

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет радіоелектроніки

Факультет інформаційно-аналітичних технологій та менеджменту
(повна назва)

Кафедра економічної кібернетики та управління економічною безпекою
(повна назва)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА Пояснювальна записка

рівень вищої освіти другий (магістерський)

Моделювання процесу оцінки прибутковості промислового підприємства
в умовах нестабільного бізнес-середовища
(тема)

Виконав:

студент 2 курсу, групи ЕКМ-22-1
Закін М.О.
(прізвище, ініціали)

Спеціальність 051 Економіка
(код і повна назва спеціальності)


Тип програми освітньо-професійна
(освітньо-професійна або освітньо-наукова)

Освітня програма Економічна кібернетика
(повна назва освітньої програми)

Керівник проф. Соколова Л. В.
(посада, прізвище, ініціали)

Допускається до захисту

Зав. кафедри


(підпис)

Полозова Т. В.
(прізвище, ініціали)

2024 р.

Харківський національний університет радіоелектроніки

Факультет інформаційно-аналітичних технологій та менеджменту

Кафедра економічної кібернетики та управління економічною безпекою

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

Спеціальність 051 Економіка

(код і повна назва)

Освітньо-професійна програма Економічна кібернетика

(повна назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Зав. кафедри 

(підпис)

« ____ » _____ 20 ____ р.

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

студентові Закіну Михайлу Олександровичу

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Моделювання процесу оцінки прибутковості промислового підприємства в умовах нестабільного бізнес-середовища

затверджена наказом по університет» у від «3» листопада 2023 р. № 1293Ст

2. Термін подання студентом роботи до екзаменаційної комісії «13» січня 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи Фінансова звітність підприємства, періодичні видання, наукова література, інформаційні ресурси мережі Інтернет

4. Перелік питань, що потрібно опрацювати в роботі Вступ. 1. Теоретично-методичні засади моделювання процесу оцінки прибутковості промислового підприємства. 2. Техніко-економічний аналіз функціонування промислового підприємства ТОВ «ХОУМНЕТ» на галузевому ринку. 3. Економіко-математичне моделювання процесу розрахунку інтегрального показника оцінки прибутковості підприємства. Висновки. Перелік джерел посилання. Додаток.

5. Перелік графічного матеріалу із зазначенням креслеників, схем, плакатів, комп'ютерних ілюстрацій (слайдів) 1. Мета роботи, об'єкт, предмет, завдання та методи дослідження. 2. Визначення основних економічних категорій та відповідних базових показників ефективності. 3. Підходи вчених до визначення поняття «прибутковість підприємства». 4. Взаємозв'язок маркетингового потенціалу та прибутковості підприємства. 5. Схема формування інтегрального показника оцінки прибутковості підприємства. 6-11. Аналіз функціонування промислового підприємства ТОВ «ХОУМНЕТ». 12. Етапи моделювання процесу розрахунку інтегрального показника оцінки прибутковості промислового підприємства. 13-15. Математична модель розв'язання задачі. 16-18. Зразки екранних форм. 19. Структурно-логічна характеристика результатів дослідження.

6. Консультанти розділів роботи (п.6 включається до завдання за наявності консультантів згідно з наказом, зазначеним у п.1)


| Найменування розділу | Консультант (посада, прізвище, ім'я, по батькові) | Позначка консультанта про виконання розділу | |
|----------------------|------------------------------------------------------|---------------------------------------------|------|
| | | підпис | Дата |
| | | | |
| | | | |

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

| № | Назва етапів роботи | Термін виконання етапів роботи | Примітка |
|---|-------------------------------------------------|--------------------------------|----------|
| 1 | Виконання першого розділу роботи | 03.11. 2023-18.11. 2023 | виконано |
| 2 | Виконання другого розділу роботи | 19.11. 2023-02.12. 2023 | виконано |
| 3 | Виконання третього розділу роботи | 03.12. 2023-19.12. 2023 | виконано |
| 4 | Оформлення роботи | 20.12. 2023-29.12. 2023 | виконано |
| 5 | Перевірка роботи на плагіат | 30.12. 2023-06.01. 2024 | виконано |
| 6 | Підготовка доповіді та ілюстративного матеріалу | 07.01. 2024-09.01. 2024 | виконано |
| 7 | Рецензування роботи | 10.01.2024-12.01. 2024 | виконано |
| 8 | Подання роботи до екзаменаційної комісії | 13.01.2024 | виконано |


Дата видачі завдання 03 листопада 2023 р.

Студент



Закін М.О.

Керівник роботи



проф. Соколова Л. В.

(посада, прізвище, ініціали)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: 78 с., 10 табл., 11 рис., 79 джерел, 1 додаток.

ЕФЕКТИВНІСТЬ, ПРИБУТКОВІСТЬ, МАРКЕТИНГОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ, ПІДПРИЄМСТВО, АНАЛІЗ, МАТЕМАТИЧНА МОДЕЛЬ, КОЕФІЦІЄНТ ПРИБУТКОВОСТІ, ОЦІНКА, ІНТЕГРАЛЬНИЙ ПОКАЗНИК.

Об'єкт дослідження – оцінювання коефіцієнтів прибутковості малого промислового підприємства на галузевому ринку.

Мета роботи – теоретичне обґрунтування, економіко-математичне моделювання та розробка рекомендацій застосування в практичній діяльності методики розрахунку інтегрального показника оцінки прибутковості підприємства.

Розглянуто теоретично-методичні засади моделювання процесу оцінки прибутковості промислового підприємства. Висвітлено теоретичні аспекти дослідження прибутковості підприємства у системі споріднених категорій. Визначено дефініцію поняття «прибутковість підприємства». Установлено взаємозв'язок прибутковості підприємства з його маркетинговим потенціалом у нестабільному бізнес-середовищі. Проведено аналіз моделей оцінки показників прибутковості. Надано загальну характеристику функціонування малого промислового підприємства ТОВ «ХОУМНЕТ» на галузевому ринку, проаналізовано економічні показники та фінансові результати його діяльності. Проведено економіко-математичне моделювання процесу розрахунку інтегрального показника оцінки прибутковості. Виконано змістовну постановку задачі. Запропоновано математичну модель розв'язання задачі. Проаналізовано отримані результати та надано рекомендації. Проведено економічне обґрунтування розробки.

ABSTRACT

Master's thesis: 78 pages, 10 tables, 13 figures, 79 references, 1 appendix.

EFFICIENCY, PROFITABILITY, MARKETING POTENTIAL, ENTERPRISE, ANALYSIS, MATHEMATICAL MODEL, PROFITABILITY RATIO, EVALUATION, INTEGRAL INDICATOR.

The object of the research is to evaluate the profitability ratios of a small industrial enterprise in the industry market.

The purpose of the work is theoretical substantiation, economic-mathematical modeling and development of recommendations for the practical application of the methodology for calculating the integral indicator of the company's profitability assessment.

The theoretical and methodological principles of modeling the process of assessing the profitability are considered. The theoretical aspects of the study of the profitability of the enterprise in the system of related categories are highlighted. The relationship between the company's profitability and its marketing potential in an unstable business environment is established. An analysis of models for estimating the company's profitability indicators was carried out. The general characteristics of the functioning of the small industrial enterprise LLC «HOUMNET» on the industry market are provided, the economic indicators and financial results of its market activity are analyzed. Economic and mathematical modeling of the process of calculating the integral indicator of the company's profitability assessment was carried out. A meaningful formulation of the problem has been completed. A mathematical model for solving the problem is proposed. The obtained results were analyzed and recommendations were provided. An economic justification of the development was carried out.

ЗМІСТ

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Вступ..... | 7 |
| 1 Теоретично-методичні засади моделювання процесу оцінки прибутковості промислового підприємства..... | 11 |
| 1.1 Теоретичні аспекти дослідження прибутковості підприємства у системі споріднених категорій ефективності..... | 11 |
| 1.2 Взаємозв'язок прибутковості підприємства з його маркетинговим потенціалом у нестабільному бізнес-середовищі..... | 22 |
| 1.3 Аналіз математичних моделей оцінки показників прибутковості підприємства..... | 30 |
| Висновки до першого розділу..... | 35 |
| 2 Техніко-економічний аналіз функціонування промислового підприємства ТОВ «ХОУМНЕТ» на галузевому ринку..... | 36 |
| 2.1 Загальна характеристика діяльності малого підприємства..... | 36 |
| 2.2 Ретроспективний аналіз економічних показників діяльності підприємства..... | 39 |
| 2.3 Аналіз фінансових результатів діяльності малого підприємства..... | 44 |
| Висновки до другого розділу..... | 49 |
| 3 Економіко-математичне моделювання процесу розрахунку інтегрального показника оцінки прибутковості підприємства..... | 51 |
| 3.1 Змістовна постановка задачі..... | 51 |
| 3.2 Математична модель розв'язання задачі..... | 59 |
| 3.3 Аналіз отриманих результатів та надання рекомендацій..... | 64 |
| 3.4 Економічне обґрунтування розробки..... | 65 |
| Висновки до третього розділу..... | 67 |
| Висновки..... | 69 |
| Перелік джерел посилання..... | 72 |
| Додаток А – Копії публікацій..... | 79 |

ВСТУП

У сучасних важких умовах господарювання вітчизняних товаровиробників важливим стратегічним завданням кожного із них є не тільки досягнення запланованих результатів виробничої діяльності, але й забезпечення зростання економічної ефективності своєї господарської діяльності як базису зростання рівня конкурентоспроможності на ринках збуту продукції чи їх цільових сегментах.

Науковцями економічна ефективність промислового підприємства розглядається як інтегрована економічна категорія, яка відображає у грошовій формі співвідношення витрат і результатів функціонування підприємства та його відповідність цілям та інтересам учасників виробничого процесу [1-3]. Питання економічної ефективності є об'єктом дослідження багатьох зарубіжних та вітчизняних учених, таких, як: В. Г. Андрійчук, Н. С. Баглаєва, І. О. Бланк, Е. Дж. Долан, Р. Макміллан, Н. В. Савенко, О. М. Савицька, Г. В. Ситник, П. Г. Перерва, Т. В. Полозова, А. О. Ярославський та багато інших.

Незважаючи на велику кількість робіт, присвячених дослідженню теоретичних та практичних питань економічної ефективності промислових підприємств, потребують подальшого вивчення окремі складові категоріального апарату, насамперед прибутковості, як важливої категорії, та окремих показників прибутковості підприємства, які є локальними показниками синтезу економіко-математичної моделі розрахунку інтегрального показника оцінки прибутковості промислового підприємства. Більш того останнім часом забезпечення прибутковості діяльності вітчизняних підприємств набуває особливої значущості у системі управління підприємством та привертає підвищену увагу керівництва для вирішення комплексу взаємопов'язаних з цим питань.

Кінцевою метою комерційної діяльності кожного промислового підприємства у сучасному бізнес-середовищі є отримання прибутку за умови задоволення потреб споживачів. У ринковій економіці прибуток є орієнтиром підприємницької діяльності, формує основу економічного розвитку суб'єкта господарювання. Саме тому вчені стверджують, що прибуток водночас виступає і метою, і умовою існування господарської діяльності підприємств [1, 3, 4].

Останнім часом спостерігається підвищена зацікавленість науковців у вивченні сукупності питань щодо забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств у нестабільних умовах бізнес-середовища за рахунок підвищення прибутковості їх діяльності, що свідчить про актуальність даного напрямку дослідження.

Це зумовлює актуальність обраної теми кваліфікаційної роботи, її цільові установки та перелік завдань, які підлягають вирішенню.

Мета роботи – теоретичне обґрунтування, економіко-математичне моделювання та розробка рекомендацій застосування в практичній діяльності методики розрахунку інтегрального показника оцінки прибутковості підприємства.

Об'єкт дослідження – оцінювання коефіцієнтів прибутковості малого промислового підприємства на територіальному галузевому ринку.

Предмет дослідження – моделі оцінки показників прибутковості промислового підприємства.

Завдання дослідження:

- розглянути теоретичні аспекти дослідження прибутковості підприємства у системі споріднених категорій;
- дослідити взаємозв'язок прибутковості підприємства з його маркетинговим потенціалом у нестабільному бізнес-середовищі;
- провести аналіз математичних моделей оцінки показників прибутковості підприємства;

- надати загальну характеристику діяльності промислового підприємства ТОВ «ХОУМНЕТ» на галузевому ринку;
- виконати ретроспективний аналіз економічних показників діяльності підприємства;
- проаналізувати фінансові результати діяльності малого підприємства;
- виконати економіко-математичне моделювання процесу розрахунку інтегрального показника оцінки прибутковості підприємства на основі змістовної постановки задачі;
- синтезувати математичну модель розв’язання поставленої задачі;
- виконати економічне обґрунтування розробки та надати рекомендації менеджерам підприємства.

Методичною основою для проведення дослідження були періодичні наукові видання, законодавство України, фінансова звітність досліджуваного підприємства.

При проведенні дослідження були використані такі методи: порівняння – для визначення поглядів науковців на дефініцію «прибутковість підприємства»; аналізу та синтезу – для характеристики інформації, котра описує комерційну діяльність підприємства; порівняння та узагальнення – для характеристики динаміки економічних показників та фінансових результатів діяльності підприємства; експертних оцінок – для ранжирування коефіцієнтів прибутковості підприємства та надання рекомендацій щодо їх застосування; графічні – для візуалізації результатів аналізу економічних та фінансових показників діяльності підприємства, результатів математичного моделювання; інтерпретація висновків, що впливають з аналізу отриманих результатів дослідження.

Практична значущість отриманих результатів полягає у тому, що запропоновані практичні рекомендації можуть бути використані підприємствами різних видів економічної діяльності, організаційних форм та

розмірів; аналітичними центрами; закладами вищої освіти при викладанні циклу економічних дисциплін.

Апробація результатів дослідження. Основні теоретичні положення і практичні результати проведених досліджень представлені на: IV Міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні стратегії економічного розвитку: наука, інновації та бізнес-освіта» (Харків, 2023); VI Всеукраїнській науково-практичній конференції «Бухгалтерський облік, контроль та аналіз в умовах інституційних змін» (Полтава, 2023).

Публікації. Результати досліджень опубліковано у 3 наукових працях, у тому числі 1 статті у колективній монографії та 2 тезах доповідей на конференціях.

1 ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСУ ОЦІНКИ ПРИБУТКОВОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Теоретичні аспекти дослідження прибутковості підприємства у системі споріднених категорій ефективності

У теперішній час стрімких змін конкурентного середовища, обумовлених зміною VUCA-світу та активізацією характерних чинників сучасного BANY-світу, забезпечити ефективність діяльності комерційних підприємств на галузевих ринках збуту виробленої продукції стає вельми важкою проблемою [2, 5].

Показники ефективності є найважливішими у бізнесі, тому що вони вказують на те, наскільки успішно працює кожне промислове підприємство, які він має перспективи своєї ринкової діяльності, за яким напрямом йому доцільніше масштабуватися у майбутньому [1, 3 4, 6–8]. Ефективність прийнято оцінювати за доходами підприємства, але в економіці існують декілька схожих термінів, котрі визначаються за різними показниками (обсяг продажів, виторг, прибуток). У науковому середовищі існує думка, що це обумовлює не коректність їх використання для оцінки ефективності діяльності підприємств, особливо за умови необхідності порівняння результатів ефективності конкуруючих підприємств.

Проведений аналіз останніх досліджень і публікацій за обраною темою дослідження дозволив установити, що основною метою підвищення ефективності діяльності підприємства є раціональне використання всіх необхідних його ресурсів та економічного потенціалу в цілому. У теперішній час для обґрунтованого оцінювання економічної ефективності діяльності конкуруючих промислових підприємств застосовують такі показники, як результативність, економічність, дохідність, прибутковість, рентабельність, продуктивність [4]. Ці показники близькі за економічною сутністю, але

кожен із них має своє визначення та цільове призначення. В оглядових наукових статтях О. М. Савицької [3], П. Г. Перерви [4], Н. С. Баглаєвої, Ю. А. Суховєєвої [6], М. В. Братанич та Т. В. Полозової [7], А. П. Бурковського [8] наведені результати висвітлення економічної сутності показників дохідності, прибутковості, рентабельності у працях зарубіжних економістів-дослідників П. Друкера, Дж. М. Кейнса, Дж. Кларка, К. Маркса, М. Майєра, В. Парето, У. Петті, А. Пігу, А. Сміта, М. Тугана-Барановського, Дж. Хікса та ін. Достатньо уваги приділили вивченню цього питання українські вчені, а саме: О. М. Савицька та В. О. Салабай [3], А. М. Туренко, І. А. Дмитрієв, О. С. Іванілов та І. Ю. Шевченко [9], Л. С. Стригуль та Г. Є. Тур [10], Ю. А. Гайбура та Л. А. Загнитко [11], Т. І. Глянь [12], Л. Ю. Кучер [13], І. Ю. Єпіфанова та В. С. Гуменюк [14] та багато інших економістів.

При цьому було виявлено, що у своїх наукових працях деякі вчені підмінюють розгляд одного поняття ефективності іншими. Наприклад, у статті [8] розглянуто економічну сутність та проаналізовано підходи вчених до визначення поняття доходу підприємства, а далі пропонується до впровадження механізм підвищення прибутковості вітчизняних промислових підприємств.

Так, у науковій праці [15], яка присвячена оцінці прибутковості підприємства та напрямам її підвищення, аналізуються підходи різних авторів до класифікації груп та видів рентабельності.

У статтях [16, 17], назва яких містить ключове слово «прибутковість», розглядаються окремі проблеми рентабельності або дохідності. Окремі визначення вказані у фінансовому тлумачному словнику [18].

Таких прикладів існує багато, котрі свідчать про відсутність серед науковців єдиної думки щодо розмежування таких важливих категорій економічної ефективності діяльності підприємства, як дохідність, прибутковість та рентабельність.

За цієї мети співавтори статті [19] дослідили теоретично-методичні аспекти прибутковості як показника економічної ефективності діяльності підприємства у системі споріднених за змістом категорій дохідності та рентабельності, але різних за призначенням, особливостями визначення та розрахунку.

Безперечно, що основною метою діяльності підприємств в сучасних ринкових умовах господарювання, як вважає всесвітньо відомий фахівець у сфері маркетингу Ф. Котлер, є задоволення потреб споживачів. Проте ринкова діяльність саме комерційних підприємств, яка базується на принципах маркетингу, обов'язково націлена також і на отримання бажано максимального прибутку та забезпечення економічної ефективності від виготовлення та реалізації своєї продукції на галузевих ринках. У свою чергу забезпечення максимального прибутку безпосередньо залежить від величини отримуваних сукупних доходів та загальних витрат. Отже, доходи та прибутки підприємства незалежно від сфери діяльності, форми власності та інших факторів набувають особливо важливого першорядного ключового значення для вітчизняних суб'єктів господарювання.

Розглянемо стисло визначення основних економічних категорій, на основі яких формуються базові показники оцінювання економічної ефективності діяльності підприємства. Отримані результати наведені у таблиці 1.1.

Ефективне функціонування вітчизняних промислових підприємств у нестабільному конкурентному середовищі об'єктивно зумовлює підвищення економічної ефективності та прибутковості діяльності суб'єктів господарювання на основі впровадження інновацій, ефективних форм господарювання й управління виробництвом, активізації підприємництва.

Економічна ефективність промислових підприємств, компаній, фірм, незалежно від їхньої організаційно-правової форми і галузі функціонування, залежить від рівня їх економічного, у тому числі маркетингового, потенціалу,

раціонального співвідношення можливостей та ресурсів, а також їх ефективного використання у процесі господарської діяльності.

Таблиця 1.1 – Визначення основних економічних категорій та відповідних базових показників економічної ефективності

| № з/п | Економічна категорія | Визначення | Базовий показник | Визначення |
|-------|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Дохід | Дохід – це виручка від реалізації продукції, робіт, послуг без вирахування наданих знижок, повернення проданих товарів та податків з продажу (податку на додану вартість, акцизного збору) | Дохідність | Дохідність (облігації) – це річний дохід, виражений у відсотках до ринкової ціни облігації. Це збільшення чи зменшення капіталу на момент погашення облігації. |
| 2 | Рента | Рента – це дохід з капіталу, землі або майна, що його власники регулярно одержують, не займаючись при цьому підприємницькою діяльністю. | Рентабельність | Рентабельність – це узагальнюючий показник економічної ефективності, що характеризує співвідношення між результатами виробничо-господарської діяльності і витратами на їх одержання. |
| 3 | Прибуток | Прибуток – це узагальнений показник фінансових результатів виробничо-господарської діяльності підприємства. Прибуток виражає абсолютний ефект без урахування використаних ресурсів. | Прибутковість | Прибутковість – це здатність підприємства генерувати позитивний фінансовий результат від здійснення господарської діяльності, який полягає в перевищенні доходу над здійсненими витратами в розмірі, достатньому для ефективного подальшого функціонування. |

Джерело інформації: складено авторами на основі [8, 10, 15, 20, 21].

Якщо ефективність виробництва, як економічна категорія, відображає дію об'єктивних економічних законів, котра проявляється в результативності виробництва, то прибутковість є основою економічної ефективності

діяльності, що відображає кінцевий корисний ефект від застосування засобів виробництва і живої праці, а також їхніх внесків у досягнення результатів.

Вважається, що сукупність показників рентабельності є основним інструментом планування та аналізу фінансового стану та стратегії розвитку підприємства, тому що ці показники показують, наскільки раціонально, правильно підприємство використовує власні кошти з урахуванням покриття витрат та отримання прибутку. Відповідно до [22] рентабельність може бути трьох видів: позитивна (отримання прибутку); нульова (відсутність прибутку, але витрати покриваються; негативна (відсутність прибутку, витрати не покриваються, підприємство потребує інвестування). Як відомо, для фінансового аналізу застосовують такі показники рентабельності: активів, продажів, виробництва, операційної діяльності, проєкту, витрат, інвестицій, персоналу, капіталу, а також валова рентабельність [4, 7, 17, 19].

Прибуток, як відомо, являє собою додаткову вартість, котра створюється під час виробничого процесу понад вартість виробничих ресурсів та робочої сили, що були використані. Прибуток виступає якісним показником, тому що він об'єднує всі напрями діяльності підприємства та в цілому характеризує ефективність його господарської діяльності.

Фінансовим результатом господарської діяльності будь-якого підприємства виступає його прибутковість, яка характеризується абсолютним (сума прибутку) та відносним (рівень рентабельності) показниками. Прибутковість являє собою стійке економічне явище, котре проявляється як підтверджена здатність підприємства генерувати позитивний фінансовий результат від здійснення як основної, так і всієї господарської діяльності, що полягає в перевищенні доходу над здійсненими витратами в розмірі, достатньому для ефективного подальшого функціонування [8, 12, 17, 23]. Прибутковість підприємства характеризують два показники: прибуток та рентабельність, які тісно пов'язані між собою. Між прибутком і прибутковістю є тісний діалектичний взаємозв'язок: прибуток – це показник

для зображення економічного ефекту в абсолютних показниках, а прибутковість – показник для зображення економічної ефективності діяльності суб'єкта господарювання.

Погляди науковців на визначення дефініції поняття «прибутковість підприємства» наведені у таблиці 1.2.

Таблиця 1.2 – Підходи вчених до визначення дефініції поняття «прибутковість підприємства»

| № з/п | Автор | Визначення поняття |
|-------|-----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | 2 | 3 |
| 1 | Антонюк Р. Р., [24] | Прибутковість – це стійке економічне явище, що проявляється як підтверджена здатність підприємства генерувати позитивний фінансовий результат від здійснення як основної, так і всієї господарської діяльності, що полягає в перевищенні доходу над здійсненими витратами в розмірі, достатньому для ефективного подальшого функціонування. |
| 2 | Гайбура Ю. А., Загнитко Л. А., [11] | Прибутковість підприємства – це складна та багатогранна економічна категорія, що одночасно характеризує як одержані результати діяльності підприємства, так і можливості отримувати прибуток у майбутньому. |
| 3 | Глянь Т. І., [12] | Прибутковість підприємства – це категорія, яка незалежно від організаційно-правової форми господарювання чи розміру найповніше відображає фінансові можливості підприємства та його здатність до розширення виробничої діяльності. Прибутковість – це показник для зображення економічної ефективності діяльності суб'єкта господарювання. Прибутковість – це складник системи показників, що відображають різні види ефективності діяльності залежно від напрямку її дослідження. |
| 4 | Духновська Л. М., Павлов В. С., [25] | Прибутковість підприємства – це оцінка фінансового результату його діяльності. |
| 5 | Єпіфанова І. Ю., Гуменюк В. С., [14] | Прибутковість – це показник, який характеризує ефективність діяльності підприємства з погляду здатності його приносити прибуток та забезпечувати ефективне відтворення використаних ресурсів |
| 6 | Кучер Л. Ю., [13] | Прибутковість – це показник для зображення економічної ефективності діяльності суб'єкта господарювання. |
| | | |

Продовження таблиці 1.2

| 1 | 2 | 3 |
|----|-------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 7 | Журавльова Т. О., [26] | Прибутковість являє собою стійке економічне явище, що проявляється як підтверджена здатність вітчизняних підприємств генерувати позитивний фінансовий результат від здійснення як основної, так і всієї господарської діяльності, що полягає в перевищенні доходу над здійсненими витратами в розмірі, достатньому для ефективного подальшого функціонування. |
| 8 | Мелень О. В., Холондач Ю. Ю., [20] | Прибутковість являє собою стійке економічне явище, що проявляється як підтверджена здатність підприємства генерувати позитивний фінансовий результат від здійснення як основної, так і всієї господарської діяльності, що полягає у перевищенні доходу над здійсненими витратами в розмірі, достатньому для ефективного подальшого функціонування. |
| 9 | Москаль А. П., [27] | Прибутковість – це показник, який характеризує ефективність діяльності підприємства з точки зору здатності його приносити прибуток та забезпечувати ефективне відтворення використаних ресурсів. |
| 10 | Огійчук М. Ф., [28] | Прибутковість – це вид ефективності, що характеризує результативність діяльності економічних систем (підприємств, територій, національної економіки). |
| 11 | Соколова Л. В., Закін М.О., [29] | Прибутковість підприємства – це відносний показник, який характеризує ефективність діяльності суб'єкта господарювання з точки зору здатності його отримувати прибуток та забезпечувати ефективне відтворення використаних ресурсів на засадах інноваційності та маркетингу. |
| 12 | Стригуль Л. С., Тур Г. Є., Нгуєн Т. М. Х., [10] | Прибутковість підприємства – це показник, який характеризує ефективність діяльності підприємства з погляду здатності його приносити прибуток та забезпечувати ефективне відтворення будь-яких вкладених та використаних ресурсів. |
| 13 | Хмелевський О. В., [23] | Прибутковість – це стан підприємства, що вказує на його здатність здійснювати рентабельну діяльність, забезпечувати платоспроможність, генерувати прибуток, на основі чого забезпечувати стабільність зростання та майбутній інноваційно-інвестиційний розвиток. |

Можна також звернути увагу на те, що у науковій праці [10] було висвітлено визначення шуканого поняття деякими авторами. Так український вчений С. В. Мочерний розглядає прибутковість суб'єкта господарювання як показника ефективності у двох аспектах, а саме:

– як прибутковість підприємства щодо всього авансованого капіталу, яка визначається нормою прибутку (відношенням річного прибутку до авансованого капіталу);

– як прибутковість виготовлення окремої партії товарів, яка вимірюється відношенням прибутку до собівартості товарів.

Науковець О. В. Хмелевський вважає, що прибутковість доцільно уявляти у якості стану суб'єкта, котрий вказує на його здатність здійснювати рентабельну діяльність, забезпечувати платоспроможність, генерувати прибуток, що у сукупності формує основу для забезпечення стабільності ринкової діяльності, інноваційно-інвестиційного розвитку, а також покращення ключових економічних показників у майбутньому.

Цікавим з наукової точки зору є підхід співавторів роботи [10], у якій ними акцентується увага на тому, що прибутковість підприємства розглядається у якості показника, який характеризує ефективність діяльності з погляду здатності його приносити прибуток та забезпечувати ефективне відтворення будь-яких вкладених та використаних ресурсів. Тобто можна зробити висновок, що науковці вважають доцільним розглядати прибутковість як складник ефективності діяльності підприємства.

Вітчизняний економіст Т. І. Глянь у роботі [12] надає декілька тлумачень категорії прибутковості. Він розглядає прибутковість діяльності підприємства незалежно від організаційно-правової форми господарювання чи розміру як економічну категорію, котра найповніше відображає фінансові можливості підприємства та його здатність до розширення своєї виробничої діяльності. У той же час призначення даного показника прибутковості автор вбачає у зображенні економічної ефективності діяльності підприємства.

Чітке та таргетингове визначення сутності прибутковості надали українські науковці І. Ю. Єпіфанова та В. С. Гуменюк у науковій праці [14]. Вони вважають, що прибутковість – це показник, який характеризує ефективність діяльності підприємства з погляду здатності його приносити

прибуток та забезпечувати ефективне відтворення використаних ресурсів. Стисле й у той же час ємне визначення даної економічної категорії.

Співавтори роботи [11] Ю. А. Гайбура та Л. А. Загнитко зазначили, що прибутковість підприємства є складною та багатогранною економічною категорією, котра характеризує не тільки одержані результати діяльності підприємства, а також і можливості у майбутньому отримувати прибуток. Тому під прибутковістю на їх думку варто розуміти стійке економічне явище, яке проявляється у формі здатності суб'єкта господарювання генерувати позитивний фінансовий результат від здійснення комерційної діяльності. Такий результат полягає у перевищенні обсягу доходу від реалізації продукції над здійсненими сукупними витратами в розмірі, який за своїм розміром є достатнім для ефективного подальшого функціонування суб'єкта господарювання.

Такий підхід до визначення прибутковості підприємства поділяє й вітчизняний економіст Р. Р. Антонюк, який у такій же спосіб розглядає даний показник, а саме: з точки зору його здатності генерувати позитивний фінансовий результат від здійснення господарської діяльності. Було з'ясовано, що погляди науковців Р. Р. Антонюка, Ю. А. Гайбури та Л. А. Загнитко щодо трактування дефініції поняття прибутковості співпадають [11, 24].

Науковець Л. Ю. Кучер визначає прибутковість як показник для зображення економічної ефективності діяльності суб'єкта господарювання і навіть більше, як складник системи показників, що відображають різні види ефективності діяльності залежно від напрямку її дослідження [13]. Таким чином, можна зробити висновок, що його визначення показника прибутковості підприємства співпадають з розглянутими вище.

Отже аналіз останніх досліджень вченими-економістами поняття «прибутковість» показав існування різноманітності їх поглядів щодо тлумачення цього поняття, а також те, що прибутковість є тим показником,

котрий характеризує ефективність діяльності підприємства з точки зору здатності приносити прибуток та забезпечувати ефективне відтворення будь-яких вкладених та використаних ресурсів.

Проте прибутковість слід розглядати не тільки як складник ефективності діяльності підприємства, а навіть як складник системи показників, котрі відображають різні види ефективності діяльності залежно від напрямку її дослідження [10]. Отже прибутковість підприємства можна розглядати як багатограну економічну категорію, що одночасно характеризує як одержані результати діяльності підприємства, так і його можливості отримувати прибуток як головне джерело розширеного відтворення в майбутньому. Тому дослідження прибутковості є дуже важливим не тільки напрямом, але також і фактором для подальшого ефективного функціонування та розвитку сучасного підприємства у теперішніх важках, обтяжливих умовах господарювання.

Таким чином можна вважати, що прибутковість підприємства – це відносний показник, який характеризує ефективність діяльності підприємства з точки зору здатності його отримувати прибуток, забезпечувати безпеку бізнес-процесів та ефективне відтворення використаних ресурсів на засадах інноваційності в умовах мінливого сучасного конкурентного середовища.

З метою додаткового визначення значущості дослідження вітчизняними науковцями категорій прибутковості, доходності та рентабельності було оцінено показник «кількість публікацій», що знаходить пошукувач за обраними ключовими словами у перерахунку за одну секунду (для забезпечення принципу порівнянності отриманих результатів). Станом на 10.11.2023 року були отримані такі результати за ключовими словами: 1) «дохідність» – 2348148 літературних джерел; 2) «прибутковість» – 1551725 літературних джерел; 3) «рентабельність» – 3417857 літературних джерел; 4) «дохідність діяльності підприємства» – 748485 літературних джерел; 5) «прибутковість діяльності підприємства» – 3292684 літературних

джерела; б) «рентабельність діяльності підприємства» – 1869232 літературних джерела.

Аналіз отриманих даних свідчить, що категорія «прибутковість» та «прибутковість діяльності підприємства» найбільше привертають увагу вітчизняних науковців-дослідників. Саме тому у наших наукових публікаціях [19, 29] було сфокусовано увагу на дослідженні показників прибутковості, що у подальшому визначило остаточний варіант теми даної кваліфікаційної роботи, пов'язаної із синтезом математичної моделі розрахунку інтегрального показника оцінки прибутковості промислового підприємства.

Пропонується у роботі кожен із показників прибутковості розглядати як коефіцієнт, який розраховується відношенням прибутку до значення відповідного показника витрат. На рис. 1.1 наведено авторську схему формування процесу розрахунку інтегрального показника оцінки прибутковості промислового підприємства на прикладі шести коефіцієнтів прибутковості.

Такий науково-методичний підхід з нашої точки зору найбільше відповідає умовам функціонування малого промислового підприємства, яке у даній роботі було обрано у якості фактологічної бази дослідження.

Проте вважаємо за можливість існування та застосування не тільки таких показників прибутковості підприємства, які наведені вище, але й інших за умов необхідності та доцільності їх розрахунку й практичного застосування в області ІТ-технологій, штучного інтелекту, інвестування (хедж-фонди) та й в інших сучасних сферах виробничої діяльності великих та середніх за розміром промислових підприємств країни.

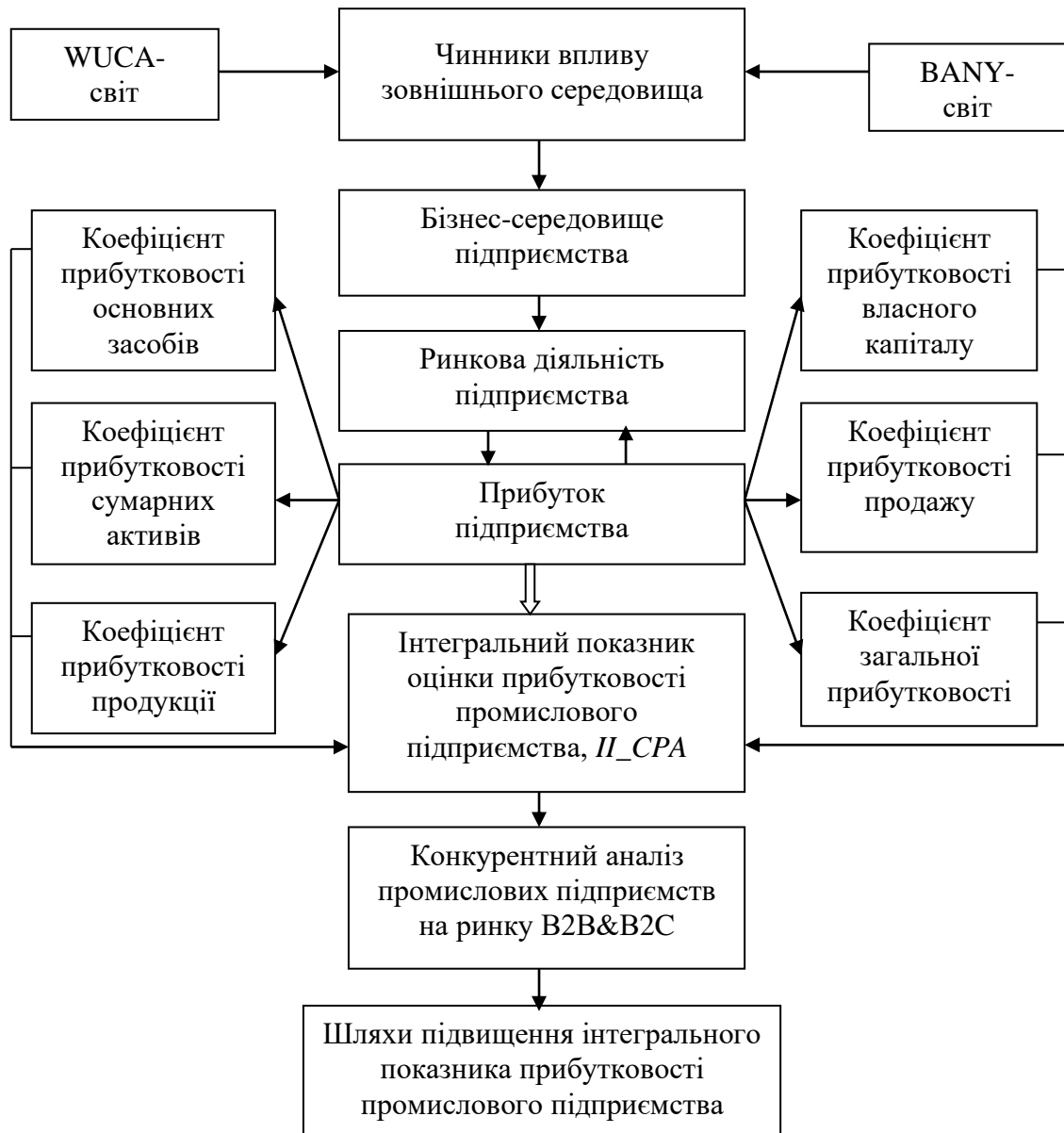


Рисунок 1.1 – Схема формування інтегрального показника оцінки прибутковості промислового підприємства

1.2 Взаємозв'язок прибутковості підприємства з його маркетинговим потенціалом у нестабільному бізнес-середовищі

Сучасне промислове підприємство є складною відкритою мобільною системою, котра тісно взаємодіє із бізнес-середовищем, що певним чином

впливає на його життєздатність і подальший розвиток [30]. Основою ефективного функціонування кожного підприємства-товаровиробника у сучасних мінливих, нестабільних, крихких, невизначених умовах конкурентного середовища є отримання чистого доходу, що забезпечує потреби суб'єкта господарювання у подальшому розвитку його економіки на принципах маркетингу, клієнтингу, клієнтоорієнтованості [31–33].

Важке сьогодення промисловості України характеризується наявністю цілої низки проблем, до яких можна віднести відсутність реальних можливостей та умов для забезпечення нормального процесу виробництва продукції. Але у той же час спостерігається зниження уваги товаровиробників до вивчення галузевого ринку. Як наслідок має місце неповне використання цими підприємствами свого маркетингового потенціалу, що веде до скорочення обсягів продажу виготовленої продукції, зменшення доходу від реалізації продукції та прибутку, не контрольованості ринкових ніш та конкурентних позицій. Це обумовлено відсутністю певного розуміння важливості впливу маркетингового потенціалу на прибутковість підприємства [32, 33].

Показником, котрий характеризує ефективність діяльності промислового підприємства на ринку та його спроможність забезпечувати подальший розвиток за рахунок отриманого прибутку, є прибутковість. Слід зазначити, що його характеризують такі конкретні показники, як чистий прибуток та рентабельність [10, 12]. Чистий прибуток є тим показником, який характеризує економічний ефект в абсолютній одиниці виміру. Рентабельність, яка має різні види (рентабельність власного капіталу, активів, оборотних активів, продукції та ін.), є відносним показником ефективності та має одиницю виміру у відсотках. Прибутковість діяльності промислового підприємства щільно пов'язана із рентабельністю. Але вона немає одиниці виміру і тому при її розрахунках оцінюється відповідний

коефіцієнт, про що було зазначено вище. Набір таких коефіцієнтів прибутковості буде залежати від особливостей конкретного підприємства.

Як самостійна категорія, прибутковість не залежить ні від розміру підприємства, ні від його організаційно-правової форми господарювання. Вона залежить безпосередньо від фінансових можливостей та фінансового стану конкретного досліджуваного підприємства. Отже безперечно забезпеченість прибутковості підприємства, перш за все, залежить від доходу від реалізації продукції, виконаних робіт та наданих послуг, а вже по-друге, від собівартості реалізованої продукції. У той же час обсяги реалізованої продукції напряду залежать від активної маркетингової діяльності підприємства та рівня його маркетингового потенціалу.

Взагалі маркетинг визначають як комплекс заходів щодо вивчення ринку з метою активізації збуту виробленої підприємством продукції та активному впливу на попит для максимального задоволення потреб споживачів та отримання максимального прибутку [34, 35].

В Економічному словнику [36] потенціал підприємства визначено як сукупність ресурсів, які визначають його можливості здійснювати у майбутньому виробництво товарів і послуг, одержувати доходи та прибутки. Тому логічно маркетинговий потенціал, як складову частину потенціалу підприємства, визначати у якості маркетингових можливостей підприємства максимально задовольняти потреби споживачів у виробленої продукції за рахунок використання сукупності ресурси, які потрібні для цього.

Маркетинговий потенціал промислового підприємства – це сукупність внутрішніх та зовнішніх його можливостей задовольняти потреби споживачів та одержувати на цій основі максимальні економічні вигоди й забезпечувати прибутковість своєї ринкової діяльності у сучасних умовах бізнес-середовища [37]. Відповідно до такого трактування шуканого поняття «маркетинговий потенціал» визначають як спроможність промислового

підприємства ефективно виявляти, формувати та максимально задовольняти потреби споживачів.

Ефективне використання маркетингового потенціалу забезпечує: адаптацію підприємства до зовнішнього середовища; перспективність розвитку підприємства; підвищення рівня його конкурентоспроможності; зростання попиту на продукцію за рахунок активного впровадження маркетингових заходів. Отже можна констатувати, що від маркетингового потенціалу прямо пропорційно залежить прибутковість суб'єкта господарювання [32, 37, 38].

Слід також зауважити, що під маркетинговим потенціалом підприємства також розуміють сукупну здатність маркетингової системи постійно забезпечувати конкурентоспроможність підприємства, економічну й соціальну кон'юнктуру його товару на ринку завдяки проведенню ефективних маркетингових заходів у сфері дослідження ринків збуту, у тому числі, які базуються на комплексі маркетингу «4Р» [33, 39, 40]. Таким чином важливими передумовами підвищення прибутковості підприємства є не тільки пошук шляхів зниження собівартості виготовлення продукції, а також забезпечення зростання рівня маркетингового потенціалу підприємства. Тому вважаємо доцільним рекомендувати маркетологам промислових підприємств приділяти підвищену увагу ретельному вивченню і максимальному використанню усіх можливостей свого підприємства щодо забезпечення зростання рівня маркетингового потенціалу.

У теперішній час можна стверджувати, що ефективна маркетингова діяльність промислового підприємства, яка базується на принципах адаптації, клієнтоорієнтованості, клієнтингу, лідогенерації, сприяє формуванню тривалих взаємовідносин із клієнтами, забезпечує зростання обсягів продажів, що позитивно впливає на прибутковість підприємства у цілому та його окремих складових [41, 42].

Проте у сучасних військових умовах бізнес-середовища малі промислові підприємства стикаються з особливими викликами та потребами. Головним завданням для них часто стає необхідність забезпечити швидкий ріст в умовах високої конкуренції, прояву ризиків різного походження, впливу інфляції, демографічних коливань тощо. Серед їхніх ключових пріоритетів треба виділити залучення нових клієнтів та ефективне використання часто обмежених ресурсів, що вони мають у своєму розпорядженні.

Саме тому особливу увагу, на нашу думку, треба звернути на посилення або відновлення взаємозв'язку, який існує між прибутковістю підприємства та його комплексом маркетингу в умовах сучасного бізнес-середовища. Такий взаємозв'язок у роботі пропонується розглянути з позицій формування на підприємстві певного ланцюжка: «бізнес-середовище - маркетинговий потенціал - комплекс маркетингу - інструментарій маркетингу («4P») - споживач - купівля товару - прибуток - прибутковість - інтегральний показник оцінки прибутковості підприємства».

Бізнес-середовище визначається як сукупність зовнішніх чинників, елементів інфраструктури, суб'єктів ринку та актуарів – діючих сил, які сприятливо чи несприятливо впливають на можливості підприємства успішно функціонувати на ринку [43]. На діяльність підприємства-товаровиробника впливає сукупність різних чинників бізнес-середовища, що визначає рівень його стабільності, складності, ворожості, різноманітності.

Бізнес-середовищу властиві такі характеристики, як висока ступінь динамічності, мінливості, непередбаченості, що породжують його невизначеність. Невизначеність означає відсутність однозначності та є непереборною якістю бізнес-середовища. Це зв'язано з тим, що: по-перше, на ринкові умови господарювання підприємств одночасно впливають багато чинників різної природи та спрямованості, які не підлягають сукупній оцінці; по-друге, характер реакції суб'єктів ринку на вплив чинників бізнес-

середовища є стохастичним, що не піддається усуненню. Отже оскільки формування маркетингового потенціалу підприємства відбувається під впливом факторів бізнес-середовища, то саме на досягнення максимального рівня прибутку із застосуванням усіх можливих маркетингових заходів необхідно націлювати діяльність комерційних промислових підприємств.

Серед сукупності різних підходів до вибору інструментарію маркетингу для обраної у роботі фактологічної бази дослідження – малого промислового підприємства було прийнято рішення сфокусувати увагу на маркетинг-мікс «4Р», тобто комбінації «4Р» [39, 40]. Маркетингові інструменти у форматі «4Р» виділено серед багатьох інших ще й тому, що їх застосування чинить прямий вплив на споживчий попит, тобто сприяє стимулюванню намірів споживачів здійснювати купівлю товару підприємства.

Взаємозв'язок бізнес-середовища промислового підприємства, його маркетингового потенціалу, комплексу маркетингу «4Р» та прибутку підприємства зображено на рис. 1.2.

Також корисною властивістю елементів, що формують комплекс маркетингу «4Р», є їх керованість. Це означає, що маркетологи підприємства мають можливість управляти кожним елементом системи «4Р» з метою очікування необхідної реакції на попит, від якого залежать обсяги реалізації продукції, а значить і чистого доходу та прибутку підприємства, та можуть також скласти найбільш перспективні комбінації елементів «4Р». Крім того, порядок опису елементів комплексу маркетингу «4Р» чітко показує послідовність реалізації основних маркетингових функцій та, як слідство, порядок формування маркетингового потенціалу промислового підприємства. Ось чому науковці розглядають комплекс маркетингу у форматі «4Р» у якості універсального маркетингового інструментарію, що є «...ключем практично до будь-якого ринку» [44]. Це є дуже важливим

аспектом не тільки забезпечення прибутковості підприємства, але й забезпечення його зростання у майбутньому.



Рисунок 1.2 – Взаємозв'язок маркетингового потенціалу, комплексу маркетингу «4P» та прибутку підприємства

Джерело інформації: авторська розробка.

Наведені вище складові комплексу маркетингу «4P» у різному ступеню впливають на обсяги продажу товарів підприємства та, як слідство, взагалі на прибутковість підприємства та зокрема на його складові. Стисло надамо основну характеристику кожної складової комплексу маркетингу «4P», яка

окремо «вносить свій вклад» у зростання обсягів продажу продукції конкретного підприємства, чим безпосередньо забезпечує зростання прибутку та відповідно – прибутковості підприємства.

1. Товар (product) – це набір виробів і послуг з певними властивостями та особливостями створення, які підприємство пропонує цільовому ринку або його окремим сегментам.

2. Ціна (price) – це грошова сума, яку споживачі повинні заплатити для отримання запропонованого підприємством товару.

3. Місце, розподіл (place) – це дії підприємства, спрямовані на збільшення доступності його товарів для цільового споживчого сегмента, що пов'язані із маркетинговою логістикою.

4. Просування (promotion) – це вид маркетингової діяльності з інформування споживачів про переваги свого товару та їх переконання в необхідності його придбання.

Отже чотири складові маркетинг-міксу з погляду продавця є саме тими інструментами маркетингу, за допомогою яких здійснюється вплив на споживачів. Реакція останніх проявляється у покупці товарів підприємства, що прямо пропорційно, позитивно впливає на зростання обсягів продажу, а значить і чистого доходу від реалізації продукції та обсягу прибутку, який є основою для забезпечення зростання прибутковості промислового підприємства.

Треба також зауважити, що отримання найбільшого доходу, яке залежить від ефективного комплексу маркетингу підприємства, повинно корелюватися з програмами економії трудових, матеріальних, фінансових ресурсів, тому що зниження витрат собівартості продукції є однією з основних умов збільшення прибутку підприємства, підвищення ефективності його діяльності. Таким чином важливими передумовами підвищення прибутковості підприємства, окрім пошуку шляхів зниження собівартості виготовлення продукції, є також забезпечення зростання рівня

маркетингового потенціалу підприємства, для чого потрібно приділяти підвищену увагу ретельному вивченню і максимальному використанню усіх існуючих для цього можливостей.

1.3 Аналіз математичних моделей розрахунку показників прибутковості підприємства

За результатами проведених кабінетних досліджень літературних джерел із досліджуваної у кваліфікаційній роботі проблеми було встановлено, що для багатьох підприємств сьогодні забезпечення прибутковості своєї комерційної діяльності зайняло першочергову позицію у розряді першорядних задач, котрі ставлять перед собою керівники підприємств. Як зазначено у статті [45] «...останнім часом інтерес вітчизняних учених до прибутку відновився. Особлива увага приділяється питанням: вивчення впливу чинників формування прибутку на фінансовий результат діяльності підприємства в розрізі статистичного аналізу (Ю. С. Цал-Цалко); моделювання умов максимізації прибутку (Ю. В. Захарова, А. В. Растяпін); використання прибутку як критерію оцінки фінансового стану української економіки (Й. Благун); вивчення основних причин переходу прибутку в тіньову економіку». Саме тому вважаємо своєчасним та доцільним звернути увагу на проведення аналізу математичних моделей розрахунку показників прибутковості підприємства [14, 45–49] з метою синтезування сучасної економіко-математичної моделі розрахунку інтегрального показника оцінки прибутковості підприємства.

Розглянемо деякі приклади, які знайшли своє відображення у відкритому доступі до літературних джерел. Наприклад, у статті [47]

рекомендовано для процесу моделювання прибутковості підприємства використовувати такі моделі:

- прийняття рішень в управлінні прибутком;
- вивчення і прогнозування попиту на товари і послуги;
- моделі сіткового планування і управління.

Розглянемо модель прийняття рішень в управлінні прибутком. Відповідно до цієї моделі кінцевим результатом процесу прийняття рішення вважається вибір із певної сформованої сукупності якоїсь однієї можливості досягнення поставленої мети. При цьому шукана математична модель відбиває такі її складові, як поставлена мета, існуючі та використані засоби, а також отримувані заплановані результати, реалізовані способи зв'язку між використаними засобами та запланованими результатами відповідних розрахунків.

За рекомендаціями науковців Н. М. Штефана та В. С. Михайліченка «формальний опис ресурсів і результатів можна надати у вигляді двох множин X та A » [47]. Якщо помітимо альтернативні елементи позначкою X , а результативні елементи помітимо позначкою A , то таким чином результат буде визначатися двома чинниками: вибором альтернативи і станом середовища, який визначається множиною станів A . «Отже кожен результат є функцією реалізації двох аргументів: $a = F(x, y)$, де $x \in X$, $y \in Y$ » [47].

Таким чином задачу прийняття рішення дані співавтори рекомендують описувати функцією реалізації в умовах невизначеності та ризику.

Вітчизняні економісти І. Ю. Єпіфанова та В. С. Гуменюк для повноцінного аналізу прибутковості діяльності підприємства запропонували проводити факторний аналіз чистого прибутку [14]. Застосування такого методу надає можливість визначити ступінь позитивного та негативного впливу факторів на формування результативного оцінного показника, у якості якого виступає шуканий досліджуваний показник прибутку. Даний показник аналізується за допомогою чотирьох факторної мультиплікативної

моделі. Для синтезу такої моделі авторами запропоновано використовувати такі показники, як: власний капітал підприємства (BK); коефіцієнт оборотності активів підприємства ($КОБА$); мультиплікатор власного капіталу підприємства ($МК$); чиста рентабельність підприємства ($РЧ$).

Математична модель залежності чистого прибутку від наведених вище факторів має таку форму запису [14]:

$$ЧП = BK \times КОБА \times МК \times РЧ, \quad (1.1)$$

де $ЧП$ – чистий прибуток підприємства;

BK – власний капітал підприємства;

$КОБА$ – коефіцієнт оборотності активів;

$МК$ – мультиплікатор власного капіталу;

$РЧ$ – чиста рентабельність підприємства.

Коефіцієнт оборотності активів є показником, за допомогою якого оцінюється рівень ефективності використання активів підприємства. Цей показник розраховується як відношення чистого доходу до загальної вартості активів підприємства.

Мультиплікатор власного капіталу характеризує здатність власного капіталу створювати активи і є відношенням залишків активів до середньорічних залишків власного капіталу підприємства.

Чиста рентабельність фінансово-господарської діяльності підприємства розраховується як відношення чистого прибутку до чистого доходу.

Далі за прописаним алгоритмом оцінюється сукупний вплив зміни кожної складової формули (1.1) на зміну чистого прибутку за такою формулою:

$$\Delta ЧП = \Delta ЧП_{BK} \times \Delta ЧП_{КОБА} \times \Delta ЧП_{МК} \times \Delta ЧП_{РЧ}, \quad (1.2)$$

де $\Delta ЧП$ – сукупна зміна чистого прибутку підприємства;

$\Delta ЧП_{BK}$ – зміна чистого прибутку підприємства в результаті зміни величини власного капіталу;

$\Delta ЧП_{КОБА}$ – зміна чистого прибутку підприємства в результаті зміни величини коефіцієнту оборотності активів;

$\Delta ЧП_{МК}$ – зміна чистого прибутку підприємства в результаті зміни величини мультиплікатора власного капіталу;

$\Delta ЧП_{РЧ}$ – зміна чистого прибутку підприємства в результаті зміни величини чистої рентабельності підприємства [14].

Автори цієї моделі вважають, що її застосування надасть можливість визначити, які фактори привели до збільшення або зменшення величини чистого прибутку, а також, які з них виявилися найбільш значущими. Отже таким чином можна визначити й дієві шляхи зростання не тільки чистого прибутку, але й прибутковості підприємства.

Треба зауважити, що за оцінками профільних фахівців аналіз прибутку підприємства надає повне уявлення про ефективність його роботи, а для визначення міри ефективності його комерційної діяльності необхідно оцінювати показники рентабельності. Чому такий висновок роблять науковці? Тому що показники рентабельності надають характеристику ефективності діяльності підприємства загалом, а ось показники прибутковості – різних напрямів його діяльності, окупності витрат та у той же час проводять просторовочасове зіставлення [48].

Дуже часто показники прибутковості та рентабельності підприємства ототожнюються авторами статей, про що вже було відмічено раніше. Зазвичай показники рентабельності об'єднують в окремі групи. При цьому треба зауважити таке: за результатами проведеного аналізу фахової літератури було з'ясовано, що погляди науковців в основному співпадають щодо груп об'єднання показників рентабельності. Наприклад, у роботі практичної спрямованості вітчизняних авторів І. Ю. Єпіфанової та В. В. Джеджули [48] у якості показників прибутковості запропоновано

розглядати групи таких показників, як: рентабельність видів діяльності та витрат виробництва; рентабельність продажу; рентабельність капіталу та його складових. Змістовну стислу характеристику цих трьох груп рентабельності наведено у таблиці 1.3, складеної за рекомендаціями авторів наукових публікацій [14, 45, 48].

Таблиця 1.3 – Характеристика груп показників рентабельності підприємства

| № з/п | Показник | Характеристика |
|-------|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Рентабельність видів діяльності та витрат виробництва | |
| 2 | Рентабельність операційної діяльності | Показує те, скільки отримано прибутку від операційної діяльності з однієї гривні операційних витрат |
| 3 | Рентабельність господарської діяльності | Показує те, скільки отримано прибутку від господарської діяльності з однієї гривні загальних витрат. |
| 4 | Рентабельність виробничих витрат | Показує те, скільки отримано прибутку з кожної гривні, витраченої на виробництво і реалізацію продукції. |
| 5 | Рентабельність звичайної діяльності | Показує те, скільки отримано прибутку від звичайної діяльності на одну гривню звичайних витрат. |
| 6 | Коефіцієнт загальної рентабельності | Показує розмір чистого прибутку з однієї гривні чистого доходу від реалізації продукції. |
| 7 | Рентабельність продажу | |
| 8 | Рентабельність продажів | Показує, яку величину операційного прибутку одержує підприємство з кожної гривні проданої продукції. |
| 9 | Рентабельність реалізованої продукції | Характеризує прибутковість господарської діяльності підприємства від основної діяльності. |
| 10 | Рентабельність капіталу та його складових | |
| 11 | Рентабельність сукупних активів | Характеризує ефективність використання усіх активів підприємства |
| 12 | Рентабельність виробничих активів | Показує рівень прибутковості основних і оборотних виробничих активів |
| 13 | Рентабельність власного капіталу | Показує, яка віддача (норма прибутку) на вкладений власний капітал. Максимізація цього показника – головне завдання управління підприємством |
| 14 | Рентабельність залученого капіталу | Показує величину прибутку, яка припадає на одну гривню залученого капіталу. |

Ураховуючи та поділяючи наукові погляди та позиції ряду профільних вітчизняних фахівців відносно того, що прибутковість є найважливішим критерієм діяльності будь-якого підприємства, а забезпечення його прибутковості є показником стабілізаційного ефекту розвитку підприємства, у даній кваліфікаційній роботі розроблено та запропоновано до практичного використання сукупність саме коефіцієнтів прибутковості. Економіко-математичне моделювання забезпечить процес синтезування інтегрального показника оцінки прибутковості підприємства та проведення відповідних чисельних розрахунків.

Висновки до першого розділу

У першому розділі роботи розглянуто теоретично-методичні засади моделювання процесу оцінки прибутковості промислового підприємства. Розглянуто теоретичні аспекти дослідження прибутковості підприємства у системі таких споріднених категорій; проведено аналіз поглядів науковців на визначення дефініції показника «прибутковість підприємства».

Було звернено увагу на необхідність посилення або відновлення взаємозв'язку в умовах сучасного бізнес-середовища між прибутковістю підприємства та його комплексом маркетингу.

Було розроблено схему взаємозв'язку маркетингового потенціалу, комплексу маркетингу «4Р» та прибутку підприємства. Проведено аналіз математичних моделей оцінки показників прибутковості підприємства.

2 ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ХОУМНЕТ» НА ГАЛУЗЕВОМУ РИНКУ

2.1 Загальна характеристика діяльності малого підприємства

Фактологічною базою дослідження було обрано юридичну особу – мале промислове підприємство «ХОУМНЕТ». Станом на 21.09.2023 відповідно до [50] повне найменування юридичної особи – Товариство з обмеженою відповідальністю «ХОУМНЕТ».

У період передатестаційної практики було з'ясовано, що підприємство ТОВ «ХОУМНЕТ» зареєстровано 12.10.2010 за юридичною адресою: Україна, місто Київ, Бульвар академіка Вернадського, будинок 34/1, офіс 12.

Форма власності підприємства ТОВ «ХОУМНЕТ» – недержавна власність.

Основним видом діяльності даного підприємства є 61.10 – діяльність у сфері провідного електрозв'язку. До інших видів діяльності віднесено такі, як:

- електромонтажні роботи (43.21);
- діяльність посередників, що спеціалізуються в торгівлі іншими товарами (46.18);
- виробництво ювелірних і подібних виробів (32.12) та ін.

За даними з податкових реєстрів України підприємство ТОВ «ХОУМНЕТ» перебуває на обліку в органах доходів та зборів. Офіційно зафіксовано, що по реєстру «Дізнайся більше про свого бізнес-партнера» на 17.05.2022 підприємство ТОВ «ХОУМНЕТ» не має податкового боргу. Підприємство має Дійсне свідоцтво ПДВ в реєстрі платників ПДВ. Також з'ясовано, що відсутня реєстрація даного підприємства в Реєстрі неприбуткових установ та організацій.

Мале підприємство ТОВ «ХОУМНЕТ» у поточному році приймало участь у тендерах. Отримало певні лоти, а саме:

- мережеве обладнання (придбання запчастин та матеріалів для ремонту та модернізації системи інформування через мережу Інтернет);
- мережеве обладнання (придбання запчастин та матеріалів для ремонту та модернізації системи інформування через мережу Інтернет), 76 штуки
- послуги з технічного обслуговування і ремонту структурованої кабельної мережі та телекомунікаційного обладнання;
- послуги з технічного обслуговування і ремонту структурованої кабельної мережі та телекомунікаційного обладнання, 1 послуга;
- телекомунікаційні послуги цілодобового доступу до мережі Інтернет 12 послуг [51].

Треба зазначити, що більш детальна інформація надається тільки в платних тарифах. Окрім того, з'ясовано, що у зв'язку з введенням воєнного стану в Україні Державна податкова служба України (ДПСУ) в травні 2022 року обмежила доступ до більшості публічних електронних реєстрів, де вона є розпорядником. Тому деяка інформація, яка зазначена в розділі «Податкова та інші державні органи», не оновлюється, окрім таких даних:

- реєстр платників ПДВ;
- реєстр платників єдиного податку;
- реєстр «Великих платників податків»;
- реєстр неприбуткових установ та організацій.

Діяльність малого промислового підприємства ТОВ «ХОУМНЕТ» регламентується чинним законодавством України [52, 53].

На етапі передатестаційної практики також було встановлено, що організаційна структура підприємства забезпечує умови для раціонального керування та сприяє ефективній діяльності підприємства. Обов'язковою умовою є відповідність організаційної структури стратегічним планам

підприємства, а також поліпшення його взаємозв'язків із зовнішнім економічним середовищем.

Управління досліджуваним підприємством здійснюється на основі організаційної структури, яка визначається підприємством самостійно. Це так звана лінійна організаційна структура управління, яка характеризується гнучкістю та оперативністю [54].

Така організаційна структура управління підприємства дозволяє його керівництву домагатися не тільки отримання позитивних результатів процесу своєї комерційної діяльності, але й забезпечувати максимальне їх значення на галузевому ринку.

Загальна кількість штатних працюючих на підприємстві на початок 2022 року складала 6 осіб. У теперішній час станом на 22.09.2023 на підприємстві працює 9 осіб.

Схему організаційної структури управління ТОВ «ХОУМНЕТ» наведено на рис. 2.1.

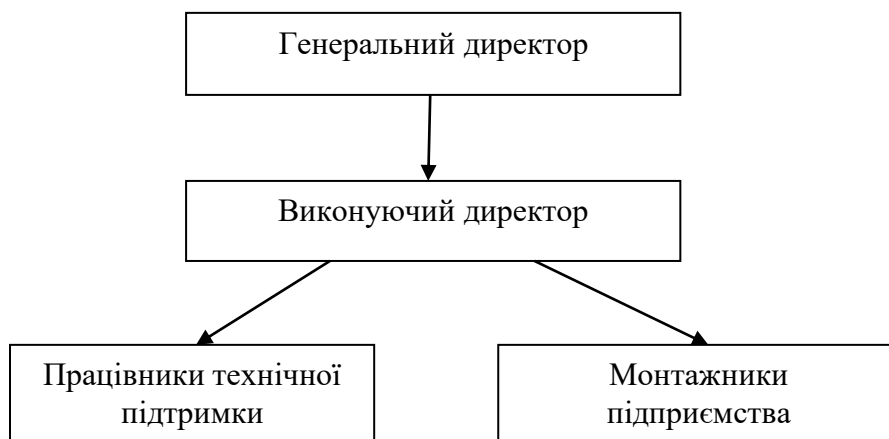


Рисунок 2.1 – Схема організаційної структури управління ТОВ «ХОУМНЕТ»

Отже можна констатувати, що організаційна структура управління підприємства сприяє його успішній взаємодії із конкурентним середовищем, представленим такими підприємствами, як НашНет, ФриНет, ЛаНет, IPnet, IT телесеть, W-Net, Vega та інші.

Не зважаючи на важкі умови функціонування підприємства на ринку, обумовлені воєнною агресією, турбулентністю, нестабільністю, не лінійністю, невизначеністю та достатньо високим рівнем конкуренції зовнішнього середовища, зусилля членів колективу підприємства направлені на отримання максимально можливого прибутку, забезпечення прибутковості та ефективної діяльності свого підприємства.

2.2 Аналіз економічних показників діяльності підприємства

Проведення аналізу економічних показників діяльності досліджуваного малого промислового підприємства на галузевому ринку базується на рекомендаціях [55-58]. У період передатестаційної практики було зібрано інформацію, необхідну для проведення такого аналізу.

Вважається, що основними складовими фінансової звітності промислового підприємства є два документа: 1) «Баланс»; 2) «Звіт про фінансові результати». Стисла характеристика та основне призначення основних форм фінансової звітності [59] представлено у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 – Характеристика основних документів фінансової звітності підприємства

| Форма звітності | Призначення | Використання інформації |
|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | 2 | 3 |
| 1. Баланс | Показати наявність економічних ресурсів, які на дату балансу контролюються підприємством | Оцінка структури ресурсів підприємства, їх ліквідності та платоспроможності; прогноз майбутніх потреб у позиках; оцінка та прогнозування змін в економічних ресурсах, які підприємство може контролювати |

Продовження таблиці 2.1

| 1 | 2 | 3 |
|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2. Звіт про фінансові результати | Показати доходи, витрати і фінансові результати діяльності підприємства за звітний період | Оцінка та прогноз прибутковості діяльності підприємства, структури його доходів і витрат |

Відповідно до стандарту НП(С) БО №2 [59] загальну схему балансу підприємства можливо представити в таблиці 2.2 «Баланс».

Таблиця 2.2 – Загальна схема балансу промислового підприємства

| № з/п | Актив | Пасив |
|-------|------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | 2 | 3 |
| 1 | I розділ. Необоротні активи | I розділ. Власний капітал |
| 2 | II розділ. Оборотні активи | II розділ. Довгострокові зобов'язання і забезпечення |
| 3 | III розділ. Необоротні активи, утримувані для продажу та групи вибуття | III розділ. Поточні зобов'язання і забезпечення |
| 4 | | IV розділ. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, які утримуються для продажу, та групами вибуття |
| 5 | Баланс | Баланс |

Слід зазначити, що методологія формування в бухгалтерському обліку інформації про фінансові результати та її розкриття у фінансовій звітності вітчизняних підприємств визначається документом НП(С)БО № 3 «Звіт про фінансові результати». Для складання даного звітнього документу підприємства використовуються результати розрахунків його доходів і витрат фінансового обліку.

Аналіз основних економічних показників досліджуваного підприємства було проведено на основі офіційної статистичної звітності, яка має офіційну назву: «Фінансова звітність малого підприємства». До неї віднесено такі документи, як:

- форма № 1-м «Баланс», Код за ДКУД 1801006;
- форма № 2-м «Звіт про фінансові результати», Код за ДКУД 1801007.

Отримані результати аналізу показників Активу за Балансом господарської діяльності малого промислового підприємства ТОВ «ХОУМНЕТ» за КВЕД 61.10 наведені у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3 – Результати аналізу показників Активу за Балансом діяльності ТОВ «ХОУМНЕТ»

| № з/п | Показник | Значення показника станом на початок року, тис. грн. | | Абсолютна зміна показника, тис. грн., (гр.4-гр.3) |
|-------|------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|-------|---------------------------------------------------|
| | | 2021 | 2022 | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Актив | | | |
| 2 | I Необоротні активи | | | |
| 4 | Основні засоби | 92,9 | 102,8 | 9,9 |
| 5 | Первісна вартість | 677,9 | 736,4 | 58,5 |
| 6 | Знос | 585,0 | 633,6 | 48,6 |
| 7 | Усього за розділом I | 92,9 | 102,8 | 9,9 |
| 8 | II Оборотні активи | | | |
| 9 | Запаси | 126,8 | 182,4 | 55,6 |
| 10 | Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги | 201,7 | 41,6 | -160,1 |
| 11 | Гроші та їх еквіваленти | 52,2 | 58,4 | 6,2 |
| 12 | Витрати майбутніх періодів | 15,3 | 15,3 | 0,0 |
| 13 | Усього за розділом II | 412,2 | 619,4 | 207,2 |
| 14 | III Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття | | | |
| 15 | Баланс | 505,1 | 722,2 | 217,1 |

Аналіз отриманих результатів, наведених вище, дозволяє зробити певні висновки, а саме:

– оборотні активи підприємства зросли в 1,50 рази, тобто зросли на 207,2 тис. грн.;

– необоротні активи (основні засоби) малого підприємства за досліджуваний період зросли в 1,11 рази, що в абсолютному вимірі складає 9,9 тис. грн.;

– дуже сильно на 160,1 тис. грн. зменшилася дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги;

- гроші та їх еквіваленти зросли на 6,2 тис. грн., тобто в 1,12 рази;
- показник балансу підприємства за досліджуваний термін часу виріс на 217,1 тис. грн., що відповідає темпу його росту 1,43 рази.

Далі розглянемо отримані результати аналізу показників Пасиву за Балансом господарської діяльності підприємства ТОВ «ХОУМНЕТ» за КВЕД 61.10, які наведені у таблиці 2.4.

Таблиця 2.4 – Результати аналізу показників Пасиву за Балансом діяльності ТОВ «ХОУМНЕТ»

| № з/п | Показник | Значення показника станом на початок року | | Абсолютна зміна показника, (гр.4-гр.3) |
|-------|---------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|-------|----------------------------------------|
| | | 2021 | 2022 | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Пасив | | | |
| 2 | I Власний капітал | | | |
| 3 | Зареєстрований (пайовий) капітал | 1,0 | 1,0 | 0,0 |
| 4 | Нерозподілений прибуток (непокритий збуток) | 142,6 | 148,2 | 5,6 |
| 5 | Усього за розділом I | 143,6 | 149,6 | 6,0 |
| 6 | II Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення | | | |
| 7 | III Поточні зобов'язання | | | |
| 8 | Поточна кредиторська заборгованість за: | | | |
| 9 | товари, роботи, послуги | 266,5 | 485,4 | 218,9 |
| 10 | розрахунки з бюджетом, | 44,7 | 42,2 | -2,5 |
| 11 | у тому числі з податку на прибуток | 6,0 | 1,2 | -4,8 |
| 12 | розрахунками зі страхування | 8,5 | 0 | -8,5 |
| 13 | розрахунками з оплати праці | 41,8 | 45,4 | 3,6 |
| 14 | Усього за розділом III | 361,5 | 573,0 | 211,5 |
| 15 | Баланс | 505,1 | 722,2 | 217,1 |

Наочне представлення зміни таких основних показників балансу досліджуваного підприємства, як оборотні та необоротні активи, наведено на рис. 2.2.



Рисунок 2.2 – Динаміка змін балансу та показників оборотних і необоротних активів підприємства ТОВ «ХОУМНЕТ»

Аналіз отриманих результатів, наведених вище у таблиці 2.4, дозволяє зробити висновки, що мають місце як позитивні зміни окремих показників, так і небажані зміни.

Зареєстрований (пайовий) капітал підприємства не змінив свого значення за досліджувані роки.

Значення власного капіталу підприємства зросло на 6 тис. грн.

Поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги зросла на 218,9 тис. грн., що відповідає темпу зростання цього показника в 1,7 рази.

Негативною тенденцією характеризуються показники заборгованості за розрахунками з оплати праці, позитивною – розрахунки з бюджетом та зі страхування.

Таким чином, у цілому стає очевидним, що баланс досліджуваного підприємства за активами та за пасивами співпадає і це є добре.

Для дослідження ряду показників економічної ефективності ринкової діяльності підприємства, у тому числі його прибутковості, спочатку треба провести аналіз динаміки показників чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) підприємства, чистого прибутку підприємства. Тому далі проведемо аналіз фінансових результатів виробничо-комерційної діяльності

фактологічної бази дослідження – малого промислового підприємства ТОВ «ХОУМНЕТ».

2.3 Аналіз фінансових результатів діяльності малого підприємства

У теперішній час внаслідок військових подій вітчизняні промислові підприємства незалежно від їх розміру змушені мобілізувати всі наявні внутрішні ресурси для продовження своєї виробничої життєдіяльності. Це свідчить про підвищення значення аналізу фінансових результатів господарської діяльності промислових підприємств, які виробляють продукцію, виконують певні види робіт та/або надають послуги ділового характеру.

Фінансовий результат – це показник господарської діяльності підприємства, який характеризує збільшення або зниження обсягу прибутку (збитку) за конкретний проміжок часу [58, 59].

Фінансові результати діяльності промислового підприємства – суб'єкта господарювання визначаються в результаті порівняння його доходів за звітний період із його витратами, що були здійснені для отримання цих доходів за той же термін часу. При цьому основним фінансовим результатом діяльності підприємства фахівці вважають прибуток, збільшення якого означає примноження фінансових ресурсів та зростання фінансових результатів.

Підсумковий фінансовий результат залежить як від обсягів реалізації товарів (робіт, послуг) за основним видом діяльності підприємства та інших доходів, так і від сумарних витрат за той же проміжок часу [55-58].

Результати порівняльного аналізу основних фінансових результатів діяльності малого промислового підприємства ТОВ «ХОУМНЕТ»,

отриманих за два останні роки на основі документу «Звіт про фінансові результати», наведені у таблиці 2.4.

Таблиця 2.4 – Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства ТОВ «ХОУМНЕТ»

| № з/п | Показник | Значення показника станом на початок року, тис. грн. | | Зміна показника абсолютна, грн., (гр.4-гр.3) |
|-------|----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|--------|----------------------------------------------|
| | | 2021 | 2022 | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 3280,2 | 3299,5 | 19,3 |
| 2 | Інші доходи | 0,8 | 0,0 | -0,8 |
| 3 | Разом доходи | 3281,0 | 3299,5 | 18,5 |
| 4 | Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) | 12,9 | 5,0 | -7,9 |
| 5 | Інші операційні витрати | 3234,8 | 3287,1 | 52,3 |
| 6 | Разом витрати | 3247,7 | 3292,1 | 44,4 |
| 7 | Фінансовий результат до оподаткування | 33,3 | 7,4 | -25,9 |
| 8 | Податок на прибуток | 6,0 | 1,3 | -4,7 |
| 9 | Чистий прибуток (збуток) | 27,3 | 6,1 | -21,2 |

За даними [50] досліджуване підприємство ТОВ «ХОУМНЕТ» станом на 22.09.23 має ознаки прибутковості, про що свідчать дані його фінансової звітності. Проте результати аналізу даних таблиці 2.4 свідчать про те, що чистий прибуток підприємства знизився на 21,2 тис. грн.

Від'ємне значення мають зміни таких показників, як:

- інші доходи (-0,8 тис. грн.);
- собівартість реалізованої продукції (-7,9 тис. грн.);
- фінансовий результат до оподаткування (-25,9 тис. грн.);
- податок на прибуток (-4,7 тис. грн.).

При зниженні собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) на 7,9 тис. грн., зросли інші операційні витрати на 52,3 тис. грн. та усі витрати разом на 44,4 тис. грн.

Показник чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) має позитивну динаміку зміни, тобто його абсолютне значення збільшилося на 19,3 тис. грн. Разом доходи підприємства зросли на 18,5 тис. грн.

Графічне зображення динаміки змін показників чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) та собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) підприємства ТОВ «ХОУМНЕТ» представлено на рис. 2.3.



Рисунок 2.3 – Динаміка змін показників чистого доходу від реалізації продукції та собівартості реалізованої продукції ТОВ «ХОУМНЕТ»

Далі розглянемо показники економічної ефективності ринкової діяльності досліджуваного підприємства, у тому числі його прибутковість. Прибутковість залежить, перш за все, від: чистого доходу від реалізації продукції (товарів, виконаних робіт, наданих послуг); собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг); отриманого прибутку до оподаткування; чистого прибутку (збитку). Розглянемо показники економічної ефективності діяльності малого підприємства ТОВ «ХОУМНЕТ».

Рентабельність – це інтегральний показник, який відображає ефективність роботи підприємства, спрямованої на отримання прибутку у короткостроковій перспективі. Цей показник вказує на якість управлінських

рішень, що стосуються фінансової, операційної та інвестиційної діяльності підприємства. У такому визначенні підкреслено, у яких випадках рентабельність є дійсно критерієм економічної ефективності діяльності підприємства, а також враховано, що різні показники рентабельності можуть свідчити про ефективність різних ділянок роботи менеджменту [60-63].

До основних показників рентабельності, які використовуються у процесі аналізу фінансового стану підприємства, відносяться такі види показників, як: фінансова рентабельність, економічна рентабельність, рентабельність діяльності [63].

Фінансова рентабельність (або рентабельність власного капіталу) характеризує рівень прибутковості власного капіталу, вкладеного в конкретне підприємство. Ось за якої причини для наявних і потенційних власників та акціонерів цей показник має найбільший інтерес. До речі, цей показник є одним із основних показників інвестиційної привабливості підприємства, тому що його саме його рівень показує верхню межу дивідендних виплат.

Економічна рентабельність (або рентабельність активів) характеризує рівень саме того прибутку, що створюється всіма активами підприємства, які перебувають у його використанні відповідно до його балансу. Зменшення рівня рентабельності активів може свідчити про падаючий попит на продукцію підприємства та про перенагромадження його активів.

Рентабельність діяльності розраховується як відношення чистого прибутку підприємства до чистого доходу (виручки) від реалізації продукції (робіт, послуг) [63, 64]. Збільшення цього показника свідчить про зростання ефективності господарської діяльності підприємства, а зменшення – навпаки.

Результати розрахунку наведених вище показників рентабельності, які є показниками ефективності підприємства, представлені у таблиці 2.5.

Таблиця 2.5 – Результати аналізу показників рентабельності підприємства ТОВ «ХОУМНЕТ»

| № з/п | Показник | Значення показника станом на початок року, % | | Відносна зміна показника, % (гр.4/гр.3) |
|-------|---------------------------|----------------------------------------------|------|-----------------------------------------|
| | | 2021 | 2022 | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Фінансова рентабельність | 19,01 | 4,08 | 21,46 |
| 2 | Економічна рентабельність | 6,59 | 1,02 | 15,48 |
| 3 | Рентабельність діяльності | 0,83 | 0,18 | 21,69 |

Аналіз отриманих результатів розрахунку основних показників ефективності діяльності досліджуваного підприємства свідчить про те, що усі показники рентабельності характеризуються негативною динамікою темпу їх змін у часі. Графічне зображення динаміки змін основних видів показників рентабельності підприємства ТОВ «ХОУМНЕТ» представлено на рис. 2.4.

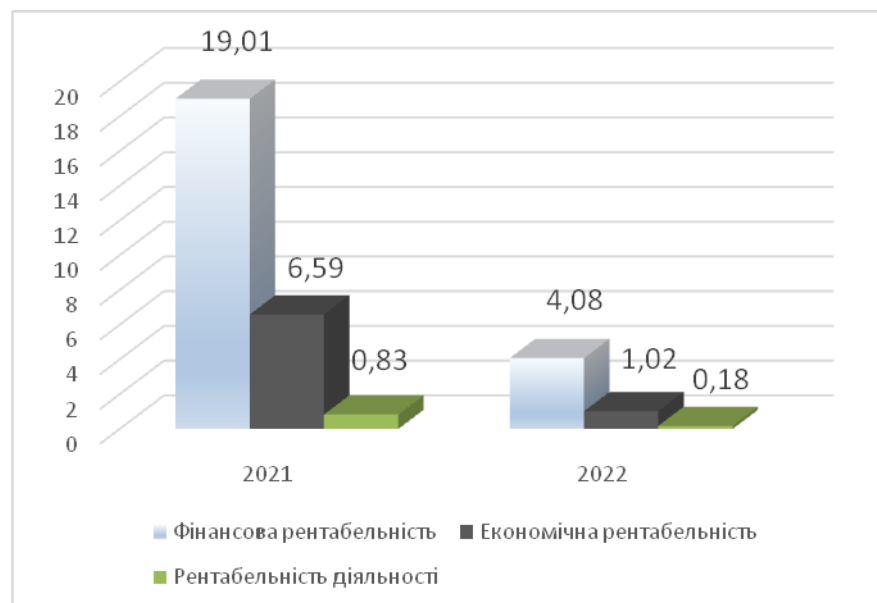


Рисунок 2.4 – Динаміка змін основних видів показників рентабельності ТОВ «ХОУМНЕТ»

Таким чином, аналіз даних, наведених у таблиці 2.5, проілюстрував відносну негативну зміну показників рентабельності: фінансової, економічної та діяльності підприємства, яке було обрано у якості фактологічної бази

дослідження. Графічне представлення динаміки змін цих показників надає наочне представлення щодо абсолютної зміни їх значень, а саме: фінансова рентабельність понизила своє значення на 14,93 %, економічна рентабельність – на 5,57 %, рентабельність діяльності підприємства – на 0,65 %. Очевидно, що у підприємства були об'єктивні причини, за яких дані показники набули таких змін. Скоріше, це було пов'язано із хворобою людей вірусним грипом, що привело до зниженням ділової активності підприємців у країні та її регіонах.

Висновки до другого розділу

Фактологічною базою проведення дослідження було обрано реально діюче мале промислове підприємство ТОВ «ХОУМНЕТ», яке розташоване у м. Київ, Україна.

Було встановлено, що організаційно-правовою формою господарювання даного малого підприємства є недержавна власність. Основним видом діяльності даного підприємства є 61.10 – діяльність у сфері провального електрозв'язку. До інших видів діяльності віднесено такі, як: електромонтажні роботи; діяльність посередників, що спеціалізують ювелірних і подібних виробів. Підприємство має Дійсне свідоцтво ПДВ в реєстрі платників ПДВ. Діяльність малого промислового підприємства ТОВ «ХОУМНЕТ» регламентується чинним законодавством України.

Мале промислове підприємство має лінійну організаційну структуру управління, що забезпечує гнучкість та оперативність прийняття рішень. Було досліджено динаміку змін основних економічних показників підприємства у нестабільному зовнішньому середовищі за останні два роки. Установлено, що баланс активів підприємства ТОВ «ХОУМНЕТ» повністю відповідає

балансу його пасивів, а це свідчить про правильність проведених розрахунків. Усі розглянуті показники рентабельності характеризуються негативною динамікою темпу їх змін.

За результатами проведеного аналізу економічних показників діяльності підприємства ТОВ «ХОУМНЕТ» та його фінансових результатів за два останніх роки можна сказати, що основним фінансовим результатом діяльності підприємства є прибуток. На жаль, чистий прибуток підприємства зменшився на 21,2 тис. грн., що відповідає темпу його зміни у розмірі 22,34 % за досліджуваний період. Проте чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) підприємства збільшився на 19,3 тис. грн., а сукупний дохід – на 18,5 тис. грн.

3 ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСУ РОЗРАХУНКУ ІНТЕГРАЛЬНОГО ПОКАЗНИКА ОЦІНКИ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

3.1 Змістовна постановка задачі

Провадженню підприємницької, комерційної діяльності суб'єктів господарювання у сучасних міксованих умовах зовнішнього середовища, які характеризуються конгломератом прояву характерних ознак VUCA-світу та особливо останнім часом BANI-світу [1, 2], стає притаманна зміна основних орієнтирів необхідності їх присутності на ринках збуту продукції. Поява нових рис якісних та кількісних ознак зовнішнього середовища обумовлено підвищенням рівня мобільності зовнішніх чинників і посиленням їх впливу на бізнес-середовище конкретних товаровиробників галузі. Тому можна вважати, що важливим завданням сьогодення кожного суб'єкта господарювання є підтримка стабільності своєї комерційної діяльності та забезпечення її прибутковості на галузевих територіальних ринках збуту виготовленої продукції.

Змістовна постановка задачі, на наш погляд, включає:

- актуальність проблематики конкретної задачі, яку необхідно розв'язати відповідно до мети кваліфікаційної роботи;
- характеристику особливостей методичного підходу до розв'язання задачі;
- складання та опис етапів вирішення задачі;
- приклад чисельного розв'язання поставленої задачі;
- аналіз отриманих результатів та надання відповідних рекомендацій керівництву підприємства, на основі статистичної інформації якого були проведені необхідні розрахунки.

Як було зазначено раніше, прибутковість підприємства «...є ключовим показником, який одночасно відображає результати фінансово-господарської діяльності та забезпечує ідентифікацію напрямів і резервів її підвищення» [11]. Прибутковість підприємства є відносним показником перетвореної форми додаткової вартості, виробленої і реалізованої, готової до розподілу, яка сформована в процесі суспільного відтворення для задоволення різноманітних потреб та інтересів персоналу підприємства та його власника. Ми поділяємо погляд вчених [65] відносно ствердження, що показники прибутковості є своєрідними критеріями ефективності господарювання, тотожними за економічним змістом показникам рентабельності, які комплексно характеризують ефективність ринкової діяльності підприємства, вимірюють цю ефективність із різних позицій відповідно до стратегічних цілей суб'єкта господарювання.

За визначенням [66] рентабельність (від нім. – прибутковий) характеризується співвідношенням прибутку та витрат, але вираженим у відсотках. На наш погляд, прибутковість підприємства доцільно розглядати як сукупність відповідних коефіцієнтів, кожен із яких характеризує певний вид ефективності комерційної діяльності конкретного підприємства.

У даній роботі пропонується використовувати коефіцієнти прибутковості підприємства, набір яких залежатиме від розміру підприємства, його диверсифікованості, інноваційної спрямованості його комерційної діяльності тощо. Такі показники, тобто коефіцієнти прибутковості, саме через свою відносність надають можливість: аналізувати, порівнювати аналогічні показники саме своїх конкурентів на конкретному ринку або на його цільових сегментах; розраховувати інтегральні показники оцінки прибутковості підприємств та порівнювати їх значення із конкурентами; оцінювати динаміку як окремих локальних показників прибутковості своєї ринкової діяльності, так й інтегрального показника оцінки прибутковості за різними умовами впливу чинників бізнес-

середовища. На наш погляд, для малих підприємств кількість оцінних коефіцієнтів прибутковості буде меншою у порівнянні із середніми чи великими підприємствами. Крім того окремі показники рентабельності для малих підприємств втрачають сенс, а значить і можливість їх трансформування у коефіцієнти прибутковості (наприклад, не може існувати за об'єктивних причин прибутковість акцій та ін.).

Змістовна постановка задачі містить певну низку етапів, реалізація кожного з яких підпорядкована досягненню поставленої мети. Мета розв'язання задачі полягає у моделюванні процесу розрахунку інтегрального показника оцінки прибутковості промислового підприємства в умовах мінливого бізнес-середовища, апробації синтезованої економіко-математичної моделі на прикладі статистичних даних малого промислового підприємства ТОВ «ХОУМНЕТ», м. Київ та проведенні аналізу отриманих результатів і формуванні окремих рекомендацій щодо підвищення прибутковості діяльності підприємства.

Етапи моделювання процесу розрахунку інтегрального показника оцінки прибутковості промислового підприємства наведені на рис. 3.1.

Відповідно до визначення, наведеного у [67], зазначимо, що: «Моделювання – один із прийомів вивчення економічних явищ і процесів, за допомогою якого можна чітко уявити досліджуваний об'єкт, описати його внутрішню структуру та охарактеризувати зовнішні зв'язки, дослідити і визначити вплив факторів на результативний показник». Тому початковим етапом розв'язання даної задачі є прийняття рішення топ-менеджерами щодо необхідності розрахунку інтегрального показника оцінки прибутковості підприємства станом на конкретну дату чи за конкретний рік або декілька років. Для цього готується наказ по підприємству, назначаються відповідальні виконавці, планується послідовність виконання робіт.

На другому етапі треба сформувати групу експертів для вибору математичної моделі та встановлення значущості кожної її складової.

Експертами зазвичай виступають топ-менеджери, які є провідними фахівцями (внутрішніми або зовнішніми) у фінансовій, інвестиційній, маркетинговій, інноваційній та кадровій сферах виробництва відповідно до особливостей постановки задачі.



Рисунок 3.1 – Етапи моделювання процесу розрахунку інтегрального показника оцінки прибутковості промислового підприємства

Джерело інформації: авторська розробка.

На цьому етапі треба оцінити коефіцієнт конкордації – показник W , який характеризує ступінь погодженості думок експертів. За умови $W < 0,5$,

треба буде переформувати склад експертної групи, за іншою умовою думки експертів більш погоджені. Безумовно, чим ближче значення коефіцієнта конкордації до 1,0, тим більш погоджені оцінки експертів [68].

При розв'язанні даної задачі на прикладі малого промислового підприємства було обрано три експерти, розрахункове значення коефіцієнта конкордації склало 0,784, тобто $W > 0,5$. Для наведення чисельного прикладу розв'язання даної задачі апріорі, але за узгодженням із директором підприємства, було прийнято до уваги, що усі складові математичної моделі мають однакову значущість (питому вагу), прийняту за одиницю.

Також на даному етапі було прийнято рішення обрати жорстко детерміновану модель факторного аналізу, а саме змішану модель детермінованого аналізу для розрахунку інтегрального показника оцінки прибутковості підприємства [67].

На третьому етапі передбачено формування сукупності показників оцінки прибутковості підприємства. Раніше у першому розділі кваліфікаційної роботи було доведено, що основними показниками прибутковості підприємства є його прибуток та рентабельність. Виходячи із цього постулату у якості локальних показників – складових шуканої математичної моделі для малого промислового підприємства було обрано такі, як:

- коефіцієнт прибутковості продажу (відношення чистого прибутку до чистого доходу від реалізації продукції);
- коефіцієнт прибутковості продукції (відношення чистого прибутку до собівартості реалізованої продукції);
- коефіцієнт прибутковості власного капіталу (відношення чистого прибутку до суми власного капіталу);
- коефіцієнт прибутковості сумарних активів (відношення прибутку до оподаткування до сукупних активів);

– коефіцієнт прибутковості основних засобів (відношення чистого прибутку до основних засобів);

– коефіцієнт загальної прибутковості підприємства (відношення валового прибутку до чистої виручки (чистого доходу) від реалізації продукції) [69, 70].

На четвертому етапі передбачено формування системи локальних оцінних показників, чисельні значення яких використовуються у подальших розрахунках відповідних коефіцієнтів прибутковості підприємства. Джерелом отримання вихідних даних, які необхідні для розв’язання даної задачі, як було зазначено у другому розділі даної кваліфікаційної роботи, є офіційний документ Додатку 1 до положення (стандарту) бухгалтерського обліку 25 «Фінансовий звіт суб’єкта малого підприємництва» у складі форми № 1-м «Баланс» та форми № 2-м «Звіт про фінансові результати».

Далі складемо таблицю 3.1, яка містить сукупність вихідних даних та їх чисельні значення за два останні роки отримання бухгалтерської документації малого промислового підприємства «ХОУМНЕТ». Доцільно зазначити, що валовий прибуток розраховано як різницю між показником чистого доходу від реалізації продукції та її собівартістю.

Таблиця 3.1 – Вихідні дані для розв’язання задачі

| № з/п | Назва показника | Чисельне значення показника станом на початок року, тис. грн. | |
|-------|----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|--------|
| | | 2021 | 2022 |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Сумарні активи | 501,5 | 722,2 |
| 2 | Основні засоби | 92,9 | 102,8 |
| 3 | Власний капітал | 143,6 | 149,6 |
| 4 | Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 3280,2 | 3299,5 |
| 5 | Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) | 12,9 | 5,0 |
| 6 | Валовий прибуток | 3267,3 | 3294,5 |
| 7 | Фінансовий результат (прибуток) до оподаткування | 33,3 | 7,4 |
| 8 | Чистий прибуток | 27,3 | 6,1 |

На п'ятому етапі провадиться розрахунок кожного обраного до включення до математичної моделі коефіцієнта прибутковості малого промислового підприємства та оцінюються його можливі резерви підвищення прибутковості за окремими коефіцієнтами. Отримані проміжні результати розрахунків наведені у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2 – Результати розрахунку коефіцієнтів прибутковості малого підприємства та резервів їх підвищення

| № з\п | Назва коефіцієнту прибутковості | Значення коефіцієнта прибутковості станом на початок року | | Резерв підвищення (+) прибутковості, (гр.4-гр.3) |
|-------|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|--------|--------------------------------------------------|
| | | 2021 | 2022 | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Коефіцієнт прибутковості продажу | 0,0083 | 0,0018 | -0,0065 |
| 2 | Коефіцієнт прибутковості власного капіталу | 0,1901 | 0,4080 | +0,2179 |
| 3 | Коефіцієнт прибутковості сумарних активів | 0,0664 | 0,0102 | -0,0562 |
| 4 | Коефіцієнт прибутковості продукції | 2,1163 | 1,2200 | -0,8963 |
| 5 | Коефіцієнт прибутковості основних засобів | 0,2939 | 0,0593 | -0,2343 |
| 6 | Коефіцієнт загальної прибутковості підприємства | 0,9961 | 0,9985 | +0,0025 |

Отже, на даному етапі доцільним стає розрахунок можливих резервів підвищення рівня коефіцієнтів прибутковості підприємства. Можна зробити висновок, що мале підприємство ТОВ «ХОУМНЕТ» за аналізований термін часу має резерви покращення тільки двох своїх показників, а саме: коефіцієнт прибутковості власного капіталу зріс на +0,2179, що відповідає темпу його росту 2,146; коефіцієнт загальної прибутковості підприємства зріс на +0,0025, що відповідає темпу його росту 1,002.

Треба зауважити, що забезпечення зростання прибутковості власного капіталу є важливим завданням для менеджерів будь-якого підприємства, тим паче, що відповідно до міжнародних стандартів бізнес-планування цей показник застосовується як один із фінансових показників ефективності оцінки бізнес-планів [71].

На шостому етапі провадиться експертна оцінка значущості складових елементів обраної математичної моделі, яку буде наведено у підрозділі 3.2. Априорі раніше було зазначено, що за попередньою домовленістю із директором даного підприємства значущість кожної складової математичної моделі (формула 3.1) буде матиме однакове значення, тобто одиниці.

Тем не менш було прийнято рішення сформувавши кінцеву розрахункову таблицю, у якій буде надано експертну значущість кожної складової інтегрального показника оцінки прибутковості підприємства. Так, для коефіцієнтів прибутковості продажу, власного капіталу, продукції та загальної прибутковості коефіцієнт значущості склав 0,2, а для інших двох коефіцієнтів прибутковості – 0,1. Таким чином, сумарне значення питомої ваги дорівнює одиниці.

Оскільки на даному етапі експертами було прийнято рішення оцінити показник імовірності впливу ризиків у розмірі $P=0,7$, то правомірно вважати, що не тільки кожен коефіцієнт прибутковості, але й резерви підвищення відповідно треба відкоригувати за цим показником. Таким чином коефіцієнт прибутковості власного капіталу зріс на $0,2179 \times 0,7 = 0,1525$, а коефіцієнт загальної прибутковості – на $0,0025 \times 0,7 = 0,0018$.

На передостанньому сьомому етапі надається опис математичної моделі розв'язання поставленої задачі та розраховується шуканий інтегральний показник оцінки прибутковості малого промислового підприємства за таких умов: урахування та не урахування імовірності впливу ризиків; урахування та не урахування питомої ваги (значущості) кожного коефіцієнту прибутковості. Отримані результати наведено у таблиці 3.3.

На восьмому завершальному етапі аналізуються отримані результати проведених розрахунків та надаються певні рекомендації менеджменту конкретного підприємства щодо перспектив їх використання на практиці. Аналіз отриманих даних свідчить про те, що будь за яких умов проведення

розрахунків шукані показники у попередньому році мали кращі значення, ніж у наступному році.

Таблиця 3.3 – Результати розрахунку інтегрального показника оцінки прибутковості малого підприємства за різних умов

| № з\п | Умова розрахунку інтегрального показника оцінки прибутковості підприємства | Значення інтегрального показника станом на початок року | | Абсолютна зміна інтегрального показника оцінки прибутковості, (гр.4-гр.3) |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|--------|---------------------------------------------------------------------------|
| | | 2021 | 2022 | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Рівна значущість коефіцієнтів прибутковості та не урахування показника імовірності | 3,6711 | 2,6978 | -0,9733 |
| 2 | Рівна значущість коефіцієнтів прибутковості та урахування показника імовірності | 2,5698 | 1,8885 | -0,6813 |
| 3 | Не рівна значущість коефіцієнтів прибутковості та не урахування показника імовірності | 0,6989 | 0,5346 | -0,1543 |
| 4 | Не рівна значущість коефіцієнтів прибутковості та урахування показника імовірності | 0,4892 | 0,3742 | -0,1150 |

Далі наведемо математичну модель, опишемо її складові, представимо зразки екранних форм вихідних даних, проміжної інформації та результатів проведених розрахунків.

3.2 Математична модель розв'язання задачі

Синтезуємо математичну модель розрахунку інтегрального показника оцінки прибутковості промислового підприємства в умовах нестабільного бізнес-середовища у вигляді детермінованої змішаної моделі. Для урахування нестабільності впливу чинників бізнес-середовища на кінцеві результати розрахунків у математичну модель введемо множником експертну оцінку

показника імовірності впливу ризиків ($P=0,7$) та питому вагу (значущість) a_i відповідного i -го коефіцієнту прибутковості.

Отже шукана математична модель буде мати такий загальний вигляд:

$$\Pi_{CPA} = P \times \sum_{i=1}^n (a_i \times PR_i), \quad (3.1)$$

де Π_{CPA} – це інтегральний показник оцінки прибутковості компанії (an integral indicator of the company's profitability assessment) в умовах нестабільного бізнес-середовища;

P – імовірність впливу ризиків (probability of exposure to risks) на прибутковість підприємства;

a_i – значущість i -го коефіцієнта прибутковості (profitability ratio) підприємства; $i=(1;n)$;

n – кількість оцінюваних коефіцієнтів прибутковості підприємства, $n=6$;

PR_i – i -ий коефіцієнт прибутковості підприємства;

Наведемо формули розрахунку зазначених вище коефіцієнтів прибутковості підприємства відповідно до літературних джерел [59, 62- 65] та ін.

Коефіцієнт прибутковості продажу $KП_{П}$ розраховується за такою формулою:

$$KП_{П} = \frac{ЧП}{ЧД_{pn}}, \quad (3.2)$$

де $ЧП$ – чистий прибуток підприємства;

$ЧД_{pn}$ – чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг).

Коефіцієнт прибутковості продукції $KП_{ПР}$ розраховується за такою формулою:

$$КП_{ПР} = \frac{ЧП}{C_{pn}}, \quad (3.3)$$

де C_{pn} – собівартість реалізації продукції (товарів, робіт, послуг).

Коефіцієнт прибутковості власного капіталу $КП_{ВК}$ розраховується за такою формулою:

$$КП_{ВК} = \frac{ЧП}{ВК}, \quad (3.4)$$

де $ВК$ – власний капітал сумарний.

Коефіцієнт прибутковості сумарних активів $КП_{СА}$ розраховується за такою формулою:

$$КП_{СА} = \frac{\Pi_{до}}{СА}, \quad (3.5)$$

де $\Pi_{до}$ – прибуток до оподаткування;

$СА$ – сукупні активи підприємства.

Коефіцієнт прибутковості основних засобів $КП_{ОЗ}$ розраховується за такою формулою:

$$КП_{ОЗ} = \frac{ЧП}{ОЗ}, \quad (3.6)$$

де $ОЗ$ – основні засоби підприємства.

Коефіцієнт загальної прибутковості підприємства $КП_{ЗПР}$ розраховується за такою формулою:

$$КП_{зпп} = \frac{ВП}{ЧД_{рн}}, \quad (3.7)$$

де $ВП$ – валовий прибуток підприємства.

Показник валового прибутку підприємства розраховується за такою формулою:

$$ВП = ЧД_{рн} - C_{рн}, \quad (3.8)$$

Розрахунок локальних показників – коефіцієнтів прибутковості та інтегрального показника оцінки прибутковості підприємства з урахуванням значущості кожної його складової та імовірності отримання відповідних розрахункових результатів виконано у середовищі Microsoft Excel і є файлом «Оцінка *II_CPA.xls*». Сформовані екранні форми документів, що містять вихідні дані, проміжні результати розрахунків локальних показників – коефіцієнтів прибутковості та інтегрального показника оцінки прибутковості підприємства у цілому за різними варіантами, що реалізує ситуаційний підхід до урахування впливу чинників бізнес-середовища, наведені на рис. 3.2 – 3.4 відповідно.

| A | B | C | D |
|-------|---------------------------------|---------------------------------------------------------------|--------|
| № з/п | Назва показника | Чисельне значення показника станом на початок року, тис. грн. | |
| | | 2021 | 2022 |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Сумарні активи | 501,5 | 722,2 |
| 2 | Основні засоби | 92,9 | 102,8 |
| 3 | Власний капітал | 143,6 | 149,6 |
| 4 | Чистий дохід від реалізації | 3280,2 | 3299,5 |
| 5 | Собівартість реалізованої | 12,9 | 5 |
| 6 | Валовий прибуток | 3267,3 | 3294,5 |
| 7 | Фінансовий результат (прибуток) | 33,3 | 7,4 |
| 8 | Чистий прибуток | 27,3 | 6,1 |

Рисунок 3.2 – Зразок екранної форми «Вихідні дані»

| A | B | C | D | E |
|-------|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|--------|--------------------------------------------------|
| № з\п | Назва коефіцієнту прибутковості | Значення коефіцієнта прибутковості станом на початок року | | Резерв підвищення (+) прибутковості, (гр.4-гр.3) |
| | | 2021 | 2022 | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Коефіцієнт прибутковості продажу | 0,0083 | 0,0018 | 0,0065 |
| 2 | Коефіцієнт прибутковості власного капіталу | 0,1901 | 0,408 | +0,2179 |
| 3 | Коефіцієнт прибутковості сумарних активів | 0,0664 | 0,0102 | 0,0562 |
| 4 | Коефіцієнт прибутковості | 2,1163 | 1,22 | 0,8963 |
| 5 | Коефіцієнт прибутковості | 0,2939 | 0,0593 | 0,2343 |
| 6 | Коефіцієнт загальної прибутковості підприємства | 0,9961 | 0,9985 | +0,0025 |

Рисунок 3.3 – Зразок екранної форми проміжних результатів розрахунку «Коефіцієнти прибутковості»

| A | B | C | D | E |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|--------|---------------------------------------------------------------------------|
| № з\п | Умова розрахунку інтегрального показника оцінки прибутковості підприємства | Значення інтегрального показника станом на початок року | | Абсолютна зміна інтегрального показника оцінки прибутковості, (гр.4-гр.3) |
| | | 2021 | 2022 | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Рівна значущість коефіцієнтів прибутковості та не урахування показника імовірності | 3,6711 | 2,6978 | -0,9733 |
| 2 | Рівна значущість коефіцієнтів прибутковості та урахування показника імовірності | 2,5698 | 1,8885 | -0,6813 |
| 3 | Не рівна значущість коефіцієнтів прибутковості та не урахування показника імовірності | 0,6989 | 0,5346 | -0,1543 |
| 4 | Не рівна значущість коефіцієнтів прибутковості та урахування показника імовірності | 0,4892 | 0,3742 | -0,115 |

Рисунок 3.4 – Зразок екранної форми результатів розрахунку «Інтегральний показник оцінки прибутковості підприємства: ситуаційний підхід»

Отримані результати проведених розрахунків надають можливість проаналізувати шукані показники прибутковості та сформулювати певну сукупність заходів, які можна рекомендувати керівництву малого промислового підприємства для покращення його ринкових позицій у майбутньому.

3.3 Аналіз отриманих результатів та надання рекомендацій

Проведення аналізу отриманих даних, які наведено на рис. 3.2-3.4 у форматі зразків відповідних екранних форм документів, свідчить про те, що досліджуване мале промислове підприємство ТОВ «ХОУМНЕТ» характеризується негативними змінами інтегрального показника прибутковості своєї ринкової діяльності за різних умов урахування імовірності та значущості локальних показників – коефіцієнтів прибутковості. Тому доцільним є надання певних рекомендацій керівництву даного підприємства з метою звернення його уваги на необхідність оцінити можливості реалізації окремих пропозицій у формі окремих заходів.

Вважаємо заключною стадією процесу аналізу прибутковості підприємства визначення можливих шляхів підвищення інтегрального показника оцінки прибутковості підприємства, що є можливим, перш за все, за рахунок підвищення прибутку підприємства та реалізації інших заходів, а саме:

- підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства, що забезпечує зростання обсягу реалізації виготовленої продукції (виконаних робіт, наданих послуг) на галузевому ринку збуту або на його окремих цільових сегментах;
- підвищення ефективності інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства, що забезпечує залучення додаткового капіталу для розвитку підприємства;
- підвищення ефективності використання матеріально-технічної бази підприємства;
- оптимізація організаційної структури управління підприємства, складу та структури його обігових коштів;

- забезпечення ефективного управління витратами у процесі виробництва продукції;
- впровадження інновацій у процес виробничої діяльності підприємства, що забезпечує виготовлення більш конкурентоспроможної продукції;
- підвищення продуктивності праці персоналу підприємства;
- підвищення інноваційної активності персоналу підприємства, що сприяє використанню інноваційних підходів у процесі виробничої діяльності;
- підвищення рівня інноваційної сприйнятливості працівників підприємства, що проявляється в їх готовності засвоювати нові технології виробництва;
- підвищення ефективності системи менеджменту підприємства у цілому тощо.

Таким чином, практична реалізація цих заходів буде забезпечувати зростання інтегрального показника прибутковості підприємства, а також сприяти зростанню ринкової частки підприємства та рівня його конкурентоспроможності у нестабільному бізнес-середовищі.

3.4 Економічне обґрунтування розробки

Відповідно до методичних рекомендацій кафедри ЕК ХНУРЕ до виконання здобувачами другого (магістерського) рівня освіти кваліфікаційних робіт та їх оформлення [74, 75] економічне обґрунтування виконаної розробки представлено на рис. 3.5 у формі побудованої схеми структурно-логічної характеристики отримання результатів розрахунку інтегрального показника оцінки прибутковості підприємства, яке було

обрано у даній кваліфікаційній роботі у якості фактологічної бази дослідження.

При побудові даної схеми на рис. 3.5 були прийняті такі позначення, як: ТОВ – товариство з обмеженою відповідальністю; ЗВО – заклад вищої освіти; *II_CPA* – інтегральний показник оцінки прибутковості промислового підприємства (an integral indicator of the company's profitability assessment) в умовах нестабільного бізнес-середовища.

| 1. Результати дослідження | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>1.1 Теоретичні:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проаналізовано теоретичні аспекти оцінки прибутковості підприємства; - досліджено взаємозв'язок прибутковості із маркетинговим потенціалом; - проведено аналіз математичних моделей оцінки прибутковості | <p>1.2 Аналітичні:</p> <ul style="list-style-type: none"> - надано загальну характеристику ринкової діяльності ТОВ «ХОУМНЕТ»; - проведено за останні роки аналіз економічних показників і фінансових результатів діяльності малого підприємства | <p>1.3 Експериментально-практичні:</p> <ul style="list-style-type: none"> - зроблено змістовну постановку задачі; - розроблено математичну модель та проведено чисельне розв'язання задачі; - виконано економічне обґрунтування розробки |
| 2. Сфера використання – фінансово-економічна діяльність підприємств | | |
| 3. Структурно-функціональна характеристика використання практичних результатів | | |
| <p>3.1 Функціональне призначення:</p> <p>розрахунок інтегрального показника оцінки прибутковості <i>II_CPA</i> підприємства</p> | <p>3.2 Структурна належність:</p> <p>вища та середня ланка управління промислових підприємств: top та middle рівень</p> | <p>3.3 Склад користувачів:</p> <p>економісти, менеджери підприємств, здобувачі вищої освіти ЗВО країни</p> |
| <p>4. Можливі сфери практичного використання результатів:</p> <p>підприємства різних видів економічної діяльності, організаційних форм та розмірів; аналітичні центри; ЗВО при викладанні циклу економічних дисциплін</p> | | |
| <p>5. Перспективи подальших досліджень:</p> <p>розробка відповідного програмного забезпечення для реалізації запропонованих пропозицій у практичній діяльності суб'єктів господарювання та у навчальному процесі ЗВО країни</p> | | |

Рисунок 3.5 – Схема структурно-логічної характеристики отримання та використання результатів дослідження

Відповідно до [74] вважається, що подана схема структурно-логічної характеристики відображує кінцеві результати проведених у кваліфікаційній роботі досліджень та містить перелік окремих рекомендацій щодо перспектив подальшого їх використання.

Слід зазначити, що результати, які було отримано у процесі виконання даної роботи, тобто результати проведення дослідження, поділяють, як це видно з рис. 3.5, на три самостійні групи: теоретичні; аналітичні; методично-практичні. Після стислого опису змістовного наповнення кожної із цих трьох груп вказуються: загальна сфера використання здобутків науково-практичної спрямованості; структурно-функціональна характеристика використаних практичних результатів дослідження; можливі сфери практичного використання результатів виконаної роботи; можливі перспективи напрямів проведення подальших досліджень.

До особливостей науково-практичного використання запропонованої методики можна віднести: алгоритмізацію процесу проведення розрахунків кожної інтегрального показника оцінки прибутковості підприємств, що у динаміці надає корисну та актуальну інформацію для менеджменту підприємств; методичний підхід до визначення локальних показників прибутковості підприємства; установлення впливу елементів маркетингового потенціалу підприємства на кожну складову інтегрального показника оцінки його прибутковості.

Висновки до третього розділу

Третій розділ роботи присвячено економіко-математичному моделюванню процесу розрахунку інтегрального показника оцінки прибутковості підприємства. Було зроблено змістовну постановку задач,

ураховуючи те, що прибутковість є фінансовим результатом господарської діяльності комерційних підприємств та характеризує ефективність цієї діяльності з погляду здатності забезпечувати отримання прибутку та ефективне відтворення будь-яких вкладених та використаних ресурсів залежно від напрямку дослідження.

Було розроблено відповідну математичну модель інтегрального показника та на чисельному прикладі малого промислового підприємства було проведено апробацію даної математичної моделі. За результатами аналізу отриманих результатів було запропоновано шляхи зростання прибутковості даного підприємства. Крім того у даному розділі приведені зразки відповідних екранних форм документів та проведене економічне обґрунтування роботи.

ВИСНОВКИ

Економічна ефективність промислових підприємств розглядається як інтегрована економічна категорія, яка відображає у грошовій формі співвідношення витрат і результатів функціонування підприємства в умовах нестабільного, мінливого, невизначеного бізнес-середовища. За проведеними дослідженнями фахової літератури було з'ясовано, що питання економічної ефективності є об'єктом дослідження багатьох зарубіжних та вітчизняних учених. Проте незважаючи на велику кількість робіт, присвячених дослідженню теоретичних та практичних питань економічної ефективності промислових підприємств, потребує подальшого вивчення економічна категорія «прибутковість підприємства», її локальні показники та процес моделювання інтегрального показника оцінки прибутковості промислового підприємства. Більш того останнім часом забезпечення прибутковості діяльності вітчизняних підприємств набуває особливої значущості у системі управління підприємством та привертає підвищену увагу керівництва для вирішення комплексу взаємопов'язаних з цим питань. Це визначило тему даної кваліфікаційної роботи та її змістовне наповнення.

Перший розділ роботи присвячено вивченню теоретично-методичних засад моделювання процесу оцінки прибутковості промислового підприємства. Було розглянуто теоретичні аспекти дослідження прибутковості підприємства у системі таких споріднених категорій ефективності, як дохідність, рентабельність та прибутковість; проведено аналіз поглядів вчених на визначення дефініції шуканого показника.

Було акцентовано увагу на необхідність звернення уваги науковців на посилення або відновлення взаємозв'язку, який існує між прибутковістю підприємства та його комплексом маркетингу в умовах сучасного бізнес-середовища. Такий взаємозв'язок у роботі запропоновано розглянути з

позицій формування на підприємстві певного ланцюжка: «бізнес-середовище-маркетинговий потенціал-комплекс маркетингу- інструментарій маркетингу («4Р»)-споживач-купівля товару-прибуток-прибутковість-інтегральний показник оцінки прибутковості підприємства». Було розроблено схему взаємозв'язку маркетингового потенціалу, комплексу маркетингу «4Р» та прибутку підприємства. Проведено аналіз математичних моделей оцінки показників прибутковості підприємства.

У другому розділі роботи було проведено техніко-економічний аналіз функціонування промислового підприємства ТОВ «ХОУМНЕТ» на галузевому ринку. Було з'ясовано, що дане мале промислове підприємство зареєстровано 12.10.2010 та має недержавну власність. Основним видом діяльності даного підприємства є діяльність у сфері провідного електрозв'язку. До інших видів діяльності віднесено такі, як: електромонтажні роботи (43.21); діяльність посередників, що спеціалізуються в торгівлі іншими товарами (46.18); виробництво ювелірних і подібних виробів (32.12) та ін.

За даними з податкових реєстрів України підприємство ТОВ «ХОУМНЕТ» перебуває на обліку в органах доходів та зборів. Офіційно зафіксовано, що по реєстру «Дізнайся більше про свого бізнес-партнера» на 17.05.2022 підприємство ТОВ «ХОУМНЕТ» не має податкового боргу. Підприємство має Дійсне свідоцтво ПДВ в реєстрі платників ПДВ. Також з'ясовано, що відсутня реєстрація даного підприємства в Реєстрі неприбуткових установ та організацій.

Було проведено ретроспективний аналіз економічних показників діяльності малого підприємства та аналіз його фінансових результатів. Виявлено, що баланс підприємства зріс на 217,1 тис. грн. Досліджуване підприємство ТОВ «ХОУМНЕТ» станом на 22.09.23 має ознаки прибутковості, про що свідчать дані його фінансової звітності. Проте чистий прибуток підприємства знизився на 21,2 тис. грн.

У третьому розділі роботи було проведено економіко-математичне моделювання процесу розрахунку інтегрального показника оцінки прибутковості підприємства. За цієї мети було виконано змістовну постановку задачі. Також було синтезовано математичну модель розрахунку інтегрального показника оцінки прибутковості підприємства, за отриманими результатами запропоновано шляхи зростання прибутковості даного підприємства. У третьому розділі приведені зразки відповідних екранних форм документів та проведене економічне обґрунтування роботи.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Стегоненко І. Нові виклики: прощай, світ VUCA, ласкаво просимо у світ BANY. Mind.ua. URL: <https://mind.ua> > openmind (дата звернення: 15.11.2023).
2. Савицька О. М., Салабай В. О. Ефективність діяльності та управління підприємством: особливості використання теорії, методології, та результативності аналітичних досліджень. *Ефективна економіка*. 2019. № 6 (дата звернення: 06.11.2023).
3. Перерва П. Г., Кравчук А. В. Ефективність як економічна категорія. *Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Економічні науки*. 2018. № 15 (1291). С. 137-143.
4. Баглаєва Н. С., Суховєєва Ю. А. Теоретична сутність поняття економічна ефективність діяльності підприємства. *Вісник СНТ ННІ бізнесу і менеджменту ХНТУСГ*. 2020. Вип. 2. С. 98-101.
5. Бурковський А. П., Бурковський П. А. Дохідність та шляхи підвищення прибутковості вітчизняних промислових підприємств. *Вісник Кам'янець-Подільського національного університету ім. І. Огієнка. Економічні науки*. 2013. Вип. 7. С.58-70.
6. Братанич М. В., Полозова Т. В. Визначення сутності економічної ефективності та класифікація її видів. *Економіка промисловості*. 2010. № 4. С. 153-155.
7. Туренко А. М., Дмитрієв І. А., Іванілов О. С., Шевченко І. Ю. Словник економіста та підприємця. Х. : ХНАДУ, 2018. 340 с.
8. Стригуль Л. С., Тур Г. Є., Нгуєн Т. М. Х. Ефективність та прибутковість: теоретичний аспект. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 36. С. 287-292.

9. Гайбура Ю. А., Загнитко Л. А. Прибутковість підприємства: поняття, фактори, резерви. *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету*. 2017. №24(2) С. 99-104

10. Глянь Т. І. Систематизація підходів до визначення підходів сутності поняття «прибутковість». *Вісник СНТ ННІ бізнесу і менеджменту ХНТУСГ*. 2020. №1. С 65-67

11. Кучер Л. Ю. Науково-теоретичні підходи до інтерпретації дефініції «прибутковість». URL: [http:// khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_99/06.pdf](http://khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_99/06.pdf). (дата звернення: 22.10.2019).

12. Марченко Д.О. Оцінка прибутковості підприємства та напрями її підвищення. *Наукова думка сучасності та майбутнього*: матеріали 33 всеукр. практично-пізнавальної конференції, м. Дніпро, 29 листопада - 5 грудня 2019р. Дніпро: ГО «Вектор пошуку». С.37-39

13. Палійчук Є. С., Шипович М. І. Ефективні методи підвищення прибутковості на ВАТ «Мукачівський верстатозавод» на сучасному етапі *Ефективна економіка*. 2017. №12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5964> (дата звернення: 11.11.2023).

14. Адгозалов Афсун Етірам Огли. Методичні підходи до оцінювання прибутковості підприємства. *Конференції ВНТУ*. <https://conferences.vntu.edu.ua> > download (дата звернення: 11.11.2023).

15. Єпіфанова І. Ю., Гуменюк В. С. Методика оцінювання прибутковості підприємства. *Економіка і суспільство*, 2017. № 12. С. 251-254.

16. Суханова А.В., Гацанюк В.В. Прибутковість підприємства та шляхи її підвищення URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wpcontent/uploads/2017/01/430.pdf> (дата звернення: 10.11.2023).

17. Мелень О. В., Холондач Ю. Ю. Актуальні питання прибутковості підприємства та шляхи її збільшення. *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.
18. Фінанси - Термінологічний словник. sites.google.com. URL: <https://sites.google.com> > site (дата звернення: 22.11.2023).
19. Рентабельність підприємства: активи, продажі, капітал. Школа бізнесу. Нова пошта. URL: <https://online.novaposhta.education> > ... (дата звернення: 04.11.2023).
30. Закін М. О., Соколова Л. В. Прибутковість підприємства та маркетинговий потенціал: визначення та взаємозв'язок. *Бухгалтерський облік, контроль та аналіз в умовах інституційних змін: Збірник наукових праць VI Всеукраїнської науково-практичної конференції*. м. Полтава, 26 жовтня 2023 р. Полтава, 2023. С. 45-46. (900 с.)
31. Котлер Філіп, Армстронг Гарі. Основи маркетингу. Діалектика. 2020. 880 с.
32. Багорка М. О., Юрченко Н. І. Маркетинговий потенціал як адаптаційний складник сучасного економічного розвитку підприємств. National Aviation University. URL: <http://psae-jrnl.nau.in.ua> > 2_76_2020_ukr (дата звернення 19.09.2023).
33. Маркетинг: навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
34. Кібік О. М., Котлубай В. О., Хаймінова Ю. В., Нестерова К. С., Калмикова Н. Ю. Маркетинг: навч.-метод. посіб. Одеса, 2020. 68 с.
35. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навч. посіб. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
36. Економічний словник онлайн. Словари онлайн. URL: <https://ekonomichnij-slovník.slovaronline.com> (дата звернення: 07.01.2024).

37. Маринич І. А., Кадилович Н.Р Наукові підходи до формування потенціалу підприємства. Л.: Изд-во НЛТУ, 2011. Вип. 20.15. 224 с
38. Телишевська Л. І., Комишан О. І., Сергеев С. С. Маркетинговий потенціал у підвищенні прибутковості підприємства. *Механізм регулювання економіки*. 2012. № 3. С. 126–132.
39. Gbc-time Що таке маркетинг мікс [комбінація чотирьох P]. URL: <https://ua.gbc-time.com/article/sho-take-marketing-miks-kombinaciya-chotiroh-r66178.html> (дата звернення: 02.01.2024).
40. Тема 3. Загальна характеристика маркетинг-міксу на підприємстві URL: <https://studfile.net/preview/16459984/> (дата звернення: 02.01.2024).
41. NetHunt CRM. Що таке лід? Все про лідів та лідогенерацію. URL: <https://nethunt.ua/blog/shcho-takie-lid-vsie-pro-lidi-ta-lidoghienieratsiiu/> (дата звернення: 31.12.2023).
42. Пижьянов С. Маркетинговий потенціал в економічній діяльності промислових підприємств. *Вчені записки Університету «КРОК»*, 2023. № 1 (69). С. 101-109.
43. Конспект лекцій з дисципліни «Маркетинг» для студентів спеціальності 051 Економіка за освітньо-професійною програмою «Економічна кібернетика» / Упоряд. Л. В. Соколова. Харків: ХНУРЕ, 2023. 180 с.
44. Маркетинг: навчальний посібник. / С. І. Чеботар та ін.. Київ: Наш час, 2007. 504 с.
45. Іванець Н. І. Прибутковість підприємства як основний показник ефективності його діяльності. *Журнал науковий огляд*, 2017. № 3 (45). <https://naukajournal.org/index.php/naukajournal/article/view/1140/1254> (дата звернення 08.01.2024).
46. Слабко Я. Я. Планування прибутковості підприємства на основі використання економіко-математичного моделювання. *Ефективна*

економіка, 2012. № 9. <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1369> (дата звернення 08.01.2024).

47. Штефан Н. М., Михайліченко В. С. Математичні методи та моделі в управлінні прибутком підприємства. *Ефективна економіка*, 2021. № 9. <http://www.economy.nauka.com.ua/pdf> (дата звернення: 16.12.2023).

48. Єпіфанова І. Ю., Джеджула В. В. Фінансовий аналіз та звітність: практикум. Вінниця : ВНТУ, 2017. 143 с.

49. Журавльова Т. О. Оцінка прибутковості вітчизняних підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*, 2019. № 9. С. 24-28.

50. ТОВ ХОУМНЕТ. Про підприємство. https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/37311102/ (дата звернення: 22.09.2023).

51. Електронна юридична допомога WikiLegaleid. Поняття кінцевий бенефіціарний власник (контролер). Безоплатна правова допомога. <https://wiki.legalaid.gov.ua/index.php/> (дата звернення: 22.09.2023).

52. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 р. № 436. *Офіційний Вісник України*. 2003. № 11. Ст. 462.

53. Кодекс Законів про працю України. Закон України зі змінами від 19.04.2011 № 3231-VI. *Відомості Верховної Ради України*. 2011. № 42. С. 431.

54. Менеджмент: підручн. /С. Ю. Бірюченко, К. О. Бужимська, І. В. Бурачек та ін.; під заг. ред. Т. П. Остапчук. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка». Житомир: Вид-во «Рута», 2021. 856 с.

55. Економіка підприємства: підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельніка. Видавництво Університетська книга, 2023. 874 с.

56. Гринчуцький В. І., Карапетян Е. Г., Погріщук Б. В. Економіка підприємства. 2-ге вид. К.: Центр навчальної літератури. 2019. 304 с.

57. Іванілов О. С. Економіка підприємства: підруч. ЦУЛ. 2019. 725 с.

58. Романченко Н В. Економіка підприємства: навч. посіб. К. : Центр учбової літератури. 2019. 728 с.
59. Ковтуненко Ю. В., Олексійчук А. Г. Фінансовий результат діяльності підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип.12. С. 234-238
60. Онлайн-сервіс з розрахунку фінансового стану підприємства. Показники рентабельності підприємства. URL: <https://fin-admin.com/ua/fnansovij-analz/43-pokazniki-rentabelnost-pdprimstva.html> (дата звернення: 23.09.2023).
61. Кобилецький В. Р. Рентабельність. Сутність та показники. *Онлайн-журнал «Financial Analysis online»*. URL: <https://analizua.com/metodyka-rozrakhunku-2/229-rentabelnist> (дата звернення: 23.09.2023).
62. Фінансовий менеджмент: підручник / В. П. Мартиненко, Н. І. Климаш, К. В. Багацька, І. В. Дем'яненко [та ін.]; за заг. ред. Т. А. Говорушко. Львів: Магнолія 2006, 2014. 344 с.
63. Фінанси підприємств: навч. посіб. / Н С.Ситник , С. Д. Смоленська, І.Ф.Ясіновська; за заг. ред. Н С. Ситник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2020. 402 с.
64. Фінансовий аналіз. навч. посіб. / І. П. Отенко, Г. Ф. Азаренков, Г. А. Іващенко. Харків: Вид. ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 168 с.
65. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л. Л. та проф. Кривов'язюка І. В. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2020. 700 с.
66. Вікіпедія. Рентабельність. <https://uk.wikipedia.org> > wiki (дата звернення: 21.12.2023).
67. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Фінансовий аналіз». Для студентів, які навчаються за напрямом підготовки 6.030508 «Фінанси і кредит» галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво» (усі форми

навчання)/ ХТЕІ КНТЕУ; [Кафедра фінансів; Укладачі: Литвиненко О.Д., Приходько Н.І.]– Х.: РВВ ХТЕІ КНТЕУ, 2021. 112 с.

68. Аністратенко В. О., Федоров В. Г. Математичне планування експериментів в АПК. К.:Вища школа,1993. 374с.

69. Школа бізнесу Нова пошта. Дохід, виручка, прибуток: основні фінансові показники. <https://online.novaposhta.education/blog/finansovi-rokazniki-pidpriyemtsva> (дата звернення: 21.12.2023).

70. Вікіпедія. Коефіцієнт рентабельності валового прибутку. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/коефіцієнт_рентабельності_валового_прибутку (дата звернення: 21.12.2023).

71. Вікіпедія. Рентабельність власного капіталу URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/рентабельність_власного_капіталу (дата звернення: 22.12.2023).

72. Жигалкевич Ж. М., Кам'янська О. В. Фінансовий менеджмент: навч. посіб. для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент». Київ: КПІ ім. І. Сікорського, 2022. 214 с.

73. Квасовський І. О., Кнейслер О. В., Ніпіаліді О. Ю. Фінансовий менеджмент: підруч. Тернопіль: ТНЕУ, 2018. 478 с.

74. Методичні вказівки до виконання кваліфікаційної роботи для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 051 Економіка освітньої програми «Економічна кібернетика» / Упоряд.: Т.В. Полозова, Л.В. Соколова, С.В. Гришко, В.В. Кирій, О.В. Мурзабулатова, І.А. Шейко, С.В. Степаненко. Електронне видання. Харків: ХНУРЕ, 2023. 56 с. pdf 0,75 Мб.

75. Методичні вказівки до оформлення контрольних, курсових та кваліфікаційних робіт (проектів) для здобувачів усіх форм навчання спеціальностей 051 Економіка та 073 Менеджмент / Упоряд.: Т.В. Полозова, І.В. Колупаєва, Н.В. Довгопол, І.А. Шейко, І.Б. Прібильнова. Харків: ХНУРЕ, 2021. 26 с.