



УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

"Шляхи підвищення рентабельності підприємства"

Виконав: здобувач II курсу, групи ЕП-19ВМ

ОПП з Економіки бізнесу та інновацій

Спеціальності 051 Економіка

шифр і назва

Поправко Олександр Анатолійович

прізвище, ініціали

Керівник:

Дубінський Сергій Володимирович, к.е.н, доцент

Дніпро

2021

Завдання на кваліфікаційну роботу

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Освітній ступінь МАГІСТРА
 ООП з Економіки бізнесу
 Спеціальність 051 Економіка

Затверджую:

Зав. кафедри Задоя Анатолій Олександрович
 професор, доктор економічних наук, заслужений
 працівник народної освіти України,
 академік Академії економічних наук України
 (підпис, прізвище, ім'я та по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

“___” _____ 20__ р.

ЗАВДАННЯ

на кваліфікаційну роботу здобувачу
Поправко Олександра Анатолійовича
 (прізвище, ім'я та по батькові)

1. Тема роботи Шляхи підвищення рентабельності підприємства2. Керівник роботи Дубінський Сергій Володимировичкандидат економічних наук, доцент

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

Затверджені наказом від “___” _____ 20__ р., № _____

3. Термін здачі здобувачем закінченої роботи _____

4. Цільова установка та вихідні дані до роботи: розкриття сутності, показники рентабельності у виробництві та механізм застосування в сучасних умовах господарювання.Об'єкт дослідження – ТОВ «Красень І К».Предмет дослідження – організаційно-економічні відносини, пов'язані з підвищенням рентабельності підприємства.

5. Зміст роботи (перелік питань, які належить розробити):

Вступ: оцінювання сучасного стану проблеми, вказівка на провідних вчених та спеціалістів у цій сфері, означення існуючих прогалин знання в цій предметній галузі, актуальність теми, мета і завдання, об'єкт і предмет, методи дослідження, структура роботи.

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

- 1.1. Поняття, сутність та показники рентабельності
- 1.2. Характеристика факторів резерву підвищення рентабельності
- 1.3. Фактори, які впливають на рентабельність продукції та послуг

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ

«КРАСЕНЬ І К»

- 2.1. Загальна характеристика підприємства
- 2.2. Аналіз рентабельності використання ресурсного потенціалу
- 2.3. Аналіз показників рентабельності продукції та послуг

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ЗАХОДІВ ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ

«КРАСЕНЬ І К»

- 3.1. Шляхи підвищення рентабельності господарської діяльності підприємства у сучасних умовах господарювання
- 3.2. Підвищення продуктивності праці працівників підприємства
- 3.3. Зміна цінової стратегії для підвищення прибутку і рентабельності
- 3.4. Оцінка ефективності запропонованих заходів

ВИСНОВКИ

ДОДАТКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

6. Консультанти розділів роботи:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали, посада)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Перший	Дубінський С.В.		
Другий	Дубінський С.В.		
Третій	Дубінський С.В.		

7. Дата видачі завдання 19.09.20р.

8. Календарний план виконання роботи

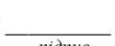
№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1	Закріплення керівника кваліфікаційної роботи	До 01.09.2020	
2	Вибір та обговорення теми кваліфікаційної роботи	До 15.09.2020	
3	Остаточне затвердження теми кваліфікаційної роботи	До 20.09.2020	
4	Одержання завдання на кваліфікаційну роботу у наукового керівника	До 25.09.2020	
5	Складання бібліографії та вивчення літературних джерел	До 15.10.2020	
6	Виконання першого розділу	До 01.11.2020	
7	Збір матеріалів на підприємстві	До 15.11.2020	
8	Виконання другого розділу	До 25.11.2020	
9	Виконання третього розділу	До 20.12.2020	
10	Оформлення висновків і рекомендацій	До 24.12.2020	
11	Написання реферату іноземною мовою (для тих, хто захищає диплом іноземною мовою)	До 10.01.2021	
12	Оформлення роботи, одержання відзиву	До 10.01.2021	
13	Попередній захист кваліфікаційної роботи	До 15.01.2021	
14	Захист кваліфікаційної роботи	21-25.01.2021	

Здобувач


 підпис

Поправко О.А.
 прізвище, ініціали

Керівник кваліфікаційної роботи


 підпис

Дубінський С.В.
 прізвище, ініціали

АНОТАЦІЯ

Поправко О.А. Шляхи підвищення рентабельності підприємства.

Метою кваліфікованої роботи магістра є розробка шляхів підвищення рентабельності підприємства ТОВ «Красень і К».

Дана компанія займається виготовленням та монтажем вентилязованих фасадів, виробляє пластикові вікна і різні алюмінієві конструкції, так само підприємство надає послуги з установки, монтажу та подальшого сервісного обслуговування.

В процесі проведених досліджень були використані такі методи дослідження рентабельності: аналіз узагальнених результатів дослідження, економічний, статистичний, графічний, порівняльний, фінансовий аналіз і т. д.

В роботі розглянуті причини низької рентабельності і розроблено кілька методів підвищення рентабельності на підприємстві. Зроблено оцінку ефективності запропонованих методів. Після чого були зроблені висновки та розроблені рекомендації щодо збереження фінансової стійкості підприємства.

Прогнозні розрахунки показали, що запропоновані в даній роботі рекомендації, спрямовані на подолання негативних тенденцій фінансового стану підприємства, можна вважати економічно обґрунтованими і доцільними. Що говорить про досягнення мети, поставленої в роботі. Пропозиції можуть бути застосовані на будь-якому підприємстві.

Ключові слова: фінансовий стан, фінансовий аналіз, прибутковість, балансовий прибуток, прибуток від реалізації, рентабельність підприємства, собівартість продукції, економічна ефективність.

SUMMARY

Popravko O.A. Ways to increase the profitability of the enterprise.

The purpose of the master's thesis is to develop ways of increasing the profitability of the company LLC "Krasen and K".

The company manufactures and installs ventilated facades, produces plastic windows and various aluminum structures, as well as provides services for installation and post-sale service.

While conducting the research the following methods of profitability research were used: analysis of generalized investigation results, economic, statistical, graphical, comparative, financial analysis, etc.

The reasons of low profitability are considered in the work and several methods of increase of profitability at the enterprise are developed. The efficiency of the offered methods was estimated. Whereupon, conclusions were drawn and recommendations were developed to preserve the financial stability of the enterprise.

Forecast calculations have shown that the recommendations proposed in the paper, aimed at overcoming the negative trends in the financial situation of the enterprise, can be considered economically justified and feasible. The set goals of the work were achieved. The proposals can be applied at any enterprise.

Keywords: financial condition, financial analysis, profitability, balance sheet profit, profit from sales, profitability of the enterprise, cost of production, economic efficiency.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	10
1.1. Поняття, сутність та показники рентабельності	10
1.2. Характеристика факторів резерву підвищення рентабельності	20
1.3. Фактори, які впливають на рентабельність продукції та послуг	31
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «КРАСЕНЬ І К»	34
2.1. Загальна характеристика підприємства	34
2.2. Аналіз рентабельності використання ресурсного потенціалу	40
2.3. Аналіз показників рентабельності продукції та послуг	43
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ЗАХОДІВ ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «КРАСЕНЬ І К»	54
3.1. Шляхи підвищення рентабельності господарської діяльності підприємства у сучасних умовах господарювання	54
3.2. Підвищення продуктивності праці працівників підприємства	60
3.3. Зміна цінової стратегії для підвищення прибутку і рентабельності	65
3.4. Оцінка ефективності запропонованих заходів	68
ВИСНОВКИ	72
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	77
ДОДАТКИ	82

ВСТУП

Сенс будь-якої підприємницької діяльності складається в досягненні позитивного економічного ефекту у вигляді абсолютного показника прибутку або відносного - рентабельності.

У ринковій економіці особливе місце відводиться підприємцю, здатному виконувати виключно важливу функцію на підприємстві - «заробляння прибутку».

В умовах ринку постійно виникають питання, які потребують свого рішення. Яка роль прибутку у формуванні фінансових ресурсів підприємства? Чи є шляхи збільшення прибутку? Який вплив розподілу прибутку на загальний фінансовий стан підприємства?

Значимість економічного аналізу таких найважливіших показників, як прибуток і рентабельність підприємства важко переоцінити, адже саме прибуток є кінцевий фінансовий результат діяльності підприємства, що служить джерелом поповнення фінансових ресурсів підприємства.

Прибуток є важливою і головною рушійною силою економіки, основним спонукальним мотивом діяльності підприємців, певним гарантом прогресу соціально-економічної системи. Вважається, що прибуток є узагальнюючим показником діяльності підприємства. В умовах ринкової економіки головною метою діяльності будь-якого приватного підприємства є отримання прибутку. Власники і персонал мають зробити усе необхідне для забезпечення формування прибутку у розмірі, потрібному для подальшого функціонування і розвитку підприємства і забезпечення усіх груп інтересів.

Актуальність, складність і різноманітність проблем впливу факторів на розмір прибутку, і ефективність розподілу прибутку обумовлюють необхідність дослідження цих проблем стосовно до конкретного підприємства.

Об'єктом дослідження цієї роботи є підприємство ТОВ «Красень і К», як господарюючий суб'єкт, а **предметом** – організаційно-економічні

відносини, пов'язані з підвищенням рентабельності підприємства.

Мета кваліфікаційної роботи - розробка шляхів підвищення рентабельності підприємства ТОВ «Красень і К».

Методологічною основою для написання кваліфікаційної роботи магістра послужили наукові праці вітчизняних і зарубіжних авторів з проблем формування та аналізу фінансових результатів діяльності підприємства. Була використана навчальна і наукова література таких авторів, як: И.Я. Лукасевич, Б.А. Райзберг, Е.С. Стоянова, А.Д. Шеремет, Г.В. Савицкая та інші; законодавчі та нормативні документи України; підручники і навчальні посібники; бухгалтерська звітність підприємства, матеріали власних досліджень.

Наукова новизна одержаних результатів в даній кваліфікаційній роботі полягає в обґрунтуванні теоретичних положень та методичних рекомендацій щодо збільшення показників рентабельності на підприємстві.

В процесі проведених досліджень були використані такі методи дослідження рентабельності: аналіз узагальнених результатів дослідження, економічний, статистичний, графічний, порівняльний, фінансовий аналіз і т. д. Застосування кожного з цих методів визначається характером розв'язуваних в процесі дослідження задач.

Під час написання даної кваліфікаційної роботи були поставлені та виконані наступні завдання:

- вивчені теоретичні аспекти, сутність, поняття і показники рентабельності підприємства, фактори резерву підвищення рентабельності та фактори, які впливають на рентабельність продукції та послуг;
- аналіз рентабельності використання ресурсного потенціалу підприємства;
- аналіз показників рентабельності продукції та послуг;
- досліджені шляхи підвищення рентабельності господарської діяльності підприємства у сучасних умовах господарювання;

- сформовані пропозиції для підвищення продуктивності праці працівників підприємства;
- запропонована зміна цінової стратегії для підвищення прибутку і рентабельності;
- зроблена оцінка ефективності запропонованих заходів.

У результаті роботи були запропоновані шляхи підвищення рентабельності підприємства на основі аналізу фінансових показників компанії. Результати роботи були передані компанії ТОВ «Красень і К» під час проходження практики. Пропозиції можуть бути застосовані на будь-якому підприємстві.

Структура кваліфікаційної роботи відповідно до методичних вказівок складається з вступу, трьох розділів основного тексту, висновка з пропозиціями, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи - 99 сторінок, проілюстрована 14 рисунками, 17 таблицями, презентацією з 12 слайдів.

Апробація результатів дослідження: матеріали кваліфікаційної магістерської роботи було оприлюднено у тезах «Стан та перспективи ринку праці в Україні» на Міжнародній науково-практичній конференції (Структурні трансформації економіки України: макро-, мезо- й мікрорівні: III Міжнародна науково-практична конференція: тези доповідей, секція I «Стратегічні пріоритети інвестиційно-інноваційного розвитку підприємства в сучасних умовах», Дніпро, 20 грудня 2019 р. – Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2019. – С. 42-43) (Додаток Д).

Матеріали кваліфікаційної магістерської роботи було оприлюднено у тезах «Зовнішні фактори, які впливають на рентабельність підприємства» на Міжнародній науково-практичній конференції молодих вчених і студентів (Євроінтеграційний вибір України та проблеми макроекономіки: XXIX Міжнародна науково-практична конференція: тези доповідей, Дніпро, Том 2, 20 листопада – 1 грудня 2020 р. – Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2020. – С. 206-210) (Додаток Е).

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Поняття, сутність та показники рентабельності

У Законі України “Про підприємства в Україні” записано: “Підприємство — самостійний господарюючий статутний суб’єкт, який... здійснює виробничу, науково-дослідницьку і комерційну діяльність з метою одержання відповідного прибутку (доходу)... На всіх підприємствах і основним узагальнюючим показником фінансових результатів і господарської діяльності є прибуток (дохід)”. Цими нормативними положеннями визначається роль і місце прибутку в економіці підприємства [1].

Міру прибутковості функціонування підприємства найточніше визначають показники рентабельності.

В економічній літературі дається кілька понять рентабельності, і як правило, використовуються ідентичні йому поняття такі як: «прибутковість», «дохідність», «ефективність».

Рентабельність (від нім. *rentabel* - прибутковий, вигідний, корисний) - це відносний показник, що характеризує рівень прибутковості підприємства, ефективність його діяльності в цілому при використанні будь-якого ресурсу (матеріального, фінансового, трудового), раціональність інвестицій і т. д., який відображає кінцеві результати господарської діяльності.

Розраховується за спеціальними формулами, зазвичай має процентне вираження або може відображатися у вигляді коефіцієнта. Зрозуміло, чим вище процент рентабельності, тим більше віддачі компанія отримує від своєї безпосередньої діяльності.

Є ще й термін від’ємна рентабельність. У цьому випадку діяльність підприємства є збитковою. І треба зауважити, що в більшості випадків, саме рентабельність підприємства стає ключовим індикатором реальної ситуації на виробництві або в компанії.

Показник рентабельності взаємопов'язаний з усіма показниками ефективності виробництва, зокрема із собівартістю продукції, фондомісткістю продукції і швидкістю оборотності оборотних коштів.

Ефективність, же є відносним показником, що характеризує відношення результатів діяльності компанії, як правило прибутку, до витрат, товарообігу, вартості майна тощо. По суті, виходить, що ефективність є найбільш близьким поняттям, що характеризує рентабельність. Але, поняття «ефективність» дещо ширше поняття «рентабельність», адже вона може бути розглянута з різних аспектів, наприклад: ефективність персоналу, ефективність використання основних і оборотних фондів, ефективність системи управління. В навчальній і науковій літературі немає єдиного трактування поняття рентабельності. Тому, необхідно розглянути основні підходи до визначення поняття «рентабельність» з позиції різних авторів (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Існуючі підходи різних авторів до визначення поняття «рентабельність»

Автори	Тлумачення терміну
1	2
И.Я. Лукасевич	«показники рентабельності є комплексними і дають загальну оцінку ефективності її діяльності, а також прийнятих менеджментом рішень» [5]
Б.А. Райзберг	«рентабельність характеризує кінцевий господарський результат діяльності за певний період і визначається величиною отриманого прибутку в порівнянні з розмірами вкладень (витрат) в основні та оборотні кошти» [7]
Е.С. Стоянова	«показник економічної ефективності виробництва в організаціях, який комплексно відображає використання матеріальних, трудових і грошових ресурсів» [4]

Продовження таблиці 1.1

1	2
А.Д. Шеремет	«характеристика рентабельності можна розрахувати у вигляді умовних показників економічних результатів, які отримані за звітний період підприємством» [6]
Г.В. Савицкая	«рентабельність є відносним показником, який визначає прибутковість бізнесу» [3]
М.Н. Крейнина	«під рентабельністю слід розуміти відношення прибутку до власного, спільного або оборотного капіталу, що є найважливішим масштабом оцінки величини (сили) доходів підприємства» [8]
П.Я. Попович	«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» [9]

Таким чином, науковцями при визначенні поняття «рентабельність» найчастіше вживаються наступні характеристики:

- ефективність, прибутковість, доходність підприємства;
- один із показників ефективності;
- рентабельність характеризується прибутком або здатністю створювати чистий дохід або прибуток.

У будь-якому визначенні рентабельність - це відносний показник, який буде означати відношення суми отриманого (очікуваного) результату до одного з показників (виручки, витрат, середньої вартості основних і оборотних коштів, фонду заробітної плати і т. п.).

Розглянувши поняття дані різними економістами, запропонуємо своє: рентабельність - це характеристика успішності комерційної діяльності, яка формується шляхом співвідношення величини отриманої в результаті цієї

діяльності прибутку з грошовою оцінкою чинників, що забезпечили її (прибутку) отримання.

Прибутковість господарюючого суб'єкта характеризується абсолютними і відносними показниками. Абсолютний показник прибутковості - сума прибутку (доходів). Відносний показник - рівень рентабельності. Ці показники тісно пов'язані між собою. Зростання рентабельності об'єктивно свідчить про збільшення одержуваного прибутку.

Абсолютні показники дозволяють проаналізувати динаміку різних показників прибутку за ряд років. При цьому слід зазначити, що для отримання більш об'єктивних результатів слід розраховувати показники з урахуванням інфляційних процесів.

Відносні показники менше схильні до впливу інфляції, тому що являють собою різні співвідношення прибутку і вкладеного капіталу, або прибутку і виробничих витрат.

За абсолютною сумі прибутку не завжди можна судити про рівень прибутковості підприємства, так як на її розмір впливає не тільки якість роботи, а й масштаби діяльності. Тому для характеристики ефективності роботи підприємства поряд з абсолютною сумою прибутку використовують відносний показник - рівень рентабельності.

Ці характеристики найбільш доцільно розглядати відносно інших тимчасових періодів. Абсолютні цифри самі по собі несуть небагато інформації. Лише знаючи динаміку їх зміни, можна більш вірогідно судити про роботу підприємства.

Показники рентабельності - це найважливіші характеристики фактичної середовища формування прибутку і доходу підприємств. Вони дозволяють дати оцінку фінансових результатів підприємства, і в кінцевому рахунку, його ефективність. З цієї причини вони є обов'язковими елементами порівняльного аналізу та оцінки фінансового стану підприємства. При аналізі виробництва показники рентабельності використовуються як інструмент інвестиційної політики і ціноутворення.

Кожен власник підприємства, його потенційний або реальний інвестор зацікавлені в отриманні інформації про те, наскільки ефективно воно функціонує. Оцінити ефективність бізнесу нам допомагає фінансовий аналіз. З його допомогою можна скласти уявлення про поточну діяльність компанії, а можна зробити прогноз. Також фінансовий аналіз використовують перед стартом, наприклад для розробки бізнес-планів або стратегій розвитку. При цьому важливе місце займає аналіз рентабельності. Вихідною базою фінансового аналізу є дані бухгалтерського обліку і звітності.

Існують різні показники рентабельності, що характеризують діяльність компанії з різних сторін і відповідають інтересам (рис. 1.1).

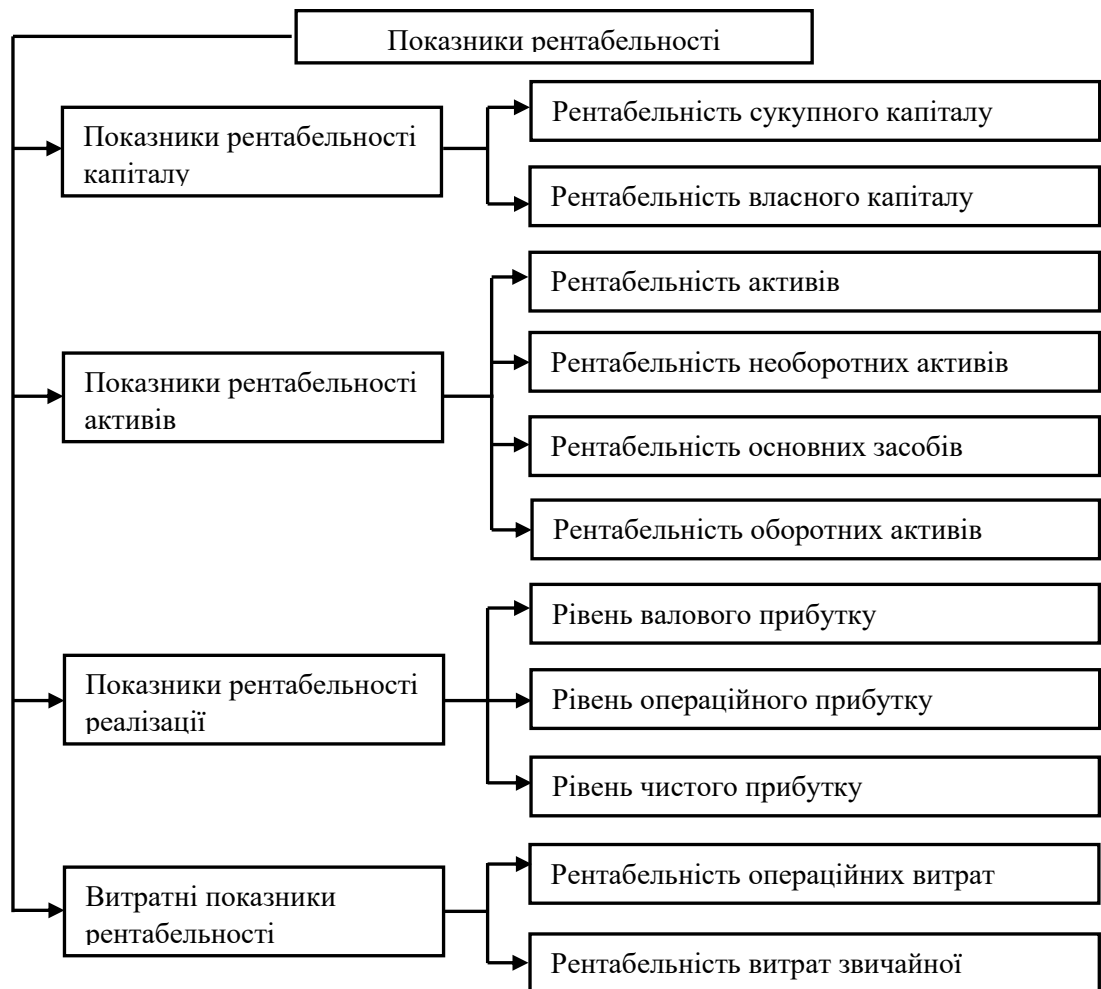


Рис. 1.1. Показники рентабельності підприємства

У практичній діяльності комерційних організацій виділяють різні показники рентабельності, а їх склад залежить від сфери діяльності підприємства.

Всі показники рентабельності можна об'єднати в три групи (табл. 1.2):

- рентабельність (окупність) витрат діяльності;
- рентабельність доходів діяльності;
- рентабельність капіталу і його частин.

Найбільш поширеними є такі показники рентабельності:

Рентабельність продукції (реалізованої) - отримана від реалізації певної кількості продукції прибуток ділиться на собівартість цієї продукції.

Приблизно таким же чином вираховується рентабельність реалізованих послуг. Тільки в знаменнику береться витрати на надання певного в чисельнику кількості послуг [30].

Рентабельність основних засобів - відношення чистого прибутку від діяльності за період до вартості основних засобів.

Рентабельність підприємства - дорівнює відношенню прибутку до загальної вартості основних і обігових коштів підприємства [30].

Рентабельність персоналу - являє собою відношення чистого прибутку за певний період до середньої чисельності персоналу за вказаний період.

Використовують також такі показники:

Загальна рентабельність активів - відношення чистого прибутку за період до середньої сумарної вартості активів підприємства.

Рентабельність власних активів (капіталу) - те саме, що і вищенаведений коефіцієнт, але по відношенню до власного капіталу організації [30].

Рентабельність використовуваних активів - прибуток до сплати податків і обов'язкових відсотків по відношенню до суми власного капіталу і довгострокових позик [30].

Список використаних коефіцієнтів рентабельності не обмежується перерахованими вище.

Зупинимося на найбільш часто використовуваних в наших умовах, і тому, інформативних для нас показниках:

Рентабельність продажів (ROS, від англ. Return on Sales) - дуже важливий показник, що відображає частку прибутку в загальній сумі виручки

(обороту). Найчастіше в розрахунку використовується прибуток до сплати податків - операційний прибуток. Це видається обґрунтованим, так як величина податків не знаходиться в прямому зв'язку з ефективністю діяльності, а рентабельність, в першу чергу, показник економічного ефекту. Але може застосовуватися і рентабельність за чистим прибутком. Це дозволяє краще уявити реальну вигоду від продажів [30].

Відповідно, рентабельність продажів може розраховуватися за такими формулами (1.1 та 1.2):

$$\text{Загальна рентабельність продажів} = \text{Валовий прибуток} / \text{Виручка}; \quad (1.1)$$

$$\text{Чиста рентабельність продажів} = \text{Чистий прибуток} / \text{Виручка}. \quad (1.2)$$

Поняття виручки може замінюватися поняттям обороту, що не впливає на суть співвідношення.

Рентабельність реалізованої продукції визначається як відношення прибутку від реалізації продукції до суми витрат на виробництво і реалізацію цієї продукції. До складу витрат, в даному випадку, включаються матеріальні витрати на виробництво (вартість сировини, комплектуючих, енергоносіїв тощо.), оплату праці, накладні витрати, торговельні витрати [30].

$$R_{\text{РП}} = \frac{(\text{ЦП} - \text{ПСП})}{\text{ПСП}} * 100\%, \text{ де} \quad (1.3)$$

$R_{\text{РП}}$ - рентабельність реалізованої продукції;

ЦП - продажна ціна продукції;

ПСП - повна собівартість цієї продукції.

Іноді це співвідношення називають рентабельністю виробництва (як процесу).

Рентабельність виробництва (як виробничого комплексу), розраховується як відношення суми прибутку (загальної) до суми вартостей основних і нормованих оборотних коштів.

$$O_{\text{РП}} = \frac{O_{\text{П}}}{(O_{\text{С}} + O_{\text{БС}})} * 100\%, \text{ де} \quad (1.4)$$

$O_{\text{РП}}$ - загальна рентабельність виробництва;

$O_{\text{С}}$ - основні засоби підприємства (будівлі, споруди, обладнання);

ОБС - нормовані оборотні кошти (виробничі запаси, напівфабрикати для виробничого циклу, готова продукція на складах).

Виходячи з вищевикладеного, потрібно взяти до уваги, що поняття рентабельності досить широке. Методи і формули її розрахунку, є гнучким робочим інструментом визначення прибутковості, вигоди від тих чи інших вкладень в матеріальні, людські та інші ресурси, активи.

Необхідно відзначити, що, по суті, всі існуючі підходи до оцінки рентабельності діяльності організації схожі між собою, відрізняючись найчастіше назвою тих чи інших коефіцієнтів, а також використовуються при розрахунку окремих показників видом прибутку.

На основі вище сказаного, також прошу зауважити, що економічні результати і ефективність діяльності компанії найбільш конкретно характеризуються на основі показників рентабельності. Вони дають можливість визначити ступінь прибутковості різних течій діяльності компанії шляхом систематизації інтересів учасників всього фінансового процесу.

Таблиця 1.2

Показники розрахунку і методика їх розрахунку

Показники	Способи розрахунку	Коди рядків
1	2	3
Перша група		
Рентабельність продукції	$R_{пр} = \frac{ВП}{СВ} * 100\%$, де ВП – валовий прибуток; СВ – собівартість реалізованої продукції.	$R_{пр} = \frac{\text{ф. №2, рядок2090(2095)}}{\text{ф. №2, рядок2050}} * 100\%$
Рентабельність операційних витрат	$R_{ов} = \frac{\text{ФРОД}}{СВ+АВ+ВЗ+ІОВ} * 100\%$, де ФРОД – фінансовий результат від операційної діяльності; АВ – адміністративні витрати; ВЗ – витрати на збут; ІОВ – інші операційні витрати.	$R_{ов} = \frac{\text{ф. №2, рядок2190(2195)}}{\text{ф. №2, рядок2050 + рядок2130 + рядок2150 + рядок2180}} * 100\%$
Чиста рентабельність операційних витрат	$R_{чов} = \frac{\text{ЧФР}}{СВ+АВ+ВЗ+ІОВ} * 100\%$, де ЧФР – чистий фінансовий результат.	$R_{чов} = \frac{\text{ф. №2, рядок2350(2355)}}{\text{ф. №2, рядок2050 + рядок2130 + рядок2150 + рядок2180}} * 100\%$

Продовження таблиці 1.2

1	2	3
Рентабельність сукупних витрат	$P_{\text{св}} = \frac{\text{ЧФР}}{\text{СВД}} * 100\%$, де <i>СВД – сукупні витрати від всіх видів діяльності підприємства.</i>	$P_{\text{св}} = \frac{\text{ф. №2, рядок2350(2355)}}{\text{ф. №2, рядок2550}} * 100\%$
Друга група		
Рентабельність реалізації (продажів)	$P_{\text{реал}} = \frac{\text{ВП}}{\text{ЧД}} * 100\%$, де <i>ЧД – чистий дохід від реалізації продукції підприємства.</i>	$P_{\text{реал}} = \frac{\text{ф. №2, рядок2090(2095)}}{\text{ф. №2, рядок2000}} * 100\%$
Чиста рентабельність продажів по чистому доходу від реалізації	$P_{\text{реал}} = \frac{\text{ЧФР}}{\text{ЧД}} * 100\%$	$P_{\text{реал}} = \frac{\text{ф. №2, рядок2350(2355)}}{\text{ф. №2, рядок2000}} * 100\%$
Рентабельність операційних доходів	$P_{\text{од}} = \frac{\text{ФРОД}}{\text{ЧД+ІОД}} * 100\%$, де <i>ІОД – інші операційні доходи.</i>	$P_{\text{од}} = \frac{\text{ф. №2, рядок2190(2195)}}{\text{ф. №2, рядок2000 + рядок2120}} * 100\%$
Чиста рентабельність операційних доходів	$P_{\text{чод}} = \frac{\text{ЧФР}}{\text{ЧД + ІОД}} * 100\%$	$P_{\text{чод}} = \frac{\text{ф. №2, рядок2350(2355)}}{\text{ф. №2, рядок2000 + рядок2120}} * 100\%$
Рентабельність сукупних доходів	$P_{\text{сд}} = \frac{\text{ЧФР}}{\text{СДД}} * 100\%$, де <i>СДД – сукупні доходи від всіх видів діяльності підприємства.</i>	$P_{\text{сд}} = \frac{\text{ф. №2, рядок2350(2355)}}{\text{ф. №2, рядок2000 + рядок2120 + рядок2200 + рядок2220 + рядок2240}} * 100\%$
Третя група		
Рентабельність активів (капіталу)	$P_{\text{а}} = \frac{\text{ЧФР}}{\text{А}} * 100\%$, де <i>А – вартість активів (капіталу).</i>	$P_{\text{а}} = \frac{\text{ф. №2, рядок2350(2355)}}{\text{ф. №1, рядок1900}} * 100\%$
Рентабельність власного капіталу	$P_{\text{вк}} = \frac{\text{ЧФР}}{\text{ВК}} * 100\%$, де <i>ВК – вартість власного капіталу.</i>	$P_{\text{вк}} = \frac{\text{ф. №2, рядок2350(2355)}}{\text{ф. №1, рядок1495}} * 100\%$
Рентабельність позикового капіталу	$P_{\text{пк}} = \frac{\text{ЧФР}}{\text{ПК}} * 100\%$, де <i>ПК – вартість позикового капіталу.</i>	$P_{\text{пк}} = \frac{\text{ф. №2, рядок2350(2355)}}{\text{ф. №1, рядок1595 + рядок1695}} * 100\%$

Продовження таблиці 1.2

1	2	3
Рентабельність необоротних активів	$P_{на} = \frac{ЧФР}{НА} * 100\%$, де <i>НА – вартість необоротних активів.</i>	$P_{на} = \frac{\text{ф. №2, рядок2350(2355)}}{\text{ф. №1, рядок1095}} * 100\%$
Рентабельність основних засобів	$P_{оз} = \frac{ЧФР}{ОЗ} * 100\%$, де <i>ОЗ – залишкова вартість основних засобів.</i>	$P_{оз} = \frac{\text{ф. №2, рядок2350(2355)}}{\text{ф. №1, рядок1010}} * 100\%$
Рентабельність оборотних активів	$P_{оа} = \frac{ЧФР}{ОА} * 100\%$, де <i>ОА – вартість оборотних активів.</i>	$P_{оа} = \frac{\text{ф. №2, рядок2350(2355)}}{\text{ф. №1, рядок1195}} * 100\%$

Основні позначення різних показників рентабельності:

ROM - Рентабельність продукції (Return on Margin);

ROFA - Рентабельність основних засобів (Return on Fixed Assets);

ROS - Рентабельність продажів (Return on sales або Margin on sales);

ROL - Рентабельність персоналу (Return on labour);

BER - Коефіцієнт базової прибутковості активів (Basic earning power);

ROA - Рентабельність активів (Return on Assets);

ROE - Рентабельність власного капіталу (Return on equity);

ROIC - Рентабельність інвестованого, перманентного капіталу (Return on invested capital).

Застосування всіх цих коефіцієнтів дозволяє при аналізі отримати повну картину рентабельності підприємства на всіх рівнях і фазах виробництва. Крім цього можна скласти прогноз подальшого розвитку ринку.

Висновки з цього дослідження. 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.

Також можна відзначити, що показники рентабельності мають особливо важливе значення в сучасних ринкових умовах, коли керівництву підприємства потрібно постійно приймати ряд неординарних рішень для забезпечення прибутковості, а отже, стійкості фінансового розвитку підприємства. Слід зазначити важливість показників рентабельності для прийняття рішень щодо інвестування, планування, зі складання кошторисів, координування, з оцінки та контролю роботи підприємства і його результатів.

1.2. Характеристика факторів резерву підвищення рентабельності

В умовах ринкових відносин підприємство повинне прагнути якщо не до одержання максимального прибутку, то, в принаймні, до того обсягу прибутку, який дозволяв би йому не тільки міцно утримувати свої позиції на ринку збуту своїх товарів і надання послуг, а й забезпечувати динамічний розвиток його виробництва в умовах конкуренції. В кінцевому результаті це припускає знання факторів, що впливають на розмір прибутку підприємства.

На даний час в економіці спостерігаються складні кризові процеси. В таких умовах вкрай важливо шукати доступні резерви підвищення рентабельності, які дозволи б суб'єктам господарювання проводити безперебійну діяльність, здійснювати просте та розширене відтворення. Висока вартість позикових коштів, стрімке знецінення вартості національної валюти, малий внутрішній ринок - усі ці фактори сприяють підвищенню актуальності дослідження аспектів управління рентабельністю підприємства з метою забезпечення його ефективної роботи.

Резерви збільшення суми прибутку визначаються за кожним видом товарної продукції. Основними їх джерелами є збільшення обсягу реалізації продукції, зниження її собівартості, підвищення якості товарної продукції, реалізація її на більш вигідних ринках збуту і т. д. [12].

Резерви зростання прибутку - це кількісно вимірні можливості її додаткового отримання. Вони виявляються як на стадії планування, так і в процесі виконання планів.

Традиційно до основних факторів, які ведуть до зростання рентабельності продукції промислового виробництва, відносять:

- обсяг продажів - при високій питомій вазі постійних витрат в собівартості продукції зростання обсягів реалізації призведе до збільшення рентабельності за рахунок зниження частки постійних витрат, що припадають на одиницю продукції;
- зростання цін - в період високих темпів інфляції підвищення рентабельності продукції можна забезпечити за рахунок цінового фактора;
- зниження собівартості - скорочення витрат без негативного впливу на якість продукції позитивно відбивається на її рентабельності;
- реновація асортименту і номенклатури продукції, що виробляється, як рушійної сили оновлення та виробничих фондів, і продукції, що випускається, тягне за собою зростання рентабельності виробництва.

Відповідно, з урахуванням даних факторів, визначаються і основні напрямки пошуку резервів зростання рентабельності продукції (рис. 1.2).



Рис. 1.2. Блок-схема джерел резервів збільшення прибутку від реалізації продукції

Сформулюємо більш конкретне і точне визначення резервів зростання рентабельності продукції.

Резерви, як економічна категорія, є комплексним поняттям, що включає в себе можливості збільшення виробництва продукції і можливості зниження

витрат на її виробництво шляхом вдосконалення використання ресурсного потенціалу підприємства: трудових, сировинних, паливно-енергетичних, природних, фінансових та інших видів ресурсів. З урахуванням подібного різноманіття складових елементів категорії «резерви», ні в теорії, ні на практиці, сьогодні не існує єдиної думки щодо сутності та змісту даного поняття. Наприклад, Гордєєва В.Є., Губіна А.В. виділяють «резервні фонди» і «господарські резерви», перше поняття характеризує запаси матеріальних ресурсів, а друге - можливості розвитку виробництва, основою для якого є досягнення науково-технічного прогресу [13].

Толстих І.А. вказує на тісний зв'язок між поняттями «ресурси», «запаси» і «резерви». Ресурсами підприємства він вважає основні засоби, що використовуються у виробництві (матеріали, персонал, капітал, технології, інформація, обладнання). Запасами є матеріали і продукти (складові оборотних фондів, відображені в балансі підприємства). Резервами виступають запаси на випадок потреби [14].

Хоча резерви це кількісна величина, важливо не тільки визначити їх чисельні характеристики, але і виявити якісний склад факторів впливу на рентабельність випущеної продукції. Це досягається за рахунок конкретизації напрямків пошуку резервів, в основі якого лежить їх видове розподілення. При цьому класифікація резервів може здійснюватися за різними ознаками, що передбачає виділення багатьох їх видів.

Залежно від джерел виникнення, резерви можуть бути зовнішні і внутрішні (внутрішньогосподарські, виробничі). Перші, в свою чергу, поділяються на народногосподарські, галузеві, регіональні, які безпосередньо до самих промислових підприємств мають лише непряме відношення. Використання внутрішніх резервів безпосередньо відбивається на економічних показниках підприємства, а тому визначає його місце на ринку.

За способом залучення додаткових ресурсів резерви можуть бути інтенсивного і екстенсивного характеру. Важливість саме інтенсивного шляху породжує класифікацію резервів за такими чинниками і умовами

інтенсифікації: підвищення якості продукції; зростання продуктивності засобів виробництва, ступеня механізації і автоматизації, прогресивності використовуваних технологій і ін. Організація виробництва і праці передбачає такі резерви як: підвищення рівня концентрації, спеціалізації і кооперації; скорочення тривалості виробничого циклу; зменшення виробничого браку; забезпечення принципів наукової організації праці; підвищення кваліфікації працюючих і т. д. Значні резерви укладені і в поліпшенні соціальних умов роботи персоналу [32].

Існують і інші класифікації згідно, з якими виділяють наступні види резервів:

- за сферою виникнення (виробничі, невиробничі);
- за видами ресурсів (предмети праці, засоби праці, праця);
- за часом використання (перспективні, поточні, оперативні);
- за можливостями реалізації (реальні, потенційні);
- за методами реалізації (технічні, організаційні, економічні, соціальні);
- за можливостями виявлення (явні, приховані) і т. д. [15].

Крім традиційних, уже перерахованих резервів, вважаємо за необхідне звернути увагу також на так звані «непрямі резерви» зростання рентабельності товарів промислових підприємств. «Непрямими» дані резерви називаються тому, що їх кількісний вплив на показник рентабельності неможливо розрахувати безпосередньо, до числа таких резервів слід віднести:

- результативну логістику (оптимізація каналів розподілу і стимулювання збуту);
- впровадження сучасних ІТ-технологій;
- ефективну рекламу, яка підтримує репутацію товарів, формує довіру споживачів до них, допомагає в завоюванні ринку;
- ефективну організацію управління (організаційна структура, система управління, фірмова культура; імідж підприємства і т. д.).

Для підвищення показника рентабельності науковець Юрчишена Л.В. пропонує скоротити всі витратні статті, а саме: зменшити транспортні витрати;

налагодити систему збуту; підвищити продуктивність праці. Підприємству необхідно скоротити витрати на виробництво та реалізацію продукції. Необхідність поліпшення ефективності управління, підвищення прибутковості праці, ефективності виробництва конкурентоспроможності підприємства вимагає проведення реструктуризації підприємства.

Економіст-науковець Морозов Ю.П. вважає, що найбільший ефект підвищення рентабельності досягається при пошуку резервів на перед виробничій стадії. Тут можуть бути виявлені резерви підвищення ефективності виробництва за рахунок поліпшення конструкції виробу, удосконалення технології його виробництва, застосування більш дешевої сировини і т. д. Саме на цій стадії об'єктивно містяться найбільші резерви зниження собівартості продукції. І чим повніше вони виявлені на цьому етапі, тим вища ефективність цього виробу взагалі [31].

Визначення резервів зростання прибутку базується на науково обґрунтованій методиці їх розрахунку, мобілізації і реалізації. Виділяють три етапи цієї роботи: аналітичний, організаційний і функціональний. На першому етапі виявляють і кількісно оцінюють резерви, на другому розробляють комплекс інженерно-технічних, організаційних, економічних та соціальних заходів, що забезпечують використання виявлених резервів. На третьому етапі практично реалізують заходи і ведуть контроль за їх виконанням [31].

Можна зробити висновок, що домогтися підвищення рентабельності продукції, що випускається можливо за рахунок впливу або на результати виробництва, або на витрати. Впливати на результати діяльності підприємства силами підприємства в сучасних нестабільних і турбулентних умовах не завжди реально. Рівень недостатності власних можливостей безпосередньо залежить від потенціалу промислового підприємства. Крім внутрішніх факторів, на результати випуску продукції також впливають ринкові умови, тобто зовнішні фактори (ціни, конкуренція, попит і т. д.). Підприємства з незадовільним або низьким рівнем ресурсного забезпечення не здатні впливати на зміну зовнішніх факторів, їм залишається підвищувати

рентабельність своєї продукції тільки за рахунок впливу на власні витрати. Тобто, щоб вижити, таким суб'єктам господарювання необхідно вплив зміни зовнішніх факторів перекрити підвищенням ефективності впливу внутрішніх факторів на результативні показники діяльності, в тому числі і на рентабельність продукції.

Таким чином, розглянуті основні джерела резервів підвищення рівня рентабельності на підприємстві. Керівник підприємства повинен в умовах, що змінюються розвитку організації виявляти і використовувати резерви підвищення рентабельності, тобто приймати правильні управлінські рішення, спрямовані на підвищення ефективності діяльності підприємства.

1.3. Фактори, які впливають на рентабельність продукції та послуг

Фактори, що впливають на рентабельність виробництва, численні і різноманітні. Одні з них залежать від діяльності конкретних колективів, інші пов'язані з технологією і організацією виробництва, ефективністю використання виробничих ресурсів, впровадженням досягнень науково-технічного прогресу.

Різні фактори можуть впливати на прибуток так рентабельність як позитивно, так і негативно.

Основну частину прибутку підприємство отримує від реалізації продукції і послуг.

Фактори прибутку можна умовно розділити на дві групи (рис. 1.3):

- фактори внутрішнього порядку, що залежать від виробника продукції і носять суб'єктивний характер;
- чинники зовнішнього порядку, які не залежать від товаровиробників і є об'єктивними [33].

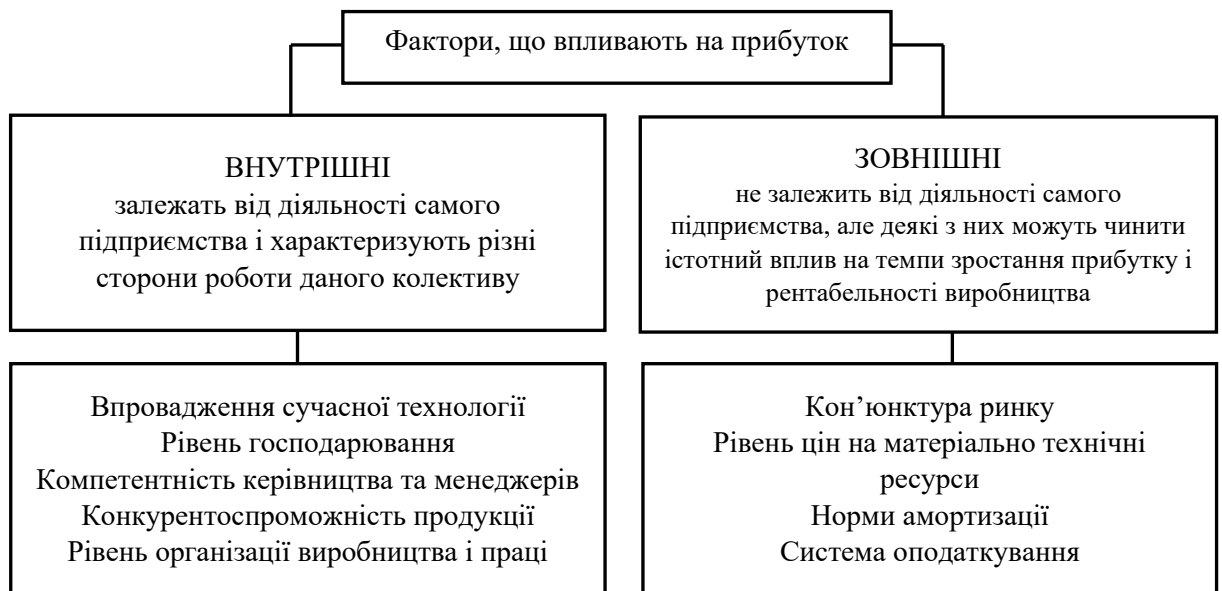


Рис. 1.3. Фактори, що впливають на прибуток

До групи внутрішніх - залежних від підприємства і контрольованих ним факторів відносяться: основні чинники, що визначають сутнісні результати роботи, і фактори, пов'язані з порушенням господарської дисципліни. Економічна теорія визначає як основні чинники формування прибутку від продажів: кількість і якість продукції, її собівартість, ціни на продукцію і елементи собі вартості, а також структурні зрушення в складі продукції. У свою чергу, основні чинники обумовлені рівнем управління і господарювання на підприємстві. Йдеться про фактори:

- матеріально-технічних (використання прогресивних м економічних предметів праці, застосування продуктивного технологічного устаткування, проведення модернізації та реконструкції матеріально-технічної бази виробництва);

- організаційно-управлінських (освоєння нових, більш досконалих видів продукції та послуг, розробка стратегії і тактики діяльності та розвитку організації, інформаційне забезпечення процесів прийняття рішення);

- економічних (фінансове планування діяльності організації, аналіз і пошук внутрішніх резервів зростання прибутку, економічне стимулювання виробництва, податкове планування);

- соціальних (підвищення кваліфікації працівників, поліпшення умов праці, організація оздоровлення і відпочинку працівників).

До групи зовнішніх - не залежать, як правило, від підприємства, або неконтрольованих - факторів відносяться:

- надзвичайні події, природні (кліматичні) умови, зміна ринкової кон'юнктури, конкуренція, соціальні умови в країні, транспортні та інші фактори, що викликають додаткові витрати у одних підприємств і зумовлюють додатковий прибуток у інших;

- зміна державними органами або інфляційними процесами цін на продукцію, яка споживається сировину, матеріали, паливо, покупні напівфабрикати, тарифів на послуги та перевезення, торгових знижок, надбавок, норм амортизаційних відрахувань, ставок заробітної плати, нарахувань на неї і ставок податків і інших зборів, виплачуваних підприємствами;

- порушення дисципліни з господарських питань постачальниками, постачальницько-збутовими, вищестоящими господарськими, фінансовими, банківськими та іншими органами, що зачіпають інтереси підприємства.

Для того щоб рівень прибутковості покращувався, на підприємстві повинні проводитися заходи тільки в наступному порядку:

- організаційні (удосконалення виробничої структури, удосконалення організаційної структури управління, диверсифікація виробництва, реструктуризація виробництва тощо);

- технічні (оновлення техніко-технологічної бази, переозброєння виробництва, вдосконалення виробів, що виробляється);

- економічні важелі та стимули (удосконалення тарифної системи, форми і системи оплати праці, прискорення обігу оборотних коштів тощо).

Якщо почати проводити зміни не в такому порядку, то позитивні зрушення у ефективності діяльності будуть малопомітними, або відсутніми взагалі [36].

Отже, для того щоб збільшити прибутковість, необхідно у той же самий час збільшити і заробіток або одночасно збільшувати заробіток і зменшувати витрати.

Показники рентабельності є важливими характеристиками факторної середовища формування прибутку (та доходу) підприємств. З цієї причини вони є обов'язковими елементами порівняльного аналізу та оцінки фінансового стану підприємства. При аналізі виробництва показники рентабельності використовуються як інструмент інвестиційної політики і ціноутворення. Різноманіття показників рентабельності визначає альтернативність пошуку шляхів її підвищення. У процесі аналізу слід вивчити динаміку показників рентабельності, виконання плану по їх рівню [33].

Найважливішим показником, що відображає кінцеві фінансові результати діяльності підприємства, є рентабельність. Показники рентабельності є відносними характеристиками фінансових результатів і ефективності діяльності підприємства. Вони вимірюють прибутковість підприємства з різних позицій і групуються відповідно до інтересів учасників економічного процесу, ринкову обміну [33].

Різноманіття показників рентабельності визначає альтернативність пошуку шляхів її підвищення (рис. 1.4). При аналізі шляхів підвищення рентабельності важливо розділяти вплив зовнішніх і внутрішніх факторів. В цілому однією з умов процвітання підприємства є розширення ринку збуту продукції за рахунок зниження ціни на товари, що пропонуються, але це не завжди так. Тому уваги цьому зовнішньому чиннику слід приділяти менше, ніж внутрішнім: збільшення обсягів виробництва, зниження собівартості продукції, підвищення віддачі основних засобів.

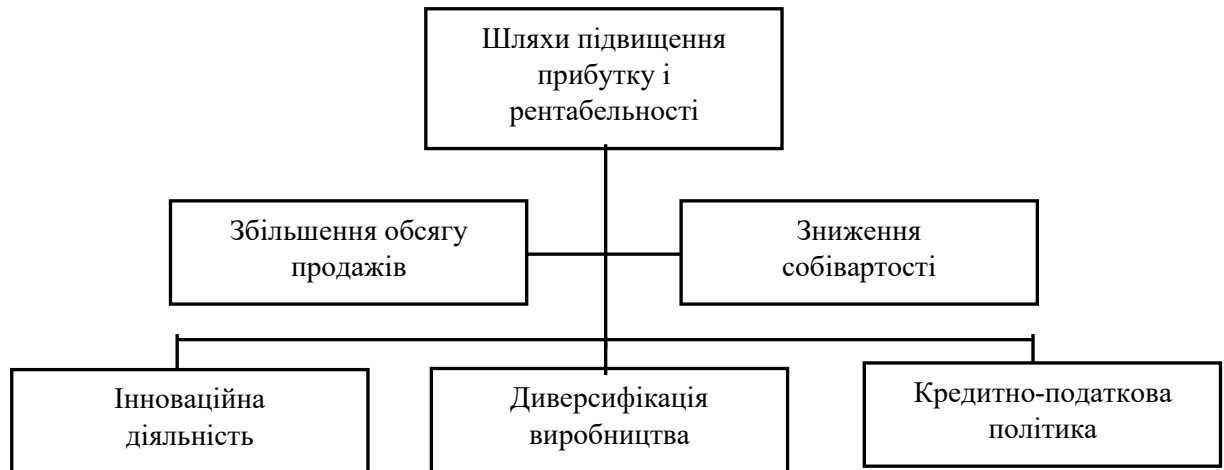


Рис. 1.4. Шляхи підвищення рентабельності

Слід зауважити, що не можна абстрактно розглядати вплив окремих факторів, так як на рівень і динаміку показників рентабельності впливає вся сукупність виробничо господарських факторів:

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

Отже, існує велика кількість факторів, які впливають на збільшення або зменшення економічних показників за будь-який період. Для того щоб правильно організовувати роботу підприємства і ступінь впливу тих чи інших факторів на діяльність компанії, необхідно класифікувати це різноманіття факторів [10].

Фактори підвищення рентабельності класифікують за різними ознаками. Так, наприклад, виділяють зовнішні - фактори, на які діяльність підприємства не впливає, проте вони можуть вплинути на його кінцеві результати. Внутрішні чинники позначаються на діяльності організації, її результати, їх підприємство може змінювати самостійно (рис. 1.5).

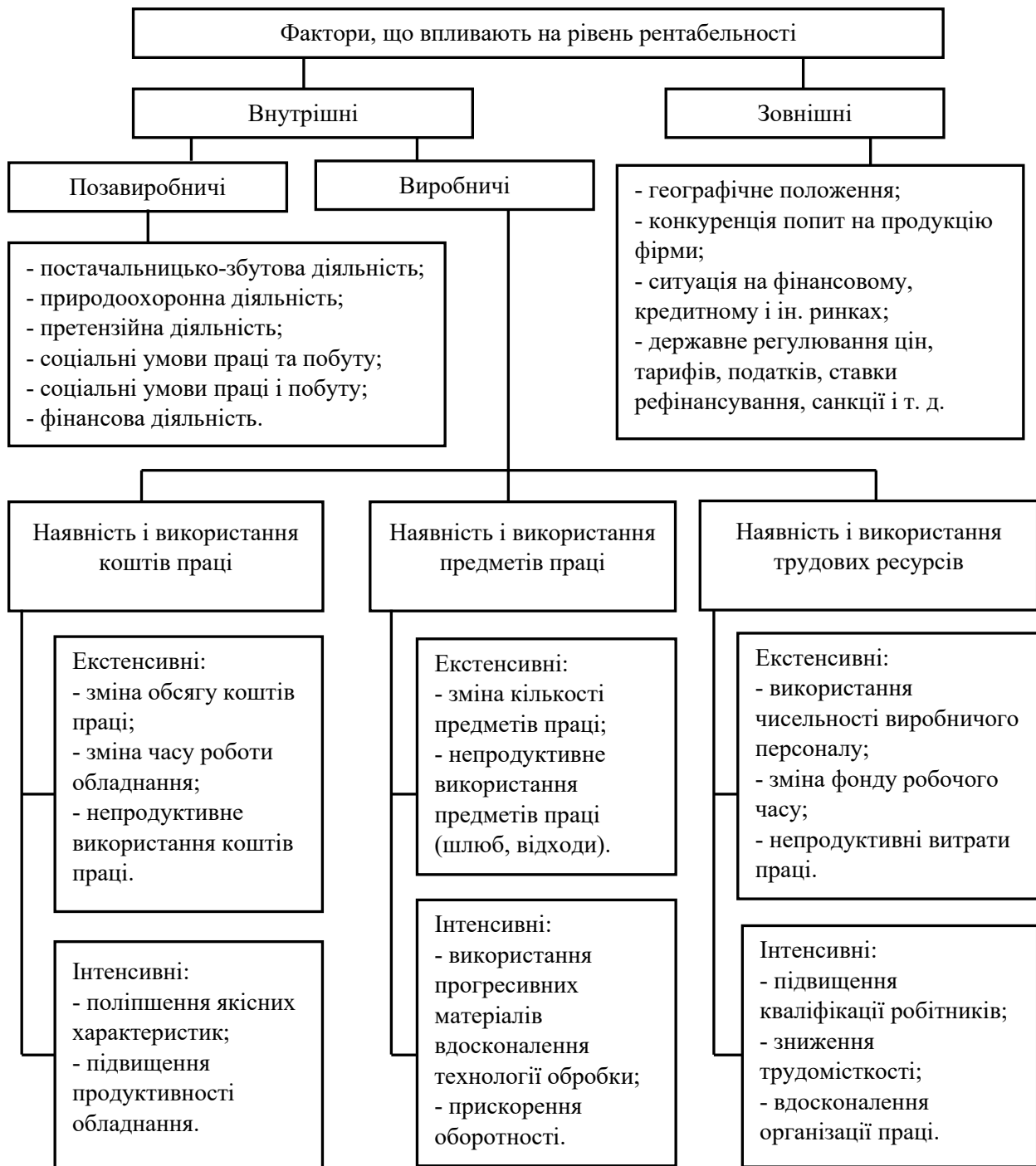


Рис. 1.5. Фактори, що впливають на рівень рентабельності

Виробничі фактори безпосередньо беруть участь у формуванні прибутку: кошти праці, предмети праці і трудові ресурси. Внутрішні чинники прийнято розділяти на виробничі і позавиробничі. До позавиробничих факторів належать фактори, пов'язані з природоохоронною, претензійної та іншими видами діяльності підприємства.

У свою чергу кожен групу виробничих факторів підрозділяють на екстенсивні і інтенсивні.

Екстенсивні чинники включають в себе кількісні фактори, що відображають обсяг виробничих ресурсів, їх вживання за часом і непродуктивне використання будь-яких ресурсів. Наприклад, збільшення тривалості робочого дня. Варто зазначити, що застосування цього фактора в даний час утруднено, так як в сучасних умовах праці робочий день обмежений і становить вісім годин. Але, в такому випадку багато роботодавців встановлюють на підприємствах систему роботи позмінно, тим самим збільшуючи робочий день до двадцяти чотирьох годин [16].

Інтенсивні виробничі фактори показують ступінь ефективності використання ресурсів. В сучасності все велике значення набуває використання більш досконалих технологій, останніх методів в управлінні, нових джерел ресурсів. Крім того, величезну роль грає підприємницька здатність. Зокрема, при виявленні потреби в якому-небудь новому вигляді товарів більший прибуток отримає, то підприємство, яке спочатку це помітило, впровадила такий продукт і знайшов спосіб знизити витрати [17].

Перераховані фактори впливають на прибуток не прямо, а через обсяг реалізованої продукції і собівартість. При здійсненні виробничо - господарської діяльності підприємства всі ці фактори знаходяться в тісному взаємозв'язку і взаємозалежності. «Прямий» вплив на величину собівартості продукції, а отже, і прибутку, пов'язане з тим, наскільки раціонально і економно витрачаються матеріальні ресурси - адже частка матеріальних витрат у складі собівартості зазвичай коливається від 60 до 90%.

Як стверджує Ишимова Л., що до внутрішніх факторів належать ресурсні чинники і фактори, які впливають на виручку, а до зовнішніх - розмір ринку, рівень конкуренції, рівень цін і державне регулювання.

У своїй спільній роботі Мартані Д. і Мунайзехе Р.Р. (Martani, Munaiseche, 2008) висунули гіпотезу про те, що такі фактори, як ризик ліквідності, капітал, розмір компанії, рівень інфляції, процентна ставка,

грошова маса, рівень валютного курсу позитивно впливають на рівень рентабельності, а операційні витрати, кредитний ризик - негативно [28].

Отримані результати підтвердили більшість запропонованих теорій, однак, деякі з них показали зворотне. Так, розмір компанії не має значного впливу на рентабельність, а кредитний ризик негативно позначається на прибутковості компанії (при високій кредиторській заборгованості компанія може отримувати високий прибуток, але вчасно повинна зробити відповідні виплати).

Деякі дослідники за незалежні змінні приймають розмір компанії, страховий ризик, фінансовий важіль, ліквідність, тип компанії і сферу діяльності [18].

Однак, за результатами таких досліджень було виявлено, що фінансова діяльність компанії істотно залежить від позикових коштів, страхового ризику і типу компанії. З іншого боку, ліквідність негативно позначається на показниках рентабельності. Крім того, зв'язки розміру компанії та обсягу вироблених операцій з рентабельністю компанії взагалі не було виявлено.

У дослідженні, проведеному Бурка і Батрінка (Burca, AM; Batrîncă, G., 2014 року), було протестовано 13 наступних змінних: фінансовий важіль, розмір компанії, кількість років, проведених на ринку, зростання страхових премій, акціонерний капітал, частка всього ринку, диверсифікація, страховий ризик, співвідношення інвестицій, перестраховка, коефіцієнт утримання ризиків, платоспроможність і зростання ВВП на душу населення [29].

Автори довели залежність рентабельності від фінансового важеля, розміру компанії, платоспроможності та коефіцієнта утримання ризиків.

У кваліфікаційній роботі слід пам'ятати про всі розглянутих вище факторах, як потенційні шляхи підвищення прибутку і рентабельності підприємства. Фактори підвищення рентабельності залежать від єдиних економічних явищ і процесів. Вибір конкретних факторів для розробки заходів по їх практичній реалізації буде ґрунтуватися на результатах аналізу виробничо-господарської діяльності ТОВ «Красень і К».

Таким чином, в даному підрозділі були розглянуті фактори, що впливають на формування прибутку і рентабельність підприємства. Досліджені фактори впливають на прибуток і рентабельність підприємства (зовнішні і внутрішні, виробничі і невиробничі, екстенсивні і інтенсивні).

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «КРАСЕНЬ І К»

2.1. Загальна характеристика підприємства

Найменування об'єкту дослідження: Товариство з обмеженою відповідальністю «Красень і К».

ТОВ «Красень і К» було зареєстровано Головним управлінням ДПС у Дніпропетровській області, Соборним управлінням, у Шевченківському ДПІ (Шевченківський р-н м. Дніпра) від 17.07.2006 р. як Товариство з обмеженою відповідальністю. Номер постановки на облік: 15576. Індивідуальний податковий номер: 345126304672.

Юридична адреса: 49041, Дніпропетровська обл., місто Дніпро, Бабушкінській район, ж/м Тополя-3, будинок 13, корпус 3, квартира 60.

Фактична адреса: 49128, Дніпропетровська обл., місто Дніпро, вул. Батумська, будинок 16, офіс 43.

Таблиця 2.1

Види діяльності ТОВ «Красень і К»

Код КВЕД	Вид діяльності
43.99	Інші спеціалізовані будівельні роботи, н. в. і. у. (основний)
22.23	Виробництво будівельних виробів із пластмас
25.12	Виробництво металевих дверей і вікон
46.90	Неспеціалізована оптова торгівля
71.12	Діяльність у сфері інжинірингу, геології та геодезії, надання послуг технічного консультування в цих сферах
41.20	Будівництво житлових і нежитлових будівель

Джерело: сформовано автором на основі [38].

Засновники товариства: три фізичні особи з різними частками у статутному капіталі (розмір частки кожного учасника зафіксований в установчих документах). Вищий орган управління товариства - загальні збори

його учасників. Виконавчим органом є директор, обраний загальними зборами, він же здійснює організацію документообігу.

Підприємство також має розрахунковий рахунок в банку, круглу печатку із своїм найменуванням, емблему, штампи, бланки та інші реквізити.

Основним правовим актом, який регулює діяльність даного підприємства, є Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. Для регулювання правових основ діяльності використовуються Цивільний кодекс України, закони «Про господарські товариства», «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців», статут підприємства, Генеральна тарифна угода, колективний договір, інші нормативно-правові акти Президента України та Кабінету Міністрів України, нормативно-правові акти інших органів державної влади та органів місцевого самоврядування [2].

Особливості діяльності:

- виготовлення та монтаж світлопрозорих систем самих різних форм і конфігурацій з використанням алюмінієвих профілів;
- виготовлення та монтаж вікон і дверей в самому широкому асортименті;
- виготовлення та монтаж жалюзі і ролетів;
- виготовлення та монтаж огорожень, поручнів, перил з алюмінію, нержавіючої сталі і чорного металу;
- монтаж систем вентиляованого фасаду будь-якої складності із застосуванням сучасних, передових технологій;
- виготовлення та монтаж внутрішніх дверей зі скла, скляні перегородки на будь-який смак і вибір, а також комплектуючі до них.

Конкурентоспроможність продукції - ціна (знижки), якість (контролю якості, управління якістю і поліпшення якості), сервіс (широкий асортимент послуг), репутація фірми.

ТОВ «Красень і К» працює на українському ринку більше десяти років і має потужне високотехнологічне виробництво віконних конструкцій із

полівінілхлориду (ПВХ) і алюмінію. За цей час тисячі людей звернулися до послуг фірми. Багато з них стали постійними клієнтами.

Завдяки власному виробництву вікон з ПВХ і алюмінію, використання якісних склопакетів і імпортої фурнітури від провідних західних виробників компанія пропонує найбільш конкурентні ціни в Дніпропетровській області.

У клієнта є можливість вибрати ті вікна ПВХ або з алюмінію, комплектація яких відповідає його вимогам, при цьому, не виходячи за рамки бюджету.

Виготовлення пластикових вікон - складний технологічний процес. Сучасне обладнання дозволяє випускати високоякісні вироби з гарантією не менше 5 років, що відповідають всім нормам світового стандарту за доступними широкому колу населення цінами, що також є важливим фактором успіху підприємства і його конкурентоспроможності. Компанія пропонує перевірені часом, екологічно чисті вироби.

Більшість замовлень приходить від постійних замовників, також клієнтами є як комерційні так державні підприємства (торгові мережі, банки, заводи і ін.) так і приватні замовники.

У процесі дослідження були виділені наступні групи споживачів:

- фізичні особи;
- підприємці без утворення юридичної особи;
- юридичні особи - масове житлове будівництво;
- юридичні особи - будівництво комерційної нерухомості;
- юридичні особи - будівництво виробничих будівель.

Спосіб реалізації продукції: оптова та роздрібна торгівля.

Організація реалізує свою продукцію на місцевому ринку – м. Дніпро і близьких районах, та й працює по всій Україні. Попит на продукцію не стійкий і визначається кількістю населення, його віковими характеристиками, статевую ознакою, і також значною мірою купівельною спроможністю населення. Останнє, в свою чергу залежить від рівня доходів населення в рамках системи показників, що характеризують рівень життя. Незважаючи на

економічну ситуацію країни, попит на товари масового попиту, в тому числі на пластикові вікна ПВХ і алюмінієві конструкції, стабільний.

Це досить стабільна компанія, що розвивається. На чолі її стоять професіонали - кваліфіковані економісти, менеджери і монтажники які отримали спеціальну освіту і які мають великий досвід роботи.

В даний час чисельність працівників підприємства складає 32 людини.

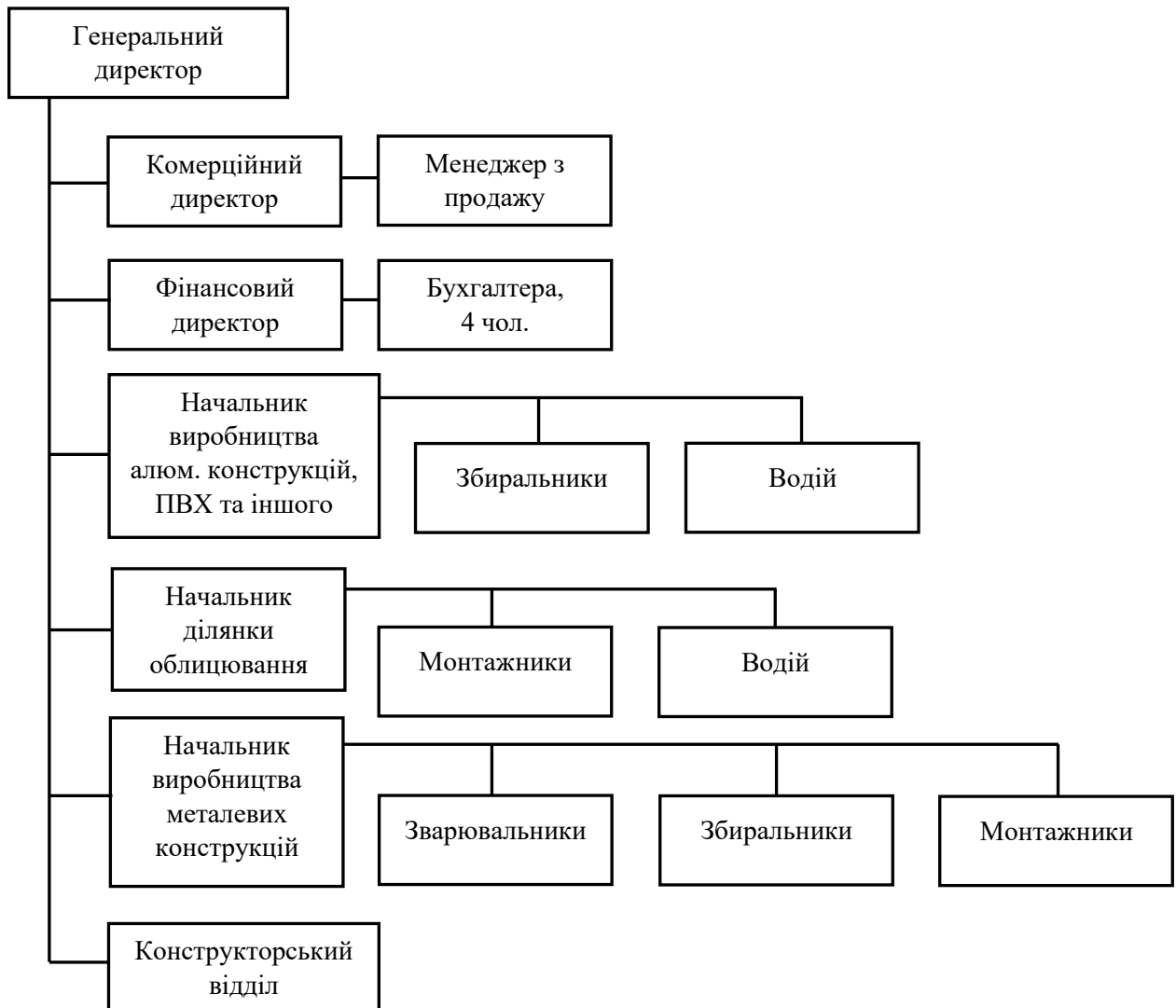


Рис. 2.1. Організаційна структура управління підприємством

Розглянемо основні фінансові показники підприємства ТОВ «Красень і К» за період з 2016 по 2019 роки (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Основні фінансові показники ТОВ «Красень і К» за 2016 - 2019 рр.

№ п/п	Показники	2016	2017	2018	2019
1	Баланс, тис. грн	2556,4	6279,6	13943,1	32010,6
2	Необоротні активи, тис. грн	113,1	566,0	1592,3	1646,1
3	Оборотні активи, тис. грн	2443,3	5713,6	12350,8	30364,5
4	Власний капітал, тис. грн	2231,8	3636,0	6167,7	5801,0
5	Поточні забор'язання, тис. грн	324,6	2634,6	7775,4	24447,3
6	Разом витрати, тис. грн	15887,6	29093,7	38385,6	43846,8
7	Чистий прибуток (збиток), тис. грн	762,8	1404,2	2531,7	(368,9)

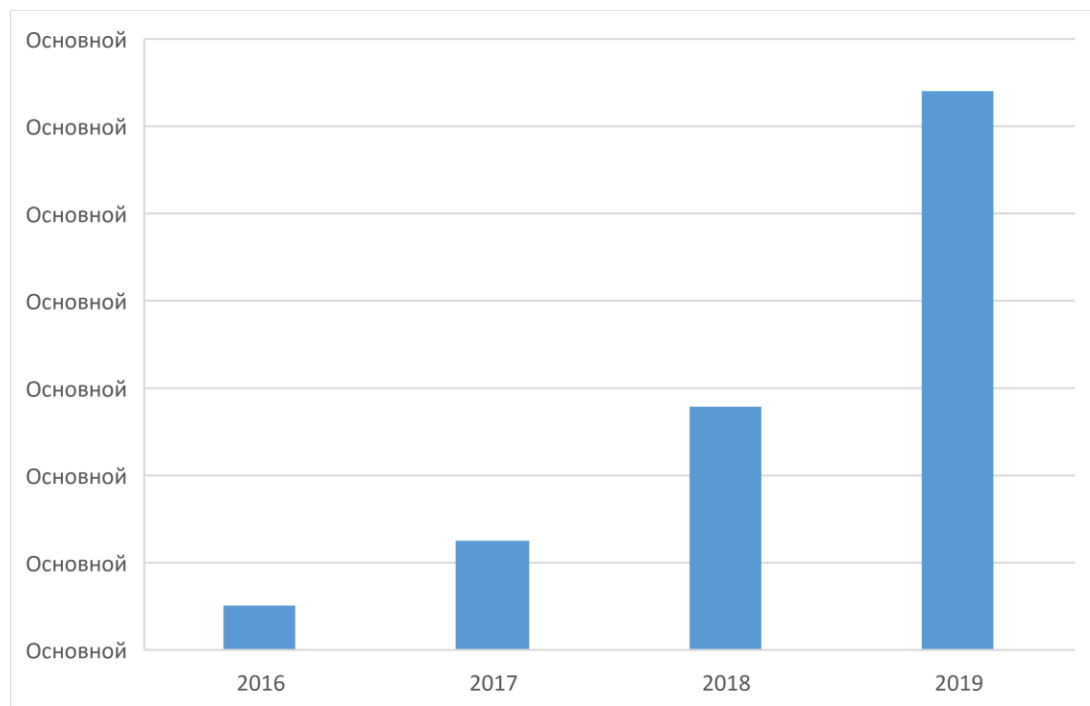


Рис. 2.2. Баланс підприємства за 2016 - 2019 рр., тис. грн

Щоб оцінити ефективність роботи компанії в звітному періоді, можна порівняти отримані значення рентабельності з результатами за минулий рік. На підставі таблиці 2.2 проведемо динаміку показників фінансових результатів підприємства (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Аналіз динаміки та структури активів ТОВ «Красень і К» за 2016 - 2019 рр.

№ з/п	Показники	2017/2016		2018/2017		2019/2018	
		Δ	%	Δ	%	Δ	%
1	Баланс, тис. грн	+3723,2	146	+7663,5	122	+18067,5	130
2	Необоротні активи, тис. грн	+452,9	401	+1026,3	181	+53,8	4
3	Оборотні активи, тис. грн	+3270,3	134	+6637,2	116	+18013,7	146
4	Власний капітал, тис. грн	+1404,2	63	+2531,7	70	-366,7	-6
5	Поточні зобов'язання, тис. грн	+2310,0	712	+5140,8	195	+16671,9	214
6	Разом витрати, тис. грн	+13206,1	83	+9291,9	32	+5461,2	14
7	Чистий прибуток (збиток), тис. грн	+641,4	84	+1127,5	80	-2162,8	-86

За проведеним дослідженням фінансового стану ТОВ «Красень і К» за 2016 - 2019 рр. можна зробити висновок про те, що аналіз ліквідності підприємства свідчить про те, що баланс підприємства є ліквідним; структура балансу є задовільною; підприємство платоспроможне, але в 2019 році виникли проблеми, рівень зростання чистого прибутку різко скоротився в порівнянні з минулим роком, шляхи вирішення яких ми будемо шукати в цій роботі.

Компанія постійно розвивається, нарощує виробничі потужності, орієнтується на високу якість і надійність продукції. Основний принцип роботи компанії - просування високого стандарту якості. В майбутньому планується закупівля додаткових автоматичних ліній, що дозволить збільшити обсяг готової продукції.

2.2. Аналіз рентабельності використання ресурсного потенціалу

У процесі фінансово-господарської діяльності жодна організація не може існувати автономно, обходитися без взаємодії з навколишнім середовищем. Взаємодія відбувається при будь-яких діях, будь то придбання ресурсів виробництва або випуск кінцевої продукції в зовнішнє середовище. У зв'язку з цим з метою ефективної фінансово-господарської діяльності організації необхідно систематично проводити аналіз її ресурсного потенціалу.

Для потреб аналізу і розробки управлінських рішень щодо підвищення ефективності використання ресурсів, пропонується останні розглядати в розрізі матеріальних, трудових і фінансових ресурсів. Таким чином, в структуру ресурсного потенціалу організації слід включати виробничі ресурси, що складаються з трудових ресурсів, основних засобів, матеріальних ресурсів; фінансові ресурси, інноваційні ресурси, підприємницька здатність і інформаційні ресурси, що утворюють самостійні категорії [19].

Аналіз ресурсного потенціалу організації включає аналіз кожної його складової частини, що дозволяє: встановити позитивний і негативний розвиток в діяльності; прийняти грамотні управлінські рішення щодо ефективного використання ресурсів, зниження зносу, виявлених господарських резервів; використовувати можливості для підвищення результатів функціонування підприємства [19].

Використання ресурсів найбільш доцільно характеризувати за допомогою таких понять, як продуктивність і ефективність. Продуктивність забезпечує діяльність кожного ресурсу конкретним показником, а ефективність являє його цінність з точки зору гармонійного, системного використання.

Оцінка ефективності використання ресурсного потенціалу має складатись з таких етапів: по-перше, слід відібрати найбільш пріоритетні (важливі) види ресурсів для фірми, діяльність якої аналізується; по-друге,

оцінити ефективність використання кожної складової ресурсного потенціалу (групи ресурсів); по-третє, на основі отриманих розрахунків, дати оцінку ефективності використання ресурсного потенціалу в цілому.

У процесі виробництва в компанії ТОВ «Красень і К» використовуються засоби праці, тобто основні засоби. Основні засоби - це частина майна, яка у ролі коштів праці при виробництві продукції, або для управлінських потреб підприємства протягом тривалого періоду часу, яка зберігає свою первісну форму, але поступово зношується і переносить свою вартість на новостворюваний продукт.

До них відносяться обладнання, машини, інструменти, господарський і виробничий інвентар, інші знаряддя виробництва, за допомогою яких здійснюється виробничий процес. До засобів праці відносяться також споруди, будівлі, транспортні засоби, які безпосередньо на предмети праці не впливають, а створюють необхідні умови для здійснення виробничого процесу [20].

Використання і стан основних засобів один з найголовніших моментів аналітичної роботи, так як саме вони є матеріальним втіленням науково-технічного прогресу - головного чинника підвищення продуктивності будь-якого виробництва [20].

Рентабельність основних засобів розраховується за формулою:

$$P_{OЗ} = \frac{ЧФР}{OЗ_{ср}} * 100\%, \text{ де} \quad (2.1)$$

ЧФР – чистий фінансовий результат;

$OЗ_{ср}$ - середньорічна вартість основних фондів розраховується за формулою:

$$OЗ_{ср.} = \frac{OЗ_{пп} + OЗ_{кп}}{2}, \text{ де} \quad (2.2)$$

$OЗ_{пп}$ і $OЗ_{кп}$ - відповідні значення вартості основних засобів на початок і кінець періоду (року). Або

$$P_{OЗ} = \frac{\text{ф.№2,рядок2350(2355)}}{\text{ф.№1,(рядок1010 (ПП)+рядок1010 (КП))/2}} * 100\% \text{ де} \quad (2.3)$$

Таблиця 2.4

Показники для розрахунку рентабельності основних засобів

№ п/п	Показники	2017	2018	2019
1	(2350) Чистий прибуток, тис. грн	1404,2	2531,8	368,9
2	(1010) Основних засоби на початок періоду, тис. грн	113,1	566	1592,3
3	(1010) Основних засоби на кінець періоду, тис. грн	566	1592,3	1646,1
4	Рентабельність оборотних засобів, %	413,55	234,60	22,78

Аналіз тенденцій рентабельності основних засобів представлений на рисунку 2.3.

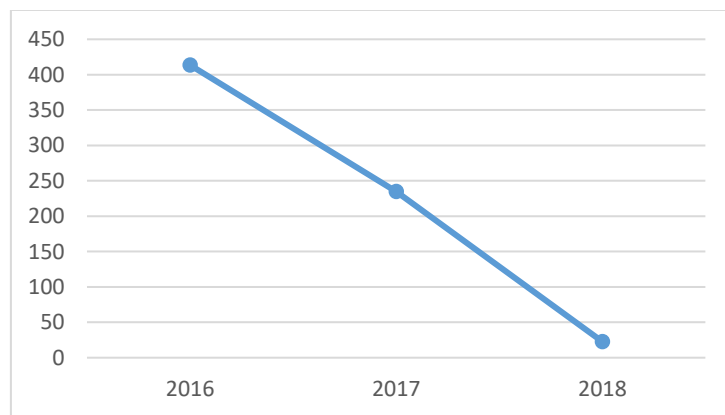


Рис. 2.3. Графік тенденцій рентабельності основних засобів

Матеріально-технічну можливість функціонування організації і їх надійність забезпечує наявність майна. Збільшення основних засобів в ТОВ «Красень і К» свідчить про правильну проведеної політики, спрямованої на технічне переозброєння.

Зниження прибутку від виробництва також надало понижувальний вплив і на показники рентабельності використання виробничих ресурсів, які в аналізованому періоді демонструють тенденцію до зменшення. Таким чином, можна зробити висновок, що ТОВ «Красень і К» необхідно вишукати резерви зростання ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства.

2.3. Аналіз показників рентабельності продукції та послуг

Міру прибутковості функціонування підприємства найточніше визначають показники рентабельності.

Кожен власник підприємства, зацікавлений в отриманні інформації про те, наскільки ефективно воно функціонує. Оцінити ефективність бізнесу нам може допомогти фінансовий аналіз.

Проведення аналізу рентабельності будується на дотриманні певних принципів: регулярності проведення (аналіз повинен проводитися через регулярні інтервали часу, при будь-яких результатах діяльності, що дозволяє усунути наявні труднощі і закріпити досягнуті успіхи); об'єктивності (результати аналізу повинні описувати фактичний стан і давати йому неупереджену оцінку); комплексності (виявляються всілякі взаємозалежності і фактори) [3].

За своєю суттю аналіз рентабельності є способом накопичення, трансформації і використання інформації фінансового характеру, що має на меті: охарактеризувати поточний і майбутній фінансовий стан підприємства; розрахувати можливі і оптимальні темпи розвитку компанії з позиції фінансового забезпечення; виявити доступні джерела засобів і оцінити можливість і доцільність їх мобілізації [3].

Розраховувати рентабельність необхідно в наступних ситуаціях:

- складання прогнозу прибутковості;
- оцінка потреби у вкладеннях;
- розрахунок вартості компанії;
- управління виробництвом в цілому;
- ціноутворення;
- збірка бізнес-плану [3].

Існує значна кількість коефіцієнтів рентабельності, використання кожного з яких залежить від характеру оцінки ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства. Від характеру оцінки, насамперед,

залежить вибір оціночного показника (прибутку), що використовують у розрахунках. Найчастіше використовують чотири різних показники: валовий прибуток (ряд. 2090 ф.2), операційний прибуток (ряд. 2190 ф.2), прибуток до оподаткування (ряд. 2290 ф.2), чистий прибуток (ряд.2350 ф.2) [23].

Слід відмітити, що загальноприйнятих значень рентабельності, на які можна орієнтуватися при аналізі, не існує. Тому зростання усіх показників рентабельності в динаміці за звітні періоди розглядають як позитивну тенденцію [23].

Для показника рентабельності немає чітких критеріїв ранжирування, але в загальному випадку можливі наступні загальноприйняті рамки:

- < 5% - низька рентабельність;
- 5-20% - середня рентабельність;
- 20-30% - висока рентабельність;
- > 30% - надрентабельність [12].

Далі проведемо аналіз рентабельності роботи компанії ТОВ «Красень і К» на підставі і наданих показників у фінансовому звіті малого підприємства протягом чотирьох попередніх років (Додатки Б, В, Г).

Щоб оцінити результати діяльності організації в цілому і проаналізувати її сильні і слабкі сторони, необхідно синтезувати показники, причому таким чином, щоб виявити причинно-наслідкові зв'язки, що впливають на фінансовий стан та його компоненти. Найбільш інформативним є аналіз рентабельності активів і власного капіталу.

2.1. Чиста рентабельність операційних доходів розраховується за формулою:

$$P_{\text{чод}} = \frac{\text{ЧФР}}{\text{ЧД} + \text{ІОД}} * 100\%, \text{ де} \quad (2.4)$$

ЧФР – чистий фінансовий результат;

ЧД – чистий дохід від реалізації продукції підприємства;

ІОД – інші операційні доходи. Або

$$P_{\text{чод}} = \frac{\text{ф.№2,рядок2350(2355)}}{\text{ф.№2,рядок2000+рядок2120}} * 100\% \text{ де} \quad (2.5)$$

Таблиця 2.5

Показники для розрахунку чистої рентабельності операційних доходів

№ п/п	Показники	2016	2017	2018	2019
1	(2350) Чистий прибуток, тис. грн	762,8	1404,2	2531,8	368,9
2	(2000) Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн	16795,3	30778,4	41452,6	44057
3	(2120) Інші операційні доходи, тис. грн	22,5	27,7	20	11,4
4	Чиста рентабельність операційних доходів, %	4,536	4,558	6,104	0,837

Аналіз тенденцій чистої рентабельності операційних доходів представлений на рисунку 2.4.

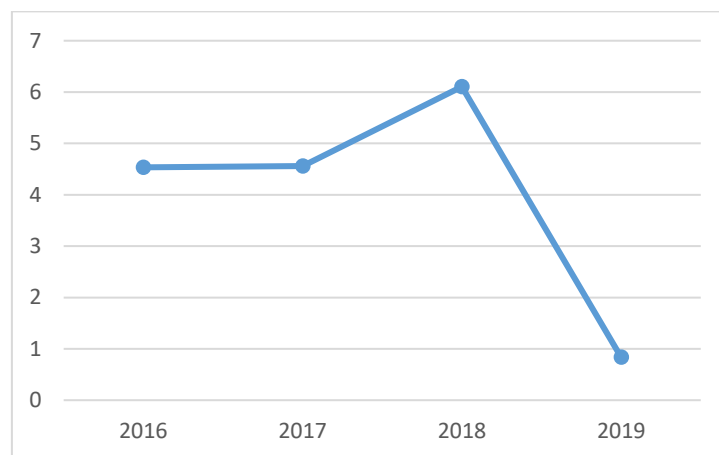


Рис. 2.4. Графік тенденцій рентабельності операційних доходів

Чиста рентабельність операційних доходів з 2016 по 2018 рр. мала позитивний характер, але через різке зменшення чистого прибутку змінила свою тенденцію на зниження. Чистий прибуток зменшується з кожним роком, це говорить про те, що у підприємства зростають витрати, що впливають на скорочення її величини.

2.2. Рентабельність активів (капіталу) розраховується за формулою:

$$P_a = \frac{\text{ЧФР}}{A} * 100\%, \text{ де} \quad (2.6)$$

A – вартість активів (капіталу). Або

$$P_a = \frac{\text{ф. №2, рядок 2350(2355)}}{\text{ф. №1, рядок 1900}} * 100\% \quad (2.7)$$

Таблиця 2.6

Показники для розрахунку рентабельності активів (капіталу)

№ п/п	Показники	2016	2017	2018	2019
1	(2350) Чистий прибуток, тис. грн	762,8	1404,2	2531,8	368,9
2	(1900) Баланс, тис. грн	2556,4	6279,6	13943,1	32010,6
3	Рентабельність активів (капіталу), %	29,83	22,35	18,15	1,152

Аналіз тенденцій рентабельності активів представлений на рисунку 2.5.

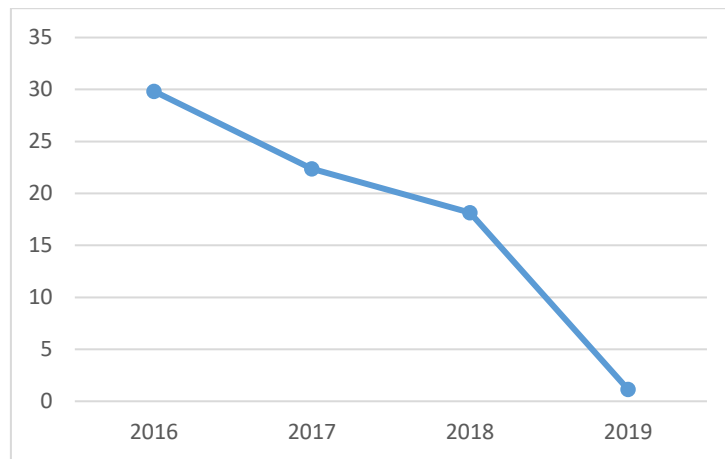


Рис. 2.5. Графік тенденцій рентабельності активів (капіталу)

Таким чином, з представлених даних бачимо, що показники рентабельності активів капіталу знижуються. Зниження показника свідчить або про зниження ефективності використання активів підприємства, або про накопичення на підприємстві зайвих активів.

2.3. Особливий інтерес представляє аналіз рентабельності власних коштів (капіталу). На рівень рентабельності власних вкладень впливають: прибутковість реалізованої продукції, ресурсовіддача і структура авансованого капіталу.

Рентабельність власного капіталу розраховується за формулою:

$$P_{\text{вк}} = \frac{\text{ЧФР}}{\text{ВК}} * 100\%, \text{ де} \quad (2.8)$$

ВК – вартість власного капіталу. Або

$$P_{\text{вк}} = \frac{\text{ф. №2, рядок 2350(2355)}}{\text{ф. №1, рядок 1495}} * 100\% \quad (2.9)$$

Таблиця 2.7

Показники для розрахунку рентабельності власного капіталу

№ п/п	Показники	2016	2017	2018	2019
1	(2350) Чистий прибуток, тис. грн	762,8	1404,2	2531,8	368,9
2	(1495) Власний капітал, тис. грн	2231,8	3636,0	6167,7	5801,0
3	Рентабельність власного капіталу, %	34,18	38,62	41,04	6,35

Аналіз тенденцій рентабельності власного капіталу представлений на рисунку 2.6.

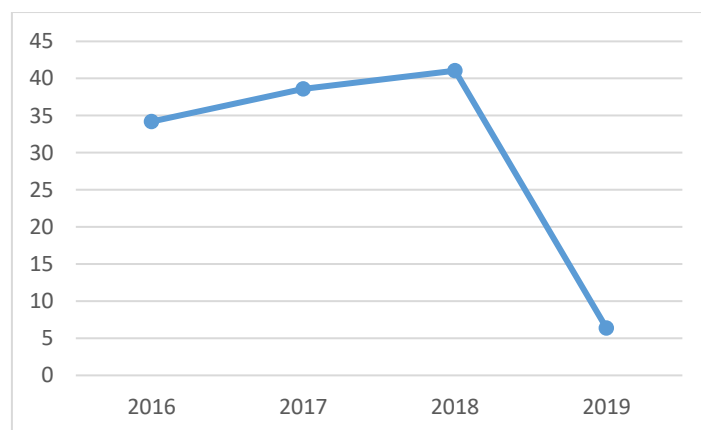


Рис. 2.6. Графік тенденцій рентабельності власного капіталу

Рентабельність власного капіталу з 2016 по 2018 рр. була позитивною, але в зв'язку зі зниженням чистого прибутку в 2019 р. впали її показники. Зниження рентабельності власного капіталу говорить про неефективне витрачання коштів власниками підприємства.

2.4. Рентабельність позикового капіталу розраховується за формулою:

$$P_{\text{пк}} = \frac{\text{ЧФР}}{\text{ПК}} * 100\%, \text{ де} \quad (2.10)$$

ПК – вартість позикового капіталу. Або

$$P_{\text{пк}} = \frac{\text{ф. №2, рядок 2350(2355)}}{\text{ф. №1, рядок 1595 + рядок 1695}} * 100\% \quad (2.11)$$

Таблиця 2.8

Показники для розрахунку рентабельності позикового капіталу

№ п/п	Показники	2016	2017	2018	2019
1	(2350) Чистий прибуток, тис. грн	762,8	1404,2	2531,8	368,9
2	(1595) Довгострокові зобов'язання, тис. грн	0	0	0	1762,3
3	(1695) Поточні зобов'язання, тис. грн	324,6	2643,6	7775,4	24447,3
4	Чиста рентабельність позикового капіталу, %	234,99	53,12	32,56	1,41

Аналіз тенденцій рентабельності позикового капіталу представлений на рисунку 2.7.

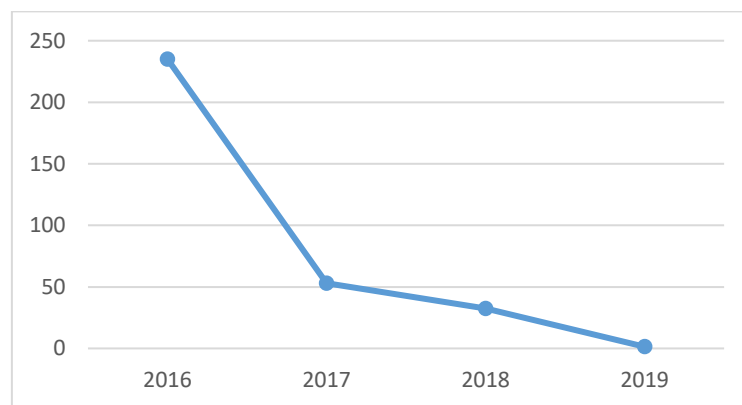


Рис. 2.7. Графік тенденцій рентабельності позикового капіталу

Рентабельність позикового капіталу за період з 2016 по кінець 2019 має тенденцію до зниження, за рахунок зміни величини чистого прибутку, збільшення поточних зобов'язань і виникнення в 2019 р. довгострокових зобов'язань.

2.5. Рентабельність необоротних активів розраховується за формулою:

$$P_{\text{на}} = \frac{\text{ЧФР}}{\text{НА}} * 100\%, \text{ де} \quad (2.12)$$

НА – вартість необоротних активів. Або

$$P_{\text{на}} = \frac{\text{ф. №2, рядок 2350(2355)}}{\text{ф. №1, рядок 1095}} * 100\% \quad (2.13)$$

Таблиця 2.9

Показники для розрахунку рентабельності необоротних активів

№ п/п	Показники	2016	2017	2018	2019
1	(2350) Чистий прибуток, тис. грн	762,8	1404,2	2531,8	368,9
2	(1095) Необоротні активи, тис. грн	113,1	566,0	1592,3	1646,1
3	Рентабельність необоротних активів, %	676,45	248,09	159,00	22,41

Аналіз тенденцій рентабельності необоротних активів представлений на рисунку 2.8.

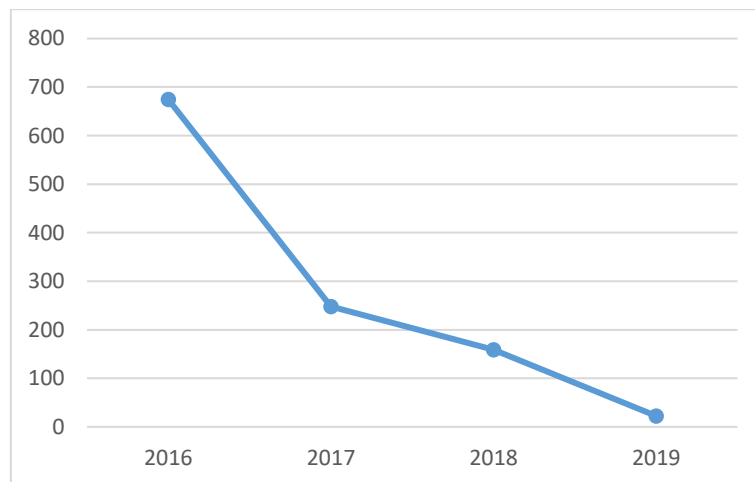


Рис. 2.8. Графік тенденцій рентабельності необоротних активів

Рентабельність необоротних активів також демонструє негативну динаміку. Це є підтвердженням неефективного використання необоротних активів.

2.6. Рентабельність оборотних активів розраховується за формулою:

$$P_{oa} = \frac{\text{ЧФР}}{\text{ОА}} * 100\%, \text{ де} \quad (2.14)$$

ОА – вартість оборотних активів. Або

$$P_{oa} = \frac{\text{ф. №2, рядок 2350(2355)}}{\text{ф. №1, рядок 1195}} * 100\% \quad (2.15)$$

Таблиця 2.10

Показники для розрахунку рентабельності оборотних активів

№ п/п	Показники	2016	2017	2018	2019
1	(2350) Чистий прибуток, тис. грн	762,8	1404,2	2531,8	368,9
2	(1195) Оборотні активи, тис. грн	2443,3	5713,6	12350,8	30364,5
3	Рентабельність оборотних активів, %	31,22	24,576	20,49	1,21

Аналіз тенденцій рентабельності оборотних активів представлений на рисунку 2.9.

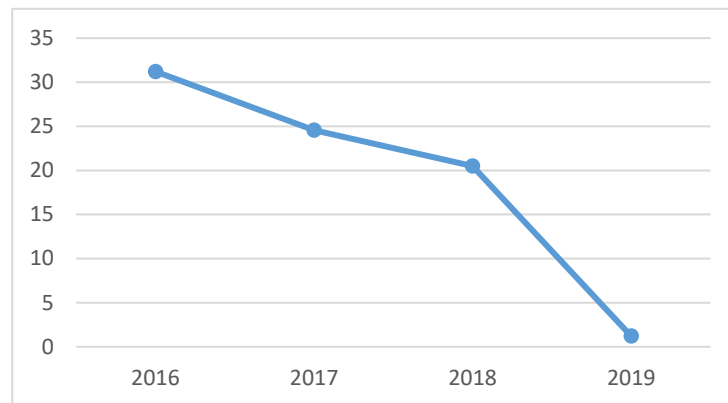


Рис. 2.9. Графік тенденцій рентабельності оборотних активів

Рентабельність оборотних активів за період з 2016 по кінець 2019 має тенденцію до зниження. Поряд зі зменшенням показників рентабельності оборотних активів спостерігалось зменшення прибутковості виробництва, що можна пояснити іммобілізацією власного капіталу внаслідок зростання дебіторської заборгованості, та зменшення показників ліквідності, що може привести до зупинки виробництва чи зростання долі запозиченого капіталу.

Згідно проведеного аналізу фінансової стійкості ТОВ «Красень і К» бачимо, що більшість показників за період з 2016 по 2019 рр. надто відхиляються від їх нормативних значень і роки, тому у підприємства стан низької фінансової незалежності, але й слід відзначити, що у поточній перспективі підприємство не має загрози банкрутства, оскільки воно має достатній запас стійкості. Крім того, помітний вплив на чистий прибуток підприємства надавали фінансові результати інших видів діяльності.

Таблиця 2.11

Зведена таблиця показників рентабельності компанії ТОВ «Красень і К»

№ п/п	Показники	2016	2017	2018	2019
1	Чиста рентабельність операційних доходів, %	4,536	4,558	6,104	0,837
2	Рентабельність активів (капіталу), %	29,83	22,35	18,15	1,152
3	Рентабельність власного капіталу, %	34,18	38,62	41,04	6,35
4	Чиста рентабельність позикового капіталу, %	234,99	53,12	32,56	1,41
5	Рентабельність необоротних активів, %	676,45	248,09	159,00	22,41
6	Рентабельність оборотних активів, %	31,22	24,576	20,49	1,21

З таблиці випливає, що за 4 роки діяльності підприємства чиста рентабельність знизилася в 5 разів з 4,536% до 0,837%. Рентабельність активів (капіталу) в 30 разів з 29,83% до 1,152%. Рентабельність власного капіталу в 5 разів з 34,18% до 6,35%. Рентабельності позикового капіталу з 234,99% до 1,41% знизилася в 166 разів. Рентабельність необоротних активів з 676,45% до 22,41% знизилася в 30 разів. Рентабельність оборотних активів з 31,22% до 1,21% знизилася в 25,8 разів.

Спостерігається явне погіршення економічних показників роботи ТОВ «Красень і К», проаналізувавши фінансову звітність за останні 4 роки можна зробити висновок, що це обумовлено наступними факторами (причинами):

1. Не задовільна робота керівників, що не дозволяє залучити нових клієнтів;
2. Не задовільна робота керівника підприємства, що не дає можливості знайти нові шляхи розвитку для компанії, не вміння раціонально

використовувати власний капітал, матеріально технічні ресурси і т. д.;

3. Зниження попиту від партнерів на виконання будівельних робіт, що безпосередньо можна пов'язати з погіршенням економічної обстановки в країні.

Зниження всіх показників рентабельності також підтверджує низький рівень ділової активності ТОВ «Красень і К». Необхідно розробляти і впроваджувати заходи щодо її підвищення.

Отже, перш за все підприємству необхідно зосередитися на підвищенні прибутковості діяльності, що в свою чергу позитивно вплине на ефективність використання власних та загальних коштів.

Показник рентабельності має математичну залежність від багатьох показників, що характеризують ефективність використання активів, цінову політику організації, структуру пасивів і активів, фінансову стійкість, платоспроможність і багато інших [6].

Комплексний аналіз фінансового стану організації на цьому не закінчується і може бути продовжений аналізом ефективності використання трудових ресурсів, матеріальних ресурсів, основних засобів. Детальне опрацювання по кожному з цих напрямків дозволить виявити конкретні механізми впливу на кінцевий фінансовий результат діяльності організації [6].

Аналіз фінансового стану організації і виявлення резервів її подальшого стійкого зростання необхідно продовжувати також аналізом коефіцієнтів платоспроможності, фінансової стійкості, оборотності активів, аналізом кредиторської та дебіторської заборгованості, аналізом грошових потоків, аналізом ефективності використання чистих активів, власного капіталу і т. д.

Таким чином, показники рентабельності використовують для порівняльної оцінки ефективності роботи окремих підприємств і галузей, що випускають різні обсяги та види продукції. Ці показники характеризують отриманий прибуток по відношенню до витрачених виробничих ресурсів. Розрахунок показників рентабельності має найважливіше значення для

визначення ефективності поточної діяльності компанії і для прогнозування перспектив її розвитку.

РОЗДІЛ 3

РОЗРОБКА ЗАХОДІВ ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «КРАСЕНЬ І К»

3.1. Шляхи підвищення рентабельності господарської діяльності підприємства у сучасних умовах господарювання

Будь-яке комерційні підприємство ставить перед собою головну мету підприємництва - отримання прибутку. Але якщо її продукція, послуги, активи, рівень продажів підприємства не рентабельні, то на жаль, цієї мети воно не зможе досягти.

Вище було проведено комплексний аналіз прибутку і рентабельності даного підприємства. Значення своєчасного якісного аналізу прибутку і рентабельності для підприємства важко переоцінити. Результати досліджень формують цінну інформацію, на основі якої приймаються важливі управлінські рішення, вдосконалюється планування діяльності компанії, проводиться оцінка та контроль над виконанням фінансових планів, а також, в цілому, поліпшується ефективність діяльності компанії.

За результатами аналізу фінансових результатів ТОВ «Красень і К» за 2016 - 2019 рр. ми з'ясували, що прибуток від фінансово-господарської діяльності підприємства зменшився, що не могло не відобразитися на рентабельності, яка не дотягувала до 10%, що набагато нижче рекомендованих показників в умовах ринкової економіки.

Аналіз коефіцієнтів рентабельності показав, що усі розглянуті показники мають тенденцію зниження за досліджуваний період. На мій погляд, дана проблема відноситься за типом до проблеми розвитку, так як є потенційна можливість збільшення прибутку.

Своєчасна підготовка і гнучкість підприємства по відношенню до зміни зовнішніх умов його існування дозволить організації не тільки зберегти звичайну норму рентабельності витрат, але і, скориставшись становищем, прагне до її збільшення.

Щоб заходи щодо підвищення рентабельності витрат проходили успішно, їх слід брати до уваги при формуванні стратегії компанії, в якій повинні враховуватися можливості підвищення ефективності використання ресурсів, тобто резерви підприємства. Одні з них можуть передбачати, перш за все, підвищення прибутку, інші - зниження витрат.

«Як відомо, фірма, що володіє конкурентною перевагою, при інших рівних умовах, має можливість отримати високий прибуток або навіть надприбуток за рахунок створення природної монополії. Інші організації, що діють в тому ж або суміжному сегменті ринку, що і компанія, володіє інновацією, вступають в конкурентну боротьбу і будуть прагнути «Зруйнувати» утворилася природну монополію, перш за все, шляхом розробки різних інноваційних ідей» [26].

Тому в сучасних ринкових умовах останній пункт має особливо важливе значення для підвищення рентабельності витрат підприємства, так як саме використання інновацій сприяє освоєнню організацією нових ринків, підвищенню якісних характеристик продукту і появі нових технічних, управлінських і організаційних технологій.

Сучасні умови навколишнього світу такі, що компанії повинні максимально орієнтуватися на споживача. Звідси виникає потреба в дієвому маркетинговому механізмі, адаптується до ринку яка надає продукцію, що задовольняє потреби для отримання максимального прибутку. Вивчення не тільки потенційних споживачів, але і постачальників дає можливість вибрати найкращих і знизити собівартість продукту ще на етапі покупки сировини і матеріалів [3].

Розглянемо основні способи збільшення прибутку та рентабельності, які визначаються за кожним видом товарної продукції.

Резерви збільшення прибутку:

- підвищення продуктивності працівників;
- зростання ефективності використання основних фондів;
- оптимізація складу і структури оборотних коштів;

- введення ефективної маркетингової політики;
- підвищення якості продукції та її конкурентоспроможності;
- збільшення обсягу реалізації продукції;
- зниження собівартості продукції [11].

Підвищення цін за рахунок:

- підвищення якості;
- пошук більш вигідних ринків збуту;
- реалізація в більш оптимальні терміни [11].

Отже нового клієнта можна залучити гарною рекламою, привабливістю цін і різноманітністю послуг, що надаються, але вдруге він приходить завдяки мотивації співробітників і покупців, професійній роботі персоналу і високій якості обслуговування, отриманого раніше.

Виходячи з вище сказаного можна запропонувати наступні заходи:

1. Так як компанія ТОВ «Красень і К» веде один із напрямів своєї діяльності - фасадні роботи, які пов'язані з монтажем композитних панелей пропонується наступне нововведення. Введення нової послуги з фрезерування і попередньою виготовлення касет в цеху допоможе знизити витрати виробництва.

У штаті підприємства вже є всі необхідні співробітники, з досвідом роботи по фрезеруванні композитного матеріалу Alucobond, що дозволить уникнути витрат на пошук і навчання нового персоналу. У цехах є вільне місце для установки нового обладнання. Пропонується компанії вдатися до найменших витрат при введенні у виробництво нового виду продукції і послуги з виготовлення виробів з композитних листів у власних цехах, ніж звертатися за цією послугою в інші компанії, як відбувається це на даний момент.

Тому пропонується підприємству закупити необхідний верстат (вертикальний форматно-розкрійний або ЧПУ верстат) і фрезери з виробництва виробів з алюмокомпозита. Не виключається купівля обладнання, що було в експлуатації для мінімізації витрат на введення нового виду послуг

на підприємстві і виготовлення продукції. Також це може зробити більш привабливим на будівельному ринку при введення нової послуги, тобто зробити компанію більш конкурентноздатною, оптимізувати витрати на виробництво композитних панелей.

Можливо доведеться провести перенавчання працівників для роботи з новим обладнання, проведення нового інструктажу.

2. Додати в штат посаду менеджера-маркетолога, який буде проводити аналіз конкурентного середовища підприємства і вести маркетингову діяльність, впроваджувати маркетингові програми.

Пропонується підприємству введення комплексу маркетингових програм, який містить наступні компоненти:

- товар, який має цінність для споживача;
- політика ціноутворення, метою якої є створення такої ціни товару, яка буде влаштовувати як споживача так само підприємство;
- політика розподілу, що включає вибір оптимальних каналів розподілу, організацію збутової мережі, забезпечення транспортування;
- політика просування, метою якої є інформування споживачів про переваги продукту, а також створення іміджу підприємства [24].

Для того, щоб оцінити виконання маркетингової програми здійснюється контроль. Він полягає в постійному спостереженні за поточними маркетинговими зусиллями і досягнутими результатами [24].

Вплив маркетингових програм слід розглядати як двоєдине завдання. З одного боку, вони підвищують поточну прибуток компанії, з іншого сприяють зростанню іміджу фірми і, як наслідок, створюють інтегральний ефект, який діє протягом декількох найближчих років [24].

Варто також зауважити, що необхідно відновити і поліпшити функціональність сайту компанії, що може привернути нових замовників. Застаріла інформація на ресурсі погано впливає на імідж компанії. Можливо введення додаткових сервісів, калькулятор, поліпшення юзабіліті, прискорення завантаження сторінок [37].

Не завадить робота маркетолога з соціальними мережами, такі як Facebook, Instagram, створення відеоконтента на YouTube.

Можливе залучення професійних рекламних агентств по SEO просування в таргетированной рекламі (контекстна реклама) і соціальних мережах або виконувати дану роботу самостійно, або найнятого працівника, що дасть можливість зберегти приплив клієнтів і роботу компанії у часи не кращих позиції сайту по певних ключових запитах.

3. Розробити систему мотивації споживачів. Її може розробити маркетолог так і сам директор компанії.

Як приклад можна запропонувати акцію 5% знижки при повторному зверненні або знижка для наведеного свого друга (знайомого).

Знижки пов'язані з сезонністю. При використанні цього інструменту найголовніше - стежити за діями конкурентів (бути не гірше за інших).

Знижки, приурочені до подій всередині компанії (реальним або вигаданим) або до свят. При грамотному використанні, інструмент дуже дієвий.

Використання різних акцій важливий і дієвий інструмент впливу на якість ринкової пропозиції компанії. Важливо мати механізми і інструменти, що дозволяють вимірювати ефект від їх здійснення.

4. Розробити систему мотивації персоналу, для збільшення обсягу продажів і послуг.

Існують як матеріальні (премії, фінансові бонуси, путівки та інші грошові заохочення) і не матеріальні стимули (грамоти, новий кабінет, коригування робочого графіка).

Це може бути наприклад "дошка пошани", де щомісяця або в будь-якої термін, оцінювати результати співробітників. Також можна впровадити систему "преміювання", якщо співробітник залучив нового клієнта, наприклад 5-10% від прибутку компанії за даним замовленням. Після впровадження цих заходів співробітники будуть більш мотивовані.

Правильна мотивація персоналу - ключовий фактор для розвитку компанії і головне завдання управлінця.

5. Участь співробітників підприємства в розробці або висловлюванні своєї думки щодо поліпшення або створення нових послуг, а можливо і підвищення продуктивності праці. Ця програма дозволить оперативно реагувати на пропозиції співробітників по реформуванню виробництва, а також заохочувати таких співробітників.

Також важливим фактором у формуванні прибутку є людський фактор. Управління персоналом включає багато складових. Серед них: кадрова політика, взаємовідносини в колективі, соціально-психологічні аспекти управління компанією, вдосконалення системи управління виробництвом.

Ключове ж місце займає визначення способів підвищення продуктивності, шляхів росту творчої ініціативи, стимулювання і мотивація працівників. Отримання нового місця роботи, а також зміна звичних умов діяльності стимулює працівника, викликає в ньому бажання проявити себе з кращого боку. Не отримавши можливості відчутти себе необхідним, самостійним працівником, якому довіряють і якого поважають, він розчаровується у своїй роботі. При цьому, навіть просто з економічної точки зору, люди є надзвичайно дорогим ресурсом, тому повинні використовуватися з максимальною ефективністю.

Отже для того, щоб поліпшити джерела утворення прибутку і підвищити рентабельність виробництва, були розглянуті і запропоновані наступні заходи:

- впровадження нової послуги для підвищення конкурентоспроможності та мінімізації витрат;
- додання в штат менеджера-маркетолога і введення комплексу маркетингових програм;
- розробка систем мотивації споживачів та персоналу;
- участь співробітників підприємства в розробці або висловлюванні своєї думки щодо поліпшення продуктивності труда.

3.2. Підвищення продуктивності праці працівників підприємства

Одним з головних показників, що дозволяють оцінити ефективність роботи будь-якого підприємства, є продуктивність праці персоналу.

Зростання продуктивності праці - це скорочення робочого часу на виготовлення одиниці продукції. А значить, трудомісткість - величина вимірنا, керована і прозора для робітника, вона тісно пов'язана з ростом продуктивності його праці.

Показники продуктивності праці дозволяють провести більш якісний аналіз поточної ситуації на підприємстві, зрозуміти фактори зміни виробництва, чисельності співробітників, кількості витраченого часу і виявити ресурси для збільшення ефективності виробничої діяльності.

Важливим етапом аналітичної роботи на підприємстві є пошук резервів продуктивності праці, розробка організаційно-технічних заходів щодо реалізації цих резервів та безпосереднє впровадження цих заходів. Під зростанням продуктивності праці мається на увазі економія витрат праці (робочого часу) на виготовлення одиниці продукції або додаткові обсяги виробленої продукції в одиницю часу. Внутрішньовиробничі резерви обумовлені вдосконаленням і найбільш ефективним використанням техніки і робочої сили, скороченням робочого часу, економією сировини і матеріалів, раціональним використанням обладнання. Внутрішньовиробничі резерви включають резерви зниження трудомісткості, резерви поліпшення і використання робочого часу, резерви вдосконалення структури кадрів, резерви економії предметів праці засобів праці [21].

Крім продуктивності праці, важливу роль в оцінці ефективності господарської діяльності підприємства відіграє і показник рентабельності праці.

Важливо, щоб всі заходи, що проводяться підприємством для збільшення рентабельності (при використанні всіх можливостей), сприяли досягненню найважливіших цілей розвитку підприємства.

У практиці роботи промислового підприємства є великі резерви зростання рентабельності праці. Вони носять характер традиційних (збільшення ефективності використання робочих, раціональний розподіл робочого часу, мотивація праці та т. п.). В сучасних умовах треба використовувати для нарощування рентабельності не тільки традиційні шляхи, а й нові, відкриті в ході ринкових перетворень [25].

Сучасний бізнес рухається швидше і стає все більш і більш вимогливим. Цьому сприяє висока конкуренція і запити споживачів, які виходять з онлайну, тому для компанії ТОВ «Красень і К» пропонується провести комплексну автоматизацію діяльності підприємства, за допомогою якої будуть вирішені наступні завдання:

1. Збільшиться продуктивність праці співробітників внаслідок введення без паперової системи роботи з документами;
2. Зніметься проблема обміну інформацією між виробничими цехами;
3. Скоротиться час обробки замовлення і передачі замовлення;
4. Стануть тісні витрати підприємства за рахунок більш оперативного реагування на зміни у внутрішній і зовнішній середовищі підприємства;
5. З'явиться можливість комплексно планувати фінансово-господарську діяльність підприємства.

Введення програми автоматизації підприємство змусить повністю змінити погляди на систему управління і її функціонування. Це дозволить перейти до жорсткого відстеження як витрат підприємства, так і до розуміння функцій, які виконуються конкретними співробітниками.

Впровадження CRM (Customer Relationship Management) системи дозволяє зменшити кількість рутинної роботи менеджера на 28%, що дозволяє заощадити 8-12 робочих годин в тиждень. Економічна ефективність впровадження CRM системи складає 5-15% від загального обороту компанії, а відсоток утримання клієнтів збільшується на 5-7%. Все це дозволяє збільшити прибуток бізнесу на 25-50% [35].

Грамотне використання рішень CRM для малого бізнесу забезпечить підприємству ряд переваг.

Впровадження даної системи допоможе підвищити продуктивність праці співробітників за рахунок появи додаткових можливостей, таких як:

- автоматизація основних робочих процесів;
- чіткість планування і постановки завдань;
- підвищення контролю над роботою співробітників і дотриманням визначених термінів;
- прозорість статистики та звітності;
- створення технологічних карт;
- управління всім циклом роботи з клієнтами;
- оцінки підсумків (рентабельності, фінансових результатів).

Система CRM дозволяє автоматизувати деякі рутинні процеси, зокрема, підготовку рахунків і комерційних пропозицій, їх відправку клієнтам. Робота менеджерів спрощується, оскільки виконується за єдиними погодженими стандартами за лічені хвилини.

Вона позбавляє співробітників від необхідності щоденної звітності. Звіти створюються автоматично і зберігаються в статистиці. Це дає значну економію часу і трудовитрат.

Продуктивність праці співробітників у великій мірі залежить від того, як організований їх робочий процес. Система CRM дозволить керівникові об'єктивно оцінювати ефективність кожного працівника. Можливість додаткового контролю над діяльністю персоналу допоможе побачити недоліки в плануванні роботи або недотримання термінів виконання поточних завдань. В результаті керівник зуміє вчасно вжити необхідних заходів для вирішення виявлених проблем.

До відома працівників доводиться, що робота буде контролюватися системою. Невиконання завдань або зрив термінів буде загрожувати негативними наслідками дисциплінарного або матеріального характеру. Це підвищує виконавчу дисципліну і продуктивність праці.

Можливості технології CRM дозволяють легко контролювати процес виконання обов'язків і результати діяльності кожного співробітника. Бонусом стане підвищення продуктивності праці персоналу компанії.

Крім того, спрощується робота з клієнтською базою. Персоналу не потрібно більше вносити контактні дані клієнтів в щоденник, записувати інформацію про те, з ким, коли і з якого приводу необхідно зв'язатися. Цю функцію можна передати системі. Виконуючи запрограмовану завдання, вона буде зберігати і миттєво видавати потрібну інформацію про клієнта, що відбулися угодах і попередні домовленості, нагадувати про необхідні дії.

Розглянемо приклад економії часу працівника в цеху після впровадження CRM системи.

Якщо користувач при економії і-виду із застосуванням програми економить ΔT_i , годин, то підвищення продуктивності праці P_i (в %) визначається за формулою:

$$P_i = \left(\frac{\Delta T_i}{F_i - \Delta T_i} \right) * 100\%, \text{ де} \quad (3.1)$$

F_i - час, яке планувалося користувачем для виконання роботи і-виду до впровадження програми (годин).

Таблиця 3.1

Таблиця робіт користувачів в цеху з CRM системою

№ п/п	Вид робіт	До автоматизації, хв F_i	Економія часу, хв. ΔT_i	Підвищення продуктивності праці P_i (в %)
1	Введення інформації	20	10	100
2	Проведення розрахунків	10	8	400
3	Підготовка та друк звітів	10	5	100
4	Аналіз і вибірка даних	20	16	400

Таблиця складена за даними, отриманими в процесі дослідження.

До використання CRM системи у працівника цеху йшло приблизно 60 хвилин на виконання однієї заявки, з використанням CRM системи - 21 хвилин, що скорочує 39 хвилин.

Розглянемо варіант розрахунку для менеджерів з продажу.

Таблиця 3.2

Таблиця робіт користувачів менеджерів з CRM системою

№ п/п	Вид робіт	До автоматизації, хв F_i	Економія часу, хв. ΔT_i	Підвищення продуктивності праці P_i (в %)
1	Облік заявки	5	4	400
2	Розрахунок вартості	20	10	100
3	Підготовка комерційної пропозиції	15	10	200
4	Виставлення рахунків	8	6	300
5	Аналітика	10	8	400
6	Підготовка договору і додатків	10	8	400
7	Підготовка та друк звітів	10	5	100

Таблиця складена за даними, отриманими в процесі дослідження.

До використання CRM системи у менеджера йшло приблизно 78 хвилин на одну угоду, з використанням CRM системи - 27 хвилин, що скорочує 51 хвилину.

Впровадження CRM-системи не тільки призведе компанію на новий рівень роботи, але і дасть позитивний результат у вдосконаленні бізнес процесів.

Таким чином, підвищення продуктивності праці буде досягатися за допомогою реалізації наступних заходів:

1. Підвищення мотивації персоналу за рахунок надання співробітникам можливості отримання матеріального стимулювання за собою дасть збільшення продуктивності праці;
2. Участь співробітників в розробці пропозицій щодо поліпшення і реформування виробництва;
3. Впровадження станка ЧПУ по фрезеруванні касет з різних матеріалів автоматичним методом;
4. Впровадження системи CRM для швидкого взаємодії між виробництвом і менеджерами які приймають замовлення, що забезпечить контроль продуктивності праці і підвищення його ефективності.

3.3. Зміна цінової стратегії для підвищення прибутку і рентабельності

У перехідний період ринкової економіки ціни повинні відображати суспільно необхідні витрати на виробництво і реалізацію продукції, її споживчі властивості, якість і платоспроможний попит. Вони використовуються як активний засіб впливу на зростання ефективності виробництва, підвищення якості та зниження собівартості продукції (робіт, послуг). Підприємство зобов'язане забезпечити економічне обґрунтування цін, або проектів, розрахунків, випереджаюче зростання у порівнянні з витратами, відносно здешевлення продукції для споживача. Від рішень в області ціноутворення залежать перспективи зростання торгового обороту і досягнення рентабельності. Вибір стратегії ціноутворення залежить від цілей, переслідуваних підприємством.

Управління маркетингом та вибір цінової стратегії на підприємстві ТОВ «Красень і К» здійснює генеральний директор і фінансовий директор, що не є грамотним підходом до організації маркетингу на підприємстві.

На сьогоднішній день потужності підприємства завантажені на 55%, тому необхідна розробка такої маркетингової стратегії розвитку підприємства і формування політики просування, щоб збільшити завантаження виробничих

потужностей, а значить збільшити збут продукції і підвищити прибуток підприємства. Для цього необхідно використовувати такі методи просування продукції як участь в професійних виставках і організація реклами в інтернет (добробка існуючого сайту і його просування в різних пошукових системах) для підвищення іміджу підприємства та ступеня обізнаності про компанію.

Розробка цінової політики фірми передбачає:

- визначення механізму ціноутворення, відповідного специфіці її господарської діяльності (типу продукту, структурі витрат виробництва і т. п.);
- вибір цінової стратегії для просування свого продукту на ринку (відповідно до обраного сегменту ринку, умовами конкуренції і т. д.) [22].

Вихідна ціна при виробництві виробів на ТОВ «Красень і К» визначається методом встановлення ціни товару на основі витрат виробництва - основою визначення ціни є витрати виробництва на одиницю продукції, до яких додається величина неврахованих витрат і включає планований прибуток («середні витрати плюс прибуток»).

Ціна на кожен виріб індивідуальна, так як залежить від розміру вікна або дверей, кількості витраченого матеріалу і його закупівельної вартості, фурнітури, набору додаткових послуг, обсягу робіт, транспортних витрат, нерідко закладається гарантійне і післягарантійне обслуговування.

Істотну роль при розробці цінової стратегії грає життєвий цикл товару. Перехід вироби до подальших стадій циклу викликає зміна умов виробництва і реалізації, що і відбивається в ціновій стратегії.

Крім того, вплив на ціну роблять кон'юнктура ринку, конкуренти, покупці і т. д. ТОВ «Красень і К» встановлює вихідну ціну, а потім коригує її з урахуванням різних факторів, що діють в навколишньому середовищі і економічної ситуації в країні.

Для підвищення рентабельності пропонується оптимізація стратегії ціноутворення.

Для того, щоб цінова політика була більш ефективною, необхідно використовувати різні методи ціноутворення. Вибір цінової стратегії має

враховувати витрати, попит на продукцію і ціни конкурентів.

На уже згадуваному підприємстві можна вдосконалити систему ціноутворення:

- необхідно переходити від пасивного підходу розробки цін до ціннісного, тобто пропонується використовувати стратегію ціннісного пропозиції;

- рекомендується організувати відділ маркетингу з передачею йому всіх функцій вивчення, розробки, коригування, контролю цін.

Ціннісне ціноутворення - це встановлення цін таким чином, щоб це забезпечувало підприємству отримання більшого прибутку за рахунок досягнення вигідного для неї співвідношення «цінність / витрати».

Надання цінності складається з наступних етапів:

- 1) ідентифікація цінності (маркетингові дослідження);
- 2) створення цінності (розробка і виробництво);
- 3) повідомлення про цінності клієнтам фірми (маркетинг та продажі);
- 4) безпосереднє надання цінності (логістика, дистрибуція);
- 5) «отримання» цінності (ціноутворення) [27].

Завдання для підприємства полягає в максимізації різниці між цінністю товару для покупця (яку він потенційно готовий оплатити) і витратами підприємства на виготовлення товару з такими властивостями. Завдання маркетологів - переконати споживача в тому, що продукція компанії в дійсності вкрай важлива для нього і має високу корисність (цінність).

Якщо преїскурантна ціна умовно може бути представлена як сума витрат і прибутку, то цінність продукту складається з таких елементів:

$$\text{Цінність} = \text{Витрати} + \text{Прибуток} + \text{Виграш покупця.} \quad (3.2)$$

Основна ідея цієї стратегії полягає якраз в тому, щоб якомога більша частина цієї різниці перетворилася на прибуток фірми і якомога менша - в виграш покупця.

Прикладом можна назвати:

- установка вікон за 1 день;

- довічна гарантія або збільшена гарантія;
- робимо на століття;
- і таке інше.

Маркетинговий відділ повинен буде займатися створенням і оформленням інформації, спрямованої на ринок збуту з метою управління (або краще сказати, впливу) поведінкою вже наявних і потенційних покупців.

Аналіз цінової ситуації проводити щомісяця. Використовуючи дані, отримані в результаті аналізу цін конкурентів, коригуються націнки в кожному сегменті, а також плануються дисконтні акції, сезонні знижки та бонусна система, що буде стимулюванням збуту, а також буде вестися робота з громадськістю.

В даному підрозділі було розглянуто і запропонована стратегія ціннісного пропозиції. Можна зробити висновок, що вибір стратегії ціноутворення, підходи до визначення ціни на нові продукти, регулювання цін на вже існуючій асортимент товарів є складовою частиною маркетингової діяльності фірм. Розробка політики цін здійснюється з урахуванням зовнішніх і внутрішніх факторів розвитку організації. Розробка стратегії повинна ґрунтуватися на глибокому розумінні ринку, оцінці позиції фірми на ринку, усвідомленні своїх конкурентних переваг. Компанія може створювати кілька ціннісних пропозицій, скільки вважатимуть за необхідне, однак рекомендується зосередити увагу на трьох основних.

3.4. Оцінка ефективності запропонованих заходів

Економічна ефективність заходу - це його результативність. Тобто відносний показник співвідношення витрат і отриманого прибутку. Під ефектом розуміється виробничий або соціальний результат витрачання економічних ресурсів, отриманий протягом певного періоду.

Оцінка ефективності запропонованих заходів повинна показати підвищення ефективності господарської діяльності підприємства в результаті

запропонованих заходів.

Важливим показником оцінки ефективності заходів, пов'язаних з капітальними вкладеннями є термін окупності і коефіцієнт ефективності.

Виходячи з плану запропонованих заходів необхідно розрахувати їх ефективність.

Рішення і витрати на реалізацію запропонованих заходів представлені в табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Витрати на впровадження запропонованих заходів

№ п/п	Перелік заходів	Рішення щодо реалізації заходів	Витрати, тис. грн
1	Купівля верстата для фрезерування	Зменшення витрат на виробництво алюмінієвих композитних панелей	840
2	Додавання співробітника менеджера-маркетолога	Аналіз конкурентного середовища підприємства і вести маркетингову діяльність	30
3	Удосконалення матеріальної мотивації	Виплата премій	25
4	Переатестація працівників	Витрати на навчання	20
5	Ліцензія CRM Битрикс на 24 користувача	Вдосконалення системи продуктивності праці	10
	Разом		925

Таблиця складена за даними, отриманими в процесі дослідження.

З даних табл. 3.3 затрати на вдосконалення знань і навичок, а також системи мотивації персоналу складають 925 тис. грн. Виплата премій в розмірі 25% від окладу, сума розрахована за 1 квартал.

Планування кар'єри розраховане з урахуванням додавання в штат посади менеджера, а також професійний ріст співробітників підприємства.

Атестація працівників буде припускати вдосконалення навичок співробітників для підвищення якості обслуговування і професійного зростання.

У табл. 3.4 наведено аналіз витрат на рекламну діяльність.

Таблиця 3.4

Аналіз витрат на рекламну політику ТОВ «Красень і К»

№ п/п	Перелік заходів	Рішення щодо реалізації заходів	Витрати, тис. грн
1	Просування сайту	Розкрутка сайту в мережі Інтернет а також витрати на таргетовану рекламу	20
2	Залучення рекламних агентів	Передбачається відрядна оплата праці, тобто від розміру вартості зазначеної послуги 15%	45
	Разом		65

Таблиця складена за даними, отриманими в процесі дослідження.

З табл. 3.4 бачимо що витрати на рекламну діяльність складуть 65 тис. грн. Загальні витрати складуть 990 тис. грн.

Економічний ефект від впровадження заходів - це різниця між планованим приростом виручки, отриманої від додаткової реалізації послуг, викликаної пропонованими заходами, і витратами на ці заходи.

$$E = (P_B - Z_P) - B_{RP}, \text{ де} \quad (3.3)$$

E - економічний ефект від впровадження заходу, тис. грн;

P_B - планований показник виручки від реалізації після реалізації заходів і тільки під їхнім впливом, тис. грн;

Z_P - витрати на реалізацію заходів, тис. грн;

B_{RP} - виручка від реалізації за останній період, тис. грн.

$$P_B = (B_{RP} + (B_{RP} * (P_{RP}/100))), \text{ де} \quad (3.4)$$

P_B - планований показник виручки від реалізації після реалізації заходів і тільки під їхнім впливом, тис. грн;

P_{PB} - планований приріст виручки від реалізації внаслідок реалізації запропонованої програми, %.

Розрахуємо планований показник виручки за 1 квартал 2020 року, після впровадження заходів:

$$P_B = (13983 + (13983 * (20/100))) = 16779,6 \text{ тис. грн.}$$

Розрахуємо ефект від запропонованих заходів:

$$E = (16779,6 - 990) - 13983 = 1806,6 \text{ тис. грн.}$$

Ефект від витрат на заходи позитивний, т. к. сума витрат 990 тис. грн збільшить виручку на 1806,6 тис. грн.

Ефективність витрат на формування системи поліпшення якості послуг може бути визначена за допомогою показника рентабельності пропонуваніх заходів:

$$P = \left(\frac{E}{Z_p} \right) * 100\%, \text{ де} \quad (3.5)$$

P - рентабельність пропонуваніх заходів, %;

$$P = (1816,6 / 990) * 100\% = 182,49\%.$$

Термін окупності буде розрахований за формулою:

$$B = \frac{Z_p}{E}, \text{ де} \quad (3.6)$$

B - час окупності витрат за рахунок викликаного ними приросту виручки, рік;

$$B = 990 / 1806,6 = 0,54 = 7 \text{ місяців.}$$

Таким чином, на підставі проведеного аналізу можна зробити висновок:

- економічний ефект є позитивним, тобто пропонувані заходи можуть принести відчутний результат;

- термін окупності складається 7 місяців, тобто витрати виявилися не надто великі і вони особливо не вплинуть на виручку підприємства.

Також можна зробити висновок про соціальну ефективності:

- підвищить рівень конкурентоспроможності компанії ТОВ «Красень і К» з впровадженням нової послуги;

- підвищить рівень впізнаваності;

- підвищить рівень кваліфікації персоналу;
- підвищить зацікавленість покупців;
- підвищить зацікавленість співробітників в результатах своєї праці.

Наявність позитивних змін показує, що всі ці заходи буде економічно ефективними. Захід є ефективним, якщо принесе позитивний фінансово-економічний ефект.

Запропонований проект заходів дозволить підвищити обсяги реалізації продукції, продуктивність праці і задоволеність працею персоналу.

ВИСНОВКИ

У підвищенні рентабельності компанії зацікавлені топ-менеджери, власники капіталу, співробітники, адже рентабельність характеризує ефективність діяльності підприємства. Саме тому питання, пов'язане з підвищенням рентабельності, є актуальним.

У першій частині кваліфікаційної роботи магістра були розглянуті теоретичні основи рентабельності підприємства:

- поняття, сутність та показники рентабельності;
- характеристика факторів резерву підвищення рентабельності;
- фактори, які впливають на рентабельність продукції та послуг.

В результаті цього дослідження були зроблені висновки.

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.

Також можна відзначити, що показники рентабельності мають особливо важливе значення в сучасних ринкових умовах, коли керівництву підприємства потрібно постійно приймати ряд неординарних рішень для забезпечення прибутковості, а отже, стійкості фінансового розвитку підприємства. Слід зазначити важливість показників рентабельності для прийняття рішень щодо інвестування, планування, зі складання кошторисів, координування, з оцінки та контролю роботи підприємства і його результатів.

Домогтися підвищення рентабельності продукції, що випускається можливо за рахунок впливу або на результати виробництва, або на витрати.

Впливати на результати діяльності підприємства силами підприємства в сучасних нестабільних і турбулентних умовах не завжди реально. Рівень недостатності власних можливостей безпосередньо залежить від потенціалу промислового підприємства. Крім внутрішніх факторів, на результати випуску продукції також впливають ринкові умови, тобто зовнішні фактори (ціни, конкуренція, попит і т. д.). Підприємства з незадовільним або низьким рівнем ресурсного забезпечення не здатні впливати на зміну зовнішніх факторів, їм залишається підвищувати рентабельність своєї продукції тільки за рахунок впливу на власні витрати. Тобто, щоб вижити, таким суб'єктам господарювання необхідно вплив зміни зовнішніх факторів перекрити підвищенням ефективності впливу внутрішніх факторів на результативні показники діяльності, в тому числі і на рентабельність продукції.

Таким чином, розглянуті основні джерела резервів підвищення рівня рентабельності на підприємстві. Керівник підприємства повинен в умовах, що змінюються розвитку організації виявляти і використовувати резерви підвищення рентабельності, тобто приймати правильні управлінські рішення, спрямовані на підвищення ефективності діяльності підприємства.

У кваліфікаційній роботі слід пам'ятати про всі розглянутих вище факторах, як потенційні шляхи підвищення прибутку і рентабельності підприємства. Фактори підвищення рентабельності залежать від єдиних економічних явищ і процесів. Вибір конкретних факторів для розробки заходів по їх практичній реалізації буде ґрунтуватися на результатах аналізу виробничо-господарської діяльності ТОВ «Красень і К».

Таким чином, в даному підрозділі були розглянуті фактори, що впливають на формування прибутку і рентабельність підприємства. Досліджені фактори впливають на прибуток і рентабельність підприємства (зовнішні і внутрішні, виробничі і невиробничі, екстенсивні і інтенсивні).

За проведеним дослідженням фінансового стану ТОВ «Красень і К» за 2016 - 2019 рр. можна зробити висновок про те, що аналіз ліквідності підприємства свідчить про те, що баланс підприємства є ліквідним; структура

балансу є задовільною; підприємство платоспроможне, але в 2019 році виникли проблеми, рівень зростання чистого прибутку різко скоротився в порівнянні з минулим роком, шляхи вирішення яких ми будемо шукати в цій роботі.

Компанія постійно розвивається, нарощує виробничі потужності, орієнтується на високу якість і надійність продукції. Основний принцип роботи компанії - просування високого стандарту якості. В майбутньому планується закупівля додаткових автоматичних ліній, що дозволить збільшити обсяг готової продукції.

У другій частині роботи були розглянуті різні показники рентабельності (рентабельність активів, рентабельність капіталу, рентабельність інвестицій, рентабельність продажів і т. д.) досліджуваного підприємства ТОВ «Красень і К». Особливу увагу було приділено рентабельності основних засобів та рентабельності власного капіталу, так як їх найчастіше використовують при аналізі ефективності.

Матеріально-технічну можливість функціонування організації і їх надійність забезпечує наявність майна. Збільшення основних засобів в ТОВ «Красень і К» свідчить про правильну проведену політики, спрямованої на технічне переозброєння.

Зниження прибутку від виробництва також надало понижувальний вплив і на показники рентабельності використання виробничих ресурсів, які в аналізованому періоді демонструють тенденцію до зменшення. Таким чином, можна зробити висновок, що ТОВ «Красень і К» необхідно вишукати резерви зростання ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства.

Спостерігається явне погіршення економічних показників роботи ТОВ «Красень і К», проаналізувавши фінансову звітність за останні 4 роки можна зробити висновок, що це обумовлено наступними факторами (причинами):

1. Не задовільна робота керівників, що не дозволяє залучити нових клієнтів;

2. Не задовільна робота керівника підприємства, що не дає можливості знайти нові шляхи розвитку для компанії, не вміння раціонального використання власним капіталом, матеріально технічними ресурсами і т. д.;

3. Зниження попиту від партнерів на виконання будівельних робіт, що безпосередньо можна пов'язати з погіршенням економічної обстановки в країні.

Зниження всіх показників рентабельності також підтверджує низький рівень ділової активності ТОВ «Красень і К». Необхідно розробляти і впроваджувати заходи щодо її підвищення.

Отже, перш за все підприємству необхідно зосередитися на підвищенні прибутковості діяльності, що в свою чергу позитивно вплине на ефективність використання власних та загальних коштів.

Щоб поліпшити джерела утворення прибутку і підвищити рентабельність виробництва, у третій частині були розглянуті і запропоновані наступні заходи:

- впровадження нової послуги для підвищення конкурентоспроможності та мінімізації витрат;

- пропонується організувати відділ маркетингу з передачею йому всіх функцій вивчення, розробки, коригування, контролю цін або додання в штат менеджера-маркетолога і введення комплексу маркетингових програм.

- радиться переходити від пасивного підходу розробки цін до ціннісного.

Підвищення продуктивності праці буде досягатися за допомогою реалізації наступних заходів:

1. Підвищення мотивації персоналу за рахунок надання співробітникам можливості отримання матеріального стимулювання за собою дасть збільшення продуктивності праці;

2. Участь співробітників в розробці пропозицій щодо поліпшення і реформування виробництва;

3. Впровадження верстата (вертикальний форматно-розкрійний або ЧПУ верстат) по фрезеруванні касет з різних матеріалів автоматичним методом;

4. Впровадження системи CRM для швидкого взаємодії між виробництвом і менеджерами які приймають замовлення, що забезпечить контроль продуктивності праці і підвищення його ефективності.

Був проведений розрахунок економічної ефективності запропонованих заходів. На підставі проведеного аналізу можна зробити висновок:

- економічний ефект є позитивним, тобто запропоновані заходи можуть принести відчутний результат;

- термін окупності складається 7 місяців, тобто витрати виявилися не надто великі і вони особливо не вплинуть на виручку підприємства.

Також можна зробити висновок про соціальну ефективності:

- підвищить рівень конкурентоспроможність компанії ТОВ «Красень і К» з впровадженням нової послуги;

- підвищить рівень впізнаваності;

- підвищить рівень кваліфікації персоналу;

- підвищить зацікавленість покупців;

- підвищить зацікавленість співробітників в результатах своєї праці.

Наявність позитивних змін показує, що всі ці заходи буде економічно ефективними.

Таким чином, щоб підвищити рентабельність компанії, менеджерам слід чітко продумувати здійснювану політику, розробляючи різні програми з підвищення ключових факторів, що впливають на рентабельність. З представлених даних видно, що показники рентабельності ТОВ «Красень і К» за рахунок запропонованих заходів значно підвищуються і дозволять підприємству розвиватися і приносити дохід.

Запропонований проект заходів дозволить підвищити обсяги реалізації продукції, продуктивність праці і задоволеність працею персоналу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про підприємства в Україні» від 27.03.1991 №887-XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/887-12#Text>, Мова укр.
2. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // Відомості Верховної ради України, Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/436-15>, Мова укр.
3. Савицкая Г.В. Методика комплексного анализа хозяйственной деятельности: учеб. пособие для вузов / Г.В. Савицкая. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 408 с.
4. Стоянова Е.С. Финансовый менеджмент. Российская практика / Е.С. Стоянова. – М.: Перспектива, 2013. – 656 с.
5. Лукасевич И.Я. Финансовый менеджмент: учебник / И.Я. Лукасевич. – М.: Эксмо, 2017. – 377 с.
6. Шеремет А.Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: учебник / А.Д. Шеремет. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 416 с.
7. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг – М.: Популярная литература, 2002. – 330 с.
8. Крейнина М.Н. Современные подходы к оценке эффективности деятельности организации / М.Н. Крейнина // Планово-экономический отдел. - 2011. – №11. – С. 35–45.
9. Лихацька Н.С. Значення показників рентабельності для підприємства / Н.С. Лихацька // Матеріали науково-практичної конференції «Проблеми розвитку потенціалу підприємства в глобальних економічних умовах». Київ: НАУ, 2016. С.13.
10. Гончарук О.В., Кныш М.И., Шопенко Д.В. Управление финансами предприятия: Учебное пособие / О.В. Гончарук, М.И. Кныш, Д.В. Шопенко – СПб.: Дмитрий Буланин, 2002. – 264с.

11. Мелень О.В. Актуальні питання прибутковості підприємства та шляхи її збільшення / О.В. Мелень, Ю.Ю. Холондач // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ»: зб. наук. пр. Темат. вип.: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків: НТУ «ХПІ». – 2015. – №25 (1134). – С. 123-126
12. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: 4-е изд., перераб. и доп. / Г.В. Савицкая // Минск: ООО «Новое знание», 1999. – 688с.
13. Гордеева В.Е., Губина А.В. Анализ финансовых результатов деятельности предприятия / В.Е. Гордеева, А.В. Губина // Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания. – 2013. – №17. – С. 154-161.
14. Толстых И.А. Прикладные аспекты детерминированного факторного анализа финансовых показателей деятельности предприятия / И.А. Толстых // Современная экономика: проблемы и решения. - 2011. - №6(18). – С. 183-192.
15. Шапорова О.А., Тюхова Е.А., Куканова Н.В. Анализ взаимодействия прибылеобразующих факторов в структуре учетно-аналитической системы / О.А. Шапорова, Е.А. Тюхова, Н.В. Куканова // Российское предпринимательство. - 2012. - №14. – С. 65-72.
16. Столярчук А.В. Анализ и пути повышения рентабельности предприятий розничной торговли в Украине / А.В. Столярчук // Бізнесінформ. – 2012. - № 2. – С. 132-134.
17. Шуляк П.Н. Финансы предприятия: Учебник. / П.Н. Шуляк – 2-е изд. – М.: Издательский Дом «Дашков и Ко», 2000. – 752с.
18. Хрипач В.Я., Суша Г.З., Оноприенко Г.К. Экономика предприятия / В.Я. Хрипач, Г.З. Суша, Г.К. Оноприенко; Под ред. В.Я. Хрипача. – Мн.: Экономпресс, 2000. – 464 с.
19. Алексеева А.И., Васильев Ю.В., Малеева А.В., Ушвицкий Л.И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие / А.И. Алексеева, Ю.В. Васильев, А.В. Малеева, Л.И. Ушвицкий. – М.: Финансы и статистика, 2009.

20. Кандор Е.Л. Основные фонды промышленных предприятий / Е.Л. Кандор, А. И. Гинзбург, В. Е. Кантор. — СПб.: Питер, 2002. — 240 с. — (серия «Краткий курс»).
21. Девяткина О.В. Экономика предприятия (фирмы): Учебник / Под ред. проф. О. В. Девяткина. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2002. — (Серия «Высшее образование»)
22. Годин А.М. Маркетинг / А.М. Годин — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2007. — 604 с. — стр. 78.
23. Фаріон В.Я. Аналітична оцінка ділової активності та рентабельності підприємств / Фаріон В.Я. // Інноваційна економіка. Наукововиробничий журнал — 2013. — № 10. — С. 27-33.
24. Стоянова Е.С. Финансовый менеджмент. Российская практика / Е.С. Стоянова. — М.: Перспектива, 2013. — 656 с.
25. Воронов Д.С. Конкурентоспособность предприятия: оценка, анализ, пути повышения: монография / Д.С. Воронов, В.В. Криворотов — Екатеринбург: УГТУ –УПИ, 2013. — 96 с.
26. ООО «Журнал» Управление персоналом», февраль 2005.: Оценка персонала с использованием системно-аналитического подхода.
27. Липсиц, И. В. Ценообразование : учебник и практикум для академического бакалавриата / И. В. Липсиц. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2017. — 368 с.
28. Martani D., Munaiseche R.R. Factors Affecting Profitability of Multi-finance Company in Indonesia / D. Martani, R.R. Munaiseche // 2008, pp.1-19.
29. Burca A.M., Batrîncă G., The Determinants of Financial Perfomance in the Romanian Insurance Market / A.M. Burca, G. Batrîncă // Int. J. Acad. Res. Acc. Financ. Manag. Sci., 2014, 4, pp. 299-308.
30. Рентабельность предприятия определяется как отношение. Что такое рентабельность простым языком // Блоговедение [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://avtopilot-center.ru/rentabelnost-predpriyatiya-opredelyaetsya-kak-otnoshenie-chto-takoe.html>, Мова пос.

31. Міщенко К.Г. Прибутковість підприємства та шляхи її підвищення / К.Г. Міщенко / Економічні науки, Київський національний університет технологій и дизайна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/1488394401457.pdf>, Мова рос.
32. Новиков М.А. Резервы роста рентабельности товаров промышленных предприятий / М.А. Новиков // аспирант Московского Университета имени С.Ю. Витте [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/rezervy-rosta-rentabelnosti-tovarov-promyshlennyh-predpriyatiy/viewer>, Мова рос.
33. Дударева А.Б. Мониторинг факторов. Влияющих на повышение уровня рентабельности / А.Б. Дударева, кандидат экономических наук ФГБОУ ВО Орловский ГАУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/monitoring-faktorov-vliyayuschih-na-povyshenie-urovnya-rentabelnosti/viewer>, Мова рос.
34. Аманов С.Б., Апеисова Д.Е. Компетентность службы бухгалтерского учета в предоставлении качественной финансовой документации - залог успеха деятельности организации / С.Б. Аманов, Д.Е. Апеисова // Journal of Health Development, Volume 4, Number 33 (2019) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/kompetentnost-sluzhby-buhgalterskogo-ucheta-v-predostavlenii-kachestvennoy-finansovoy-dokumentatsii-zalog-uspeha-deyatelnosti>, - Мова рос.
35. Лечим бизнес через внедрение CRM системы [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://habr.com/ru/post/457190/>, Мова рос.
36. Большакова В.В. Организация системы управления формированием прибыли на предприятии / В.В. Большакова // ЧОУ ВО «Санкт-Петербургский институт экономики и управления» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41252184> Мова рос.
37. Офіційний сайт ТОВ «Красень і К» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.krasen.com.ua>

38. YouControl — сервис проверки контрагентов [Электронный ресурс]. —
Режим доступа:
https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/34512636/.

ДОДАТКИ

Додаток А

Відмітка про одержання (штамп контролюючого органу, до якого подається Податкова декларація з податку на прибуток підприємств)
-
-

ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ Міністерства фінансів України
20 жовтня 2015 року N 897

(у редакції наказу Міністерства фінансів України від 28 квітня 2017 року № 467 із змінами, внесеними наказом Міністерства фінансів України від 19.10.2018 № 842)

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

1	ПОДАТКОВА ДЕКЛАРАЦІЯ з податку на прибуток підприємств	X	Звітна
-		Звітна нова	
-		Уточнююча	

2	Звітний (податковий) період 2019 року	- I квартал	X Півріччя	- Три квартали	- Рік
		X Базовий звітний період квартал		- Базовий звітний період рік	

3	Звітний (податковий) період, що уточнюється - року	- I квартал	- Півріччя	- Три квартали	- Рік
---	--	-------------	------------	----------------	-------

4	Платник: Товариство з обмеженою відповідальністю "Красень і К" (повне найменування платника податку згідно з реєстраційними документами)
---	--

5	Податковий номер або серія (за наявності) та номер паспорта ¹	34512636	Код виду економічної діяльності (КВЕД)	4	3	.	9	9		
6	Податкова адреса житломасив Тополя-3, буд. 13, корпус 3, кв. 60, м. ДНІПРО, ДНІПРОПЕТРОВСЬКА обл., 49041		Почтовий індекс	4	9	0	4	1		
			Телефон	3	7	7	4	7	5	3
			Моб. тел.							
			Факс	3	7	7	4	7	5	3
			E-mail	34512636@ukr.net						

7	Повне найменування нерезидента -	Назва країни резиденції нерезидента (за Класифікацією країн світу, українською мовою) -
	Місцезнаходження нерезидента -	Код країни резиденції (за Класифікацією країн світу)

8	ГОЛОВНЕ УПРАВЛІННЯ ДФС У ДНІПРОПЕТРОВСЬКІЙ ОБЛАСТІ, ШЕВЧЕНКІВСЬКЕ УПРАВЛІННЯ, ШЕВЧЕНКІВСЬКА ДПІ (ШЕВЧЕНКІВСЬКИЙ Р-Н М.ДНІПРА) (найменування контролюючого органу, до якого подається Податкова декларація з податку на прибуток підприємств)
---	---

9	Особливі відмітки Податкова декларація платника податку на прибуток підприємств:
	- виробника сільськогосподарської продукції
	- банку
	- страховика
	- суб'єкта, який здійснює випуск та проведення лотерей
	- суб'єкта, що провадить азартні ігри з використанням гральних автоматів
	- суб'єкта, що провадить букмекерську діяльність та азартні ігри (у тому числі казино), крім азартних ігор з використанням гральних автоматів
	- постійного представництва нерезидента
	- підприємства (організації) громадської організації осіб з інвалідністю, яке отримало дозвіл на користування пільгою
	- платника податку, що подає декларацію за останній податковий (звітний) рік у періоді, на який припадає дата його ліквідації
	- платника єдиного податку

(грн)

ПОКАЗНИКИ	Код рядка	Сума
1	2	3
Дохід від будь-якої діяльності (за вирахуванням непрямих податків), визначений за правилами бухгалтерського обліку	01	16 966 649
Фінансовий результат до оподаткування (прибуток або збиток), визначений у фінансовій звітності відповідно до національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку або міжнародних стандартів фінансової звітності (+, -)	02	1 263 072
Різниця, які виникають відповідно до Податкового кодексу України (+, -)	03 PI	-
Об'єкт оподаткування (рядок 02 + рядок 03 PI) (+, -)	04	1 263 072

(Продовження додатка А)

Прибуток, звільнений від оподаткування, або збиток від діяльності, прибуток від якої звільнений від оподаткування (+, -)	05 ПЗ	-
Податок на прибуток ((позитивне значення) (рядок 04 – рядок 05 ПЗ) x $18^2 / 100$)	06	227 353
Дохід за договорами страхування, співстрахування і перестрахування, визначений підпунктом 141.1.2 пункту 141.1 статті 141 розділу III Податкового кодексу України, у тому числі:	07	-
за договорами з довгострокового страхування життя, договорами добровільного медичного страхування та договорами страхування у межах недержавного пенсійного забезпечення, зокрема договорами страхування додаткової пенсії, та визначений підпунктами 14.1.52, 14.1.52 ¹ , 14.1.52 ² і 14.1.116 пункту 14.1 статті 14 розділу I Податкового кодексу України	07.1	-
страхові платежі, страхові внески, страхові премії за договорами перестрахування	07.2	-
Податок на дохід за договорами страхування ((рядок 07 – рядок 07.1 - рядок 07.2) x $-^3 / 100$)	08	-
Сума доходу, отриманого від діяльності з випуску та проведення лотерей (рядок 09.1 + рядок 09.2), у тому числі:	09	-
сума доходу, що залишився після формування призового (виграшного) фонду (позитивне значення (рядок 09.1.1 - рядок 09.1.2)):	09.1	-
загальна сума доходів, отриманих від прийняття ставок у лотереї	09.1.1	-
сума сформованого призового (виграшного) фонду лотереї відповідно до умов її проведення	09.1.2	-
сума безнадійної заборгованості, визначеної підпунктом "е" підпункту 14.1.11 пункту 14.1 статті 14 розділу I Податкового кодексу України	09.2	-
Податок на дохід, отриманий від діяльності з випуску та проведення лотерей за звітний (податковий) період (рядок 09 x $-^4 / 100$)	10	-
Сума доходу, отриманого від діяльності з проведення азартних ігор з використанням гральних автоматів	11	-
Податок на дохід від діяльності з проведення азартних ігор з використанням гральних автоматів за звітний (податковий) період (рядок 11 x $-^5 / 100$)	12	-
Сума доходу від букмекерської діяльності, азартних ігор (у тому числі казино), крім доходу, отриманого від азартних ігор з використанням гральних автоматів	13	-
Сума виплачених гравцю виплат	14	-
Податок на дохід від букмекерської діяльності, азартних ігор (у тому числі казино), крім доходу, отриманого від азартних ігор з використанням гральних автоматів, за звітний (податковий) період (позитивне значення (рядок 13 - рядок 14) x $-^6 / 100$)	15	-
Зменшення нарахованої суми податку	16 ЗП	-
Податок на прибуток за звітний (податковий) період (рядок 06 + рядок 08 + рядок 10 + рядок 12 + рядок 15 – рядок 16 ЗП)	17	227 353
Податок на прибуток за результатами попереднього звітного (податкового) періоду поточного року з урахуванням уточнень (рядок 17 Податкової декларації з податку на прибуток підприємств за попередній звітний (податковий) період поточного року) ⁷	18	114 919
Податок на прибуток, нарахований за результатами останнього (звітного) податкового періоду (рядок 17 – рядок 18) (+, -) ⁸	19	112 434
Сума авансового внеску при виплаті дивідендів, що має бути сплачена у звітному (податковому) періоді	20 АВ	-
Сума авансового внеску при виплаті дивідендів, що має бути сплачена за результатами попереднього звітного (податкового) періоду поточного року, з урахуванням уточнень (рядок 20 АВ Податкової декларації з податку на прибуток підприємств за попередній звітний (податковий) період поточного року) ⁷	21	-
Сума авансового внеску при виплаті дивідендів, нарахована за результатами останнього (звітного) податкового періоду (рядок 20 АВ – рядок 21) ⁸	22	-
Сума податків, які утримуються при виплаті доходів (прибутків) нерезидентам, нарахованих за звітний (податковий) період	23 ПН	-
Сума податків, які утримуються при виплаті доходів (прибутків) нерезидентам за результатами попереднього звітного (податкового) періоду поточного року, з урахуванням уточнень (рядок 23 ПН Податкової декларації з податку на прибуток підприємств за попередній звітний (податковий) період поточного року) ⁷	24	-
Сума податків, які утримуються при виплаті доходів (прибутків) нерезидентам, нарахованих за результатами останнього (звітного) податкового періоду (рядок 23 ПН – рядок 24) ⁸	25	-
Виправлення помилок⁹		
Збільшення (зменшення) податкового зобов'язання звітного (податкового) періоду, що уточнюється (позитивне (від'ємне) значення (рядок 19 - рядок 19 Податкової декларації з податку на прибуток підприємств, яка уточнюється)) або рядок 26 таблиці 2 додатка ВП до рядків 26 - 29, 31 - 33 Податкової декларації з податку на прибуток підприємств (+, -)	26	-
Збільшення (зменшення) податкового зобов'язання звітного (податкового) періоду з авансового внеску при виплаті дивідендів, що уточнюється (позитивне (від'ємне) значення (рядок 22 - рядок 22 Податкової декларації з податку на прибуток підприємств, яка уточнюється)) або рядок 27 таблиці 2 додатка ВП до рядків 26 - 29, 31 - 33 Податкової декларації з податку на прибуток підприємств (+, -)	27	-

(Продовження додатка А)

Сума штрафу (5 % ¹) при відображенні недоплати у складі Податкової декларації з податку на прибуток підприємств, що подається за звітний (податковий) період, наступний за періодом, у якому виявлено факт заниження податкового зобов'язання (рядок 28 таблиці 2 додатка ВП до рядків 26 - 29, 31 - 33 Податкової декларації з податку на прибуток підприємств)	28	-
Пеня, нарахована на виконання вимог підпункту 129.1.3 пункту 129.1 статті 129 розділу II Податкового кодексу України, або рядок 29 таблиці 2 додатка ВП до рядків 26 - 29, 31 - 33 Податкової декларації з податку на прибуток підприємств	29	-
Сума штрафу (3 % ²) при відображенні недоплати в уточнюючій Податковій декларації з податку на прибуток підприємств	30	-
Виправлення помилок з податку на прибуток, який утримується при виплаті доходів (прибутків) нерезидентів ³		
Збільшення (зменшення) податкового зобов'язання звітного (податкового) періоду, що уточнюється (позитивне (від'ємне) значення (рядок 25 - рядок 25 Податкової декларації з податку на прибуток підприємств, яка уточнюється)) або рядок 30 таблиці 2 додатка ВП до рядків 26 - 29, 31 - 33 Податкової декларації з податку на прибуток підприємств (+, -)	31	-
Сума штрафу (5 % ⁴) при відображенні недоплати у складі Податкової декларації з податку на прибуток підприємств, що подається за звітний (податковий) період, наступний за періодом, у якому виявлено факт заниження податкового зобов'язання (рядок 31 таблиці 2 додатка ВП до рядків 26 - 29, 31 - 33 Податкової декларації з податку на прибуток підприємств)	32	-
Пеня, нарахована на виконання вимог підпункту 129.1.3 пункту 129.1 статті 129 розділу II Податкового кодексу України, або рядок 32 таблиці 2 додатка ВП до рядків 26 - 29, 31 - 33 Податкової декларації з податку на прибуток підприємств	33	-
Сума штрафу (3 % ⁵) при відображенні недоплати в уточнюючій Податковій декларації з податку на прибуток підприємств	34	-

Наявність додатків ¹⁰	АВ	ЗП	ПН	ТЦ ¹¹	ВП	РІ	ПЗ	АМ	ЦП	ФЗ ¹²
	-	-	-	-	-	+	-	+	-	-

Наявність поданих до Податкової декларації з податку на прибуток підприємств додатків - форм фінансової звітності ¹²	Баланс (Звіт про фінансовий стан) ¹³	Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) ¹³	Звіт про рух грошових коштів ¹³	Звіт про власний капітал ¹³	Примітки до річної фінансової звітності ¹³	Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємства		Спрощений фінансовий звіт суб'єкта малого підприємства	
						Баланс	Звіт про фінансові результати	Баланс	Звіт про фінансові результати
	-	-	-	-	-	+	+	-	-

Наявність доповнення ¹⁴	Доповнення до Податкової декларації з податку на прибуток підприємств (заповнюється і подається відповідно до пункту 46.4 статті 46 розділу II Податкового кодексу України)		
-	№ з/п	Зміст доповнення	
	1	-	

Додатки на - арк.

Наявність рішення ¹⁵	Прийнято рішення про незастосування коригувань фінансового результату до оподаткування на усі різниці
-	-

Інформація, наведена в Податковій декларації з податку на прибуток підприємств та додатках до неї, є достовірною.

Керівник (уповноважена особа)

2 7 7 5 7 0 0 0 9 9

(реєстраційний номер облікової картки платника податків або серія (за наявності) та номер паспорта¹⁶)ЕП Кирбленко
Євген
(підпис)

Кирбленко Євген Валерійович

(ініціали та прізвище)

М. П. (за наявності)

Головний бухгалтер (особа, відповідальна за ведення бухгалтерського обліку)

2 7 2 9 4 1 3 7 6 4

(реєстраційний номер облікової картки платника податків або серія (за наявності) та номер паспорта¹⁶)ЕП Антонова
Наталія
(підпис)

Антонова Наталія Анатоліївна

(ініціали та прізвище)

Дата подання 2 4 . 0 7 . 2 0 1 9

¹ Зазначається код за ЄДРПОУ, або реєстраційний (обліковий) номер платника податку, який приєднується до контролюючих органів, або реєстраційний номер облікової картки платника податку, або серія (за наявності) та номер паспорта (для фізичних осіб, які через свої релігійні переконання відмовляються від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків та офіційно повідомляють про це відповідні контролюючі органи і мають відмітку у паспорті).

² Зазначається ставка податку на прибуток відсоток, встановлена пунктом 136.1 статті 136 розділу III Податкового кодексу України.

³ Зазначається ставка податку на прибуток відсоток, встановлена пунктом 136.2.1 пункту 136.2 статті 136 розділу III Податкового кодексу України.

⁴ Зазначається ставка податку на дохід відсоток, встановлена пунктом 136.6 статті 136 розділу III Податкового кодексу України.

Суб'єкти, які здійснюють випустя проведених операцій, що викликають оподаткування податком на дохід у порядку і в строки, встановлені для квартального податкового (звітного) періоду, з поданням Податкової декларації з податку на прибуток підприємств згідно з пунктом 137.8 статті 137 розділу III Податкового кодексу України.

Додаток Б

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 25 "Спрощена фінансова
звітність"
(пункт 5 розділу I)

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Фінансова звітність малого підприємства

Підприємство	Дата(рік,місяць,число)	Коди
Товариство з обмеженою відповідальністю "Красень і К"	за ЄДРПОУ	2020 01 01
Територія <u>ДНІПРОПЕТРОВСЬКА</u>	за КОАТУУ	34512636
Організаційно-правова форма господарювання <u>товариство з обмеженою відповідальністю</u>	за КОПФГ	1210136600
Вид економічної діяльності <u>інші спеціалізовані будівельні роботи, н.в.і.у.</u>	за КВЕД	240
Середня кількість працівників, осіб <u>29</u>		43.99
Одиниця виміру: <u>тис. грн. з одним десятковим знаком</u>		
Адреса, телефон <u>житломасив Тополя-3, буд. 13, корпус 3, кв. 60, м. ДНІПРО, ДНІПРОПЕТРОВСЬКА обл., 49041</u>		050-48-49875

1.Баланс на 31 грудня 2019 р.

		Форма № 1-м	Код за ДКУД	1801006
Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду	
1	2	3	4	
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи	1000	-	-	
первісна вартість	1001	-	-	
накопичена амортизація	1002	(-)	(-)	
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-	
Основні засоби :	1010	1 592,3	1 646,1	
первісна вартість	1011	2 532,1	2 816,3	
знос	1012	(939,8)	(1 170,2)	
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-	
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-	
Інші необоротні активи	1090	-	-	
Усього за розділом I	1095	1 592,3	1 646,1	
II. Оборотні активи				
Запаси :	1100	7 155,4	12 335,4	
у тому числі готова продукція	1103	-	-	
Поточні біологічні активи	1110	-	-	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	4 152,0	12 801,6	
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	15,5	-	
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	-	515,0	
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-	
Гроші та їх еквіваленти	1165	28,2	905,4	
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-	
Інші оборотні активи	1190	999,7	3 807,1	
Усього за розділом II	1195	12 350,8	30 364,5	
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-	
Баланс	1300	13 943,1	32 010,6	

(Продовження додатка Б)

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	170,0	170,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	342,5
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	5 999,9	5 288,5
Неоплачений капітал	1425	(2,2)	(-)
Усього за розділом I	1495	6 167,7	5 801,0
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	-	1 762,3
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	5 998,0	22 842,7
розрахунками з бюджетом	1620	245,4	1 052,0
у тому числі з податку на прибуток	1621	245,4	255,1
розрахунками зі страхування	1625	-	25,7
розрахунками з оплати праці	1630	-	95,5
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	1 532,0	431,4
Усього за розділом III	1695	7 775,4	24 447,3
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	13 943,1	32 010,6

2. Звіт про фінансові результати
за **Рік: 2019** р.

		Форма № 2-м	Код за ДКУД	1801007
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року	
1	2	3	4	
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	44 057,0	41 452,6	
Інші операційні доходи	2120	11,4	20,0	
Інші доходи	2240	-	-	
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	44 068,4	41 472,6	
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(35 560,7)	(35 798,7)	
Інші операційні витрати	2180	(5 227,0)	(2 586,5)	
Інші витрати	2270	(3 059,1)	(-)	
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(43 846,8)	(38 385,2)	
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	221,6	3 087,4	
Податок на прибуток	2300	(590,5)	(555,7)	
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	(368,9)	2 531,7	

Керівник

Головний бухгалтер



(підпис)

(підпис)

ЕП Кириленко
Єлісей

Валерійович

ЕП Антонова

Наталія

Анатоліївна

Кириленко Єлісей Валерійович

(підпис, прізвище)

Антонова Наталія Анатоліївна

(підпис, прізвище)

Додаток В

Додаток 1
до положення (стандарту) бухгалтерського обліку 25
"Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємства"

ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ
суб'єкта малого підприємства

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Підприємство	Дата(рік,місяць,число)	Коди
Товариство з обмеженою відповідальністю "Красень і К"	за ЄДРПОУ	2019 01 01
Територія <u>ДНІПРОПЕТРОВСЬКА</u>	за КОАТУУ	34512636
Організаційно-правова форма господарювання <u>товариство з обмеженою відповідальністю</u>	за КОПФГ	1210136600
Вид економічної діяльності <u>інші спеціалізовані будівельні роботи, не віднесені до інших угруповань</u>	за КВЕД	240
Середня кількість працівників, осіб <u>23</u>		43.99
Одиниця виміру: <u>тис. грн. з одним десятковим знаком</u>		
Адреса, телефон <u>житломасив Тополя-3, буд. 13, корпус 3, кв. 60, м. ДНІПРО, ДНІПРОПЕТРОВСЬКА обл., 49041</u>		3774753

1.Баланс на 31 грудня 2018 р.

Актив		Форма № 1-м	Код за ДКУД	1801006
	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду	
1	2	3	4	
I. Необоротні активи				
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-	
Основні засоби	1010	566,0	1 592,3	
первісна вартість	1011	1 224,6	2 532,1	
знос	1012	(658,6)	(939,8)	
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-	
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-	
Інші необоротні активи	1090	-	-	
Усього за розділом I	1095	566,0	1 592,3	
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	2 979,4	7 155,4	
у тому числі готова продукція	1103	-	-	
Поточні біологічні активи	1110	-	-	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1 913,3	4 152,0	
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	-	15,5	
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	300,0	-	
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-	
Гроші та їх еквіваленти	1165	156,6	28,2	
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-	
Інші оборотні активи	1190	364,3	999,7	
Усього за розділом II	1195	5 713,6	12 350,8	
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-	
Баланс	1300	6 279,6	13 943,1	

(Продовження додатка В)

Пасив	Код рядка	На початок звітної року	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	170,0	170,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	3 468,2	5 999,9
Неоплачений капітал	1425	(2,2)	(2,2)
Усього за розділом I	1495	3 636,0	6 167,7
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	2 185,7	5 998,0
розрахунками з бюджетом	1620	399,8	245,4
у тому числі з податку на прибуток	1621	308,2	245,4
розрахунками зі страхування	1625	8,1	-
розрахунками з оплати праці	1630	30,0	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	20,0	1 532,0
Усього за розділом III	1695	2 643,6	7 775,4
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	6 279,6	13 943,1

2. Звіт про фінансові результати
за **Рік 2018**

Стаття		Форма № 2-м	Код за ДКУД	1801007
1	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року	
1	2	3	4	
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	41 452,6	30 778,4	
Інші операційні доходи	2120	20,0	27,7	
Інші доходи	2240	-	-	
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	41 472,6	30 806,1	
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(35 798,7)	(27 743,8)	
Інші операційні витрати	2180	(2 586,5)	(1 349,9)	
Інші витрати	2270	(-)	(-)	
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(38 385,2)	(29 093,7)	
Фінансовий результат до оподаткування (2280 — 2285)	2290	3 087,4	1 712,4	
Податок на прибуток	2300	(555,7)	(308,2)	
Чистий прибуток (збиток) (2290 — 2300)	2350	2 531,7	1 404,2	

ЕП Кириленко

Єлісей

Валерійович

ЕП Антонова Кириленко Єлісей Валерійович

Наталія

Анатоліївна (ініціали, прізвище)

Антонова Наталія Анатоліївна

(ініціали, прізвище)

Керівник

(підпис)

Головний бухгалтер

(підпис)



Додаток Г

Додаток 1
до положення (стандарту) бухгалтерського обліку 25
"Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємства"

ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ
суб'єкта малого підприємства

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Підприємство	Дата(рік,місяць,число)	Коди
Товариство з обмеженою відповідальністю "Красень і К"	за ЄДРПОУ	2018 01 01
Територія <u>ДНІПРОПЕТРОВСЬКА</u>	за КОАТУУ	34512636
Організаційно-правова форма господарювання <u>товариство з обмеженою відповідальністю</u>	за КОПФГ	1210136600
Вид економічної діяльності <u>інші спеціалізовані будівельні роботи, не віднесені до інших угруповань</u>	за КВЕД	240
Середня кількість працівників, осіб <u>17</u>		43.99
Одиниця виміру: <u>тис. грн. з одним десятковим знаком</u>		
Адреса, телефон <u>житломасив Тополя-3, буд. 13, корпус 3, кв. 60, м. ДНІПРО, ДНІПРОПЕТРОВСЬКА обл., 49041</u>		0504849875

1.Баланс на 31 грудня 2017 р.

Актив		Форма № 1-м	Код за ДКУД	1801006
	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду	
1	2	3	4	
I. Необоротні активи				
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-	
Основні засоби	1010	113,1	566,0	
первісна вартість	1011	561,0	1 224,6	
знос	1012	(447,9)	(658,6)	
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-	
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-	
Інші необоротні активи	1090	-	-	
Усього за розділом I	1095	113,1	566,0	
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	852,7	2 979,4	
у тому числі готова продукція	1103	-	-	
Поточні біологічні активи	1110	-	-	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1 525,3	1 913,3	
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	-	-	
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	-	300,0	
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-	
Гроші та їх еквіваленти	1165	45,8	156,6	
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-	
Інші оборотні активи	1190	19,5	364,3	
Усього за розділом II	1195	2 443,3	5 713,6	
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-	
Баланс	1300	2 556,4	6 279,6	

(Продовження додатка Г)

Пасив	Код рядка	На початок звітної року	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	170,0	170,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	2 064,0	3 468,2
Неоплачений капітал	1425	(2,2)	(2,2)
Усього за розділом I	1495	2 231,8	3 636,0
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	-	-
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	15,0	-
товари, роботи, послуги	1615	117,2	2 185,7
розрахунками з бюджетом	1620	171,2	399,8
у тому числі з податку на прибуток	1621	134,5	308,2
розрахунками зі страхування	1625	4,5	8,1
розрахунками з оплати праці	1630	16,7	30,0
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	-	20,0
Усього за розділом III	1695	324,6	2 643,6
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	2 556,4	6 279,6

2. Звіт про фінансові результати
за **Рік 2017**

		Форма № 2-м	Код за ДКУД	1801007
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року	
1	2	3	4	
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	30 778,4	16 795,3	
Інші операційні доходи	2120	27,7	22,5	
Інші доходи	2240	-	-	
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	30 806,1	16 817,8	
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(27 743,8)	(15 194,4)	
Інші операційні витрати	2180	(1 349,9)	(693,2)	
Інші витрати	2270	(-)	(-)	
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(29 093,7)	(15 887,6)	
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	1 712,4	930,2	
Податок на прибуток	2300	(308,2)	(167,4)	
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	1 404,2	762,8	

Керівник

Головний бухгалтер



(підпис)

(підпис)

ЕЦП Кириленко
С.В.

Кириленко Єлісей Валерійович

ЕЦП Антонова
Н.А.

Антонова Наталія Анатоліївна

(ініціали, прізвище)

Додаток Д

3. Шурыгин М.Н. Инновационные стратегии и контроллинг инновационных проектов на высокотехнологических предприятиях / М.Н. Шурыгин // Контроллинг. – 2018. – №3 (11). – С. 14-19.

Науковий керівник: В.П. Валіков, кандидат економічних наук, доцент

О. Поправко
магістрант

Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

Питання ефективного функціонування ринку праці знаходяться у сфері не лише економічних, а й соціально-політичних інтересів. Український ринок праці не є автономним, а залежить від попиту на вітчизняну робочу силу в Європі та в Росії.

Окрім "стандартних" проблем розвитку українського ринку праці, в останні роки країна стикнулася ще з проблемою скорочення активної робочої сили через відтік кадрів закордон, анексію частини території країни, а також загального скорочення кількості населення [2].

Однією з найбільш масштабних проблем вітчизняного ринку праці є робота "в тіні". Тіньовий сектор економіки залучає значний обсяг економічно активного населення. Це призводить до того, що державний та місцеві бюджети і Пенсійний фонд України недоотримують необхідні надходження. За для вирішення цієї проблеми керівництво держави започаткували пенсійну реформу. Відповідно до цієї ідеї, збільшення страхового стажу, необхідного для отримання пенсії, спонукатиме українців до офіційного працевлаштування та виплати всіх відповідних податків.

Другою проблемою вітчизняного ринку праці є трудова міграція. Це явище почало активно розвиватися в Україні ще з часів отримання незалежності. Через певні політичні причини, останніми роками можна спостерігати зниження рівня трудової міграції до Росії, проте кількість заробітчан в країнах Європи лише збільшується. І якщо певний період часу до роботи закордоном в більшій мірі були схильні жителі прикордонних регіонів, то в даний час це явище розповсюдилось на всю територію України [1]. Найбільшими реципієнтами українських заробітчан, згідно з оцінками експертів, є Польща, Італія, Португалія та Іспанія. Українська трудова міграція до європейських країн розвивається через велику різницю в оплаті праці європейської та української робочої сили, насамперед, у найменш оплачуваних сегментах економіки [3].

До прикладу, Польща має попит на українських працівників, особливо на низькооплачувану роботу, оскільки поляки й самі вирушають на заробітки до більш розвинених країн-членів Євросоюзу. Тож, економіка Польщі потребує українських працівників не менше, ніж українці високої заробітної плати. І мова йде не лише про низькооплачувані спеціальності, але й про фахівців у різних сферах. Наразі відбувається певна поступова трансформація структури

(Продовження додатка Д)

потоків українських трудових мігрантів до країн-членів ЄС. Якщо протягом останній десятиліть потоки української трудової міграції спрямовувались, в основному, у сферу будівництва, сільського господарства, торгівлі та виконання домашніх робіт, то останніми роками в європейських країнах усе більше зростає попит на кваліфіковану робочу силу, в тому числі і з України.

Тим часом українським підприємствам все складніше набирати штат, особливо з іноземним капіталом, бо вони якраз і прийшли в Україну через якісну і водночас дешеву робочу силу. Тож, якщо закривати очі на зростаючі темпи трудової міграції, з часом в Україні взагалі не буде кому працювати, особливо враховуючи трудову міграцію за кордон української молоді, яка усе більше набуває характеру її остаточної імміграції з України [3].

Відносно новим явищем розвитку українського ринку праці протягом останніх років є активізація молоді у пошуках роботи. Це є наслідком певної психологічної трансформації українців на ринку праці, їх більш реалістичне ставлення до роботи та націленість на кар'єрне зростання. На даний час, рівень безробіття серед української молоді близький до середньоєвропейського. Однак, він все одно майже вдвічі вищий, порівняно з загальним рівнем безробіття в Україні. І це є значною соціально-економічною проблемою нашої держави [1].

Ринок праці є складовою частиною економічної системи країни. А отже, він відображає більшість політичних і соціально-економічних процесів, що відбуваються в державі. Наразі ринок праці в Україні розвивається в складних політичних та економічних умовах, але, враховуючи потужний трудовий ресурс, чітке визначення проблем та реалізація оптимальних шляхів їх вирішення можуть значною мірою покращити ситуацію.

Список використаних джерел

1. Кулицький С. Проблеми розвитку ринку праці в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://nbuviap.gov.ua/images/ukraine/2017/ukr21.pdf>
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Слободчук М.С. Вплив інтеграційних процесів на ринок праці України [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/AvTr/2012_30/03.pdf
4. DeutscheWelle (<http://dw.com>). – 2017. – 7.02; 1, 29.09)

Науковий керівник: С.В. Дубінський, кандидат економічних наук, доцент

І. Рубленник
магістрант

Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

У багатьох транснаціональних компаніях, таких як Goldman Sachs, SAP та P&G, очікується, що співробітники будуть витрачати час на діяльність з корпоративної соціальної відповідальності, та винагороджують або штрафують

Біткойна у вирішенні проблем, з якими він стикається, може визначити стан інших криптовалют у наступні роки.

Список використаних джерел

1. История биткойна: Краткий экскурс в прошлое и будущее криптовалют. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ru.ihodl.com/investment/2017-09-08/istoriya-bitkoina-kratkij-ekskurs-v-proshloe-i-budushee-kriptovalyut/> – вільний. Мова рос.

2. Преимущества и недостатки развития криптовалют. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/preimuschestva-i-nedostatki-razvitiya-kriptovalyut> – вільний. Мова рос.

Науковий керівник: О.А. Задоя, кандидат економічних наук, доцент.

О. Поправко

Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро

ЗОВНІШНІ ФАКТОРИ, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

В існуючих економічних умовах жорсткої конкуренції невизначеності економічної ситуації на перший план виходить необхідність оперативного реагування на постійно мінливі умови ведення бізнесу.

Будь-який господарський процес формується під впливом різноманітних факторів. Знання цих факторів і вміння управляти ними дозволяє впливати на зміну показників ефективності діяльності підприємства.

Фактори, які впливають на прибуток, можуть класифікуватися за різними ознаками. Так, прийнято виділяти внутрішні і зовнішні чинники. В даному випадку розглянемо зовнішні чинники.

Зовнішні фактори, не залежать від товаровиробників і мають об'єктивний характер, деякі з них можуть впливати на темпи зростання прибутку і рентабельності виробництва.

До зовнішніх чинників відносяться:

- надзвичайні події (як наприклад зараз в 2019–20 рр. в Україні – пандемія з коронавірусом COVID-19), природні (кліматичні) умови, зміна ринкової кон'юнктури (в тому числі ринку споживчих товарів), конкуренція, соціальні умови в країні (поточний стан економіки, політична стабільність), демографічна ситуація (чисельність

(Продовження додатка Е)

населення, смертність, народжуваність, міграція), транспортні та інші фактори, що викликають додаткові витрати у одних підприємств і зумовлюють додатковий прибуток у інших;

- зміна державними органами або інфляційними процесами цін на продукцію, яка споживається сировину, матеріали, паливо, покупні напівфабрикати, тарифів на послуги та перевезення, торгових знижок, надбавок, норм амортизаційних відрахувань, ставок заробітної плати, нарахувань на неї і ставок податків і інших зборів, виплачуваних підприємствами;

- порушення дисципліни з господарських питань постачальниками (постачання сировиною, матеріалами, їх якості), постачальницько-збутовими, вищестоящими господарськими, фінансовими, банківськими та іншими органами (відсоток за кредит), що зачіпають інтереси підприємства [1].

Якщо продукція підприємства орієнтована на експортний ринок то в даному випадку переважають дещо інші чинники ніж на внутрішніх ринках. Ці фактори постійно змінюються в залежності від світової економічної ситуації і можуть створювати переваги підприємству в конкурентній боротьбі так і чинити негативний вплив на діяльність підприємства. До таких факторів можна віднести наступні:

- коливання курсів валют;
- різні рівень інфляції в різних країнах;
- тарифи експортні мита та інші перешкоди в торгівлі;
- надлишкова пропозиція або дефіцит продукції на ринках;
- здешевлення або підвищення тарифів на перевезення продукції;
- різновид інфраструктури транспортної системи.

Також в роботах вчених були виділені наступні зовнішні фактори:

- ВВП;
- грошова маса;
- фондовий індекс;
- кількість підприємств в галузі;
- процентні ставки;
- внутрішній і зовнішній попит;
- рівень безробіття;
- нова ділова активність;
- кредитна ставка;
- економічне зростання;
- частка компанії на ринку.

Всі вони в тій чи іншій мірі впливають на рентабельність і можливого доведення підприємства до банкрутства [2].

(Продовження додатка Е)

Для того щоб рівень прибутковості покращувався, на підприємстві повинні проводитися заходи тільки в наступному порядку:

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

Якщо почати проводити зміни не в такому порядку, то позитивні зрушення у ефективності діяльності будуть малопомітними, або відсутніми взагалі.

Виявлені фактори тією чи іншою мірою впливають на динаміку виконання виробничої програми та виробничого процесу підприємства, а значить і визначають ефективність бізнесу в цілому.

Тому необхідно провести аналіз ресурсної складової, яка є ключовою ланкою в ланцюжку чинників, що визначають виробничу програму.

Інструментарії аналізу, оцінки та моніторингу в сукупності дозволяє узагальнити тренди, виявити тенденції і досліджувати майбутні очікування.

Ухвалення обґрунтованих, оптимальних управлінських рішень неможливе без попереднього проведення всебічного, глибокого економічного аналізу діяльності організації. Результати проведеного економічного аналізу використовуються для встановлення обґрунтованих планових завдань. Фінансовий аналіз дозволяє відповісти на багато питань щодо руху коштів в компанії, якості управління ними і положення на ринку, яке набуває компанія в результаті своєї діяльності.

У процесі аналізу рентабельності підприємства слід вивчити динаміку його показників, а також порівняти їх із значеннями аналогічних показників конкурентів і по галузі в цілому.

При ринковій економіці результати діяльності оцінюються системою показників, основним серед яких є рентабельність, що визначається як відношення прибутку до одного з показників функціонування торгового підприємства. При розрахунку рентабельності можуть бути використані різні показники прибутку. Це дозволяє виявити не тільки загальну економічну ефективність роботи підприємства, а й оцінити інші сторони його діяльності.

(Продовження додатка Е)

Показники рентабельності є важливими характеристиками факторної середовища формування прибутку (та доходу) підприємств. З цієї причини вони є обов'язковими елементами порівняльного аналізу та оцінки фінансового стану підприємства. При аналізі виробництва показники рентабельності використовуються як інструмент інвестиційної політики і ціноутворення. Різноманіття показників рентабельності визначає альтернативність пошуку шляхів її підвищення. У процесі аналізу слід вивчити динаміку показників рентабельності, виконання плану по їх рівню [3].

Фінансову діяльність компаній проаналізували А.Т. Аль-Кассар і Д.С. Солю, які прийшли до висновку, що з 25 фінансових коефіцієнтів, розглянутих ними, 7 безпосередньо впливають на банкрутство підприємств. До них відносяться:

- 1) коефіцієнт оборотності чистого оборотного капіталу;
- 2) відношення обороту до дебіторської заборгованості;
- 3) відношення поточних активів до зобов'язань;
- 4) коефіцієнт поточної ліквідності;
- 5) відношення поточних зобов'язань до активів;
- 6) коефіцієнт абсолютної ліквідності;
- 7) відношення прибутку до оподаткування до поточних зобов'язань [4].

Для підвищення рентабельності необхідно постійно стежити за ситуацією справ на підприємстві, не забуваючи оперативно впроваджувати сучасні технології організації та оптимізації виробництва, скорочувати витрати.

Експерти і вчені, що аналізують існуючі економічні реалії, відзначають ряд тенденцій, які починають проявлятися в сфері економіки і впливати на розвиток бізнесу і залучення інвестицій. Ризики невизначеності позначаються на стані розвитку галузей економіки та пов'язані зі скромними очікуваннями підприємців щодо поліпшення фінансово ситуації і стабілізації економіки.

Як держава могла б допомогти бізнесу в сучасних умовах? Дати доступ до дешевих кредитних ресурсів, розширення потенціалу державної програми «5-7-9», реструктуризація взятих раніше кредитів, зниження податкового навантаження на підприємства (ввести так звані "податкові канікули"), стабілізувати політичну ситуацію в країні для уникнення революцій і хвилювань, мінімізувати інфляцію, стійкий курс національної валюти, не закриваючи бізнесу, а вказати нові правила його ведення, з урахуванням поточної ситуації в країні.

(Продовження додатка Е)**Список використаних джерел**

1. Теория экономического анализа: учебное пособие для студентов-иностранцев / В.В. Иваниенко, П.М. Куликов – Харьков: Изд-во ХНЕУ, 2012. – 240 с. – (Рус. яз.).

2. <https://cyberleninka.ru/article/n/prognozirovanie-bankrotstva-predpriyatiya-s-uchetom-faktorov-vneshney-sredy/viewer> [Електронний ресурс]. Прогнозирование банкротства предприятия с учетом факторов внешней среды / Елена Федорова, Михаил Лазарев, Александр Федин.

3. <https://cyberleninka.ru/article/n/monitoring-faktorov-vliyayuschih-na-povyshenie-urovnya-rentabelnosti/viewer> [Електронний ресурс]. Мониторинг факторов. Влияющих на повышение уровня рентабельности / А.Б. Дударева, кандидат экономических наук ФГБОУ ВО Орловский ГАУ.

4. Al-Kassar J.T., Soileau J.S. Financial Performance Evaluation and Bankruptcy Prediction (Failure) / Arab Economics and Business Journal. 2014. Vol. 9. Iss. 2. P. 147-155. doi: 10.1016/j.aebj.2014.05.010

Науковий керівник: С.В. Дубінський, кандидат економічних наук, доцент.

Є. Посукан

Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро

МИТНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Одним з ключових елементів зовнішньої економіки України є вдосконалення системи митного регулювання. Митне регулювання визначає характер зовнішньоекономічних відносин, адже через встановлення мита та інших податків держава встановлює засади для підтримання національних товарів та проходження іноземної продукції.

Митне регулювання відіграє важливу роль у державному регулюванні зовнішньоекономічних відносин. На сучасному етапі розвитку економіки України проведення ефективної митної політики є одним з основних засобів регулювання зовнішньоекономічної політики з огляду на важливість інтеграції у європейський торговельний простір.

Система митного регулювання України потребує забезпечення сприятливих умов адаптації національної економіки до більш гострої міжнародної конкуренції внаслідок приєднання до системи глобального регулювання і вільного переміщення ресурсів та