і обидва підприємства приділяють особливу увагу якості, практичності і зручності взуття.

Середній розмір чистою прибутку одного магазину ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» дорівнює 456 тис.грн, в то час як «Kachorovska », яка крім взуття реалізує і супутню продукцію, в середньому на один магазин має 540 тис. грн. чистого прибутку. При цьому компанії мають приблизно однаковий обсяг продажу взуття на один магазин у середньому 2099 пар взуття доводиться на один дилерський магазин ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» і 2010 пар взуття на один магазин «Kachorovska » [15].

У зв'язку з тим, що на супутню продукцію рентабельність завжди вище (чим дешевше товар, тим більше на нього надбавка в ціні), припустимо, що на дану продукцію рентабельність буде на рівні минулого року, тобто 7,58%. Тоді в середньому на один магазин виторг від реалізації супутніх товарів складе:

$$V_p = \frac{ЧП}{R_{кінц. діял}} = \frac{84}{0,758} * 29 = 32137 \text{ тис. грн}$$

Розрахуємо очікуваний ефект від випуску супутньою продукції у таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Очікуваний ефект від застосування рекомендацій

Показник	2024 р.	Супутні товари	З врахуванням реалізації супутніх товарів	Темп зміни %
Виторг, тис. грн.	297006	32137	329143	110,82
Чистий прибуток, тис. грн.	13230	2436	15666	117,32
Рентабельність, %	4,45	7,58	4,76	-

Джерело: складено автором

На підставі таблиці 3.3 можна зробити висновок щодо ефективності реалізації супутньої продукції і про те, що застосування даної пропозиції в майбутньому приведе до збільшення виручки, чистою прибутку та рентабельності підприємства.

Таблиця 3.4

Зміна показників фінансово – господарської діяльності ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» з врахуванням впровадження рекомендацій

Показник	2024 р.	Супутні товари	З врахуванням суп.тов	Відхилення	Темп зміни %
Доходи та витрати за звичайним видам діяльності					
Виторг	297006	32137	329143	32137	110,82
Собівартість продажів	241166	29092	270258	29092	112,06
Валовий прибуток	55840	3045	58885	3045	105,45
Комерційні витрати	8994	-	8994	-	100,00
Управлінські витрати	23996	-	23996	-	100,00
Прибуток від продажу	22850	3045	25895	3045	113,33
Рентабельність продажів	7,69	9,48	7,87	0,18	
Інші доходи та витрати					
Відсотки отримання	153	-	153	-	100,00
Відсотки до сплати	4 933	-	4933	-	100,00
Інші доходи	3409	-	3409	-	100,00
Інші витрати	4318	-	4318	-	100,00
Прибуток до оподаткування	17161	3045	20206	3045	117,74
Рентабельність поточної діяльності	5,78	9,48	6,14	0,36	106,21

Продовження таблиці 3.4

Зміна відкладених податкових активів	-	-	-	-	-
Зміна відкладених податкових зобов'язань	-515	-	-515	-	100,00
Поточний податок на прибуток	3416	609	4025	609	117,83
Чистий прибуток	13230	2436	15666	2436	118,41
Рентабельність кінцевої діяльності	4,45	7,58	4,76	0,31	

Джерело: складено автором

З таблиці 3.2 видно, що прослідковується збільшення виручки і собівартості, але так як виторг збільшився значно більше, ніж собівартість, це привело до того, що вирости усі показники прибутку. Чистий прибуток підприємства виріс на 2291 тис.грн

Розрахуємо і проаналізуємо показники рентабельності після впровадження рекомендації у таблиці 3.5 .

Таблиця 3.5

Показники рентабельності після впровадження рекомендацій

Показники	2024	Додаткова продукція	з додатковою продукцією	Відхилення
Рентабельність витрат	8,33	10,47	8,54	0,21
Рентабельність продукції	23,15	10,47	21,79	-1,36
Рентабельність продажів	7,69	9,48	7,87	0,18
Рентабельність поточної діяльності	5,78	9,48	6,14	0,36
Рентабельність кінцевої діяльності	4,45	7,58	4,76	0,31

Джерело: складено автором

У таблиці 3.5 представлено зміну показників рентабельності після впровадження рекомендацій. Велика частина показників рентабельності зросла, що свідчить, що діяльність підприємства стане прибутковішою, а значить , дана рекомендація є ефективною.

Другою рекомендацією підвищення рентабельності ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» є зменшення запасів готової продукції за рахунок збільшення обсягу продажів з допомогою проведення рекламної

кампанії.

Необхідно відзначити, що наразі ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» не проводить жодних маркетингових кампаній.

У якості інструменту маркетингу пропонується використовувати рекламу.

Для розрахунку витрат на рекламу вивчалися середні ціни за надання послуг рекламно - виробничих компаній в населених пунктах, де підприємство веде свою діяльність .

Таблиця 3.6

Розрахунки витрат на рекламу

Місто	Опис заходи	Ціна, грн.	Кількість	Витрати на послуги	Витрати по містам
Київ	Друк банера	5800	6	34800	250130
	Оренда рекламних щитів	20000	6	120000	
	Виробництво рекламного ролика	30000	1	30000	
	Розміщення рекламного ролика	53830	1	53830	
	Розміщення реклами у соціальних мережах	500	3	1500	
	Реклама на радіохвилях	10000	1	10000	
Ірпінь	Друк банера	5800	1	3225	16200
	Оренда рекламних щитів	10400	1	10400	
Буча	Друк банера	5800	1	5800	17180
	Оренда рекламних щитів	11380	1	11380	
Обухів	Друк банера	5800	3	17400	51000
	Оренда рекламних щитів	10300	3	30900	
Борис-піль	Друк банера	5800	2	11600	47600
	Оренда рекламних щитів	18000	2	36000	
Разом витрати, грн./міс.					382110

Джерело: складено автором

У таблиці 3.6 представлений розрахунок на рекламу в місяць, але так як в надалі реклама буде проводитися так інтенсивно, то в середньому на рекламу буде йти 290 тис.грн в місяць. Планується проводити рекламу 6 місяців на рік.

Таким чином, загальні витрати на проведення рекламної кампанії становитимуть 1832,1 1 тис.грн. рік.

Об'єм продажів в 2024 році склав 60868 пар взуття. З цього слідує, що виторг від продажу однієї пари взуття становив $297006/60868=4,880$ тис.грн.

За даними відділу маркетингу, проведення рекламних заходів дозволить збільшити обсяг продажів на 10%, тобто на 6087 пар взуття, від їх реалізації ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» отримає додатковий виторг в розмірі $4,880*6087=29704$ тис.грн.

Собівартість однієї пари взуття в 2024 році склала $241166/6087=3,962$ тис.грн. Отже, собівартість додаткового обсягу продажу складе: $3,962*6087=24177$ тис.грн.

Для оцінки ефективності запропонованої рекомендації, на основі перерахованих вище даних побудуємо таблиці зміни показників фінансово - господарської діяльності.

Подивимось, як зміняться показники фінансово - господарської діяльності після проведення рекламної кампанії в таблиці 3.7.

Таблиця 3.7

Зміна показників фінансово – господарської діяльності ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» після проведення рекламної кампанії

Показник	2024 р.	Реклам. заходи	З врахуванням реклам.заход	Відхилення	Темп зміни %
Доходи та витрати за звичайним видам діяльності					
Виторг	297006	29704	326710	29704	110,00
Собівартість продажів	241166	24117	265283	24117	110,00
Валовий прибуток	55840	5587	61427	5587	110,01
Комерційні витрати	8994	1833	10827	1833	120,38
Управлінські витрати	23996	-	23996	0	100,00
Прибуток від продажу	22850	3754	26604	3754	116,43
Рентабельність продажів	7,69	12,64	8,14	0,45	
Інші доходи та витрати					
Відсотки отримання	153	-	153	153	100,00
Відсотки до сплати	4 933	-	4 933	4 933	100,00
Інші доходи	3409	-	3409	3409	100,00
Інші витрати	4318	-	4318	4318	100,00
Прибуток до оподаткування	17161	3754	20915	3754	121,88
Рентабельність поточної діяльності	5,78	12,638	6,31	0,53	109,17

Продовження таблиці 3.7

Зміна відкладених податкових активів	-	-	-	-	-
Зміна відкладених податкових зобов'язань	-515		-515	-515	100,00
Поточний податок на прибуток	3416	751	4125	709	120,76
Чистий прибуток	13230	3003	16233	3003	122,70
Рентабельність кінцевої діяльності	4,45	10,11	4,97	0,52	

Джерело: складено автором

При реалізації рекламної кампанії, в результаті збільшення обсягу продажів, підприємство отримає додатково чистий прибуток в розмірі 3003 тис. грн. (порівнянню з 2024 роком він збільшиться на 22,70%). Реалізація даного заходу дозволить підвищити показники рентабельності і зменшити запаси готовою продукції і тим самим скоротити термін оборотності запасів.

Розрахуємо показники рентабельності після проведення рекламної кампанії у таблиці 3.8 .

Таблиця 3.8

Показники рентабельності після проведення рекламної кампанії

Показники	2024	Рекламні заходи	З рекламними заходами	Відхилення
Рентабельність витрат	8,33	14,47	8,86	0,53
Рентабельність продукції	23,15	23,17	23,16	0,01
Рентабельність продажів	7,69	12,64	8,14	0,45
Рентабельність поточної діяльності	5,78	12,64	6,40	0,62
Рентабельність кінцевої діяльності	4,45	10,11	4,97	0,52

Джерело: складено автором

З таблиці 3.8 можна побачити, що після проведення рекламної кампанії усі показники рентабельності значно покращилися, що може свідчити про ефективність даної рекомендації.

Далі оцінимо ефективність від впровадження одночасно двох рекомендацій: випуск супутньою продукції, збільшення обсягу продажів.

Таблиця 3.9

Зміна показників фінансово – господарської діяльності ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» після впровадження обох запропонованих рекомендацій

Показник	2024 р.	Рекомендації		2024р. з врахуванням рекомендацій	Темп зміни %
		супутні товари	реклам. заход		
Доходи та витрати за звичайним видам діяльності					
Виторг	297006	32137	29704	358847	120,82
Собівартість продажів	241166	29092	24117	294375	122,06
Валовий прибуток	55840	3045	5587	64472	115,46
Комерційні витрати	8994	-	1833	10827	120,38
Управлінські витрати	23996	-	-	23996	100,00
Прибуток від продажу	22850	3045	3754	29649	129,75
Рентабельність продажів	7,69	9,48	12,64	8,26	
Інші доходи та витрати					
Відсотки утримання	153	-	-	153	100,00
Відсотки до сплати	4 933	-	-	4933	100,00
Інші доходи	3409	-	-	3409	100,00
Інші витрати	4318	-	-	4318	100,00
Прибуток до оподаткування	17161	3045	3754	23960	139,62
Рентабельність поточної діяльності	5,78	9,48	12,64	6,68	115,52

Джерело: складено автором

Таким чином, за рахунок впровадження запропонованих рекомендацій: випуск супутньої продукції, збільшення обсягу продажів шляхом проведення рекламної кампанії, ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» може збільшити чистий прибуток на 41% (з 13230 до 18669 тис. грн.).

Проведемо розрахунок показників рентабельності після впровадження рекомендацій у таблиці 3.10.

Таблиця 3.10

Показники рентабельності після впровадження обох рекомендацій

Показники	2024	2024 з врахуванням рекомендацій	Відхилення
Рентабельність витрат	8,33	9,01	0,68
Рентабельність продукції	23,15	21,90	-1,25
Рентабельність продажів	7,69	8,26	0,57

Продовження таблиці 3.10

Рентабельність поточної діяльності	5,78	6,68	0,90
Рентабельність кінцевої діяльності	4,45	5,20	0,75

Джерело: складено автором

Розрахунки показників рентабельності після впровадження рекомендацій доводять ефективність запропонованих заходів, так як після їх впровадження показники прибутку і показники рентабельності значно виросли.

ВИСНОВКИ

Для досягнення мети кваліфікаційної бакалаврської роботи було досліджено поняття та види рентабельності підприємства; розглянуто методичні підходи до оцінки управління рентабельністю підприємства; проведено фінансово-економічний аналіз діяльності підприємства; здійснено аналіз формування фінансових результатів підприємства; проведено оцінку рентабельності підприємства та факторів, які її визначають; обґрунтовано напрямки підвищення рентабельності за рахунок збільшення доходів підприємства; розроблено пропозиції, спрямовані на підвищення рентабельності за рахунок оптимізації витрат підприємства, що дозволило сформулювати такі висновки та пропозиції:

1. Рентабельність відноситься до концепції, що відображає економічну ефективність виробництва, при якій підприємство, завдяки грошовому доходу від продажу своєї продукції (товарів, робіт, послуг), повністю компенсує витрати на виробництво і отримує прибуток як основне джерело для подальшого розвитку. Рентабельність підприємства є вирішальним фактором в оцінці його фінансової стійкості та ефективності. Вона відображає здатність компанії генерувати прибуток від своєї діяльності відносно витрат. Основне поняття рентабельності полягає у вимірюванні ефективності використання ресурсів компанією для досягнення фінансових цілей. Важливо розрізняти різні види рентабельності, такі як валова, операційна та чиста рентабельність, оскільки кожен з них відображає різні аспекти фінансової діяльності підприємства. Валова рентабельність фокусується на виручці від продажу товарів після врахування собівартості їх виробництва. Операційна рентабельність враховує всі операційні витрати компанії, що дозволяє оцінити ефективність виробництва. Чиста рентабельність відображає прибуток після врахування усіх витрат, включаючи податки та інші витрати. Розуміння цих різниць допомагає керівництву зробити обґрунтовані рішення щодо управління фінансами та стратегії розвитку. Врахування різних видів рентабельності дозволяє компанії отримати повну картину її фінансового стану

та визначити шляхи для покращення 62 її результатів. У цілому, рентабельність є ключовим показником фінансової продуктивності та ділового успіху підприємства.

2. Оцінка рентабельності підприємства вимагає використання різних методичних підходів для отримання об'єктивних результатів. Оцінка рентабельності підприємства вимагає застосування різних методичних підходів для отримання об'єктивних результатів. Один із таких підходів - аналіз внутрішніх фінансових звітів, що дозволяє детально розглянути прибутковість за різними аспектами діяльності компанії. Другий підхід - порівняльний аналіз з конкурентами, де рентабельність компанії порівнюється з аналогічними показниками у схожих галузях. Важливим є також врахування економічного контексту та ринкових умов, оскільки вони можуть впливати на результати оцінки. Залучення експертів із фінансового аналізу допомагає виокремити ключові фактори, що впливають на рентабельність. Правильно підібраний методичний підхід сприяє розумінню факторів, що впливають на рентабельність, та виробленню ефективних стратегій для підвищення її рівня.

У другому розділі було проведено аналіз стану ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» і аналіз показників фінансово - господарської діяльності, в результаті яких були зроблено наступні висновки про діяльність підприємства: аналіз показників фінансової стійкості, ліквідності, діловий активності показав, що в цілому фінансовий стан ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» можна вважати стабільним. Однак, аналіз показників рентабельності і фінансово - господарської діяльності показав, що діяльність підприємства стала менш ефективною, так як зросли витрати, знизилися усі показники прибутку і рентабельності.

У третьому розділі були розроблені заходи, спрямовані на підвищення рентабельності, було проведено їх оцінку, в ході якої підтвердилася їх ефективність. Першим заходом є реалізація супутньої продукції, в результаті її впровадження підприємство може збільшити чистий прибуток на 2436 тис. грн.

Другим заходом є збільшення обсягу продажів за рахунок проведення рекламної кампанії. У результаті збільшення обсягу продажів підприємство може збільшити чистий прибуток на 3003 тис. грн. Також в результаті впровадження рекомендацій збільшуються усі показники рентабельності.

При впровадженні підприємством двох запропонованих заходів, чистий прибуток зросте на 40% і складе 18669 тис. грн.

Таким чином, в результаті впровадження розроблених заходів ефективність діяльності ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» зросте до максимально можливих показників.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Базілінська О. Я., Панченко О. І. Управління рентабельністю підприємств в умовах нестаціонарної економіки. *Бізнес Інформ*. 2020. №3. С. 360365.
2. Блажевич О.Г. Рентабельність підприємства - найважливіший показник ефективності діяльності підприємства. *Науковий вісник: фінанси, банки, інвестиції*. 2015 №4 (33) – 67 – 75 с.
3. Верхоглядова Н. І. Зміст та значення прибутку як головної рушійної сили ринкової економіки. *Економічний простір*. 2010. № 21. 312-320 с.
4. Вовк О. М., Ковальчук А. М., Комісаренко Я. І., Джулай А. В. Прибуток та рентабельність як детермінанти розвитку підприємства. *Modern Economics*. 2020. № 21(2020). С. 37-44.
5. Гаватюк Л. С., Пілат А. К. Удосконалення системи управління рентабельністю як умова ефективного функціонування підприємств. *Економічні науки. Вісник Хмельницького національного університету* 2020, № 2. С.47-50.
6. Гайбура Ю. А. Методичні підходи щодо оцінки і прогнозування прибутковості підприємства. *Подільський вісник: сільське господарство, техніка, економіка*. 2023. № 1 (38). С. 118-124.
7. Гринчук Ю. С., Шемігон О. І., Терещенко О. А. Управління прибутковістю підприємства: теоретико-прикладні аспекти. *Ефективна економіка*. 2021. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9300>
8. Данкевич А.Є., Міліневська В.Д. Фактори та резерви підвищення рівня рентабельності на підприємстві. *International Scientific Journal “Internauka”*. 2020. № 18. URL: <http://eztuir.ztu.edu.ua/123456789/8103> (дата звернення: 01.02.2024)
9. Дем’яненко Т.І. Управління прибутком і рентабельністю промислових підприємств та напрями його вдосконалення. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2020. № 41. С. 19-25. 66

10. Добровольська О.В., Дуброва Н.П. Показники ЕВІТ та ЕВІТДА в аналізі фінансової звітності: методичний підхід. Інфраструктура ринку. 2021. № 52. С. 157-161.

11. Добровольська О.В., Рондова М.А. Прогнозування банкрутства як методу оцінки фінансового стану підприємства. Агросвіт. 2021. № 20. С. 40–45.

12. Забедюк М.С. Проблеми забезпечення та шляхи підвищення рентабельності підприємства в сучасних умовах. Економічний форум. 2021. № 1(3). № 59-64. 1

3. Івахненко С. В. Підходи до дослідження рентабельності підприємств в умовах воєнної економіки. Наукові записки НаУКМА. Економічні науки. 2022. № 1. С. 48-53.

14. Кисіль Я., Кисіль М., Тітенко З. Рентабельність як основний показник ефективності управління активами підприємства. Молодий вчений. 2023. № 9 (121). С. 18-21.

15. Кобилецький В. Р., Рентабельність. Сутність та показники. Онлайнжурнал «Financial Analysis online». URL: <https://analizua.com/metodykarozrakhunku-2/229-rentabelnist>.

16. Корольова А. В. Обґрунтування вибору шляхів підвищення рентабельності підприємства. Молодіжний економічний вісник ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2022. № 1. С. 49-53.

17. Кошельок Г.В., Міндова О.І., Чернишова Л.В. Факторний аналіз рентабельності виробництва торговельних підприємств. Економіка та суспільство. 2023. №47. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2124>

18. Кривда О. В., Мошкун Г. І. Вплив зовнішніх та внутрішніх чинників на зростання рентабельності підприємства. Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи Матеріали III міжнародної науково-практичної конференції від 08 грудня 2022 р. С. 189-190.

19. Круглова О., Козуб В., Козуб С., Наумова Т., Акімова Н., Твердохліб К. Уплив економічних та неекономічних чинників на рентабельність

підприємства. 67 Financial and credit activity: problems of theory and practice. 2023. №1 (48). С. 193205.

20. Курочкіна О. Рентабельність підприємства як основний показник ефективності його діяльності. ЛОГОΣ. ОНЛАЙН. 2020. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/2663-4139/article/view/6877>

21. Кушнір О.К., Мазур Н.А. Аналіз беззбитковості підприємницької діяльності в умовах змін. Інфраструктура ринку. 2022. № 67. С. 120-125.

22. Лесюк А. С. Оцінка фінансових результатів діяльності підприємств в Україні. Агросвіт. 2020. № 15. С. 67–73

23. Лишенко М. О. Аналітичний інструментарій визначення основних показників рентабельності. Економічна аналітика: сучасні тенденції та прогностичні можливості. 2019. С. 181-183.

24. Макаренко П.М., Миколенко І.Г., Гужва Н.В. Прогнозування прибутку підприємства з використанням MS Excel. Економіка та управління підприємствами. 2022. № 68. С. 118-123.

25. Мартиненко В.П., Григоренко О.В. Система управління прибутком промислових підприємств в сучасних умовах розвитку економіки. Формування ринкових відносин в Україні. 2023. № 2 (261). С. 57–62.

26. Мартиненко В.П., Кушик І.Л. Оцінка управління процесом формування прибутковості суб'єкта господарювання. Інфраструктура ринку. 2018. № 17. С. 163–168.

27. Мелень О. В. Актуальні питання прибутковості підприємства та шляхи її збільшення. Вісник Національного технічного університету "ХПІ". Серія : Технічний прогрес та ефективність виробництва. 2015. № 25. С. 123-126

28. Мошкун Г. І., Кривда В. О. Вплив зовнішніх та внутрішніх чинників на зростання рентабельності підприємства. Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи: збірник тез доповідей. III Міжнародної науково-практичної конференції. Київ. 2022. С.189-190

29. Непочатенко О. О. Фінанси підприємств.. Київ : Центр учбової літератури, 2019. С. 504 с.

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

31. Парій Л, Сухініна М. Фактори, що впливають на результативність діяльності підприємства. Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної інтернет- конференції, присвяченої пам'яті професора, заслуженого працівника вищої школи Дмитра Мусійовича Фесенка. Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством. 25 березня 2025 р. Полтавський державний аграрний університет м. Полтава, С. 257- 260

32. Поліщук С., Буркало Т. Оцінка управління процесом формування прибутковості продукції. Економіка та суспільство. 2021. № (34). URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1013/9714>

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

34. Резерви зростання прибутку за рахунок збільшення обсягу реалізації продукції. URL: <https://studfile.net/preview/7361993/page:6/>

35. Рентабельність виробництва і методика визначення її показників. URL: <https://buklib.net/books/29473/>

36. Рентабельність – що це таке, види і формули, як розрахувати і підвищити рентабельні. 2020. URL: <http://opal.net.ua/2020/11/30/rentabelnost-czto-eto- takoe-vidy-i-formuly-kak-rassczitat-i-povysit/>

37. Рудика В.І., Мамедов І.М. Характеристика рентабельності як показника ефективної діяльності підприємства. Інфраструктура ринку. 2019. № 32. URL: <http://socrates.vsau.org/repository/getfile.php/20955.pdf> (дата звернення: 01.02.2024)

38. Світовий О. Деякі аспекти функціонування фармацевтичного ринку України. Економіка та суспільство. 2023. № (47). URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2178/2104>

39. Святенко С. В., Богдан М. О. Управління фінансовими результатами малих підприємств. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2019. № 6 (23). С. 385–392.

40. Семенова К.Д. Аналіз фінансового стану підприємств України та тенденцій розвитку. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2021. № № 5–6. С. 77–82. 69

41. Сисоєнко І.А., Карлюка Д.О. Прогнозування прибутку та рентабельності підприємства у забезпеченні фінансової безпеки підприємства. Причорноморські економічні студії. 2020. № 50-2. С. 143-147.

42. Сьомкіна Т. В., Гужавіна І.В., Згурська О.М. Методологічні засади управління прибутком торговельного підприємства. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2020. № 1 (31). С. 107 – 113.

43. Сорочак О. З., Басистюк К. М. Сильні та слабкі сторони моделей оцінки рентабельності підприємства

URL: <https://www.investopedia.com/terms/d/dupontanalysis.asp>

44. Старко І.Є., Канцір І.А., Шевчук М.П. Сучасна парадигма управління прибутковістю. Підприємництво та інновації. 2019. Випуск 10. С. 82-86.

45. Стащук О.В., Шептицька Л.Р., Крижанівський С.О. Особливості формування прибутку на підприємстві. Інфраструктура ринку. 2020. № 49. С. 291296.

46. Стащук О., Жихар Н. Формування та використання прибутку суб'єктів господарювання в умовах воєнного стану. Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки. №3 (31), 2022. С. 12–17.

47. Степаненко О.І., Павловська Х.Ю Аналіз рентабельності підприємства та шляхи її підвищення в умовах економічної нестабільності. Бухгалтерський облік, аналіз та аудит. 2022. №7. С.93-101.

48. Сторожук Я.О., Романишин В.О. Використання матриці суттєвості для підвищення рентабельності діяльності підприємства. XXII International scientific

and practical conference «Modern Scientific Research: Theoretical and Practical Aspects» Oslo, Norway. International Scientific Unity, 2024. 258 p. С.57-60

49. Товариство з обмеженою відповідальністю «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА "КИЇВ"» URL: <http://footwear.kiev.ua/>

50. Татарин Н., Беднарський Л. Аналіз рентабельності комунальних підприємств на прикладі львівського комунального підприємства транспортна фірма «Львівспецкомунтранс». Молодий вчений. 2023. № 11 (123).С. 150-154.

51. Томчук О.Ф., Левчук М.С. Критерії оцінювання і прогнозування фінансового стану та результатів діяльності підприємства. Молодий вчений. 2019. № 9 (73). С. 480–486.

52. Фактори, що формують прибуток. URL: https://pidru4niki.com/1957041155413/finansii/faktori_formuyut_pributok

53. Фінансова звітність ТОВ «ПЕРША ВЗУТТЄВА ФАБРИКА «КИЇВ»» за 2022/2024 роки.

54. Фірман Н. Я., Вашків О. П. Економічна сутність фінансового результату підприємства. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2019. № 5. С. 162–168. 70

55. Черниш С.С. Організаційно-методичні аспекти аналізу рентабельності URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/12012/1/inek2013674.pdf>

56. Шацька З.Я., Сілівончик О.Б. Проблеми формування прибутку smartпідприємств в умовах пандемії COVID-19. Причорноморські економічні студії. 2022. № 73. С. 39-43.

57. Швиданенко Г. О. Економіка підприємства: підручник. Мін-во освіти і науки України, ДВНЗ "Київський нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана". 2009. 598 с.

58. Що таке рентабельність: види, формули розрахунку і способи поліпшення цього показника для різних видів бізнесу + приклади. URL:<https://itstatti.in.ua/18-biznes/552-rentabelnist.html>

59. Як порахувати рентабельність продажів. URL: <https://tranzzo.ua/blog/kak-poschitat-rentabelnost-prodazh>

60. Яремчук С. М. Джерела підвищення рентабельності підприємств АПК, як напрямок оптимізації функціонування його підрозділів. Тернопіль, 2017. 111 с.
61. Яцух О. А., Захарова Н. Ю. Фінансовий стан підприємства та методика його оцінки. 2018.
62. Bos J.W.B., Koetter M. Handling losses in translog profit models. Applied Economics. 2019. № 41. P. 1466–1483. 51.
63. IT Force. Агентство інтернет-маркетингу. URL: <https://itforce.ua>
64. Nusret Cakici, Sris Chatterjee, Yi Tang, Lin Tong (2017). Alternative profitability measures and cross-section of expected stock returns: international evidence.
65. Patrick Vorst, Teri Lombardi Yohn (2018). Life Cycle Models and Forecasting Growth and Profitability
66. ROI у маркетингу: як розрахувати та підвищити рентабельність інвестицій? URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/chto-takoe-roi-v-marketinge>
67. SEO просування сайту. WEZOM. URL: <https://wezom.com.ua/ua/prodvizhenie>
68. Teri Lombardi Yohn (2015). Research on the use of financial statement information for forecasting profitability. Accounting & Finance.