

**ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА ІМЕНІ  
ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА  
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ЕКОНОМІКИ  
Кафедра: менеджменту, фінансів, банківської справи та страхування**

# **МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА**

на здобуття освітнього ступеня магістра

на тему:

**Управління рентабельністю підприємства  
(на прикладі ТОВ «Агропартнер 1»)**

**Виконала:** студентка магістратури за спеціальністю 072 Фінанси, банківська справа та страхування **Гринчук Ірина Андріївна**  
**Керівник:** к.е.н., доцент **Ткачук Н.М.**

**Рецензент:**

---

(науковий ступінь, вчене звання,  
прізвище та ініціали)

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В РИНКОВИХ УМОВАХ.....	7
1.1. Теоретична сутність рентабельності як відносного показника прибутковості та ефективності діяльності підприємства .....	7
1.2. Методичні аспекти управління рентабельністю підприємства.....	13
РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ ТОВ «АГРОПАРТНЕР 1».....	21
2.1. Аналіз формування операційного прибутку підприємства.....	21
2.2. Оцінка рентабельності діяльності підприємства.....	32
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	43
3.1. Резерви нарощення рентабельності підприємства на основі комплексного підходу.....	43
3.2. Зарубіжний досвід оцінювання рентабельності та можливості його використання у вітчизняній практиці.....	54
ВИСНОВКИ.....	61
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	65

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Становлення і розвиток в Україні ринкової інфраструктури суттєво змінюють фінансово-економічне, інформаційне і правове середовище функціонування підприємств, зміст їхньої господарської діяльності. В умовах інтеграції економіки України в світовий економічний простір відбувається трансформація фінансових відносин мікрорівня. Оскільки характерною рисою сьогодення стала велика кількість збиткових підприємств, зростає потреба у дослідженні причинно-наслідкових зв'язків, пов'язаних із процесом управління рентабельністю підприємства від етапу його формування й до використання.

Прибуток підприємства є джерелом власних фінансових ресурсів, необхідних для забезпечення фінансово-господарської діяльності. Їх нестача спричиняє виникнення боргів, що у кінцевому підсумку може призвести до фінансової кризи і банкрутства. Зростання прибутку значною мірою визначає темпи економічного розвитку країни, окремих регіонів, збільшення суспільного багатства і підвищення життєвого рівня населення. Чинниками, що впливають на фінансові результати підприємств, можуть бути такими: діючий порядок формування та використання прибутку підприємств, зміни обсягів виробництва чи реалізації, ефективність фінансового менеджменту підприємств тощо.

Питання максимізації рентабельності підприємств в умовах ринкової економіки є досить актуальним як для науковців, так і для практиків. Керівники підприємств, розробляючи програми розвитку підприємств, орієнтуються на досягнення високого рівня прибутку, що є основним джерелом фінансування їх діяльності та фундаментом для майбутнього розвитку підприємства. Для власників підприємства, прибуток також є однією з найважливіших цілей діяльності підприємства тому, що він є основою зростання їхніх доходів, отриманих як частина прибутку на вкладений капітал.

В умовах високої конкуренції забезпечення ефективного управління рентабельністю є важливою ланкою в процесі діяльності підприємства, адже високий прибуток є найбажанішим результатом. Для отримання позитивної

динаміки підприємства необхідна побудова ефективної системи управління рентабельністю.

Теоретичні та практичні аспекти формування та використання прибутку підприємств розглянуті в працях вітчизняних науковців: І.О. Бланка [5-6], Д. Ф. Іванченка [26], Л. А. Костирка [32], А.М. Поддєрьогіна [42; 50], Н. В. Трусової , М. А. Терещенко [46], Турила [7], , О. Є. Ширягіоїа [53], Е.И. Шульмана [56] та ін. Варто відмітити, що широке коло цієї проблематики розглянуто в роботах українських і зарубіжних економістів. Ними зроблено значний внесок у розробку теоретико-методологічних основ визначення сутності прибутку та процесів його формування і використання. Разом з тим, фінансова теорія і практика сьогодення свідчать, що рентабельність підприємств досліджені не повною мірою, без урахування специфіки управління прибутком підприємств. Важливість зазначених питань, їх актуальність та необхідність вирішення обумовили вибір теми роботи, визначили її мету та основні завдання.

**Метою магістерської роботи** є поглиблення наукових обґрунтувань управління рентабельністю підприємства, формування практичних рекомендацій та пропозицій щодо збільшення прибутку та підвищення рентабельності підприємств в ринкових умовах господарювання.

Поставлена мета зумовила необхідність вирішення таких завдань:

- дослідити теоретичну сутність рентабельності як відносного показника ефективності діяльності підприємства;
- розглянути методичні основи управління рентабельністю підприємства;
- проаналізувати практичні аспекти формування операційного прибутку ТОВ «Агропартнер 1»;
- оцінити рентабельність діяльності ТОВ «Агропартнер 1»;
- виявити резерви нарощення рентабельності підприємства на сонові комплексного методу;
- розглянути зарубіжний досвід управління рентабельністю підприємства та можливості його використання у вітчизняній практиці.

*Об'єкт дослідження* – управління рентабельністю підприємства як відносним показником його прибутковості.

*Предметом дослідження* є теоретичні і практичні аспекти управління рентабельністю підприємства.

**Методи дослідження.** Методологічною основою проведеного дослідження є основні положення економічної теорії, методи наукового пізнання та фінансового аналізу. Зокрема, в процесі вирішення поставлених завдань використовувалися: абстрактно-логічний метод – при з'ясуванні економічної природи прибутку та рентабельності; метод порівняльних характеристик і методи аналізу та синтезу – при дослідженні фінансового результату підприємств та процесу управління рентабельністю підприємства; статистичний метод – для визначення зміни фінансового результату та рентабельності підприємства в часовому періоді; метод економічного моделювання та прогнозування – для розрахунку оптимальної норми реінвестування прибутку підприємств та прогнозування рентабельності.

**Інформаційною базою** роботи є закони України, нормативно-правові акти, які визначають і регулюють питання формування та використання прибутку підприємств, наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, наукові та практичні дослідження у фахових економічних виданнях і матеріали, періодична і спеціальна література з фінансового аналізу та фінансового менеджменту, а також статистична і фінансова звітність досліджуваного підприємства за період з 2016 по 2020 роки.

**Практичне значення одержаних результатів.** Результати дослідження матимуть як теоретичне, так і практичне значення. Практичне значення одержаних результатів полягатиме у тому, що вони можуть бути використані в практичній діяльності підприємства при аналізі формування прибутку, оцінці рентабельності та виявленні резервів нарощення прибутковості; що сприятиме удосконаленню процесу управління прибутком підприємства з метою підвищення ефективності діяльності.

**Апробація результатів дослідження.** Окремі положення та отриманні результати магістерської роботи були оприлюднені на Всеукраїнській науково-практичній конференції «Теоретичні та практичні засади розвитку економіки, обліку, фінансів, менеджменту та права» (м. Запоріжжя, 23-24.11.2021р.) та на I Міжнародній конференції «Multidisciplinary academic explorations» (January 10-12, 2022, Amsterdam, Netherlands) [15; 16].

**Структура і обсяг роботи.** Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, шести підрозділів, висновків і списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 64 сторінки; робота містить список використаних джерел із 56 позицій.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В РИНКОВИХ УМОВАХ

#### **1.1. Теоретична сутність рентабельності як відносного показника прибутковості та ефективності діяльності підприємства**

Абсолютний показник прибутку характеризує фінансовий результат діяльності підприємства, виражає його економічний ефект, є головним показником беззбиткової роботи підприємства. Але на підставі окремого показника неможливо зробити обґрунтовані висновки про рівень ефективності, тому для цих цілей інтегральним показником ефективної роботи підприємства є рентабельність, що відображає здатність підприємства адаптуватися до умов нестабільності та раціонально використовувати інвестовані кошти.

Для всіх суб'єктів підприємницької діяльності прибуток є невід'ємною умовою власного існування та розвитку. Виступаючи зв'язуючим ланцюжком між виробництвом і споживанням підприємства можуть впливати на задоволення потреб індивідуума і, у той же час, спостерігати за тенденціями у використанні природних ресурсів. Сполучаючи різні підходи щодо поєднання інтересів підприємства і суспільства, можна зробити висновок про необхідність порівняння результатів господарювання з витратами або ресурсами, що, в свою чергу, приводить до розрахунку показників рентабельності.

Тому ефективність роботи підприємства характеризують показники рентабельності. Слово «рентабельність» походить від німецького «rentable» (дохідний, прибутковий) і означає показник економічної ефективності діяльності підприємства у різних галузях і народному господарстві в цілому. Рентабельність – це якісний вартісний показник, що характеризує рівень віддачі витрат або ступінь використання наявних ресурсів у процесі виробництва чи реалізації товарів (робіт, послуг). Варто зазначити, що рентабельність, як і

прибуток, є достатньо дискусійним об'єктом дослідження економістів-практиків вже багатьох століть.

Досліджуючи економічну сутність рентабельності, М.Г. Назаров визначає рентабельність наступним чином: «... показники рентабельності представляють собою свого роду синтез різноманітних якісних та кількісних характеристик, що мають пряме відношення до економічної ефективності роботи підприємства» [36, с. 224]. У великому економічному словнику рентабельність визначено як «... один з основних якісних вартісних показників ефективності роботи підприємства, що характеризує рівень віддачі коштів у процесі виробництва й реалізації» [8, с. 345].

В умовах ринкових відносин роль підприємства в отриманні прибутку як результату діяльності стає безумовною. При дослідженні рентабельності ми виходили з концепції прибутку, яка об'єктивно набуває господарчої форми прояву тільки на рівні підприємства. На підставі цієї концепції можна виділити іншу групу вчених, які визначають сутність рентабельності нормою прибутку, тому що вона є не тільки показником рентабельності, але й вираженням категорії рентабельності, її сутності. Характерною рисою західного досвіду є розрахунок показників прибутку, при якому залучаються різноманітні його елементи по відношенню до факторів впливу, що виражаються у грошовій формі. «Поняття рентабельності, - підкреслює Б. Карлов, - звичайно використовується як синонім норми прибутку, тобто рівня доходів на капітал, який вкладено у справу, або на деякі інші відповідні критерії» [28].

Як економічна категорія, рентабельність охоплює коло господарчих відносин, які є властивими у будь-якій мірі усім типам господарювання, її зміст характеризується співвідношенням категорій прибутку і матеріально-речових факторів діяльності, які виступають у вартісній формі. Рентабельність, тобто прибутковість підприємства свідчить про ефективність його комерційної діяльності, що досягається шляхом мінімізації затрат та максимізації доходів від результатів господарчої діяльності – реалізації товарів та послуг.

Економісти Є. І. Шульман та Н. В. Медова підкреслюють: «Необхідність використання показника рентабельності викликана тим, що абсолютна сума прибутку не дозволяє судити про ступінь доходності того чи іншого підприємства. Досить багато підприємств отримують однакову суму прибутку, але, при цьому, здійснюють свою діяльність в різних масштабах і, отже, мають різні затрати. Тому для визначення ефективності здійснення затрат, тобто співвідношення доходів і витрат, необхідним є показник рентабельності» [55, с. 46]. Як видно з вищенаведеного, у найширшому розумінні рентабельність означає прибутковість або дохідність виробництва і реалізації продукції (товарів, робіт, послуг); дохідність підприємства у цілому як суб'єкта господарської діяльності; прибутковість окремих галузей економіки.

Очевидно, що рентабельність безпосередньо пов'язана з отриманням прибутку, однак її не можна ототожнювати з абсолютною сумою отриманого прибутку. Рентабельність – це відносний показник, тобто рівень прибутковості, що вимірюється у відсотках. Сутність рентабельності як економічної категорії в сучасних ринкових умовах господарювання знаходить своє відображення у виконуваних нею функціях (рис. 1.1).

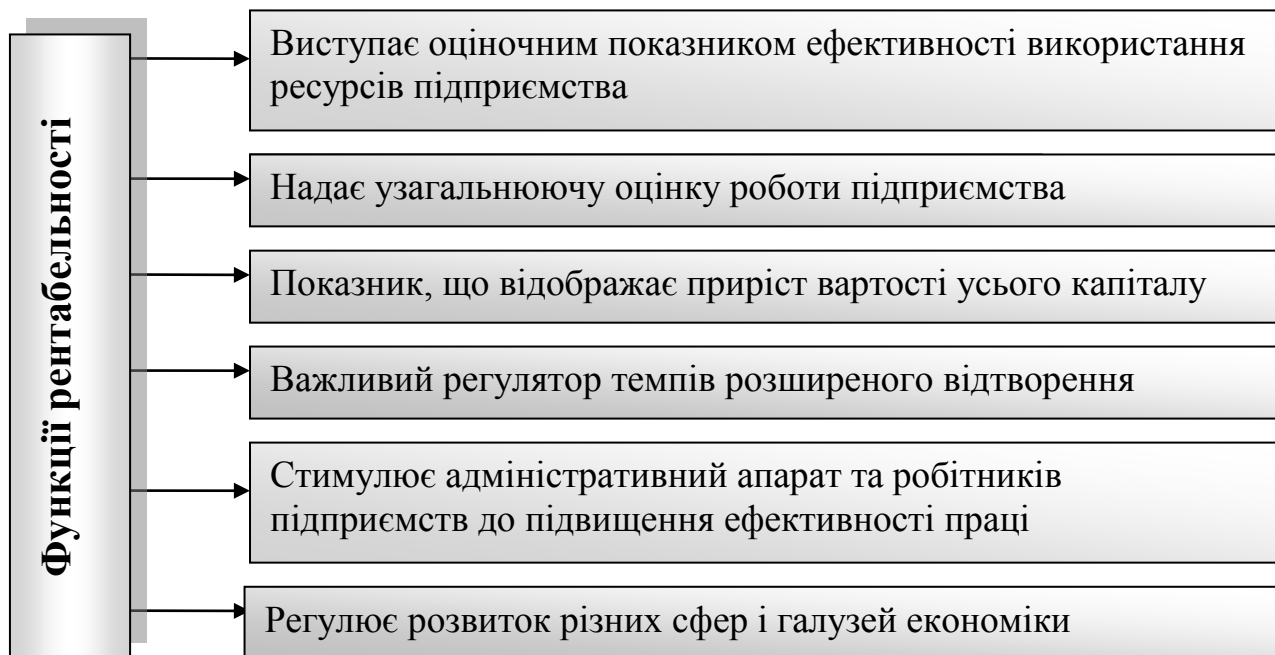


Рисунок 1.1 – Функції рентабельності підприємства \*

\*Примітка. Побудовано автором на основі опрацювання [3; 7; 11; 35].

У сучасній економічній літературі та діловій практиці відомі десятки різних показників рентабельності. Принциповий характер кількісних пропорцій, пов'язаних із рентабельністю, зобов'язує звертати особливу увагу на методику їхніх розрахунків, різні комбінації в чисельнику й знаменнику. Так, у чисельнику формули рентабельності можна використовувати практично всі показники прибутку, а в знаменнику показника рентабельності у якості затрат використовують активи, капітал, вартість основних фондів і оборотних коштів, товарооборот та інші.

Велика кількість наукових розробок і статей як вітчизняних, так і закордонних авторів присвячені проблемі вибору кількісних пропорцій. Дане різноманіття, з одного боку, може бути представлено групою таких авторів, як І.Т. Балабанов, В. С. Савіна, Л. Н. Павлова й іншими, котрі при оцінці рентабельності підприємства використовують традиційну методику оцінки, при якій рентабельність визначається як відношення прибутку до обсягу продажів.

Варто зазначити, що різні варіанти рішень, які приймаються при визначенні прибутку, поточних витрат, авансованої вартості для розрахунку рентабельності зумовлюють наявність значної кількості показників рентабельності. Норма прибутку (рентабельність) стосовно обсягу продажів може бути визначена декількома способами.

1. Як чистий прибуток у відсотках від чистого обсягу продажів. Цей показник є узагальненою мірою ефективності операційної і фінансової діяльності підприємства, оскільки чистий прибуток після сплати податків враховує усі витрати ведення бізнесу. Ми дотримуємо думки більшості економістів, що цей спосіб є найбільш припустимим для всіх підприємств, які реалізують свою продукцію. Я.С. Столяров пише, що «... для підприємств торгівлі і інших підприємств показник рентабельності, розрахований у відсотках до товарообороту, є найбільш відповідним особливостям галузі і зручним для використання. Він зв'язує два головних показники, за якими оцінюється діяльність торгівлі. Крім того, її можна вимірювати в концепції з іншими показниками – витратами обороту і валовим доходом, що також

розраховуються у відсотках до товарообороту. Показник рентабельності як відношення суми прибутку до товарообороту характеризує частку торговельного прибутку в роздрібній ціні товару. Суспільство може побачити, яка частина вартості суспільного продукту витрачається на здійснення торговельного обслуговування» [6, с. 14]. Недоліком даного показника є те, що він не характеризує економічної ефективності використання ресурсів підприємства, тому що не відбиває залежності між отриманим прибутком і розміром використовуваних для цієї мети факторів виробництва. Даний показник найчастіше орієнтує підприємство на реалізацію товарів з високою торговельною надбавкою, що в умовах дефіцитного ринку може спричинити стимулювання звуження асортименту реалізованих товарів, погіршення ступеня задоволення попиту покупців.

2. Як прибуток до сплати податків (балансовий прибуток) у відсотках до чистого обсягу продажів. Цей показник характеризує здатність підприємства створювати прибуток без обліку пов'язаних із цим прибутком податкових зобов'язань, дозволяє виявити зміни в податковому законодавстві або діях керівництва підприємства, що впливають на ставку податку.

3. Як прибуток до сплати податків й процентів у процентному відношенні до чистого обсягу продажів. Цей показник характеризує успішність комерційної діяльності підприємства. Витрати за процентами у даному випадку вилучаються, тому що вони відносяться до фінансової політики керівництва, а не до ефективності операцій.

4. Як валовий прибуток (обсяг продажів за винятком собівартості реалізованих товарів) у процентному відношенні до обсягу продажів. Показник характеризує процес створення доданої вартості підприємства.

5. Показник рентабельності основної діяльності у процентному відношенні суми прибутку до суми витрат, який розраховується для порівняння витрат підприємства з доходами. Даний показник рентабельності був запропонований академіком Є.Г. Струмиліним та отримав назву «концепції вартості» [5].

Перелічені вище способи визначення рентабельності найбільш частіше використовуються підприємствами, які здійснюють реалізацію своєї продукції.

Інша група економістів, до якої можна віднести таких вчених, як Стоянова Є.С., Крейніна М.Н., Радіонова В.М., Роберт Н. Холт, Ейсан Нікбахт та інших, більш глибоко досліджують питання про рентабельність капіталу та власних коштів (формула бізнесу). Слід відмітити, що кожен із розглянутих рівнів рентабельності має самостійне значення, несе певне змістове навантаження, а разом взяті, вони надають можливість оцінювати поточний фінансово-економічний стан підприємства, відіграють важливу роль при плануванні та прогнозуванні майбутньої діяльності, створюють систему взаємодоповнюючих показників.

Таким чином, зі змістової точки зору усі показники рентабельності можна ранжувати за двома параметрами – за широтою концепції прибутку, що знаходиться у чисельнику, та за широтою концепції капіталу, що стоїть у знаменнику. В загальному ж співвідношення прибутку з авансованою вартістю або поточними витратами характеризує таке поняття як рентабельність.

Підводячи підсумок зауважимо, що формування висновку про рівень ефективності роботи підприємства стає можливим за умови порівняння суми отриманого підприємством прибутку із здійсненими витратами, що і характеризує таке поняття, як рентабельність. Рентабельність – це якісний вартісний показник, що характеризує рівень віддачі витрат або ступінь використання наявних ресурсів у процесі виробництва чи реалізації товарів (робіт, послуг) і також є достатньо дискусійним об'єктом дослідження економістів-практиків вже багатьох століть. Як економічна категорія, рентабельність охоплює коло господарчих відносин, які є властивими у будь-якій мірі усім типам господарювання, її зміст характеризується співвідношенням категорій прибутку і матеріально-речових факторів діяльності, які виступають у вартісній формі.

Основні показники рентабельності можна об'єднати в такі групи: 1) показники рентабельності продукції (товарів, послуг); 2) показники

рентабельності капіталу (активів); 3) показники рентабельності, розраховані на основі потоків наявних коштів. Для розрахунку показників рентабельності підприємство може використовувати балансовий прибуток, прибуток від реалізації (валовий прибуток), прибуток від інших видів діяльності, чистий прибуток. Поточні витрати можуть прийматися у таких варіантах: собівартість продукції (товарів, послуг), вартість продукції (товарів) в оптових цінах. До авансових витрат можна віднести: весь капітал підприємства, власний капітал, оборотний капітал.

В умовах ринкової економіки підприємство в своїй господарській діяльності стикається з різноманітністю ринків товарів, ресурсів чи послуг, які характеризуються різним станом кон'юнктури і конкуренції, де значну роль відіграють цінові фактори. Тому під час аналізу прибутковості та рентабельності необхідно враховувати інфляційну складову.

## **1.2. Методичні аспекти управління рентабельністю підприємства**

На сучасному етапі переходу до ринкової економіки першочергового значення для підприємств набувають підвищення ефективності виробництва й розроблення вдосконаленого механізму управління ним у цілому. Розвиток досконалих конкурентних відносин між суб'єктами господарювання вимагає впровадження керованого організаційно-економічного механізму, здатного забезпечити стабільне високоприбуткове функціонування найважливіших структурних одиниць – підприємств, тому на практиці важливо знайти дієві напрями підвищення ефективності механізму управління підприємствами.

Успішні результати функціонування та розвиток підприємства зумовлюються передусім зростанням фінансових результатів та ефективною системою управління рентабельністю підприємства. Саме цей показник є індикатором, що характеризує ефективність фінансово-економічного механізму та прибутковість діяльності підприємства в умовах жорсткої ринкової конкуренції. Рентабельність підприємства являє собою надзвичайно важливий

об'єкт управління, адже управління нею тісно пов'язане з кінцевими результатами діяльності підприємства.

Поняття «управління» доцільно розглядати в широкому та вузькому розумінні. У першому випадку управління можна подати як сукупність впливів, обраних із безлічі можливих на підставі визначеної інформації і спрямованих на підтримку ідеї поліпшення функціонування керованого об'єкта відповідно до наявної програми або мети управління [20]. Управління у вузькому значенні, тобто управління системою (підприємством), полягає в одержанні інформації про результати виконання певного процесу, порівнянні результатів із планом, ухваленні рішення і здійсненні коригувального впливу [9]. Отже, основний зміст процесу управління підприємством видається нам як сукупність циклічних дій, пов'язаних із виявленням проблем, пошуком і організацією виконання прийнятих рішень. Тут підкреслюється цілеспрямований характер процесу, здійснюваного апаратом організації, а також його зв'язок із функціями, цілями і необхідними для їхньої реалізації ресурсами.

Обґрунтування процесу управління рентабельністю підприємства доцільно здійснювати на концептуальній основі, оскільки це забезпечить комплексне взаємоузгодження всіх складових цього процесу в умовах швидкозмінного навколишнього середовища. Отже, виходячи із цього, стає необхідним розгляд такого поняття, як «концепція управління», під якою розуміється система ідей, уявлень, що зумовлюють мету функціонування підприємства, механізми взаємодії суб'єкта та об'єкта управління, характер взаємовідносин між окремими ланками його внутрішньої структури, а також необхідний ступінь урахування впливу зовнішнього середовища на розвиток підприємства [26].

Формування концепції управління підприємством вимагає вирішення низки питань теоретичного, методичного й організаційного характеру. З метою систематизації напрямків подальшої розробки управлінських рішень, завдання обґрунтування концептуального підходу до управління рентабельністю підприємства можна подати у вигляді трьох складових: теоретико-

інформаційної, процесно-функціональної та організаційної складової.

Управління рентабельністю підприємства – це складова частина тактики управління фінансовою рівновагою підприємства. Це визначений комплекс взаємопов'язаних засобів оцінки діяльності підприємства. Процес управління рентабельністю підприємства пов'язаний зі зміною сукупності показників, які її формують (валового доходу, прибутку, витрат виробництва, капіталу, активів, інвестицій тощо), оскільки рентабельність синтезує у собі різні напрямки діяльності та характеризує ефективність функціонування підприємства в цілому. Тому для формулювання сутності управління рентабельністю доцільно розглянути перш за все процес управління прибутком підприємства.

У сучасних літературних джерелах управління рентабельністю часто розглядають одночасно з управлінням прибутком як процес формування та прийняття управлінських рішень щодо основних аспектів його формування, розподілу та використання на підприємстві [9-11,15]. Інші вчені це поняття розкривають через розробку стратегічного плану досягнення цільового прибутку на основі управління доходами та витратами підприємства, які обумовлюються обсягами його діяльності, а також асортиментною, ціновою політикою і ресурсним забезпеченням [17, 34].

З урахуванням вищевикладеного, можна запропонувати таке визначення поняття «управління рентабельністю підприємства» - це процес розробки та прийняття управлінських рішень щодо формування рівня рентабельності, відповідного обсягам діяльності та ресурсному потенціалу підприємства, який забезпечує оптимальні пропорції між розміром отриманого прибутку та досягнутими економічними результатами функціонування підприємства.

Розглянута сутність управління рентабельністю надала змогу сформулювати головну мету такого управління, яка полягає в забезпеченні оптимального рівня рентабельності підприємства з урахуванням інтересів його власників, персоналу та держави в цілому. Тобто в даному випадку має бути забезпечена гармонізація інтересів усіх учасників економічних відносин, під

впливом яких і формуються кінцеві результати діяльності підприємств і відповідно рівень їхньої рентабельності.

Оскільки рентабельність відображає рівень прибутковості підприємства у відносному виразі, то завдання управління нею мають бути зорієнтовані насамперед на показниках прибутку. Процес управління рентабельністю включає такі етапи [45]:

- збір та обробка інформації про підприємство та звіти його діяльності (баланс, звіт про фінансові результати, звіт про власний капітал);
- постановка цілей (в залежності від обраної стратегії підприємства);
- управління компромісом між ризиком і прибутковістю;
- аналіз чинників які впливають на значення рентабельності підприємства;
- визначення методики збільшення рентабельності за допомогою зміни значень факторів впливу;
- проведення кінцевих розрахунків оптимізації та впровадження проекту заходів на підприємстві.

Отже, рівень рентабельності підприємства залежить від величини прибутку, товарної продукції, витрат виробництва, величини основних виробничих фондів і нормованих обігових засобів. Важливими факторами, які забезпечують зростання прибутку і рентабельності підприємства, слугують зростання продуктивності праці, економія матеріальних ресурсів, підвищення фондівіддачі та рівня технічного прогресу, а саме: механізації та автоматизації трудомістких технологічних процесів, удосконалення організації виробництва та інше [44].

Виходячи з головної мети та завдань, об'єктом управління рентабельністю підприємства виступають процеси формування та підвищення рентабельності в розрізі її складових. Ефективне управління рентабельністю підприємства має ґрунтуватися на таких принципах: системності, динамічності, комплексності, співставності, пропорційності, оптимальності та альтернативності [47]. Розглянемо їх сутність більш детально.

Традиційно весь процес управління підприємств будується на системному підході. Використання *принципу динамічності* припускає розгляд всіх процесів формування кінцевих показників діяльності підприємств в постійному розвитку з урахуванням змінної економічної ситуації, структурних і технологічних зрушень. Звідси підприємства повинні постійно знаходити резерви щодо збільшення показників рентабельності з метою збереження та підвищення рівня конкурентоспроможності на ринку.

З принципом динамічності дуже тісно пов'язаний *принцип адаптивності*, який означає пристосування діяльності підприємства до мінливих умов зовнішнього середовища на основі проведення моніторингу та оцінки результатів ефективності їхнього функціонування.

Сутність *принципу співставності* розкривається в таких положеннях: по-перше, дослідження рентабельності підприємства, виходячи з її визначення, передбачає обов'язкове співставлення між собою показників прибутку і будь-якого показника, що характеризує економічні результати, ресурси або витрати підприємства, оскільки рентабельність виступає одним з показників ефективності. По-друге, ці показники мають бути порівнянними між собою у часі, просторі та у вартісному вимірі.

*Принцип пропорційності*, на якому також базується управління рентабельністю підприємства, означає наявність певних пропорцій між складовими показників рентабельності, які повинні прагнути до оптимального значення [47].

З принципу пропорційності витікає *принцип оптимальності*, який безпосередньо пов'язаний з головною метою управління рентабельністю, та полягає, з одного боку, в тому, що, плануючи свою діяльність, підприємства мають орієнтуватися на певний цільовий (оптимальний) рівень прибутку та рентабельності, а тому вони мають його визначати та ставити за мету. З другого боку, досягнення оптимального рівня рентабельності має здійснюватися на засадах економічності, тобто з мінімальними витратами та максимальним ефектом.

*Принцип альтернативності* можна розглядати також у двох аспектах. По-перше, комбінування трьох взаємопов'язаних функцій на підприємствах дозволяє обирати одну з трьох альтернатив у досягненні оптимального рівня рентабельності, який може бути отриманий за рахунок процесу виробництва, процесу реалізації або процесу організації споживання продукції та послуг. По-друге, складові показників рентабельності надають змогу підприємствам обирати альтернативні рішення на основі таких змін: збільшення обсягів діяльності чи прибутку, оптимізації витрат виробництва та обігу, збільшення ефективності використання наявних ресурсів тощо.

Розглядаючи теоретико-інформаційну складову концептуального підходу до управління рентабельністю підприємств, доцільно визначити й інформаційне забезпечення такого управління, яке має розкривати та враховувати специфічні особливості формування рентабельності на підприємствах, надавати інформацію про економічні результати, ресурси та витрати підприємств, а також про основні фактори, що впливають на показники рентабельності. Для регулярного забезпечення підприємств зазначеною інформацією потрібно проводити її моніторинг, відслідковувати основні тенденції змін, що відбуваються в зовнішньому та внутрішньому оточенні підприємств та впливають на рівень їхньої рентабельності [34].

Ще однією складовою концептуального підходу до управління рентабельністю підприємства є процесно-функціональна складова, яка містить основні процеси та функції управління рентабельністю, які є найбільш значимими для підприємств.

Одним з найголовніших етапів управління для вироблення ефективних управлінських рішень є аналіз рентабельності підприємства в розрізі всіх можливих показників і оцінка впливу факторів на зміну рентабельності підприємства.

Аналіз та оцінка прибутку і рентабельності підприємства дає змогу виявити велику кількість тенденцій розвитку, вказати керівництву підприємства шляхи подальшого успішного розвитку, вказати на помилки в

господарській діяльності, а також виявити резерви зростання прибутку, що в кінцевому підсумку дає змогу підприємству більш успішно функціонувати.

Аналіз рентабельності на підприємстві здійснюють за системою показників, використання кожного з яких залежить від характеру оцінки ефективності діяльності підприємства. Від поставленої мети аналізу залежить вибір оціночного показника (прибутку), що використовується у розрахунках.

У процесі аналізу фінансових результатів діяльності підприємства необхідно досліджувати динаміку розрахованих показників рентабельності для контролю фінансового стану підприємства та порівняння з підприємствами-конкурентами. Важливо при цьому для визначення резервів підвищення рентабельності підприємства проводити факторний аналіз кількісних показників господарювання, які безпосередньо впливають і за допомогою яких визначають рівень рентабельності.

Отже, аналіз рентабельності підприємства дає змогу [52]:

- з'ясувати, наскільки ефективним є вкладення коштів у підприємство та чи раціонально їх використовують;
- випускати продукцію високої рентабельності, яка буде популярною серед споживачів та задовольнятиме їх потреби;
- підвищити конкурентоспроможність підприємства в умовах ринкової економіки тощо.

На відміну від показників прибутковості, показники рентабельності є відносними характеристиками фінансових результатів та ефективності діяльності підприємства. Рентабельність більш повно, ніж прибуток, відображає кінцеві результати господарювання, тому що їх величина показує співвідношення факту з дійсними або використаними ресурсами. Ці показники використовують для оцінки діяльності підприємства й як інструмент в інвестиційній політиці та ціноутворенні. Вони виступають важливими інструментами дослідження чинників формування прибутку та доходу підприємства, тому є обов'язковими елементами оцінки фінансового його стану [38].

Важливою компонентою процесу оцінки рентабельності підприємства є розробка методичного підґрунтя, яке включає основні показники та методи. Існують різноманітні методи розрахунку рентабельності залежно від того, яку саме рентабельність потрібно знайти: рентабельність активів, власного капіталу, продукції, витрат чи реалізації. Показники рентабельності дають змогу дати оцінку ефективності використання менеджментом підприємства його активів. Ефективність роботи менеджменту визначається співвідношенням чистого прибутку із сумою активів, використаних для одержання цього прибутку.

На рівень рентабельності, як на основне джерело фінансування розвитку підприємства та зростання доходів його працівників і власників, прямо і опосередковано впливає прийняття управлінських рішень у будь-якій сфері діяльності. Тому необхідно правильно інтегрувати систему управління прибутком із загальною системою управління підприємством.

Ефективна система управління рентабельністю сприяє стабільному функціонуванню та розвитку підприємства через: підвищення рівня добробуту власників підприємства; забезпечення приросту ринкової вартості підприємства; підвищення його інвестиційної привабливості; здійснення розподілу прибутку відповідно до стратегії розвитку підприємства; забезпечення ефективного впливу на трудову активність працівників, що здійснюється шляхом участі працівників у розподілі прибутку; підвищення рівня платоспроможності підприємства; зменшення ризиків діяльності; реалізацію соціального розвитку підприємства; поповнення фінансових ресурсів підприємства тощо.

## РОЗДІЛ 2.

### ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ ТОВ «АГРОПАРТНЕР-1»

#### 2.1. Аналіз формування операційного прибутку підприємства

В процесі управління рентабельністю підприємства головна роль відводиться формуванню прибутку від операційної діяльності, яка є основним видом діяльності підприємства, з метою здійснення якої воно й створене. Характер операційної діяльності визначається перш за все специфікою галузі економіки, до якої воно належить. Основу операційної діяльності більшості підприємств становить виробничо-комерційна або торговельна діяльність, яка може доповнюватися інвестиційною чи фінансовою діяльністю.

Отримання прибутку є основною метою підприємницької діяльності. Оцінювання ефективності діяльності підприємств щодо формування прибутку потрібно проводити за трьома напрямками: а) оскільки прибуток виражає економічні відносини у процесі виробництва продукції, виконання робіт або надання послуг, то критерієм ефективності в цьому аспекті є оптимальне співвідношення засобів праці, предметів праці та затраченої праці; б) у ході дослідження прибутку, який виражає фінансові відносини, ефективність діяльності щодо його формування на підприємствах варто характеризувати наявністю ефекту, який в умовах ринкової економіки представлений позитивним сальдо між доходами і витратами; в) критерієм ефективності діяльності щодо формування прибутку на підприємстві [5].

Операційна діяльність суб'єкта господарювання відповідно до національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку представляє собою основну діяльність підприємства, а також будь-які інші види діяльності, які не можуть бути віднесені до інвестиційної або фінансової діяльності.

У фінансовій літературі на позначення операційної діяльності досить часто використовуються термін «основна діяльність». Незважаючи на

присутність певної неточності, такий підхід є досить раціональним і з ним можна погодитися. Загалом операційна або основна діяльність суб'єкта господарювання представляє собою сукупність господарських операцій, реалізація яких безпосередньо пов'язана із здійсненням тих видів підприємницької діяльності, що передбачені положеннями статутних документів такого підприємства і забезпечують формування основної частини його доходів. Операційна діяльність підприємства характеризується певними особливостями, що і визначають характер формування прибутку, до них зокрема можна віднести наступні [5]:

- операційна діяльність є головним компонентом усієї господарської діяльності підприємства та головною метою його формування. Найбільший об'єм активів, основна чисельність персоналу підприємства обслуговує цю діяльність. Відповідно прибуток від операційної діяльності за нормальних умов функціонування підприємства займає найбільшу питому вагу в загальному прибутку підприємства;
- операційна діяльність має пріоритетний характер по відношенню до інвестиційної, фінансової та інших видів діяльності підприємства. Тому розвиток будь-яких інших видів діяльності не повинен суперечити розвитку операційної діяльності, а лише сприяти їй. Відповідно й прибуток від інвестиційної, фінансової чи іншої діяльності не повинен негативно впливати на формування прибутку від операційної діяльності;
- інтенсивність розвитку операційної діяльності є головним параметром оцінки окремих стадій життєвого циклу підприємства. Відповідно можливості формування операційного прибутку на різних стадіях даного циклу підприємства визначають цілі й завдання не лише політики управління прибутком, але й спрямованість загальної стратегії розвитку підприємства;
- господарські операції, що входять до складу операційної діяльності підприємства мають найбільш регулярний характер. Тому, порівняно з іншими видами діяльності ці операції здійснюються найчастіше. Це й визначає

регулярність формування операційного прибутку за нормальних умов господарювання підприємства;

- операційна діяльність підприємства орієнтується в основному на товарний ринок, тоді як фінансова та інвестиційна діяльність здійснюються переважно на фінансовому ринку. При цьому, операційна діяльність пов'язана з різними видами і сегментами товарного ринку. Що визначаються специфікою товарів, складом обладнання, характером готової продукції тощо. Відповідно й умови формування операційного прибутку в значній мірі пов'язані із станом кон'юнктури відповідних видів і сегментів товарного ринку;

- здійснення операційної діяльності пов'язане з капіталом, що вже інвестований в неї, тоді як заплановане інвестування капіталу є предметом інвестиційної і фінансової діяльності підприємства. Інвестований в операційну діяльність підприємства капітал набуває форму операційних активів, від складу, збалансованості й швидкості обертання яких залежить здатність підприємства генерувати операційний прибуток. Тому одним із найважливіших факторів успішного формування операційного прибутку є ефективне використання операційних активів підприємства;

- в процесі операційної діяльності використовується значний об'єм живої праці (на відмінно від інвестиційної чи фінансової діяльності, де затрати праці несуттєві). Відповідно й здатність підприємства генерувати операційний прибуток в значній мірі залежить від достатності використовуваних трудових ресурсів, професійного та кваліфікованого складу персоналу. Використання живої праці в значній мірі зумовлює специфіку операційних витрат, що пов'язані зі стимулюванням персоналу, забезпеченням належних умов праці, формуванням особливих видів податкових платежів підприємства тощо, що відображається й на умовах формування його операційного прибутку;

- операційній діяльності притаманні поряд із загальними й специфічні види ризиків, які об'єднанні поняттям операційний ризик. Відтак рівень операційного прибутку, що одержується підприємством за різних

альтернативних варіантів господарювання повинен, в першу чергу, співвідноситися з рівнем операційного ризику.

Отже, розглянуті нами особливості формування операційного прибутку, пов'язані зі специфікою здійснення операційної діяльності підприємства, вимагають всебічного обліку в процесі управління нею. Операційна діяльність підприємства складається з низки послідовних етапів, характер яких визначається галузевими особливостями. Послідовність цих етапів у сфері оптово-посередницької торгівлі можна представити так (рис. 2.1).



Рисунок 2.1 - Послідовність етапів здійснення операційної діяльності на ТзОВ «Агропартнер-1»\*

\*Примітка. Розроблено автором на основі власних міркувань.

Як видно з рис. 2.1, перші два етапи операційної діяльності пов'язані виключно із здійсненням витрат, тоді як третій етап – переважно з формуванням доходів і частково зі здійсненням витрат. Саме це й визначає формування конкретних типів центрів відповідальності підприємства в процесі здійснення операційної діяльності:

- на базі структурних підрозділів відбуваються перші два етапи операційної діяльності і повинні формуватися центри витрат;
- на базі структурних підрозділів, які здійснюють заключний етап операційної діяльності повинні формуватися центри доходів;
- на базі структурних підрозділів, які здійснюють усі три етапи операційної діяльності формуються центри прибутку.

Слід зазначити, що в процесі усіх трьох етапів операційної діяльності підприємство використовує різні види ресурсів: матеріальні, нематеріальні, трудові та фінансові, пропорції та обсяги використання яких на різних етапах операційної діяльності суттєво відрізняються. Це й обумовлює особливу структуру витрат кожного типу сформованих на підприємстві центрів відповідальності.

Операційна діяльність підприємства постійно відтворюється та здійснюється по колу: запаси сировини, матеріалів – запаси готової продукції, товарів – дебіторська заборгованість покупців – грошові активи. Тому період повного оборот всієї суми оборотних активів, в процесі якого відбувається послідовна зміна їх форм, називається операційним циклом, важливою характеристикою якого є загальна його тривалість, що включає період часу від моменту витрачання грошових коштів на придбання продукції і товарів до отримання грошових коштів від покупців за реалізовану їм продукцію і товари.

З урахуванням послідовності здійснення операційної діяльності, її циклічності, особливості формування доходів і витрат та інших факторів, формуються різні види операційного прибутку (рис. 2.2).

Маржинальний операційний прибуток одержується як різниця між сумою валового операційного доходу, ПДВ і постійних витрат; валовий операційний прибуток – це різниця між чистим операційним доходом і сукупними витратами підприємства за звітний період, або як різниця між маржинальним прибутком та сумою змінних операційних витрат; чистий операційний прибуток – це різниця між вадливим операційним прибутком і податком на прибуток підприємства за звітний період.

Найважливішим фактором, що впливає на суму операційного прибутку підприємства є розмір доходів, що формуються в процесі операційної діяльності підприємства. Операційні доходи підприємства є фінансовою базою розвитку його операційної діяльності, яка забезпечує вирішення завдань [50]:

- основна частина операційних доходів підприємства є джерелом відшкодування всіх поточних витрат, які пов'язані із здійсненням його

(підприємства) операційної діяльності; реалізація цього завдання забезпечує самоокупність операційної діяльності підприємства;

- частина операційних доходів підприємства слугує джерелом виплати податкових платежів, що пов'язано із здійсненням операційної діяльності; ця частина операційного доходу забезпечує виконання фінансових зобов'язань підприємства перед державою;

- найважливішим для підприємства є те, що за рахунок операційного доходу формується прибуток від операційної діяльності, який, у свою чергу, є джерелом сплати податку на прибуток та формування фондів економічного і соціального розвитку підприємства.

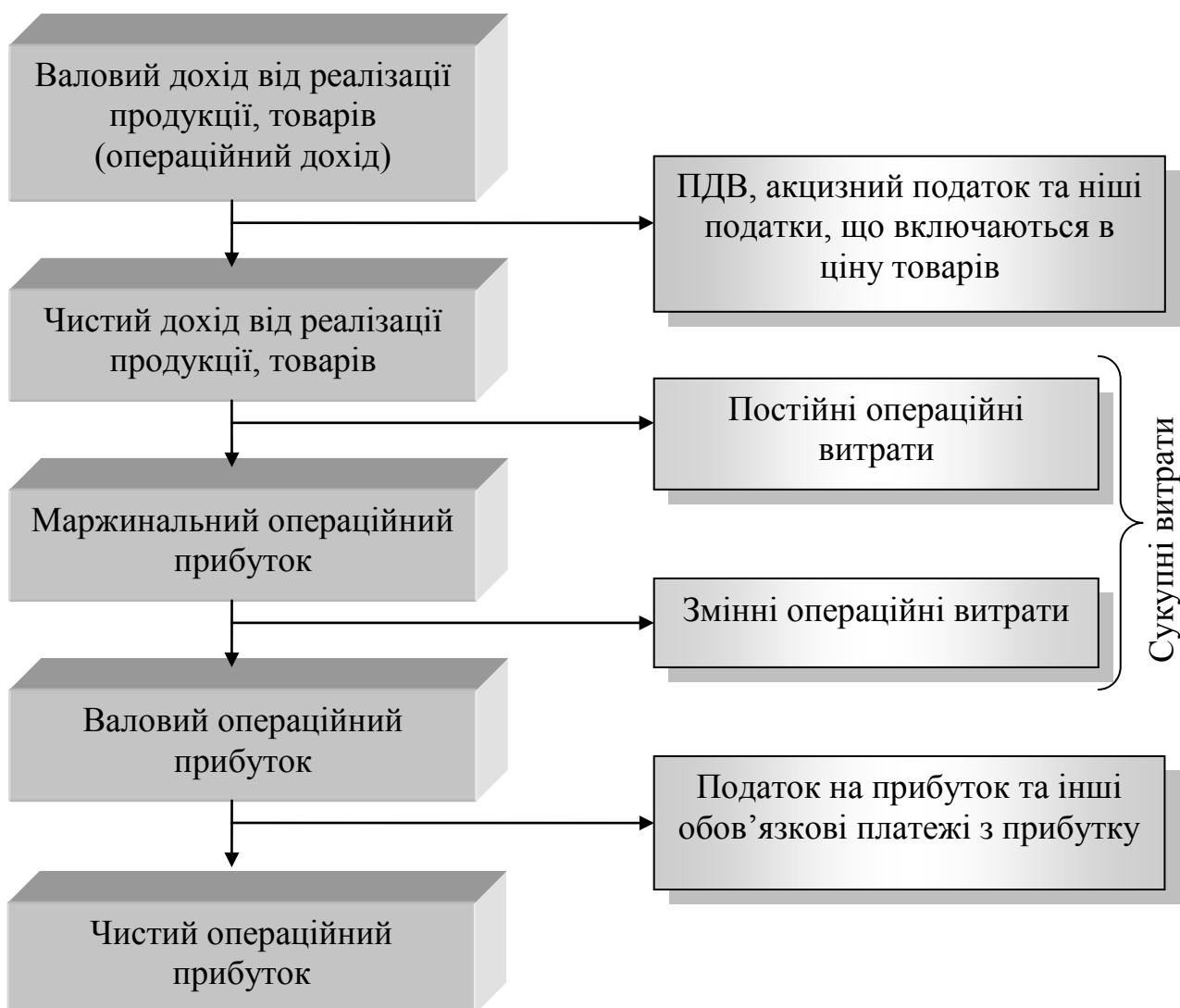


Рисунок 2.2 – Порядок формування різних видів операційного прибутку

ТзОВ «Агропартнер-1»\*

\*Примітка. Розроблено автором на основі опрацювання [50].

Джерелом формування прибутку від основної операційної діяльності є виручка від реалізації продукції. Розмір виручки від реалізації продукції залежить від кількості і асортименту реалізованих товарів, а також від рівня цін. Обсяг реалізованої продукції визначають шляхом коригування обсягу придбаної продукції, товарів на величину залишків нереалізованих товарів на початок і кінець періоду. Виручка від реалізації продукції є основним джерелом для відшкодування витрат на виробництво і реалізацію продукції, утворення прибутку і формування інших фінансових ресурсів. Від величини виручки залежить не тільки внутрігосподарське відшкодування витрат і формування прибутку, а й своєчасність і повнота розрахунків з бюджетом, державними цільовими фондами, працівниками підприємства.

Джерело формування прибутку від основної операційної діяльності тісно пов'язане з таким якісним показником діяльності підприємств як собівартість. Собівартість продукції – це виражені в грошовій формі поточні витрати підприємств на виробництво. Склад (перелік) витрат, що відносяться на собівартість продукції в Україні регламентується законодавством. Витрати виробництва, що включаються в собівартість продукції групуються за такими елементами: матеріальні витрати, витрати на оплату праці, відрахування на соціальні заходи, амортизація основних засобів і нематеріальних активів, інші витрати.

У складі витрат, що включаються в собівартість, параметри деяких з них також регулюються державою через встановлення нормативів відрахувань. Це, передусім, стосується таких елементів витрат: відрахування на соціальні заходи, амортизації, через норми амортизації. інші витрати (податки на землю). Вплив підприємств на вищезгадані елементи витрат є обмеженим. Однак, він можливий через належне управління показниками, до яких запроваджуються встановлені нормативи відрахувань: витрати на оплату праці, вартість основних виробничих фондів, що належать підприємству, їх структура та визначений підприємством термін їх корисного використання [50].

До виробничої собівартості продукції включають: прямі матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці, інші прямі витрати, загальновиробничі витрати. Перелік і склад статей калькулювання виробничої собівартості продукції встановлюється підприємством самостійно. Витрати операційної діяльності, які не включаються до виробничої собівартості, але враховуються при визначенні прибутку, поділяються на: адміністративні витрати; витрати на збут; інші операційні витрати.

Таким чином на формування операційного прибутку та рентабельності ТзОВ «Агропартнер-1» впливають такі фактори:

- зовнішні: природні умови, державне регулювання цін, тарифів, відсотків, податкових ставок і пільг, штрафних санкцій та ін.; ці фактори не залежать від діяльності самого підприємства, але можуть значно впливати на розмір його прибутку;
- внутрішні: виробничі – характеризують наявність і використання засобів і предметів праці, трудових і фінансових ресурсів та позавиробничі – постачальницько-збутова і природоохоронна діяльність, соціальні умови праці тощо; ці фактори залежать від дій управлінського персоналу підприємства і мають суттєвий вплив на величину прибутку.

Важливими внутрішніми факторами виступають обсяг реалізованої товарної продукції та її собівартість. В свою чергу, обсяги реалізації товарів залежать від зміни обсягів придбання товарної продукції, залишків нереалізованих товарів на складі підприємства та розміру торгівельної націнки, що і формує прибуток діяльності. Не слід забувати й те, що зміна обсягів придбання товарів, залишків нереалізованих товарів також впливають на собівартість, оскільки змінюють умовно-постійні витрати.

Аналіз фінансових результатів операційної діяльності конкретного підприємства проводиться за даними звіту ф.№2 «Звіт про фінансові результати», ф. №1 «Баланс підприємства», а також даних бухгалтерського обліку та фінансового плану. ТзОВ «Агропартнер-1» є приватним підприємством, що створене з метою здійснення на власний ризик

господарської діяльності задля отримання прибутку.

Товариство з обмеженою відповідальністю (ТзОВ) «Агропартнер-1» створено в результаті перетворення з дочірнього сільськогосподарського підприємства «Агропартнер» та на підставі і у відповідності до діючого законодавства України. На сьогодні це товариство є юридичною особою із загальним досвідом роботи більше 20 років. Відповідно до діючого статуту, основними напрямками діяльності ТзОВ «Агропартнер-1» є: виготовлення цукру, садівництво, городництво, тваринництво, вирощування зернових та технічних культур і їх реалізація. За роки існування організація набула великого досвіду у напрямку своєї діяльності та є надійним і перевіреним партнером. Предметом діяльності даного товариства є [43]:

01.11 - Вирощування зернових культур (крім рису), бобових культур і насіння олійних культур (основний)

01.13 - Вирощування овочів і баштанних культур, коренеплодів і бульбоплодів

01.24 - Вирощування зерняткових і кісточкових фруктів

01.25 - Вирощування ягід, горіхів, інших плодових дерев і чагарників

01.41 - Розведення великої рогатої худоби молочних порід

01.43 - Розведення коней та інших тварин родини конячих

01.46 - Розведення свиней

01.61 - Допоміжна діяльність у рослинництві

01.63 - Післяурожайна діяльність

10.11 - Виробництво м'яса

10.61 - Виробництво продуктів борошномельно-круп'яної промисловості

10.81 - Виробництво цукру.

На формування прибутку як фінансового показника діяльності підприємства, що відображається у бухгалтерському обліку та в його офіційній звітності, впливає встановлений державою порядок формування витрат на виробництво продукції (робіт, послуг); обчислення й калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг); визначення позареалізаційних прибутків і витрат; визначення балансового (валового) прибутку.

Основними показниками, що впливають на розмір прибутку даного підприємства є: обсяг реалізації продукції та її собівартість. Відповідно на зміну обсягу реалізації продукції впливає зміна обсягу виробництва, залишків нереалізованої продукції та її рентабельність. Процес управління прибутком підприємства має відбуватися в певній послідовності і забезпечувати реалізацію головної мети та основних завдань цього формування. Нормативно-правова база, що регламентує процес формування прибутку підприємства від усіх видів діяльності представлена Законами України, Постановами і розпорядженнями Кабінету Міністрів України і інших органів законодавчої і виконавчої влади.

Аналізуючи формування чистого прибутку від операційної діяльності ТзОВ «Агропартнер-1» зауважимо, що підприємство має досить позитивні тенденції (табл. 2.1).

Таблиця 2.1. Динаміка формування чистого прибутку ТзОВ «Агропартнер-1» у 2016-2020 рр.\*

Показники	Роки					Динаміка, %			
	2016	2017	2018	2019	2020	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018	2020/ 2019
Чистий дохід від реалізації продукції	256,3	360,4	379,6	332,0	399,2	140,6	105,3	87,5	120,2
Собівартість реалізованої продукції	165,8	251,8	305,9	329,3	308,9	151,8	121,4	107,6	93,8
Валовий прибуток	90,6	108,7	73,7	2,7	90,3	119,9	67,8	3,7	33 раз
Інші операційні доходи	9,4	3,4	2,3	5,2	10,4	36,2	67,6	226,1	200
Інші операційні витрати	6,8	8,3	11,7	18,1	19,1	122,1	140,9	154,7	105,5
Разом витрати	14,3	17,8	24,1	30,1	34,1	124,4	135,3	124,8	113,3
Фінансовий результат до оподаткування	85,6	94,2	51,2	(22,7)	67,4	110,1	54,3	-44,3	296,9
Інші фінансові доходи	0,4	0,2	0,6	1,5	2,3	50	300	250	153,3
Інші витрати	-	2,4	2,3	3,3	20,1	-	95,8	143,5	609,0
Чистий прибуток	86,0	91,9	49,4	(24,6)	49,4	106,8	53,7	49,8	200,8

\*Примітка: Складено автором на основі фінансової звітності ТзОВ «Агропартнер-1»[49].

Так за досліджуваний період чисті доходи підприємства збільшились з 256,3 млн. грн. у 2016р. до 399,2 млн. грн. у 2020р. або на 55,7%. При цьому

також збільшилася собівартість реалізованої продукції майже вдвічі: з 165,8 млн. грн. у 2016р. до 308,9 млн. грн. у 2020р., але, починаючи з 2018р. відбувалося зниження її динаміки й у 2020р. навіть маємо зменшення даного показника на 6,2%. Обсяги валового прибутку зменшились у 2017-2019рр. із 108,7 млн. грн. до 2,7 млн. грн. і збільшились у 2020р. до 90,3 млн. грн. Враховуючи таку динаміку чистого доходу і собівартості реалізованої продукції, фінансовий результат до оподаткування має аналогічну тенденцію: у 2019р. товариство отримало збитки в розмірі 22,7 млн. грн., а у 2020р. прибуток на суму 67,4 млн. грн. Позитивним фактом є збільшення інших операційних доходів та інших фінансових доходів товариства, а негативним – те, що зросли інші операційні та інші витрати. Більш наглядно динаміка чистого доходу, собівартості продукції та чистого прибутку подана на рис. 2.1.

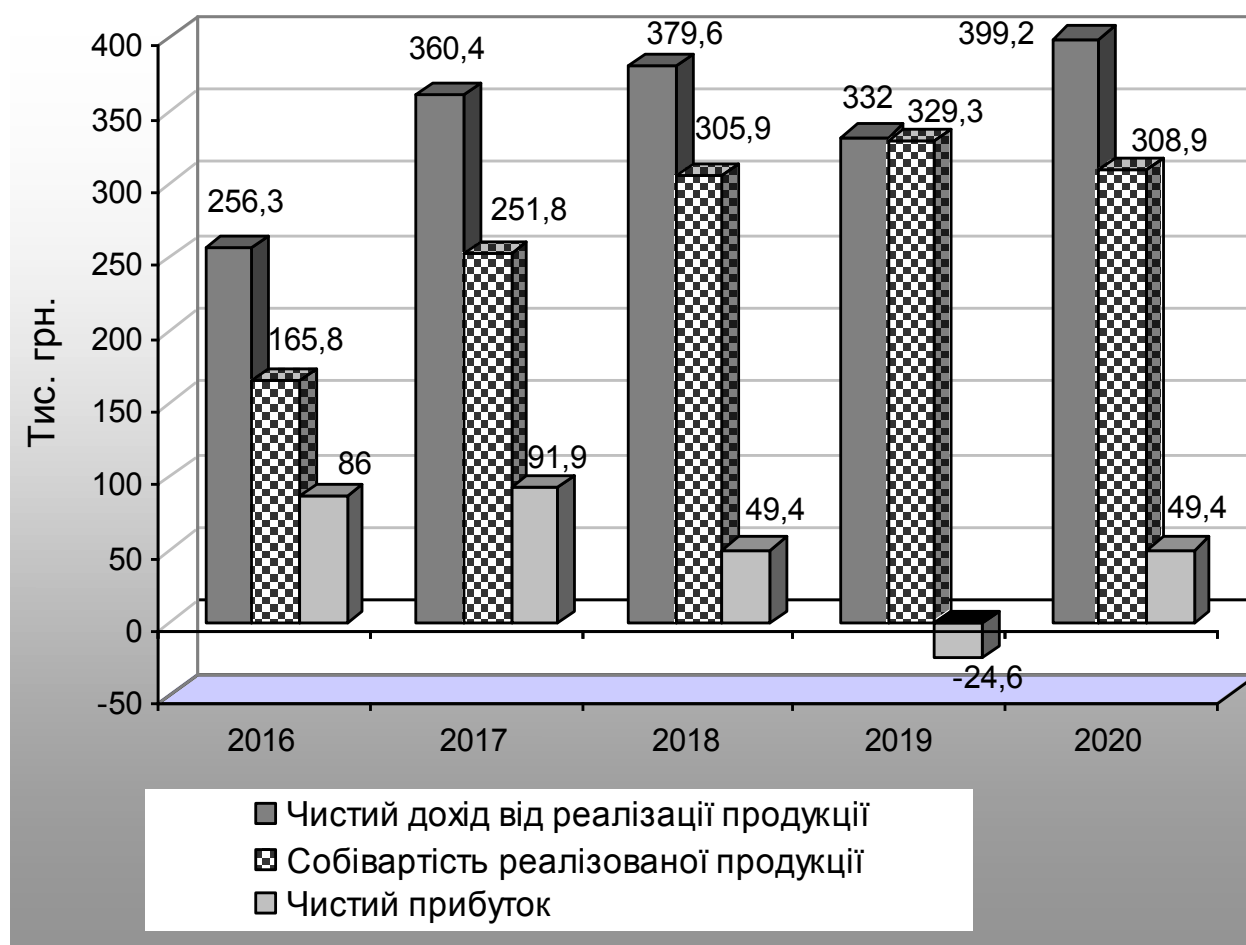


Рисунок 2.1 – Динаміка доходів, витрат і чистого прибутку  
ТЗОВ «Агропартнер-1» у 2016-2020 рр.\*

\*Примітка: Складено автором на основі фінансової звітності ТЗОВ «Агропартнер-1» [49].

Обсяги чистого прибутку товариства зменшились майже на 50% у 2018р. і 2019р. в порівнянні з попередніми роками та зросли вдвічі у 2020р. порівняно з 2019р., що позитивно вплине й на показники рентабельності. Так, на кінець 2017р. дохід від реалізації товарів збільшився порівняно з 2015р. майже в 4,5 рази, але порівняно з 2016р. – зменшився на 271,8 тис. грн., або на 18,7%. У підприємства відсутні інші види доходів, відтак чистий дохід в розмірі 1180,9 тис. грн. є основним джерелом формування прибутку підприємства. Варто відмітити також суттєве збільшення собівартості реалізованих товарів: у 4,6 рази в звітному році порівняно з 2015р., що пояснюється розширенням діяльності підприємства, а також зменшення собівартості реалізованих товарів порівняно з 2016р. на 259,7 тис. грн., або на 21,3%. Тому для покращення ситуації й збільшення чистого прибутку доцільно збільшити обсяги реалізації продукції, відшукати інші операційні доходи, по-можливості, зменшити витрати, усунути непродуктивні втрати.

Аналізуючи структуру витрат ТзОВ «Агропартнер-1» зазначимо, що найбільшу питому вагу має собівартість реалізованих товарів: 83% у 2020р., 93% у 2019р. і 89,5% у 2018 р. Інші операційні витрати мають незначну питому вагу в сукупній сумі витрат.

Як видно з отриманих результатів аналізу, зміна показників собівартості товарної продукції впливає на величину чистого операційного прибутку: з її зменшенням рівень прибутку зростає і навпаки. Прямий вплив на зміну чистого прибутку від реалізації товарної продукції має зміна обсягів її реалізації: чим більший обсяг реалізації, тим більший розмір прибутку. Відтак, задля збільшення чистого прибутку підприємство повинно намагатися зменшити собівартість придбаних товарів та інші операційні витрати.

## **2.2. Оцінка рентабельності діяльності підприємства**

Абсолютний показник прибутку характеризує фінансовий результат діяльності підприємства, виражає його економічний ефект, є головним

показником беззбиткової роботи підприємства. Але на підставі окремого показника неможливо зробити обґрунтовані висновки про рівень ефективності, тому для цих цілей інтегральним показником ефективної роботи підприємства є рентабельність, що відображає здатність підприємства адаптуватися до умов нестабільності та раціонально використовувати інвестовані кошти.

Для всіх суб'єктів підприємницької діяльності прибуток є невід'ємною умовою власного існування та розвитку. Виступаючи зв'язуючим ланцюжком між виробництвом і споживанням підприємства можуть впливати на задоволення потреб індивідуума і, у той же час, спостерігати за тенденціями у використанні природних ресурсів. Сполучаючи різні підходи щодо поєднання інтересів підприємства і суспільства, можна зробити висновок про необхідність порівняння результатів господарювання з витратами або ресурсами, що, в свою чергу, приводить до розрахунку показників рентабельності.

Тому ефективність роботи підприємства характеризують показники рентабельності, що є якісними показниками, які характеризують рівень віддачі витрат або ступінь використання наявних ресурсів у процесі виробництва чи реалізації товарів (робіт, послуг). Рентабельність – це відносний показник інтенсивності виробництва, який характеризує рівень прибутку (окупності) відповідних складових процесу виробництва або сукупних затрат підприємства []. У практиці господарювання підприємств розраховуються такі показники рентабельності: рентабельність продажу; рентабельність собівартості товарів; рентабельність виробничих фондів, рентабельність активів, рентабельність власного капіталу та ін.

Зазвичай, показники рентабельності визначаються в коефіцієнтній формі або у відсотках і показують частку прибутку в кожній грошовій одиниці витрат, доходу, активів, власного капіталу тощо або частку товарної продукції в собівартості. Рентабельність товарної продукції можна розрахувати по всій реалізованій товарній продукції, за окремими її видами та структурними підрозділами. Показники рентабельності використовують для оцінки результатів діяльності підприємства, його структурних підрозділів, у

ціноутворенні, інвестиційній політиці, для порівняльного аналізу споріднених підприємств, які реалізують такі ж товари, з метою вибору варіантів формування асортименту і структури товарної продукції, аналізу раціональності продажу тощо.

Завданнями аналізу рентабельності підприємства є [34]:

- оцінка виконання визначених параметрів (плану, прогнозу тощо);
- вивчення динаміки показників діяльності підприємства;
- визначення факторів зміни рівня рентабельності;
- пошук резервів зростання рентабельності і прибутковості;
- розробка заходів для використання виявлених резервів.

Варто аналізувати рівень рентабельності не тільки в цілому по підприємству, а й у його структурних підрозділах, а також за видами діяльності підприємства (основна, інвестиційна, фінансова тощо). Зміна рентабельності окремих видів товарів відбувається під впливом різних факторів [46]:

1. Ціни товарів: якість товарів, попит на ринку, показник інфляції;
2. Собівартість товарів: прямі матеріальні витрати, прямі трудові витрати, непрямі витрати.

При цьому фактори зміни ціни реалізації товарів і їх собівартості вважаються факторами першого, а всі інші – фактори другого порядку. Також на зміну рентабельності підприємства впливають такі фактори: зміна частки прибутку на 1 грн. реалізованих товарів, зміна фондомісткості, зміна оборотності оборотних коштів та інші.

Рентабельність основної діяльності (Р) розраховується як відношення чистого прибутку (ЧП), отриманого від продажу всієї товарної продукції, до її собівартості (С) [46]:

$$P_{\text{од}} = \text{ЧП} / \text{С} * 100 \% \quad (2.1)$$

За цією формулою можна розрахувати також рентабельність продажу окремих видів товарної продукції або всієї сукупності товарів. Для цього враховуються чистий прибуток і собівартість за відповідним видом товарної продукції. Рентабельність продукції можна обчислювати також як відношення

прибутку до обсягу реалізованої продукції. Саме в такому вигляді цей показник використовується в зарубіжній практиці. Показники рентабельності всієї проданої товарної продукції та окремих її видів дають уявлення стосовно окупності (прибутковості) затрат на продаж відповідних видів або всієї товарної продукції, тобто стосовно того, скільки прибутку отримує підприємство на одну гривню затрат, вкладених для отримання чистого прибутку.

Рентабельність власного капіталу ( $P_{в.к.}$ ) відображає ефективність використання активів, створених за рахунок власних коштів і визначається відношенням суми чистого прибутку (ЧП) до величини власного капіталу (ВК) [46]:

$$P_{в.к.} = \text{ЧП} / \text{ВК} * 100 \% \quad (2.2)$$

Величина власного капіталу береться за даними балансу підприємства або його звіту про власний капітал на певну дату. Рентабельність усього капіталу (майна) визначається як відношення балансового прибутку до підсумку балансу підприємства. Рентабельність проданих товарів (продажу) ( $P_{пр}$ ) можна розраховувати і як відношення чистого прибутку (ЧП) до чистого доходу (виручки) від продаж товарів [46]:

$$P_{пр} = \text{ЧП} / \text{ЧД} * 100 \%. \quad (2.3)$$

У цьому випадку рівень рентабельності буде показувати скільки отримано чистого прибутку (в процентах або копійках) на одну гривню проданих товарів за цінами реалізації.

Рентабельність основних фондів розраховується як відношення чистого прибутку до середньорічної вартості основних фондів. Рентабельність оборотних активів визначається як відношення чистого прибутку до середньорічної вартості оборотних активів.

Також виокремлюють рентабельність інвестованих ресурсів (капіталу) і рентабельність продукції. Рентабельність інвестованих ресурсів (капіталу) обчислюється в кількох модифікаціях: рентабельність активів, рентабельність власного капіталу, рентабельність акціонерного капіталу.

Рентабельність активів ( $P_A$ ) характеризує ефективність використання всього наявного майна підприємства та обчислюється відношенням чистого прибутку підприємства за рік (ЧП) до середньорічної суми активів за річним балансом ( $\bar{A}$ ) [42]:

$$P_A = \text{ЧП} / \bar{A} * 100\% \quad (2.4)$$

Показник рентабельності сукупних активів може бути дезагрегований, якщо підприємство здійснює різні види діяльності (наприклад, рентабельність виробництва, сервісного обслуговування, комерційної діяльності тощо).

Рентабельність акціонерного капіталу ( $P_{AK}$ ) свідчить про верхню межу дивідендів на акції та обчислюється шляхом ділення чистого прибутку (ЧП) на статутний капітал (номінальна вартість проданих акцій) (СК) [42]:

$$P_{AK} = \text{ЧП} / \text{СК} * 100\% \quad (2.5)$$

Цей показник можна обчислювати також як рентабельність акціонерного капіталу від звичайних акцій. Тоді з чистого прибутку віднімають фіксовані дивіденди на привілейовані акції, а зі статутного капіталу – номінальну вартість цих акцій.

У багато номенклатурному товарному продажі поряд з рентабельністю всієї товарної продукції обчислюється також рентабельність окремих її різновидів. Рентабельність одного виробу ( $P_i$ ) розраховується як різниця ціни і-го товару ( $C_i$ ) і повної собівартості і-го товару ( $C_i$ ), поділену на повну собівартість і-го товару ( $C_i$ ) [42]:

$$P_i = (C_i - C_i) / C_i * 100\% \quad (2.6)$$

Розрахунок вищевказаних показників рентабельності, їх аналіз дозволяє керівникам господарюючих суб'єктів і підприємцям зорієнтуватися в економічному рівні вирішення відповідних питань і вжити необхідних заходів для поліпшення фінансового стану підприємств. Використання того чи іншого показника буде обумовлено певними цілями та вимогами, що викликали необхідність у розрахунку того чи іншого показника. Зокрема, рентабельність власного капіталу, яку розраховано на підставі величини економічного прибутку, дозволить відповісти на запитання, пов'язані із моніторингом

альтернатив підприємства. Саме цей показник відображає, на наш погляд, економічну ефективність стратегічної орієнтації підприємства.

Таким чином, різноманітність властивостей та ознак окремих видів комерційно-господарчої діяльності підприємства обумовлює різноманіття показників, які розраховуються для аналізу та прогнозування діяльності. При цьому проблема їх використання полягає у тому, що кожен з них не можна вважати універсальним, тобто показником, по якому можна було б судити про успіх чи невдачу у бізнесі. Для узагальнюючої оцінки економічної ефективності та результативності діяльності підприємства ми пропонуємо розрахувати інтегральний показник рентабельності на основі середньої геометричної, що розраховується як корінь ступеню  $n$  із добутку окремих показників рентабельності. У загальному вигляді його можна представити наступним чином [42]:

$$P_{узаг} = \sqrt[n]{D1 * D2 * ... * Dn}, \quad (2.7)$$

де,  $P_{узаг}$  – узагальнюючий інтегральний показник рентабельності;

$D1, D2, \dots, Dn$  – окремі показники рентабельності;

$n$  – загальна кількість показників рентабельності, що входять до розрахунку інтегрального показника.

Слід відмітити, що кожне підприємство може самостійно обирати показники рентабельності, а при необхідності, індекси змін основних показників комерційної діяльності, які будуть входити до складу добутку для розрахунку інтегрального показника. Це можуть бути такі показники, як рентабельність продажів, рентабельність основних фондів і мобільних оборотних коштів, рентабельність поточних витрат, рентабельність витрат на оплату праці, рентабельність капіталу, ефективність використання торговельної площі тощо. На цей вибір буде впливати специфіка діяльності підприємства, особливості діяльності, а також результати індивідуальної рейтингової оцінки показників діяльності підприємства.

У цілому, на нашу думку, показники, що обираються для розрахунку показників рентабельності, повинні відповідати наступним вимогам: ясність, наочність та простота розрахунку; доступність інформації для розрахунку; надійне статистичне, облікове та аналітичне забезпечення; відображення реального стану; зіставленість у часі; можливість відкриття та обґрунтування резервів; відповідність галузевій специфіці;

Виходячи зі сказаного вище, можна сказати, що рентабельність є інтегральним показником ефективної роботи підприємства, який відображає здатність підприємства адаптуватися до умов нестабільності й ризику та раціонально використовувати інвестовані у справу кошти, а також свідчить про ефективність комерційної діяльності підприємства, що досягається шляхом мінімізації витрат та максимізації доходів від господарської діяльності.

Найбільш прийнятною для підприємств, більш відповідною для особливостей галузі та зручною для використання є традиційна методика оцінки рентабельності підприємства, при якій рентабельність визначається як відношення чистого прибутку до обсягу продаж. В цілому, на практиці рекомендується використовувати систему показників, які пов'язані між собою й здатні надати аналітичну оцінку різним видам діяльності підприємства, а на базі системи обраних показників розраховувати узагальнюючий інтегральний показник рентабельності.

Для більш повної оцінки рентабельності діяльності підприємства розрахуємо можливі показники рентабельності (активів, власного та залученого капіталу та ін.) на основі показників діяльності досліджуваного підприємства за 2016-2020рр. (табл. 2.2). Аналізуючи показники рентабельності діяльності ТзОВ «Агропартнер-1» відмітимо, що всі види рентабельності знизились за досліджуваний період. Найшвидшими темпами знизилась рентабельність власного та залученого капіталу – на 29,2% та 14,7% відповідно; найменшими темпами – рентабельність чистого доходу та основної діяльності підприємства. Незважаючи на зростання чистого доходу від реалізації продукції в 2018р. на 16580,9 тис. грн., чистий прибуток на 1 грн. реалізованої продукції зменшився

на 49% і на кінець 2018 р. складає 0,023 грн., тобто на 1 грн. чистого доходу від реалізації продукції приходить 2,3% чистого прибутку.

Таблиця 2.2. Показники рентабельності ТзОВ «Агропартнер-1» у 2016-2020 рр.\*

Показники	Роки					Динаміка, %			
	2016	2017	2018	2019	2020	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018	2020/ 2019
Чистий дохід від реалізації продукції, млн. грн.	256,3	360,4	379,6	332,0	399,2	140,6	105,3	87,5	120,2
Собівартість реалізованої продукції, млн. грн.	165,8	251,8	305,9	329,3	308,9	151,8	121,4	107,6	93,8
Чистий прибуток, млн. грн.	86,0	91,9	49,4	(24,6)	49,4	106,8	53,7	49,8	200,8
Середньорічна вартість активів, млн. грн.	284,0	367,2	441,9	450,6	456,3	129,3	120,3	101,9	101,3
Середньорічна вартість основних засобів, млн. грн.	121,5	165,6	210,9	223,5	200,3	136,2	127,3	105,9	89,6
Середньорічна вартість оборотних активів, млн. грн.	162,5	201,5	225,9	227,1	255,9	124	112,1	100,5	112,7
Середньорічна величина власного капіталу, млн. грн.	232,7	317,7	376,3	376,8	369,0	136,5	118,4	100,1	97,9
Середньорічна величина залученого капіталу, млн. грн.	51,3	49,5	60,6	73,8	87,3	96,5	122,4	121,8	118,3
Чистий прибуток (збиток) на 1 грн. реалізованих товарів, грн.	0,34	0,25	0,13	(0,07)	0,16	73,5	52,0	-53,8	228,6
<b>Рентабельність (збитковість), %</b>									
- чистого доходу	33,5	25,5	16,1	(7,4)	12,4	76,2	63,1	45,9	167,6
- основної діяльності	51,9	36,5	13,0	(7,6)	16,0	70,3	35,6	58,5	210,5
- власного капіталу	36,9	28,9	13,1	(6,5)	13,4	78,3	45,3	49,6	206,1
- активів	30,3	25,0	11,2	(5,5)	10,8	82,5	44,8	49,1	196,4
- основних засобів	70,8	55,5	23,4	(11,0)	24,7	78,4	42,2	47,0	224,5
- оборотних активів	52,9	45,6	21,9	(10,8)	19,3	86,2	48,0	49,3	178,7
- залученого капіталу	167,6	185,6	81,2	(33,3)	56,6	110,7	43,7	41,0	169,8
Загальна рентабельність, %	53,2	43,9	20,0	(9,7)	18,6	82,6	45,6	48,5	191,8

\*Примітка: Обчислено та складено автором на основі даних фінансової звітності [49].

Узагальнюючий інтегральний показник рентабельності ТзОВ «Агропартнер-1» за досліджуваний період знизився з 4,4% у 2016р. до 1,3% у

2018р., що також свідчить про погіршення прибутковості діяльності, незважаючи на збільшення обсягів чистого прибутку підприємства.

Проаналізуємо показники рентабельності діяльності ТзОВ «Агропартнер-1» відмітимо, що всі види рентабельності в 2017р. порівняно з 2015-2016 рр. знизились. Як видно з наведених у табл. 2.2 даних, досліджуване товариство було рентабельним у досліджуваному періоді за винятком 2019р, коли отримало збитки. Основні показники рентабельності ТзОВ «Агропартнер1» у 2020р. значно нижчі, порівняно з 2016р.: так, наприклад, рентабельність доходу знизилась на 21,1% і становила на кінець року 12,4%, рентабельність основної діяльності зменшилась на 36% становила 13,4%, рентабельність активів зменшилась майже втричі.

Аналізуючи рівень прибутку, необхідно особливу увагу приділяти його динаміці, скільки вона характеризує розвиток явища в часі, аналіз динамки уможливорює прогнозування майбутнього рівня прибутку й на цій основі – визначення перспективних напрямків розвитку підприємства. Одним із основних завдань аналізу динаміки рентабельності є встановлення закономірностей зміни рівнів явища, що вивчається.

Для прогнозування рівня рентабельності діяльності ТзОВ «Агропартнер1» необхідно прослідкувати динаміку зміни показників різних видів рентабельності та представити їх графічно. Комп'ютерний аналіз даних дає можливість оцінити тренд за рівнянням і передбачити результативний показник на наступний період часу [27]. Так продовження лінії тренда на наступні роки періоду дасть змогу прогнозувати рівень рентабельності у зазначені роки.

Як видно з рис. 2.2, рентабельність чистого доходу даного підприємства за період з 2016 по 2019 рік зменшилась і на кінець року перетворилася на рівень збитковості в 7,4%, а вже у 2020р. за рахунок прибуткової діяльності відбулося зростання рентабельності до 12,4%. За допомогою трендового аналізу можна також виконати прогноз рівня рентабельності на найближчі періоди, підставивши в рівняння тренду, де у приймає значення рентабельності чистого

доходу, а  $x$  – прогнозованого періоду).

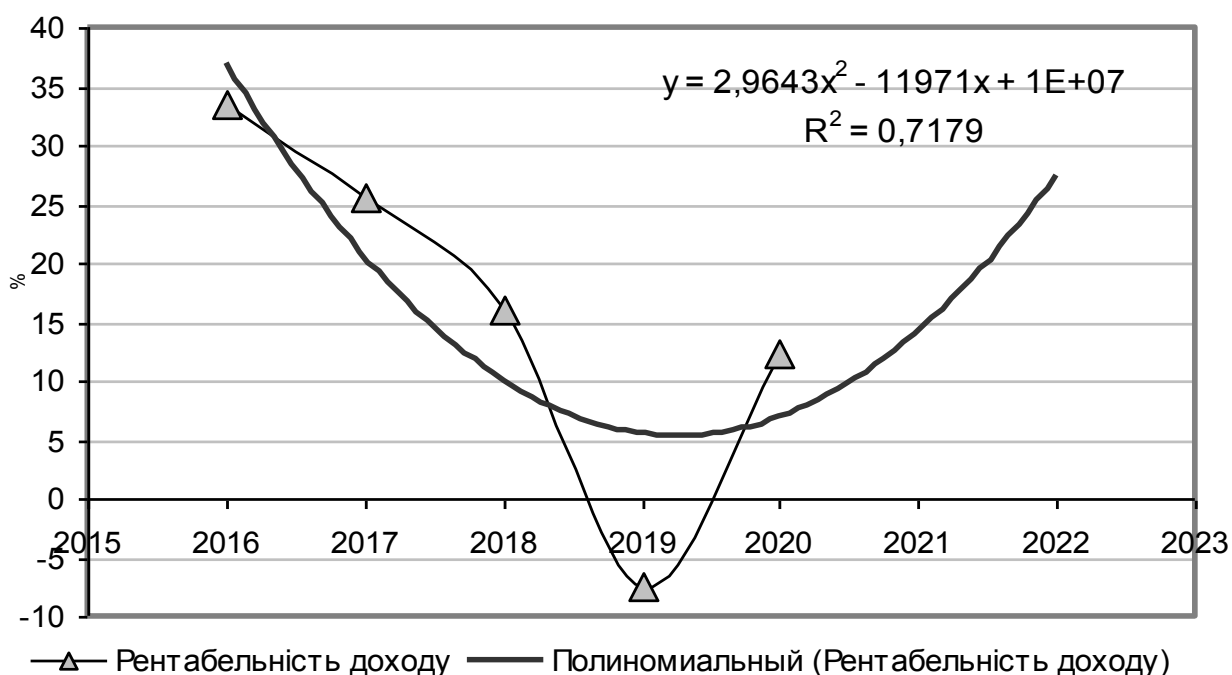


Рисунок 2.2 - Прогнозування динаміки рентабельності чистого доходу ТзОВ «Агропартнер-1» у 2016-2023рр.\*

\*Примітка. Побудовано автором на основі даних табл. 2.2.

В результаті прогнозного розрахунку ми дізнаємось: якщо в наступному році збережеться така ж тенденція, то рентабельність чистого доходу у 2022р. буде становити 25%.

Як видно з рис. 2.3, динаміка загальної рентабельності даного підприємства характеризується поліноміальною залежністю. Починаючи з 2016р. показник загальної рентабельності ТзОВ «Агропартнер-1» знижувався і станом на кінець 2019р. складав -9,7%., але в 2020р. маємо протилежну (позитивну) тенденцію. Враховуючи такі темпи зміни досліджуваного показника і прогножуючи його значення на наступний звітний період можна зазначити, що в 2021р. загальна рентабельність суттєво зросте.

Підсумовуючи вищевикладене зазначимо, що проведений аналіз формування прибутку від операційної діяльності ТзОВ «Агропартнер-1» засвідчив поступове щорічне зменшення суми прибутку та його збитковий фінансовий результат у 2019р. Встановлено також, що рентабельність

підприємства безпосередньо пов'язана з отриманням прибутку, але її не можна ототожнювати з його абсолютною величиною.

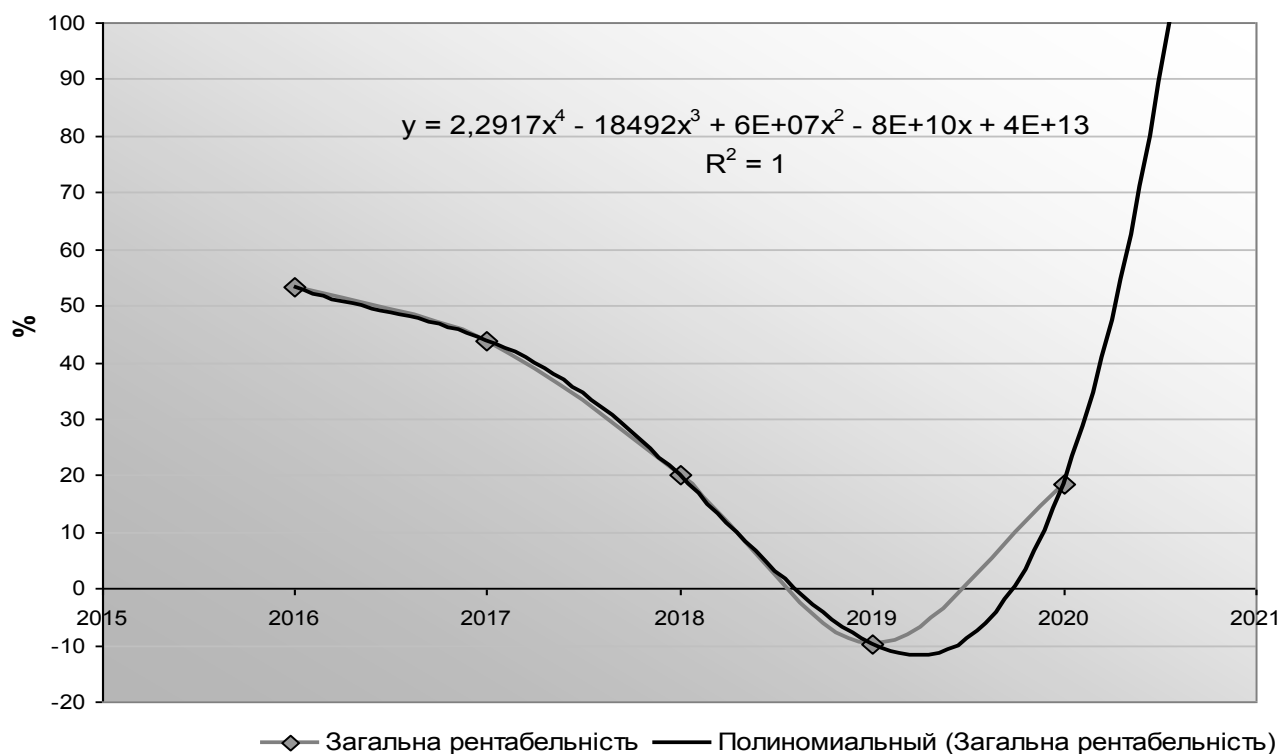


Рисунок 2.3 - Прогнозування динаміки загальної рентабельності ТзОВ «Агропартнер-1» у 2016-2021рр.\*

\*Примітка. Побудовано автором на основі даних табл. 2.2.

Рентабельність є відносним показником прибутковості і вимірюється у відсотках. Дослідження динаміки рентабельності ТзОВ «Агропартнер-1» дозволило виявити як позитивні, так і негативні тенденції зміни показника. Кореляційний аналіз рентабельності чистого доходу та загальної рентабельності встановив взаємозалежність основних факторів та їх вплив на результативний показник. Трендовий аналіз різних видів рентабельності дозволив зробити прогностичні розрахунки показників рентабельності на наступний період.

## РОЗДІЛ 3

### ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

#### **3.1. Резерви нарощення рентабельності підприємства на основі комплексного підходу**

Функціонування підприємства в умовах ринку визначається його здатністю приносити достатній прибуток, тому вся діяльність підприємства спрямована на забезпечення зростання рентабельності, або її стабілізації на певному рівні. Рентабельність, в першу чергу, зумовлюється прибутковою діяльністю підприємства, тобто, наявністю в нього прибутку за результати звітного періоду. Відтак, резерви нарощення рентабельності базуються на джерелах збільшення прибутку.

Прибуток є одним з основних показників господарської діяльності підприємства і на законодавчому рівні визначена як мета створення комерційних підприємств. Саме за рахунок прибутку розвивається комерційне підприємство, це основне джерело формування фінансових ресурсів підприємства, бюджетних ресурсів держави, фінансування розширення підприємства, матеріального стимулювання працівників, вирішення соціальних проблем тощо. В зв'язку з цим, в рентабельній діяльності зацікавлені не лише власники та менеджери підприємств, а й держава в цілому.

Для рентабельного функціонування підприємства в умовах ринкових відносин найбільше значення має виявлення резервів збільшення об'єму продукції, зниження собівартості та ріст прибутку. Всупереч прямо пропорційному зв'язку впливу обсягу продажу продукції на рівень прибутку, зв'язок між величиною прибутку і рівнем собівартості зворотний. Чим нижча собівартість продукції, яка продається і визначається рівнем затрат на її виробництво і продаж, тим більший прибуток, і навпаки.

Резерви збільшення сум прибутку та нарощення рентабельності пов'язані

передусім із напрямками господарювання підприємства. Для успішного функціонування кожен суб'єкт господарювання повинен прагнути до підвищення ефективності своєї діяльності на основі раціонального використання ресурсного потенціалу, збільшення прибутковості виробництва, поліпшення якості реалізованої продукції.

Отже, ТЗОВ «Агропартнер-1» потрібно приділяти належну увагу плануванню та отриманню прибутку від реалізації продукції. При цьому слід пам'ятати, що на величину прибутку від реалізації продукції впливають як фактори, що не залежать від діяльності підприємства (зміни державних регулюючих цін, природні та транспортні умови тощо), так і фактори, які знаходяться в компетенції підприємства.

Для підвищення рівня рентабельності ТЗОВ «Агропартнер-1» може упроваджувати заходи в такому порядку:

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

Якщо почати проводити зміни не в такому порядку, то позитивні зрушення в ефективності діяльності можуть бути малопомітними або відсутніми взагалі. Якщо ж розглядати прибуток та рентабельність як складники прибутковості, то одним із факторів їх зростання та підвищення ефективності виробництва є його розширення, тобто збільшення обсягів виготовлення продукції, товарів і послуг. Здійснити це можна двома шляхами [31]:

- за рахунок збільшення кількості залучених у виробництво факторів (екстенсивний шлях);
- за рахунок поліпшення технологій (інтенсивний шлях).

Для того щоб ТЗОВ «Агропартнер-1» в сучасних ринкових умовах працювало стабільно, отримувало прибуток і було рентабельне, пропонуємо такі шляхи та методи збільшення рентабельності та прибутку (табл. 3.1).

Таблиця 3.1. Шляхи збільшення прибутку і рентабельності підприємства\*

Шляхи збільшення	
Прибутку	Рентабельності
Нарощення обсягів виробництва і реалізації продукції	Зниження собівартості продукції
Поліпшення якості продукції	Підвищення продуктивності праці
Продаж зайвого устаткування та іншого майна або здача його в оренду	Скорочення невиробничих витрат
Зниження собівартості продукції за рахунок більш раціонального використання матеріальних ресурсів, виробничих потужностей і площ, робочої сили і робочого часу	Впровадження заходів із підвищення продуктивності праці своїх працівників, скорочення адміністративно-управлінського персоналу
Диверсифікація виробництва	Зменшення витрат на виробництво продукції або застосування сучасних методів управління витратами, однією з яких є управлінський облік. Зниження витрат від браку
Постійне проведення наукових досліджень аналізу ринку, поведінки споживачів і конкурентів	Удосконалення продукції із середнім рівнем рентабельності, а низькорентабельну зняти з виробництва
Грамотна побудова договірних відносин із постачальниками, посередниками, покупцями та ін.	Покращення системи маркетингу на підприємстві, потрібно згрупувати свою продукцію за ознакою рентабельності і зосередити увагу на тій продукції, яка є високорентабельною, та ін.

\*Примітка. Систематизовано автором на основі [25, 27, 29, 37].

Запропоновані заходи можуть використовуватися досліджуваним підприємством для підвищення рентабельності своєї діяльності в нинішніх умовах в Україні. Проте, підприємство повинно активно шукати всі можливі шляхи вдосконалення виробництва, підвищення конкурентоспроможності власної продукції, що повинно сприяти зростанню прибутку та рентабельності підприємства.

Для забезпечення рентабельної діяльності ТЗОВ «Агропартнер-1» повинно найбільш повно використовувати ресурси, що знаходяться в його розпорядженні. Збільшення випуску знижує витрати на одиницю продукції, тобто витрати на її виготовлення в розрахунку на одиницю продукції знижуються, а отже,

знижується собівартість, що в остаточному підсумку веде до збільшення прибутку від реалізації продукції. Ну а крім цього, додаткове виробництво рентабельної продукції вже саме по собі дає додатковий прибуток.

Як уже відзначалося, основними факторами, які змінюють обсяги прибутку та рівень рентабельності, є наступні [12]:

- об'єм продажу продукції: за високої питомої ваги постійних витрат в собівартості продукції збільшення обсягів реалізації призведе до ще більшого зростання прибутку й за рахунок зниження частки постійних витрат, що приходиться на одиницю продукції;
- зростання цін – в період високих темпів інфляції зростання прибутку можна забезпечити за рахунок цінового фактору;
- зниження собівартості – зменшення витрат без негативного впливу на якість продукції, що досягається за рахунок більшої керованості й контролю витрат підприємства;
- оновлення асортименту й номенклатури продукції, що реалізується.

Резерви збільшення прибутку визначаються для кожного виду товарної продукції. Їхніми основними джерелами є збільшення об'єму реалізації товарної продукції, зниження її собівартості (за рахунок економічного використання резервів, витрат на інформаційне обслуговування, на рекламну діяльність, поштово-телефонні витрати, зменшення витрат від баку, від нереалізованих товарів тощо), покращення якості товарів, що реалізуються на ринку та ін. Основними джерелами резервів збільшення прибутку є нарощення обсягів реалізації товарів, зменшення їх собівартості, підвищення якості товарів та реалізація їх на більш вигідних ринках збуту (рис. 3.1).

Для визначення резервів зростання рентабельності за рахунок збільшення обсягів реалізації продукції необхідно виявлений раніше резерв росту обсягів реалізації помножити на фактичний прибуток підприємства у розрахунку на одиницю продукції відповідного виду. Резерви збільшення рентабельності за рахунок зниження собівартості продукції визначається так: попередньо виявлений резерв зниження собівартості кожного виду продукції збільшується

на можливий обсяг її продажу з урахуванням резервів його зростання. Аналогічно резерви збільшення прибутку за рахунок зниження собівартості продукції обчислюється як резерв збільшення прибутку за рахунок збільшення ціни.

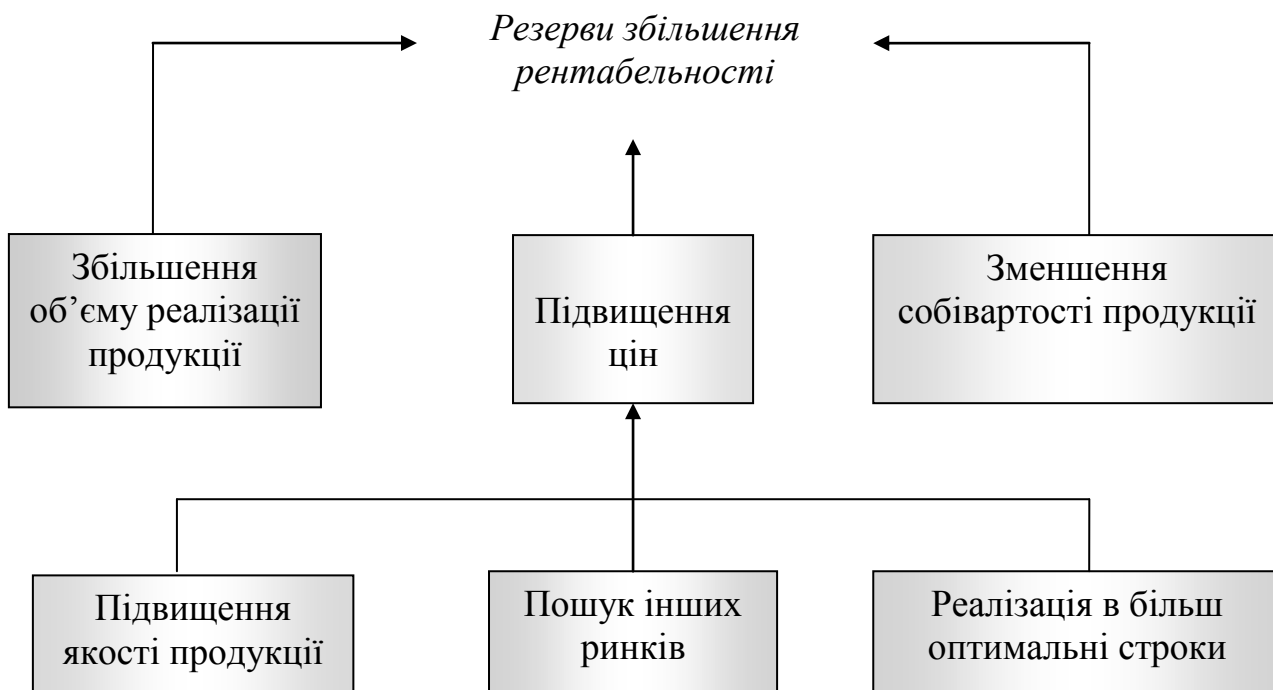


Рисунок 3.1 - Напрями пошуку резервів збільшення рентабельності ТЗОВ «Агропартнер-1»\*

\*Примітка. Побудовано автором на основі опрацювання [12; 50].

Ще одним чинником, який безпосередньо впливає на рентабельності підприємства, є зміна рівня собівартості. Цей чинник, в свою чергу, перебуває під впливом багатьох факторів. Загалом, при аналізі зміни рівня собівартості потрібно виявляти причини її зниження або підвищення для того, щоб розробити заходи зі скорочення рівня витрат на виробництво продукції й досягти збільшення за рахунок цього прибутку підприємства.

У практиці підприємницької діяльності застосовуються різні способи зниження собівартості. Безумовно, використовуються такі прийоми, як зменшення умовно-змінних і умовно-постійних витрат, а саме: економія паливно-сировинних ресурсів, матеріальних й трудових витрат (для цього необхідно проводити регулярно інвентаризацію запасів та обладнання, з метою

виявлення надлишків та вдосконалювати техніко-економічні нормативи запасів), зниження частки амортизаційних відрахувань, скорочення адміністративних витрат тощо. Проте, слід пам'ятати, що зниження собівартості має межу, після якого вона вимагає зниження якості продукції. При посиленні конкурентної боротьби підприємство буде неспроможне далі підтримувати рівень продажів за допомогою зниження ціни, оскільки робота стає неефективною, збитковою.

Узагальнюючи вищевикладене, доцільно запропонувати послідовність таких управлінських кроків задля збільшення рентабельності [35]:

- зростання обсягів виробництва та реалізації продукції підприємства – при високій питомій вазі постійних витрат у собівартості продукції зростання об'ємів реалізації призведе до більшого зростання прибутку за рахунок зниження частки постійних витрат, що припадають на одиницю продукції;
- зростання цін – в період високих темпів інфляції зростання прибутку можна забезпечити за рахунок цінового чинника, але при умові наявності високої якості продукції, яка має відповідне гарантійне забезпечення;
- зниження собівартості – зниження витрат без негативного впливу на якість продукції, досягається за рахунок більшої керованості й контролю витратами;
- проведення ефективних маркетингових досліджень – випуск саме тих видів продукції, які користуються більшим попитом у населення, особливо в період кризи, коли платоспроможний попит населення знижується.

Отже, ми пропонуємо підвищувати прибуток і рентабельність для ТзОВ «Агропартнер-1» комплексним способом, тобто не лише підвищувати ціну продажу продукції, а й зменшувати собівартість її реалізації. Саме такий підхід комплексного методу, щодо підвищення рентабельності підприємства дозволить збільшити виручку від реалізації продукції та зменшити операційні витрати, що призведе до зростання чистого доходу та підвищення прибутковості підприємства.

Задля досягнення поставленої мети щодо збільшення рентабельності підприємства пропонуємо план підвищення рівня прибутковості проводити

поетапно. Перший етап – постановка завдання. На цьому етапі слід чітко визначити і сформулювати проблеми, пов'язані з досягненням цілі, а також визначитись з передумовами перетворень. В умовах ринку категорія прибутку отримала новий зміст, вона є основною рушійною силою ринкової економіки й забезпечує інтереси всіх учасників ринку. Тому проблема ефективного управління прибутком на підприємстві є найбільш актуальним завданням сучасного етапу розвитку економіки. Ефективне управління рентабельністю передбачає створення на підприємстві відповідних організаційно-методичних систем забезпечення цього управління, знання основних механізмів формування і розподілу прибутку, використання сучасних методів її аналізу і планування.

На другому етапі необхідно здійснити попередню оцінку стану підприємств. Для її здійснення доцільно визначитись з критеріями оцінки, які повинні відображати об'єктивну оцінку, а також бути максимально простими в розрахунках, доступними у використанні для всіх суб'єктів господарювання. Наступним кроком повинне стати групування підприємств за розміром та рівнем прибутковості та рентабельності. Співставивши фактичні значення показників підприємства з груповими уможливилося визначення напрямків оптимізації господарських процесів, а також способів реалізації цих напрямків з ціллю оздоровлення економіки підприємства із застосуванням економіко-математичних методів з урахуванням масштабів підприємства.

Третій етап передбачає розробку стратегії підприємства, згідно напрямів оптимізації господарських процесів, розроблених на другому етапі й моделювання сценаріїв розвитку. В процесі планування прибутковості підприємства, в першу чергу, необхідно врахувати систему стратегічних цілей формування прибутку і політику управління прибутком підприємства, яка встановлює як цілі, так і найважливіші результативні показники планів формування прибутку й дозволяє ув'язати ці показники із загальною системою планів формування та використання прибутку підприємства [6].

Четвертий етап відіграє найбільш важливу роль, оскільки визначає фактори, стан економіки підприємства в ринкових умовах. Середовище, яке оточує економічний суб'єкт, в значній мірі визначає характер поведінки підприємств і є вирішальним у виборі його ринкової стратегії. Першим фактором, що визначає становище підприємства в ринковому середовищі, є форма власності торгово-посередницького підприємства, оскільки вона визначає соціально-економічні інтереси підприємства в ринковому просторі, а також господарський механізм підприємства, і методи функціонування на ринку: прийоми конкурентної боротьби, ринкову стратегію та інше. Другим фактором можна вважати характер технології, котра використовується підприємством, а також рівень техніки, що забезпечує реалізацію вказаної технології. Третім фактором, що визначає, успіх підприємства на ринку є підприємницький фактор, що є запорукою ефективної реалізації конкурентної ринкової стратегії підприємства. В якості четвертого фактора доцільно зупинитись на факторі праці, або особливостях формування і використання трудових ресурсів на підприємстві. П'ятим фактором можна визначити порядок впливу суб'єкта підприємництва на об'єкт. Вивчаючи цю проблему слід звернути особливу увагу на організацію виробництва, котра використовується підприємством. Систему управління промисловим підприємством, окремо виділивши галузеві особливості, та особливості організації праці. Шостим фактором, характерним для промислових підприємств, являється природно-екологічний фактор, котрий визначає функціонування підприємства в природному середовищі.

В якості п'ятого етапу можна розглядати створення бізнес-плану розвитку підприємства, складання якого повинно враховувати всі особливості, характерні для промислових формувань. Особливо важливою є достовірність оцінок, котрі використовуються в обчисленнях бізнес-плану. Для забезпечення їх об'єктивності доцільно звернутися до незалежних експертів-консультантів. Необхідною умовою успішної реалізації складеного плану є врахування взаємних інтересів підприємств-виробників і торгово-посередницьких

підприємств, оскільки, в більшості випадків, саме вони мають можливість одержувати і присвоювати основний обсяг прибутку.

Шостим етапом слід вважати контроль виконання бізнес-плану і корегування прийнятих рішень з реалізації проекту. Наявність зворотного зв'язку забезпечує своєчасне реагування підприємства на зміну умов і забезпечує можливість ефективного реагування.

Для вирішення проблеми підвищення ефективності управління формуванням прибутку підприємств важливе значення має моделювання і створення автоматизованих процедур для проведення розрахунків прибутку. Саме такий підхід забезпечуватиме ефективність реалізації прикладної сторони дослідження. При плануванні фінансових результатів найчастіше використовують такі методи, як нормативний метод, балансовий метод, метод експертних оцінок, економічно-математичне моделювання, методи ситуаційного аналізу та прогнозування (метод оптимізації планових завдань). Чистий прибуток підприємств є джерелом доходів акціонерів, а також за рахунок нього можна здійснювати значні інвестиції для структурно-технологічного вдосконалення підприємств.

Необхідним є раціональний підхід, який вносить наукову обґрунтованість у прийняття рішень щодо норми реінвестування прибутку. Його можна втілити шляхом аналізу реально доступних режимів споживання та накопичення прибутку, які відповідають закономірностям економічного зростання та конкретним умовам господарської діяльності підприємства.

Таким чином виникає необхідність у розробці методики, яка б на рівні окремого підприємства дозволяла розрахувати оптимальну норму реінвестування прибутку на базі обмеженої інформації, що є доступною менеджерам. Для цього потрібно обрати ключовий параметр, який визначає динаміку відтворення чистого прибутку. На наш погляд, ним може стати очікувана капіталовіддача за чистим прибутком. Даний показник визначається в процесі відбору певних інвестиційних програм, що складають загальну перспективну програму розвитку підприємства. Прогнозна середня

рентабельність капіталу за чистим прибутком ( $P$ ) визначається наступним чином [53; 56]:

$$P = P_0 D_0 + \sum_n P_n D_n, \quad (3.1)$$

де  $P_0$  – прогнозна середня рентабельність вже функціонуючого капіталу компанії;

$D_0$  – частка функціонуючого капіталу компанії у загальній сумі капіталу на період стратегічного планування;

$n$  – індекс інвестиційного проекту, який був включеним до перспективної інвестиційної програми;

$P_n$  – очікувана рентабельність капіталу при реалізації  $n$ -го проекту;

$D_n$  – питома вага капіталу, який відноситься до  $n$ -го інвестиційного проекту у загальній сумі капіталу компанії.

Для того, щоб забезпечити достовірність значень  $P_n$  за кожним проектом оцінюють вірогідності його реалізації та загальну рентабельність проектів за такою формулою [56]:

$$P_n = \sum_i P_{ni} V_{ni}, \quad (3.2)$$

де:  $i$  – множина результатів реалізації  $n$ -го проекту;

$P_{ni}$  – рентабельність капіталу за  $i$ -го результатом  $n$ -го проекту;

$V_{ni}$  – вірогідність реалізації  $i$ -го результату  $n$ -го проекту.

Після того, як очікувана рентабельність визначена, наступним кроком буде використання детермінованої розрахункової схеми, яка обумовлена закономірностями відтворення чистого прибутку. Інтегральна сума дивідендів за  $T$  років, яку необхідно зробити найбільшою шляхом вибору оптимальної норми реінвестування чистого прибутку  $S$ , повинна бути представлена функцією  $F(S)$ , при даних параметрах  $P$  і  $T$ . Тривалість періоду  $T$  в окремих моделях приймається безкінечною, але це навряд чи виправдано, оскільки за межами 20-30-річного інтервалу можливості реалізації товарної продукції є невизначеними. Також інтереси акціонерів за межі такого терміну не

поширюються. Внаслідок цього значення  $T$  необхідно прийняти у межах 20-30 років. Завдяки тому, що параметри  $T$  і  $P$  відомі, динаміка процесу відтворення чистого прибутку та дивідендів цілком визначається зміною капіталу впродовж  $T$  років.

Якщо прийняти капітал першого року за  $C_0$ , то капітал підприємства у будь-якому  $T$ -ому році з урахуванням реінвестування прибутку дорівнюватиме [53]:

$$C_T = C_0(1 + PS)^T \quad (3.3)$$

Сума складових капіталу, які утворюють геометричну прогресію з першою складовою, що дорівнює одиниці і зі знаменником  $1 + PS$ , за  $T$  років складе [53]:

$$\frac{C_0[(1 + PS)^T - 1]}{PS} \quad (3.4)$$

Обсяг чистого прибутку за той же період буде дорівнювати добутку капіталовіддачі на вказану суму [56]:

$$\Pi = \frac{C_0 P [(1 + PS)^T - 1]}{PS} = \frac{C_0 [(1 + PS)^T - 1]}{S} \quad (3.5)$$

де  $\Pi$  – інтегральна величина чистого прибутку компанії за  $T$  років, яка виражена в одиницях початкового капіталу;

$S$  – норма реінвестування чистого прибутку.

На оплату дивідендів акціонерам та на соціальні потреби колективу підприємства іде частина чистого прибутку, яка дорівнює  $(1 - S)$ , тому цільова функція моделі буде мати наступний вигляд [56]:

$$G = (1 - S)C_0 \frac{[(1 + PS)^T - 1]}{S} \Rightarrow \max \quad (3.6)$$

де  $G$  – інтегральний обсяг чистого прибутку підприємства на потреби споживання за  $T$  років в одиницях початкового капіталу.

Застосування економіко-математичної моделі оптимізації використання чистого прибутку підприємств на прикладі ТзОВ «Агропартнер-1» дало змогу отримати такі результати: у перші три роки (2022-2025pp.) необхідно реінвестувати 71% суми чистого прибутку, решту розподілити на споживчі цілі.

Для наступного трьохрічного етапу сума реінвестованого прибутку повинна складати 62,8%, і на третьому етапі згідно з розрахунками сума тезаврованого прибутку має становити 17%. Якщо б наприклад, за нашими розрахунками величина норми реінвестування прибутку склала 1,35, тобто більше одиниці, це б означало, що підприємство повинно додатково взяти кредит на суму 35% від чистого прибутку підприємства.

За даними розрахунків спостерігається певна закономірність щодо розміру норми реінвестування прибутку: у перші два періоди вона найбільша (0,71; 0,628), що є відображенням принципу доцільності зосередження капіталовкладень на початковій стадії реалізації проекту. Проте, за реальних обставин постійно досягати оптимальних значень норми реінвестування прибутку неможливо, оскільки формула не в змозі охопити багатофакторні зміни у господарській діяльності. Тим не менше, невеликі за розміром відхилення від розрахункової норми реінвестування прибутку в загальному не впливають на величину цільової функції.

Таким чином, розглянута нами економіко-математична модель в своїй основі містить ключовий параметр, який визначає динаміку відтворення чистого прибутку – його очікувану капіталовіддачу. Використання зазначеної моделі оптимізує співвідношення між часткою чистого прибутку, що спрямовується на структурно-технологічне оновлення, збільшення потужностей підприємства та тією частиною, яка йде на поповнення доходів власників, інтереси яких є визначальними при формуванні фінансової стратегії підприємства.

### **3.2. Зарубіжний досвід оцінювання рентабельності та можливості його використання у вітчизняній практиці**

В організації роботи будь-якого підприємства чи організації доводиться порівнювати витрати і результати роботи, застосовувати ті чи інші показники. Тим більше цьому потрібно приділяти найбільше уваги, коли мова йде про

успішну господарську діяльність, про просування на ринку, про досягнення успіхів над своїми конкурентами.

Тому будь-яке підприємство чи фірма користується системою показників господарської діяльності. Безсумнівним же є інше – всі показники господарської діяльності тісно взаємопов'язані одне з одним. При всій різновидності показників господарської діяльності, які використовуються сьогодні в торгово-посередницькому бізнесі, їх можна поділити на дві основні групи:

- 1) оціночні показники (прибуток, та ін.);
- 2) показники утримування підприємства (витрати на оплату праці, амортизацію, матеріально-енергетичні ресурси і ін.).

Головним показником оцінювання господарської діяльності підприємства в умовах ринкових відносин залишається, все ж таки, прибуток. Проблема лише в тому, як визначити розмір прибутку на вкладений капітал. Рівень рентабельності підприємства може значно змінюватися в залежності від прийнятої методики вимірювання прибутку. Розмір прибутку конкретного підприємства підлягає впливу багатьох, не лише внутрішніх, але й зовнішніх факторів: темпів інфляції, особливостей податкової політики і інших факторів. Методика визначення розміру прибутку змінюється від галузі, вона відрізняється на рівні корпорацій та її підрозділів. Слід також відмітити, що, не дивлячись на свою сутність, не всі показники прибутковості конкретного підприємства цікавлять в першу чергу кредиторів або тих, хто здає в оренду землю, споруди, обладнання, наприклад, куди більше цікавить рух ліквідності, ніж рівень її рентабельності. Акціонерів цікавить не лише розмір дивідендів, але й курс акцій, який залежить від темпів зростання об'єму продажів компанії.

В цілому, серед оціночних показників господарської діяльності виділяється дев'ять найбільш важливих показників [54]:

- 1) обіг (об'єм продажів) компанії;
- 2) валовий прибуток;
- 3) умовно чистий прибуток;

- 4) умовно чиста продукція;
- 5) прибуток після сплати відсотків за кредити;
- 6) прибуток після сплати податків;
- 7) прибуток після виплати всіх допоміжних платежів;
- 8) ліквідність після здійснення нових капіталовкладень в розвиток виробництва;
- 9) ліквідність після виплати дивідендів.

Всі ці показники однаково необхідні у внутрішньому управлінні як для ефективного контролю за фінансовим становищем фірми і для прийняття рішень. На основі цих показників керівництво підприємства отримує інформацію, яка слугує основою для прийняття тих рішень, які можуть змінити положення підприємства в кращий бік. Деякі з перелічених показників мають велике значення також і в розробці системи стимулювання праці на підприємстві.

Першим із оціночних показників господарської діяльності визначається розмір обороту підприємства чи компанії, який показує загальний об'єм продажу, тобто вартість товарів, реалізованих споживачам. При вимірюванні обороту підприємства важливим є період, за який він підраховується (тиждень, місяць, квартал, рік), оскільки на цей показник значно впливають інфляційні процеси. Тому для його визначення доцільно буде використовувати незмінні ціни, але для потреб оперативного бухгалтерського обліку і поточного планування оборот може визначатися і в поточних цінах, хоча за великих коливань цін виникає складність при співставленні результатів.

Труднощі у визначенні обороту можуть виникати на крупних підприємствах, особливо конгломератах, а також у відокремлення крупних фірм, коли виникає проблема визначення внутріфірмового обороту – обороту між підрозділами на основі трансфертних засобів. Але цей показник застосовується не досить часто.

Відношення величини продажів до суми активів ( $S/TA$ ) і відношення об'єму продажів до основного капіталу характеризують ефективність

використання всіх засобів, які знаходяться в розпорядженні підприємства в першому випадку, і засобів, вкладених в основний капітал, - в другому. Ріст цих показників означає зростання ефективності операцій або виражає інфляційне зростання цін, що може співпадати зі зниженням рентабельності основного капіталу і активів підприємства в цілому.

Показником, який доповнює два попередніх є відношення об'єму продажів до оборотних активів підприємства ( $S/NCA$ ). Інколи цей показник називають коефіцієнтом оборотності оборотних активів, який показує, скільки оборотів зробив оборотний капітал на протязі певного періоду часу. Чим більша кількість оборотів, тим активніша комерційна діяльність підприємства, тим менше засобів потрібно їй для ведення поточних операцій [54].

Відношення об'єму продажів до матеріально-виробничих запасів ( $S/ST$ ) називається коефіцієнтом оборотності матеріально-виробничих запасів і виражає число оборотів останніх на протязі відповідного звітного періоду. Зниження цього показника може засвідчувати про затовареність товарами і послідовно, про те, що фірма починає відчувати труднощі зі збутом. Це може також засвідчувати про збільшення запасів сировини і матеріалів у зв'язку очікуванням зростання цін на нього. Для з'ясування фактичних причин зменшення числа оборотності матеріально-виробничих запасів аналізується їх структура.

Відношення суми продажів до короткострокової дебіторської заборгованості ( $S/SR$ ) дає можливість визначити середній строк комерційного кредиту, який підприємство надає своїм клієнтам. Якщо вирахувати від розміру обороту компанії вартість покупних сировини, матеріалів, напівфабрикатів і інші змінні витрати, то отримаємо інший показник господарської діяльності – валовий прибуток. Даний показник, до речі, легко розраховується і для відокремлення крупної корпорації. Цей показник є одним із найбільш розповсюджених оціночних показників. За даними наявних досліджень, більше  $\frac{1}{2}$  британських і американських фірм сьогодні використовують валовий прибуток в якості головного оціночного показника господарської діяльності.

Показник валового прибутку доцільно використовувати в тих галузях і сферах бізнесу, де відносно невелика частка постійних витрат.

На основі показника валового прибутку зарубіжними спеціалістами розраховується різні коефіцієнти рентабельності [38]:

а) коефіцієнт валового прибутку (PS%) розраховується як відношення валового прибутку до суми продажів і рахується найбільш прийнятним показником рентабельності підприємства. Зростання цього показника може означати або зростання цін на продукцію при незмінній собівартості, або зниження витрат виробництва при збереженні цін. Зменшення коефіцієнту може бути викликано або зниженням цін без відповідного зменшення витрат, або підвищенням собівартості продукції при попередніх цінах. В багатьох галузях склалися сталі відносини валового прибутку до об'єму продажів.

б) відношення чистого прибутку до об'ємів продажів показує, скільки отримало підприємство з кожної грошової одиниці проданої продукції. Подібно попередньому коефіцієнту, відношення чистого прибутку до об'єму продажів має стійке значення для різних галузей економіки.

в) відношення чистого прибутку до суми активів (P/ТА). Низький рівень цього коефіцієнта або його тенденція до зниження має засвідчувати або про надмірні вкладення в активи, або про недостатній рівень продажів, або про спад ділової активності підприємства.

Якщо із валового прибутку вирахувати накладні витрати і суму амортизаційних відрахувань, то отримаємо умовно чистий прибуток підприємства, або, як його ще називають прибуток до виплати процентів за кредит і податків. Даний показник господарської діяльності підходить в якості оціночного практично в усіх сфер бізнесу. Проте застосовуючи в малому бізнесі умовно чистий прибуток часто змішують з підприємницьким доходом власників підприємств. Саме умовно чистий прибуток є основою для визначення преміального фонду для робітників і службовців в усіх країнах світу.

Додавши до величини умовно чистого прибутку витрати на заробітну плату робітників і службовців, отримаємо показник умовно чистої продукції (УЧП), розмір якої можна також визначити як різницю між вартістю реалізованих товарів (оборотом) і вартістю витрачених на їх придбання чи виробництво ресурсів. При розрахунку умовно чистої продукції застосовуються поточні ціни. Зростання умовно чистої продукції є показником успішної торгово-посередницької діяльності, що залежить від темпів і масштабів інфляції.

Варто зауважити, що застосування на практиці умовно чистої продукції багато в чому подібне до застосування валового прибутку, але найбільш прийнятною сферою його використання є впроваджувальний і консультативний бізнес. Умовно чиста продукція може слугувати також ефективним інструментом управлінського контролю в галузях і компаніях із стабільною структурою витрат. Але даний показник мало підходить для оцінки кінцевих результатів конгломератів і компаній з достатньо диверсифікованим виробництвом, однак повністю підходить для відокремлення крупних фірм. Показник умовно чистої продукції отримав широке розповсюдження в якості основи для визначення фонду оплати праці, особливо в тих галузях економіки, де чисельність робочої сили, трудові витрати і витрати на заробітну плату важко нормувати і контролювати. Умовно чиста продукція знайшла застосування в різних системах участі робітників і службовців в поділі прибутку підприємства, отриманого в результаті підвищення ефективності господарської діяльності. Але варто зазначити, що при визначенні величини умовно чистої продукції головною проблемою, крім вимірювання розміру запасів нереалізованих товарів, є розрахунок суми амортизаційних відрахувань.

Якщо з умовно чистої продукції вирахувати витрати на заробітну плату і відсотки за кредит, то отримаємо прибуток до оподаткування, який не зовсім не підходить в якості оціночного для нових підприємств, як правило, тих, які ще не вийшли на проектну потужність, а також для тих, на яких здійснюються крупні капіталовкладення із великим строком окупності. Не застосовується він

і в галузях, і на підприємствах з низьким фондо- і енергозабезпеченням праці – наприклад в галузях побутового обслуговування. Сфера застосування решти оціночних показників господарської діяльності обмежена, як правило, виключно потребами бухгалтерського обліку.

Важлива роль в системі господарської діяльності підприємства зарубіжних країн приділяється відносним показникам. Ці показники є різного виду коефіцієнти, що характеризують ефективність використання виробничих, матеріальних, фінансових ресурсів, - також мають велике значення в сучасному бізнесі. Основне їх призначення – слугувати базою для різного роду співвідношень: міжгалузевих. Основним показником такого роду є індекс віддачі (отриманого прибутку) на вкладений капітал, який визначається практично в усіх галузях економіки, за виключенням малого бізнесу. Існує два основних методи розрахунку даного показника: 1) на базі акціонерного капіталу підприємства; 2) на економічній основі. У першому випадку в знаменнику дробу виражається сума акціонерного капіталу, фінансові резерви і нерозподілений прибуток підприємства, а в чисельнику – величина отриманого прибутку до оподаткування. В другому випадку знаменник дробу включає в себе крім акціонерного капіталу суму довгострокових кредитів підприємства, а нерідко й суму короткострокової заборгованості та овердрафту. Чисельник містить також величину умовно чистого прибутку [38].

Серед інших показників господарської діяльності, що використовуються в діяльності підприємств розвинутих країн, можна виділити дві основні групи: 1) показники ефективності господарської діяльності; 2) показники структури витрат підприємства. До першої групи відносяться такі показники, як частка валового або умовно чистого прибутку в обігу (об'єм продажів) підприємства; частка умовно чистої продукції в обороті підприємства; відношення величини умовно чистої продукції до витрат на заробітну плату. До другої групи відносяться: частка авансованого капіталу і умовно чистої продукції в обороті фірми; частка основного капіталу в об'ємі продажів; частка запасів в загальній вартості використовуваних матеріалів і напівфабрикатів.

## ВИСНОВКИ

Проведене дослідження управління рентабельністю підприємства дало можливість сформулювати низку узагальнень та висновків теоретичного та практичного характеру.

В сучасних умовах велике значення надається комплексній оцінці роботи суб'єктів господарювання, яка характеризує їхню діяльність шляхом вивчення сукупності показників, що відображають усі аспекти господарських процесів, на підставі яких можна зробити висновки про результати їх роботи. Важливим показником при поточному плануванні виробництва, а також при визначенні фінансового стану підприємства є показники рентабельності.

Розглянуто теоретичну сутність рентабельності підприємства. Рентабельність безпосередньо пов'язана з отриманням прибутку, однак її не можна ототожнювати з абсолютною сумою отриманого прибутку. Рентабельність – це відносний показник, тобто рівень прибутковості, що вимірюється у відсотках. Сутність рентабельності, як економічної категорії, знаходить своє відображення у виконуваних нею функціях, які виділені в роботі. В загальному поняття рентабельності розкривається через співвідношення прибутку з авансованою вартістю або поточними витратами.

Рентабельність підприємства оцінюється на основі розрахунку показників, які можна об'єднати в такі групи: 1) показники рентабельності продукції (товарів, послуг); 2) показники рентабельності капіталу (активів); 3) показники рентабельності, розраховані на основі потоків наявних коштів. Для розрахунку показників рентабельності підприємства найчастіше використовує чистий прибуток.

Рентабельність підприємства повною мірою піддається управлінським діям, оснований на певних принципах і наукових підходах. Встановлено, що управління рентабельністю підприємства – це складова частина тактики управління фінансовою рівновагою підприємства; це процес розробки та прийняття управлінських рішень щодо формування рівня рентабельності,

відповідного обсягам діяльності та ресурсному потенціалу підприємства, який забезпечує оптимальні пропорції між розміром отриманого прибутку та досягнутими економічними результатами функціонування підприємства.

Розглянута сутність управління рентабельністю надала змогу сформулювати головну мету такого управління, яка полягає в забезпеченні оптимального рівня рентабельності підприємства з урахуванням інтересів його власників, персоналу та держави в цілому. Об'єктом управління рентабельністю підприємства виступають процеси формування та підвищення рентабельності в розрізі її складових. Ефективне управління рентабельністю підприємства має ґрунтуватися на таких принципах: системності, динамічності, комплексності, співставності, пропорційності, оптимальності та альтернативності.

В процесі дослідження операційного прибутку ТзОВ «Агропартнер-1» основними факторами його формування були визначені: ціни на товари, обсяги продажу товарної продукції, рівень витрат. Джерелом формування прибутку від основної операційної діяльності є виручка від реалізації продукції. Розмір виручки від реалізації продукції залежить від кількості і асортименту реалізованих товарів, а також від рівня цін.

В роботі підкреслено, що одним з найголовніших етапів управління для вироблення ефективних управлінських рішень є аналіз рентабельності підприємства в розрізі усіх можливих показників і оцінка впливу факторів на зміну рентабельності підприємства. Здійснено аналіз рентабельності ТзОВ «Агропартнер-1» за такими показниками: рентабельність чистого доходу, основної діяльності, власного капіталу, активів, витрат, а також обчислено узагальнюючий інтегральний показник рентабельності. На основі проведеного аналізу формування операційного прибутку з'ясовано, що чисті доходи підприємства збільшились на 55,7% і собівартість реалізованої продукції майже вдвічі. Позитивним фактом є збільшення інших операційних доходів та інших фінансових доходів товариства, а негативним – те, що зросли інші операційні та інші витрати. Обсяги чистого прибутку товариства зменшились майже на

50% у 2018р. і 2019р. та зросли вдвічі у 2020р. порівняно з 2019р., що позитивно вплинуло й на показники рентабельності. Основні показники рентабельності ТзОВ «Агропартнер-1» у 2020р. значно нижчі, порівняно з 2016р.: так, наприклад, рентабельність доходу знизилась на 21,1% і становила на кінець року 12,4%, рентабельність основної діяльності зменшилась на 36% становила 13,4%, рентабельність активів зменшилась майже втричі. За допомогою трендового аналізу виконаний прогноз рівня рентабельності доходу та загальної рентабельності:

Здійснена оцінка управління рентабельністю досліджуваного підприємства виявила необхідність розробки механізму управління рентабельністю, що дасть змогу виявити велику кількість тенденцій розвитку, вказати керівництву підприємства шляхи подальшого успішного функціонування, вказати на помилки в господарській діяльності, а також виявити резерви зростання прибутку, що в кінцевому підсумку дає змогу підприємству більш успішно здійснювати свою діяльність. Доцільною також є розробка стратегії управління рентабельністю підприємства з визначення цілей, стратегічних напрямів та перспектив його розвитку.

При обґрунтуванні резервів підвищення рентабельності керівництву ТзОВ «Агропартнер-1» першочергову увагу слід звернути на поглиблене дослідження таких факторів, як собівартість продукції та їх ціна реалізації. Резерви нарощення прибутку та рентабельності подано в розрізі: організаційних, техніко-технологічних заходів і економічних важелів та стимулів. Рекомендовано в роботі пошук резервів збільшення рентабельності підприємств в сучасних умовах господарювання проводити комплексним методом із врахуванням усіх можливих факторів впливу.

Задля підтримки рівня рентабельності підприємству потрібно знижувати витрати пропорційно зниженню ціни або ж збільшувати обсяг виробництва іншої продукції, попит на яку ще не вичерпаний. Тому підприємство повинно братися до освоєння нового виду продукції на етапі зростання прибутку для того, щоб до моменту зниження рентабельності старої продукції випуск нової продукції

досяг точки беззбитковості. Така стратегія дозволить постійно зберігати досягнутий рівень рентабельності і навіть, при не сприятливій кон'юнктурі, підвищити його. Крім того, запропоновано підвищення рівня рентабельності проводити поетапно, враховуючи особливості господарської діяльності підприємства на кожному з цих етапів.

В процесі написання роботи були напрацьовані деякі рекомендації ТЗОВ «Агропартнер-1» для досягнення більш високих фінансових результатів діяльності:

- при веденні господарської діяльності необхідно виходити з того, що основними джерелами збільшення суми прибутку є нарощення обсягів реалізації товарної продукції, зниження її собівартості, підвищення якості товарної продукції, реалізація її на більш вигідних ринках збуту;
- на підприємстві, перш за все, необхідно дотримання високої виконавчої дисципліни, строге дотримання укладених договорів на виконання робіт;
- керівництву підприємства слід приділяти максимум уваги щодо проведення масштабної й ефективної політики в області підготовки персоналу, що являє собою особливу форму вкладення капіталу;
- необхідно більше уваги приділяти підвищенню швидкості руху оборотних коштів, скороченню усіх видів запасів, домагатися максимально швидкого просування готових виробів від виробника до споживача;
- слід поліпшувати якість товарної продукції, що приведе до підвищення конкурентоздатності і зацікавленості вибору даного підприємства замовниками;
- слід обґрунтовано підходи до визначення рівня торгівельної націнки на товарну продукцію з максимальним врахуванням інтересі підприємства та існуючої відпускної ціни виробника продукції.

Виконання цих пропозицій значно підвищить розмір одержуваного прибутку та рівень рентабельності підприємства.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонюк Р.Р. Прибутковість сільськогосподарських підприємств: природа категорії. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства* 2012. №126. С. 50–55.
2. Антонюк О.О. Оцінка рівня прибутковості як важлива складова діагностики кризових явищ підприємства. *Вісник «ХНУ». Економічні науки*. 2019. №5. Т.2. С. 20–24.
3. Бержанір І. А., Гвоздєй Н.І., Улянич Ю.В. Рентабельність як основний показник оцінки діяльності підприємства. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2015. №1(2). С. 58-62.
4. Біліченко О.С. Методи підвищення прибутковості та рентабельності підприємств. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2017. Вип. 7. Том 1. С. 52-58.
5. Бланк И. А. Управление прибылью. 2-е изд. К. : Гика-Уентр, Эльга, 2002. 752 с.
6. Бланк І. О. Управління фінансами підприємств: підручник; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. 2-ге вид., перероб. і допов. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 791 с.
7. Богацька Н.М., Боб Ю.В. Рентабельність підприємства та шляхи її підвищення. URL. [http://www.rusnauka.com/1\\_KAND\\_2010/Economics/10\\_57472.doc.htm](http://www.rusnauka.com/1_KAND_2010/Economics/10_57472.doc.htm)
8. Большой экономический словарь: 25000 терминов / Под ред. А.Н. Азрилияна. 7-е изд., доп. М. : 2010. 1472 с.
9. Вахович І.М., Волинчук Ю.В. До питання управління фінансово-економічними результатами підприємства. *Економічний форум*. 2015. №3. С.125-130.
10. Воронкова Т.Є., Безпалько Н.Ю. Шляхи підвищення прибутковості підприємства в умовах нестабільного середовища. *Інвестиції: практика та досвід*. Київ. 2016. №19. С. 42-44.

11. Гавалешко С.В. Рентабельність підприємства та шляхи її підвищення. *Економікс*. 2012. №10. С. 141-152.
12. Гаватюк Л.С., Перегіняк Н. М. Шляхи підвищення рівня прибутковості вітчизняних підприємств у сучасних умовах господарювання. *Економіка та суспільство*. 2017. №9. С. 363-367.
13. Гайбура Ю.А. Управління прибутковістю підприємства та шляхи її підвищення. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. Випуск 14. Частина 2. 2015. С. 127-130.
14. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 №436-IV. URL // [zakon1.rada.gov.ua/laws/436-15](http://zakon1.rada.gov.ua/laws/436-15).
15. Гринчук І.А. Рентабельність як інструмент управління підприємством. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Теоретичні та практичні засади розвитку економіки, обліку, фінансів, менеджменту та права». Запорізький національний університет. Запоріжжя: ЗНУ, 2021. С.37-39.
16. Гринчук І.А. Рентабельність підприємства: сутність і необхідність оцінки. *Multidisciplinary academic explorations. Abstracts of I International Scientific and Practical Conference*. Amsterdam, Netherlands 2022. P. 41-43.
17. Гуменюк В. С. Теоретичні основи управління прибутком підприємств. *Економіка та управління підприємствами*. 2018. №20. С.51-55.
18. Гуменюк В.С., Єпіфанова І.Ю. Фактори зростання прибутку підприємства. *Молодий вчений*. 2016. №7(34). С. 46-49.
19. Донченко О.В. Дослідження проблеми підвищення рівня рентабельності підприємства. URL. [www.library.ospu.odessa.ua/online/Conference/tez\\_44/6-15.pdf](http://www.library.ospu.odessa.ua/online/Conference/tez_44/6-15.pdf).
20. Донченко Т.В. Теоретичні основи управління рентабельністю підприємства. *Економічні науки*. 2015. №5. С. 63–76.
21. Дробишева О. О., Бучакчійська Ю. М. Управління прибутком підприємства в умовах кризи. *Вісник Дніпропетровського науково-дослідного інституту судових експертиз Міністерства юстиції України. Економічні науки*. 2019. Вип. 1. С. 21-26.

22. Духновська Л. М., Павлов В. С. Прибутковість підприємства: сутність та ефективність управління. *Науковий вісник*. 2018. №17.С. 100-103.
23. Єпіфанова І.Ю., Гуменюк В.С. Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності. *Економіка та суспільство*. 2016. №3. С. 189-192.
24. Звіт про управління. URL <http://agropartner1.com/wp-content/uploads/2021/06/2020-3У.pdf>
25. Зятюк Н.В. Теоретико-методологічні аспекти стратегії забезпечення прибутковості підприємства. *Культура народів Причорномор'я*. 2019. №154. С. 27-31.
26. Іванченко Д.Ф. Організаційно-економічний механізм управління операційним прибутком: дис. к. е. н. Одеса. 2016. 225 с.
27. Каркавчук В. Моделювання рівня рентабельності підприємства. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2008. Вип. 18. С. 103-106.
28. Карлов Б. Деловая стратегия.. М. : Экономика. 1991. 126 с.
29. Коваль О.А. Рентабельність як показник економічної ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств. *Економіка. Управління. Інновації*. 2014. №1. С. 225-227.
30. Ковалев В. В. Финансовый менеджмент: теория и практика – 2-е изд., перераб. и доп.: Проспект, 2010. 1024
31. Колеватова А. В. Напрями удосконалення процесу формування та управління прибутком на підприємствах. *Young Scientist*. 2018. №5. С. 717-720.
32. Костирко Л. А. Вартісно-орієнтоване управління фінансами підприємств: навч. посіб.; Східноукр. нац. ун-т ім. Володимира Даля. Сєверодонецьк : СНУ ім. В. Даля, 2019. 466 с.
33. Лазебник Л. Л., Стефанюк В. М. Забезпечення прибутковості підприємства в умовах посилення конкуренції на прикладі компанії «Кернел». *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2020. №2. С. 182-192.
34. Лебедева А. М. Методичні аспекти аналізу рентабельності діяльності

підприємства. *Вісник ОНУ ім. І.І. Мечникова*. 2012. №4. С. 29–36.

35. Маркова А.А. Основные факторы, формирующие рентабельность предприятия в условиях становления инновационной экономики региона. *Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики*. 2013. №5. С.134-138.

36. Назаров М. Г. Финансово-экономический словарь. М.: Финстатинформ, 1995. 490 с.

37. Ніпіаліді О. Практика управління прибутком підприємств в умовах проциклічності економіки. *Міжнародний науковий журнал*. 2016. Вип. 3. С. 19-30.

38. Орликовський М. О., Гришковець В. В., Зелінський Р. С., Мордюк В. В. Управління прибутком підприємства як умова його ефективного функціонування. *Агросвіт*. 2020. №1. С. 96-102.

39. Партола А. С. Шляхи підвищення прибутковості підприємства. *Розвиток європейського простору очима молоді: економічні, соціальні та правові аспекти*. 2017. С. 679 – 684. URL: <http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/16483>.

40. Петрига О.М. Рентабельність виробничого підприємства та шляхи її підвищення. URL. [www.rusnauka.com/21\\_NIEK\\_2007/Economics/24663.doc.html](http://www.rusnauka.com/21_NIEK_2007/Economics/24663.doc.html)

41. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. №2755- VI // Офіційний вісник України. 2010. №92. Том 1.

42. Поддєрьогін А. М., Джуфер Д. Б. Управління прибутком підприємства. Збірник наукових праць Університету державної фіскальної служби України. 2019. №2. С. 211-223.

43. Про компанію ТзОВ «Агропартнер-1». URL. <http://agropartner1.com/about/>

44. Сагайдак-Нікітюк Р.В., Гончаров А.Б. Управління господарською діяльністю підприємства: навч. посіб. Х. : Зебра, 2015. 256 с.

45. Тешева Л. В., Титаренко В. В. Основні засади формування механізму управління рентабельністю підприємства. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Випуск 7. С. 31-35.

46. Трусова Н. В., Терещенко М. А. Фінансовий аналіз підприємства: методика

та практика: навч. посіб. Тавр. держ. агротехнол. ун-т. 2-ге вид. Мелітополь: Мелітоп. міськ. друк., 2019. 272 с.

47. Фещенко О.П. Рентабельність суб'єктів господарювання, як складова оцінки фінансового стану. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2013. №9. С.71-75.

48. Чернецька Ю.А. К проблеме управления рентабельностью собственного капитала предприятия на основе целевых показателей. *Бизнес Информ*. 2015. №1. С.149-154.

49. Фінансові звіти ТЗОВ «Агропартнер-1». URL. <http://agropartner1.com/report/>

50. Фінанси підприємств: підручник / Н.О. Власова, В.А. Міщенко, Т. В.П'ятак, Т. І. Кочетова, А.В. Котлярова. Харків: Світ книг, 2018. 437 с.

51. Фінансовий звіт та висновок незалежного аудитора. URL: <http://agropartner1.com/wp-content/uploads/2021/06/2020-ФЗ.pdf>

52. Черниш С.С. Організаційно-методичні аспекти аналізу рентабельності. *Інноваційна економіка*. 2013. №6. С. 305-309.

53. Ширягіна О.Є. Удосконалення методики прогнозування прибутку підприємств. *Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць*. 2004. Вип. №6(37). С. 12–16.

54. Шляга О.В., Шипуля Л.І. Прибуток та рентабельність як показники ефективності виробництва. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2014. №8. С. 75-81.

55. Шульман Е.И., Медова Е. И. Прибыль и рентабельность в торговле. М. : Экономика, 1975. 366с.

56. Янковой А.Г. Математико-статистические методы и модели в управлении предприятием: учебное пособие. Одесса: ОНЭУ, Ротапринт, 2014. 250 с.

**Виконала** студентка магістратури  
спеціальності 072 Фінанси,  
банківська справа та страхування  
денної форми навчання  
«01» лютого 2022 р.

---

Підпис

**Ірина ГРИНЧУК**

---

Ім'я, прізвище

**Науковий керівник**  
к.е.н., доцент  
«02» лютого 2022 р.

---

Підпис

**Наталія ТКАЧУК**

---

Ім'я, прізвище

**Робота допущена до захисту:**  
завідувач кафедри  
к.е.н., доцент  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022 р.

---

Підпис

**Наталія ЗАХАРКЕВИЧ**

---

Ім'я, прізвище