

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Сумський державний університет
Шосткинський інститут
Кафедра економіки та управління

«До захисту допущено»
В. о. завідувача кафедри
_____ Мануйлович Ю. М.
(підпис) (прізвище та ініціали)
«03» червня 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 051 «Економіка»,
освітньо-професійної програми «Економіка і бізнес»

на тему: Рентабельність підприємства та шляхи її підвищення

Студента (ки) групи Ез-01ш _____ Колесніченко Людмила Геннадіївна
(шифр групи) (прізвище, ім'я, по батькові)

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

_____ Л. Г. Колесніченко
(підпис) (ініціали та прізвище студента)

Керівник _____ ст. викладач, к.е.н., Пригара І. О. _____
(посада, науковий ступінь, вчене звання, прізвище та ініціали) (підпис)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Шосткинський інститут
Кафедра економіки та управління

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. завідувача кафедри економіки та управління
Мануйлович Ю. М.

«26» _____ січня _____ 2024 р.

ЗАВДАННЯ ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА

за спеціальністю 051 Економіка,

освітньо-професійної програми «Економіка і бізнес»

студентці групи _____ Ез-01ш

(шифр та номер групи)

Колесніченко Людмила Геннадіївна

(ПІБ студента)

1. Тема роботи _____ Рентабельність підприємства та шляхи її підвищення

затверджена наказом по ШІ СумДУ № 16-ОД від «01» квітня 2024 р.

2. Термін подання студентом закінченої роботи _____ 30.05.2024

3. Мета кваліфікаційної роботи: аналіз рентабельності підприємства та шляхів її підвищення

4. Об'єкт дослідження: Рентабельність підприємства та шляхи її підвищення

5. Предмет дослідження: Теоретичні та практичні аспекти системи показників рентабельності діяльності підприємства

6. Кваліфікаційна робота бакалавра виконується на матеріалах: статтях публікаціях українських та зарубіжних вчених, законодавчих та нормативно-правових актів України щодо обліку та управління витратами підприємства, а також інструктивно-методичних документах та фінансово-економічній звітності ПрАТ «Лакталіс Суми»

7. Орієнтовний план кваліфікаційної роботи, терміни подання розділів керівникові та зміст завдань для виконання поставленої мети.

| № пор. | Назва розділу | Термін подання |
|--------|---|----------------|
| 1 | Теоретичні аспекти прибутку та рентабельності діяльності підприємства | 21.02.2024 |
| 2 | Методичні підходи до оцінки рентабельності | 27.03.2024 |
| 3 | Оцінка рентабельності ПрАТ «Лакталіс Суми» | 22.05.2024 |

Зміст завдань для виконання поставленої мети кваліфікаційної роботи бакалавра:

У розділі 1 студент має дослідити сутність прибутку та рентабельності. Розглянути формування прибутку підприємства та фактори, що впливають на рівень рентабельності

У розділі 2 студент має розглянути систему показників рентабельності та методи визначення рівня рентабельності.

У розділі 3 студент має провести оцінку рентабельності ПрАТ «Лакталіс Суми» та запропонувати шляхи її підвищення.

8. Дата видачі завдання _____ 26 січня 2024 року

Керівник кваліфікаційної роботи бакалавра _____ Пригара І.О.
(підпис) (ПІБ керівника роботи)

Завдання до виконання одержав _____ Колесніченко Л. Г.
(підпис) (ПІБ студентки)

ЗМІСТ

| | |
|---|----|
| РЕФЕРАТ..... | 4 |
| ВСТУП..... | 5 |
| РОЗДІЛ I ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПРИБУТКУ ТА РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА..... | 6 |
| 1.1. Суть та значення показників рентабельності в діяльності підприємства...6 | |
| 1.2. Формування прибутку підприємства..... | 10 |
| 1.3. Фактори, що впливають на рівень рентабельності..... | 15 |
| РОЗДІЛ II МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ..... | 18 |
| 2.1. Система показників рентабельності..... | 18 |
| 2.2. Методи визначення рівня рентабельності..... | 22 |
| РОЗДІЛ III ОЦІНКА РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПрАТ «ЛАКТАЛІС СУМИ» | 24 |
| 3.1. Характеристика підприємства ПрАТ «Лакталіс Суми..... | 24 |
| 3.2. Оцінка рентабельності ПрАТ «Лакталіс Суми» | 26 |
| 3.3. Шляхи підвищення рентабельності підприємства..... | 36 |
| ВИСНОВОК..... | 41 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... | 44 |

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота містить 47 сторінок, 3 розділи, 2 рисунка, 5 таблиць, 10 формул, список використаних джерел з 48 джерел.

Дана робота розкриває сутність прибутку та рентабельності діяльності підприємства в сучасних умовах та шляхи підвищення рентабельності на підприємстві.

Метою роботи є аналіз рентабельності підприємства та шляхів її підвищення

Об'єкт роботи є - рентабельність підприємства та шляхи її підвищення.

Предмет роботи - теоретичні та практичні аспекти системи показників рентабельності діяльності підприємства.

Перший розділ роботи «Теоретичні аспекти прибутку та рентабельності діяльності підприємства» розкриває сутність прибутку та рентабельності, а також формування прибутку підприємства та фактори, що впливають на рівень рентабельності

У другому розділі «Методичні підходи до оцінки рентабельності» наведені показники рентабельності підприємства та методи її визначення рівня рентабельності.

У третьому розділі «Оцінка рентабельності ПрАТ «Лакталіс Суми»» здійснено оцінку рентабельності ПрАТ «Лакталіс Суми» та запропоновані шляхи її підвищення.

Ключові слова: рентабельність, прибуток, економічна оцінка, витрати, факторний аналіз.

ВСТУП

У ринковій економіці фінансові ресурси (капітал) інвестуються в усі види діяльності тільки відповідно до критеріїв максимального прибутку. Ось чому рентабельність, тобто ефективність використання капіталу, дуже важлива при визначенні фінансових результатів бізнесу.

Зрештою, менеджер компанії, що володіє капіталом, повинен оцінити рішення, прийняті в галузі управління доступними коштами, порівняти витрати та прибуток. Фінансові ресурси завжди обмежені певною сумою, а отриманий прибуток є джерелом фінансових ресурсів для створення нових інвестицій та отримання нового прибутку.

Підвищення рентабельності бізнесу в сучасних умовах - дуже важливе і складне завдання. Багато компаній в Україні збиткові, тобто менш прибуткові або мають дуже низьку рентабельність. Таким чином, вивчення прибутковості та як підвищити прибутковість бізнесу зараз є дуже важливою та актуальною темою. У сучасних ринкових умовах необхідно ретельно стежити за фінансовим становищем, правильно організовувати виробничу діяльність і стежити за економічними показниками, щоб покупець віддавав перевагу продукції, виробленої цим підприємством, і забезпечував високий попит на товари.

Метою роботи є аналіз рентабельності підприємства та шляхів її підвищення

Завданнями даної роботи є:

- 1) визначення сутності показників рентабельності, а також їх значення для підприємства в сучасних умовах розвитку української економіки;
- 2) аналіз рентабельності на підприємстві, а також дослідження факторів, які впливають на рентабельність підприємства в умовах самофінансування;
- 3) дослідження показників рентабельності на певному підприємстві;
- 4) визначення шляхів усунення цих проблем, а також шляхів підвищення рентабельності підприємства.

Об'єкт роботи є - рентабельність підприємства та шляхи її підвищення.

Предмет роботи - теоретичні та практичні аспекти системи показників рентабельності діяльності підприємства.

Методи дослідження. Теоретичною і методологічною основою досліджень є наукові роботи провідних вітчизняних та зарубіжних вчених в галузі ціноутворення, економіко-математичного моделювання, системного аналізу.

Інформаційною базою дослідження є законодавчі і нормативні акти, та інструктивні документи Міністерства фінансів, Кабінету Міністрів, Верховної Ради України, аналітичні та звітні матеріали підприємства.

При написанні роботи проаналізовано статті зарубіжних і вітчизняних авторів, підручники, посібники з питань цінової політики підприємств .

РОЗДІЛ І ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПРИБУТКУ ТА РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Суть та значення показників рентабельності в діяльності підприємства

Для того, щоб об'єктивно оцінити результати діяльності компанії, недостатньо знати лише абсолютну суму прибутку. Необхідно вивчити інформацію про прибутковість (рентабельність і норму прибутку), тобто відносні показники ефективності. Для цього необхідно порівняти отриманий прибуток з інвестованим капіталом, ресурсами та понесеними витратами. Тому необхідно оцінювати прибутковість підприємств [4].

Прибуток посідає важливе місце в дослідженнях управління бізнесом і є основним мотиваційним фактором для будь-якого бізнесу.

Прибуток підприємства формується в результаті реалізації виробленої продукції або продуктів її переробки, надання різноманітних послуг та інших видів діяльності, якщо це не заборонено законодавством.

Показники рентабельності використовуються при прийнятті рішень щодо управління процесом формування прибутку.

Рентабельність є однією з базових економічних категорій економіки. Існують різні думки щодо пояснення терміну "рентабельність", оскільки в знаменнику завжди мається на увазі співвідношення, яке включає в себе прибуток.

Рентабельність - це показник економічної ефективності виробництва на підприємстві. Він відображає загальне використання матеріальних, трудових і грошових ресурсів. Підприємство, яке отримує прибуток, вважається рентабельним. Інше поняття рентабельності – показник, що є відношенням прибутку до суми витрат на виробництво, грошовим вкладенням в організацію комерційних операцій або сумі майна фірми використовується для організації своєї діяльності[4].

Розрізняють два види рентабельності. Загальна рентабельність - це відношення балансового (загального) прибутку до середньорічної загальної вартості виробничих основних фондів і нормованих оборотних коштів, а розрахункова рентабельність - це відношення розрахункового прибутку до середньорічної вартості виробничих фондів, з яких відшкодовується вартість фондів. Також використовується показник рентабельності по відношенню до поточних витрат, тобто відношення прибутку до собівартості реалізованої продукції або послуг.

Кожне підприємство здійснює свою виробничу та операційну діяльність самостійно, виходячи з норм відшкодування та рентабельності.

Підприємства несуть певні витрати на виробництво та реалізацію своєї продукції. Ці витрати є виробничою собівартістю (витратами) підприємства, тобто його індивідуальними витратами. При цьому собівартість окремих видів продукції може відхилитися від середньогалузевої собівартості, яка вважається суспільно необхідною собівартістю або собівартістю, грошовим вираженням якої є ціна продукції. Існування індивідуальних витрат призводить до відокремлення ще однієї частини собівартості продукції - прибутку, а отже, і її відносного виміру - рентабельності [3].

Однак абсолютна величина прибутку не свідчить про рівень або зміну ефективності виробництва чи торгівлі. Навіть якщо сума прибутку зростає, продуктивність виробництва може залишатися незмінною або навіть знижуватися. Це відбувається тоді, коли збільшення прибутку відбувається за рахунок ширших (кількісних) факторів виробництва, таких як збільшення кількості працівників, збільшення кількості обладнання у власності тощо.

Якщо кількість працівників збільшується, але їхня продуктивність залишається незмінною або навіть зменшується, то ефективність виробництва залишається незмінною або навіть зменшується. Основними характеристиками прибутковості в системах, пов'язаних з торгівлею та виробництвом, є:

1) відношення прибутку до виробничих витрат, рівень рентабельності поточних витрат (закупівля сировини, палива, амортизація засобів праці, витрати на управління та обслуговування, заробітна плата працівників);

2) відношення прибутку до середньорічної вартості виробничих фондів, тобто відносна величина зростання освоєних витрат і оцінка економічної ефективності виробничих фондів.

Показники рентабельності в реальному розумінні характеризують ефективність витрат з точки зору прибутку, отриманого після реалізації продукції. Розподільча функція рентабельності втілюється в тому, що її величина є одним з основних критеріїв розподілу прибутку, який є частиною додаткового продукту [11].

Рівень рентабельності галузі безпосередньо залежить від рентабельності її об'єднань та підприємств. Чим вища прибутковість об'єднань і підприємств, тим вища прибутковість галузі та національної економіки в цілому.

Загальна рентабельність об'єднань і підприємств визначається відношенням балансового прибутку до середньорічної вартості основних виробничих фондів і нормованих оборотних коштів.

Фактична загальна рентабельність визначається відношенням балансового прибутку до фактичної середньорічної вартості основних виробничих фондів і нормованих оборотних коштів, не позичених банками. Фактичний залишок нормованого оборотного капіталу визначається на основі залишку на балансі за мінусом суми рахунків постачальників, термін оплати яких ще не настав.

Рівень рентабельності залежить не тільки від суми прибутку, але й від капіталомісткості виробництва. Підприємства та організації важкої промисловості з високою капіталомісткістю виробництва мають нижчий рівень рентабельності по відношенню до своїх виробничих фондів, ніж підприємства та організації легкої промисловості, особливо харчової. Рентабельність зростає зі збільшенням суми прибутку та зменшенням вартості основних виробничих фондів і нормованих оборотних коштів, і навпаки [23].

Розрахункова рентабельність - це балансовий прибуток від основних виробничих фондів (основних фондів, на які надаються пільги по оплаті) після вирахування платежів за виробничі фонди, постійних витрат, відсотків за банківські кредити, прибутку спеціального призначення (наприклад, прибуток від реалізації товарів народного споживання, нової побутової хімії) і прибутку з причин, не залежних від об'єднання або підприємства, а також нормованих оборотних коштів у відсотках від середньорічної суми нормованих оборотних коштів.

Рентабельність, що визначається як відношення прибутку до повної собівартості реалізованої продукції, має важливе значення при аналізі результатів діяльності організації або підприємства, особливо при оцінці рентабельності за окремими продуктами.

Рентабельність продукції відображає продуктивність праці та матеріальних затрат, витрачених на виробництво продукції. У машинобудуванні та інших галузях обробної промисловості рентабельність визначається як відношення прибутку до собівартості за вирахуванням вартості сировини, палива, енергії, матеріалів, напівфабрикатів і комплектуючих виробів [23].

Використання нормативних розрахункових показників рентабельності в переробних галузях зумовлено високою питомою вагою матеріальних витрат у собівартості продукції цих галузей, високою варіабельністю собівартості окремих видів продукції та широким потенціалом технологічного заміщення сировини і матеріалів. При визначенні розрахункового показника рентабельності за собівартістю продукції за вирахуванням вартості використаних матеріалів від собівартості продукції в розрізі калькуляції віднімаються лише прямі статті витрат.

1.2. Формування прибутку підприємства

Формування прибутку підприємства є однією з ключових цілей будь-якої комерційної організації, адже прибуток є основним показником її фінансового здоров'я та ефективності. Процес формування прибутку включає в себе кілька

етапів, кожен з яких є важливим для забезпечення стабільного та сталого зростання підприємства. До основних складових цього процесу належать: виручка від реалізації продукції, собівартість виробництва, операційні витрати, податки та інші фактори, що впливають на кінцевий фінансовий результат.

Виручка від реалізації продукції є основним джерелом доходу підприємства. Вона формується в результаті продажу товарів, робіт або послуг, які підприємство виробляє або надає. Для забезпечення стабільного потоку виручки підприємству необхідно проводити ефективну маркетингову політику, яка включає в себе аналіз ринку, вивчення потреб споживачів, встановлення оптимальних цін та просування продукції. Крім того, важливо забезпечити високу якість продукції та своєчасне виконання замовлень, що сприяє задоволенню клієнтів та підвищенню їхньої лояльності.

Собівартість виробництва є важливою складовою формування прибутку, оскільки вона відображає всі витрати, пов'язані з виробництвом продукції. До собівартості включаються витрати на сировину та матеріали, оплату праці, амортизацію обладнання, енергію та інші виробничі витрати. Для підвищення прибутковості підприємству необхідно оптимізувати виробничі процеси, знижувати витрати на виробництво та підвищувати ефективність використання ресурсів. Це може включати впровадження нових технологій, модернізацію обладнання, поліпшення організації праці та управління запасами.

Операційні витрати включають всі витрати, пов'язані з основною діяльністю підприємства, які не входять до собівартості виробництва. Це можуть бути витрати на збут продукції, маркетинг, управління, оренду, комунальні послуги, транспорт та інші. Зниження операційних витрат є важливим завданням для підвищення прибутковості підприємства. Це можна досягти шляхом оптимізації бізнес-процесів, підвищення ефективності управління, автоматизації рутинних завдань та скорочення непродуктивних витрат.

Податки також є важливим фактором, що впливає на формування прибутку підприємства. Податкові зобов'язання можуть значно знижувати чистий прибуток, тому важливо ефективно управляти податковим навантаженням. Це включає в

себе використання законних податкових пільг та знижок, оптимізацію податкових витрат та забезпечення своєчасної сплати податків. Крім того, підприємство може використовувати різні форми організації бізнесу, які дозволяють знижувати податкове навантаження.

Інші фактори, що впливають на формування прибутку, можуть включати фінансові витрати, пов'язані з обслуговуванням боргів, валютні курси, інфляцію, економічну ситуацію в країні та світі, політичну стабільність та інші зовнішні чинники. Для зменшення впливу негативних факторів підприємству необхідно постійно аналізувати макроекономічне середовище, вчасно реагувати на зміни та розробляти стратегії для мінімізації ризиків.

Формування прибутку також включає управління доходами та витратами підприємства. Це передбачає постійний моніторинг фінансових показників, аналіз прибутковості різних видів діяльності, контроль за витратами та розробку заходів для підвищення ефективності. Важливо забезпечити збалансований підхід до управління фінансами, який дозволяє забезпечити стабільний грошовий потік та оптимальне співвідношення доходів та витрат.

Один з ключових аспектів формування прибутку – це стратегічне планування та управління. Підприємству необхідно визначити свої стратегічні цілі, розробити довгострокові плани та розробити ефективні стратегії для їх досягнення. Це включає в себе аналіз конкурентного середовища, визначення сильних та слабких сторін підприємства, ідентифікацію можливостей та загроз, а також розробку конкретних заходів для підвищення конкурентоспроможності та прибутковості. Крім того, підприємство повинно постійно інвестувати в розвиток, щоб забезпечити стале зростання та підвищення прибутковості в довгостроковій перспективі. Інвестиції можуть включати модернізацію виробничих потужностей, розробку нових продуктів, вихід на нові ринки, розвиток інформаційних технологій та підвищення кваліфікації персоналу. Ефективне управління інвестиціями дозволяє підприємству залишатися конкурентоспроможним та забезпечувати високу рентабельність.

Не менш важливим є питання управління ризиками, які можуть впливати на формування прибутку. Підприємство повинно розробляти та впроваджувати системи управління ризиками, які дозволяють вчасно ідентифікувати потенційні загрози, оцінювати їхній вплив та розробляти заходи для мінімізації негативних наслідків. Це може включати диверсифікацію діяльності, страхування, розробку резервних планів та інші заходи.

Прибутки та витрати є традиційними показниками ефективності українського бізнесу. У ринковому середовищі основним показником є грошовий потік як сума чистого прибутку та амортизаційних відрахувань. На відміну від інших видів витрат, амортизація залишається на рахунках компанії і поповнює існуючий баланс коштів. Амортизація відіграє важливу роль в системі обліку та планування компанії. Вона є внутрішнім джерелом коштів. Сума амортизації зменшує оподатковуваний прибуток. Тому амортизація є важливим фактором стимулювання інвестиційної діяльності підприємств [22].



Рис. 1.1. - Структурно-логічна схема розподілу і використання прибутку підприємства

Таким чином, до завдань управління прибутком можна віднести [23]:

1. максимізація обсягу отриманого прибутку, що відповідає ресурсному потенціалу підприємства
2. забезпечення виплати власникам бізнесу необхідного рівня доходу на інвестований капітал
3. забезпечення достатнього обсягу фінансових ресурсів за рахунок прибутку відповідно до майбутньої програми розвитку підприємства
4. забезпечення постійного зростання ринкової вартості бізнесу.

Величина прибутку є найважливішим показником фінансового стану підприємства. Величина прибутку визначає рентабельність продажів і активів, оборотність активів, грошовий потік і рівень інвестиційної привабливості підприємства. Оскільки величина прибутку безпосередньо залежить від обсягу виручки від реалізації, ці показники слід розглядати комплексно при оцінці управління прибутком підприємства.

Величина виручки від реалізації функціонально залежить від двох факторів. Перший - це обсяг і ціна одиниці кожного виду реалізованої продукції, а другий - загальна собівартість реалізованої продукції та прибуток від реалізації. Таким чином, дохід від реалізації можна розглядати як добуток фізичного обсягу реалізованої продукції та ціни на всю продукцію, або як суму собівартості реалізованої продукції та прибутку від реалізації.

Для вирішення певних аспектів управління виручкою та прибутком особливо важливим є одна з двох груп факторів, які формують прибуток від реалізації [22].

Прибуток є основним джерелом коштів для розвитку підприємства, вдосконалення матеріально-технічної бази. Вся діяльність підприємства спрямована на забезпечення зростання прибутку або, принаймні, стабілізацію його на певному рівні. На процес накопичення прибутку впливають внутрішні та зовнішні фактори.

Таким чином, до завдань управління прибутком можна віднести [23]:

1. Забезпечення максимізації розміру формованого прибутку, що відповідає ресурсному потенціалу підприємства.
2. Забезпечення виплати необхідного рівня доходу на інвестований капітал власникам підприємства.
3. Забезпечення формування достатнього обсягу фінансових ресурсів за рахунок прибутку відповідно до задач розвитку підприємства в майбутньому періоді.
4. Забезпечення постійного росту ринкової вартості підприємства.

1.3. Фактори, що впливають на рівень рентабельності підприємства

Рентабельність підприємства є ключовим показником його фінансової ефективності та життєздатності. Вона відображає здатність компанії генерувати прибуток з вкладених ресурсів, і тому є важливим індикатором для власників, інвесторів, кредиторів та менеджерів. На рівень рентабельності впливають численні фактори, які можна умовно поділити на внутрішні та зовнішні. Внутрішні фактори залежать від самого підприємства і включають управління ресурсами, виробничі процеси, маркетингову стратегію та інше. Зовнішні фактори включають економічну ситуацію, політичні умови, ринкову кон'юнктуру та інші чинники, що не контролюються безпосередньо підприємством.

Одним з найважливіших внутрішніх факторів є управління витратами. Ефективне управління витратами дозволяє підприємству знижувати собівартість продукції, що, у свою чергу, підвищує рентабельність. Це включає оптимізацію виробничих процесів, використання сучасних технологій, підвищення кваліфікації персоналу та впровадження ефективних систем управління запасами. Зменшення виробничих витрат дозволяє знижувати ціни на продукцію або збільшувати маржу, що сприяє зростанню прибутковості.

Ще одним важливим фактором є управління доходами. Це передбачає розробку ефективної маркетингової стратегії, яка включає аналіз ринку, сегментацію споживачів, визначення оптимальних цін та просування продукції.

Висока якість продукції та задоволення потреб споживачів сприяють зростанню обсягів продажів та підвищенню лояльності клієнтів. Крім того, підприємство може використовувати різні методи збільшення доходів, такі як розширення асортименту, вихід на нові ринки, впровадження нових продуктів або послуг.

Фінансове управління також має великий вплив на рентабельність підприємства. Раціональне управління фінансовими ресурсами включає оптимізацію структури капіталу, забезпечення достатнього рівня ліквідності, управління дебіторською та кредиторською заборгованістю, а також ефективне використання залучених коштів. Підприємство повинно забезпечити оптимальне співвідношення між власним і позиковим капіталом, що дозволяє мінімізувати фінансові ризики та забезпечити стабільний грошовий потік.

Одним з ключових зовнішніх факторів, що впливають на рівень рентабельності, є економічне середовище. Економічна ситуація в країні, рівень інфляції, процентні ставки, обмінні курси та інші макроекономічні показники можуть значно впливати на витрати та доходи підприємства. Наприклад, висока інфляція може призвести до зростання витрат на сировину та матеріали, що знижує рентабельність. З іншого боку, сприятлива економічна ситуація сприяє зростанню попиту на продукцію та збільшенню обсягів продажів.

Політичні фактори також мають значний вплив на рентабельність підприємства. Політична стабільність, законодавче регулювання, податкова політика та державна підтримка можуть створювати як сприятливі, так і несприятливі умови для бізнесу. Наприклад, зменшення податкового навантаження або надання державних субсидій може сприяти зростанню прибутковості підприємства. Навпаки, політична нестабільність або зміна законодавства можуть створювати ризики та невизначеність для бізнесу.

Конкурентне середовище також є важливим зовнішнім фактором, що впливає на рівень рентабельності. Конкуренція змушує підприємства постійно вдосконалювати свою продукцію, знижувати витрати та підвищувати якість обслуговування клієнтів. Високий рівень конкуренції може знижувати ціни та маржу, що ускладнює досягнення високої рентабельності. Тому підприємства

повинні розробляти ефективні конкурентні стратегії, що дозволяють зберігати та зміцнювати свої позиції на ринку.

Технологічні зміни також мають значний вплив на рентабельність. Впровадження нових технологій дозволяє підвищувати продуктивність, знижувати витрати та поліпшувати якість продукції. Підприємства, що швидко адаптуються до технологічних змін, можуть отримувати конкурентні переваги та забезпечувати високу рентабельність. Однак, технологічні зміни можуть також створювати ризики, пов'язані з необхідністю інвестування у нове обладнання та навчання персоналу.

Соціально-культурні фактори також можуть впливати на рівень рентабельності підприємства. Зміни в споживчих уподобаннях, соціальні тенденції, демографічні зміни та інші соціальні фактори можуть змінювати попит на продукцію. Наприклад, зростання екологічної свідомості споживачів може збільшити попит на екологічно чисті продукти, що створює нові можливості для підприємств. Водночас, неврахування соціальних тенденцій може призвести до втрати клієнтів та зниження рентабельності.

Науково-технічний прогрес також впливає на рентабельність підприємства. Впровадження нових наукових розробок та технологічних інновацій дозволяє підвищувати ефективність виробництва, знижувати витрати та покращувати якість продукції. Підприємства, що активно інвестують у науково-дослідні роботи та впровадження інновацій, можуть забезпечувати високий рівень рентабельності та зберігати конкурентоспроможність на ринку.

Підсумовуючи, можна сказати, що рівень рентабельності підприємства залежить від багатьох внутрішніх та зовнішніх факторів. Ефективне управління витратами, доходами, фінансовими ресурсами та інвестиціями, а також адаптація до змін економічного, політичного, конкурентного, технологічного та соціально-культурного середовища є ключовими умовами забезпечення високої рентабельності. Підприємства повинні постійно аналізувати ці фактори, розробляти та впроваджувати стратегії для підвищення ефективності та забезпечення стабільного фінансового зростання.

РОЗДІЛ II МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ

2.1. Система показників рентабельності

Різноманітність показників прибутковості зумовлює альтернативні шляхи пошуку способів підвищення прибутковості. Аналізуючи шляхи підвищення прибутковості, важливо розрізняти вплив зовнішніх і внутрішніх факторів.

Такі показники, як ціни на продукцію та ресурси, використання ресурсів та обсяги виробництва, прибуток від реалізації та рентабельність (прибутковість) мають тісний функціональний зв'язок між собою [29].

Підприємства в першу чергу зосереджуються на проблемі контролю за змінами в промисловому виробництві і намагаються зменшити роль зовнішніх факторів, тобто фінансових сил.

Однією з умов успішної діяльності підприємств є розширення ринку збуту своєї продукції за рахунок зниження ціни на товари. Оскільки цей процес не передбачає зниження цін на фактори виробництва, роль цінових дефляторів у формуванні прибутковості підприємств зменшується.

У такий "природний" спосіб сфера управлінських вимог зміщується до змін у промисловому виробництві, тобто до управління внутрішніми факторами - зниження матеріаломісткості та трудомісткості продукції, а також фондвіддачі основних фондів і машин та обладнання.

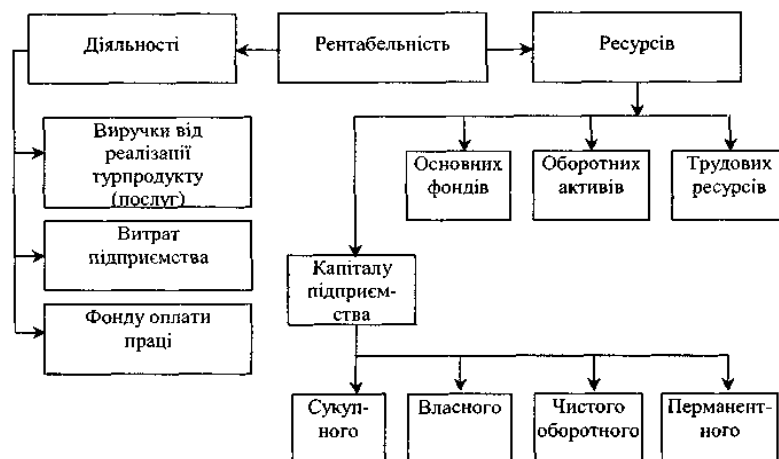


Рис. 2.1. – Система показників рентабельності підприємства

Існують наступні показники рентабельності:

- рентабельність продукції;
- рентабельність продаж;
- рентабельність активів;
- рентабельність текучих активів;
- рентабельність власного акціонерного капіталу.

1. Рентабельність реалізованої продукції:

$$R_{pp} = \frac{ЧП}{ЧДр} , \quad (2.1)$$

де ЧП – чистий прибуток;

ЧД_р – чистий дохід від реалізації.

Цей показник показує, скільки прибутку припадає на одну гривню обороту. Якщо маржа операційного прибутку не змінюється в жодному періоді і при цьому зменшується чистий прибуток, це може свідчити про збільшення фінансових витрат, втрати від участі в капіталі інших компаній або збільшення податкових виплат. Цей коефіцієнт показує повний вплив структури капіталу та фінансування компанії на прибутковість.

2. Рентабельність продаж :

$$ROS = \frac{Пр}{В} \cdot 100\% , \quad (2.2.)$$

де Пр - прибуток від реалізації;

В – виручка від реалізації без податків, , включаючи в ціну продукції;

Рентабельність продажів характеризує прибутковість основної діяльності компанії. Керівництво використовує цей показник, щоб контролювати співвідношення між ціною, обсягами продажів і витратами на виробництво та реалізацію продукції.

3. Рентабельність активів:

$$ROA = \frac{Пб(абоПч)}{Аср} \cdot 100\% , \quad (2.3)$$

де Пб (або Пч) – прибуток (балансовий чи чистий);

A_{cp} – середня величина активів за якийсь період;

Цей показник дає загальну оцінку прибутковості капіталу, інвестованого у виробництво, як власного, так і позикового, і допомагає визначити ефективність використання капіталу.

Рентабельність активів також можна представити формулою:

$$ROA = ROS \cdot Oa, \quad (2.4)$$

де ROS – рентабельність продажів;

Oa – оборотні активи;

Щоб забезпечити адекватну рентабельність інвестицій у бізнес, чим нижчою є націнка на ціну, тим вищим має бути коефіцієнт оборотності. І навпаки, чим менший товарообіг, тим вища націнка на ціну товару.

4. Рентабельність поточних активів:

$$P_{та} = \frac{Пч}{Ат.ср} \cdot 100\% , \quad (2.5)$$

де Пч – чистий прибуток;

Ат.ср – величина поточних активів (оборотних коштів);

Цей показник показує величину прибутку, отриману з кожної гривні що вкладена у поточні активи.

5. Рентабельність власного акціонерного капіталу:

$$ROE = \frac{Пч}{Кс} \cdot 100\% , \quad (2.6)$$

де Пч – чистий прибуток;

Кс – середня величина власного капіталу підприємства;

Цей показник посідає особливе місце серед показників рентабельності, характеризуючи ефективність використання власних коштів акціонерів, тобто розмір прибутку, отриманого акціонерами з кожної гривні, інвестованої в компанію, і розмір прибутку, що залишається в руках компанії. Значення цього показника відображає ступінь привабливості об'єкта інвестування для акціонерів. Чим вищий цей показник, тим вищий потенціал для отримання прибутку на акцію та дивідендів.

На величину рентабельності власного акціонерного капіталу впливає показник рентабельності активів.

6. Рентабельність виробничих фондів:

$$P_{\text{ВФ}} = \frac{П_{\text{ч}}}{В_{\text{вф}}} * 100\%, \quad (2.7)$$

де $П_{\text{ч}}$ – чистий прибуток;

$В_{\text{вф}}$ – середньорічна вартість виробничих фондів підприємства, грн.;

Різниця між рентабельністю виробничих активів та рентабельністю активів полягає в тому, що перший враховує лише виробничі активи, тобто активи, які беруть участь у виробничому процесі. До них відносяться основні засоби (вхідні у виробничий процес), запаси тощо. Цей показник розраховується як відношення чистого прибутку до середньорічної вартості продуктивних активів. Це показник ефективності виробничого процесу компанії.

7. Рентабельність реалізованої продукції за прибутком від реалізації:

$$P_{\text{рп}} = \frac{П_{\text{р}}}{В} * 100\% ,$$

(2.8)

де $П_{\text{р}}$ – прибуток від реалізації;

$В$ – виручка від реалізації;

Цей показник розраховується як відношення чистого прибутку до обсягу продажів. Це значення показує частку доходу компанії, що залишається після вирахування всіх витрат у поточному році. Це значення також дає приблизну оцінку того, наскільки збільшиться чистий прибуток компанії, якщо оборот збільшиться на одну гривню. Тому базового значення для цього показника не існує. Як і багато інших показників, його слід порівнювати з показниками конкурентів, які працюють у тому ж сегменті.

8. Рентабельність реалізованої продукції за прибутком від операційної діяльності:

$$P_{\text{оп}} = \frac{П_{\text{оп}}}{В} * 100\% , \quad (2.9)$$

де $П_{\text{оп}}$ – прибуток від операційної діяльності;

В – виручка від реалізації;

Показник рентабельності реалізації продукції за прибутком від операційної діяльності показує, скільки прибутку від операційної діяльності відноситься на одиницю виручки; позитивною тенденцією є збільшення.

9. Рентабельність реалізованої продукції за чистим прибутком:

$$P_{PP} = \frac{Пч}{В} * 100\% , \quad (2.10)$$

де Пч – чистий прибуток;

В – виручка від реалізації;

Показник рентабельності реалізації продукції за чистим прибутком показує, скільки чистого прибутку відноситься на одиницю виручки; позитивною тенденцією є збільшення[13].

Стандартизовану оцінку фінансового стану підприємства пропонує західна методика:

- використання взаємопов'язаної системи показників рентабельності, кожен з яких накладає однакове навантаження як на працівників підприємства, так і на користувачів фінансової інформації (менеджмент, акціонерів, інвесторів та кредиторів);

- використання системи показників рентабельності як одного з елементів фінансово-економічної оцінки поточного стану підприємства;

- необхідність динамічного порівняльного аналізу показників рентабельності за основними напрямками діяльності, зіставними з підприємствами конкурентами.

2.2. Методи визначення рівня рентабельності

Основне завдання фінансового менеджменту - визначити прибутковість бізнесу, визначити внутрішні резерви, визначити фактори, що знижують виробничі витрати, і фінансово спланувати економічні відносини бізнесу з постачальниками, клієнтами та будівельними організаціями.

На практиці для визначення рентабельності окремих продуктів в асортименті використовуються інші методи, але це відрізняється тим, як вирішити основну проблему. Як визначити вартість бізнесу для конкретного товару [10].

Розробка економічних механізмів обігу продукції та визначення рентабельності та фінансової стійкості відповідних інвестиційних проектів здійснюється на основі аналізу, що формується грошовими потоками, тобто рухом коштів протягом розрахункового періоду.

Цей метод розрахунку в даний час використовується для визначення прибутковості певних транспортних або експедиційних послуг. Якщо маршрут збитковий, рентабельність перевезень не розраховується.

Важливе місце у фінансовому аналізі будь-якого підприємства займають питання, що визначають прибутковість його роботи.

Метод визначення рівня рентабельності для кожного виду продукції аналогічний методу визначення рентабельності виробництва всієї товарної продукції. Різниця в декомунізації полягає в тому, що чисельник формули - це прибуток кожного типу продукту, а знаменник - загальна вартість цього типу продукту.

Міністерство фінансів-фінансова організація, розрахункові операції, кредитні операції, пов'язані із зовнішньоекономічною діяльністю; визначення рентабельності експорту та впливу зовнішньоекономічної діяльності (спільно з Міністерством планування та економіки); аналіз впливу зовнішньоекономічної діяльності на основні фінансові показники загальноєкономічної діяльності (спільно з Міністерством планування та економіки); міжнародне внутрішньогалузеве співробітництво та розвиток його фонд здійснює операції із коштами підприємств, у тому числі з Фондом валютних внесків [15].

Метод визначення рівня рентабельності кожного виду продукції (конкретного товару, групи товарів), а також метод визначення рентабельності виробництва всієї товарної продукції. Різниця в декомунізації полягає в тому, що чисельник формули - це прибуток кожного типу продукту, а знаменник - загальна вартість цього типу продукту.

Таким чином, він був розроблений для визначення розміру запланованого прибутку та загальної собівартості продукції, розрахунку витрат, визначення рентабельності продукції та виробництва, визначення розміру необхідного зниження виробничих витрат [24].

У певних підсекторах і конкретних видах продукції можуть використовуватися інші методи визначення прибутковості в залежності від конкретної економічної ситуації. Зокрема, в легкій промисловості допускається визначення рентабельності, пов'язаної з витратами на переробку.

При розрахунку виконання загального і прогнозованого плану рентабельності встановлюються технічні показники, які є відправною точкою для визначення відхилень від конкретного плану рентабельності, а також рентабельності. Використання виробничих активів в якості базового показника для порівняння адміністративних витрат окремих систем пов'язано з тим, що цей показник є одним з найбільш стабільних для характеристики взаємопов'язаності виробничих систем і служить основою для визначення прибутковості виробництва [28]. Щоб визначити рентабельність продукту, враховується прибуток від продажів, обумовлена вартістю продукту.

Відношення прибутку до загальної суми витрат, пов'язаних з цим видом діяльності, використовується для визначення рентабельності конкретного виду транспорту або окремих видів робіт і послуг, а також рентабельності підприємства (в залежності від цеху або ділянки). При визначенні рентабельності окремого цеху або ділянки враховується відношення умовного прибутку до суми витрат цеху або ділянки.

Метод визначення рентабельності відрізняється від методу, використовуваного в економічних реформах, де цей показник розраховується як відношення прибутку до загальної вартості товарної продукції. Нові процедури декомунізації прибутковості відображають прямий взаємозв'язок між цим показником і основними і поточними активами підприємства і сприяють поліпшенню його використання.

РОЗДІЛ 3 ОЦІНКА РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПрАТ «ЛАКТАЛІС СУМИ»

3.1. Характеристика ПрАТ «Лакталіс Суми»

ПрАТ «Лакталіс Суми» – виробниче підприємство, яке має безцехову структуру.

Головні виробничі дільниці:

- дільниця виробництва та дозрівання твердих сирів,
- дільниця з виробництва плавлених сирів,
- дільниця з виробництва сухих молочних продуктів,
- дільниця з виробництва продукції з незбираного молока,
- дільниця фасування твердих сирів.

Допоміжні виробничі дільниці: департамент з якості, департамент з транспорту, департамент по сировині, комерційний департамент, департамент інвестицій та технічного забезпечення, департамент по інвестиціям, відділ з планування, відділ навколишнього середовища та екологічної безпеки, відділ охорони праці, управління інформаційних технологій, ремонтно-механічна дільниця, паливно-енергетична дільниця, відділ матеріально-технічного постачання, юридичний відділ, служба безпеки, відділ управління з персоналу.

Виробнича діяльність підприємства і його продукція:

Основними продуктами компанії є продукти, виготовлені з молочної сировини, такі як твердий сир, технологічний сир та сухі молочні продукти. Компанія спеціалізується на виробництві твердих і плавлених сирів, частка яких становить понад 80% від загального обсягу виробництва.

Молочна продукція користується попитом як на території України, так і за її межами. Близько 50% сирів реалізується на експорт. Підприємство входить у п'ятірку лідерів сироваріння України. Основними ринками збуту є ринки та торговельна мережа міст України, а також продукція експортується в Молдову, Чехію, Польщу, Германію.

Постачальниками сировини є агрофірми, населення, кооперативи та ін.. підприємства. Метою розвитку підприємства на сьогодні є закупка молока від населення та агрофірм більш високої якості.

Поліпшення якості сировини гарантує якість готової продукції, над чим компанія постійно працює і приділяє першорядну увагу своїй роботі. Якість продукції завжди була головним пріоритетом компанії. Це інвестиції в добре обладнані лабораторії, придбання сучасного обладнання, управління кожним етапом технологічного процесу і розвиток власного сировинного регіону. Компанія концентрує свою діяльність на збільшенні використання виробничих потужностей і оптимізації витрат на виробництво молока.

Економічний стан ПрАТ «Лакталіс Суми» є комплексним поняттям, що залежить від ряду певних факторів та представлена системою показників, що відображають наявність і розміщення коштів, реальні та майбутні економічні можливості. Основні показники, які характеризують економічний стан є:

- забезпеченість основними і оборотними коштами і їх збереження;
- звіт про фінансові результати;
- виробництво і реалізація продукції.

Економічний стан має залежність від ряду факторів діяльності підприємства:

- від виконання виробничих планів;
- зниження собівартості продукції і збільшення прибули;
- зростання ефективності виробництва, а також від факторів, які діють в сфері організацією обороту товарних і грошових фондів, поліпшення взаємозв'язків з постачальниками сировини і матеріалів, покупцями продукції, вдосконалення процесів реалізації і розрахунків.

3.2. Оцінка рентабельності ПрАТ «Лакталіс Суми»

Фінансовий стан підприємства характеризується його можливістю фінансувати свою діяльність за рахунок існуючих у його розпорядженні власних,

позикових і залучених коштів, ефективного їхнього розміщення та використання тощо. Фінансовий стан підприємства може бути абсолютно стійким, нормально стійким, нестійким і кризовим[34].

Оцінку рентабельності підприємства необхідно буде розпочати з аналізу фінансового результату підприємства, де буде проводитис порівняння поточного періоду і базового. Всі розрахунки представлені у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Фінансові показники підприємства ПрАТ «Лакталіс Суми» за 2021-2022 рр.

| № | Показник | Базовий рік 2021 | Звітний рік 2022 | Відхилення | |
|---|--|---------------------|---------------------|------------|----------|
| | | | | Абсолютне | Відносне |
| 1 | Чистий дохід від реалізації, тис.грн. | 508630 | 513696 | 5066 | 1,00% |
| 2 | Собівартість реалізованої продукції, тис.грн. | 439919 | 450690 | 10771 | 2,45% |
| 3 | Валовий прибуток, тис.грн. | 68711 | 63006 | -5705 | -8,30% |
| 4 | Фінансовий результат від операційної діяльності, тис.грн. | -12835 | -23599 | -10764 | 83,86% |
| 5 | Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування, тис.грн. | -22306 | -49141 | -26835 | 120,30% |
| 6 | Чистий прибуток, тис.грн. | -29226 | -49141 | -19915 | 68,14% |

Згідно даних, які надані у таблиці, необхідно зробити висновок, що підприємство має позитивну динаміку доходу від реалізації продукції. Аналіз доходів ПрАТ «Лакталіс Суми» показав, чистий дохід збільшився на 5066 у відносному вираженні, це становить 1% від базового року. Аналіз показав, що собівартість реалізованої продукції на підприємстві в звітному році збільшилася на 10771 тис. грн., що становить 2,45% та є негативним фактором для підприємства. З таблиці видно, що валовий прибуток за звітний період зменшився на 5705 тис.грн, що становить 8,3 %. За даний період фінансовий результат від операційної діяльності на підприємстві ПрАТ «Лакталіс Суми» мав тенденцію до зменшення на 10764 тис.грн., що склало 83,86%.

В 2022 році порівняно з 2021 фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування зменшився на 120,3%, тобто на 26835 тис. грн. З розрахунку чистого прибутку видно, що за звітний період він зменшився до 19915 тис. грн. і це склало 68,14%. Розраховані показники, необхідні для діагностики рентабельності діяльності ПрАТ «Лакталіс Суми» наведені у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2.

Показники діагностики рентабельності діяльності ПрАТ «Лакталіс Суми»

| Показник | 2021 | 2022 | Відхилення | |
|--|-------|--------|------------|--------|
| | | | +, - | % |
| Рентабельність майна (активів) за прибутком від звичайної діяльності | -0,15 | -0,07 | 0,08 | 46,7% |
| Рентабельність майна (активів) за чистим прибутком | -0,32 | -0,12 | 0,2 | 37,5% |
| Рентабельність власного капіталу | -0,28 | -0,09 | 0,19 | 32,1% |
| Рентабельність основних засобів | -0,54 | -0,23 | 0,31 | 42,6% |
| Рентабельність продукції за чистим прибутком | -0,09 | -0,04 | 0,05 | 44,4% |
| Період окупності власного капіталу, міс. | -3,59 | -11,63 | 8,04 | 323,9% |

Таким чином, після аналізу можна зробити наступні висновки, так як підприємство в 2021-2022 роках отримало збиток, то всі показники рентабельності підприємства також були від'ємними, а саме: рентабельність майна за прибутком від звичайної діяльності, рентабельність власного капіталу, рентабельність основних засобів, рентабельність продукції за чистим прибутком, період окупності власного капіталу.

Хоч всі показники рентабельності підприємства були від'ємними, проте рентабельність майна за прибутком від звичайної діяльності зросла на 46,7% в звітному році, рентабельність власного капіталу зросла на 37,5%, рентабельність основних засобів також показала позитивну динаміку і покращилась аж на 32,1%, рентабельність продукції за чистим прибутком збільшилась на 44,4%.

Таблиця 3.3

Витрати на основне виробництво ПрАТ «Лакталіс Суми» за 2021 — 2022 рр.

| Показник | 2021 | | 2022 | | Відхилення | Темпи зростання, % |
|--|----------|----------------|----------|----------------|------------|--------------------|
| | Сума | Питома вага, % | Сума | Питома вага, % | | |
| Інші відрахування, тис. грн. | 99,0 | 0,02 | 277 | 0,06 | 178,0 | 279,8 |
| Собівартість р/п, тис. грн. | 311168,0 | 70,71 | 305157 | 71,05 | -6011,0 | 98,1 |
| Адміністративні витрати, тис. грн. | 21253,0 | 4,83 | 21664 | 5,04 | 411,0 | 101,9 |
| Витрати на збут, тис.грн. | 17208,0 | 3,91 | 12139 | 2,83 | -5069,0 | 70,5 |
| Інші операційні витрати, тис.грн. | 5300,0 | 1,20 | 8968 | 2,09 | 3668,0 | 169,2 |
| Фінансові витрати, тис. грн. | 10251,0 | 2,33 | 12766 | 2,97 | 2515,0 | 124,5 |
| Втрати від участі в кап, тис.грн. | 0 | 0 | 0 | 0 | | - |
| Інші втрати, тис.грн. | 2509,0 | 0,57 | 1209 | 0,28 | -1300,0 | 48,2 |
| Податок на прибуток, тис. грн. | -70 | - | -1181 | - | - | - |
| Надзвичайні витрати, тис. грн. | 0 | 0 | 0 | 0 | | - |
| Усього витрат і відрахувань, тис. грн. | 440089,0 | 100 | 429526,0 | 100 | -10563,0 | 96,3 |

Проаналізувавши дані фінансової звітності, можна зробити висновок, що результатом 2021 і 2022 років для ПрАТ «Лакталіс Суми» став збиток у розмірі 2,11 та 7,25 млн. грн. відповідно. Такі негативні показники були досягнуті через велике збільшення фінансових витрат підприємства. Пояснюється це тим, що в останні роки підприємство залучило великі довгострокові та короткострокові кредити банків. Значним фактором для цього стала фінансова криза, яка позначилися на діяльності ПрАТ «Лакталіс Суми».

Розрахуємо рівень рентабельності власного капіталу за допомогою факторного аналізу, взявши дані з таблиці 3.4.

Таблиця 3.4.

Дані для факторного аналізу ПрАТ «Лакталіс Суми» за 2021 — 2022 рр.

| № | Показник | 2021 | 2022 | (+,-) |
|----|--|--------|--------|---------|
| 1 | Чистий дохід від реалізації, тис. грн | 508630 | 513696 | 5066 |
| 2 | Власний капітал, тис.грн | 176702 | 259376 | 82674 |
| 3 | Активи, тис.грн | 154643 | 184948 | 30305 |
| 4 | Прибуток (збиток) від звичайної діяльності до оподаткування, тис. грн | 22306 | 49141 | 26835 |
| 5 | Прибуток від реалізації продукції, тис. грн. | 31553 | 67100 | 35547 |
| 6 | Чистий прибуток, грн. | 29226 | 49141 | 19915 |
| 7 | Частка чистого прибутку у прибутку від звичайної діяльності до оподаткування, (X ₁) | 0,7461 | 0,7304 | -0,0156 |
| 8 | Співвідношення прибутку від звичайної діяльності до оподаткування до прибутку від реалізації продукції (X ₂) | 0,7069 | 0,7323 | 0,0054 |
| 9 | Рентабельність від реалізації продукції, (X ₃) | 0,0712 | 0,1754 | 0,1041 |
| 10 | Оборотність активів, (X ₄) | 1,2206 | 1,5005 | 0,2799 |
| 11 | Фінансова залежність, (X ₅) | 2,4920 | 2,4532 | -0,0388 |
| 12 | Рентабельність власного капіталу,% | 0,09 | 0,32 | 0,23 |

Результати розрахунків зміни рівня рентабельності власного капіталу наведено методом ланцюгових підстановок нижче.

$$\Delta YX_1 = (-0,0156) * (0,7069) * 0,0712 * 1,2206 * 2,4920 = - 0,0023 \text{ в.п.}$$

$$\Delta YX_2 = 0,0054 * 0,7304 * 0,0712 * 1,2206 * 2,4920 = 0,0085 \text{ в.п.}$$

$$\Delta YX_3 = 0,1041 * 0,7304 * 0,7323 * 1,2206 * 2,4920 = 0,169 \text{ в.п.}$$

$$\Delta YX_4 = 0,2799 * 0,7304 * 0,7323 * 0,1754 * 2,4920 = 0,065 \text{ в.п.}$$

$$\Delta YX_5 = (-0,0388) * 0,7304 * 0,7323 * 0,1754 * 1,5005 = -0,0054 \text{ в.п.}$$

$$\Delta Y = (- 0,0023) + 0,0085 + 0,169 + 0,065 + (- 0,0054) = 0,2348 \text{ в.п.}$$

Результати аналізу рівня рентабельності власного капіталу показали, що рівень рентабельності власного капіталу у 2022 році склав 0,32 %, в порівнянні з

2021 роком цей показник збільшився на 0,23 в.п. На це вплинули такі чинники як зміна рентабельності від реалізації продукції збільшило рівень рентабельності власного капіталу на 0,69 в.п., зміна оборотності активів також збільшило рівень рентабельності власного капіталу на 0,065 в.п.

Проте як зміна частки чистого прибутку у прибутку від звичайної діяльності до оподаткування зменшило рівень рентабельності власного капіталу на 0,0023 в.п., зміна відсоткового тягаря збільшило рівень рентабельності власного капіталу на 0,0085 в.п., зміна фінансової залежності також нанесло негативного впливу та знизило рівень рентабельності власного капіталу на 0,0054 в.п.

Результати розрахунків зміни рівня рентабельності власного капіталу методом виявлення ізольованого впливу факторів наведено нижче.

$$\Delta YX1 = 0,7304 * 0,7069 * 0,0712 * 1,2206 * 2,4920 - 0,7461 * 0,7069 * 0,0712 * 1,2206 * 2,4920 = - 0,0023 \text{ в.п.}$$

$$\Delta YX2 = 0,7461 * 0,7323 * 0,0712 * 1,2206 * 2,4920 - 0,7461 * 0,7069 * 0,0712 * 1,2206 * 2,4920 = 0,0041 \text{ в.п.}$$

$$\Delta YX3 = 0,7461 * 0,7069 * 0,1754 * 1,2206 * 2,4920 - 0,7461 * 0,7069 * 0,0712 * 1,2206 * 2,4920 = 0,1671 \text{ в.п.}$$

$$\Delta YX4 = 0,7461 * 0,7069 * 0,0712 * 1,5005 * 2,4920 - 0,7461 * 0,7069 * 0,0712 * 1,2206 * 2,4920 = 0,026 \text{ в.п.}$$

$$YX5 = 0,7461 * 0,7069 * 0,0712 * 1,2206 * 2,4532 - 0,7461 * 0,7069 * 0,0712 * 1,2206 * 2,4920 = - 0,0017 \text{ в.п.}$$

$$\Delta Y_{\text{спільний}} = 0,2348 - (- 0,0023) - 0,0041 - 0,1671 - 0,026 - (- 0,0017) = 0,0416 \text{ в.п.}$$

Аналіз рівня рентабельності власного капіталу показали дали наступні результати, у 2022 році він склав 0,32 %, порівняно з 2021 роком він зріс на 0,23 в.п. На це мали вплив деякі фактори: зміна рентабельності від реалізації продукції збільшило рівень рентабельності власного капіталу на 0,1671 в.п., зміна оборотності активів також збільшило рівень рентабельності власного капіталу на 0,026 в.п.

Проте як зміна частки чистого прибутку у прибутку від звичайної діяльності до оподаткування знизило рівень рентабельності власного капіталу на 0,0023 в.п.,

зміна відсоткового тягаря знизило рівень рентабельності власного капіталу на 0,0041 в.п., зміна фінансової залежності також вплинуло негативно та знизило рівень рентабельності власного капіталу на -0,0017 в.п.

За результатами проведеного стратегічного аналізу конкурентоспроможності підприємства, одним із методів якого був SWOT-аналіз, нами було виявлено певні загрози та слабкі сторони діяльності ПрАТ «Лакталіс Суми», які зумовлені виробничими особливостями та високим рівнем конкуренції. Перейдемо до оцінки факторів макросередовища ПрАТ «Лакталіс Суми». Як відомо, аналіз факторів макросередовища застосовується для визначення ринкових можливостей підприємства.

Ринкові можливості компанії визначаються тим, які товари, де, в якій кількості та за якими цінами можливо продавати в близькому майбутньому.

Оцінка стану зовнішнього середовища підприємства здійснюється для того, щоб керівництво змогло підготувати набір управлінських прийомів, що запобігають негативному впливу зовнішнього середовища або здатні послабити дію негативних факторів на діяльність ПрАТ «Лакталіс Суми» [43].

Аналітичні дані оцінки макросередовища підприємства:

Загрози

1. Низька оплата праці;
2. Поява конкурентів;
3. Недосконалість податкової політики, що ускладнює роботу через нечіткість, незрозумілість та можливості можливих протиріч в окремих моментах законодавства;
4. Зниження попиту в зв'язку з зниженням доходів населення, що виявляється у зменшенні продажів;
5. Відсутність заохочення працівників та системи їх мотивації;
6. Боротьба за сировинні зони

Можливості

1. Підвищення якості виробництва;
2. Розширення каналів збуту;

3. Впровадження інновацій;
4. Розробка та практична реалізація стратегічних рішень;
5. Введення нової технологічної лінії;
6. Розширення товарного асортименту;
7. Підвищення рівня продуктивності праці;
8. Зацікавленість іноземних партнерів у співробітництві, зокрема, інвестуванні проектів.

Оцінка факторів макросередовища, які впливають на діяльність ПрАТ «Лакталіс Суми», а також врахування компонентів внутрішнього середовища дозволяє рекомендувати такі управлінські дії стратегічного характеру:

1. Продовжувати дотримуватись наміченого курсу інвестиційної політики, поліпшувати інвестиційний клімат, мати в наявності кредитні ресурси, нейтралізувати таким чином вплив дії інфляційних факторів.

2. Поводити дії щодо суворого добробуту та розстановки управлінських та промислових кадрів, оскільки на ринку спостерігається значний дисбаланс між пропозицією та попитом.

3. Продовжувати випуск якісної продукції з орієнтацією на різні верстви населення з різними споживчими та ціновими характеристиками.

Проведемо оцінку факторів внутрішнього середовища ПрАТ «Лакталіс Суми» і подивимось сильні і слабкі сторони підприємства.

Сильні сторони

1. Відповідальність структури апарату управління;
2. Високий рівень кваліфікованого персоналу;
3. Можливість розширення асортименту продукції;
4. Технічна оснащеність;
5. Перевірені та надійні поставщики;
6. Випуск високоякісної продукції;
7. Налагоджені канали збуту;
8. Конкурентоспроможність.

Слабкі сторони

1. Високі затрати на виробництво;
2. Відсутність інформаційного забезпечення всіх структурних підрозділів.
3. Недостатні фінансові ресурси, що не дозволяє підприємству постійно оновлювати виробничу базу, підвищувати якість продукції та охоплювати нові сегменти ринку

Виходячи з інформації про зовнішнє та внутрішнє середовище ПрАТ «Лакталіс Суми», побудуємо матрицю можливостей та загроз (для SWOT-аналізу) у таблиці. На підставі отриманих даних, можна сказати, що ПрАТ «Лакталіс Суми», може скористатися стратегічною альтернативою під назвою «сильні сторони і можливості».

Використовуючи сильні ринкові позиції, аналіз ринкової ситуації, конкурентні переваги ПрАТ «Лакталіс Суми» може ввійти в нові сегменти ринку, обслуговувати додаткові групи споживачів; також маючи значні виробничі потужності ПрАТ «Лакталіс Суми» може розширити виробництво.

Найбільшу увагу необхідно приділити слабкостям і загрозам компанії, щоб вплив цих факторів не призвів до погіршення стану заводу.

Таблиця 3.5.

SWOT- аналіз ПрАТ «Лакталіс Суми»

| Внутрішнє середовище | Можливості | Загрози |
|-----------------------------------|--|---|
| SWOT- аналіз ПрАТ «Лакталіс Суми» | <ol style="list-style-type: none"> 1. Підвищення якості виробництва; 2. Розширення каналів збуту; 3. Впровадження інновацій; 5. Введення нової технологічної лінії; 6. Розширення товарного асортименту; 7. Підвищення рівня продуктивності праці; 8. Зацікавленість іноземних партнерів у співробітництві, зокрема, інвестуванні проектів. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Низька оплата праці; 2. Поява конкурентів; 3. Недосконалість податкової політики 4. Зниження попиту в зв'язку з зниженням доходів населення 5. Відсутність заохочення працівників та системи їх мотивації; 6. Боротьба за сировинні зони. |
| Зовнішнє середовище | Сильні сторони і можливості | Слабкі сторони і загрози |

| | | |
|--|--|---|
| | 1.Відповідальність структури апарату управління; 2.Високий рівень кваліфікованого персоналу; 3.Можливість розширення асортименту продукції; 4.Технічна оснащеність; 5.Перевірені та надійні поставщики; 6.Випуск високоякісної продукції; 7.Налагоджені канали збуту; 8. Конкурентоспроможність | 1. Високі затрати на виробництво; 2.Відсутність інформаційного забезпечення всіх структурних підрозділів. 3. Недостатні фінансові ресурси, що не дозволяє підприємству постійно оновлювати виробничу базу, підвищувати якість продукції та охоплювати нові сегменти ринку |
|--|--|---|

Діагностика конкурентоспроможності аналізованого підприємства показує, що необхідно застосовувати превентивні заходи, спрямовані на збереження частки і запобігання втрати займаної конкурентоспроможності. Для цього необхідно знизити виробничі витрати, використовувати існуючі маркетингові та рекламні можливості, знайти нових партнерів та оцінити досвід конкурентів у розширенні продажів [23].

На даному етапі розвитку і за умов існування виявлених загроз, для ПрАТ «Лакталіс Суми» доцільною є стратегія оборони та зміцнення, суть якої в тому, щоб ускладнити доступ на ринок новим фірмам, а претендентам на лідерство зміцнити позиції. Завданням міцної оборони є втримання існуючої частки ринку, зміцнення досягнутого положення на ринку, захист наявних у фірми конкурентних переваг [15].

Конкретні захисні дії для ПрАТ «Лакталіс Суми» включають збільшення рекламних витрат новачків за рахунок високих витрат на дослідження і розробку власних товарних знаків для продуктів, підвищення рівня їх обслуговування; інвестування в забезпечення конкурентоспроможності витрат і технологічного розвитку [11]; укладення ексклюзивних угод з провідними постачальниками і постачальниками.

Таким чином комплексне застосування даних оборонних заходів зменшить ризики діяльності молококомбінату та зміцнить його конкурентні позиції на регіональному ринку.

В ході дослідження діяльності та стратегічного управління підприємством

ПрАТ «Лакталіс Суми» було виявлено, що для успішної діяльності підприємства в умовах ринкових відносин, постає питання у якісному та ефективному плануванні діяльності. Підприємство використовує декілька стратегій:

1. Стратегія посилення позиції - за якої підприємство робить все, зі своїм продуктом на даному ринку завоювати кращі позиції. Цей тип стратегії для реалізації вимагає великих маркетингових зусиль.
2. Стратегія розвитку ринку - полягає в пошуку нових ринків для виробленого продукту.
3. Стратегія розвитку продукту – підприємство розв'язує задачі росту за рахунок виробництва нового продукту.
4. Маркетингова стратегія - узгоджує маркетингові цілі заводу та можливості, дослідження ринків та вимог споживачів.
5. Виробнича стратегія – вона направлена на нарощування виробничих потужностей і матеріально-технічного забезпечення виробничого процесу відповідно до маркетингової стратегії підприємства.

3.3. Шляхи підвищення рентабельності підприємства

Міру прибутковості функціонування підприємства найбільш точно визначається показниками рентабельності. Показники рентабельності характеризують рівень рентабельності витрат або міру використання наявних ресурсів у процесі виробництва і продажу товарів, робіт, послуг [39].

Підвищення прибутковості бізнесу багато в чому залежить від зростання чистого прибутку, який залишається в розпорядженні бізнесу після сплати податків. Дійсно, в умовах ринкової економіки чистий прибуток є основою економічного і соціального розвитку підприємства. Отже, щоб підвищити прибутковість бізнесу, необхідно збільшити прибуток.

І це можна зробити наступним чином[13]:

- 1) збільшення обсягу виробництва і продажів товарів, робіт і послуг;
- 2) вжиття заходів щодо підвищення продуктивності праці працівників;
- 3) знизити собівартість виробництва (реалізації) продукту, тобто знизити його собівартість;
- 4) максимально використовуйте потенціал, який може використовувати компанія, включаючи фінансові ресурси;
- 5) на ринку діють переважно вільні (контрактні) ціни, тому будьте в курсі проблеми і грамотно проводите цінову політику;
- 6) грамотно вибудовує договірні відносини з постачальниками, посередниками, покупцями;
- 7) з точки зору досягнення оптимального ефекту раніше отриманий прибуток може бути оптимально розміщена (депонована).

Останні 3 аспекти багато в чому залежать від чесності і кваліфікації економістів, бухгалтерів і фінансистів [3].

При укладанні угод з клієнтами дуже важливо домовитися про оптимальну ціну товарів, робіт і послуг, а також терміни їх перегляду у зв'язку з інфляційним процесом і змінами неділі. При визначенні прибутковості бізнесу важливо враховувати інфляційні фактори. Адже період зростання інфляції створює несприятливі умови для інвестиційної активності. Імовірність прийняття неправильних інвестиційних рішень в цей період значно зростає. І перш за все тому, що в разі високої інфляції бухгалтерська інформація підприємства значно спотворюється.

Використовуючи цю інформацію, інвестори та інші користувачі бухгалтерської звітності компанії проводять аналіз показників прибутковості, ризику помилкових результатів, фінансового аналізу, далекого від реальної картини фінансового стану підприємства. Щоб уникнути впливу інфляції і визначити її справжню вартість, при розрахунку коефіцієнта фінансового прибутку підприємства, який є одним з найважливіших показників фінансового аналізу, необхідно враховувати наступні фактори:

- коригування бухгалтерської звітності відповідно до поточного рівня цін;

- розрахунок реальних фінансових коефіцієнтів на основі бухгалтерської звітності з поправкою на інфляцію;

- порівняння фінансових коефіцієнтів, розрахованих до і після корекції.

Ці кроки мають вирішальне значення для визначення показників прибутковості. Аналізуючи їх в періоди високої інфляції, Ви отримujete завищене значення цих показників, що не дозволяє об'єктивно оцінити фінансовий стан підприємства. Таким чином, компанія зобов'язана коригувати бухгалтерську звітність підприємства відповідно до рівня цін за розглянутий період. Використовуйте об'єктивні та доступні цінові індикатори для скоригованих товарів. Це один з найважливіших способів підвищити прибутковість бізнесу, а саме:

1) поліпшення маркетингу, пов'язане з координацією маркетингових стратегій і тактики. Щоб поліпшити роботу відділу маркетингу, до них відносяться наступні положення:

- щоб виробляти тільки те, що можна купити напевно, підприємству необхідно згрупувати продукти по прибутковості, зосередитися на прибуткових продуктах, поліпшити продукти з середнім прибутком і припинити випуск менш прибуткових продуктів;

- упорядкувати виробничий процес таким чином, щоб він був адаптований до швидкого обороту;

- проводити постійні наукові дослідження поведінки споживачів та аналізу конкурентів.

2) поліпшити якість і конкурентоспроможність продукції. Цього можна досягти за рахунок зниження витрат і поліпшення дизайну і зовнішнього вигляду продукту;

3) зниження собівартості продукції;

4) ліквідація каналів прибутків і збитків (сплата різних штрафів, пені) ;

5) чітке і своєчасне виконання контрактів на поставку продукції;

6) збільшення оптових або інших відпускних цін на продукт, але таким чином, щоб ці ціни відповідали якості продукту.

Коли бізнес отримує однакову суму прибутку, він може підвищити прибутковість використання фінансових ресурсів, але також може зменшити обсяг коштів, вкладених в основний і оборотний капітал (наприклад, він може продати частину машин, обладнання і, якщо вони використовуються недостатньо ефективно, скоротити залишилися незавершені роботи, готову продукцію, товари і гроші на інвентаризацію і випуск дебіторської заборгованості).

Якість планів важливо для забезпечення умов для постійного зростання прибутку і прибутковості. Це складний і багатогранний процес, що включає в себе глибокий економічний аналіз виробничих і фінансових показників за період, що передує плановому періоду, кількісні та якісні показники виробничого планування (виконання робіт, надання послуг), їх виконання, витрати, облік наявних резервів для збільшення обсягів виробництва і зниження собівартості продукції. це особливо неефективно [36].

Планування прибутку супроводжується організаційною відповідальністю за ці фінансові послуги і включає всі виробничі та функціональні підрозділи підприємства. Тільки в цьому випадку план точно відображає резерви у виробничому господарстві, виходячи з більш раціонального використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів. Фінансові ресурси, вкладені в такі активи, уповільнюють оборот коштів компанії і, природно, знижують рентабельність виробництва. Для компанії важливо мати систематичну операційну інформацію про хід виконання запланованого плану прибутку. Маючи щоденні дані про отриманий прибуток (і, як правило, правильно вказуючи фактичну ситуацію та уточнюючи її відповідно до бухгалтерських даних на кінець цього місяця), керівництво компанії несе відповідальність за управління компанією.

У процесі контролю отримання прибутку уважно вивчити факти застосування фінансових санкцій до підприємств з боку партнерів по взаємній поставці матеріальних цінностей, фінансів, транспорту та інших органів влади, а також фінансових послуг, юридичних послуг. Ці санкції включають штрафи і це ускладнює фінансове становище бізнесу, наприклад, зменшує чистий прибуток і

негативно впливає на рентабельність бізнесу. Таким чином, кожен факт втрати повинен оцінюватися з точки зору відповідальності конкретних посадових осіб, відповідальності, яку вони несуть, і розробки заходів щодо їх запобігання в майбутньому [19].

Тому підприємству слід активно шукати всі можливі шляхи поліпшення виробництва, підвищення конкурентоспроможності власної продукції та сприяння підвищенню рентабельності підприємства.

ВИСНОВОК

Перехід до ринкових відносин в економіці України по-новому розкриває і розширює можливості діяльності компанії як основної ланки. У нових умовах правові, фінансові, економічні та соціальні відносини зазнають значних змін як всередині підприємства, так і в зовнішньоекономічному середовищі. В даний час існує різноманітність різних форм власності, і відносини між бізнесом і державою та іншими учасниками ринку значно змінилися.

Економічна свобода висуває високі вимоги до умов ринкових відносин і, як наслідок, до рівня управлінської та господарської діяльності підприємства. Основне завдання підприємства на поточному етапі - виробництво якісної та конкурентоспроможної продукції, затребуваної серед споживачів, реалізація цієї продукції, реалізація максимально можливого рівня прибутку.

Результати діяльності компанії оцінюються за системою показників, яка в основному являє собою рентабельність, і визначаються відношенням прибутку до показника функціонування компанії. Рентабельність дає можливість визначити економічну ефективність підприємства.

Рентабельність будь-якого бізнесу визначає його функціонування незалежно від економічної політики держави. Крім того, прибуток є основним стимулом для ведення підприємницької діяльності, оскільки він забезпечує багатство власникам бізнесу за рахунок доходу від вкладеного капіталу.

Співробітники також зацікавлені в підвищенні прибутковості бізнесу, що певною мірою забезпечує не тільки гарантію зайнятості (довгострокова перспектива), а й додаткову істотну компенсацію за роботу і задоволення соціальних потреб (короткострокова перспектива).

Крім того, прибуток від податкових платежів дозволяє формувати дохідну частину державного бюджету жовтня на всіх рівнях і, таким чином, є основою економічного розвитку держави в цілому. Таким чином, забезпечення інтересів держави, власників і персоналу підприємства, його вимірювання прибутку і

рентабельності є одним з найважливіших показників для оцінки ефективності підприємства в умовах ринкової економіки.

Високий рівень рентабельності дозволяє залучати інвестиції в будь-яку компанію, отримувати кредити, вибирати постачальників і т.д. це дає перевагу в питаннях визначення його конкурентоспроможність і ступеня незалежності бізнесу від несподіваних змін ринкових умов. У зв'язку з цим дуже важливим стало питання аналізу рівня рентабельності підприємства з метою визначення шляхів підвищення рентабельності підприємства.

За підсумками даної роботи, можна зробити висновок, що на сьогоднішні існують ще певні неточності у визначенні показників рентабельності підприємства. Кожне підприємство, у тому числі і ПрАТ «Лакталіс Суми» намагається збільшити рентабельність своєї продукції, ресурсів, що використовується. Тому що зростання рентабельності сприяє покращенню фінансового стану підприємства.

Аналізуючи рентабельність ПрАТ «Лакталіс Суми» у 2022 році у порівнянні з 2021 роком, можна зробити певні висновки, що в даному напрямку тут відбулися значні зрушення на покращення. До цього призвели деякі фактори:

- зростання обсягів реалізації продукції підприємства, а саме розширення ринку збуту продукції даного підприємства на території Європи, що дало змогу підвищити експорт продукції;

- розширення асортименту продукції;

- удосконалення організаційної структури управління, яке сприяло ефективнішій співпраці між керівництвом і підлеглими. А це в свою чергу призвело до ефективнішого процесу виробництва.

Проте в діяльності підприємства існують деякі недоліки, усунення яких сприятиме зростанню рентабельності. До них належать:

- неефективна робота відділу маркетингу;

- недостатній рівень умов роботи працівників;

- низькі ціни реалізації продукції;

— низька конкурентоздатність продукції, що виготовляється на даному підприємстві.

На жаль, ці недоліки знижують конкуренцію продукцію ПрАТ «Лакталіс Суми» з подібними імпортними товарами. Але слід зазначити, що розширення виробництва, впровадження досягнень науково-технічного прогресу у роботу підприємства, підвищення якості продукції, приділення більшої уваги дослідженням ринку сприятиме підвищенню конкурентоспроможності продукції і рентабельності підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України "Про підприємництво" // Відомості Верховної Ради України.- 1991.-№20.
2. Закон України "Про підприємства в Україні" // Відомості Верховної ради України.-1992.-№24
3. Андреева Г. І. Економічний аналіз: Навч.-метод. посіб. — К.: Знан-ня, 2008. — 263 с.
4. Алексеенко В. Рентабельність в умовах трансформації ринкових процесів / Алексеенко В. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: — http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Evu/2010_14/Alekseenko.pdf.
5. Бандурка А.М., Червяков И.М., Посылкина О.В. Фінансово-экономический аналіз. — Х.: Изд-во Харьк.ун-та внутр дел, 2009. — 394с.
6. Бачевський, Б.Є. Потенціал і розвиток підприємства: навч. посібник / Б.Є. Бачевський, І.В. Заблодська, О.О. Решетняк . — К. : ЦУЛ, 2009 . — 400 с.
7. Бланк И.А. Управление денежными потоками. — К.: Ника – Центр: Эльга, 2007. — 736с.
8. Бець М. В. Планування рентабельності виробництва / М. В. Бець // Економіка України. — 2000. — № 2. — С. 40-45
9. Бойчик І.М., Харів П.С., Хопчан М.І. Економіка підприємств. — Львів: В-во «Сполом», 2007. — 212с.
- 10.Брігхем Е.Ф. Основи фінансового менеджменту. — К.: Ніка – Центр: Ольга, 2002. — 256с.
- 11.Богацька Н.М. Рентабельність підприємства та шляхи її підвищення / Богацька Н.М., Боб Ю.В. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: — http://www.rusnauka.com/1_KAND_2010/Economics/10_57472.doc.htm
- 12.Бужин О. Прибуток: рівночасне розподілення. // Актуальні проблеми економіки.-2004.-№ 6.-156с.
- 13.Васильєв В.В. Шляхи підвищення результативності українських підприємств // Фондовий ринок. — 2007. - №12. — с. 11-14.

- 14.Верхоглядова Н. І. Зміст та значення прибутку як головної рушійної сили ринкової економіки / Н. І. Верхоглядова // Економічний простір. – 2010. – № 21. – С. 312-320.
- 15.Гадзевич О. І. Основи економічного аналізу і діагностика фінансо-во-господарської діяльності підприємств. Навчальний посібник. — К.: Кондор, 2007. — 180 с.
- 16.Грабовецький Б. Є. Економічний аналіз: Навч. посіб. — Вінниця: ВНТУ, 2007. — 191 с.
- 17.Дзюба І.В. Вплив факторів на збільшення прибутку підприємства / І.В. Дзюба, М.В. Шашина // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 2. – С. 74-78.
- 18.Доля В. Т. Экономический анализ: учебное пособие / В. Т. Доля. — 2-е изд., испр. и доп. — К. : Кондор, 2007. — 224 с.
- 19.Донченко О.В. Дослідження проблеми підвищення рівня рентабельності підприємства / Донченко О.В. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: – http://www.library.ospu.odessa.ua/online/Conference/tez_44/6-15.pdf.
- 20.Економіка виробничого підприємства: Навч. посібник / За ред. И. М. Петровича. — 2-ге вид., пер. та доп. — К, 2002.
- 21.Економіка підприємства. Збірник практичних задач і конкретних ситуацій: Навч. посібник / За ред. С. Ф. Покропивного. — К., 2000.
- 22.Економіка підприємства. Підручник / За ред. С. Ф. Покропивного. — 2-ге вид., пер. та доп. — К., 2002.
- 23.Економіка підприємства: Навч. посібник / За ред. А. В. Шегди. — К.: Знання, 2005. — 431 с.
- 24.Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства: навчальний посібник / Т. Д. Костенко [та ін.]. — 2-ге вид., перероб. и доп. — К.: Центр учбової літерат.ри, 2007. — 400 с.
- 25.Економічний аналіз: Навч. посібник / М. А. Болюх, В. З. Бурчевський, М. І. Горбаток та ін.; За ред. акад. НАНУ, проф. М. Г. Чумаченка. — Вид. 2-ге, перероб. і доп. — К.: КНЕУ, 2003. — 556 с.

26. Економічний аналіз: Навч. посібник / М. А. Болух, В. З. Бурчевський, М. І. Горбаток; За ред. акад. НАНУ, проф. Чумаченка М. Г.— К.: КНЕУ, 2001. — 540 с.
27. Каркавчук В. Моделювання рівня рентабельності підприємства Каркавчук В. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: — http://www.lnu.edu.ua/faculty/ekonom/Form_Rynk_Econ/2008_18/Karkavchuk.pd
28. Ковальчук М. І. Економічний аналіз діяльності підприємств АПК: Шдручник. — К.: КНЕУ, 2005. — 390 с.
29. Конспект лекцій з курсу «Економічна діагностика» / Укл.: Глуха-рев С. М. — Харків: ХНАМГ, 2008. — 118 с.
30. Кривицька О.Р. Планування прибутку підприємства при визначенні стратегії його розвитку // Фінанси України. -2005. -№ 3. - С.138 - 146.
31. Купалова Г. І. Теорія економічного аналізу: навчальний посібник / Г. І. Купалова. — К.: Знання, 2008. — 639 с.
32. Лазаришина І. Д. Економічний аналіз в Україні: історія, методологія, практика. — Рівне.: НУВГП, 2005. — 369 с.
33. Литвш Б. М. Фінансовий аналіз: навчальний посібник / Б. М. Литвин, М. В. Стельмах. — К. : Хай-Тек Прес, 2008. — 336
34. Мец В.О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства: Навч. посібник.- К: Вища школа, 2003.- 278с.
35. Митрофанов Г.В. Фінансовий аналіз: Навч. посібник/ Г.В.Митрофанов, Г.О.Кравченко, Н.С.Барабаш; За ред. Митрофанова Г.В.- К: КНТЕУ, 2002.- 301с.
36. Нестеренко Ж.К. Економічний аналіз фінансово-господарської діяльності підприємств: Навч. посібник/ Ж.К.Нестеренко, А.В.Череп.- К: Центр навчальної літератури, 2005.- 122с.
37. Прокопенко І.Ф., Ганін В.І. Методика і методологія економічного аналізу: навч. посіб./ Прокопенко І.Ф., Ганін В.І. - К.:ЦУЛ,2008. - 430 с.

38. Попович П.Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання/ Тернопіль: Економічна думка, 2005. – 207 с.
39. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: Навч. посібник. - К: Знання, 2004.- 654с.
40. Старостенко Г.Г. Фінансовий аналіз: Навч. посібник/ Г.Г.Старостенко, Н.В.Мірко.- К: Центр навчальної літератури, 2006.- 224с.
41. Тарасенко Н.В. Економічний аналіз: Навч. посібник.- 3-тє вид., перероб.- Львів: Новий світ-200, 2004.- 344с.
42. Танцюра М.Ю. Стратегія забезпечення рентабельності підприємства / М.Ю. Танцюра, Д.Л. Шихмамбетова // Економіка – 2012. – № 2 (39) – С. 113 – 116.
43. Феценко О.П. Рентабельність суб'єктів господарювання, як складова оцінки фінансового стану. // Формування ринкових відносин в Україні. – 2013. – № 9. – С.71-75.
44. Циглик І. І. Кропелянська С. О. Економічний аналіз господарської діяльності підприємства: Навч. посібник. — Київ: Центр навч. літератури, 2004. — 124 с.
45. Черниш С.С. Економічний аналіз: Навчальний посібник. / С.С. Черниш // К.: Центр учбової літератури, – 2010. – 312 с.
46. Швайка Л.А. Планування діяльності підприємства / Швайка Л.А. – Львів.: «Новий Світ – 2000», 2003. – 268 с.
47. Шваб Л.І. Економіка підприємства / Шваб Л.І. – К.: Каравела, 2006. – 584 с
48. Янковий А.Г. Фактори формування прибутку підприємств / Янковий А.Г., Кошельок Г.В. // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. статей. / Ред. Зверяков М.І. та ін. Вип. 43. – Одеса: ОДЕУ. – 2011. – С. 298-305.