

КРИВОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет економіки та управління бізнесом
Кафедра економіки, організації та управління підприємствами

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної роботи
другого (магістерського) рівня вищої освіти

на тему «Удосконалення механізму підвищення прибутковості торговельного підприємства в умовах ринкової конкуренції»

Виконав: здобувач 2 курсу, групи ПТ-24м
спеціальності 076 Підприємництво та
торгівля

Батеха Дмитро Ігорович
(прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник Шахно Альона Юріївна
(прізвище, ім'я, по батькові)

Рецензент Короленко Ольга Борисівна
(прізвище, ім'я, по батькові)

м. Кривий Ріг – 2025 р.

КРИВОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки та управління бізнесом
Кафедра економіки, організації та управління підприємствами
Ступінь вищої освіти магістр
Спеціальність 076 Підприємництво та торгівля

ЗАТВЕРДЖУЮ:

зав. кафедри ЕОУП,
д-р. екон. наук, проф. Альона ШАХНО

« ____ » _____ 2025 р.

ЗАВДАННЯ на кваліфікаційну роботу здобувачеві

Батесі Дмитру Ігоровичу

1. Тема роботи «Удосконалення механізму підвищення прибутковості торговельного підприємства в умовах ринкової конкуренції»
Керівник теми Шахно Альона Юріївна, д. е. н., професор
затверджені наказом по університету від “ 04 ” серпня 2025 р. № 567 с
2. Строк подання здобувачем роботи: 07.12.2025 р.
3. Вихідні дані до роботи: статистична фінансова звітність підприємства ТОВ «АТБ-маркет» за 2019-2023 рр. (баланс, звіт про фінансові результати), поточна внутрішня звітність підприємства, періодична та спеціальна література з підприємництва та торгівлі, методичні вказівки для написання та захисту кваліфікаційної роботи кафедри економіки, організації та управління підприємствами.
4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): визначити теоретико-методологічні основи підвищення прибутковості торговельного підприємства, проаналізувати основні техніко-економічні показників діяльності ТОВ «АТБ-маркет» та здійснити оцінювання стану прибутковості підприємства, обґрунтувати пропозиції щодо удосконалення механізму підвищення прибутковості торговельного підприємства та надати оцінку їх економічної ефективності.
5. Перелік графічного матеріалу: механізм підвищення прибутковості торговельного підприємства в умовах ринкової конкуренції; порівняльна характеристика діяльності торговельних підприємств; аналіз техніко-економічних показників господарської діяльності ТОВ «АТБ-маркет»; динаміка показників прибутковості ТОВ «АТБ-маркет»; пропозиції щодо удосконалення механізму прибутковості торговельного підприємства.

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи:

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 1	проф. Шахно А.Ю.	24.06.2025	29.09.2025
Розділ 2	проф. Шахно А.Ю.	30.09.2025	27.10.2025
Розділ 3	проф. Шахно А.Ю.	28.10.2025	20.11.2025
Нормоконтроль	доц. Поліщук І.Г.		10.12.2025

7. Дата видачі завдання « 24 » червня 2025 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання	Примітки
1	Співбесіда зі здобувачем, визначення теми роботи, видача завдання	24.06.2025	виконано
2	Збір матеріалів до кваліфікаційної роботи	11.08 – 01.09	виконано
3	Групування та аналіз зібраного матеріалу, уточнення завдань кваліфікаційної роботи	02.09 – 06.09	виконано
4	Підготовка I розділу та подання його керівникові	08.09 – 29.09	виконано
5	Підготовка II розділу та подання його керівникові	30.09 – 27.10	виконано
6	Підготовка III розділу та подання його керівникові	28.10 – 20.11	виконано
7	Підготовка вступної частини та висновку	20.11 – 30.11	виконано
8	Перевірка роботи керівником та доопрацювання кваліфікаційної роботи	01.12 – 06.12	виконано
9	Перевірка кваліфікаційної роботи на наявність/відсутність академічного плагіату	26.11 – 05.12.25	виконано
10	Отримання відгуку керівника та рецензії	07.12. – 13.12	виконано
11	Публічний захист кваліфікаційної роботи	15.12.2025	

Здобувач

Дмитро БАТЕХА

Науковий керівник

Альона ШАХНО

РЕФЕРАТ

на кваліфікаційну роботу другого (магістерського) рівня вищої освіти здобувача спеціальності 076 Підприємництво та торгівля

Батеми Д.І. «Удосконалення механізму підвищення прибутковості торговельного підприємства в умовах ринкової конкуренції». КНУ, 2025 р.

Кваліфікаційна робота виконана на 123 сторінках, містить 28 таблиць, 19 рисунків. При підготовці роботи використано 66 літературних джерел.

Мета кваліфікаційної (магістерської) роботи: обґрунтування теоретичних засад та розроблення практичних рекомендацій щодо удосконалення механізму підвищення прибутковості торговельного підприємства в умовах ринкової конкуренції, спрямованих на забезпечення його фінансової стійкості та зміцнення конкурентних позицій.

Завдання дослідження: визначити сутність прибутковості торговельного підприємства, обґрунтувати методологічні засади оцінювання показників прибутку та рентабельності підприємства; здійснити порівняльну характеристику показників господарської діяльності та рівня прибутковості торговельних підприємств; здійснити техніко-економічний аналіз господарської діяльності ТОВ «АТБ-маркет» та його фінансових показників; визначити вплив показників прибутковості на ефективність діяльності підприємства; здійснити факторний аналіз прибутковості підприємства; спрогнозувати основні показники діяльності підприємства; обґрунтувати основні напрями зростання прибутковості підприємства та запропонувати заходи щодо удосконалення механізму підвищення прибутковості підприємства з урахуванням умов ринкової конкуренції; спрогнозувати можливу зміну основних показників прибутковості.

Об'єкт дослідження: фінансово-економічна діяльність ТОВ «АТБ-маркет» та основні напрями підвищення його прибутковості.

Предмет дослідження: комплекс теоретичних, методологічних і практичних аспектів, пов'язаних із удосконаленням механізму підвищення прибутковості торговельного підприємства в умовах ринкової конкуренції. Одержаний економічний ефект (ефективність): в роботі запропоновані заходи, які спрямовані на зростання прибутковості торговельного підприємства, а саме: оптимізація асортиментної політики; удосконалення цінової політики; скорочення операційних витрат; удосконалення логістичного забезпечення; підвищення ефективності маркетингової діяльності; оптимізація організаційної структури та управління персоналом. Економічний ефект від реалізації заходів становить 13092964,0 тис. грн.

Ключові слова: торговельне підприємство, прибуток, рентабельність, ефективність, конкуренція, ринок, аналіз, торгівля.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	9
1.1.Теоретична сутність та економічне значення прибутковості торговельного підприємства.....	9
1.2. Методологічні засади оцінювання показників прибутку та рентабельності підприємства.....	26
1.3. Порівняльна характеристика основних фінансово-економічних показників ТОВ «АТБ-маркет» в порівнянні з підприємствами- конкурентами.....	40
Висновок до розділу 1.....	48
РОЗДІЛ 2. ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» ТА ОЦІНЮВАННЯ СТАНУ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	49
2.1.Організаційно-економічна характеристика ТОВ «АТБ-маркет» та аналізування його діяльності.....	49
2.2. Оцінювання основних показників прибутковості та їх вплив на конкурентоспроможність суб'єкту господарювання	74
2.3. Аналіз ефективності управління прибутком та виявлення резервів його підвищення для суб'єкту господарювання	83
Висновок до розділу 2.....	88
РОЗДІЛ 3. ВПРОВАДЖЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ ЗАХОДІВ, СПРЯМОВАНИХ НА УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» В УМОВАХ РИНКОВОЇ КОНКУРЕНЦІЇ.....	90
3.1. Прогнозування прибутковості суб'єкту господарювання.....	90
3.2. Обґрунтування пропозицій щодо удосконалення механізму підвищення прибутковості торговельного підприємства та оцінка їх економічної ефективності.....	97
3.3.Визначення проєктних техніко-економічних показників ТОВ «АТБ- маркет» з урахуванням запропонованих заходів.....	106
Висновок до розділу 3.....	110
ВИСНОВКИ.....	111
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	117
ДОДАТКИ.....	124

ВСТУП

У сучасних умовах динамічного розвитку ринкової економіки прибутковість торговельного підприємства виступає ключовим індикатором ефективності його функціонування та стійкості на конкурентному ринку. Посилення конкуренції, зміна споживчих вподобань, швидкий розвиток цифрових технологій та зростання витрат на ведення бізнесу вимагають від підприємств постійного пошуку нових підходів до підвищення результативності господарської діяльності. Саме прибуток забезпечує можливість стратегічного розвитку, модернізації матеріально-технічної бази, упровадження інновацій та формування конкурентних переваг.

В умовах насиченості ринку торговельними бізнес-структурами особливого значення набуває здатність підприємства не лише забезпечувати стабільний фінансовий результат, а й підвищувати рівень прибутковості завдяки оптимізації внутрішніх процесів, ефективному управлінню асортиментом, витратами, логістикою та якістю обслуговування споживачів. Нестабільність макроекономічного середовища, коливання купівельної спроможності населення та загострення конкурентної боротьби додатково посилюють необхідність удосконалення механізмів забезпечення прибутковості. За сучасних умов лише ті суб'єкти господарювання, які здатні оперативно адаптуватися до змін ринкової кон'юнктури, оптимізувати бізнес-процеси та підвищувати ефективність використання ресурсів, можуть гарантувати конкурентоспроможність і стабільний розвиток.

Актуальність теми зумовлена необхідністю пошуку ефективних шляхів зміцнення фінансових результатів торговельних підприємств в умовах посиленої ринкової конкуренції, цифрової трансформації та структурних змін економіки. Удосконалення механізму забезпечення прибутковості стає одним із ключових чинників їх розвитку, стійкості та формування конкурентних переваг.

Питання прибутковості підприємства висвітлені у працях багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців. Досліджували сутність даної категорії такі вчені-економісти, а саме: Р.Р. Антонюк, М.М. Бердар, Є. Ф. Брігхем, І. О. Бланк, Дж. К. Ван Хорн, В.М. Гриньова, Л.Ю. Кучер, , М.Ф. Огійчук, А.М. Поддєрьогін, Г. В. Савицька, В. П. Савчук, О.В. Хмелевський, А. Д. Шеремет, Н.Б. Ярошевич та ін. Але незважаючи на важливість цієї категорії, й досі не існує єдиного підходу до визначення сутності поняття «прибутковість».

Метою кваліфікаційної (магістерської) роботи є обґрунтування теоретичних засад та розроблення практичних рекомендацій щодо удосконалення механізму підвищення прибутковості торговельного підприємства в умовах ринкової конкуренції, спрямованих на забезпечення його фінансової стійкості та зміцнення конкурентних позицій.

Для досягнення поставленої мети в роботі передбачається виконання таких завдань:

- на основі опрацьованих літературних джерел розкрити теоретичну сутність прибутковості торговельного підприємства та визначити її значення в системі управління фінансовими результатами;
- проаналізувати сучасні підходи до формування й удосконалення механізму підвищення прибутковості у сфері торгівлі;
- визначити основні показники прибутковості підприємства та надати їх порівняльну характеристику серед підприємств-конкурентів;
- проаналізувати виробничо-господарську діяльність за основними техніко-економічними показниками ТОВ «АТБ-маркет»;
- оцінити основні показники прибутковості ТОВ «АТБ-Маркет» та їх вплив на конкурентоспроможність суб'єкту господарювання;
- проаналізувати ефективність управління прибутком та виявити резерви його підвищення для суб'єкту господарювання;
- спрогнозувати основні показники прибутковості;

- розробити напрями та запропонувати заходи щодо удосконалення механізму підвищення прибутковості підприємства з урахуванням умов ринкової конкуренції та сучасних змін у бізнес-середовищі.

- обґрунтувати економічну ефективність запропонованих заходів та оцінити можливий вплив на фінансові результати підприємства.

Об'єктом дослідження в даній кваліфікаційній (магістерській) роботі є фінансово-економічна діяльність ТОВ «АТБ-маркет» та основні напрями підвищення його прибутковості.

Предметом дослідження є комплекс теоретичних, методологічних і практичних аспектів, пов'язаних із удосконаленням механізму підвищення прибутковості торговельного підприємства в умовах ринкової конкуренції.

В кваліфікаційній (магістерській) роботі використані методи дослідження: збору та обробки інформації, теоретичного аналізу економічної та спеціальної літератури, аналізу поняттєво-термінологічної системи, техніко-економічного аналізу, синтезу, абстрагування, індукції, дедукції, пояснення, систематизації і класифікації, аналізу коефіцієнтів, порівняльного, факторного, графічного та кореляційно-регресивного аналізу.

Інформаційною базою дослідження є законодавча база України, теоретичні матеріали підручників, навчальних посібників, періодичних наукових видань, монографій, фінансова звітність ТОВ «АТБ-маркет», мережа Інтернет.

Одержані результати полягають у систематизації і розкритті теоретико-методологічних основ прибутковості підприємства та розробці комплексу організаційно-технічних заходів щодо її підвищення.

Практичне значення результатів дослідження кваліфікаційної (магістерської) роботи полягає в можливості застосування запропонованих заходів торговельними підприємствами в умовах ринкової конкуренції, що вплине на підвищення прибутковості суб'єкта господарювання та покращення його фінансово-економічного стану.

РОЗДІЛ 1

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Теоретична сутність та економічне значення прибутковості торговельного підприємства

Прибутковість є ключовою характеристикою результативності діяльності торговельного підприємства, що відображає його здатність генерувати фінансовий результат у вигляді прибутку на вкладені ресурси. На відміну від абсолютного показника прибутку, прибутковість виступає відносним виміром ефективності, що дозволяє оцінювати результативність використання капіталу, активів або окремих видів діяльності.

Особливість торговельних підприємств полягає у високій швидкості обороту товарів, значній залежності від змін ринкової кон'юнктури та коливань споживчого попиту. У таких умовах прибутковість виконує роль ключового індикатора, який сигналізує про стан та перспективи розвитку підприємства.

Економічна сутність прибутковості полягає у співвідношенні отриманого фінансового результату з витратами або ресурсами, задіяними у господарській діяльності. Вона відображає рівень ефективності управлінських рішень, конкурентоспроможність підприємства, його здатність адаптуватися до ринкових умов та забезпечувати сталий розвиток [15, с. 120].

Для торговельних підприємств, діяльність яких ґрунтується на операціях купівлі-продажу товарів, прибутковість залежить від цінової політики, обсягів реалізації, торговельної націнки, структури асортименту та ефективності управління витратами. Особливості торговельного сектору передбачають відносно швидкий оборот капіталу, що також впливає на рівень рентабельності.

Сучасні наукові підходи трактують прибутковість як інтегральний показник ефективності діяльності, що охоплює:

- результативність операційних процесів,
- оптимальність логістичних рішень,
- гнучкість цінової політики,
- ефективність управління витратами,
- раціональність використання фінансових ресурсів [6, с.125-126].

Таким чином, прибутковість у торговельній сфері виступає одним із найважливіших критеріїв оцінки конкурентної позиції підприємства на ринку. Категорія «прибутковість» має комплексний характер, тому науковці різних часів трактують її залежно від методологічних підходів, економічних шкіл та специфіки торговельної діяльності.

Так, А. Маршалл розглядав прибутковість як результат ефективного поєднання факторів виробництва, наголошуючи на її зв'язку з ринковою конкуренцією та оптимальністю витрат. У контексті торгівлі це означає: підприємство є прибутковим тоді, коли оптимально використовує ресурси та забезпечує швидку оборотність капіталу [35, с.186].

Й. Шумпетер пов'язував прибутковість із нововведеннями та підприємницькою активністю. У торгівлі прибутковість зростає за рахунок впровадження інновацій у логістиці, маркетингу, інформаційних системах, обслуговуванні покупців [10, с. 262].

І. Бланк розглядав прибутковість як ключовий критерій фінансової стратегії, що визначає розвиток суб'єкта господарювання у довгостроковій перспективі. Категорію «прибутковість» представляє як відносний показник ефективності, що відображає ступінь використання ресурсів та результативність операційної діяльності. Для торговельного підприємства прибутковість розглядається як співвідношення отриманого прибутку до обсягу товарообігу, активів чи капіталу [7, с. 234].

На думку Р. Антонюка, прибутковість – це підтверджена здатність підприємства генерувати позитивний фінансовий результат від здійснення як основної, так і всієї господарської діяльності, що полягає в перевищенні доходу над здійсненими витратами в розмірі достатньому для ефективного подальшого функціонування [53].

О. Хмелевський зазначає, що прибутковість – це стан підприємства, який вказує на його здатність здійснювати рентабельну діяльність, забезпечувати платоспроможність, генерувати прибуток, на основі чого забезпечувати стабільність зростання та майбутній інноваційно-інвестиційний розвиток.

В. Опарін трактує прибутковість як міру рентабельності використання ресурсів, яка визначає стійкість та інвестиційну привабливість підприємства.

М. Чумаченко підкреслює, що прибутковість — це комплексний інтегральний показник, що поєднує фінансові результати та ефективність управління витратами [17].

Науковці Л. Мороз, Г. Савицька, О. Мних наголошують, що прибутковість у торгівлі має специфічні риси, оскільки залежить від:

- швидкості обороту товарів,
- торговельної націнки,
- ефективності логістики,
- оптимальної структури товарообігу.

За цим підходом прибутковість торговельного підприємства — це здатність формувати необхідний рівень прибутку в умовах обмежених ресурсів і високої оборотності товарних запасів [39].

А. Карпов, Н. Власова розглядають прибутковість як результативність торговельних операцій, що виражається у співвідношенні прибутку до обсягу товарообігу, витрат обігу та структури продажів [10].

З точки зору Г. Кірейцева і О. Терещенко, прибутковість — це міра ефективності управління бізнес-процесами, що відображає здатність

підприємства забезпечувати стабільні грошові потоки, максимізувати прибуток і мінімізувати витрати.

Р. Каплан та Д. Нортон досліджують категорію «прибутковість» не лише як фінансовий результат, а як наслідок ефективного управління внутрішніми процесами, персоналом, клієнтами та інноваціями [6].

З урахуванням підходів різних учених, надамо власне визначення категорії, а саме: прибутковість торговельного підприємства - це економічна категорія, що характеризує результативність використання ресурсів підприємства в процесі торговельно-операційної діяльності, виражену у співвідношенні отриманого прибутку до витрат, активів, капіталу або обсягів товарообігу, і визначає фінансову стійкість, конкурентоспроможність і здатність до подальшого розвитку.

Прибутковість відіграє ключову роль у забезпеченні стійкого функціонування та розвитку підприємства. Її економічне значення проявляється у таких аспектах:

1. Фінансова стійкість та платоспроможність - підприємства з високою прибутковістю здатні своєчасно виконувати фінансові зобов'язання, формувати резерви та уникати ризиків банкрутства.

2. Можливість інвестування і розвитку - прибуток є головним джерелом фінансування інновацій, модернізації торговельної інфраструктури, автоматизації процесів та розширення мережі.

3. Підвищення конкурентоспроможності - прибуткові підприємства можуть впроваджувати цінові стратегії, інвестувати у маркетинг, розвивати нові канали збуту та покращувати якість обслуговування.

4. Забезпечення інтересів власників та інвесторів - висока рентабельність робить підприємство привабливим для інвестицій, сприяє зростанню вартості бізнесу та капіталізації.

5. Створення доданої вартості та внесок в економіку країни - прибуткові підприємства забезпечують надходження податків, створюють робочі місця, стимулюють розвиток суміжних галузей.

6. Системний контроль ефективності діяльності - рівень прибутковості дозволяє менеджменту здійснювати стратегічне та оперативне планування, контролювати доцільність управлінських рішень [11].

У сучасних умовах прибутковість виконує функцію ключового індикатора ефективності в процесі стратегічного управління. Вона дозволяє:

- оцінювати результативність бізнес-моделі підприємства;
- формувати оптимальні стратегії ціноутворення та асортиментної політики;
- визначати найперспективніші товарні групи;
- приймати інвестиційні рішення на основі аналізу рентабельності;
- прогнозувати точки росту та потенційні ризики [19, с. 210].

Прибутковість має стратегічне значення для стабільності та ефективного функціонування підприємств торговельної сфери. Її економічна роль виявляється у таких аспектах:

1. Забезпечення фінансової стійкості – високий рівень прибутковості гарантує підприємству можливість покриття витрат, своєчасного виконання зобов'язань та формування резервів.

2. Розвиток і модернізація діяльності – прибуток є джерелом інвестицій у технології, розширення асортименту, оновлення обладнання та торговельної інфраструктури.

3. Конкурентоспроможність – рентабельні підприємства мають можливість застосовувати гнучку цінову стратегію, інвестувати у маркетинг та логістичні інновації.

4. Формування доданої вартості – прибутковість визначає внесок підприємства у розвиток економіки, забезпечуючи надходження до бюджетів через податки та створення робочих місць.

5. Привабливість для інвесторів та партнерів – високий рівень рентабельності підвищує довіру кредиторів і сприяє залученню зовнішнього капіталу [47].

Управління прибутковістю є ключовим елементом стратегії підприємства. Воно включає:

- аналіз фінансових результатів за видами діяльності;
- пошук резервів зростання рентабельності;
- оптимізацію асортиментної та цінової політики;
- впровадження інновацій у логістику та обслуговування;
- оцінювання ефективності інвестиційних рішень [48].

Таким чином, прибутковість виступає інтегральним показником, що визначає конкурентний статус підприємства, його стійкість та перспективи розвитку.

Прибутковість формується під впливом численних факторів, які умовно поділяються на зовнішні та внутрішні.

До зовнішніх факторів відносяться:

1. Макроекономічна ситуація (інфляція, податкова політика, валютні коливання).
2. Рівень конкуренції на ринку роздрібної та оптової торгівлі.
3. Регуляторне середовище (державне регулювання цін, норми торговельної діяльності).
4. Соціально-демографічні зміни (доходи населення, зміна споживчих вподобань).
5. Технологічний розвиток (цифровізація торгівлі, розвиток e-commerce).
6. Глобальні ризики (пандемії, війна, логістичні кризи).

До зовнішніх факторів належать:

- кон'юнктура ринку та рівень конкуренції;
- інфляційні процеси та курсові коливання;
- державна податкова політика;
- споживча поведінка та зміна купівельної спроможності населення;
- інноваційні та технологічні зміни у сфері торгівлі.

Торговельні підприємства не можуть впливати на ці фактори, проте повинні адаптовувати свою діяльність до їх змін.

До внутрішніх факторів належать:

1. Асортиментна політика та структура товарообігу.
2. Якість управління витратами (оптимізація закупівель, складських процесів, логістики).
3. Цінова політика та величина торговельної націнки.
4. Швидкість оборотності активів.
5. Організація торговельного процесу та обслуговування.
6. Управління персоналом (кваліфікація, мотивація).
7. Маркетингова діяльність (просування товарів, лояльність клієнтів).

Внутрішні фактори включають:

- ефективність управління витратами;
- логістичні процеси та організація товаропостачання;
- асортиментну політику та оптимізацію структури товарів;
- рівень використання основних фондів і оборотних активів;
- кадрову політику, кваліфікацію персоналу;
- маркетингову стратегію та цінову політику.

Внутрішні фактори є основою операційної ефективності і можуть суттєво збільшувати або знижувати рівень прибутковості. Комплексний вплив цих факторів формує рівень операційного, фінансового та інвестиційного результату діяльності підприємства.

Прибутковість підприємства характеризують два показники: прибуток та рентабельність. Прибуток виражає абсолютний ефект без урахування використаних ресурсів, а рентабельність є одним із головних вартісних показників ефективності виробництва, який характеризує рівень віддачі активів і рівень використання капіталу в процесі виробництва. Вона безпосередньо пов'язана з отриманням прибутку та показує ефективність діяльності підприємств різних форм власності та характеризує інтенсивність їх роботи. Тому дослідження прибутковості є дуже важливим фактором для подальшого ефективного функціонування та розвитку підприємства.

Історично категорія «прибуток» має глибоке економічне коріння. Відомий економіст Адам Сміт розглядав прибуток як «надлишок доходів, що залишається після відшкодування всіх витрат», що слугує основою для подальшого розвитку підприємства. Подальші наукові дослідження, зокрема праці Карла Маркса та Йозефа Шумпетера, розширили розуміння прибутку як складного економічного явища, що включає різноманітні види і функції в господарській діяльності.

Сучасні підходи до трактування поняття прибутку значно ускладнилися та поглибилися. Багато українських і зарубіжних науковців зробили суттєвий внесок у формування теоретичних основ дослідження прибутку підприємств, визначивши різні аспекти його класифікації, функцій і ролі в управлінні. Їхні підходи узагальнені в табл. 1.1.

До основних функцій прибутку суб'єкта господарювання відносять:

1. Оціночна функція - прибуток показує, наскільки ефективно працює підприємство. Він відображає:

- результативність господарської діяльності;
- рівень використання ресурсів;
- конкурентоспроможність на ринку.

Таблиця 1.1 – Підходи науковців до визначення сутності прибутку суб'єкта господарювання

Автор	Сутність категорії «прибуток» різними науковцями
І. Бланк	Прибуток- це грошовий вираз чистого доходу підприємства, що залишається після покриття всіх витрат і сплати податків.
Г. Савицька	Прибуток- результат перевищення доходів над витратами, що свідчить про ефективність господарської діяльності підприємства.
О. Поддєрьогін	Прибуток- це підсумковий фінансовий результат діяльності підприємства, що характеризує рівень рентабельності та ефективність роботи.
О. Кириленко	Прибуток є узагальнюючим показником фінансових результатів, який виконує функцію джерела самофінансування.
О. Терещенко	Прибуток- це фінансовий результат, що формується під впливом системи управління витратами, цінами та доходами.
Т. Коваленко	Прибуток є головним критерієм ефективності діяльності суб'єкта господарювання.
Л. Шеремет	Прибуток- це форма реалізації приросту вартості капіталу, вкладеного в господарську діяльність.
В. Геєць	Прибуток - категорія економічного стимулу, що забезпечує рух інвестицій і розвиток виробництва.
Й. Шумпетер	Прибуток- це результат інноваційної діяльності діяльності підприємця, який реалізує нові комбінації виробничих факторів.
К. Маркс	Прибуток- це додаткова вартість, створена найманими працівниками, яка присвоюється власником засобів виробництва.

Джерело: сформовано автором на основі [5;6; 7;10; 11; 23; 35].

2. Стимулююча функція - прибуток мотивує підприємство розвиватися.

Завдяки прибутку формується:

- фонд розвитку виробництва;
- фонд матеріального заохочення працівників;

- інвестиційні програми.

3. Розподільча функція - прибуток розподіляється між різними учасниками:

- державою (податки);
- підприємством (інвестиції, модернізація, резерви);
- власниками (дивіденди).

4. Відтворювальна функція - прибуток забезпечує розширене відтворення, тобто:

- оновлення основних фондів;
- впровадження інновацій;
- розширення масштабів діяльності.

5. Контрольна функція - через прибуток можна оцінювати:

- які рішення виявилися успішними;
- де існують втрати та неефективність;
- як змінюється фінансовий стан у динаміці.

6. Інноваційна функція - прибуток є джерелом фінансування інновацій:

- нові технології;
- цифрові інструменти;
- модернізація бізнес-процесів.

Формування прибутку в Україні характеризується таким порядком [8]:

- визначення фінансових результатів діяльності;
- обчислення собівартості продукції (робіт, послуг);
- обчислення загальногосподарських витрат;
- визначення прибутку (збитку) від фінансових операцій та іншої діяльності [28].

Існує система організаційного забезпечення управління прибутком, яка відіграє велику роль. Вона складається з взаємозалежної сукупності внутрішніх структурних служб і підрозділів підприємства, що забезпечують розробку й прийняття управлінських рішень щодо окремих аспектів

формування прибутку та несуть відповідальність за результати цих рішень. Система управління прибутком підприємства представлена на рис. 1.2.



Рисунок 1.2. – Система управління прибутком підприємства

Управління прибутком на підприємстві вимагає розуміння та класифікації різних видів прибутку (рис.1.3).

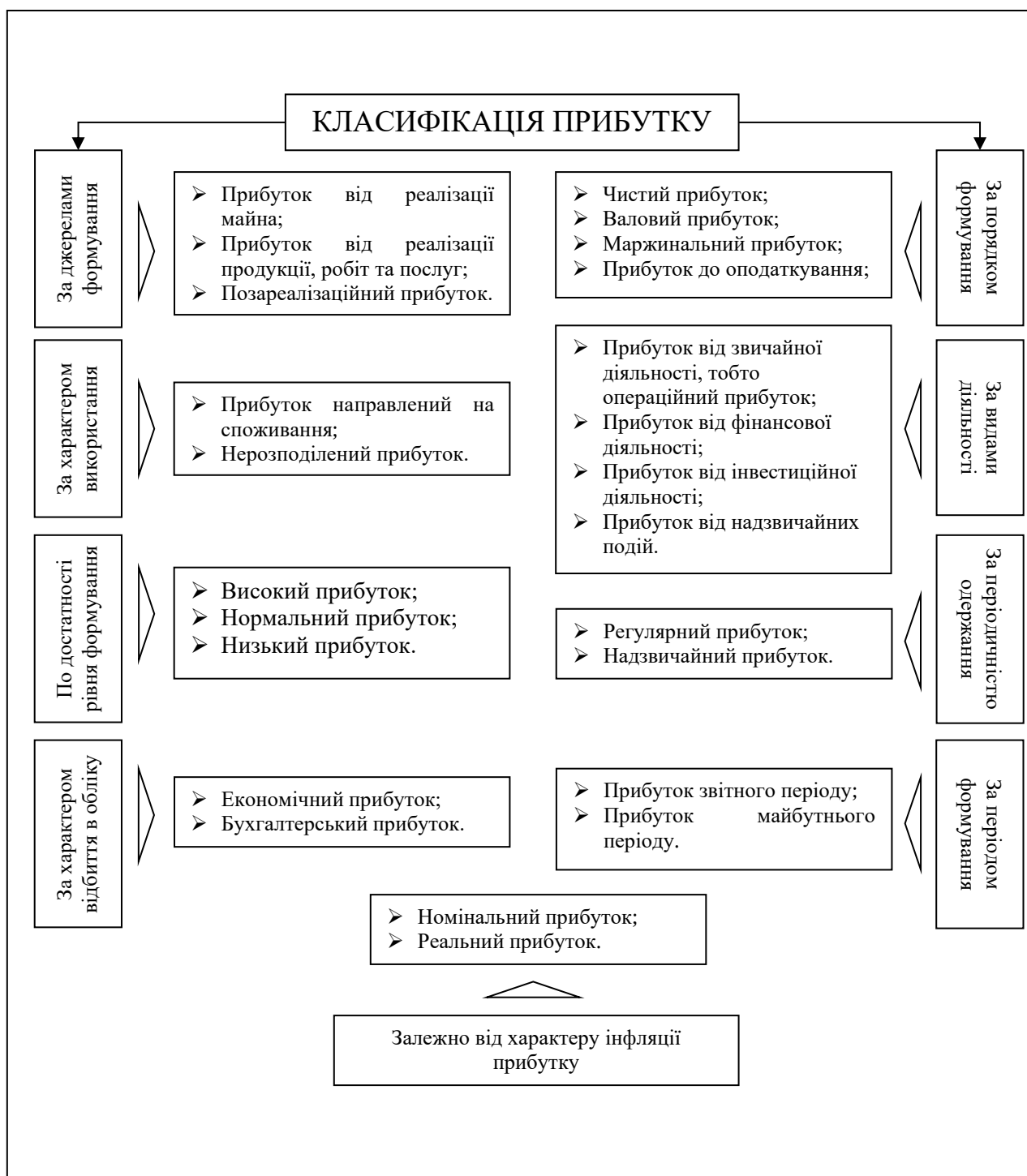


Рисунок 1.3 – Класифікаційні ознаки прибутку суб'єкта господарювання.

Прибуток є головною метою діяльності комерційного підприємства. Він показує ефективність діяльності підприємства. Прибуток є абсолютною величиною, яка вимірюється в грошових одиницях, в той час як рентабельність - це відносний показник, який відображає ступінь прибутковості підприємства. Отже, рентабельність визначає, як економічну категорію, так і інструмент чистого доходу суспільства. Рентабельність - це відносний показник прибутковості, що характеризує ефективність господарської та фінансової діяльності суб'єкта господарювання.

Існують різні підходи до тлумачення сутності економічної категорії «рентабельність».

Так, Г. Андреева зазначає, що показники рентабельності характеризують ефективність роботи підприємства загалом, прибутковість різних напрямів діяльності (виробничої, підприємницької, інвестиційної), окупність витрат тощо [15, с. 119]. Аналогічне визначення наводиться авторами А. Штангрет та О. Копилюк.

В. Блонська у своєму дослідженні зосереджує увагу на тому, що значення слова «рентабельність» походить з німецької мови – *rentabel* (дохідний, прибутковий) – і означає показник економічної ефективності виробництва на підприємствах у різних галузях і народному господарстві загалом [19, с. 210].

А. Бондар зазначає, що рентабельність – це відносний показник ефективності роботи підприємства і у загальному вигляді він обчислюється як відношення прибутку до витрат [15, с. 121].

Н. Верхоглядова розглядає рентабельність як співвідношення прибутку та понесених витрат (один із основних показників ефективності діяльності суб'єктів господарювання різних форм властивостей, який характеризує інтенсивність їхньої роботи) [10, с. 265].

На думку Ю. Долгорукова, рентабельність – це відносний показник інтенсивності виробництва, який характеризує рівень окупності (прибутковості)

відповідних складників процесу виробництва або сукупних витрат підприємства [11].

М. Коробов вважає, що прибутковість, тобто ефективність використання капіталу, має назву «рентабельність» [13].

П. Попович доводить, що рентабельність – це показник, який дає уявлення про достатність (недостатність) прибутку порівняно з іншими окремими величинами, що впливають на виробництво, реалізацію і взагалі на фінансово-господарську діяльність підприємства [25].

М. Чумаченко зазначає, що рентабельність – це показник економічної ефективності виробництва на підприємствах у різних галузях і народному господарстві загалом [9, с. 74].

М. Туріянська надає тлумачення рентабельності як поняття, що характеризує економічну ефективність виробництва, за якої підприємство за рахунок грошової виручки від реалізації продукції повністю відшкодовує витрати на її виробництво й одержує прибуток для розширеного відтворення [17].

Отже, більшість авторів під рентабельністю розуміють показник, який характеризує ефективність діяльності підприємства та інтенсивність виробництва. На наш погляд, рентабельність – це економічна категорія, що характеризує рівень прибутковості виробничої діяльності підприємства. В економічній практиці обчислюються різні показники рентабельності, такі як рентабельність продажів; рентабельність активів; рентабельність власного капіталу; рентабельність інвестицій; рентабельність діяльності; рентабельність продукції.

Основні чинники підвищення рентабельності на підприємстві поділяються на внутрішні та зовнішні.

Внутрішніми чинниками можуть бути:

- проведення реконструкції і модернізації підприємства, вдосконалення

його матеріально-технічної бази;

- фінансове планування діяльності підприємства, пошук внутрішніх резервів зростання прибутку;
- удосконалення системи мотивації працівників підприємства, підвищення кваліфікації персоналу;
- оптимізація запасів товарно-матеріальних цінностей, залишків нормованих оборотних коштів та ін. [10].

До зовнішніх чинників належать:

- удосконалення системи просування продукції на ринку, організація ефективної реклами;
- удосконалення системи оподаткування діяльності підприємств, законодавчо- правової бази ведення бізнесу, державного регулювання тарифів і цін тощо.

Державна політика регулювання прибутковості торговельних підприємств в Україні спрямована на забезпечення балансу між інтересами бізнесу та суспільства через правові, економічні та адміністративні інструменти, використовуючи податки, ліцензування, антимонопольне регулювання та захист прав споживачів, з метою створення прозорих умов для стабільного розвитку, запобігання зловживанням та забезпечення доступності товарів. Конкурентні переваги торговельного підприємства забезпечуються як розміром капіталу, так і за допомогою ефективного управління його діяльністю. Механізм підвищення прибутковості торговельного підприємства в умовах ринкової конкуренції представляє собою цілісну систему управління прибутковістю. Даний механізм поєднує економічні, організаційні, маркетингові й інноваційні заходи, які взаємодіють між собою та забезпечують комплексний вплив на формування прибутку (рис. 1.4).



Примітка: власна розробка автора.

Рисунок 1.4. – Механізм підвищення прибутковості торговельного підприємства в умовах ринкової конкуренції

Механізм підвищення прибутковості торговельного підприємства:

1. Орієнтований на ринкову конкуренцію - його особливістю є адаптивність: він реагує на зміни попиту, поведінки споживачів, цінових стратегій конкурентів і зміну ринкових тенденцій.

2. Забезпечує оптимізацію ключових процесів підприємства. До таких процесів належать:

- формування доходів (асортимент, ціни, обсяги продажів);
- управління витратами (скорочення витрат обігу, підвищення ефективності логістики);
- управління товарними запасами та оборотністю;
- підвищення якості обслуговування та маркетингової активності.

3. Передбачає впровадження інновацій - цифровізація, автоматизація, сучасні інструменти маркетингу, ERP- та CRM-системи — невід'ємні складові механізму, оскільки дозволяють збільшити ефективність роботи та знизити витрати.

4. Базується на аналізі й контролі фінансових результатів. Механізм включає:

- систематичний аналіз результатів діяльності;
- оцінювання рентабельності;
- пошук резервів зростання прибутку;
- розробку управлінських рішень для покращення показників.

5. Має стратегічний і тактичний характер:

- стратегічний рівень — формування довгострокових конкурентних переваг.

- тактичний рівень — щоденне управління продажами, запасами, витратами та цінами [55].

З нашої точки зору, механізм підвищення прибутковості торговельного підприємства в умовах ринкової конкуренції — це комплексна система економічних, управлінських, маркетингових й інноваційних інструментів, спрямованих на оптимізацію доходів і витрат, підвищення ефективності операційних процесів, формування конкурентних переваг та забезпечення стійкого зростання прибутку підприємства в мінливих ринкових умовах.

Таким чином, систематизація підходів до визначення сутності поняття «прибутковість» показало, що прибутковість — це показник, який характеризує ефективність діяльності підприємства з точки зору здатності його приносити прибуток та забезпечувати ефективне відтворення використаних ресурсів. Прибутковість підприємства характеризують за рівнем отриманого прибутку та рентабельністю. Прибуток є абсолютним показником, який не враховує понесених на отримання певного результату витрат. Рентабельність є відносним показником ефективності діяльності підприємства, яка забезпечує можливість порівняння отриманого результату з понесеними витратами.

1.2. Методологічні засади оцінювання показників прибутку та рентабельності підприємства

Оцінювання прибутковості торговельного підприємства є ключовим елементом фінансового аналізу, який забезпечує комплексне розуміння результативності діяльності, ефективності використання ресурсів та здатності підприємства формувати достатній рівень доходу в умовах конкурентного ринкового середовища. Результати оцінювання прибутковості слугують основою для прийняття стратегічних та оперативних управлінських рішень, спрямованих на зміцнення конкурентних позицій та підвищення фінансової стійкості підприємства.

Основною метою оцінювання прибутковості є визначення реального фінансового результату діяльності підприємства та його динаміки, а також

встановлення факторів, що визначають здатність підприємства генерувати прибуток.

До основних завдань оцінювання належать:

- аналіз виконання планових показників прибутку та рентабельності;
- оцінка структури, рівня та динаміки прибутку за видами діяльності;
- виявлення внутрішніх та зовнішніх факторів впливу на прибутковість;
- встановлення резервів підвищення ефективності діяльності;
- обґрунтування напрямів оптимізації витрат, ціноутворення та управління асортиментом.

Для поглибленого аналізу застосовують такі методи [29]:

1. Горизонтальний аналіз - передбачає порівняння фінансових показників у динаміці, визначення темпів їх приросту або зниження.

2. Вертикальний аналіз - дозволяє оцінити структуру доходів, витрат і прибутку у загальному обсязі реалізації.

3. Факторний аналіз - дає можливість визначити вплив окремих чинників, таких як ціна, обсяг продажів, торговельна націнка, собівартість та операційні витрати, на зміну прибутку.

4. Порівняльний аналіз - передбачає співставлення показників з результатами конкурентів та середньогалузевими стандартами.

Процес оцінювання прибутковості торговельного підприємства дає змогу комплексно визначити ефективність його діяльності, виявити проблемні зони та окреслити напрями підвищення рентабельності. На основі виявлених факторів формуються стратегії розвитку, оптимізації витрат, підвищення конкурентних переваг і забезпечення стабільного зростання фінансових результатів у довгостроковій перспективі [56, с. 15].

Умовою ефективної ринкової діяльності підприємства виступає забезпечення її прибутковості, якій належить у системі економічних показників роботи суб'єктів господарювання одне з найбільш важливих місць. Саме даний

показник здатен дати характеристику того, наскільки дієво функціонують його активи та який рівень використання у процесі виробництва комплексу наявних ресурсів і вкладеного капіталу. При розрахунку показників прибутковості необхідно враховувати різні види прибутку, а також суми капіталу, затрати виробництва, обсяги продажів, які впливають на отримання прибутку та загальну ефективність функціонування підприємств різних форм власності.

Для проведення оцінки прибутковості та її врахування для прийняття оптимізаційних рішень підприємством доцільно використовувати наступний алгоритм, зображений на рис. 1.5.

Реалізація цього алгоритму дасть можливість підприємству не лише вірно розрахувати показники прибутковості роботи, а й також зрозуміти їх вплив на загальну ефективність підприємства.

А це, в свою чергу, створить можливість прийняття ефективних управлінських рішень, що стосуються для покращення фінансових результатів та зростання прибутковості роботи.

Показники прибутковості підприємства, створюючи передумови для оцінювання поточного стану операційних, інвестиційних та фінансових процесів, дають можливість коригування їхньої ефективності. Також завдяки проведенню їх комплексного аналізу досліджене підприємство отримує можливість:

- ухвалювати зважені рішення щодо необхідності у разі потреби отримання кредитних коштів, полегшити процес оформлення кредиту;
- продемонструвати інвесторам привабливість вкладення ресурсів, обґрунтувати можливість окупності інвестицій;
- визначити розмір інвестицій, що є необхідними для підтримання оптимального балансу;
- аналізувати напрямки витрачання коштів та необхідності досягати скорочення витрат.



Рисунок 1.5 – Алгоритм оцінки прибутковості та прийняття оптимізаційних рішень на підприємстві

Отже, показники прибутковості підприємства виступають основним інструментом фінансового аналізу, здійснення процесу планування розвитку компанії. Вони здатні продемонструвати, наскільки підприємство забезпечує

правильне використання коштів, покриття своїх витрат й одержання позитивних фінансових результатів.

Прибутковість торговельного підприємства є фундаментальною категорією, що характеризує фінансовий результат діяльності та ефективність використання наявних ресурсів. У теорії економіки прибутковість розглядається як синтез двох взаємопов'язаних показників: прибутку як абсолютного результату та рентабельності як відносного вимірника ефективності [56].

На відміну від абсолютного прибутку, який демонструє загальний фінансовий результат, прибутковість дозволяє оцінити продуктивність використання активів, капіталу, трудових та матеріальних ресурсів. Саме тому цей показник є базовим для оцінювання конкурентоспроможності підприємства.

Оцінка прибутковості торговельного підприємства здійснюється за допомогою системи показників, кожен з яких відображає певний аспект фінансової ефективності:

1. Рентабельність продажів - показує, яку частку прибутку підприємство отримує від кожної гривні реалізованої продукції. Визначається як співвідношення прибутку від реалізації до чистого доходу. Для торговельної сфери цей показник є одним із найважливіших, оскільки характеризує основну діяльність.

2. Рентабельність активів - відображає ефективність використання активів та здатність підприємства генерувати прибуток за рахунок загального обсягу наявних ресурсів. Показує, наскільки раціонально використовуються основні фонди та оборотні активи.

3. Рентабельність власного капіталу - характеризує ефективність використання власних коштів та інвестицій власників. Висока рентабельність власного капіталу підвищує інвестиційну привабливість підприємства.

4. Рентабельність товарообігу - специфічний показник для торгівлі, що визначає ефективність реалізації товарів та оптимальність торговельної націнки.

Він демонструє, наскільки прибутковим є процес продажу у співвідношенні до обсягу товарообігу.

5. Маржинальний прибуток та маржинальна рентабельність - використовуються для аналізу точок беззбитковості, оцінки асортиментної та цінової політики. Дозволяють визначити, які товарні групи формують основний прибуток підприємства.

Систематичний аналіз цих показників дозволяє оцінити фінансовий стан підприємства, визначити проблемні аспекти та розробити ефективні стратегії підвищення результативності.

Факторна рівність для прибутку від реалізації конкретного виду товарів формується наступним чином:

$$\Pi = B \times (\Pi_{\text{од}} - C), \quad (1.1)$$

де B – представляє собою кількість виготовленої продукції в кілограмах (кг) або інших відповідних одиницях вимірювання [34 с. 351];

$\Pi_{\text{од}}$ – позначає ціну одиниці товару в гривнях (грн);

C – означає собівартість одиниці продукції, виражену в гривнях (грн)..

1. Для обчислення загальної різниці прибутку від реалізації відповідного виду продукції, формуємо наступне рівняння:

$$\Delta\Pi_{\text{опер}} = \Pi_{\text{факт}} - \Pi_0, \quad (1.2)$$

де $\Delta\Pi_{\text{опер}}$ – різниця у прибутку від реалізації продукції (операційна діяльність), грн.;

$\Pi_{\text{факт}}$ – фактично отриманий прибуток від реалізації протягом конкретного періоду, грн.;

Π_0 – основна сума виручки від продажу реалізованої продукції, грн.

2. Для оцінки впливу ціни на прибуток від операційної діяльності, необхідно провести наступні розрахунки:

$$\Delta\Pi_{\text{ц}} = \Pi_{\text{д}} - \Pi_{\text{факт}}, \quad (1.3)$$

де P_d – виручка від дійсно реалізованої продукції, грн.

3. Для розрахунку впливу витрат, пов'язаних з виробництвом або створенням продукції, на зміну прибутку від реалізації продукції, запропонуємо наступну рівність:

$$\Delta P_v = P_v - P_d, \quad (1.4)$$

де P_v – витрати на виробництво дійсно реалізованої продукції, грн.

4. Для вирішення впливу структурних змін на прибуток потрібно провести розрахунок за такою формулою:

$$\Delta P_{c/z} = (P_b - P_f) - \Delta P_{oper}, \quad (1.5)$$

де P_b , P_f – розбіжність між величиною вихідного (базового) та фактичного значення прибутку, грн.

Тепер перейдемо до аналізу прибутку від фінансової та інвестиційної діяльності, та зазначимо, що при аналізі прибутку, який утворюється внаслідок реальних інвестицій, необхідно вирішити наступні завдання:

- вивчити тенденції та структуру прибутку, отриманого внаслідок реальних інвестицій;
- оцінити, наскільки виконані плани стосовно прибутку від реальних інвестицій;
- здійснити факторний аналіз, який допоможе визначити чинники, які вплинули на зміну прибутку від реальних інвестицій;
- визначити шляхи та напрями для підвищення прибутковості реальних інвестицій.

Чинники, які можуть призвести до зміни прибутку, отриманого внаслідок реальних інвестицій, включають такі аспекти:

- можливе впливання обсягу інвестицій на прибуток;
- можлива зміна структури капіталовкладень та їх можливий вплив на прибуток фірми;
- постійний вплив зміни рентабельності грошових інвестицій на прибуток компанії.

1. Для розрахунку відображення структури та якості на зміну прибутку інвестиційних вкладень, необхідно [68 с. 143]:

$$\Delta\Pi_i^{c/3} = \Pi_i^{\phi} - \Pi_i^{\phi}, \quad (1.6)$$

де Π_i^{ϕ} , Π_i^{ϕ} – величина вихідного, тобто базового та фактичного прибутку від реальних капіталовкладень, грн.

2. Для оцінки впливу зміни обсягу інвестиційних коштів на зміну прибутку від реальних інвестицій, необхідно:

$$\Delta\Pi_i^{\text{інв}} = (I_i^{\phi} - I_i^{\phi}) \times R_i^{\phi}, \quad (1.7)$$

де I_i^{ϕ} , I_i^{ϕ} – відхилення величини дійсного, тобто фактичного значення інвестиційних коштів від величини базового (вихідного), грн.; R_i^{ϕ} – показник величини базового значення рентабельності капіталовкладень, %.

3. Для обчислення впливу рентабельності капітальних інвестиційних вкладень на модифікацію прибутку реального капіталовкладення, слід розрахувати за формулою:

$$\Delta\Pi_i^p = (R_i^{\phi} - R_i^{\phi}) \times I_i^{\phi}, \quad (1.8)$$

де R_i^{ϕ} , R_i^{ϕ} – вираховування фактичної (звітної) величини рентабельності від базової (вихідної), %.

Валовий прибуток розраховується за наступною формулою:

$$\text{ВП} = \text{ЧД} - \text{С}, \quad (1.9)$$

де ЧД – чистий дохід від реалізації продукції.

Прибуток від операційної діяльності розраховується за формулою, наведеною нижче:

$$\Pi_{\text{опер. діяльн.}} = \text{ВП} + \text{ІОД} - \text{АВ} - \text{ВЗ} - \text{ІОВ}, \quad (1.10)$$

де ІОД – інші операційні доходи;

АВ – адміністративні витрати;

ВЗ – витрати на збут;

IOB – інші операційні витрати

Прибуток від звичайної діяльності

$$П_{\text{звич.діяльн.}} = П_{\text{опер.діяльн.}} + \text{ДУК} + \text{ФД} + \text{ІД} - \text{ВУК} - \text{ФВ} - \text{ІВ}, \quad (1.11)$$

де ДУК – дохід від участі в капіталі;

ФД – фінансові доходи;

ІД – інші доходи;

ВУК – витрати від участі в капіталі;

ФВ – фінансові витрати;

ІВ – інші витрати

Чистий прибуток визначається за формулою:

$$\text{ЧП} = П_{\text{оп}} - \text{ПП}, \quad (1.12)$$

де $П_{\text{оп}}$ – прибуток до оподаткування;

ПП – податок на прибуток

$$\text{ПП} = 0,18 \times П_{\text{оп}} \quad (1.13)$$

Перейдемо до алгоритму розрахунків всезагальних показників рентабельності. Рентабельність проявляється у відсотковому або коефіцієнтному вираженні та має кілька різних варіаційних форм, які враховують різні показники прибутку та витрати ресурсів. Тому існує декілька різних показників рентабельності, які використовуються для оцінки ефективності діяльності компанії та їх фінансового-економічного стану [12 с. 300].

Та почнемо з рентабельності інвестиційних вкладень, вона розраховується за формулою:

$$P_i = \frac{\text{ЧП}}{I_{\text{заг}}} \times 100 \%, \quad (1.14)$$

де ЧП – значення чистого прибутку компанії, грн.;

$I_{\text{заг}}$ – сукупна сума інвестиційних коштів, грн.

Існує два різновиди даного показника, а саме:

– рентабельність активів, яка розраховується за допомогою такого рівняння [12 с. 300]:

$$P_a = \frac{\Pi_p}{A_{\text{заг}}} \times 100 \%, \quad (1.15)$$

де Π_p – чистий прибуток компанії, грн.;

$A_{\text{заг}}$ – всезагальна сума активів компанії, грн.

– рентабельність власного капіталу. Даний показник вирішується за формулою:

$$P_{\text{вк}} = \frac{\Pi_p}{\text{ВК}} \times 100 \%, \quad (1.16)$$

де ВК – величина власного капіталу фірми, грн.

Рентабельність продукції відображає результативність витрат, які були витрачені на виробництво та збут відповідної продукції, та вона розраховується за допомогою такого рівняння ($R_{\text{прод.}}$):

$$R_{\text{прод.}} = \frac{\text{ЧП}}{C} \times 100\%, \quad (1.13)$$

де $R_{\text{прод.}}$ – рентабельність продукції, %

ВП – чистий прибуток

C – собівартість реалізованої продукції.

де Π_p – величина прибутку від реалізації всієї продукції, яку виробило підприємство за аналізований період, грн.;

C – величина повної собівартості реалізованої продукції на підприємстві за аналізований період, грн.

Розрахунок рентабельності від окремих видів продукції обчислюється за таким алгоритмом:

$$P_{\text{опр}} = \frac{(\text{Ц}_i - \text{C}_i)}{\text{C}_i} \times 100 \%, \quad (1.14)$$

де Ц_i , C_i – відповідна ціна та сукупна величина собівартості одиниці i -го виду продукції на підприємстві, грн.

Обчислення рентабельності виробництва відбувається за допомогою такого відношення:

$$P_v = \frac{\text{ЧП}}{\text{ОВФ}_{\text{сер}} + 3_{\text{сер}}} \times 100 \%, \quad (1.15)$$

де $ОВФ_{сер}$ – значення середньорічної величини основних виробничих фондів компанії, грн.;

$З_{сер}$ – значення середньорічної вартості залишків нормованих оборотних засобів, грн.

Величина рентабельності продажу продукції знаходиться:

$$P_{пп} = \frac{П_p}{РП} \times 100 \%, \quad (1.16)$$

де РП – величина повного обсягу всієї реалізованої продукції, грн.

Рентабельність операційної діяльності ($R_{опер.діяльн.}$)

$$R_{опер.діяльн.} = \frac{П_{опер.діяльн.}}{В_{опер.діяльн.}} \times 100\%, \quad (1.17)$$

де $П_{опер.діяльн.}$ – прибуток від операційної діяльності;

$В_{опер.діяльн.}$ – витрати від операційної діяльності.

Наступним показником у нашій роботі буде показник рентабельності звичайної діяльності. Формула для розрахунку даного показника, представлена нижче.

Рентабельність звичайної діяльності ($R_{звич.діяльн.}$)

$$R_{звич.діяльн.} = \frac{П_{звич.діяльн.}}{В_{звич.діяльн.}} \times 100\%, \quad (1.18)$$

де $П_{звич.діяльн.}$ – прибуток від звичайної діяльності;

$В_{звич.діяльн.}$ – витрати від звичайної діяльності.

Дохід від участі в капіталі – це дохід від інвестицій, які обліковуються за методом участі в капіталі. Фінансові доходи – це дивіденди, відсотки та інші доходи, отримані від фінансових інвестицій (крім доходів, які обліковують за методом участі в капіталі).

Інші доходи – це доходи, які виникають у процесі господарської діяльності, але не пов'язані з операційною та фінансовою діяльністю підприємства.

Рентабельність господарської діяльності ($R_{госп.діяльн.}$)

$$R_{\text{госп.діяльн.}} = \frac{\Pi_{\text{звич.діяльн.}}}{V_{\text{підпр.}}} \times 100\%, \quad (1.19)$$

де $V_{\text{підпр.}}$ – витрати підприємства.

$$V_{\text{підпр.}} = V_{\text{звич.діяльн.}} + \text{BCЗ}, \quad (1.20)$$

де BCЗ – витрати на соціальні заходи.

Витрати на соціальні заходи включають в себе пенсійне страхування, соціальне страхування та соціальне страхування на випадок безробіття.

Рентабельність підприємства ($R_{\text{підпр.}}$)

$$R_{\text{підпр.}} = \frac{\text{ЧП}}{\bar{A}} \times 100\%, \quad (1.21)$$

де ЧП – чистий прибуток;

$\bar{A}$ – середньозважена вартість активів.

$$\bar{A} = \frac{A_{\text{поч.р.}} + A_{\text{кін.р.}}}{2}, \quad (1.22)$$

де $A_{\text{поч.р.}}$ – вартість активів на початок року;

$A_{\text{кін.р.}}$ – вартість активів на кінець року.

Рентабельність власного капіталу ($R_{\text{ВК}}$)

$$R_{\text{ВК}} = \frac{\Pi_{\text{оп}}}{\overline{\text{ВК}}} \times 100\%, \quad (1.23)$$

де $\overline{\text{ВК}}$ – середньорічна вартість власного капіталу.

Рентабельність залученого капіталу ($R_{\text{зал.кап.}}$)

$$R_{\text{зал.кап.}} = \frac{\Pi_{\text{оп}}}{\overline{\text{ПК}}} \times 100\%, \quad (1.24)$$

де $\overline{\text{ПК}}$ – середньорічна вартість позикового капіталу.

Ще фінансовий стан компанії можна з'ясувати, проаналізувавши ряд показників ліквідності, платоспроможності, ефективності використання активів, ділової активності та багато інших. Почнемо з показників ліквідності.

Показники ліквідності відображають здатність компанії оплатити свої короткострокові зобов'язання за допомогою доступних поточних активів організації:

- коефіцієнт загальної ліквідності розраховується за формулою:

$$K_{л.з} = \frac{A_{п}}{З_{п}}, \quad (1.16)$$

де $A_{п}$ – величина поточних активів компанії, грн.;

$З_{п}$ – значення поточних зобов'язань компанії, грн.

- розрахунок коефіцієнта швидкої ліквідності:

$$K_{л.ш} = \frac{A_{в.л}}{З_{п}}, \quad (1.17)$$

де $A_{в.л}$ – відносна величина активів високої ліквідності, грн.

- обчислення коефіцієнта абсолютної ліквідності за допомогою виразу:

$$K_{л.абс} = \frac{\Gamma_{з/екв}}{З_{п}}, \quad (1.18)$$

де $\Gamma_{з/екв}$ – величина грошових коштів та їх еквівалентів фірми.

- калькуляція коефіцієнту проміжної ліквідності знаходиться за формулою:

$$K_{л.пр} = \frac{\Gamma_{з/екв} + D_a}{З_{п}}, \quad (1.19)$$

де D_a – значення дебіторської заборгованості компанії у складі оборотних коштів, грн. [62 с. 480].

У економічних дослідженнях ще існує поняття «ліквідність балансу». Вона відображає наскільки активи компанії можуть покрити її зобов'язання в строк, відповідно до термінів оплати та швидкості перетворення активів у готівку. Групи активів та пасивів відсортовані за рівнем ліквідності та терміновості.

Відображають спроможність компанії виконувати власні фінансові зобов'язання, як короткострокові, так і довгострокові, за допомогою своїх активів, показники платоспроможності. Дані показники служать індикатором економічного ризику, що відображає ймовірність безгрошів'я компанії [12 с. 304]:

- обчислення коефіцієнту платоспроможності відбувається за формулою:

$$K_{\text{пл}} = \frac{BK}{Z_{\text{заг}}}, \quad (1.20)$$

де $Z_{\text{заг}}$ – сума загальної кількості зобов'язань компанії, грн.

- розрахунок показника коефіцієнту заборгованості знаходиться:

$$K_{\text{заб}} = 1 - \frac{BK}{Z_{\text{зовн}}}, \quad (1.21)$$

де $Z_{\text{зовн}}$ – величина зовнішніх зобов'язань компанії, грн.

Показники, що вказують на швидкість обертання фіксованих активів, що охоплюють рівнем використання ресурсів у компанії називаються показниками ефективності використання активів компанії [12, с. 304]:

- обчислення коефіцієнту оборотності основних засобів:

$$K_{\text{о.оз}} = \frac{O}{A_{\text{нем.ф}}}, \quad (1.22)$$

де O – кількість обсягу реалізації, грн.;

$A_{\text{нем.ф}}$ – фіксоване значення нематеріальних активів компанії, грн.

- розрахунок коефіцієнту оборотності активів проводиться за рахунок рівняння:

$$K_{\text{о.а}} = \frac{O}{A_{\text{заг}}}, \quad (1.23)$$

Отже, показники прибутковості залишаються одними з найважливіших показників для визначення успішності управління активами підприємства. Підприємства, які правильно аналізують та покращують свою рентабельність, мають кращі шанси досягти стійкого фінансового успіху та зберегти конкурентну перевагу

Таким чином, в умовах ринкової економіки від рентабельної роботи залежить життєздатність підприємства, його можливості забезпечувати інтереси інвесторів, конкурувати з іншими підприємствами. Рентабельна робота підприємства визначається, насамперед, прибутком, який воно отримує, а показники рентабельності характеризують відносну дохідність підприємства.

Економічний аналіз рівня рентабельності і причини її зміни має важливе значення для виявлення резервів підвищення ефективності роботи підприємства.

Таким чином, оцінювання прибутковості торговельного підприємства — це системний процес аналізу фінансових результатів, ефективності використання ресурсів та здатності підприємства генерувати прибуток у конкурентних умовах. Оцінювання прибутковості дає змогу визначити реальний економічний стан підприємства, його конкурентоспроможність, ефективність управління витратами та можливості подальшого розвитку. Основна мета оцінювання — встановити рівень формування прибутку та виявити чинники, що його визначають.

1.3. Порівняльна характеристика основних фінансово-економічних показників ТОВ «АТБ-маркет» в порівнянні з підприємствами-конкурентами

Функціонування ринку роздрібної торгівлі України визначається високим рівнем конкуренції, динамічністю розвитку та активною трансформацією бізнес-моделей торговельних мереж. Серед провідних гравців, які формують конкурентне середовище, вагому роль відіграють ТОВ «АТБ-Маркет», ТОВ «МЕТРО» та ТОВ «Сільпо». Кожна мережа має власну ринкову нішу, стратегічні підходи та модель обслуговування, що і зумовлює різний формат конкуренції між ними.

ТОВ «АТБ-Маркет» — провідна національна мережа продуктових дискаунтерів в Україні за кількістю магазинів та за обсягом товарообороту. У 2023 році група зафіксувала рекордний виторг — близько 181,1 млрд грн.

Ключові особливості ТОВ «АТБ-маркет»:

1. Формат та цінова політика: дискаунтер — низькі ціни, широка мережа невеликих супермаркетів зі стандартизованим асортиментом, висока інтенсивність продажів.

2. Широке покриття: національна присутність — найбільша мережа за кількістю точок продажу в Україні; сильна логістика та розгалужена дистрибуція.
3. Вертикальна інтеграція та операційна ефективність: інвестиції в дистрибуцію, централізовані закупівлі, автоматизація процесів; це дозволяє утримувати низьку собівартість і маржу при великому обороті.
4. Соціальна/економічна роль: значні податкові надходження та велика частка зайнятих у ритейлі — компанія часто згадується як один із найбільших платників податків у секторі.

Основними конкурентами ТОВ «АТБ-маркет» є ТОВ «METRO» та ТОВ «Сільпо». Вони здійснюють свою діяльність в тій самій сфері, що і ТОВ «АТБ-маркет», надають приблизно однакові послуги та мають близький асортимент.

ТОВ «METRO» є одним із найбільших операторів оптово-роздрібної торгівлі в Україні та входить до складу міжнародної торговельної групи Metro AG. Підприємство розпочало свою діяльність на українському ринку у 2003 році та стало одним із перших, хто впровадив формат cash & carry, орієнтований переважно на професійних покупців — представників малого та середнього бізнесу, операторів роздрібної торгівлі, закладів громадського харчування, а також корпоративних клієнтів.

Основним напрямом діяльності ТОВ «METRO» є оптова та роздрібна реалізація продовольчих та непродовольчих товарів. Асортимент компанії охоплює продукти харчування, гастрономію, м'ясо, рибу, овочі та фрукти, бакалію, товари для офісу, побутову хімію, господарські товари, кухонне обладнання та інші товари, необхідні для бізнесу. Значну частку товарної пропозиції становлять приватні торгові марки METRO, що забезпечують оптимальне співвідношення ціни та якості. Компанія активно впроваджує сучасні стандарти логістики, підтримує високий рівень товарного запасу та забезпечує стабільність поставок для бізнес-клієнтів.

ТОВ «Сільпо» є одним із провідних підприємств роздрібної торгівлі України та входить до складу торговельно-промислової групи Fozzy Group, яка об'єднує низку відомих національних брендів у сферах ритейлу, логістики та виробництва. Діяльність підприємства спрямована на забезпечення споживачів широким асортиментом продовольчих і непродовольчих товарів через мережу супермаркетів «Сільпо», яка функціонує в більшості регіонів України.

Мережа «Сільпо» позиціонується як національний ритейлер повного формату, орієнтований на задоволення потреб широких груп споживачів. Підприємство пропонує покупцям різноманітний асортимент, який включає продукти харчування, товари для дому, побутову хімію, дитячі та господарські товари, а також продукцію власного виробництва. Значну частку торгового простору займають кулінарні та кондитерські відділи, пекарні, рибні й м'ясні цехи, що забезпечує високий рівень якості та свіжості товарів.

Компанія розвиває онлайн-платформу для замовлень, здійснює доставку продуктів, реалізує проекти цифровізації, зокрема використання електронних чеків, мобільного застосунку та програми лояльності. Значна увага приділяється роботі з приватними торговими марками, які дозволяють пропонувати конкурентні ціни та унікальний асортимент.

Важливою складовою корпоративної стратегії є підтримка сталого розвитку: зменшення використання одноразових матеріалів, впровадження екологічних рішень у магазинах, співпраця з локальними виробниками, популяризація відповідального споживання. Компанія реалізує соціальні та благодійні ініціативи, спрямовані на підтримку громад, медичних та освітніх установ.

ТОВ «АТБ-маркет» відрізняється найнижчим ціновим рівнем завдяки оптимізації витрат, масштабам закупівель та логістичній інфраструктурі. Компанія використовує стратегію економії на всіх етапах ланцюга постачання, що дозволяє зберігати лідерство у бюджетному сегменті.

METRO використовує диференційовану цінову політику: окремі цінові пропозиції для бізнесу, індивідуальні знижки для корпоративних клієнтів та система вигідних оптових закупівель. Рівень цін тут вищий, ніж в АТБ, але нижчий за «Сільпо» у групах товарів для професійного використання.

ТОВ «Сільпо» формує цінову політику преміального типу, орієнтуючись на якість і додану цінність. Вартість товарів вище середньоринкової, однак для цільової аудиторії та з огляду на рівень сервісу це є прийнятною нормою.

ТОВ «АТБ-маркет» володіє найбільш ефективною логістичною інфраструктурою серед українських мереж — десятками сучасних розподільчих центрів, транспортними підрозділами та повністю автоматизованими системами контролю товаропотоків. Це забезпечує мінімальні витрати та швидку доставку товарів до магазинів. ТОВ «METRO» розвиває логістику з акцентом на професійні поставки та адресну доставку для бізнесу. Компанія активно інвестує у холодові ланцюги, професійні складські технології та великі торговельно-складські комплекси. ТОВ «Сільпо» має розгалужену логістичну систему холдингу Fozzy Group, що включає власні виробничі фабрики та високотехнологічні складські потужності. У поєднанні з власними виробництвами це забезпечує можливість підтримувати високі стандарти якості.

Порівняння асортименту продукції магазинів ТОВ «Сільпо», ТОВ «METRO» та ТОВ «АТБ-маркет» представлено в табл. 1.2.

Таблиця 1.2 - Порівняння асортименту продукції магазинів ТОВ «Сільпо», ТОВ «METRO», ТОВ «АТБ-маркет».

Критерій	ТОВ «Сільпо»	ТОВ «METRO»	ТОВ «АТБ-маркет»
Базові продукти	Широкий вибір, включаючи преміум	Повний набір для гуртових покупок	Широкий асортимент базових товарів
Преміум-продукти	Великий вибір делікатесів, органіки	Імпортні та гуртові преміум-товари	Практично відсутні
Власні марки	Якісні торгові марки ("Premia")	Свої бренди (Aro, Fine Life)	Акцент на власних марках, дешеві
Готова їжа	Свіжа кулінарія, різноманітність	Обмежено	Мінімальний вибір

Порівняння цінової політики та акційних пропозицій компаній представлено в табл. 1.3.

Таблиця 1.3 - Порівняння рівня цін магазинів ТОВ «Сільпо», ТОВ «METRO» та ТОВ «АТБ-маркет»

Критерій	ТОВ «Сільпо»	ТОВ «METRO»	ТОВ «АТБ-маркет»
Рівень цін	Високий	Середній для гуртових	Найнижчий
Акції	Часто	Постійно	Дуже часто
Вартість преміум	Дуже висока	Конкурентна	Відсутня

Дані табл. 1.3 свідчать про певні переваги ТОВ «АТБ-маркет» в порівнянні з конкурентами, а саме:

- найдоступніші ціни серед усіх конкурентів.
- часті акції та програми лояльності.

Але є певні недоліки в діяльності ТОВ «АТБ-маркет» - це:

- бюджетна якість деяких продуктів у власних марках.
- обмежений асортимент товарів для вибагливих клієнтів.

Для порівняння фінансово-економічних показників трьох конкурентів ТОВ «АТБ-маркет», ТОВ «Сільпо» та ТОВ «METRO» було обрано основні значення: чистий дохід від реалізації товарів, собівартість реалізованих товарів, обсяги реалізованої продукції у тис. грн., валовий та чистий прибуток підприємств в період з 2019 року по 2023 рік. (табл. 1.4).

Дані табл. 1.4 показали, що найбільший чистий дохід за всі досліджувані роки має підприємство ТОВ «АТБ-маркет». У 2023 році показник був найвищим і склав 181089,7 тис. грн., найменший показник чистого прибутку за п'ять років був на підприємстві ТОВ «METRO» і відповідно склав 17 831 325 тис. грн. у 2019 році. Досліджуване підприємство ТОВ «АТБ-маркет» має найвищі показники порівняно з конкурентами.

Таблиця 1.4 – Порівняльна характеристика основних фінансово-економічних показників ТОВ «АТБ-маркет» та його основних фірм-конкурентів

Підприємства	Роки					Відхилення, %				
	2019	2020	2021	2022	2023	2020/ 2019	2021/ 2020	2022/ 2021	2023/ 2022	2023/ 2019
Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн										
ТОВ «АТБ-маркет»	148 745 255	148 332 869	148 745 255	148 332 869	181089700	-0,28	0,28	-0,28	22,08	21,74
ТОВ «Сільпо»	62 446 681	64 402 634	72 784 231	69 990 601	84 727 987	3,13	13,01	-3,84	21,06	35,68
ТОВ «METRO»	17 831 325	21 464 254	25 944 347	20 152 149	25 554 115	20,37	20,87	-22,33	26,81	43,31
Чистий прибуток (збиток), тис. грн										
ТОВ «АТБ-маркет»	11 906 670	4 625 556	8328900	2811400	-450400	-61,15	80,06	-66,25	-116,02	-103,78
ТОВ «Сільпо»	1 638 317	153 528	-417 390	-763 231	1 140 287	-90,63	-371,87	82,86	-249,40	-30,40
ТОВ «METRO»	694 401	232 988	539 235	455000	482 487	-66,45	131,44	-15,62	6,04	-30,52
Собівартість реалізованої продукції, тис. грн										
ТОВ «АТБ-маркет»	110 486 259	110 721 024	110486300	108509300	133239800	0,21	-0,21	-1,79	22,79	20,59
ТОВ «Сільпо»	47 249 897	47 340 607	52 182 935	50 815 360	60 419 457	0,19	10,23	-2,62	18,90	27,87
ТОВ «METRO»	15 182 103	18 225 336	21 927 493	17 115 276	21 180 988	20,04	20,31	-21,95	23,75	39,51
Валовий прибуток, тис. грн										
ТОВ «АТБ-маркет»	38 258 996	37 611 845	38259000	39823600	47849800	-1,69	1,72	4,09	20,15	25,07
ТОВ «Сільпо»	17 152 737	15 106 074	20 601 296	19 175 241	24 308 530	-11,93	36,38	-6,92	26,77	41,72
ТОВ «METRO»	2 649 222	3 238 918	4 016 854	3 036 873	4 373 127	22,26	24,02	-24,40	44,00	65,07
Обсяги реалізації продукції тис. грн										
ТОВ «АТБ-маркет»	148 745 255	148 332 869	148745300	148332900	181089700	-0,28	0,28	-0,28	22,08	21,74
ТОВ «Сільпо»	62 446 681	64 402 634	72784231	69990601	84 727 987	3,13	13,01	-3,84	21,06	35,68
ТОВ «METRO»	17 831 325	21 464 254	25 944 347	20152149	25 554 115	20,37	20,87	-22,33	26,81	43,31

Якщо розглядати показники в динаміці, то за аналізовані п'ять років показник чистого доходу найбільше зріс на підприємстві ТОВ «METRO» на 43,31%. В той час найменший ріст чистого прибутку за п'ять років відбувся на підприємстві ТОВ «АТБ-маркет» на 21,74%. Чистий дохід на підприємстві ТОВ «АТБ-маркет» та фірмах-конкурентах показано на рис. 1.5.

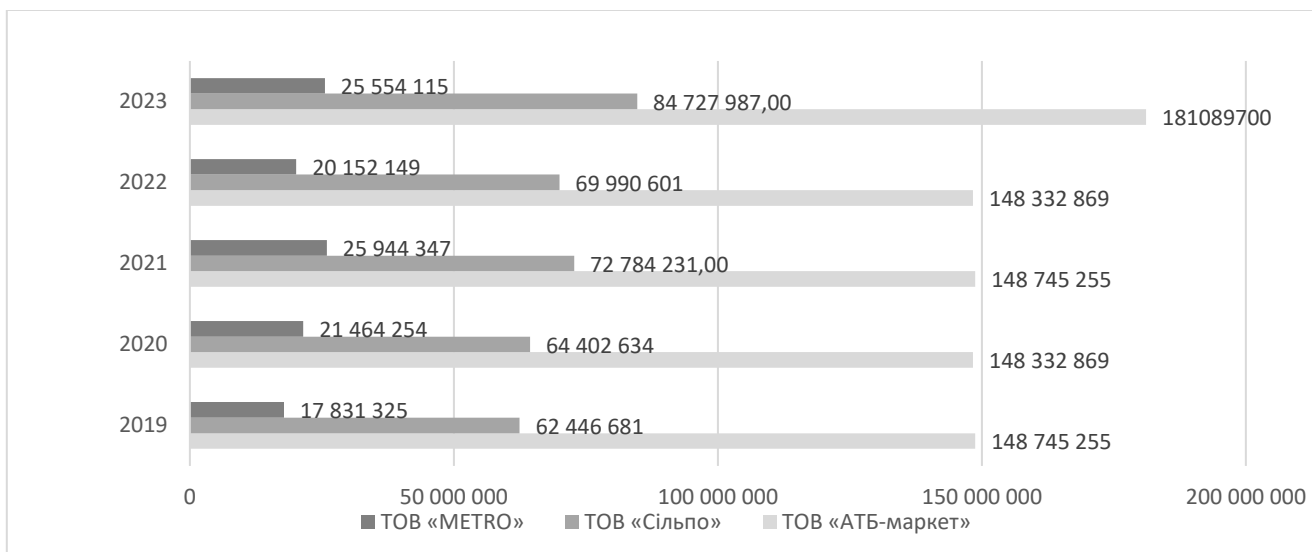


Рисунок 1.5 - Чистий дохід на підприємстві ТОВ «АТБ-маркет» та фірмах-конкурентах

Валовий прибуток підприємства ТОВ «АТБ-маркет» та фірмах-конкурентах показано на рис. 1.6.

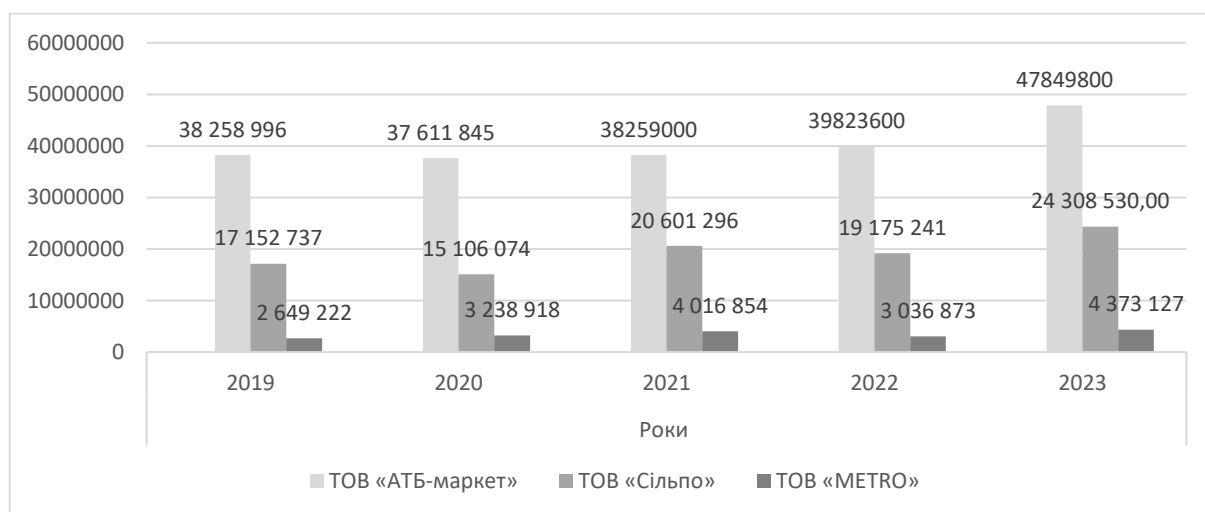


Рисунок 1.6. Валовий прибуток підприємства ТОВ «АТБ-маркет» та фірмах-конкурентах

З наведеного вище рис. 1.6 можна побачити, що лідером по валовому прибутку являється ТОВ «АТБ-маркет». У 2023 році даний показник склав 47849,8 млн. грн. ТОВ «Сільпо» займає середню позицію між двома фірмами. Валовий прибуток у 2023 році на підприємстві складає 24308,5 млн. грн. Останню позицію займає ТОВ «METRO» - валовий прибуток у розмірі 4373,1 тис. грн.

Якщо розглядати показники продажів ТОВ «АТБ-маркет» та конкурентних фірм в динаміці з 2019 року по 2023 рік, то обсяг продажів найбільше зріс у ТОВ «METRO» на 65%. Таке зростання зумовлене ростом підприємств та розширення своїх каналів збуту. Виходячи з порівняльної характеристики можна сказати що ТОВ «АТБ-маркет» є доволі конкурентоздатною компанією і обравши правильну або удосконаливши стару маркетингову стратегію може тримати свої позиції й далі.

Отже, порівняння трьох мереж свідчить, що прямої конкуренції між ними у вузькому сенсі немає, адже кожна компанія займає власну ринкову нішу. Проте у широкому сенсі всі вони впливають одна на одну через загальні ринкові тренди, зміну купівельної поведінки, цінову динаміку та інноваційні рішення.

Таким чином, конкурентна боротьба між ТОВ «АТБ-Маркет» та основними мережами-конкурентами має сегментований характер, що забезпечує диверсифікований розвиток ритейлу в Україні та сприяє впровадженню сучасних підходів до управління, логістики, цифровізації та формування споживчої цінності.

Висновок до розділу 1

Прибутковість торговельного підприємства є комплексним економічним показником, що характеризує ефективність використання ресурсів і визначає конкурентоспроможність підприємства на ринку. Прибутковість підприємства характеризують два показники: прибуток та рентабельність. Прибуток виражає абсолютний ефект без урахування використаних ресурсів, а рентабельність є одним із головних вартісних показників ефективності виробництва, який характеризує рівень віддачі активів і рівень використання капіталу в процесі виробництва. Система показників прибутковості дає змогу здійснювати всебічну оцінку фінансових результатів, визначати резерви підвищення рентабельності та формувати стратегічні напрями розвитку.

Механізм підвищення прибутковості торговельного підприємства в умовах ринкової конкуренції представляє собою цілісну систему управління прибутковістю. Даний механізм поєднує економічні, організаційні, маркетингові й інноваційні заходи, які взаємодіють між собою та забезпечують комплексний вплив на формування прибутку.

Економічне значення прибутковості проявляється у забезпеченні стійкості діяльності, здатності до самофінансування, інноваційного розвитку, підвищенні інвестиційної привабливості та зміцненні позицій підприємства у конкурентному середовищі. Оцінювання прибутковості торговельного підприємства — це системний процес аналізу фінансових результатів, ефективності використання ресурсів та здатності підприємства генерувати прибуток у конкурентних умовах. Оцінювання прибутковості дає змогу визначити реальний економічний стан підприємства, його конкурентоспроможність, ефективність управління витратами та можливості подальшого розвитку.

РОЗДІЛ 2. ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» ТА ОЦІНЮВАННЯ СТАНУ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

2.1. Організаційно-економічна характеристика ТОВ «АТБ-маркет» та аналізування його діяльності

Товариство з обмеженою відповідальністю «АТБ-Маркет» є однією з найбільших роздрібних торговельних мереж України, що функціонує у форматі дискаунтера. Заснована 1 листопада 1993 року в місті Дніпро. Основна мета діяльності компанії — забезпечення споживачів доступними товарами високої якості за оптимальними цінами.

АТБ-Маркет здійснює комплексну виробничо-господарську діяльність, яка включає роздрібну торгівлю, логістику, виробничі процеси та інноваційні технології управління. Підприємство має централізовану систему управління, що дозволяє координувати діяльність більше ніж 1500 магазинів по всій території України та ефективно контролювати фінансові та операційні процеси.

У 2000 році компанія здійснила стратегічний перехід на новий формат роздрібної торгівлі — магазини-дискаунтери, що працюють за принципами низьких цін, оптимізації витрат та стандартизації торговельних процесів. Від цього моменту і почався активний розвиток роздрібної мережі АТБ-Маркет. Протягом 2000–2010-х років компанія швидко розширювалась, впроваджуючи сучасні логістичні рішення, відкриваючи власні дистрибуційні центри та розвиваючи торгові стандарти. Формат дискаунтера дозволив мережі запропонувати покупцям широкий асортимент за доступними цінами, що забезпечило постійне зростання попиту.

У 2014–2022 роках «АТБ-Маркет» суттєво збільшила присутність у центральних, західних і південних регіонах України, ставши лідером ринку за темпами відкриття магазинів. Компанія активно інвестувала у цифровізацію бізнес-процесів, автоматизацію логістики, розвиток власних торгових марок та розширення асортименту.

Попри економічні та воєнні виклики після 2022 року, мережа продовжує працювати й розвиватися, забезпечуючи стабільне постачання товарів у різних регіонах країни. На сьогодні АТБ-Маркет є найбільшою мережею продовольчого ритейлу України, яка щороку збільшує товарообіг, модернізує магазини та впроваджує інноваційні інструменти управління.

Торгівельна діяльність є основним напрямком роботи АТБ-Маркет і включає продаж:

- продовольчих товарів: бакалія, свіжі овочі та фрукти, м'ясні та молочні продукти, напої;
- непродовольчих товарів: побутова хімія, косметика, господарські товари;
- власних торгових марок: продукція під брендом АТБ, що виготовляється на власних виробничих потужностях.

Основна стратегія підприємства у торгівлі полягає у поєднанні низьких цін і широкого асортименту, що дозволяє залучати широку аудиторію покупців і підвищувати обсяги продажів.

АТБ-Маркет здійснює централізовану логістику, що забезпечує ефективне управління запасами та своєчасне постачання магазинів:

- центральні розподільчі склади (ЦРС) забезпечують прийом, сортування та відправку товарів у торговельні точки;
- використання автоматизованих систем управління запасами (ERP) дозволяє прогнозувати потреби магазинів та оптимізувати поповнення товарів;

- застосування систем оптимізації маршрутів доставки та методів Just-in-Time скорочує час доставки та зменшує витрати на логістику.

Такий підхід дозволяє підтримувати високу товарну забезпеченість магазинів та мінімізувати втрати від надлишкових запасів.

АТБ-Маркет частково забезпечує власне виробництво товарів:

- пекарні та кондитерські цехи виробляють хлібобулочну та кондитерську продукцію;

- м'ясні та ковбасні цехи виготовляють продукцію під власною торговою маркою;

- використання сучасного обладнання забезпечує контроль якості на всіх етапах виробництва, включно з фасуванням і пакуванням продукції.

Виробничі процеси інтегровані з логістикою та роздрібною торгівлею, що забезпечує оперативне поповнення магазинів і підтримку оптимального асортименту.

АТБ-Маркет активно впроваджує інноваційні технології, спрямовані на підвищення ефективності господарської діяльності:

- автоматизація процесів управління товарами та фінансами через ERP-системи;

- впровадження мобільних додатків та цифрових карток лояльності для клієнтів;

- використання аналітики Big Data для прогнозування попиту, управління асортиментом та оптимізації маркетингових кампаній.

Інноваційний розвиток дозволяє підвищувати ефективність операцій, зменшувати витрати та збільшувати прибутковість підприємства.

Фінансово-економічна діяльність підприємства спрямована на забезпечення стійкого зростання прибутку та ефективності операцій:

- планування витрат та доходів на рівні магазину, регіонального представництва та центрального офісу;
- контроль за фінансовими показниками та оптимізація операційних витрат;
- інвестиції в модернізацію обладнання, логістику та цифрові рішення.

Ці заходи дозволяють АТБ-Маркет зберігати лідерські позиції на ринку роздрібної торгівлі України.

Організаційна структура ТОВ «АТБ-маркет» побудована таким чином, щоб забезпечити ефективне управління великою мережею продуктових магазинів, оптимізацію операційних процесів, управління ланцюгами постачання та досягнення стратегічних цілей компанії. Оскільки ТОВ «АТБ-маркет» є однією з найбільших роздрібних мереж в Україні, її структура є багаторівневою та передбачає чіткий поділ на функціональні відділи і регіональні підрозділи.

Основні результати виробничо-господарської діяльності ТОВ «АТБ-маркет» включають:

1. Розширення мережі магазинів до більш ніж 1500 торговельних точок по всій Україні.
2. Впровадження централізованої логістики та автоматизованих складів.
3. Застосування інноваційних технологій у виробництві та продажах.
4. Підвищення ефективності діяльності та оптимізація витрат.
5. Зростання ринкової частки та забезпечення стабільного прибутку.
6. Виконання соціальної функції: створення робочих місць, підтримка місцевих виробників та постачальників.

Виробничо-господарська діяльність ТОВ «АТБ-маркет» представлено на рис. 2.1.



Рисунок 2.1. - Виробничо-господарська діяльність ТОВ «АТБ-маркет»

Проаналізуємо техніко-економічні показники ТОВ «АТБ-маркет» та представимо значення в табл. 2.1.

Як видно з даних табл. 2.1, обсяг реалізації у 2020 році зріс 13187,29 тис грн або на 16,58 %. У 2021 році він ще росте на 55997,31 тис грн або 60,38 %. У 2022 році падає на 412,4 тис. грн або 0,28%. У 2023 році він зростає на 32756,8 тис. тон або 22,08 %. В загалом обсяг реалізованої продукції виріс на 101529 тис грн або 127,61%.

Витрати на 1 грн товарної продукції у 2020 році зросли на 0,02 грн/грн, а в 2021 – ще на 0,41 грн/грн. Протягом 2021-2023 рр приблизно однакові. І дорівнюють 0,74 грн/грн на кінець досліджуваного періоду (рис. 2.1).

Таблиця 2.1 - Динаміка техніко-економічних показників діяльності ТОВ «АТБ - маркет» за 2019-2023 рр.

№	Показник	Роки					Відхилення									
		2019	2020	2021	2022	2023	Абсолютне, тис.грн					Відносне, %				
							2020/ 2019	2021/ 2020	2022/ 2021	2023/ 2022	2023/ 2019	2020/ 2019	2021/ 2020	2022/ 2021	2023/ 2022	2023/ 2019
1	Товарна продукція, млн. грн.	8495,0	7672,7	8495,0	7672,7	8253,4	-822,3	822,3	-822,3	580,7	-241,6	-9,68	10,72	-9,68	7,57	-2,84
2	Товарна продукція в співставних цінах 2023 р., млн грн	104910,3	123864,4	9548,4	7672,7	8253,4	18954,1	-114316,0	-1875,7	580,7	-96656,9	18,07	-92,29	-19,64	7,57	-92,13
3	Обсяг реалізованої продукції, млн. грн.	79560,7	92747,9	148745,3	148332,9	181089,7	13187,3	55997,3	-412,4	32756,8	101529,0	16,58	60,38	-0,28	22,08	127,61
4	Собівартість реалізованої продукції, млн. грн	25349,6	31116,40	110486,3	108509,3	133239,8	5766,8	79369,9	-1977,0	24730,5	107890,2	22,75	255,07	-1,79	22,79	425,61
5	Витрати на 1 грн. товарної продукції, грн/грн	0,32	0,34	0,74	0,73	0,74	0,0	0,4	0,0	0,0	0,4	5,30	121,40	-1,72	1,37	132,25
6	Кількість осіб, тис. ос.	55,0	62,0	67,0	75,0	60,0	7,0	5,0	8,0	-15,0	5,0	12,73	8,06	11,94	-20,00	9,09
7	Фонд оплати праці, млн. грн.	19480,0	20546,0	11288,5	16017,8	29231,6	1066,0	-9257,5	4729,3	13213,8	9751,6	5,47	-45,06	41,89	82,49	50,06
8	Середня заробітна плата працівників, тис. грн./ос.	354,2	331,39	168,5	213,6	487,2	-22,8	-162,9	45,1	273,6	133,0	-6,44	-49,15	26,77	128,09	37,56
9	Продуктивність праці, тис. грн./ос.	1992,5	1870,3	1649,0	1446,8	3018,2	-122,2	-221,3	-202,2	1571,4	1025,7	-6,13	-11,83	-12,26	108,61	51,48
10	Середньорічна вартість основних засобів, млн. грн.	11288,5	16017,8	23895,7	20763,6	22365,3	4729,3	7877,9	-3132,1	1601,7	11076,8	41,89	49,18	-13,11	7,71	98,12
11	Середньорічна вартість активів, млн. грн.	38987,3	41478,2	42395,4	41380,4	47487,9	2490,9	917,2	-1015,0	6107,5	8500,6	6,39	2,21	-2,39	14,76	21,80
12	Фондовіддача, грн/грн	0,45	0,40	0,40	0,37	0,37	-0,1	0,0	0,0	0,0	-0,1	-11,11	0,00	-7,50	0,00	-17,78
13	Фондомісткість, грн/грн	2,50	2,40	2,50	2,71	2,71	-0,1	0,1	0,2	0,0	0,2	-4,00	4,17	8,40	0,00	8,40
14	Фондоозбросність, грн/грн	381,3	377,4	356,6	296,6	372,8	-3,9	-20,8	-60,0	76,2	-8,5	-1,02	-5,51	-16,83	25,69	-2,23
15	Середньорічний залишок оборотних активів, млн. грн.	5876,4	6125,5	6407,4	8423,6	13515,6	249,1	281,9	2016,2	5092,0	7639,2	4,24	4,60	31,47	60,45	130,00
16	Валовий прибуток, млн грн	32867,4	35278,9	38259,0	39823,6	47849,8	2411,5	2980,1	1564,6	8026,2	14982,4	7,34	8,45	4,09	20,15	45,58
17	Чистий дохід від реалізації продукції, млн.грн.	141847,6	144786,3	148745,3	148332,9	181089,7	2938,7	3959,0	-412,4	32756,8	39242,1	2,07	2,73	-0,28	22,08	27,66
18	Чистий прибуток, млн. грн.	9567,4	9467,2	8328,9	2811,4	-450,4	-100,2	-1138,3	-5517,5	-3261,8	-10017,8	-1,05	-12,02	-66,25	-116,0	-104,7
19	Рентабельність продукції,%	8,0	7,8	7,5	2,6	-0,03	-0,2	-0,27	-4,9	-2,6	-8,0	-	-	-	-	-
20	Рентабельність продажів, %	7,2	6,7	5,6	1,9	0,00	-0,5	-1,1	-3,7	-1,9	-7,2	-	-	-	-	-
21	Рентабельність підприємства, %	40,00	36,00	34,86	13,54	-0,03	-4,00	-1,14	-21,32	-13,57	-40,03	-	-	-	-	-

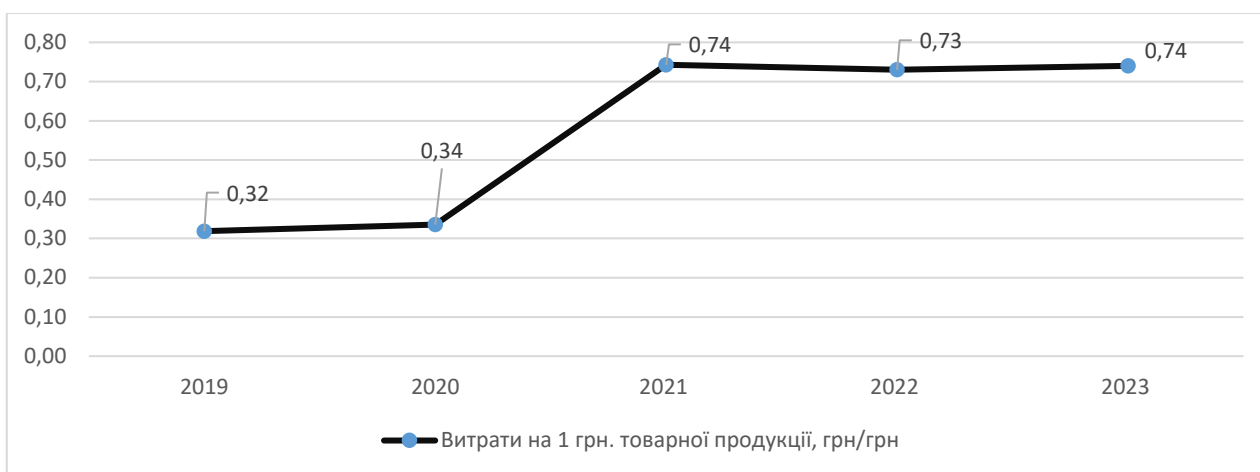


Рисунок 2.1 - Зміна витрат на 1 грн товарної продукції за 2019-2023 роки

Собівартість реалізованої продукції на початок досліджуваного періоду становить 25349,64 млн грн. У 2020 році вона зросла на 5766,76 млн грн або 22,75 %. У 2021 році вона зросла ще на 79369,9 млн грн або 255,07%. У 2022 році вона дорівнює вже 108509,3 млн грн, тобто впала на 1977 млн грн або 1,79 %. В 2023 році вона зростає аж на 20,6 % або 24730,5 млн грн в порівнянні з 2022 р. і дорівнює вже 133239,8 млн грн (рис.2.4).

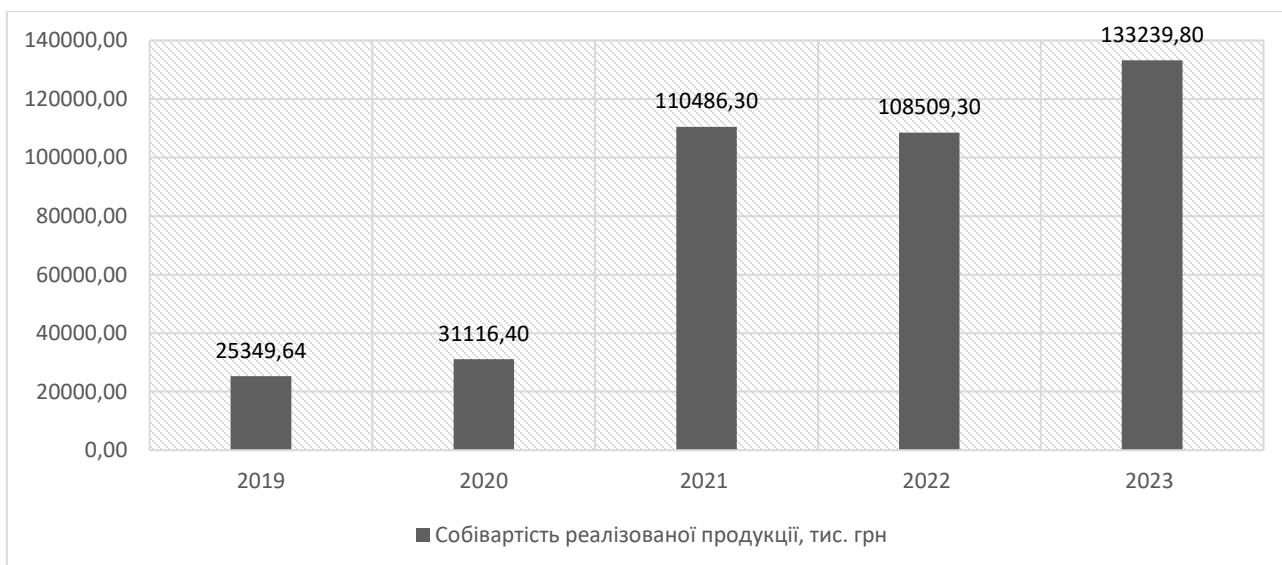


Рисунок 2.4 -Динаміка зміни собівартості в 2019-2023 рр.

Продуктивність праці падає на 122,20 тис грн/ос або 6,13% у 2020 році, у 2022 році ще на 221,3 тис грн/ос або 11,83%, у 2022 р - на 202,3 тис грн/ос або 12,27% у, а потім зростає на 1571,4 тис грн/ос або 108,6 % у 2023 р. взагалі ж вона зросла на 51,4%, що дорівнює 1025,7 тис грн/ос (рис.2.2).

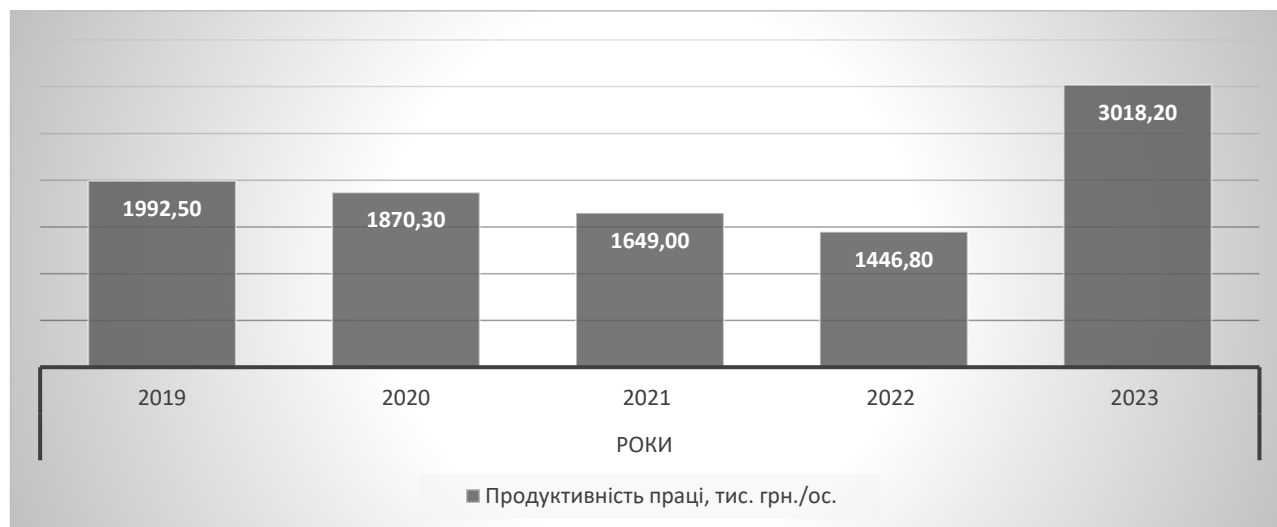


Рисунок 2.2 - Зміна продуктивності праці за 2019-2023 рр.

Середньорічна вартість основних засобів за аналізований період зросла на 98,12%, що є позитивною тенденцією (рис. 2.3).

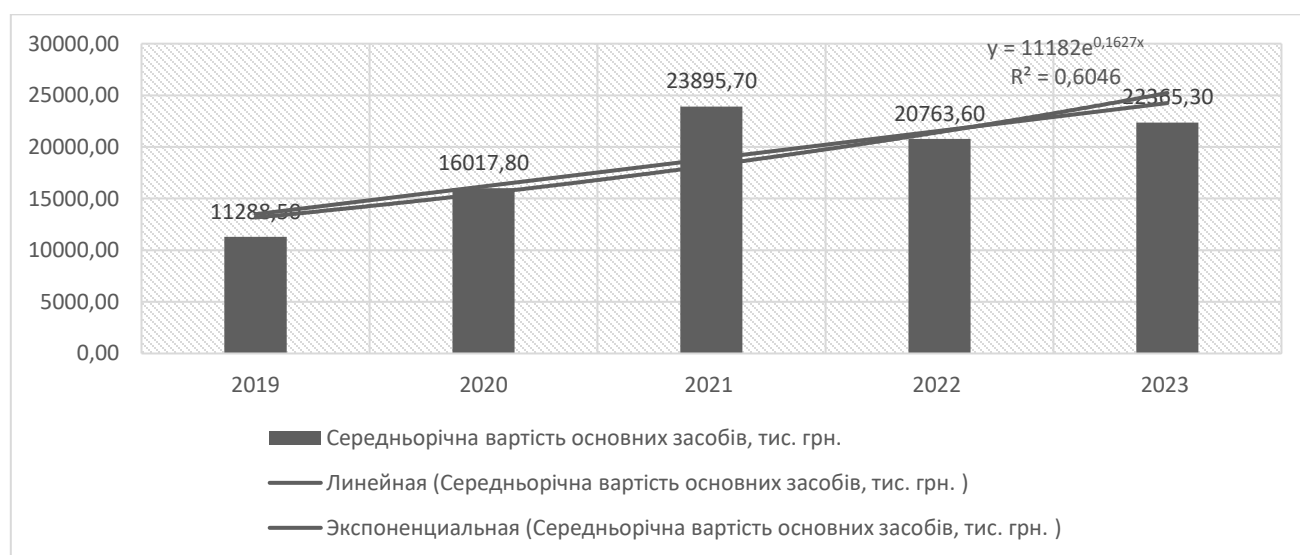


Рисунок 2.3 - Динаміка середньорічної вартості основних засобів за 2019-2023 рр.

Фондовіддача у 2020 році дорівнює 0,4 грн/грн. У 2021 році вона становить 0,4 грн/грн, в 2022 році зменшується на 0,3 грн/грн та дорівнює вже 0,37 грн/грн. У 2023 році фондовіддача залишається на рівні з минулим роком (рис. 2.4).

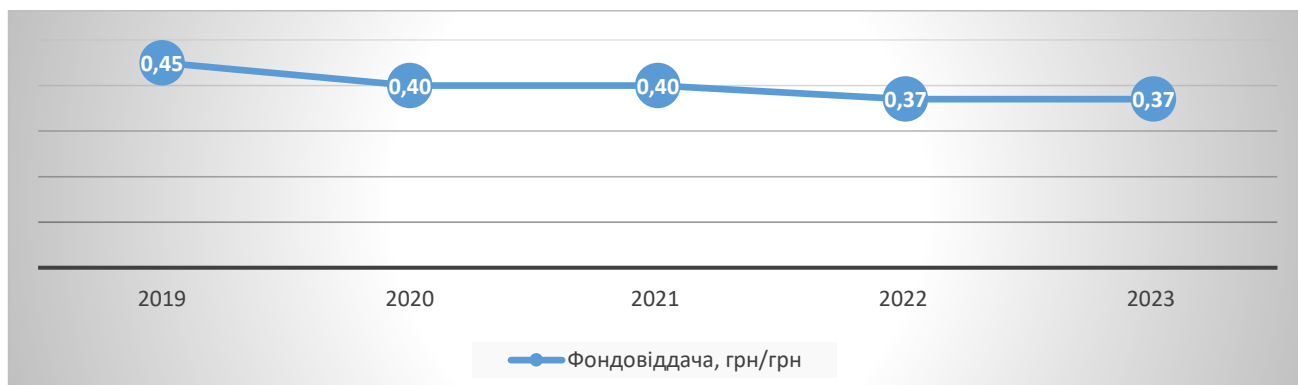


Рисунок 2.4 - Зміна фондовіддачі за 2019-2023 pp.

Фондомісткість у 2020 році зменшилась на 0,1 грн/грн, у 2021 році збільшилась на 0,1 грн/грн, у 2022 році в порівнянні з минулим роком збільшується на 0,21 грн/грн та становить 2,71 грн/грн. такий же результат ми спостерігаємо і в 2023 році.

Фондоозброєність у 2020 році зменшилась на 3,9 грн/грн або 1,02 %. У 2021 році становить 356,6 грн/грн. У 2022 році фондоозброєність зменшилась на 16,83% або 60,03 грн/грн, а потім у 2023 році – збільшилась на 76,18 грн/грн або 25,7 %. За досліджуваний період вона зменшилась на 2,23 % або 8,05 грн/грн (рис. 2.5).

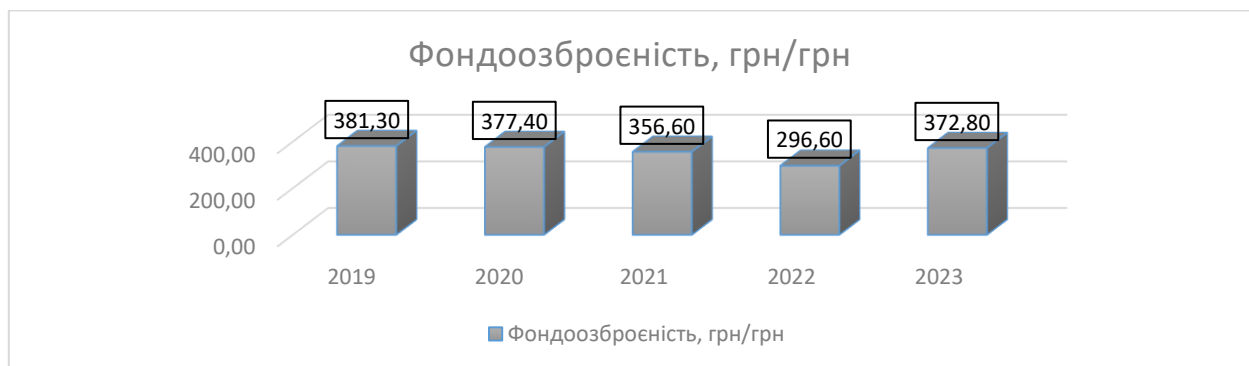


Рисунок 2.5 - Зміна фондоозброєності за 2019-2023 pp.

Чистий дохід від реалізації продукції у 2020 році в порівнянні з 2019 роком зріс на 2938,7 млн грн або 2,07 %. У 2022 році 2021 роком зменшився на 412,4 млн грн або 0,28 % і становить 148332,9 млн грн. В 2023 році він зріс на 32756, 8 млн грн. або 22,1 % та дорівнює 181089,7 млн грн. Якщо порівняти 2023 рік та 2019, то чистий дохід від реалізації продукції збільшився на 39242,1 млн грн або 27,66 % (рис. 2.6).

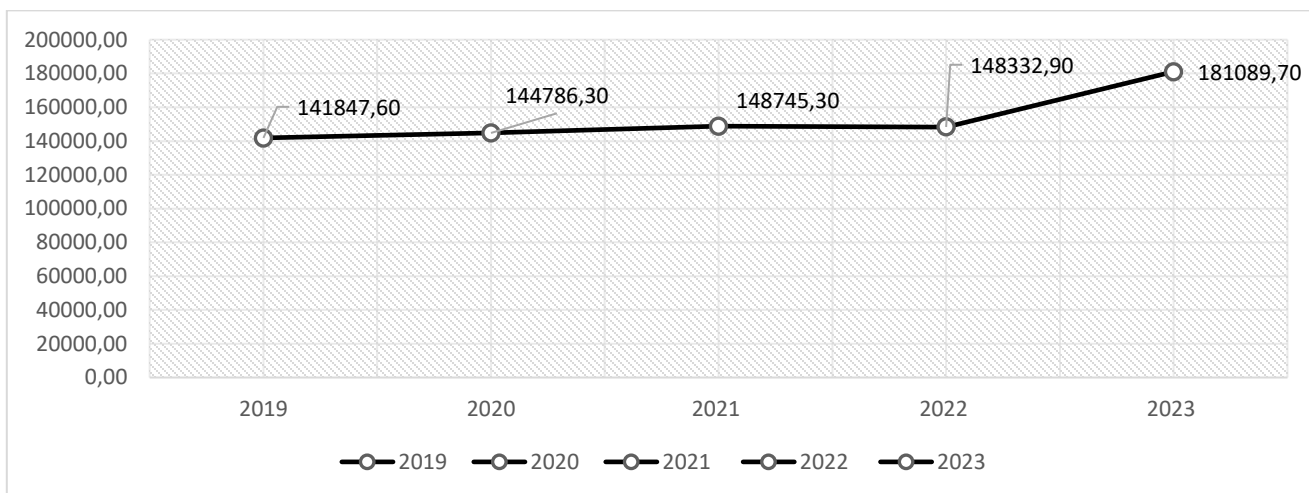


Рисунок 2.6 - Зміна чистого доходу 2019-2023 років

Валовий прибуток за 2019-2023 рр зростає на 14982,4 млн грн або 45,58 %, а чистий прибуток падає на 1017,8 млн грн або 104,71 % (рис.2.10). Це пов'язано з військовими діями на території України.

Рентабельність продукції в 2020 році зменшується на 0,7% . У 2021 році становить вона становить 7,53 %. В 2022 році вона зменшується на 4,94 %, а в 2023 ще на 2,60 %. В кінці досліджуваного періода рентабельність продукції становить -0,03 %.

Рентабельність продажів поступово подала з 2019 до 2023 рр. Спочатку вона становила 8,5 % у 2019 році, 7,8% у 2020 році, 5,60 % у 2021 році, потім у 2022 році – 1,90 %, а в 2023 вже дорівнює -0,002 %.

Рентабельність підприємства теж зазнала такого погіршення. З 36,8 % у 2019 році, 36% у 2020, 34,86% у 2021 році. В 2022 році вона різко падає до 13,54

%, а потім взагалі до критичних -0,03 % у 2023 році. Це пов'язано з веденням бойових дій та окупації деяких областей України (рис.2.7).

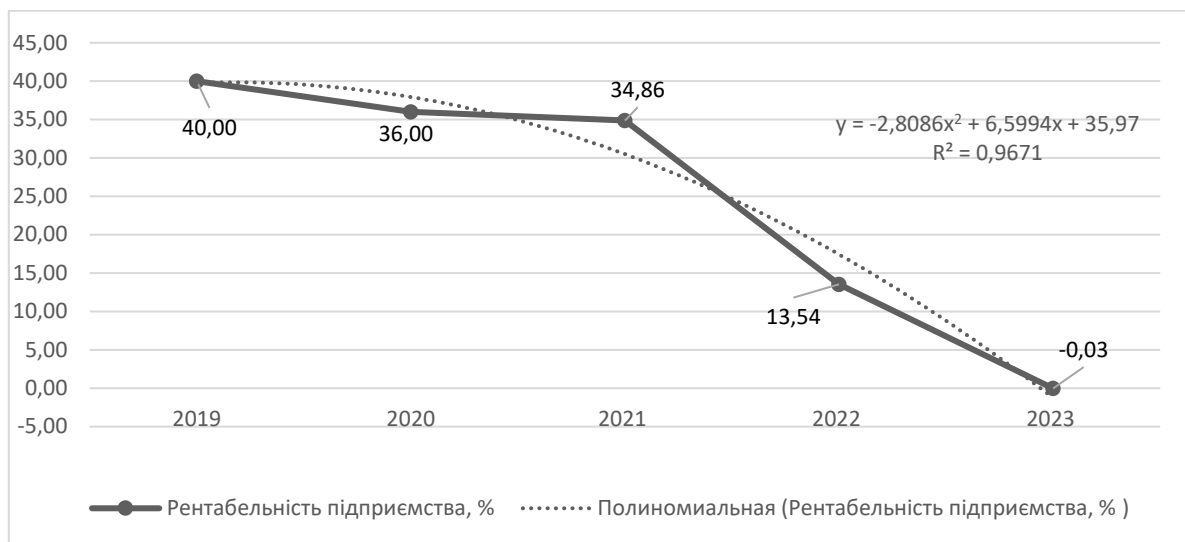


Рисунок 2.7 - Зміна рентабельності підприємства в 2021-2023 рр.

Проведемо аналіз ліквідності. Результати розрахунків представлено в табл. 2.2.

Як видно з даних табл. 2.2, протягом всього періоду термінові зобов'язання (Π_1) більше ніж ліквідні активи (A_1), пояснюється це не розумністю тримати активи у грошових одиницях або ж у цінних паперах з коротким терміном, аджепри дії інфляції вони дуже швидко втрачають свою цінність.

Компанії буде значно вигідніше тримати своє майно у активах, які не чутливі до дії інфляції, а саме у будівлях, запасах напівфабрикатів або ж у готової продукції.

Таку ж ситуацію маємо з швидколіквідними активами (A_2) та короткостроковими зобов'язаннями (Π_2). Вони більше протягом усього періоду, що є негативним явищем для підприємства. Повільно ліквідні активи (A_3) не перевищують довгострокових зобов'язань (Π_3). Протягом аналізованого періоду ця різниця зменшується, що вказує на покращення роботи і ліквідності компанії.

Таблиця 2.2 - Ліквідність балансу ТОВ “АТБ-маркет” за 2019-2023 рр.

№	Група активів	2019	2020	2021	2022	2023	Група зобов'язань	2019	2020	2021	2022	2023	Платіжний надлишок або нестача				
													2019	2019	2019	2019	2019
1	Найбільш ліквідні активи А1, млн грн	3599	3506	6407	8423	13515	Найбільш термінові зобов'язання П1, млн грн	19634	23783	23783	27989	34285	-16034	-2027	-1376	-19565	-20770
2	Швидко ліквідні активи А2, млн грн	793	1192	1192	1477	1836	Коротко строкові зобов'язання П2, млн грн	3228	5639	5639	5481	1242	-2435	-444	-5638	-5479	-1240
3	Повільно ліквідні активи А3, млн грн	5011	6423	6423	7771	8615	Довгострокові зобов'язання та інші зобов'язання П3, млн грн	2496	9966	9966	9875	8672	2514	-354	-3542	-2103	-57
4	Важко ліквідні активи А4, млн грн	7490	18601	18601	23895	22365	Довгострокові зобов'язання П4, млн грн	2496	9966	9966	9875	8672	499,	8634	8634	14020	13692

Протилежну ситуацію спостерігаємо з важколіквідними активами (A_4) та довгостроковими зобов'язання (P_4). Тут вже активи більше за пасиви протягом усього періоду та ця різниця стає все більшою. Це є позитивним фактором для підприємства.

$$A_1 < P_1, A_2 < P_2, A_3 < P_3, A_4 > P_4$$

Як бачимо ліквідність підприємства не є абсолютною. Це є негативно.

Внесемо показники ліквідності в табл. 2.3.

Таблиця 2.3 – Зміна ліквідності ТОВ «АТБ-маркет» за 2019-2023 років

Показники	Норм. значення	2019	2020	2021	2022	2023	Відхилення (+/-)			
							2020/ 2019	2021/ 2020	2022/ 2021	2023/ 2019
Коефіцієнт покриття (загальний коефіцієнт ліквідності)	>2	1,37	1,30	1,22	0,93	1,25	-0,07	-0,08	-0,29	-0,12
Коефіцієнт швидкої ліквідності	>1	1,21	1,15	1,18	0,89	1,25	-0,06	0,03	-0,29	0,04
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	>0,2	0,0042	0,0035	0,003071	0,001979	0,005134	-0,0007	-0,000429	-0,001	0,000934

З табл. 2.3 видно, що в 2020 році показник впав на 0,07, у 2021 році – на 0,08, у 2022 році показник впав на 0,29, а у 2023 році – він виріс на 0,42. Це означає, що на початку періоду підприємство мало скрутну ситуацію, але воно змогло покращити свій стан, що є вже позитивним фактором. Зменшення коефіцієнта швидкої ліквідності у 2020 році на 0,06, збільшення його у 2021 році на 0,03, у 2022 році зменшення на 0,29 та його збільшення у 2023 р на 0,36 прямо пов'язане зі зміною дебіторської заборгованості, спочатку вона зменшується, а потім збільшується, що призвело до зміни коефіцієнта. Оскільки компанія має

рівень активів, які зберігаються в грошових коштах, тому що вони відчутно вразливі до інфляції, тому коефіцієнт абсолютної ліквідності має дуже низьке значення та за весь проаналізований період навіть не досягає норми.

Фінансова стійкість представлена в табл. 2.4.

Таблиця 2.4 – Фінансова стійкість ТОВ «АТБ-маркет» за 2019-2023 рр.

Показник	2019	2020	2021	2022	2023
Нв, тис грн	4500000	5000000	5522404	-4010213	3500000
Нд, тис грн	8000000	8500000	8821259	-1928793	7000000
Нз, тис грн	40000000	45000000	49530232	26428183	52000000
Нв +/-		+500000	+521204	-9532617	7510213
Нд +/-		+500000	+321259	-10750052	8928793
Нз +/-		+5000000	+4530232	-23102049	25 571 817
Нв +/-		+	+	-	+
Нд +/-		+	+	-	+
Нз +/-		+	+	-	+

Показники оцінки фінансової стійкості показано у табл. 2.5. Як видно з табл. 2.5, коефіцієнт автономії протягом 2019-2023 років не перевищує нормативний рівень для цього показника. Це свідчить про залежність компанії від фінансування з зовні та є не дуже привабливим для інвесторів.

Коефіцієнт автономії є занадто малим, тому протилежний йому показник є більшим за бажану норму ($<2,0$). Це є негативним фактором. З цього також видно, що компанія є залежною від зовнішнього фінансування й менше приваблює інвесторів до неї.

Коефіцієнт маневреності спочатку зменшується, а потім і зростає, але цього все одно не достатньо навіть для нормативного порогу. Це є неприємним фактором.

Упродовж 2019-2023 років коефіцієнт фінансової стійкості був нижче норми (>1), що вказує на нездатність погасити свої кредити і позики. Ситуацію не спасає навіть збільшення цього показника у 2023 році.

Таблиця 2.5 – Показники оцінки фінансової стійкості ТОВ «АТБ-маркет» за 2019-2023 рр.

№	Показники	Норм знач.	2019	2020	2021	2022	2023	Відхилення (+/-)				
								2020/2019	2021/2020	2022/2021	2023/2022	2023/2019
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	Коефіцієнт автономії	>0,5	0,40	0,39	0,38	0,33	0,42	-0,01	-0,01	-0,05	0,09	0,02
2	Коефіцієнт фін. залежності	<2,0	2,50	2,60	2,64	3,02	2,50	0,10	0,04	0,38	-0,52	0,00
3	Маневреність роб. капіталу	за пл.	0,15	0,14	0,12	-0,5	0,05	-0,01	-0,02	-0,62	0,55	-0,10
4	Коефіцієнт маневреності робочого капіталу	>0,5	0,35	0,34	0,33	-0,13	0,28	-0,01	-0,01	-0,46	0,41	-0,07
5	Коефіцієнт фінансової стійкості	>1	0,65	0,63	0,61	0,50	0,7	-0,02	-0,02	-0,11	0,20	0,05
6	Коефіцієнт спів. позик. і вл. капіталу	-	1,50	1,60	1,64	2,02	1,8	0,10	0,04	0,38	-0,22	0,30
7	Коефіцієнт стійкості фінансування	0,8-0,9	0,45	0,44	0,43	0,38	0,4	-0,01	-0,01	-0,05	0,02	-0,05
8	Коефіцієнт конц. позикового капіталу	<0,5	0,60	0,61	0,62	0,67	0,58	0,01	0,01	0,05	-0,09	-0,02
9	Коефіцієнт стр. фін. необ. активів	<1	0,18	0,16	0,15	0,11	0,13	-0,02	-0,01	-0,04	0,02	-0,05
10	Коефіцієнт довг. залучення позикових коштів	-	0,10	0,11	0,11	0,12	0,15	0,01	0,00	0,01	0,03	0,05
11	Коефіцієнт заб. вл. об. коштами	>0,1	0,20	0,18	0,11	-0,15	0,2	-0,02	-0,07	-0,26	0,35	0,00
12	Коефіцієнт довгострокових зобов'язань	<0,2	0,08	0,075	0,075	0,068	0,065	-0,005	0,000	-0,007	-0,003	-0,015
13	Коефіцієнт пот. зобов'язань	>0,5	0,90	0,91	0,926	0,932	0,950	0,01	0,016	0,006	0,018	0,05
14	Коефіцієнт стр. бізнесу	>0,2	0,002	0,002	0,002	0,003	0,005	0,0004	-0,0004	0,001	0,001	0,003
15	Коефіцієнт заб. запасів роб. капіталом	>0,2	8,50	8,80	8,61	-1,99	7,5	0,30	-0,19	-10,6	9,49	-1,00

Компанія наразі залежна від кредитів. На це вказує коефіцієнт співвідношення. За даний період він спочатку збільшився, а потім зменшився, але в загалом залишився на неприйнятному рівні. Це є негативним аспектом.

Коефіцієнт стійкості фінансування за 2019-2023 рр. не дотягує до нормативного показника. Він навіть не має половини потрібного значення. Це значить, що компанія не має своїх стійких фінансових джерел.

Ріст частки позичкового капіталу у 2022 році, а потім його зменшення у 2023 році показує нестабільність коефіцієнта концентрації позичкового капіталу, але він більше ніж допустима норма для нього ($<0,5$), що є не дуже добрим фактором у діяльності підприємства.

Коефіцієнт структури фінансування необоротних активів знаходиться на доволі низькому рівні за весь аналізований період й не перевищує нормативного значення. Це є позитивно та показує зниження фінансування необоротних активів саме за допомогою довгострокових зобов'язань.

За підтримки довгострокових кредитів спостерігається зростання інвестиційної активності, що вже не є позитивним фактором. Це показує стабільне збільшення коефіцієнта довгострокового залучення позикових коштів протягом 2019-2023 років.

Коефіцієнт забезпечення власними оборотними коштами за аналізований період не є однозначним. У 2021 році він перевищує нормативне значення, що є позитивно, у 2022 році він вже спускається у від'ємну зону, а це вже негативно. У 2023 ж він знову перевищує норму.

За весь аналізований період коефіцієнт довгострокових зобов'язань не перевищує нормативного значення ($<0,2$). Це показує прийнятний рівень об'єму довгострокових зобов'язань в формуванні капіталу компанії.

Протилежним до коефіцієнта довгострокових зобов'язань є коефіцієнт поточних зобов'язань. Даний показник перевищує нормативний рівень та показує вагу поточних зобов'язань в джерелах формування позичкового капіталу.

Коефіцієнт страхування бізнесу за весь період не досягає нормативного рівня та показує на дуже низьку суму резервного запасу.

Коефіцієнт забезпечення запасів робочим капіталом не є стабільним. У 2021 році він набагато перевищує нормативний показник ($>0,2$), у 2022 він вже є від'ємним, а в 2023 році знову суттєво більшим за норму. роках та суттєво перевищує нормативний рівень ($>0,2$). Тобто спочатку підприємство мало дуже високий рівень покриття матеріальних оборотних активів, потім навпаки дуже малий, і нарешті знову високий. В загалом у 2023 році компанія досягла гарних результатів у цьому напрямі.

Показники ділової активності показано в табл. 2.6.

З табл. 2.6 помітно, що коефіцієнт оборотності активів спершу зменшується, а потім збільшується, що свідчить спочатку про зниження частки використання активів на 0,54, а пізніше і про їх зростання на 0,66. В 2023 році ми бачимо вже кращу картину використання активів. Значення коефіцієнту оборотності оборотних активів також спочатку падає, а потім і зростає. В 2021 році він становив 1,15, в 2022 – 0,36, а в 2023 – 1,2.

Ефективність виробництва різко падає в 2022 році через початок війни на території країни, а в 2023 році зростає. Це означає покращення діяльності підприємства.

Коефіцієнт оборотності власного капіталу падає в 2022 році в порівнянні з 2021, а в 2023 - зростає, що показує краще використання власних коштів.

Коефіцієнт дебіторської заборгованості зменшується протягом 2018-2020 років, в 2021 різко зростає та в 2022 знов падає. Це свідчить про те, що покупці не вчасно погашають заборгованість перед підприємством.

Оборотність кредиторської заборгованості у першу половину періоду падає, що показує зменшення надання позик та кредитів підприємству. а в другу - стрімко зростає, що навпаки вказує на збільшення цього критерія.

Таблиця 2.6 – Показники ділової активності ТОВ «АТБ-маркет» 2019-2023

роки

№ з/п	Показники	2019	2020	2021	2022	2023	Відхилення (+/-)				
							2020/ 2019	2021/ 2020	2022/ 2021	2023/ 2022	2023/ 2019
1	Коефіцієнт оборотності активів	0,80	0,75	0,78	0,24	0,90	-0,05	0,03	-0,54	0,66	0,10
2	Коефіцієнт оборотності оборотних активів	1,20	1,10	1,15	0,36	1,20	-0,10	0,05	-0,79	0,84	0,00
3	Коефіцієнт оборотності запасів	60,50	58,00	57,21	13,89	60,00	-2,50	-0,79	-43,32	46,11	-0,50
4	Коефіцієнт оборотності власного капіталу	1,70	1,65	1,62	0,66	1,80	-0,05	-0,03	-0,96	1,14	0,10
5	Коефіцієнт оборотності коштів в розрахунках (дебіторської заборгованості)	1,25	1,22	1,20	0,38	1,50	-0,03	-0,02	-0,82	1,12	0,25
6	Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	1,80	1,75	1,70	0,40	1,85	-0,05	-0,05	-1,30	1,45	0,05
7	Коефіцієнт завантаженості активів	1,30	1,28	1,28	4,21	1,5	-0,02	0,00	2,93	-2,71	0,20
8	Коефіцієнт завантаженості активів в обороті	0,90	0,88	0,87	2,75	1,00	-0,02	-0,01	1,88	-1,75	0,10
9	Коефіцієнт завантаженості власного капіталу	0,65	0,63	0,62	1,52	0,7	-0,02	-0,01	0,9	-0,82	0,05

Оборотність кредиторської заборгованості у першу половину періоду падає, що показує зменшення надання позик та кредитів підприємству. а в другу - стрімко зростає, що навпаки вказує на збільшення цього критерія.

Зростає вартість майна компанії на одну гривню продажу, так як коефіцієнт завантаженості активів збільшується у 2022 році та сягає значення 4,21. Це вказує на падіння ефективності діяльності підприємства. А в 2023 році цей коефіцієнт навпаки падає, що показує на покращення діяльності підприємства.

Коефіцієнт завантаженості власного капіталу спершу збільшується та набуває максимального значення у 2022 році, а потім знижується у 2023 році та сягає 0,7.

Тривалість обороту активів подана в табл. 2.7.

Таблиця 2.7 – Тривалість обороту активів ТОВ «АТБ-маркет» за 2019-2023 рр.

Показники	2019	2020	2021	2022	2023	Відхилення (+/-)				
						2020/ 2019	2021/ 2020	2022/ 2021	2023/ 2022	2023/ 2019
Період обороту активів	450,0	460,0	459,4	1514,2	380,0	10,0	-0,6	1054,8	-1134,2	-70,0
Період обороту дебіторської заборгованості (K1)	290,0	300,0	298,9	952,4	260,0	10,0	-1,1	653,4	-692,4	-30,0
Період обороту запасів (K2)	5,8	6,1	6,3	25,9	5,8	0,30	0,2	19,6	-20,1	0,0
Період обороту кредиторської заборгованості (K3)	200,	210,0	211,6	898,6	190,0	10,0	1,5	687,0	-708,6	-10,0
Фінансовий цикл	90,0	92,0	93,7	79,7	75,0	2,0	1,7	-13,9	-4,7	-15,0

В табл. 2.7 період обороту активів за 2022 рік значно зростає. Це спричинено дефіцитом грошових коштів в компанії. А от в 2023 році даний показник вже різко падає, що є позитивним фактором для підприємства.

В 2022 році період дебіторської заборгованості збільшується більше, ніж в 3 рази, тому що підприємство не отримує кошти від дебіторів. А в 2023 році цей показник навпаки зменшується більше, ніж в 3 рази, що значно покращує ситуацію.

Період обороту запасів так же як і минулі показники різко зростає в 2022 році, а в 2023 – різко падає. Але все ж цей показник не досягає занадто високих значень, що і вказує на деяку стабільність у керуванні запасами компанії.

Кредиторська заборгованість у 2021 році набуває найбільшого значення через початок війни. Це напряду вказує на дестабілізацію рухів коштів на підприємства. В 2023 ж році знову цей показник різко падає, що вказує на те, що підприємство стало краще контролювати потоки коштів.

Фінансовий цикл протягом всього аналізованого періоду стабільно зменшується. Це вказує на зменшення необхідності у фінансуванні своїх господарських потреб, що є доволі позитивним фактором.

Проведемо аналіз доходів та занесемо його результат в табл. 2.8.

Чистий дохід падає на 0,28 % в 2022 році, а от в 2023 році він навпаки зростає на 22,08 %.

Інші операційні доходи на підприємстві зменшуються на 10,07 % у 2022 році, і продовжують падати і в 2023 році на 5,91 %.

Інші фінансові доходи збільшуються протягом усього досліджуваного періоду. Спочатку вони зростають на 89,68 % у 2022 році та ще на 123,09 % наступного року.

Інші доходи підприємства становлять дуже низький об'єм, який ще й зменшився за аналізований період. В 2022 році він впав на 57,14 % та тримався на цьому ж рівні і наступного року.

Такі зміни доходів призвели до збільшення загальної суми доходів на 1,76 % в 2022 році та ще на 22,36 % у 2023 році.

Проведемо аналіз витрат та занесемо його результати у табл. 2.9.

Таблиця 2.8 - Аналіз доходів ТОВ «АТБ-маркет» 2019-2023

Показники	Роки										Відхилення									
	2019		2020		2021		2022		2023		2020/2019		2021/2020		2022/2021		2023/2022		2023/2019	
	млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%	+/-	%	+/-	%	+/-	%	+/-	%	+/-	%
Чистий дохід від реалізації продукції	140000	97,5	145000	97,3	148745	97,5	148 333	97,2	181 090	96,8	5000	3,6	3745	2,6	-412	-0,3	32757	22,1	41 090	29,4
Інші операційні доходи	1000	0,7	1200	0,8	1331	0,9	1 197	0,8	1126	0,6	200	20,0	131	10,9	-134	-10,1	-71	-5,9	126	12,6
Інші фінансові доходи	150	0,1	200	0,1	216	0,1	410	0,3	914	0,5	50	33,3	16	8,0	194	89,9	504	123,1	764	509,6
Інші доходи	0,01	0,0	0,012	0,0	14	0,0	0,006	0,0	0,006	0,0	0,0	20,0	0,0	16,7	-0,01	-57,1	0,0	0,0	-0,004	-40,0
Разом	141150	100	146412	100	150292	100	152939	100	187130	100	5262	3,7	3880	2,7	2647	1,8	34191	22,4	45980	32,6

Таблиця 2.9 – Структура та динаміка витрат ТОВ «АТБ-маркет» за 2019-2023 рр

Показники	Роки										Відхилення									
	2019		2020		2021		2022		2023		2019		2020		2021		2022		2023	
	млн грн	%	млн грн	%	млн грн	%	млн грн	%	млн грн	%	+/-	%	+/-	%	+/-	%	+/-	%	+/-	%
Собівартість реалізованої продукції	95432	75,3	102157	76,2	110486	77,8	110721	75,1	133240	72,58	6725	7,1	8330	8,2	235	0,2	22519	20,3	37808	39,6
Адміністративні витрати	2912	2,3	3614	2,7	4816	3,4	11027	7,5	23973	13,06	702	24,1	1202	33,2	6211	129,0	12946	117,4	21061	723,2
Витрати на збут	18432	14,6	20123	15,0	22451	15,8	22041	15	23013	12,54	1691	9,2	2328	11,6	-410	-1,8	972	4,4	4581	24,8
Інші операційні витрати	357	0,3	395	0,3	416	0,3	1115	0,8	1387	0,76	38	10,8	21	5,3	700	168,1	271	24,4	1030	288,7
Фінансові витрати	1453	1,2	1784	1,3	1954	1,4	1649	1,1	1709	0,93	330	22,7	170	9,5	-305	-15,6	60	3,6	255	17,6
Інші витрати	9	0,01	11	0,01	12	0,01	30	0,02	20	0,01	2	20,1	2	15,3	18	141,8	-10	-33,1	11	123,8
Витрати з податку на прибуток	1235	0,9	1575	1,2	1828	1,3	830	0,6	240	0,13	340	27,6	253	16,1	-999	-54,6	-589	-71,1	-995	-80,6
Разом	126830	100	130659	100	141963	100	147412	100	183580	100	6725	7,1	8330	8,2	235	0,2	22519	20,3	37808	39,6

З табл. 2.9 ми бачимо, що собівартість реалізованої продукції зростає на 0,21 % у 2021 році, а у 2023 році ще аж на 20,34 %. Ці зміни були спричинені початком бойових дій на території України, що і призвело до погіршення господарської діяльності й зменшення собівартості в 2022 році.

Адміністративні витрати дуже стрімко зростають протягом всього періоду. Спочатку в 2022 році вони збільшуються на 128,97 % а потім в 2023 році – ще на 117,41 %. Пов'язано це зі зміною цін на аудиторські, юридичні та інші послуги.

Витрати на збут зменшуються на 1,83 % в 2021 році, а в 2023 році збільшуються на 4,41 %. Ці зміни було зумовлено зміною ціни на транспортування продукції, зміною структури виробництва, а також початок війни й скорочення через це точок збуту готової продукції.

Витрати на збут зменшуються на 1,83 % в 2021 році, а в 2023 році збільшуються на 4,41 %. Ці зміни було зумовлено зміною ціни на транспортування продукції, зміною структури виробництва, а також початок війни й скорочення через це точок збуту готової продукції. (рис. 2.8).

Інші операційні витрати стрімко збільшуються на 168,05 % у 2022 році, і в 2023 році ще на 24,35 %. Причиною таких змін є зміна собівартості реалізації, та зміна витрат курсових різниць.

Фінансові витрати у 2022 році знижуються на 15,61 %, а в 2023 році збільшуються на 3,62 %. Це обумовлено зміною витрат по курсових різницях й зміною витрат по платі відсотків за кредити й пенсійним зобов'язанням.

В табл. 2.10 проаналізуємо витрати за їх елементами. В табл. 2.10 видно, що матеріальні витрати знижуються на 58,61 % в 2022 році, а в 2023 році вони зростають на 6,11 %. Це пов'язано зі зменшенням господарської діяльності. Витрати, які зв'язані з оплатою праці ростуть спочатку на 41,91 % у 2022 році, та продовжують свій ріст в 2023 році ще на 82,51 %. Відрахування на соціальні фонди спочатку падають на 16,18 % в 2022 році, а в 2023 році вони ростуть на 7,51 %.

Таблиця 2.10 – Витрати за елементами операційних витрат ТОВ «АТБ-маркет» за 2019-2023 рр.

Показники	Роки										Відхилення									
	2019		2020		2021		2022		2023		2020/2019		2021/2020		2022/2021		2023/2022		2023/2019	
	млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%	+/-	%	+/-	%	+/-	%	+/-	%	+/-	%
Матеріальні витрати	950	3,20	700	2,10	662	2,22	291	0,86	291	0,58	-250	-26,32	-37	-5,36	-388	-58,61	17	6,11	-659	-69,36
Витрати на оплату праці	8500	28,70	9000	27,00	11288	37,65	29231	49,76	29231	58,02	500	5,88	2289	25,43	4729	41,91	13213	82,51	20732	243,90
Відрахування на соціальні заходи	1850	6,24	2000	6,00	2137	7,13	1926	5,56	1926	3,82	150	8,11	138	6,88	-346	-16,18	134	7,51	76	4,11
Амортизація	3900	13,18	4100	12,30	4302	14,35	4134	9,82	4134	8,20	200	5,13	203	4,94	-1140	-26,50	972	30,73	234	6,01
Інші операційні витрати	10000	33,78	10500	31,50	11257	37,64	14517	45,41	14517	28,80	500	5,00	758	7,22	3358	29,82	-98	-0,67	4518	45,18

Амортизаційні витрати теж спершу падають на 26,50 % у 2022 році, а пізніше в 2023 році вони ростуть на 30,73 %. Інші операційні витрати в 2022 році збільшуються на 29,82 %, а в 2023 році зменшуються на 0,67 %.

Структура витрат за елементами операційних витрат ТОВ «АТБ-маркет» за 2023 рік представлено на рис. 2.8.

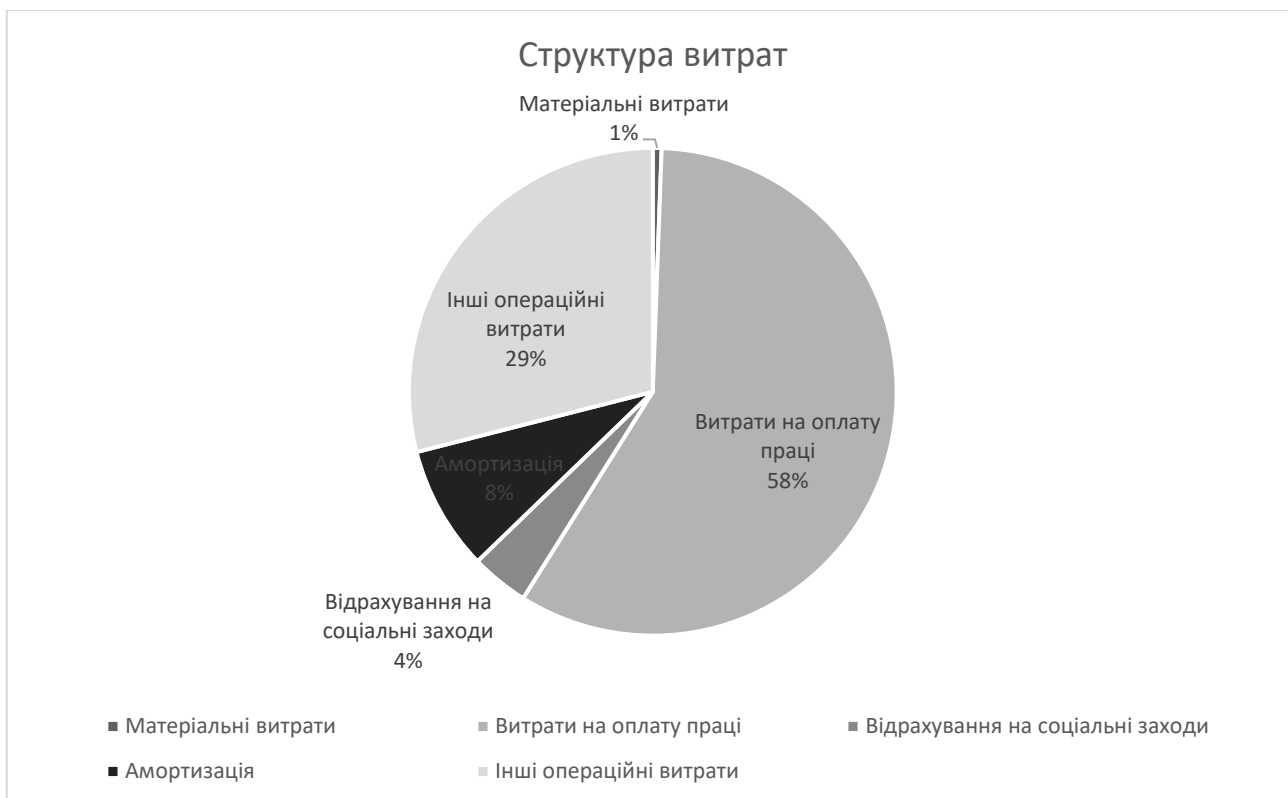


Рисунок 2.8 – Структура витрат за елементами ТОВ «АТБ-маркет» за 2023 рік

Отже, в даному підрозділі проаналізовано фінансово-економічних показників діяльності ТОВ «АТБ-Маркет». Розраховані коефіцієнти фінансової стійкості підтвердили стабільний стан підприємства, а аналіз показників рентабельності та валового прибутку продемонстрував лідерство ТОВ «АТБ-Маркет» у порівнянні з конкурентами.

2.2. Оцінювання основних показників прибутковості та їх вплив на конкурентоспроможність суб'єкту господарювання

Обґрунтування основних техніко-економічних та фінансових показників ТОВ «АТБ-Маркет», визначення його операційного потенціалу дало змогу визначити, що:

- на теперішній час ТОВ «АТБ-Маркет» є значущим гравцем на ринку роздрібної торгівлі, що постійно розвивається, впроваджуючи нові технології для задоволення потреб клієнтів;
- суттєвим недоліком у діяльності ТОВ «АТБ-Маркет» є недостатня увага до екологічності пакування, що є важливим фактором для сучасних споживачів. Крім того, обмеженість реклами на міжнародному рівні зменшує можливість залучення нових клієнтських сегментів за межами внутрішнього ринку;
- загальногалузевою проблемою є залежність від економічних і політичних умов, зокрема, від цін на енергоносії та зміни законодавства, які можуть вплинути на витрати та прибутковість компанії;
- основним конкурентом ТОВ «АТБ-Маркет» є інші великі національні мережі, які активно інвестують у розвиток інтернет-торгівлі та мають ширші можливості для диверсифікації своїх пропозицій. Успіх у конкурентній боротьбі вимагатиме вдосконалення маркетингових стратегій, збільшення складських потужностей та впровадження цифрових технологій у бізнес-процеси.

До основних показників прибутковості відносяться показники прибутку і рентабельності. Проведемо аналіз фінансових результатів ТОВ «АТБ-маркет» (табл. 2.11).

Таблиця 2.11 – Фінансові результати діяльності ТОВ «АТБ-маркет» за період 2019-2023 роки

№	Показник	Роки					Відхилення							
		2019	2020	2021	2022	2023	Абсолютне				Відносне			
							2020/ 2019	2021/ 2020	2022/ 2021	2023/ 2022	2020/ 2019	2021/ 2020	2022/ 2021	2023/ 2022
1	Чистий дохід від реалізації продукції, млн. грн.	141847,6	144786,3	148745,3	148332,9	181089,7	2938,7	3959	-412,4	32756,8	2,07	2,73	-0,28	22,08
2	Собівартість реалізованої продукції, млн. грн.	25349,6	31116,4	110486,3	108509,3	133239,8	5766,76	79369,9	-1977	24730,5	22,75	255,07	-1,79	22,79
3	Валовий прибуток (збиток), млн. грн.	32867,4	35278,9	37611,8	39823,6	47849,8	2411,5	2332,9	2211,8	8026,2	7,34	6,61	5,88	20,15
4	Інші операційні доходи, млн. грн.	1000,0	1200,0	1196,6	1125,9	1500,0	200	-3,4	-70,7	374,1	20,00	-0,28	-5,91	33,23
5	Адміністративні витрати, млн. грн.	8000,0	8500,0	11026,8	23972,9	25000,0	500	2526,8	12946,1	1027,1	6,25	29,73	117,41	4,28
6	Витрати на збут, млн. грн.	20000,0	21000,0	22040,9	23012,9	24000,0	1000	1040,9	972	987,1	5,00	4,96	4,41	4,29
7	Інші операційні витрати, млн. грн.	1000,0	1100,0	1115,2	1386,7	1400,0	100	15,2	271,5	13,3	10,00	1,38	24,35	0,96
8	Фінансовий результат від операційної діяльності, млн. грн.	5000,0	4500,0	4625,6	603,3	600,0	-500	125,6	-4022,3	-3,3	-10,00	2,79	-86,96	-0,55
9	Інші фінансові доходи, млн. грн.	300,0	350,0	409,9	914,3	900,0	50	59,9	504,4	-14,3	16,67	17,11	123,05	-1,56
10	Інші доходи, млн. грн.	5,0	6,0	6,0	6,0	10,0	1	0	0	4	20,00	0,00	0,00	66,67
11	Фінансові витрати, млн. грн.	1500,0	1600,0	1648,7	1708,4	1600,0	100	48,7	59,7	-108,4	6,67	3,04	3,62	-6,35
12	Інші витрати, млн. грн.	20,0	25,0	29,9	20,0	18,0	5	4,9	-9,9	-2	25,00	19,60	-33,11	-10,00
13	Фінансовий результат до оподаткування, млн. грн.	4000,0	3800,0	3356,8	210,8	220,0	-200	-443,2	-3146	9,2	-5,00	-11,66	-93,72	4,36
14	Витрати (дохід) з податку на прибуток, млн. грн.	-700,0	-800,0	-829,1	-239,6	-200,0	-100	-29,1	589,5	39,6	14,29	3,64	-71,10	-16,53
15	Чистий прибуток (збиток), млн. грн.	9567,4	9467,2	8328,9	2811,4	-450,0	-100,2	-1138,3	-5517,5	-3261,4	1,05	12,02	66,25	-116,01

З табл. 2.11 видно збільшення валового прибутку в 2022 році на 4 %, а в 2023 - ще на 20%. Операційний дохід падає у 2022 році на майже 6%, а у 2023 році він зростає більш ніж на 33%. Ці зміни обумовлені зміною валового прибутку, зміною курсових різниць, зміною адміністративних витрат та зміною ціни й транспортування продукції.

Початок війни, як і було зазначено, в 2022 році призвів до зменшення господарської діяльності. Це призвело до падіння результату від операційної діяльності на 87 % (рис. 2.9).



Рисунок 2.9 - Динаміка фінансового результату від операційної діяльності
ТОВ «АТБ-маркет» за 2019-2023 роки

Прибуток до оподаткування у 2022 році стрімко падає на 71 %, а в 2023 році – навпаки зростає на 4 %, що не сильно і допомагає досягти позитивного результату від діяльності підприємства.

Чистий прибуток різко зменшився з 2022 року, що пов'язано з початком військових дій. Спочатку він впав на 66 %, а в 2023 – ще на 116 %, що призводить до збитку в розмірі 450 млн грн (рис. 2.10).

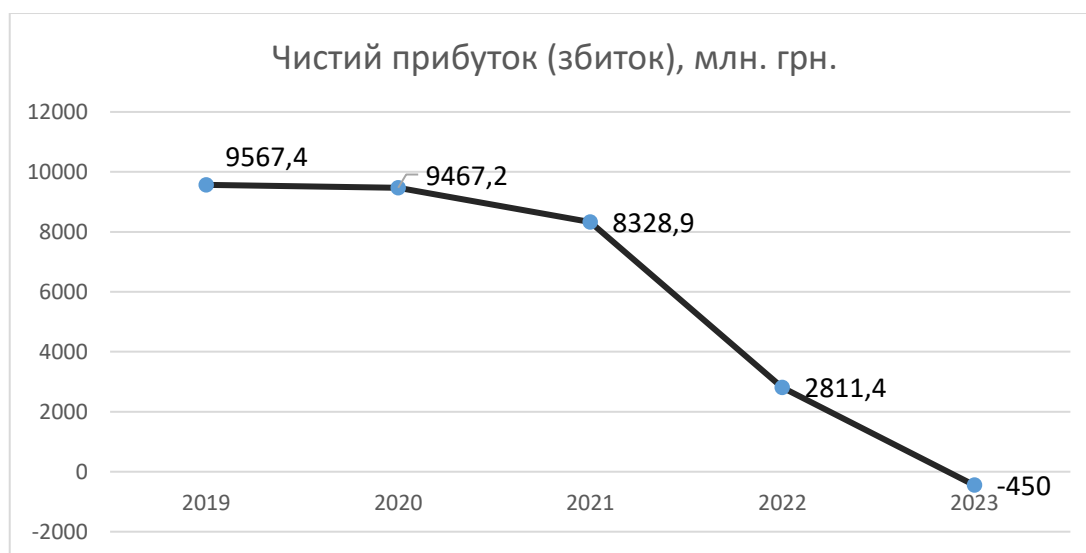


Рисунок 2.10 – Динаміка зміни чистого прибутку (збитку) ТОВ «АТБ-маркет» за 2019-2023 роки

Аналізування показників рентабельності ТОВ «АТБ-маркет» за 2019-2023 роки показано в табл. 2.12.

З табл. 2.12 ми бачимо, що рентабельність продукції зменшується з 2021 по 2023 рр.. Причиною є збільшення собівартості та падіння прибутку (рис. 2.36).

Рентабельність операційної діяльності в 2022 році зменшується майже на 2%, а в 2023 році збільшується на 0,5 %. Також рентабельність звичайної діяльності у 2022 році знижується на 7 %, а в 2023 році збільшується на 2 %. Причиною є зміни доходу й витрат на підприємстві.

Рентабельність господарської діяльності також знижується в 2022 році на 7 %, а в 2023 році росте на 2 %. Причини цього вже були зазначені.

Коефіцієнт покриття виробничих витрат спочатку різко падає у 2022 році на 195 %, а потім в 2023 році збільшується на 8 %.

Коефіцієнт окупності виробничих витрат спочатку в 2022 році зростає на 45 %, а потім у 2023 році ще підіймається на 4 %. Оскільки даний показник є протилежним до минулого, то це є негативним фактором в діяльності на підприємстві.

Таблиця 2.12 – Рентабельність ТОВ «АТБ-маркет» за 2019-2023 роки

№	Показники	Роки					Відхилення				
		2019	2020	2021	2022	2023	2020/ 2019	2021/ 2020	2022/ 2021	2023/ 2022	2023/ 2019
ВИТРАТНІ ПОКАЗНИКИ											
1	Рентабельність продукції (товарів, робіт, послуг), %	8,0	7,8	7,5	2,6	-0,03	-0,2	-0,27	-4,9	-2,6	-8,0
2	Рентабельність операційної діяльності, %	2,1	1,9	1,7	-0,2	0,2	-0,2	-0,20	-1,9	0,5	-1,9
3	Рентабельність звичайної діяльності, %	6,2	6,0	5,9	-1,1	0,95	-0,2	-0,04	-7,0	2,0	-5,2
4	Рентабельність господарської діяльності, %	6,2	6,0	5,9	-1,1	0,95	-0,2	-0,04	-7,0	2,0	-5,2
5	Коефіцієнт покриття виробничих витрат	350,0	340,0	327,2	132,1	140,2	-10,0	-12,78	-195,0	8,1	-209,8
6	Коефіцієнт окупності виробничих витрат	25,0	28,0	30,5	75,7	80,0	3,0	2,56	45,1	4,3	55,0
РЕСУРСНІ ПОКАЗНИКИ											
7	Рентабельність підприємства, %	40,0	36,0	34,8	13,5	-0,03	-4,0	-1,1	-21,3	-13,5	-40,0
8	Рентабельність власного капіталу, %	2,00	1,90	1,7	-0,2	0,2	-0,1	-0,2	-1,9	0,5	-1,8
9	Рентабельність залученого капіталу, %	6,30	6,10	5,9	-1,1	0,9	-0,2	-0,1	-7,0	2,0	-5,3
10	Рентабельність перманентного капіталу, %	6,30	6,10	5,9	-1,1	0,9	-0,2	-0,1	-7,0	2,0	-5,3
11	Рентабельність необоротних активів, %	35,0	34,5	33,9	35,9	37,0	-0,5	-0,5	1,9	1,1	2,0
12	Рентабельність оборотних активів, %	6,3	6,1	5,9	-1,1	0,9	-0,2	-0,1	-7,0	2,0	-5,3
13	Рентабельність покриття активів, %	2,5	2,4	1,9	2,6	1,3	-0,1	-0,4	0,6	-1,4	-1,2
14	Рентабельність окупності активів, %	2,5	2,4	1,9	2,6	1,3	-0,1	-0,4	0,6	-1,4	-1,2
15	Рентабельність покриття власного капіталу, %	2,0	1,9	1,7	-0,25	0,2	-0,1	-0,2	-1,9	0,5	-1,8
16	Рентабельність окупності власного капіталу, %	1,1	1,05	1,05	1,5	1,3	-0,05	0,0	0,5	-0,2	0,9
ДОХОДНІ ПОКАЗНИКИ											
17	Валова рентабельність продажу, %	7,0	6,0	5,6	1,9	-0,002	-1,0	-0,4	-3,7	-1,9	-7,0
18	Чиста рентабельність продажу, %	2,1	1,9	1,7	-0,2	0,2	-0,2	-0,2	-1,9	0,5	-1,9
19	Рентабельність доходу від операційної діяльності, %	2,1	1,9	1,7	-0,2	0,2	-0,2	-0,2	-1,9	0,5	-1,9

Рентабельність підприємства у 2022 році падає на 21 %і в 2023 році продовжує падати ще на 13,5 %. З даного показника видно, що активи підприємства використовуються не так ефективно як хотілося б. (рис. 2.36).

Як бачимо окупність власного капіталу зменшується, так як його рентабельність у 2022 році падає на 2 %. В 2023 ж році вона трохи росте на 0,5 %. Рентабельність залученого капіталу спершу падає на 7 % в 202 році, а в 2023 році навпаки збільшується на 2 %. (рис. 2.37).

Довгострокові зобов'язання підприємства ростуть, що віддзеркалюється на показникові рентабельності перманентного капіталу. В 2022 році він падає на 7 %, в 2023 році росте на 2 %. В загалом за весь аналізований період даний показник зменшився на 5 %.

Необоротні активи використовується доволі ефективно. Ми це можемо бачити в рентабельності необоротних активів. Даний показник упродовж всього періоду збільшується. Спочатку в 2022 році він зростає на 2 %, а в наступному – ще на 1 %. Це є досить позитивним явищем. Ефективність використання оборотних активів зменшується. Це показує рентабельність оборотних активів. Вона падає на 7 % у 2022 році, а в 2023 році росте на 2 %. В цілому вона впала на 5 %. Рентабельність покриття активів зменшується на 0,6 % у 2022 році, а от в 2023 році вона падає на 1,4 %. За весь період даний показник впав на 0,7 %. Це показує зменшення доходів компанії. Рентабельність окупності активів теж падає в загалом в аналізованому періоді на 0,7 %. Спершу даний показник росте на 0,66% в 2022 році, а потім зменшується на 1,37 % в 2023 році.

Рентабельність покриття власного капіталу спершу в 2022 році падає на 2 %, та в 2023 році вона вже росте на 0,5 %. В загалі даний показник впав на 1,5%. Ці зміни вказують на зменшення ефективності використання власного капіталу.

Рентабельність окупності власного капіталу в 2022 році росте на 0,5 %, а в 2023 році вона вже падає на 0,2 %. За весь аналізований період цей показник виріс на 0,3 %.

Валова рентабельність продажу за весь аналізований період падає, поки не сягає негативного значення в самому кінці. В 2022 році вона впала на 3,7 %, а в 2023 році – ще на майже 2 %. Причиною даної зміни був початок вторгнення в 2022 році російських військ на територію України. Відповідно з даними діями відбулось погіршення діяльності на підприємстві.

Чиста рентабельність продажу як і валова рентабельність падає на 1,5 % за весь аналізований період. Причина цих змін подібна до причин в зміні валової рентабельності. (рис. 2.11).

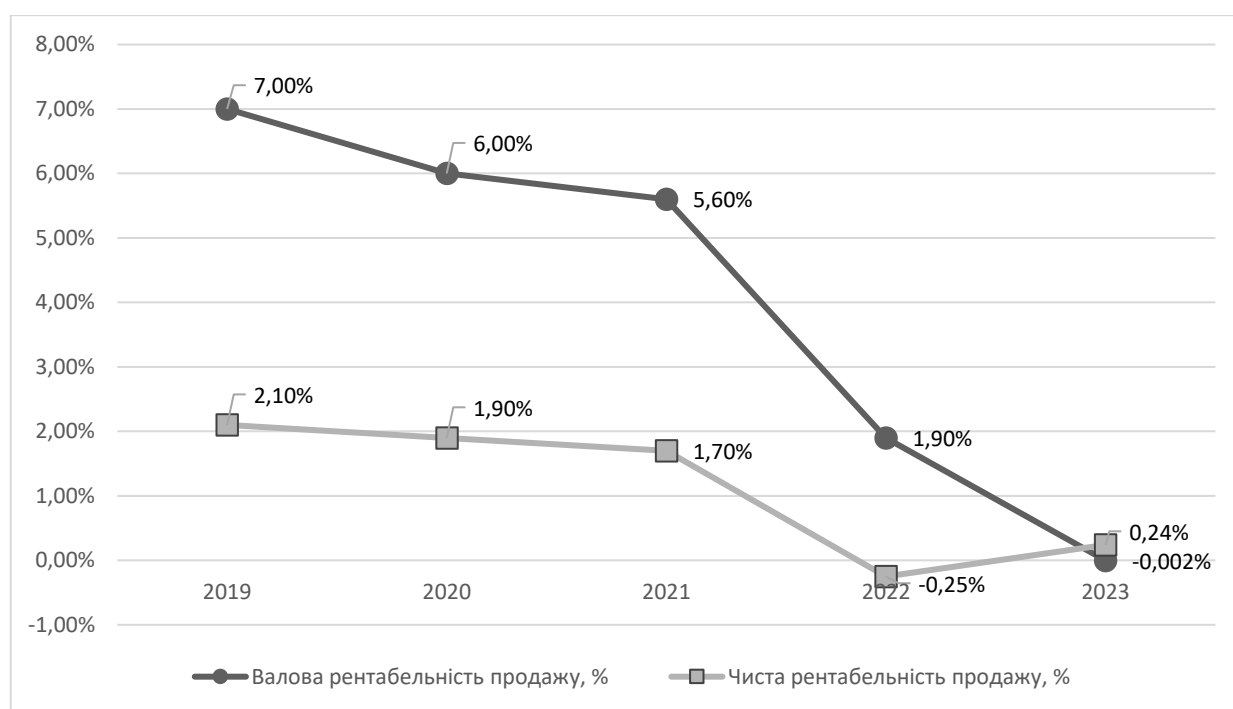


Рисунок 2.11 – Чиста та валова рентабельність продажу ТОВ «АТБ-маркет» за 2019-2023 рр.

Рентабельність доходу від операційної діяльності у 2022 році зменшується на 1,9 %, а в 2023 році зростає на 0,5. Ці зміни обумовлені не байдужістю цього показника до зміни витрат і доходів, а також мав свій вплив початок війни в 2022 році.

З метою визначення сильних та слабких сторін ТОВ «АТБ-Маркет», його можливостей, а також задля аналізу можливих загроз щодо останнього, застосуємо інструмент матричного аналізу – SWOT-аналіз (табл. 2.13).

Таблиця 2.13. Матриця SWOT – аналізу ТОВ «АТБ-маркет»

	Можливості (шанси)	Загрози
	1.Розвиток інтернет-торгівлі 2.Розширення території збуту 3.Підвищення ефективності через впровадження цифрових технологій 4.Налагодження співпраці з новими постачальниками 5.Залучення нових клієнтських сегментів 6.Розвиток власних торгових марок 7.Вихід на міжнародні ринки	1.Зростання конкуренції в галузі 2.Зміни в законодавстві, які можуть ускладнити діяльність 3.Проблеми з постачанням через економічні кризи 4.Підвищення цін на енергоносії 5.Збій у роботі ІТ-обладнання, що може вплинути на операції 6.Зміна споживчих вподобань 7.Залежність від економічних та політичних умов
Сильні сторони	Поле СІМ. Заходи	Поле СІЗ. Заходи
1.Широкий асортимент товарів 2.Зручне розташування магазинів 3.Велика клієнтська база Розвинена логістична мережа 4. Розвинена логістична мережа 5.Можливість пропонувати конкурентні ціни 6.Динамічне впровадження нових товарів 7.Високий рівень впізнаваності бренду	1.Використання широкого асортименту для залучення нових клієнтів через онлайн-канали 2.Використання зручного розташування для розширення географії збуту 3.Залучення клієнтів до програм лояльності з використанням цифрових платформ 4.Використання логістичних переваг для інтеграції з новими постачальниками 5.Використання конкурентних цін для залучення малозабезпечених клієнтів 6.Акцент на нові товари для формування унікальної пропозиції 7.Використання впізнаваності бренду для залучення партнерів на міжнародних ринках	1.Активна рекламна кампанія для підвищення впізнаваності бренду в умовах конкуренції 2.Модифікація логістичних маршрутів для оптимізації роботи в умовах змін законодавства 3.Розширення каналів комунікації з клієнтами для утримання бази за умов економічної нестабільності 4.Запровадження енергозберігаючих технологій для зменшення витрат 5.Підтримка резервних ІТ-систем для безперебійної роботи 6.Аналіз змін у вподобаннях клієнтів для адаптації асортименту 7.Розробка адаптивної політики для роботи в умовах економічної та політичної нестабільності
Слабкі сторони	Поле СІМ. Заходи	Поле СІЗ. Заходи
1.Відсутність гарантійного обслуговування 2.Недостатня кількість власного автопарку 3.Обмеженість реклами на міжнародному рівні 4.Низька увага до екологічності (наприклад, пакування) 5.Дефіцит складських потужностей 6.Недостатня цифровізація маркетингових процесів 7.Перевантаження персоналу в пікові періоди	1.Розробка механізмів гарантійного обслуговування в межах інтернет-торгівлі 2.Інвестування у розширення автопарку для ефективного обслуговування нових територій 3.Розробка маркетингової стратегії з фокусом на цифрові платформи 4.Пошук екологічних альтернатив у пакуванні через партнерство з новими постачальниками 5.Інвестування у розширення складських потужностей для обслуговування нових сегментів 6.Розробка цифрових маркетингових кампаній для просування власних торгових марок 7.Найм додаткового персоналу в пікові періоди для забезпечення якості обслуговування	1.Запровадження мінімальних стандартів гарантійного обслуговування, уникнення втрат клієнтів 2.Використання контрактного транспорту для уникнення затримок у доставці товарів 3.Диверсифікація постачальників для зменшення ризиків кризи постачання 4.Інвестування у розробку програм з енергозбереження для зменшення витрат 5.Розробка ІТ-плану дій у разі збоїв, мінімізація операційних ризиків 6.Застосування інструментів прогнозування попиту для зменшення втрат через зміну вподобань 7.Розробка планів дій щодо уникнення перебоїв у роботі через нестабільність

Проведений нами SWOT-аналіз дав змогу комплексно дослідити сильні та слабкі сторони підприємства, а також визначити можливості та загрози, що виникають внаслідок впливу зовнішнього середовища.

Отже, ТОВ «АТБ-Маркет» має стійкі конкурентні переваги, що забезпечують йому лідерські позиції на ринку роздрібної торгівлі України. До ключових переваг належать:

1. Широка мережа магазинів – найбільше територіальне охоплення серед українських ритейлерів, що забезпечує високу доступність для споживачів.

2. Формат дискаунтера та цінове лідерство – оптимізація витрат, ефективний мерчандайзинг і масштаб закупівель дозволяють підтримувати нижчі ціни порівняно з конкурентами.

3. Розвинена логістична інфраструктура – власні логістичні центри та транспортна система забезпечують стабільні поставки, контроль якості та зменшення витрат.

4. Власні торгові марки (СТМ) – такі бренди, як «Своя Лінія», «DeLuxe», «Розумний вибір» та ін., формують унікальний асортимент та забезпечують вигідне співвідношення ціни й якості.

5. Цифровізація та інновації – впровадження мобільних сервісів, електронних цінників, сучасних ІТ-систем для управління запасами й аналітики.

6. Ефективне управління та стандартизація бізнес-процесів – чіткі операційні стандарти, автоматизація та система контролю якості на всіх етапах діяльності.

7. Впізнаваний бренд і висока лояльність споживачів – асоціація з доступністю, стабільністю та якісним обслуговуванням.

Таким чином, аналіз основних показників прибутковості ТОВ «АТБ-Маркет» за період 2019–2023 років показав в цілому тенденцію до зростання фінансових результатів, незважаючи на складні економічні умови з 2022 року та посилення конкуренції на ринку роздрібної торгівлі України. Однак

спостерігається зниження чистого прибутку внаслідок зовнішніх економічних факторів. Навіть у кризових умовах підприємство продемонструвало здатність адаптуватися, зберігаючи конкурентні переваги в умовах ринкової конкуренції.

2.3 Аналіз ефективності управління прибутком та виявлення резервів його підвищення для суб'єкту господарювання

Ефективне управління прибутком є ключовою умовою стабільного розвитку суб'єкта господарювання в умовах конкурентного ринку. Воно передбачає постійну оцінку рівня прибутковості, структури доходів і витрат, а також аналіз факторів, що формують фінансовий результат. Метою такого аналізу є визначення сильних і слабких сторін системи управління прибутком та формування напрямів її удосконалення.

На прибутковість компанії впливають різні фактори. За допомогою кореляційного-регресивного аналізу ми знайдемо тісноту зв'язку між результативним показником та факторними показниками. Для наших цілей управління фінансовим результатом від звичайної діяльності доречна та необхідна розробка економіко-математичної моделі механізму управління витратами:

$$Y=f(X_i) \quad (2.1)$$

Y – величина чистого прибутку;

X_i – фактори, які мають вплив на величину чистого прибутку.

За результативний показник ми візьмемо чистий прибуток, а за факторні показники обиремо чистий дохід від реалізації товарів та послуг, собівартість реалізованої продукції, адміністративні витрати, витрати на збут, інші операційні доходи (табл. 2.14).

Таблиця 2.14 – Вихідні дані для факторного аналізу

Показник	Позначення	2019	2020	2021	2022	2023
Чистий прибуток	y	8328,9	2811,4	8328,9	2811,4	-450,4
Чистий дохід від реалізації товарів та послуг	x ₁	104910,3	123864,4	148745,3	148332,9	181089,7
Собівартість реалізованої продукції	x ₂	79 560,0	92 747,9	110486,3	108509,3	133239,8
Адміністративні витрати	x ₃	3 428 695	4 325 613	4 815 775	11 026 796	23 972 873
Витрати на збут	x ₄	16 413 463	18 968 340	22 451 209	22 040 993	23 012 908
Інші операційні доходи	x ₅	850 000	836 833	1 330 685	1 196 654	1 125 906

Знайдем тісноту зв'язку між чистим прибутком та перерахованими вище факторами. Підсумок проведеного аналізу занесемо в табл. 2.15.

Таблиця 2.15 – Коефіцієнти детермінації між чистим прибутком та аналізованими факторами

Показник	Позначення	Економетрична залежність	R ²
Чистий дохід	x ₁	$y = -0.18x + 31981322.30$	0.57
Собівартість реалізації	x ₂	$y = -0.26x + 34385403.07$	0.59
Адміністративні витрати	x ₃	$y = -0.42x + 9090108.85$	0.86
Витрати на збут	x ₄	$y = -3.81x + 89260256.97$	0.17
Інші операційні доходи	x ₅	$y = 42.93x - 48803917.34$	0.95

Як ми бачимо в даному випадку між чистим доходом та чистим прибутком зв'язок не сильний, тобто зі зміною чистого доходу не змінюється чистий прибуток (рис. 2.12). Причиною цього можуть бути дуже великі витрати на підприємстві.

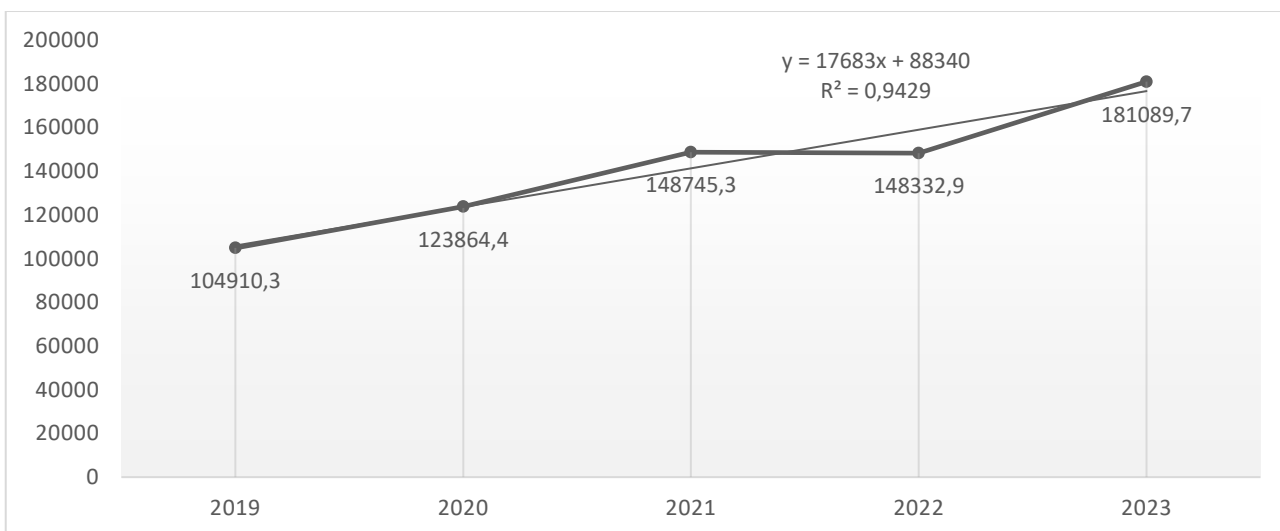


Рисунок 2.12 – Вплив чистого доходу на чистий прибуток

Зв'язок між собівартістю реалізованої продукції та чистим доходом теж доволі слабкий. Адміністративні витрати мають сильний вплив на чистий прибуток підприємства. Зв'язок між витратами на збут та чистим прибутком слабкий. Це показано на рисунку 2.44.

Найбільша тіснота зв'язку з іншими операційними витратами на чистий прибуток підприємства.

В результаті проведеного кореляційного аналізу ми отримали показники, які найбільш впливові на результативний показник. Найвпливовішими з них є адміністративні витрати та інші операційні доходи. На щільність їх зв'язку вказує коефіцієнт детермінації. Лінія тренду поліноміальна. Інші ж фактори включати в нашу модель не можна, тому що зв'язок між показниками досить слабкий.

$$Y=f(X_i) \quad (2.2)$$

Y – величина чистого прибутку;

X_i – фактори, які впливають на величину чистого прибутку.

$$\text{ЧП}=f(\text{AB, IOД}) \quad (2.3)$$

На практиці також можуть виникати такі випадки, коли дані змінні пов'язані між собою та мають досить тісну лінійну залежність. Це явище носить назву мультиколінеарність. Основний наслідок мультиколінеарності несе в собі

падіння точності оцінювання параметрів моделі. Тож нам потрібно з'ясувати чи не існує мультиколінеарності між нашими змінними. Це дослідимо за допомогою алгоритму Фаррара-Глобера. Вихідні дані показано в табл. 2.16.

Таблиця 2.16 – Вихідні дані для дослідження мультиколінеарності

Роки	Адміністративні витрати, млн грн	Інші операційні доходи, млн грн
2019	3 428 695	850 000
2020	4 325 613	836 833
2021	4 815 775	1 330 685
2022	11 026 796	1 196 654
2023	23 972 873	1 125 906

Визначим кореляційну матрицю. Її елементами є парні коефіцієнти кореляції. Їх числові значення свідчать про тісноту зв'язку між незалежними змінними.

$$R = \begin{vmatrix} 1 & -0.929 \\ -0.929 & 1 \end{vmatrix}$$

Щоб стверджувати про наявність мультиколінеарності, необхідно визначити статистичні критерії оцінки.

Необхідно обчислити визначник кореляційної матриці r : $D = |r| = 0.137$

Визначимо статистичний критерій $\chi^2 = 0.0724$.

Розраховане значення χ^2 - критерію є досить малим. Це свідчить, що в масиві незалежних змінних відсутня мультиколінеарність.

Таким чином, аналізування ефективності управління прибутком дало змогу нам виявити резерви його підвищення для суб'єкту господарювання, а саме:

Внутрішні резерви:

1. Оптимізація асортименту: збільшення частки високорентабельних товарів.

2. Підвищення обіговості товарних запасів: зменшення періоду зберігання, оптимізація замовлень.

3. Зниження операційних витрат: автоматизація процесів, енергоефективність, цифровізація обліку.

4. Удосконалення цінової політики: гнучке ціноутворення, акційні програми, управління націнкою.

5. Підвищення якості обслуговування та лояльності покупців: розвиток програм лояльності, навчання персоналу.

Зовнішні резерви:

1. Розширення ринків збуту, відкриття нових магазинів.

2. Покращення співпраці з постачальниками: оптимальні умови закупівлі, бонуси, відтермінування платежів.

3. Диверсифікація діяльності: нові послуги, онлайн-продажі, доставка.

Ефективність системи управління прибутком визначається:

- стабільністю зростання чистого та операційного прибутку;
- збалансованістю доходів і витрат;
- позитивною динамікою показників рентабельності;
- ефективністю використання ресурсів підприємства;
- здатністю підприємства швидко адаптуватися до змін ринкового середовища.

Якщо прибуток зростає за рахунок системних управлінських рішень (а не випадкових факторів), можна стверджувати про високу ефективність управління.

Висновок до розділу 2

В другому розділі проаналізовано фінансово-економічних показників діяльності ТОВ «АТБ-Маркет». Розраховані коефіцієнти фінансової стійкості підтвердили стабільний стан підприємства, а аналіз показників рентабельності та валового прибутку продемонстрував лідерство ТОВ «АТБ-Маркет» у порівнянні з конкурентами. ТОВ «АТБ-Маркет» демонструє стабільне зростання обсягів реалізації продукції з 2019 до 2023 року, за винятком 2022 року, коли спостерігалось незначне падіння через військові дії в Україні.

Продуктивність праці за аналізований період зросла на 51,4%, що свідчить про ефективне управління людськими ресурсами та оптимізацію бізнес-процесів у компанії.

Хоча валовий прибуток у 2023 році збільшився, чистий прибуток продемонстрував значне падіння, досягнувши від'ємного значення, що зумовлено збільшенням витрат, включаючи адміністративні та операційні.

Основні показники рентабельності, зокрема рентабельність продукції, операційної діяльності та підприємства загалом, мали негативну динаміку, що пояснюється різким зростанням витрат на фоні змін у ринковому середовищі.

Фінансова стійкість підприємства залишається стабільною, хоча коефіцієнт автономії не досягає рекомендованих норм, що свідчить про залежність від позикового капіталу.

Показники ліквідності компанії знаходяться на критичних рівнях: коефіцієнт абсолютної ліквідності суттєво нижчий за норму, що свідчить про недостатній обсяг грошових коштів для покриття короткострокових зобов'язань.

Коефіцієнт оборотності активів демонструє зниження у 2022 році з подальшим зростанням у 2023 році, що говорить про часткове відновлення ефективності використання активів після кризового періоду.

Сильними сторонами компанії є широка мережа магазинів, розвинена логістика, впровадження інновацій у товарній політиці та високий рівень впізнаваності бренду.

Слабкі сторони включають недостатній рівень цифровізації маркетингових процесів, залежність від орендованого автопарку, низьку екологічність у діяльності та обмеженість реклами на міжнародному рівні.

За допомогою кореляційно-регресійного аналізу було визначено, що найбільший вплив на чистий прибуток мають адміністративні витрати та інші операційні доходи. Це свідчить про необхідність оптимізації витратної частини діяльності та підвищення ефективності операцій.

Проведений аналіз показує, що ТОВ «АТБ-Маркет» є одним з найуспішніших операторів роздрібної торгівлі в Україні. Поєднання низьких цін, ефективної логістики, широкої присутності на ринку та цифровізації бізнес-процесів забезпечує високий рівень конкурентоспроможності.

Компанія ефективно функціонує у складних ринкових умовах та зберігає лідерство завдяки оптимізованій бізнес-моделі, постійній модернізації процесів і зорієнтованості на потреби споживачів.

РОЗДІЛ 3. ВПРОВАДЖЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ ЗАХОДІВ, СПРЯМОВАНИХ НА УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» В УМОВАХ РИНКОВОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

3.1. Прогнозування прибутковості суб'єкту господарювання

Одним із важливих факторів забезпечення ефективного господарювання на вітчизняних підприємствах є прогнозування фінансового стану суб'єкта підприємницької діяльності. Даний прогноз є важливим у відборі, оцінці та інтерпретації фінансових, економічних та маркетингових показників, які мають вплив на процес прийняття інвестиційних та фінансових рішень.

Механізм підвищення прибутковості торговельного підприємства в умовах ринкової конкуренції є комплексною системою, що охоплює управління доходами та витратами, оптимізацію операційних процесів, маркетингову діяльність, інноваційний розвиток та ефективне управління персоналом. Поєднання цих елементів забезпечує стійке зростання прибутковості, зміцнення конкурентних позицій та стратегічний розвиток підприємства.

Прогнозне моделювання передбачає використання вбудованих функцій MS EXCEL «ТЕНДЕНЦІЯ». Також застосовується метод найменших квадратів, який в свою чергу і дає прогноз майбутніх значень змінних Y для наведених слідкуючих показників змінної X . В свою чергу лінійний тренд це так званий систематичний поділ обсягу, що аналізується і описується функцією $y=ax+b$. Наступним кроком буде саме прогнозування за допомогою програмного забезпечення «Excel» та звіту про фінансові результати ТОВ «АТБ-маркет» з використанням функції «ТЕНДЕНЦІЯ».

У табл. 3.1. представлено розрахунок показників прогнозу фінансових результатів ТОВ «АТБ-маркет».

Таблиця 3.1 – Прогнозовані показники фінансових результатів
ТОВ «АТБ-маркет»

Стаття	Факт					Прогноз				
	2019	2020	2021	2022	2023	2026	2027	2028	2029	2030
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), млн грн	141847,6	144786,3	148745,3	148332,9	181089,7	192596,7	204152,5	216401,2	229385,3	243148,9
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), млн грн	25349,6	31116,4	110486,3	108509,3	133239,8	141994,7	151174,3	160742,8	170872,4	181582,8
Валовий прибуток, млн грн	32867,4	35278,9	38259,0	39823,6	47849,8	50727,7	53772,3	56998,6	60368,5	63888,4
Інші операційні доходи, млн грн	1173,0	1248,0	1387,0	1541,0	1975,0	2074,9	2178,6	2287,5	2401,8	2521,9
Адміністративні витрати, млн грн	19480,0	20546,0	11288,5	16017,8	29231,6	30793,2	32332,9	33949,6	35646,1	37423,4
Витрати на збут, млн грн	8500,0	8368,3	13306,8	13196,5	12876,0	13391,1	13927,6	14484,6	15063,0	15663,5
Інші операційні витрати, млн грн	1405,0	1495,0	1662,0	1847,0	1243,0	1305,2	1370,5	1439,0	1510,9	1586,4
Фінансовий результат від операційної діяльності, млн грн	2194,0	2335,0	2594,0	2803,0	214,0	235,4	259,7	286,7	315,9	347,5
Інші доходи, млн грн	179,0	191,0	222,0	247,0	1653,0	1743,2	1837,0	1934,9	2037,3	2144,5
Інші витрати, млн грн	1205,0	1282,0	1425,0	1584,0	873,0	916,6	962,4	1010,5	1061,1	1114,2
Фінансовий результат до оподаткування, млн грн	1114,0	1187,0	1319,0	1466,0	994,0	1143,3	1314,2	1509,3	1722,4	1953,1
Витрати з податку на прибуток, млн грн	222,0	237,0	263,0	293,0	199,0	229,1	263,6	302,0	344,5	390,8
Чистий фінансовий результат, млн грн	820,0	947,0	1053,0	1173,0	795,0	915,4	1052,7	1208,6	1383,9	1571,6

Загалом спостерігається зростання доходу підприємства. За прогнозними даними зробленими за допомогою функції «ТЕНДЕНЦІЯ» в «Ехсел» станом на

2030 рік підприємство отримає дохід в розмірі 243148,9 млн. грн, що в порівнянні з 2023 роком збільшиться на 34,3% (рис. 3.1).

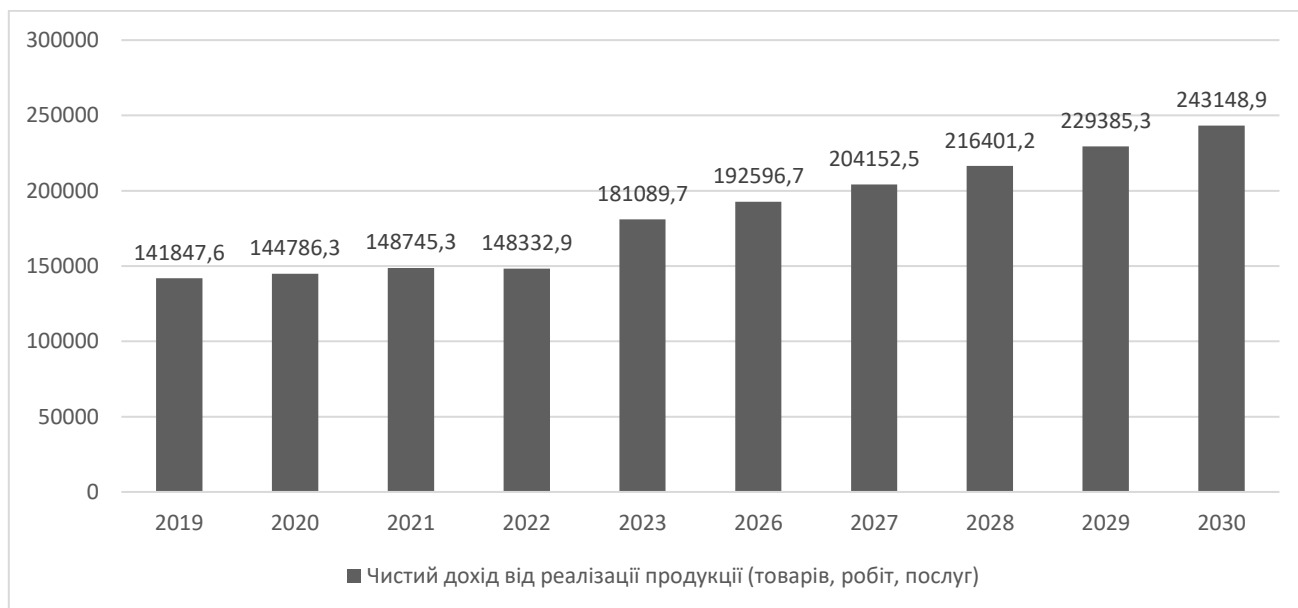


Рисунок 3.1 – Прогноз чистого доходу ТОВ «АТБ-маркет» до 2030 року

Крім того, у 2023 році темпи зміни собівартості продукції, що реалізовує досліджуване підприємство випереджав темпи зміни чистого доходу від реалізації, що спричинило зниження рівня валового прибутку у будові виручки та не дуже гарно вплинуло на формування чистого фінансового результату.

Для того щоб досліджуване підприємство ТОВ «АТБ-Маркет» у майбутніх роках змогло подолати можливу негативну тенденцію, суб'єкту господарювання необхідно змінити співвідношення темпів зміни фінансових показників на користь збільшення прибутковості. Зокрема, важливим є встановлення обмеження на темпи приросту витрат на продаж товарної продукції в прогностному періоді на рівні 107%.

Собівартість реалізованої продукції у 2030 році прогнозується на рівні 181582,8 млн. грн. Якщо ці умови щодо контролю обсягів реалізації товарів будуть прийняті підприємством, то очікується, що величина валового прибутку та обсяг виручки в період 2026–2030 роки порівняно з 2023 роком зростуть.

Виходячи з цього, запас фінансової міцності підприємства ТОВ «АТБ-Маркет» збільшиться, що позитивно вплине на перспективи господарської діяльності та дозволить ефективніше адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі.

Таблиця 3.2 – Показники співвідношення доходів і витрат від реалізації продукції ТОВ «АТБ-маркет» за 2019-2023 роки та прогноз на 2026-2030 рр.

Показник	Фактичні роки					Прогнозовані роки				
	2019	2020	2021	2022	2023	2026	2027	2028	2029	2030
Чистий дохід від реалізації, млн. грн.	141847,6	144786,3	148745,3	148332,9	181089,7	192596,7	204152,5	216401,2	229385,3	243139,3
Собівартість реалізованої продукції, млн. грн.	25349,6	31116,4	110486,3	108509,3	133239,8	141994,7	151174,3	160742,8	170872,4	181598,3
Валовий прибуток (збиток), млн. грн.	32867,4	35278,9	38259,0	39823,6	47849,8	50727,7	53772,3	56998,6	60368,5	63888,4
Коефіцієнт валової маржі	23,17	24,36	25,72	26,85	26,42	26,34	26,34	26,34	26,33	26,33

В ході розрахунку показника валової маржі для торгово-посередницького підприємства ТОВ «АТБ-Маркет» визначено, що дане значення знаходиться у межах норми. Це свідчить про те, що у майбутні п'ять років підприємство зможе покривати всі свої витрати за рахунок виручки від продажів. ТОВ «АТБ-Маркет» загалом раціонально використовує фінансові кошти та є конкурентоспроможним гравцем на ринку.

Під час складання прогнозів на 2026–2030 роки інших показників доходів і витрат операційної діяльності було враховано необхідність покращення фінансових результатів компанії від операційної діяльності. Це може бути досягнуто шляхом зниження рівня адміністративних витрат, які у прогнозованих роках мають тенденцію до зростання. Разом з тим, прогнозовані витрати на збут демонструють тенденцію до зниження, що є позитивним фактором.

Середній рівень адміністративних витрат у п'ятирічному прогнозованому періоді склав 1,35%, що вказує на необхідність оптимізації цих витрат у майбутньому. Наступні розрахунки наведені у табл. 3.3.

Таблиця 3.3 – Показники рівня адміністративних витрат у структурі виручки від реалізації продукції ТОВ «АТБ-маркет» за 2019- 2023 роки та прогноз на 2026-2030 роки, %

Показник	Фактичний рівень витрат					Плановий рівень витрат				
	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.	2023 р.	2024 р.	2025 р.	2026 р.	2027 р.	2028 р.
Адміністративні витрати	1,11	1,15	1,16	1,19	1,22	1,24	1,27	1,30	1,32	1,35

Втілення правил для суттєвого скорочення витрат на ТОВ «АТБ-Маркет» дозволить зменшити рівень адміністративних витрат у структурі виручки до 1,35% у прогнозованих роках. Відповідно до цільових показників рівня витрат за статтями, співвідношення їх до чистого доходу підприємства дозволило скласти прогнозований обсяг адміністративних витрат, що на наступний рік складе 30793,2 млн. грн.

На основі проведених розрахунків та аналізу зміни обсягу і структури доходів і витрат у майбутньому, у 2029–2030 роках ТОВ «АТБ-Маркет» зможе отримати прибуток від господарської діяльності до оподаткування у розмірі 1953,1 млн. грн. Фінансовий результат підприємства після оподаткування становитиме 1571,6 млн. грн. На цю суму зросте величина нерозподіленого прибутку минулих періодів.

Головним завданням на цьому етапі прогнозування є визначення величини прибутку підприємства. Наступним кроком стане складання прогнозу балансу підприємства.

Щоб у майбутньому досягти найкращих результатів, усі статті активів ТОВ «АТБ-Маркет» повинні зростати. Високий рівень реалізації необхідно

підтримати відповідним рівнем активів. Якщо активи не будуть достатньо збільшені, їх можна профінансувати за рахунок збільшення кредиторської заборгованості або нерозподіленого прибутку. У разі нестачі фінансування, компанії доведеться залучати кошти із зовнішніх джерел (рис. 3.4).

У табл. 3.4 наведені фактичні показники активу станом на 2022-2023 рр. та прогнозні дані на 2026–2027 роки балансу ТОВ «АТБ-Маркет».

Статті балансу підприємства ТОВ «АТБ-Маркет», як і очікувалося, демонструють зростання. Дебіторська заборгованість, а також грошові кошти та їх еквіваленти зростатимуть пропорційно до обсягу продажів, використовуючи коефіцієнти 1,2 та 0,8 відповідно, а запаси – із застосуванням коефіцієнта 1,2.

Таблиця 3.4 – Розрахунок показників активу прогнозного балансу ТОВ «АТБ-Маркет» на 2026-2027 роки

Актив	Фактичні роки		Темп змін,	Зміни (+-),	Прогнозні роки	
	2022	2023			2026	2027
1	2	3	4	5	6	7
I. Необоротні активи						
Основні засоби, млрд грн	20,764	22,365	108	+1,601	23,966	25,567
первісна вартість, млрд грн	31,720	31,720	100	0	31,720	31,720
знос, млрд грн	10,956	9,365	85	-1,591	7,774	6,183
Інші необоротні активи, млрд грн	500	600	120	+100	700	800
Усього за розділом I, млрд грн	21,264	22,965	108	+1,701	24,666	26,367
II. Оборотні активи						
Запаси, млрд грн	20,536	22,590	110	+2,054	24,849	27,334
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги, млрд грн	104,235	118,376	114	+14,141	134,517	150,671
Дебіторська заборгованість за розрахунками, млрд грн						
з бюджетом, млрд грн	200	250	125	+50	300	350
Інша поточна дебіторська заборгованість, млрд грн	809	728	90	-81	647	582
Гроші та їх еквіваленти, млрд грн	16,231	18,254	112	+2,023	20,477	22,934
Усього за розділом II, млрд грн	141,011	160,198	114	+19,187	179,385	199,871
Баланс, млрд грн	162,275	183,163	113	+20,888	204,051	226,238

Отже, грошові кошти у прогнозованому 2026 році – 20,477 млрд. грн, а у 2027 році – 22,934 млрд. грн. У досліджуваного суб'єкта господарювання ТОВ «АТБ-Маркет» всі активи зростають пропорційно до обсягу виручки від реалізації. Складання подібного прогнозу звітності забезпечує керівників компанії ТОВ «АТБ-Маркет» базовим фінансовим прогнозом, який, за умов економічної нестабільності, доцільно розглядати лише в короткій перспективі. зміни у подальшому. Після складання прогнозу відповідних статей активів ці статті слугуватимуть основою для отримання прогнозованої величини сукупних пасивів у балансі ТОВ «АТБ-Маркет» (табл. 3.5).

Таблиця 3.5 – Розрахунок показників пасиву прогнозного балансу ТОВ «АТБ-Маркет» на 2026-2027 рр.

Актив	Фактичні роки		Темп змін,	Зміни (+-),	Прогнозні роки	
	2022	2023			2026	2027
I. Власний капітал						
Зареєстрований (пайовий) капітал, млрд грн	198515	198515	0	0	198515	198515
Резервний капітал, млрд грн	1460	1460	0	0	1460	1460
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток), млрд грн	3980	5310	133	1330	6640	7970
Усього за розділом I, млрд грн	203955	205285	101	1330	206615	207945
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення						
Інші довгострокові зобов'язання, млрд грн	6000	8420	140	2420	10840	13260
Усього за розділом II, млрд грн	6000	8420	140	2420	10840	13260
III. Поточні зобов'язання і забезпечення						
Короткострокові кредити банків, млрд грн	20500	25500	124	5000	30500	35500
Поточна кредиторська заборгованість, млрд грн	110752	125229	113	14477	139706	154183
за товари, роботи, послуги, млрд грн	11470	14380	125	2910	17390	20300
за розрахунками з бюджетом, млрд грн	800	952	119	152	1104	1256
за розрахунками зі страхування, млрд грн	1591	1892	119	301	2193	2494
за розрахунками з оплати праці, млрд грн	158717	195161	123	36444	231605	268049
Усього за розділом III, млрд грн	363488	390998	108	27510	418508	446018
Баланс, млрд грн	198515	198515	0	0	198515	198515

Отже, аналізуючи розрахунки прогнозу пасивів на майбутні 2026-2027 роки, можна зробити висновок про те, що пасиви в основному спрямовані на підняття ступеня фінансової стратегії компанії, та крім цього поліпшення і самого фінансового стану.

Однією із важливих ролей у забезпеченні ефективного господарювання на вітчизняних підприємствах також грає прогноз фінансового стану суб'єкта підприємницької діяльності. Даний прогноз є важливим у відборі, оцінці та інтерпретації фінансових, економічних та маркетингових показників, які мають вплив на процес прийняття інвестиційних та фінансових рішень.

3.2. Обґрунтування пропозицій щодо удосконалення механізму підвищення прибутковості торговельного підприємства та оцінка їх економічної ефективності

Підвищення прибутковості є ключовим показником ефективності діяльності торговельного підприємства, адже саме прибуток забезпечує фінансову стійкість, інвестиційну привабливість та розширення господарської діяльності. В умовах ринкової конкуренції механізм формування та зростання прибутку набуває особливого значення, оскільки підприємства змушені адаптуватися до змін попиту, цінової кон'юнктури та поведінки конкурентів. Саме тому удосконалення механізму підвищення прибутковості є пріоритетним завданням сучасного торговельного бізнесу.

Одним із найбільших та найуспішніших підприємств роздрібної торгівлі в Україні є ТОВ «АТБ-Маркет», яке функціонує у форматі дискаунтера. Формат визначає специфіку побудови механізму формування прибутку: скорочення витрат, стандартизація операційних процесів, висока оборотність товарів та низькі торгові націнки.

Високий рівень конкуренції, інфляційні процеси, зміна споживчих пріоритетів та загальні економічні ризики актуалізують необхідність удосконалення механізму підвищення прибутковості підприємства.

Механізм підвищення прибутковості торговельного підприємства включає такі основні елементи:

- аналітичний блок, спрямований на дослідження фінансових результатів, витрат, товарного асортименту та конкурентного середовища;
- стратегічний блок, що визначає довгострокові орієнтири розвитку та конкурентні переваги;
- тактичний блок, який передбачає оперативні дії щодо оптимізації асортименту, ціноутворення, витрат та логістики;
- організаційний блок, що забезпечує внутрішню структурну узгодженість, мотивацію персоналу та стандартизацію процесів;
- контрольний блок, який відповідає за моніторинг результатів, ефективність упроваджених рішень та коригування механізму.

На підприємстві «АТБ-Маркет» ці блоки реалізуються через централізовані системи управління: фінансовий моніторинг, товарний менеджмент, автоматизоване управління запасами, логістичну систему «від складу до полиці», а також через розвинену мережу розподільчих центрів.

За результатами аналізу діяльності підприємства за останні роки можна виділити такі позитивні тенденції: зростання товарообігу, розширення мережі, підвищення частки товарів власних торгових марок, впровадження цифрових рішень в управлінні та логістиці. Разом із тим, підприємство стикається з низкою проблем: зростанням операційних витрат, збільшенням витрат на закупівлю енергоносіїв, логістичними складнощами та падінням купівельної спроможності населення.

Це зумовлює необхідність подальшого удосконалення існуючого механізму підвищення прибутковості.

Ефект від впровадження заходів можна розрахувати за формулою:

$$E=P-B, \quad (3.1)$$

де:

Е – економічний ефект;

Р – результат після впровадження заходу;

В – витрати на захід.

Проведемо розрахунок економічного ефекту від впровадження заходів.

На основі узагальнення теоретичних підходів та результатів аналізу діяльності підприємства можна визначити такі ключові напрями вдосконалення механізму.

Захід 1. Оптимізація асортиментної політики.

Ефективне управління асортиментом є одним із найважливіших факторів підвищення прибутковості торговельного підприємства. Для АТБ доцільним є:

- проведення глибокого ABC/XYZ-аналізу на рівні кожного магазину;
- оптимізація кількості SKU за рахунок вилучення низькооборотних позицій;
- збільшення частки товарів власних торгових марок, що забезпечують підвищену маржу;
- адаптація асортименту до регіональних особливостей попиту;
- розширення присутності високорентабельних товарних категорій.

Здійснення цих заходів сприятиме збільшенню валового прибутку та зменшенню витрат на товарні запаси.

Проведемо розрахунок економічного ефекту від впровадження даного заходу.

Результат (Р): За оцінками, після впровадження заходу дохід компанії може збільшитися на 1,0%. Якщо дохід компанії у 2023 році склав 181 089 665 тис. грн, то очікуваний дохід після впровадження заходу може зрости на:

$$P=181089665 \times 0,010 = 1810896,7 \text{ тис. грн.}$$

Витрати (В): Витрати на оновлення асортименту та збільшення частки товарів власних торгових марок можуть скласти близько 5% від додаткового доходу, тобто:

$$B=1810896,7 \times 0,05=90544,8 \text{ тис. грн.}$$

Економічний ефект (Е):

$$E_1=1810896,7 - 90544,8 = 1720351,9 \text{ тис. грн.}$$

Таким чином, очікуваний економічний ефект від удосконалення цінової політики може становити 1720351,9 тис. грн.

Захід 2. Удосконалення цінової політики.

Умови високої конкуренції вимагають гнучкого управління цінами. Для підвищення ефективності цінової політики доцільно:

- впроваджувати елементи динамічного ціноутворення з урахуванням попиту та залишків;
- розробляти гнучкі промоакції, орієнтовані на підвищення маржинальності;
- використовувати персоналізовані знижки на основі даних програми лояльності;
- удосконалювати алгоритми формування цін на товари власних торгових марок.

Застосування цих інструментів дозволить збільшити середній чек та забезпечити стабільне формування доходів підприємства.

Проведемо розрахунок економічного ефекту від впровадження даного заходу.

Результат (Р): За оцінками, після впровадження заходу дохід компанії може збільшитися на 2,5%. Якщо дохід компанії у 2023 році склав 181 089 665 тис. грн, то очікуваний дохід після впровадження заходу може зрости на:

$$P=181089665 \times 0,025=4527241,6 \text{ тис. грн.}$$

Витрати (В): Витрати на оновлення асортименту, маркетингові заходи та логістичні зміни можуть скласти близько 6% від додаткового доходу, тобто:

$$B=4527241,6 \times 0,06=271634,5 \text{ тис. грн.}$$

Економічний ефект (Е):

$$E_2=4527241,6 - 271634,5 = 4255607,1 \text{ тис. грн.}$$

Таким чином, очікуваний економічний ефект від удосконалення цінової політики може становити 4255607,1 тис. грн.

Захід 3. Скорочення операційних витрат

Рациональне управління витратами є ключовим чинником зростання прибутковості. АТБ доцільно:

- оптимізувати логістичні маршрути на основі інтелектуальних алгоритмів;
- впровадити автоматизовані системи прогнозування попиту;
- модернізувати холодильне та торговельне обладнання для скорочення енергоспоживання;
- зменшити втрати від списань на основі систем відеоаналітики та контролю зберігання продуктів.

Зниження операційних витрат навіть на 4-6% у масштабах мережі забезпечує суттєве збільшення чистого прибутку.

Онлайн-продажі, на відміну від фізичних магазинів, мають потенціал для зниження операційних витрат, особливо якщо компанія зможе використовувати сучасні технології автоматизації замовлень та управління складськими запасами.

Розрахуємо економічний ефект від впровадження цього заходу.

Результат (Р). За рахунок розвитку онлайн-каналів продажів можна очікувати зростання продажів на 2 % у перший рік після впровадження. Якщо загальний дохід компанії у 2023 році склав 181 089 665 тис. грн, то при 2% зростанні це може дати додатково:

$$P=181089665 \times 0,02=3621793,3 \text{ тис. грн.}$$

Витрати (В). Інвестиції в онлайн-платформу, мобільний додаток, логістичні рішення та маркетинг можуть скласти 6% від очікуваного додаткового доходу:

$$B=3621793,3 \times 0,06=217307,6 \text{ тис. грн.}$$

Економічний ефект (Е).

$$E_3=3621793,3-217307,6=3404485,7 \text{ тис. грн.}$$

Таким чином, очікуваний економічний ефект від впровадження заходів з диверсифікації онлайн-каналів продажів може становити 3404485,7 тис. грн.

Захід 4. Удосконалення логістичного забезпечення

Підвищення ефективності логістики є стратегічно важливим для форматів, подібних до АТБ. Удосконалення можливе через:

- розширення пропускної здатності розподільчих центрів;
- автоматизацію складських процесів (сканери, сортувальні лінії, роботизовані системи);
- збільшення частки прямих поставок від виробників;
- впровадження технологій Track&Trace для контролю доставок.

Оптимізована логістика забезпечує швидшу оборотність та зменшення витрат.

Власні склади у стратегічних регіонах дозволять компанії оптимізувати логістичні витрати та підвищити конкурентоспроможність, забезпечуючи велику кількість товарів для магазинів без значних витрат на транспортування.

Розрахуємо економічний ефект від впровадження цього заходу.

Результат (Р). Оптимізація логістики може знизити витрати на транспортування та управління запасами на 1,5%. Якщо витрати на логістику склали 1% від загальних витрат компанії, то при доході у 181 089 665 тис. грн це складе приблизно 1 810 897 тис. грн. Зниження витрат на 10% дасть:

$$R=1810897 \times 0,010=18109,1 \text{ тис. грн.}$$

Витрати (В). Інвестиції у програмне забезпечення для оптимізації маршрутів, автоматизацію управління запасами та створення складів можуть скласти близько 4% від очікуваної економії:

$$B=18109,1 \times 0,04=724,4 \text{ тис. грн.}$$

Економічний ефект (Е).

$$E_4=18109,1 - 724,4 = 17384,7 \text{ тис. грн.}$$

Отже, очікуваний економічний ефект від впровадження заходів з оптимізації логістичних процесів може скласти 17384,7 тис. грн.

Ці заходи дозволять ТОВ «АТБ-маркет» підвищити ефективність управління логістичними процесами, скоротити витрати та забезпечити швидку доставку товарів, що є критично важливим для підтримки високого рівня обслуговування клієнтів і конкурентоспроможності на ринку.

Захід 5. Підвищення ефективності маркетингової діяльності.

Маркетингові заходи мають бути спрямовані на зміцнення лояльності покупців та формування стабільного попиту. Рекомендовані заходи:

- розвиток мобільного додатку та персоналізованих пропозицій;
- інвестиції у digital-маркетинг та Big Data-аналітику;
- удосконалення внутрішнього мерчандайзингу;
- розширення сервісів доставки та експрес-покупок.

Розрахуємо економічний ефект від впровадження програми лояльності.

Результат (Р). Збільшення кількості повторних покупок і середнього чека на 1,5% після впровадження програми лояльності. Якщо річний дохід ТОВ «АТБ-маркет» становить 181 089 665 тис. грн, то очікуваний додатковий дохід буде:

$$P=181089665 \times 0,015=2716345,0 \text{ тис. грн}$$

Витрати (В). Витрати на впровадження програми лояльності, включаючи розробку мобільного додатку, персоналізацію знижок, маркетингові витрати, можуть складати до 9,0% від загального доходу.

$$B=2716345 \times 0,09=244471,1 \text{ тис. грн.}$$

Економічний ефект (Е):

$$E_5 = 2716345 - 244471,1 = 2471873,9 \text{ тис. грн.}$$

Отже, очікуваний економічний ефект від підвищення ефективності маркетингової діяльності може скласти 2471873,9 тис. грн.

Захід 6. Оптимізація організаційної структури та управління персоналом

Підвищення прибутковості неможливе без високоефективної системи управління персоналом. Доцільно:

- впровадити КРІ-систему для магазинів та менеджерів;
- посилити внутрішню систему навчання;
- розвивати кадровий резерв;
- мінімізувати плинність кадрів за рахунок мотиваційних інструментів.

Розрахуємо економічний ефект від впровадження заходів оптимізації організаційної структури та управління персоналом.

Результат (Р). Оптимізація організаційної структури та управління персоналом може збільшити дохід компанії на 0,7 %. Якщо річний дохід компанії становить 181 089 665 тис. грн, то очікуваний додатковий дохід буде:

$$P = 181089665 \times 0,007 = 1267627,7 \text{ тис. грн.}$$

Витрати (В). Витрати на впровадження КРІ-системи для магазинів та менеджерів, підвищення системи навчання кадрів можуть складати до 3,5% від загального доходу:

$$B = 1267627,7 \times 0,035 = 44367,0 \text{ тис. грн.}$$

Економічний ефект (Е):

$$E_6 = 1267627,7 - 44367,0 = 1223260,7 \text{ тис. грн.}$$

Отже, очікуваний економічний ефект від впровадження заходів соціальної відповідальності може скласти 3495030,5 тис. грн.

Зведем запропоновані заходи й економічні ефекти від них в табл. 3.6.

Таблиця 3.6 – Пропозиції по вдосконаленню роботи компанії

№	Назва заходу	Спрямованість заходу	Результати, тис. грн.	Витрати, тис. грн.	Економічний ефект, тис. грн.
1	Оптимізація асортиментної політики	Розширення асортименту товарів середнього цінового сегмента, адаптація асортименту до регіональних особливостей попиту	1810896,7	90544,8	1720351,9
2	Удосконалення цінової політики	Гнучке управління цінами для підвищення ефективності цінової політики	4527241,6	271634,5	4255607,1
3	Скорочення операційних витрат	Підвищення прибутковості компанії	3621793,3	217307,6	3404485,7
4	Удосконалення логістичного забезпечення	Оптимізація маршрутів доставки товарів, що забезпечує швидшу оборотність та зменшення витрат.	18109,1	724,4	17384,7
5	Підвищення ефективності маркетингової діяльності	Зміцнення лояльності покупців та формування стабільного попиту	2716345,0	244471,1	2471873,9
6	Оптимізація організаційної структури та управління персоналом	Підвищення продуктивності праці персоналу та зростання прибутку компанії.	1267627,7	44367,0	1223260,7
Разом			13962013,4	869049,4	13092964,0

У підсумку всіх запропонованих заходів по покращенню в роботі підприємства ми маємо 13962013,4 тис. грн. доходу від цих заходів, витрати на впровадження їх становлять 869049,4 тис. грн., ми отримали з них економічний ефект у розмірі 13092964,0 тис. грн.

Реалізація запропонованих заходів сприятиме:

- підвищенню валового та чистого прибутку підприємства;
- зростанню рівня рентабельності продажів;

- підвищенню оборотності товарних запасів;
- зниженню операційних витрат;
- зміцненню конкурентних позицій підприємства;
- підвищенню лояльності споживачів та зростанню середнього чека.

Таким чином, удосконалений механізм підвищення прибутковості ТОВ «АТБ-Маркет» забезпечить комплексне покращення економічних результатів, конкурентоспроможності та стійкого розвитку торговельного підприємства в умовах ринкової конкуренції.

3.3. Визначення проєктних техніко-економічних показників ТОВ «АТБ-маркет» з урахуванням запропонованих заходів

Ефективність функціонування торговельного підприємства в сучасних умовах визначається не лише рівнем організації торговельних процесів, але й здатністю керівництва забезпечувати стабільне зростання прибутковості. Підвищення прибутковості є результатом комплексного впливу внутрішніх управлінських рішень та зовнішніх чинників ринкового середовища. Тому механізм її підвищення потребує постійного вдосконалення, адаптації та оптимізації.

Розрахуємо вплив запропонованих заходів на основні фінансові показники ТОВ «АТБ-Маркет». Результати занесемо у табл. 3.7.

У світі використовується дуже широкий перелік видів аналізу діяльності суб'єктів господарювання для оцінки фінансового стану бізнесу та можливості банкрутства. Найбільш популярними моделями аналізу є: модель Альтмана, модель Спрінгетта, R-модель, які передбачають ймовірність стимулювання досліджуваного бізнесу.

Таблиця 3.7 – Вплив всіх запропонованих заходів на показники компанії

Показник	2023 р.	Плановий період	Відхилення	
			+/-	%
Товарна продукція, млн. грн.	8253,4	8500,0	246,6	3,0
Товарна продукція в співставних цінах 2023 р., млн грн	8253,4	8500,0	246,6	3,0
Обсяг реалізованої продукції, млн. грн.	181089,7	186500,0	5410,3	3,0
Собівартість реалізованої продукції, млн. грн.	133239,8	140000,0	6760,2	5,0
Витрати на 1 грн. товарної продукції, грн/грн	0,74	0,72	-0,02	-2,7
Кількість осіб, тис. ос.	60,0	62,0	2,0	3,3
Фонд оплати праці, млн. грн.	29231,6	30000,0	768,4	2,6
Середня заробітна плата працівників, тис. грн./ос.	487,2	500,0	12,8	2,6
Продуктивність праці, тис. грн./ос.	3018,2	3100,0	81,8	2,7
Середньорічна вартість основних засобів, млн. грн.	22365,3	23000,0	634,7	2,8
Середньорічна вартість активів, млн. грн.	47487,9	48000,0	512,1	1,1
Фондовіддача, грн/грн	0,37	0,39	0,02	5,4
Фондомісткість, грн/грн	2,71	2,68	-0,03	-1,1
Фондоозброєність, грн/грн	372,8	380,0	7,2	2,5
Середньорічний залишок оборотних активів, млн. грн.	13515,6	14000,0	484,4	3,6
Валовий прибуток, млн. грн.	47849,8	49000,0	1150,2	2,3
Чистий дохід від реалізації продукції, млн. грн.	181089,7	186500,0	5410,3	3,0
Чистий прибуток, млн. грн.	-450,4	500,0	950,4	5,6
Рентабельність продукції, %	-0,03	0,10	0,13	x
Рентабельність продажів, %	0,00	0,20	0,20	x
Рентабельність підприємства, %	-0,03	0,10	0,13	x

В умовах ринкової конкуренції необхідно врахувати ризики банкрутства. В табл. 3.8 представлено прогностні значення фінансового стану ТОВ «АТБ-маркет» на 2026-2028 роки на основі показника R-прогнозу ризику банкрутства.

Таблиця 3.8 – Прогноз фінансового стану ТОВ «АТБ-маркет» на 2026-2028 роки на основі показника R-прогнозу ризику банкрутства

Показник	Фактичні роки					Прогностні роки		
	2019	2020	2021	2022	2023	2026	2027	2028
Кз – коефіцієнт забезпеченості власними коштами	0,42	0,38	0,43	0,41	0,40	0,39	0,38	0,38
Кпл – коефіцієнт поточної ліквідності	1,8	1,7	1,7	1,6	1,7	1,6	1,5	1,6
Ки – інтенсивність обігу авансованого капіталу	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Км – коефіцієнт менеджменту	0,52	0,50	0,53	0,54	0,54	0,53	0,52	0,53
Крвк – рентабельність власного капіталу	0,55	0,48	0,49	0,42	0,41	0,40	0,39	0,39
Рейтингове число R	1,70	1,68	1,71	1,58	1,63	1,60	1,58	1,59
Характеристика прогнозу настання банкрутства	Задов. стан	Задов. стан	Задов. стан	Задов. стан	Задов. стан	Задов. стан	Задов. стан	Задов. стан

Результати розрахунку ймовірності банкрутства за третьою моделлю рейтингового числа для ТОВ «АТБ-Маркет» вкотре підтвердили, що підприємство перебуває у стабільному фінансовому стані, і ймовірність настання банкрутства йому не загрожує навіть у перспективі.

Розрахунки, виконані за допомогою R-прогнозу, демонструють реалістичність і логічність висновків, зроблених у процесі оцінки фінансового стану підприємства. Згідно з аналізом, значення показника R протягом досліджуваного періоду перевищувало 1,0, що свідчить про прийнятний

фінансовий стан суб'єкта господарювання не лише за фактичні роки, а й у прогнозі.

У прогнозованих 2026–2028 роках значення рейтингового числа залишаються на рівні попередніх періодів і становлять 1,60, 1,58 та 1,59 відповідно. Це ще раз підтверджує фінансову стійкість та низьку ймовірність банкрутства ТОВ «АТБ-Маркет». Підприємство демонструє збалансованість фінансових потоків, що забезпечує його стабільність і стійкість у довгостроковій перспективі.

Отже, підвищення прибутковості торговельного підприємства є стратегічним завданням, що визначає його фінансову стійкість, конкурентоспроможність та перспективи розвитку. У сучасних ринкових умовах механізм забезпечення прибутковості базується на комплексному поєднанні управлінських, економічних, маркетингових та технологічних інструментів, спрямованих на оптимізацію діяльності підприємства.

Від рівня прибутковості підприємства залежить ефективність його роботи, підвищення і зміцнення конкурентної позиції на ринку. Забезпечення прибутковості підприємства є показником стабілізаційного ефекту його розвитку та загального економічного розвитку держави.

Для покращення фінансового стану підприємства повинні нарощувати обсяги виробництва, підвищувати продуктивність праці працівників, захопити якомога більшу частку на ринку, розширювати асортимент продукції і підвищувати її якість, зменшувати витрати на виробництво продукції, з максимальною віддачею використовувати усі види ресурсів, грамотно будувати довірні відносини з постачальниками та покупцями.

Висновок до розділу 3

У результаті проведеного аналізу та розрахунків було визначено, що фінансовий стан ТОВ «АТБ-Маркет» є стабільним, а ймовірність банкрутства залишається на низькому рівні як у фактичному, так і прогнозованому періодах. У ході дослідження проведено аналіз фінансових показників підприємства за допомогою економіко-математичного моделювання.

Проведено прогнозування фінансових показників на 2026-2028 роки за допомогою функції «ТЕНДЕНЦІЯ» у програмі Excel. Прогноз показав поступове зростання чистого доходу підприємства, зокрема на 26,7% у 2026 році порівняно з 2023 роком. Собівартість продукції зростатиме повільніше, що сприятиме збільшенню валового прибутку та збереженню фінансової стабільності.

В роботі запропоновані заходи, які спрямовані на зростання прибутковості торговельного підприємства, а саме:

- оптимізація асортиментної політики;
- удосконалення цінової політики;
- скорочення операційних витрат;
- удосконалення логістичного забезпечення;
- підвищення ефективності маркетингової діяльності;
- оптимізація організаційної структури та управління персоналом.

Реалізація запропонованих заходів сприятиме: підвищенню валового та чистого прибутку підприємства; зростанню рівня рентабельності продажів; підвищенню оборотності товарних запасів; зниженню операційних витрат; зміцненню конкурентних позицій підприємства; підвищенню лояльності споживачів.

Таким чином, запропоновані заходи та висновки, отримані у процесі аналізу, дозволяють удосконалити механізм підвищення прибутковості торговельного підприємства в умовах ринкової конкуренції.

ВИСНОВКИ

Ефективність функціонування торговельного підприємства в сучасних умовах визначається не лише рівнем організації торговельних процесів, але й здатністю керівництва забезпечувати стабільне зростання прибутковості. Підвищення прибутковості є результатом комплексного впливу внутрішніх управлінських рішень та зовнішніх чинників ринкового середовища. Тому механізм її підвищення потребує постійного вдосконалення, адаптації та оптимізації.

Механізм підвищення прибутковості торговельного підприємства являє собою систему цілеспрямованих заходів, управлінських рішень, економічних і організаційних інструментів, спрямованих на зростання фінансового результату діяльності. Його основою є взаємодія таких елементів:

- аналіз та діагностика фінансових показників підприємства;
- формування цілей і стратегій розвитку;
- оптимізація витрат та підвищення ефективності ресурсного забезпечення;
- маркетингові заходи, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності;
- управління асортиментом та ціноутворенням;
- підвищення операційної ефективності;
- інноваційні рішення, що дозволяють забезпечити довгострокове зростання прибутку.

Перший розділ кваліфікаційної (магістерської) роботи було присвячено теоретичним засадам прибутковості торговельного підприємства. Він є комплексним економічним показником, що характеризує ефективність використання ресурсів і визначає конкурентоспроможність підприємства на ринку. Прибутковість підприємства характеризують два показники: прибуток та

рентабельність. Прибуток виражає абсолютний ефект без урахування використаних ресурсів, а рентабельність є одним із головних вартісних показників ефективності виробництва, який характеризує рівень віддачі активів і рівень використання капіталу в процесі виробництва. Система показників прибутковості дає змогу здійснювати всебічну оцінку фінансових результатів, визначати резерви підвищення рентабельності та формувати стратегічні напрями розвитку.

Механізм підвищення прибутковості торговельного підприємства в умовах ринкової конкуренції представляє собою цілісну систему управління прибутковістю. Даний механізм поєднує економічні, організаційні, маркетингові й інноваційні заходи, які взаємодіють між собою та забезпечують комплексний вплив на формування прибутку

Економічне значення прибутковості проявляється у забезпеченні стійкості діяльності, здатності до самофінансування, інноваційного розвитку, підвищенні інвестиційної привабливості та зміцненні позицій підприємства у конкурентному середовищі. Оцінювання прибутковості торговельного підприємства — це системний процес аналізу фінансових результатів, ефективності використання ресурсів та здатності підприємства генерувати прибуток у конкурентних умовах. Оцінювання прибутковості дає змогу визначити реальний економічний стан підприємства, його конкурентоспроможність, ефективність управління витратами та можливості подальшого розвитку.

Основними конкурентами ТОВ «АТБ-Маркет» є ТОВ «METRO» та ТОВ «Сільпо». ТОВ «METRO» — ідеальний для гуртових покупок і бізнес-клієнтів, але менше підходить для звичайного покупця через локацію та ціни на дрібний роздріб. ТОВ «Сільпо» — преміальний вибір для тих, хто цінує якість, естетику та широкий вибір ексклюзивних товарів.

Було встановлено, що ТОВ «АТБ-Маркет» має конкурентні переваги у вигляді широкої мережі магазинів, доступних цін і власних торгових марок.

Водночас, підприємство поступається конкурентам у сфері преміум-продуктів, рівні обслуговування та асортименті готових страв. Проведене порівняння з конкурентами показало, що ТОВ «АТБ-Маркет» займає лідерські позиції на ринку, але має потенціал для подальшого розвитку та вдосконалення.

Другий розділ дослідження було присвячено аналізу фінансово-економічних показників діяльності ТОВ «АТБ-Маркет». Обсяг реалізації у 2020 році зріс 13187,29 тис грн або на 16,58 %. У 2022 році зменшився на 412,4 тис. грн або 0,28%. У 2023 році він зростає на 32756,8 тис. грн або 22,08 %. В загалом обсяг реалізованої продукції виріс на 101529 тис грн або 127,61%.

Витрати на 1 грн товарної продукції у 2020 році зросли на 0,02 грн/грн, а в 2021 –на 0,41 грн/грн., дорівнюють 0,74 грн/грн на кінець досліджуваного періоду. Собівартість реалізованої продукції на початок досліджуваного періоду становить 25349,64 млн грн. У 2020 році вона зросла на 5766,76 млн грн або 22,75 %. В 2023 році собівартість зросла на 20,6 % або 24730,5 млн грн в порівнянні з 2022 р. і дорівнює вже 133239,8 млн грн.

Продуктивність праці падає на 122,20 тис грн/ос або 6,13% у 2020 році, у 2022 році ще на 221,3 тис грн/ос або 11,83%, у 2022 р - на 202,3 тис грн/ос або 12,27% у, а потім зростає на 1571,4 тис грн/ос або 108,6 % у 2023 р. взагалі ж вона зросла на 51,4%, що дорівнює 1025,7 тис грн/ос.

Середньорічна вартість основних засобів за аналізований період зросла на 98,12%, що є позитивною тенденцією.

Фондовіддача у 2020 році дорівнює 0,4 грн/грн. У 2021 році вона становить 0,4 грн/грн, в 2022 році зменшується на 0,3 грн/грн та дорівнює вже 0,37 грн/грн. У 2023 році фондовіддача залишається на рівні з минулим роком.

Фондомісткість у 2020 році зменшилась на 0,1 грн/грн, у 2021 році збільшилась на 0,1 грн/грн, у 2022 році в порівнянні з минулим роком збільшується на 0,21 грн/грн та становить 2,71 грн/грн. такий же результат ми спостерігаємо і в 2023 році.

Фондоозброєність у 2020 році зменшилась на 3,9 грн/грн або 1,02 %. У 2021 році становить 356,6 грн/грн. У 2022 році фондоозброєність зменшилась на 16,83% або 60,03 грн/грн, а потім у 2023 році – збільшилась на 76,18 грн/грн або 25,7 %. За досліджуваний період вона зменшилась на 2,23 % або 8,05 грн/грн .

Чистий дохід від реалізації продукції у 2020 році в порівнянні з 2019 роком зріс на 2938,7 млн грн або 2,07 %. У 2022 році 2021 роком зменшився на 412,4 млн грн або 0,28 % і становить 148332,9 млн грн. В 2023 році він зріс на 32756, 8 млн грн. або 22,1 % та дорівнює 181089,7 млн грн. Якщо порівняти 2023 рік та 2019, то чистий дохід від реалізації продукції збільшився на 39242,1 млн грн або 27,66 %.

Валовий прибуток за 2019-2023 рр зростає на 14982,4 млн грн або 45,58 %, а чистий прибуток падає на 1017,8 млн грн або 104,71 %. Це пов'язано з військовими діями на території України.

Рентабельність продукції в 2020 році зменшується на 0,7% . У 2021 році вона становить 7,53 %. В 2022 році - зменшується на 4,94 %, а в 2023 знижується на 2,60 %. В кінці досліджуваного періода рентабельність продукції становить -0,03 %, тому що в 2023 році були збитки.

Рентабельність продажів поступово подала з 2019 до 2023 рр. Спочатку вона становила 8,5 % у 2019 році, 7,8% у 2020 році, 5,60 % у 2021 році, потім у 2022 році – 1,90 %, а в 2023 вже дорівнює -0,002 %.

Рентабельність підприємства теж зазнала такого погіршення. З 36,8 % у 2019 році, 36% у 2020, 34,86% у 2021 році. В 2022 році вона різко падає до 13,54 %, а потім взагалі до критичних -0,03 % у 2023 році. Це пов'язано з веденням бойових дій та окупації деяких областей України

Аналіз ліквідності показав, що підприємство має достатній рівень платоспроможності. Розраховані коефіцієнти фінансової стійкості підтвердили стабільний стан підприємства, а аналіз показників рентабельності та валового прибутку продемонстрував лідерство ТОВ «АТБ-Маркет» у порівнянні з

конкурентами. Однак спостерігається зниження чистого прибутку внаслідок зовнішніх економічних факторів. Аналіз товарообігу підтвердив, що ТОВ «АТБ-Маркет» має стабільний розвиток і ефективно виконує план реалізації завдяки оптимальному асортименту базових товарів і частим акціям.

За допомогою кореляційно-регресійного аналізу було визначено, що найбільший вплив на чистий прибуток мають адміністративні витрати та інші операційні доходи. Це свідчить про необхідність оптимізації витратної частини діяльності та підвищення ефективності операцій.

Проведений аналіз показує, що ТОВ «АТБ-Маркет» є одним з найуспішніших операторів роздрібної торгівлі в Україні. Поєднання низьких цін, ефективної логістики, широкої присутності на ринку та цифровізації бізнес-процесів забезпечує високий рівень конкурентоспроможності.

Третій розділ магістерської кваліфікаційної роботи було присвячено вдосконаленню механізму підвищення прибутковості торговельного підприємства ТОВ «АТБ-Маркет» в умовах ринкової конкуренції.

У результаті проведеного аналізу та розрахунків було визначено, що фінансовий стан ТОВ «АТБ-Маркет» є стабільним, а ймовірність банкрутства залишається на низькому рівні як у фактичному, так і прогнозованому періодах. У ході дослідження проведено аналіз фінансових показників підприємства за допомогою економіко-математичного моделювання.

Проведено прогнозування фінансових показників на 2026-2028 роки за допомогою функції «ТЕНДЕНЦІЯ» у програмі Excel. Прогноз показав поступове зростання чистого доходу підприємства. Собівартість продукції зростатиме повільніше, що сприятиме збільшенню валового прибутку та збереженню фінансової стабільності.

В роботі запропоновані заходи, які спрямовані на зростання прибутковості торговельного підприємства, а саме:

- 1) оптимізація асортиментної політики;

- 2) удосконалення цінової політики;
- 3) скорочення операційних витрат;
- 4) удосконалення логістичного забезпечення;
- 5) підвищення ефективності маркетингової діяльності;
- 6) оптимізація організаційної структури та управління персоналом.

Реалізація запропонованих заходів сприятиме: підвищенню валового та чистого прибутку підприємства; зростанню рівня рентабельності продажів; підвищенню оборотності товарних запасів; зниженню операційних витрат; зміцненню конкурентних позицій підприємства; підвищенню лояльності споживачів.

Запровадження вище зазначених нами заходів дасть змогу ТОВ «АТБ-маркет» підвищити обсяги виробництва, зменшити витрати компанії та збільшити прибуток фірми й отримати економічний ефект в розмірі 13092964,0 тис. грн.

Таким чином, запропоновані заходи та висновки, отримані у процесі аналізу, дозволяють удосконалити механізм підвищення прибутковості торговельного підприємства в умовах ринкової конкуренції.

Практичне значення результатів дослідження кваліфікаційної (магістерської) роботи надасть змогу підвищити конкурентні переваги підприємства, що призведе до покращення виробничо-господарської діяльності компанії в цілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Податковий кодекс України від 30 березня 2020 року. № 540-IX / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення: 11.11.2023).
2. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16 липня 1999 р. № 996-XIV / Верховна Рада України. Відомості Верховної Ради України. 1999. № 40. Ст. 365. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
URL:https://ukraine.arcelormittal.com/wpcontent/uploads/2023/12/konsolidovanyj_zvit_pro_upravlinnya_2022.pdf.
3. Азаренкова Г. М., Чурилова О. А. Моделювання фінансової стійкості сучасного підприємства. *Економічний вісник НГУ*. 2010. № 4. С. 105–112.
4. Білик М.Д., Котов І. Л. Фінансовий стан підприємства: теорія, методика. Формування ринкових відносин в Україні. 2013. № 5. С. 86 – 92.
5. Білошицька М. С. Аналіз фінансового стану підприємства. *Житомирський державний університет* URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/06/71-1.pdf>.
6. Бланк, И. А. Управління прибутком: підручник. К.: Ніка-Центр, 2002. 752 с.
7. Бланк І.А. Управління фінансовими ресурсами підприємства: навчальний посібник К.: Єльга, 2011. 574 с.
8. Бойчик І. М. Економіка підприємства: підручник. Київ: Кондор-Видавництво, 2016. 378 с.
9. Болух М.А., Бурчевський В. З., Горбатюк М. І. Економічний аналіз: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2011. 540 с.
10. Брагіна О. С., Бугенко С. І., Павлусь М. Г. Прибутковість підприємства та шляхи її підвищення. *Бізнес-Інформ*, 2021. №10. С. 261 – 266.

11. Валюх А., Зайцев О. Аналіз та напрями покращення фінансового стану підприємств України. *Інфраструктура ринку*. 2019. № 28
12. Вітлінський В.В. Моделювання економіки: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2003. 408 с.
13. Власова Н. О., Мелушова І. Ю. Ефективність формування фінансових результатів підприємств роздрібної торгівлі. Харків, 2008. 258 с.
14. Вовк В.М., Дрогомирецька З.Б. Основи системного аналізу: навч. посіб. Львів: ВЦ ЛНУ ім. Івана Франка, 2002. 250с.
15. Гайбура Ю.А. Методичні підходи щодо оцінки і прогнозування прибутковості підприємства. *Подільський вісник: сільське господарство, техніка, економіка*, 2023. Вип. 1(38). С. 118 – 124.
16. Денисенко М. П., Зазимко О. В. Основні аспекти оцінки фінансового стану підприємств. *Агросвіт* №10, 2015.
17. Деркач О.В. Проблеми аналізу фінансового стану підприємства. *Ефективна економіка*. URL : [http:// www.economy.nayka.com.ua/?op=1;=z](http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1;=z) 1982.
18. Державна служба статистики України. 2025. URL : <https://www.ukrstat.gov.ua/>
19. Дутчак І., Семчишин А. Теоретичне забезпечення аналізу фінансового стану промислових підприємств України. *Економічний аналіз*. 2024. Вип. 34 (2). С. 208-215.
20. Жук Н. Аналіз фінансового стану як домінантний індикатор фінансової безпеки підприємств. *Вісник економіки*. 2022. № 4. С. 97–112. DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2022.04.097>
21. Загородна О. М., Серединська В. М. Формування механізму діагностики фінансового стану підприємства. Стан і перспективи розвитку обліково-інформаційної системи в Україні. Тернопіль: ТНЕУ. 2019. С. 233 – 235.
22. Загородній А. Г. Фінансово-економічний словник: навч. посіб. Київ: Знання, 2010. 1072 с.

23. Іщейкін Т. Є., Олійник А. С., Козін О. О., Фурман А. С., Гринь А. І. Управління виробничо-комерційною діяльністю підприємства. *Економіка та держава*. 2022. № 2. С. 141–146.

24. Казак О. О. Моделювання ефективності виробничої діяльності підприємства. *Ефективна економіка* № 6. 2019. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7694>.

25. Куліш Г.П., Чепка В.В., Гавриленко В.О. Фінансовий стан підприємства: фактори, що впливають на нього. *Економічні горизонти*. 2022. № 1(19). DOI: 10.32702/2306-6814.2020.19-20.96

26. Куцій Н.С., Демчук В.О. Сутність, задачі та етапи управління фінансовим станом підприємства. *Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics»*. 2021. №25. С. 92-97. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/issue/25-2021/kutsay.pdf>

27. Кірейцев Г.Г. Фінансовий менеджмент: Підручник, Житомир: ЖІТІ, 2001. 440 с.

28. Корнєва Н. О., Шаповалова І. О. Шляхи покращення фінансового стану підприємства. Випуск 5. С. 55–60. URL: http://mdu.edu.ua/wp-content/uploads/files/16_13.pdf

29. Коробов М. Я. Фінансово–економічний аналіз діяльності підприємств. К.: Знання, 2012. 294 с.

30. Косарева І. П., Хохлов М. П., Бірюкова В. В. Дослідження теоретичних основ фінансового стану підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2018. № 19. С. 101–106.

31. Кошельок Г.В., Міндова О.І., Чернишова Л.В. Факторний аналіз рентабельності виробництва торговельних підприємств. *Економіка та суспільство*. 2023. № 47. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2124/2053>

32. Кравець Р. С. Конкурентоспроможність: інтеграція підприємств у європейський ринок. Львів: Світ, 2023. 345 с.
33. Ладунка І. С. Кучеренко Є. А. Шляхи покращення фінансового стану підприємства в сучасних економічних умовах. *Економіка і суспільство*, 2016. Випуск 5. С. 185 – 188. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/5_ukr/33.pdf
34. Лагунов К.В. Аналіз фінансового стану як інструмент забезпечення економічної безпеки підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2025. №3. С. 163-167.
35. Ладунка І. С., Кучеренко Є. А. Шляхи покращення фінансового стану підприємств в сучасних економічних умовах. *Економіка і суспільство*. 2016. № 15. С. 185-188. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/5_ukr/33.pdf
36. Лашкун Г., Шахно А., Турило А. Формування системи антикризових заходів у проєктному аналізі. *Економіка. Фінанси. Право*, 2024. № 10. URL : <http://efp.in.ua/uk/journal-article/1482>
37. Левкович О.В., Воробйова А.О. Аналітичні основи ліквідності та платоспроможності підприємства. *Ефективна наука*. 2022. № 5. С. 23–30. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2022.5.76>
38. Левченко І. В. Стратегії забезпечення конкурентоспроможності: теорія і практика. Одеса: ОНУ, 2021. 312 с.
39. Лук'янова В. В., Лабунець О. О. Діагностика фінансового стану підприємства та шляхи його поліпшення. *Приазовський економічний вісник*. 2018. № 2 (07). С. 66–69.
40. Методичні рекомендації до виконання та оформлення кваліфікаційної (магістерської) роботи для студентів спеціальності 076 Підприємництво та торгівля усіх форм навчання. 2024.
41. Міщук Г. Ю., Джигар Т. М., Шишкіна О. О. Економічний аналіз: навч. посіб. Рівне: НУВГП, 2017. 156 с.

42. Мазур О. І., Ковальчук Г. А. Конкуренція у сфері торгівлі: проблеми та перспективи. Житомир: Полісся, 2023. 255 с.

43. Мурована Т.О. Вплив воєнного стану на підприємництво в Україні: поточний стан та перспективи його стабілізації. *Інвестиції: практика та досвід*. 2022. № 13-14. С. 34-39. DOI: <https://nauka.com.ua/index.php/investplan/article/view/191/191>

44. Нагорний П.Д., Базюк Д.С. Оцінка фінансового стану як передумова ефективного управління підприємством. *Трансформаційна економіка*. 2023. №1 (01). С. 44-49.

45. Нагорна І. В., Бондаренко В. О. Облік і аналіз фінансового результату в системі управління підприємством. *Ефективна економіка*, 2021. № 11. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/11_2021/105.pdf.

46. Назаренко Т. П., Франчук І. Б., Вітер С. А. Методичні аспекти обліку та управління витратами на виробництво продукції. *Економіка та держава*. 2021. № 7. С. 83–89.

47. Отенко І. П., Азаренко Г. Ф., Іващенко Г. А. Фінансовий аналіз: навч. посіб. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 156 с.

48. Поддєрьогін А.М., Білик М. Д. Фінанси підприємств: підручник. 7-ме вид., перероб. і доп. Київ: КНЕУ. 2010. 460 с.

49. Рзаєва Т. Г., Сереветник О. В. Фінансові результати та напрями їх аналізу за показниками фінансової звітності. *Вісник Хмельницького національного університету*, 2020. №3. С. 121–124.

50. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2010. 662 с.

51. Серединська В. М., Загородна О. М., Федорович Р. В. Економічний аналіз: навч. посіб. Тернопіль: Видавництво Астон, 2010. 624 с.

52. Соїна Ю. С., Гринь В. П. Методологічні засади здійснення аналізу фінансових результатів діяльності підприємства. 2019. №4. URL: <https://www.ukrlogos.in.ua/10.11232-2663-4139.04.15.html>.

53. Степаненко О.І. Аналіз рентабельності підприємства та шляхи її підвищення в умовах економічної нестабільності. *Причорноморські економічні студії*. 2022. №75. С.93-101.

54. Савчук А. Ю., Литвин І. С. Стратегічне управління конкурентоспроможністю: регіональні аспекти. Луцьк: Волинська друкарня, 2023. 220 с.

55. Стащук О., Жигар Н. Формування та використання прибутку суб'єктів господарювання в умовах воєнного стану. *Економічний часопис ВНУ імені Лесі Українки*. 2022. № 3 (31), С. 12-17. DOI: <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2022-03-12-17>

56. Стащук О., Жигар Н. Формування та використання прибутку суб'єктів господарювання в умовах воєнного стану. *Економічний часопис ВНУ імені Лесі Українки*. 2022, № 3 (31), С. 12-17. DOI: <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2022-03-12-17>

57. Татаруєв Ю.О. Сутність та діагностика фінансового стану підприємства. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2021. №2 (82). С. 113-119.

58. Ткаченко А., Подгузін Я. Удосконалення аналізу фінансового стану на українських підприємствах: проблеми та шляхи їх вирішення. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету*. Економічні науки. 2020. № 57. С. 45–53. URL: <https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/1646/1/7.pdf>

59. Ткаченко М. А. Управління конкурентними перевагами підприємств. Київ: Економіка. 2021. 260 с.

60. Троц І.В, Галензовська Є.В. Оцінка фінансового стану як передумова ефективного управління підприємством. *«КРОК» Конференції, Держава, регіони, підприємництво: інформаційні, суспільно-правові, соціально-економічні аспекти розвитку*. 2022. С. 205-209.

DOI: <https://dspace.krok.edu.ua/handle/krok/8907>

61. Турило А. М., Турило А. А., Короленко С. М. Фінанси підприємства та їх місце в його інвестиційно-витратній діяльності. *Вісник Криворізького національного університету*. 2019. Вип. 49. С. 64–69.

62. Цал-Цалко Ю.С. Фінансовий аналіз: підручник. К.: Центр учбової літератури, 2009. 566 с.

63. Фінансова звітність ТОВ «АТБ-маркет». веб-сайт. URL : <https://clarity-project.info/edr/30487219/finances?current>

64. Шахно А.Ю., Мамедова А.А. Основні аспекти формування адаптаційного потенціалу підприємств та організацій в умовах невизначеності. *Вісник Криворізького національного університету*, 2024. Вип. 58. С. 162-167. URL : <http://iomining.in.ua/wp-content/uploads/VKNU/%D0%92%D0%9A%D0%9D%D0%A3-58.pdf>

65. Шахно А.Ю., Лашкун Г.А., Батеха Д.І. Бізнес-планування як інструмент оцінки прибутковості суб'єктів господарювання. *Економіка та менеджмент сучасних організацій: проблеми теорії та практики*: матеріали IV міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (Кривий Ріг, 10 жовтня – 10 листопада 2025 р.). Кривий Ріг: КНУ. 2025.

66. Шахно А.Ю., Турило А.А., Лашкун Г.А., Поліщук І.Г., Колеснікова В.С. Бізнес-планування при організації діяльності суб'єктів господарювання: методологія, стратегії та інноваційні рішення. *Інвестиції: практика та досвід*. 2025. №21. С. 123-131. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/7950>