

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»
Факультет менеджменту та маркетингу
Кафедра економіки і підприємництва**

До захисту допущено:

Завідувач кафедри

_____ Світлана ТУЛЬЧИНСЬКА

«___» _____ 2025 р.

Дипломна робота

на здобуття ступеня бакалавра

за освітньо-професійною програмою «Економіка бізнес-підприємства»

спеціальності 051 «Економіка»

**на тему: «Економічне обґрунтування напрямів підвищення доходності
підприємства»**

Виконав:

здобувач вищої освіти IV курсу, групи УЕ-311

Кравець Артем Юрійович _____

Керівник:

к.т.н., доцент, доцент кафедри економіки і підприємництва

Красношاپка Володимир Володимирович _____

Консультант з економічно-математичного підрозділу:

к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки і підприємництва

Кузьмінська Наталія Леонідівна _____

Рецензент:

д.т.н., професор, професор кафедри міжнародної економіки

Гавриш Олег Анатолійович _____

Засвідчую, що у цій дипломній роботі
немає запозичень з праць інших
авторів без відповідних посилань.
Здобувач _____

Київ – 2025 року

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Факультет менеджменту та маркетингу

Кафедра економіки і підприємництва

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Спеціальність – 051 «Економіка»

Освітньо-професійна програма «Економіка бізнес-підприємства»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Світлана ТУЛЬЧИНСЬКА

«___» _____ 2024 р.

ЗАВДАННЯ

на дипломну роботу здобувачу вищої освіти
Кравцю Артему Юрійовичу

1. Тема роботи «Економічне обґрунтування напрямів підвищення доходності підприємства», керівник роботи Красношапка Володимир Володимирович, к.т.н., доцент, затверджені наказом по університету від «26» травня 2025 р. № 1747-с.

2. Термін подання здобувачем вищої освіти роботи 10.06.2025 р.

3. Вихідні дані до роботи: Форма №1 «Баланс», Форма №2 «Звіт про фінансові результати», статистичні дані, статут та інша економічна та технічна інформація з обраної теми, аналітичні матеріали фінансово-економічного відділу підприємства, законодавчі та нормативні акти України.

4. Зміст роботи:

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ДОХОДНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Економічна сутність доходу та доходності підприємства

1.2 Чинники та обставини, що впливають на доходність підприємства

1.3 Методичні підходи до оцінки та аналізу доходності підприємства

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДОХОДНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ДП «ГЕРЦ УКРАЇНА»

2.1 Загальна характеристика та господарсько-правові засади функціонування підприємства ДП «Герц Україна»

2.2 Аналіз економічних показників діяльності ДП «Герц Україна»

2.3 Оцінювання доходності та чинників формування доходності на

підприємстві ДП «Герц Україна»

2.4 Кореляційно-регресійний аналіз доходності ДП «Герц Україна»

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ ДОХОДНОСТІ ДП «ГЕРЦ УКРАЇНА»

3.1 Напрями підвищення доходності та розробка пропозицій щодо їх застосування для ДП «Герц Україна»

3.2 Економічне обґрунтування запропонованих заходів для підприємства ДП «Герц Україна»

3.3 Розрахунок витрат на реалізацію заходів з удосконалення збутової діяльності ДП «Герц Україна»

3.4 Оцінка соціально-економічної ефективності заходів з удосконалення збутової діяльності ДП «Герц Україна»

5. Перелік ілюстративного матеріалу: презентація дипломної роботи.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 2, пункт 2.4	к.е.н., доц. Кузьмінська Н.Л.		
Нормоконтроль	к.е.н., доц. Кривда О.В.		

7. Дата видачі завдання 18.10.2024 р.

Календарний план

№ з/п	Назва етапів виконання дипломної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Затвердження теми дипломної роботи науковим керівником	21.10.2024 р.	
2	Написання розділу 1 дипломної роботи	27.01.2025 р.	
3	Написання розділу 2 дипломної роботи	17.03.2025 р.	
4	Написання розділу 3 дипломної роботи	12.05.2025 р.	
5	Проведення попереднього захисту дипломної роботи	12.05.-18.05.2025 р.	
6	Строк подання дипломної роботи	10.06.2025 р.	
7	Захисту дипломних робіт	16.06.-30.06.2025 р.	

Здобувач

Артем КРАВЕЦЬ

Керівник

Володимир КРАСНОШАПКА

РЕФЕРАТ

Дипломна робота Кравця Артема Юрійовича на тему «Економічне обґрунтування напрямів підвищення доходності підприємства», спеціальність 051 «Економіка», освітня програма «Економіка бізнес-підприємства», Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Київ, 2025 рік.

Обсяг дипломної роботи становить 90 сторінок та складається зі вступу, 3 розділів, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків. Кількість ілюстрацій – 9, таблиць – 32, додатків – 2 та бібліографічних найменувань – 41.

Метою роботи є економічне обґрунтування теоретичних та практичних рекомендацій щодо напрямів зростання доходності діяльності підприємства на прикладі ДП «Герц Україна».

У якості методологічного апарату здійснення дослідження напрямків зростання доходності було застосовано такі методи, як: емпіричний, загальнологічний, аналітичний, статистичний, описовий методи та метод економіко-математичного моделювання.

У дипломній роботі здійснено аналіз загального фінансово-економічного стану ДП «Герц Україна» та проведено детальне дослідження рівня його доходності. Окрему увагу приділено теоретичному обґрунтуванню факторів, що впливають на доходність основної діяльності підприємства. На підставі отриманих результатів розроблено практичні рекомендації та проєктні пропозиції, спрямовані на підвищення цього показника.

Об'єкт дослідження – процес підвищення доходності діяльності ДП «Герц Україна».

Предмет дослідження – сукупність теоретико-методологічних та науково-практичних підходів до зростання доходності діяльності ДП «Герц Україна».

Ключові слова: дохід, доходність, фінанси, ризик, оптимізація, аналіз.

ABSTRACT

This bachelor's thesis by Artem Kravets, titled "Economic justification of directions for increasing enterprise profitability", was completed within the specialty 051 "Economics", educational program "Economics of Business Enterprise", at the National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute", Kyiv, 2025.

The thesis comprises 90 pages and includes an introduction, three chapters, general conclusions, a list of references, and appendices. It contains 9 figures, 32 tables, 2 appendices, and 41 bibliographic sources.

The aim of the thesis is to provide an economic justification of theoretical and practical recommendations for improving the profitability of enterprise activities using the example of SE "HERZ Ukraine".

The research methodology includes empirical, general logical, analytical, statistical, descriptive methods, and the method of economic and mathematical modeling.

The thesis presents an analysis of the overall financial and economic condition of SE "HERZ Ukraine" and a detailed study of its profitability level. Special attention is paid to the theoretical substantiation of factors influencing the profitability of the enterprise's core operations. Based on the obtained results, practical recommendations and project proposals were developed to enhance this indicator.

The object of the study is the process of increasing the profitability of SE "HERZ Ukraine".

The subject of the study is the set of theoretical, methodological, and practical approaches to improving the profitability of SE "HERZ Ukraine".

Keywords: income, profitability, finance, risk, optimization, analysis.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ДОХОДНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	10
1.1 Економічна сутність доходу та доходності підприємства	10
1.2 Чинники та обставини, що впливають на доходність підприємства	15
1.3. Методичні підходи до оцінки та аналізу доходності підприємства	26
Висновки до розділу 1.....	35
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДОХОДНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ДП «ГЕРЦ УКРАЇНА».....	38
2.1 Загальна характеристика та господарсько-правові засади функціонування підприємства ДП «Герц Україна».....	38
2.2 Аналіз економічних показників діяльності ДП «Герц Україна»	44
2.3 Оцінювання доходності та чинників формування доходності на підприємстві ДП «Герц Україна»	55
2.4. Кореляційно-регресійний аналіз доходності ДП «Герц Україна».....	59
Висновки до розділу 2.....	66
РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ ДОХОДНОСТІ ДП «ГЕРЦ УКРАЇНА»	68
3.1 Напрями підвищення доходності та розробка пропозицій щодо їх застосування для ДП «Герц Україна».....	68
3.2 Економічне обґрунтування запропонованих заходів для підприємства ДП «Герц Україна»	73
3.3 Розрахунок витрат на реалізацію заходів з удосконалення збутової діяльності ДП «Герц Україна».....	76
3.4. Оцінка соціально-економічної ефективності заходів з удосконалення збутової діяльності ДП «Герц Україна»	79

Висновки до розділу 3.....	82
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	84
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	86

ВСТУП

Актуальність дослідження. В умовах сучасної ринкової економіки, що характеризується високим рівнем конкуренції, нестабільністю зовнішнього середовища та швидкими змінами економічних умов, підвищення доходності підприємства є ключовим фактором забезпечення його конкурентоспроможності, стабільного розвитку та довгострокової фінансової стійкості. Для українських підприємств, які функціонують у складних економічних і політичних реаліях, питання ефективного використання ресурсів, оптимізації витрат і зростання доходів набуває особливої актуальності. Недостатня увага до питання доходності може призвести до зниження рентабельності, втрати ринкових позицій і навіть банкрутства підприємства. Таким чином, розробка науково обґрунтованих підходів до підвищення доходності підприємства є актуальною як з теоретичної, так і з практичної точки зору, оскільки сприяє зміцненню економічного потенціалу окремих суб'єктів господарювання та економіки країни загалом.

Ступінь розробки наукової проблеми. Питання підвищення доходності підприємства є предметом уваги багатьох вітчизняних і зарубіжних учених. Теоретичні основи управління доходами та прибутковістю досліджувалися в працях таких економістів, як Ф. Котлер, П. Друкер, М. Портер, які акцентували увагу на стратегічному управлінні та маркетингових підходах до зростання доходів. Вітчизняні вчені, зокрема І. Бланк, О. Терещенко, Л. Лігоненко, зосереджувалися на фінансових аспектах управління прибутковістю, аналізі ефективності використання ресурсів і розробці антикризових стратегій. Водночас, незважаючи на значну кількість досліджень, у науковій літературі недостатньо уваги приділено комплексному економічному обґрунтуванню напрямів підвищення доходності з урахуванням специфіки діяльності конкретних підприємств, зокрема в умовах обмежених ресурсів і високої економічної невизначеності. Це обумовлює необхідність подальшого дослідження даної проблеми.

Метою даної дипломної роботи є проведення економічного аналізу та обґрунтування напрямів підвищення доходності підприємства ДП «Герц Україна».

Завданнями роботи є:

- дослідити теоретичні аспекти доходності підприємства та фактори, що на неї впливають;
- проаналізувати фінансово-економічний стан обраного підприємства та визначити основні проблеми, що впливають на його доходність;
- розробити та обґрунтувати напрями підвищення доходності підприємства;
- оцінити ефективність запропонованих заходів та їх вплив на фінансові результати підприємства.

Об'єктом дослідження є процес підвищення доходності діяльності ДП «Герц Україна».

Предметом дослідження є сукупність теоретико-методологічних та науково-практичних підходів до зростання доходності діяльності ДП «Герц Україна».

Методи дослідження: у процесі дослідження використовувалися різноманітні методи, включаючи аналіз та синтез, індукцію та дедукцію, горизонтальний та вертикальний аналіз фінансових показників, факторний аналіз, фінансовий аналіз, кореляційно-регресійний аналіз, методи прогнозування та економіко-математичного моделювання.

Практичне значення отриманих результатів. Результати дослідження матимуть практичну цінність для керівництва ДП «Герц Україна», фінансових менеджерів та аналітиків. Розроблені рекомендації сприятимуть прийняттю ефективних рішень, спрямованих на підвищення доходності та фінансової стабільності підприємства. Робота спрямована на створення та впровадження стратегій, які забезпечать конкурентоспроможність і сталий розвиток ДП «Герц Україна» на ринку.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ДОХОДНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Економічна сутність доходу та доходності підприємства

Доход підприємства – це грошові та інші економічні вигоди, отримані в результаті виробничої, комерційної, фінансової чи іншої діяльності, які призводять до збільшення власного капіталу підприємства [1].

У літературі існують різні підходи до тлумачення доходу. Так, деякі автори акцентують увагу на виручці від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг): Сідун і Пономаренко визначають дохід як витрати від реалізації без ПДВ та акцизів [2]. Інші бачать дохід як приріст власного капіталу підприємства: наприклад, Ткаченко вважає, що дохід – це збільшення економічних вигод у вигляді надходжень, що збільшують власний капітал (за винятком внесків власників) [2]. Деякі автори трактують дохід з точки зору підприємництва і ризику: Гринькова розглядає дохід як компенсацію за підприємницьку діяльність і невизначеність, що пов'язана з нею [2]. Бутинець дає загальніше визначення: дохід – це надходження економічних і фінансових вигод у формі виручки від реалізації продукції та інших операцій (товарів, робіт, послуг), а також доходів від фінансових інвестицій – дивідендів, відсотків, гонорарів тощо [2].

Розглянемо тепер детальніше дохід в узагальненому сенсі. Наведемо тлумачення економічної сутності «доходу» представниками різних економічних шкіл в табл. 1.1.

Таблиця 1.1 – Тлумачення економічної сутності «доходу» представниками різних економічних шкіл

Економічні школи	Тлумачення економічної сутності категорії доходу
Класична економічна теорія (В. Петті, А. Сміт, Ж. Б. Сей, Д. Рікардо)	Дохід формується не лише через скорочення витрат на етапі виробництва, а й через зростання продажів у процесі обміну. Суспільно корисна праця сприяє зростанню доходу. А. Сміт: «Заробітна плата, прибуток і земельна рента – три основні джерела будь-якого доходу та мінової вартості».

Продовження таблиці 1.1

Маржиналістська економічна теорія (Е. Бем-Баверк, Л.Вальрас, У. Джевонс, В. Парето, І. Фішер, Дж. Хікс)	Дохід розглядається з позиції попиту, через ставлення людини до товару в процесі споживання й обміну. На дохід впливають інтереси як виробників, так і споживачів.
Неокласична маржиналістська теорія (М. Блауг)	М. Блауг акцентує на макроекономічному підході до доходів, пов'язуючи їх із розвитком продуктивних сил і виробничих відносин, відкидаючи теорію зарплати, прибутку, ренти й відсотка як основу.
Кейнсіанська економічна теорія (Дж. М. Кейнс)	Дохід залежить від поведінки індивідів і потребує державного регулювання. Дж. М. Кейнс: «Виникнення та рух доходу пов'язані з поведінкою людей».
Неокласична економічна теорія (Дж. Кларк, А. Пігу, Ф. Хайск, Г. Хаберлер)	Дж. Кларк дав пояснення, що дохід кожного фактора виробництва пропорційний вартості його граничного продукту. М. Туган-Барановський розвинув соціальну теорію розподілу, де заробітна плата залежить від продуктивності праці (економічний чинник) і соціальної активності робітників (соціальний чинник). За його вченням, прибуток – це дохід від експлуатації, рента – від використання землі.
Марксистська економічна теорія (К. Маркс, Е. Бернштейн, Р. Гільфердінг, К. Каутський)	Дохід базується на трудовій теорії доданої вартості. Праця робітника – єдине джерело нової вартості, інші доходи – результат неоплаченої праці.

Джерело: складено автором на основі [3]

Таким чином, різні наукові школи й автори розглядають дохід як фундаментальну економічну категорію, пов'язану як із результатом операційної діяльності, так і з фінансовими надходженнями підприємства.

Доходність (рентабельність) підприємства – це відносний показник ефективності діяльності, що визначається як співвідношення прибутку (або іншого доходу) до витрат, активів чи капіталу, виражене у відсотках або коефіцієнтах. Іншими словами, доходність вимірює рівень прибутковості діяльності підприємства. Як відзначають дослідники, доходність пов'язана з обсягом отриманого прибутку, але не ототожнюється з ним: це рівень (відсоток) прибутку щодо базового показника [4].

У бухгалтерії та аналізі використовують низку показників доходності (рентабельності) – від маржі валового, операційного прибутку до показників рентабельності активів і власного капіталу підприємства. Показники доходності зазвичай краще характеризують ефективність діяльності, ніж абсолютний

прибуток, оскільки відображають співвідношення між отриманим прибутком і використаними ресурсами [4].

Отже, з позиції різних наукових підходів дохідність можна трактувати як комплексний критерій економічного результату: одні автори вказують на її ролі у стимулюванні підприємництва і контролі ефективності, інші — як ключовий показник при аналізі фінансових результатів.

Проаналізуємо еволюцію понять «доходу» та «доходності». Категорії «доход» і «доходність» мають тривалу історію розвитку в економічній думці. Як зазначають сучасні дослідники, трактування доходу постійно змінювалось і розширювалось відповідно до рівня економічного розвитку та цілей аналізу. У класичній економічній теорії (Адам Сміт, Давид Рікардо, Мілтон Фрідмен, Вільям Петті тощо) дохід асоціювався з усіма видами економічних надходжень, що виникають у процесі виробництва та обміну, включаючи заробітну плату, земельну ренту та прибуток від капіталу. А. Сміт вважав, що дохід є результатом суспільно корисної праці та формується з трьох основних джерел: праці, землі та капіталу. У марксистській парадигмі дохід розглядався через призму трудової теорії вартості, де основним джерелом доходу є праця, а всі інші види доходів (наприклад, прибуток чи рента) походять від доданої вартості, створеної робітниками. У XX-XXI ст. із розвитком фінансово-аналітичного підходу сформувалися нові інтерпретації: дохід дедалі частіше визначають як загальну суму грошових або матеріальних надходжень, отриманих від економічної діяльності, включаючи виручку, відсотки, ренту та інші джерела [5].

Паралельно еволюціонував і підхід до вимірювання ефективності діяльності підприємства: від абсолютних показників (прибуток, виручка) до відносних показників доходності, таких як рентабельність чи віддача від інвестицій. Сучасні економісти наголошують, що «дохід є багатогранною і складною категорією, яка постійно еволюціонувала від давнини до сучасності». Зміна трактувань обумовлена різними економічними школами, запитами практиків і роллю доходу в суспільстві.

Нарешті, варто зазначити, що теоретичні підходи до аналізу доходу також трансформувалися. Наприклад, у сучасній літературі наводять кілька теорій (факторну, винагородну, інноваційну тощо) для пояснення походження доходу підприємства. Зокрема, факторна теорія доходу вважає його результатом корисного використання економічних ресурсів (землі, праці, капіталу), а компенсаційна (підприємницька) – як винагороду підприємцю за організацію діяльності і взяття на себе ризику [1]. Ці підходи відображають загальну тенденцію: розвиток економічних теорій доходу враховує як зміни ринкових умов, так і потребу підприємств у точних методах оцінки ефективності їх діяльності.

Наведемо тепер класифікацію видів доходів підприємства. Доходи підприємства можна класифікувати за різними ознаками. З урахуванням функціональної приналежності виділяють, зокрема, такі основні категорії доходів:

- Доходи від основної (операційної) діяльності – надходження від реалізації продукції, товарів, надання послуг чи виконання робіт. Це основне джерело фінансового результату підприємства (виручка від продажу), що формується без урахування податків і повернутих клієнтам знижок. Саме цей дохід, який пов'язаний із господарською діяльністю, служить головним індикатором ефективності виробництва [1].
- Інші операційні доходи – доходи від допоміжної господарської діяльності або від операцій, не пов'язаних із прямим виготовленням продукції. Сюди належать, наприклад, курсові різниці, доходи від операційної оренди активів, штрафи й пені, виручка від реалізації оборотних чи необоротних активів (окрім фінансових інвестицій) тощо. Хоча ці надходження не є основною виручкою підприємства, вони також виникають у звичній діяльності і збільшують фінансовий результат.
- Фінансові доходи – доходи від фінансових інвестицій та операцій: дивіденди, відсотки, роялті, доходи від інвестицій у цінні папери, курсові

різниці за фінансовими активами тощо [6]. Наприклад, Ф.Ф. Бутинець зазначає, що дохід підприємства може включати виручку від реалізації продукції, а також дивіденди, відсотки, гонорари та інші фінансові надходження [2]. Тобто фінансові доходи – це платежі, що виникають з фінансових активів підприємства і не пов'язані з його операційним виробництвом.

- Інші (позареалізаційні) доходи – надзвичайні або допоміжні надходження, які виникають поза звичайною діяльністю підприємства. До них можуть належати, наприклад, доходи від реалізації основних засобів, роялті від продажу ліцензій, страхові відшкодування, надходження від прощення боргу або надзвичайні прибутки від реалізації незвичних операцій. Хоча ці доходи не є регулярними, їх урахування важливе для повної оцінки фінансового результату підприємства.

Наведемо узагальнену класифікацію доходів підприємства у табл. 1.2.

Таблиця 1.2 – Класифікація доходів підприємства

Категорія доходів	Пояснення
Дохід від реалізації продукції (товарів, послуг)	Основні операційні доходи підприємства. Включають виручку від продажу продукції (товарів, робіт, послуг) без урахування ПДВ, акцизу та інших непрямих податків, а також без знижок і повернень. Ця виручка формує основу фінансових результатів і характеризує продуктивність основної діяльності.
Інші операційні доходи	Доходи від другорядних або допоміжних видів діяльності. Наприклад, доходи від курсових різниць, оренди, роялті, продажу оборотних або довгострокових активів (що не є фінансовими інвестиціями), штрафів та відшкодувань тощо. Виникають у межах звичайної діяльності, але не є виручкою від основної продукції.
Фінансові доходи	Доходи від фінансових операцій і інвестиційних активів: відсотки за депозитами і позиками, дивіденди, доходи від продажу цінних паперів, курсові різниці за фінансовими інструментами. Ця категорія відображає використання капіталу підприємства у фінансовій сфері і не пов'язана з операційним виробництвом.
Інші (надзвичайні доходи)	Позареалізаційні або одноразові надходження: доходи від реалізації основних засобів, страхові виплати, надходження від списання боргів, гранти, інші надзвичайні чи нечасті доходи. Вони не є регулярними і відображають разові події, але також включаються до фінансових результатів підприємства.

Джерело: складено автором на основі узагальнення джерел

Зазначена класифікація забезпечує систематизацію доходів за джерелами їх виникнення. Усі категорії доходів у підсумку формують фінансовий результат підприємства (прибуток або збиток) після того, як будуть відняті пов'язані з ними витрати і податкові нарахування.

Проаналізуємо роль доходу у фінансово-економічному механізмі підприємства. Дохід є центральною ланкою фінансової діяльності підприємства. Він формує власний капітал: надходження активів і зменшення зобов'язань (які породжують дохід) призводять до зростання власного капіталу компанії [6]. Надійні доходи забезпечують підприємству ресурси для відтворення і розвитку: фінансування капітальних інвестицій, досліджень, підвищення кваліфікації персоналу тощо. Зауважимо також, що сам факт отримання прибутку виступає стимулом для підприємництва. Як підкреслюють дослідники, прибуток «служить засобом відтворення та важливим мотивом здійснення діяльності» підприємства [4]. У ширшому контексті, стабільні доходи сприяють фінансовій стійкості та незалежності підприємства: вони є джерелом самофінансування та показником привабливості для інвесторів. Таким чином, дохід виступає як фінансово-економічний «маяк», що відображає життєздатність та ефективність підприємства.

Таким чином, економічна сутність доходу підприємства тісно пов'язана з досягненням прибутку і зростанням капіталу, а доходність є тим показником, що відображає ефективність цього процесу. Різні наукові школи розглядають дохід із різних боків (виручка, мотивація), але всі сходяться на тому, що дохід і доходність – ключові елементи механізму фінансового успіху підприємства.

1.2 Чинники та обставини, що впливають на доходність підприємства

Доходність підприємства (рентабельність) відображає здатність бізнесу отримувати прибуток від інвестицій чи витрат. Ключовим завданням менеджменту є підтримувати високу прибутковість при оптимізації витрат та

збільшенні виручки. На рівень доходності впливають як зовнішні макроекономічні чинники, так і внутрішні (мікро) фактори, а в сучасних реаліях України суттєвим є також вплив специфічних обставин (повномасштабної війни, інфляції тощо). Розглянемо класифікацію факторів впливу за рівнем їх виникнення на рисунку 1.1.

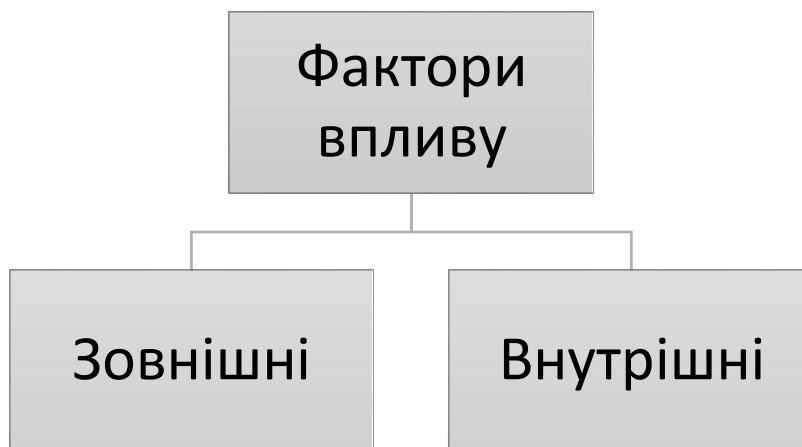


Рисунок 1.1 – Класифікація факторів впливу на доходність підприємства

Джерело: складено автором

Далі розглянемо окремі групи чинників з урахуванням реальних тенденцій в Україні.

Доходність або рентабельність вимірюється відношенням прибутку до певної бази (виручки, інвестицій, активів тощо). Вона характеризує ефективність діяльності, адже висока сумарна виручка може не гарантувати прибутковості, якщо витрати ростуть швидше. Зміна доходності залежить від різних факторів: кількість та якість продукції, ціноутворення, структури витрат, податкової політики. Наприклад, підвищення собівартості продукції при незмінній ціні знижує маржу прибутку. Натомість збільшення обсягів продажів чи підвищення ціни (за умови гнучкого попиту) підвищують прибутковість. Стратегічно підприємство прагне збалансувати ці два показники – абсолютний прибуток і рентабельність через постійний аналіз і коригування роботи [7].

Макроекономічні фактори формують зовнішнє середовище в якому функціонує підприємство. Зміни у макроекономіці можуть або сприяти зростанню доходності, або, навпаки, її знижувати. Основні такі чинники:

- *Економічне зростання та цикли ВВП:* при зростанні економіки (буму) зростає споживчий попит і інвестиційна активність, що підвищує реалізацію продукції та може збільшити прибуток підприємств. У 2022 році через повномасштабну війну реальний ВВП України обвалився на 29,1% [8]. Це означає різке скорочення сумарного попиту на продукцію й послуги (девальвація ринку). У 2023 році відбувся частковий відновлювальний ріст (НБУ оцінює ріст ВВП в приблизно 5,7% у 2023 р. завдяки врожаю і адаптації бізнесу) [9]. Проте економічне зростання залишається нижчим докризових рівнів, отже сукупний попит й доходи підприємств не виходять на довоєнні показники. Вкрай вразливим для доходності є сповільнення зростання: наприклад, у IV кварталі 2024 ВВП знизився на 0,1% порівняно з аналогічним періодом 2023 року, що тисне на маржинальність бізнесу [10].
- *Інфляція та стабільність цін:* висока інфляція призводить до знецінення доходів, зростання цін на сировину та витрат, тому при незмінних цінах реалізації доходність підприємства знижується. Наприклад, відразу після повномасштабного вторгнення РФ спостерігався сплеск інфляції: у жовтні 2022 р. споживчі ціни зросли на 26,6% (наслідок руйнувань виробництва, логістичних перебоїв, підвищення витрат на енергію) [10]. Висока інфляція 2022 року підвищувала номінальні витрати бізнесу й тиск на ціни, хоча з іншого боку підприємства деяких галузей могли отримувати більшу виручку від зростання цін. Згодом інфляція знизилась: наприкінці 2023 р. вона становила лише 5,1%, завдяки рекордному врожаю та стабілізації гривні [9]. Однак вже в березні 2025 року інфляція знову прискорила до 14,6% (основними причинами зростання стали підвищені витрати бізнесу на оплату праці та енергоносії) [10]. Дезорієнтованість у цінах (нестабільність) ускладнює стратегічне планування: підприємству важко правильно закладати ціни і коригувати витрати на тлі стрімких коливань.

- *Відсоткові ставки та грошово-кредитна політика*: високі відсоткові ставки підвищують вартість запозичень і зменшують інвестиційні ініціативи підприємств. НБУ після сплеску інфляції утримував доволі високу облікову ставку: так, на початку 2025 р. ключова ставка становила 15,5% [10]. Це стимулювало відтік коштів у депозити та стримувало надмірне інфляційне знецінення, але підвищувало витрати підприємств на кредитні ресурси. Зі зменшенням інфляції монетарні умови поступово помякшуються, що у перспективі може знизити фінансові витрати бізнесу і підвищити його доходність.
- *Курс валют та зовнішня торгівля*: коливання курсу національної валюти змінюють конкурентоспроможність та купівельні можливості. У перші тижні повномасштабної війни НБУ зафіксував курс гривні на рівні 29,25 грн/дол. У серпні 2022 р. офіційний курс девальвував до 36,57 грн/дол і надалі підтримувався в діапазоні 36-40 грн/дол [11]. Девальвація робить імпорتنі ресурси дорожчими (зростають витрати на імпорт сировини та обладнання), але одночасно може вигідно впливати на експортні доходи (збільшує виручку у гривні). Наприклад, різке обвалення ринку подорожей через кордони призвело до скорочення імпорту послуг, тоді як імпорт товарів навіть зріс порівняно з 2022 р. на 15,5% (січень-листопад 2023р.) [8]. Для доходності це означає одночасно і ризики (подорожчання імпорту) і можливості (зростання конкурентоспроможності експорту української продукції).
- *Фіскальна політика та державна підтримка*: зміни податків і державні програми теж впливають на доходність підприємств. В Україні ставка податку на прибуток підприємств стабільно становить 18%. Підвищення податків чи ПДВ автоматично збільшує витрати бізнесу (як зовнішній фактор) і може зменшувати купівельний попит. У воєнний період значну роль відіграло пряме фінансування витрат бюджету: наприклад, у 2022 році Нацбанк профінансував дефіцит війни випуском майже 400 млрд грн для

купівлі військових облігацій [10], що з одного боку підтримувало потреби держави, але з іншого – додатково тиснуло на інфляцію та вартість гривневих ресурсів бізнесу. Зараз внаслідок міжнародної підтримки та нарощування податкових надходжень бюджетне фінансування стимулює попит (через виплати бюджету та військові замовлення), що сприяє поживавленню доходів підприємств.

- *Політична та безпекова стабільність*: постійна невизначеність через війну і ризики нового загострення негативно впливають на інвестиційну активність та споживчий попит. Наприклад, падіння безпекових ризиків та покращення очікувань в прогнозах НБУ (зменшення обстрілів і стабілізація на фронті) повинні підтримувати довіру бізнесу і позитивно впливати на відновлення економіки. Натомість продовження бойових дій обмежує інвестиції та впровадження інфраструктурних проєктів. Стають реаліями сьогодення військові обмеження (закриття чи евакуація підприємств з небезпечних зон, заборона імпорту/експорту деяких товарів), що прямо скорочують обсяги виробництва і доходи. За даними Київської школи економіки, прямі втрати активів підприємств від війни станом на 2023 рік становили \$13,1 млрд, що означає порушення виробничих ланцюгів і зниження доходності [12].
- *Міжнародна кон'юнктура*: глобальні зміни – світова рецесія, коливання цін на сировину, порушення логістики також враховуються на макрорівні. Наприклад, світові ціни на енергоносії зросли після початку війни. CEPR відзначає, що бурхливе зростання цін на енергію (газ і електрику) суттєво вплинуло на доходність європейських компаній через збільшення виробничих витрат [13]. Українські підприємства зазнали аналогічного тиску.

Для наочності систематизуємо основні макрочинники та їх вплив на доходність підприємств в табл. 1.3.

Таблиця 1.3 – Основні макрочинники та їх вплив на доходність підприємств

Фактор	Механізм впливу на доходність
ВВП та цикли економіки	Підвищення ВВП → зростання попиту та продажів підприємств; реcesія → скорочення попиту, низькі доходи.
Інфляція	Висока інфляція → збільшення витрат (сировина, зарплати, енергія) та знецінення грошових надходжень; низька/стабільна інфляція → сприяє плануванню.
Облікова ставка	Високі ставки → дорожче кредитування, менші інвестиції; низькі ставки → дешевші позики, підтримка прибутковості;
Курс валют	Девальвація гривні → дорожчий імпорту, дешевший експорт: експортери можуть підвищити виручку у гривні, імпортери – витрати. Фіксація/плавання курсу формують стабільність або волатильність витрат.
Фіскальна політика (податки, державні закупівлі)	Підвищення податків (ПДВ, акцизів) або нових зборів зменшує чистий прибуток; субсидії/дотації, державні замовлення – навпаки, можуть збільшувати виручку.
Політична/соціальна ситуація	Невизначеність (кризи, війна) знижує інвестиційну привабливість та попит; стабільність підтримує бізнес-середовище і може стимулювати зростання доходів.
Міжнародна кон'юнктура	Зміни світових цін (енергоносії, продовольство, метали) та ланцюгів постачання прямо впливають на витрати і доходи. Наприклад, зростання світових цін на енергію після 2022 р. сильно скоротило доходність компаній.

Джерело: складено автором

На рівні окремого підприємства доходність залежить від **мікроекономічних факторів** (внутрішніх факторів), які характеризують менеджмент, виробничі процеси, маркетингову політику та фінанси компанії:

- *Структура витрат і виробнича ефективність*: низька собівартість продукції та ефективне використання ресурсів (раціональне планування, сучасні технології) підвищують маржу. Наприклад, впровадження нових технологій та автоматизації зазвичай скорочує витрати і підвищує продуктивність, що збільшує прибутковість. Навпаки, дорогі застарілі матеріали або ручна праця при низькій продуктивності знижують доходність. Висока конкуренція на ринку часто змушує компанії оптимізувати витрати, інакше вони втрачають конкурентні переваги. Недостатня ліквідність може призводити до форсованого залучення

дорогих кредитів, у той час як надлишок необоротних активів не приносить відсоткового доходу.

- *Маркетинг, ціноутворення і попит*: ціна продукції та рівень попиту критично важливі. Якщо підприємство має сильну маркетингову стратегію і відрізняє свою продукцію (наприклад, за якістю або брендом) від конкурентної, воно може встановити вищі ціни або збільшити обсяги продажів, що позитивно впливає на доходність. Однак на гнучкий попит накладає обмеження конкуренція: у висококонкурентних галузях під тиском ринку ціни не можна підвищити без втрати частки ринку. Наприклад, зростання попиту на певну продукцію (сезонний пік) може навіть при високій конкуренції зробити реалізацію прибутковою (як це буває з квітами напередодні 8 березня). Навпаки, падіння попиту (через моду, технологічну застарілість чи небажані суспільні тренди) різко знижує виручку. Підприємство також самостійно може змінювати внутрішню цінову політику (наприклад, у відповідь на податки чи валютний курс), що безпосередньо позначається на доходності. Розвинуте маркетингове планування і аналіз ринку дозволяють краще прогнозувати попит і вибудовувати ціну, зберігаючи прибутковість.
- *Управлінські й організаційні фактори*: кваліфікація менеджменту, організація виробництва та внутрішні процедури впливають на загальну ефективність. Наприклад, підвищення кваліфікації персоналу і мотивація праці ведуть до більшої продуктивності. Хороша система внутрішнього контролю зменшує втрати від браку та корупції. Розвинена маркетингова діяльність і налагодження зв'язків із клієнтами/постачальниками забезпечує стабільні обсяги збуту та доступ до ресурсів. Інвестиції в R&D дозволяють виводити на ринок інноваційні продукти з вищою маржею. Усе це – сукупні “інвестиції” в доходність, що не завжди відображаються в короткостроковому фінансовому звіті, але помітно підвищують довгострокову рентабельність. З іншого боку, неефективне управління

призводить до розпилювання коштів (наприклад, надмірні запаси чи низька оборотність). Також внутрішні прогалини в ціноутворенні, наприклад, через відсутність гнучкої цінової політики чи погані збутові канали, знижують доходи. Таким чином, вміння злагоджено організувати роботу всередині підприємства є мікроекономічною передумовою високої прибутковості.

- *Доступ до фінансування та структура капіталу*: доступність кредитів і капіталу є критичною. За даними опитування українських МСБ, 22% підприємців вказують на брак кредитних ресурсів як на серйозну перешкоду розвитку [8]. Відсутність дешевих грошей змушує підприємства або брати кошти за високими ставками, або відкладати проекти. Окрім того, структура капіталу (співвідношення власних і позикових коштів) впливає на фінансову стійкість і прибутковість. Наявність серйозних боргових зобов'язань може значно знизити чистий прибуток через високі відсотки.

Табл. 1.4 нижче узагальнює основні мікрочинники та їх вплив на доходність підприємств.

Таблиця 1.4 – Основні мікрочинники та їх вплив на доходність підприємств

Фактор	Вплив на доходність
Витрати на виробництво	Вищі витрати на сировину, енергію, оплату праці → нижча рентабельність; оптимізація процесів і технології → вища рентабельність.
Маркетинг і ціни	Ефективний маркетинг/бренд → можливість більшої маржі; гнучке ціноутворення відповідно до попиту/конкуренції.
Якість продукції/послуг	Висока якість → лояльність клієнтів, можливість встановити вищу ціну, краща маржинальність.
Ефективність управління	Раціональні запаси та робочий капітал → менші витрати; слабке управління запасами/надмірні ресурси → втрати коштів.
Фінансова структура (борги)	Низькі відсотки та розумний борг → розширення; високий борг → високі витрати та ризики для прибутку.
Персонал і продуктивність праці	Кваліфікована праця і мотивація → зростання продуктивності та прибутку; низька кваліфікація → брак ефективності.

Джерело: складено автором

Далі проаналізуємо сучасні обставини в Україні та їх вплив на доходність підприємств. Окрім звичайних макро і мікрочинників, зараз на бізнес в Україні накладено низку особливих факторів, що змінюють правила гри.

Повномасштабна війна є колосальним шоком як для макроекономіки, так і для окремих підприємств. За даними ЮНІДО, повномасштабне вторгнення спричинило 21%-ве скорочення валової доданої вартості в 2022 р. (через окупацію територій, руйнування виробничих потужностей та розриви логістичних ланцюжків). Кількість робочих місць зменшилася на 29%, що призвело до дефіциту кадрів та зменшення виробничих обсягів. Зруйновано або пошкоджено сотні великих підприємств: KSE оцінює прямі втрати активів у \$13,1 млрд з початку війни [12]. Це не лише потреба в капіталі на відновлення (близько \$486 млрд за оцінками Світового банку), але й фактичне зниження виробництва і подальше скорочення доходів. На макrorівні війна призвела до «військового бюджету» (коли всі державні витрати йдуть на оборону), обмежень на виведення капіталу і контролю валютного ринку (НБУ на початку війни зафіксував офіційний курс). Для підприємств це означає одночасне падіння попиту (через низьку купівельну спроможність і експортні обмеження) та більші витрати на забезпечення безпеки та логістики. Відносна стабільність ВВП 2023-2024 років (зростання 5-6%) стала можливою лише за сильної адаптивності бізнесу і зовнішньої підтримки. Водночас поточний рівень відновлення прибутків низький: у 2023 р. загальний прибуток підприємств (ВМД) становив лише 27% довоєнного показника, хоча частка підприємств із прибутком вже зросла до 75% (проти 50% у 2022 р.) [1].

Фактор інфляції та коливань цін на сировину перегукується з макrorівнем, але заслуговує окремої уваги: у 2022 р. дисбаланси в енергетиці та сільському господарстві (через блокування портів, руйнування складів) спричинили рекордний стрибок цін. Подальші роки показали, що висока волатильність цін ставить бізнес перед вибором: хеджувати ризики або нести додаткові витрати. Наприклад, різке подорожчання пального та добрив у 2022–2023 рр. призвело до здорожчання виробництва у агросекторі й зменшення маржі (хоча великі врожаї

2023 р. трохи компенсували це). Нестабільність цін – від продуктів харчування до металургійного прокату робить прибутковість прогнозованою лише в короткостроковому періоді. За світовою практикою, високі ціни на енергоносії та сировину завжди знижують прибуток компаній (згадаємо колапс у металургії України: виручка в 2022 р. впала з 748 до 359 млрд грн) [12]. Ці фактори особливо відчутні для малого та середнього бізнесу, який не завжди має фінансові «подушки» або можливості для довгострокових контрактів на постачання.

Проаналізуємо проблеми логістики та порушення ланцюжків постачання. Війна закрила більшість морських шляхів експорту та імпорту, особливо зруйнувавши портову інфраструктуру на Чорному морі. На початку повномасштабного вторгнення росіяни заблокували порти, в результаті чого близько 100 суден не могли вийти з українських портів, а Україна втратила можливість експортувати 120 млн тонн товарів морем щорічно [14]. Це призвело до надзвичайних логістичних викликів: підприємства стикнулися з перебоями постачання сировини, збільшенням часу та вартості доставки, пошуком альтернативних маршрутів. Внутрішня мережа транспорту і складів часто була пошкоджена або перенавантажена, що зменшувало обсяги виробництва і реалізації продукції. Як зазначає експерт С. Зінченко, через ці проблеми логістичні витрати і терміни постачання значно зросли, а деякі підприємства взагалі змушені були призупинити роботу [14]. Таким чином, навіть якщо попит є, частина бізнесу не може виконати замовлення через перебої з постачанням чи транспортуванням, що безпосередньо «забирає» потенційний прибуток.

Далі звернемо увагу на енергетичну кризу. Російські напади на енергетичну інфраструктуру України призвели до критичного дефіциту електроенергії та тепла. За даними Міжнародного енергетичного агентства, за 2022–23 рр. було пошкоджено близько половини генеруючих потужностей країни, а навесні 2024 р. було втрачено ще 9 ГВт генерації (загалом залишилося лише близько третини довоєнних потужностей) [15]. Внаслідок дефіциту підприємства потерпають від планових/аварійних відключень чи працюють із частковим навантаженням. Зниження промислового споживання електроенергії у два рази (порівняно з

довоєнним рівнем) [15] демонструє, наскільки зменшилась виробнича активність через брак енергії. Для тих підприємств, які мають генерацію або альтернативні джерела, виробництво дорожчає через використання імпортного газу чи дизпалива. Як наслідок, енергетична нестабільність знижує обсяги випуску та збільшує собівартість продукції, що прямо «з'їдає» частину маржинального доходу. Наприклад, вплив енергокризи на прибутки підприємств у Європі виявився настільки сильним, що дослідники зазначають про загрозу «змітання» цілих секторів економіки з ринку [13].

Слід також згадати про кадрові питання: масове залучення чоловіків до ЗСУ та еміграція частини населення спричинили дефіцит робочої сили, особливо кваліфікованих кадрів, що зрештою підвищує зарплатний тягар бізнесу. Сучасна економічна ситуація в Україні є надзвичайно складною комбінацією чинників: навіть пом'якшення одного (наприклад, локальне зниження інфляції чи послаблення мобілізації) може компенсуватися погіршенням іншого (ускладненнями на фронті чи новим шоком у країні). Однак за допомогою активного реагування (диверсифікації постачальників, оптимізації технологій, пошуку фінансування) підприємства мають шанси утримати чи наростити свою доходність.

Доходність підприємства в Україні формується складною сукупністю взаємопов'язаних чинників. Макроекономічна ситуація (ВВП, інфляція, облікова ставка, валютний курс, фіскальна політика) створює загальні рамки, в межах яких підприємство планує свою діяльність. Мікроекономічні фактори – власні внутрішні рішення та специфіка бізнесу визначають, наскільки успішно підприємство використовує ринкові можливості. У поточних умовах на ефективність бізнесу накладається додатковий шар ризиків і можливостей: повномасштабна війна, інфляційні кризи змінюють кон'юнктуру. Наприклад, повномасштабна війна завдала Україні величезних втрат і вимагала від бізнесу радикальної адаптації. Спрямовання ресурсів на оборону «витиснуло» інвестиції з більшості секторів, залишивши в плюсі хіба оборонну промисловість. Інфляція і стрибки цін змінюють структуру витрат підприємств: у 2022 р. багато компаній

втрачали купівельну спроможність через різке здорожчання ресурсів, тоді як у 2024–2025 рр. їм доводиться балансувати на межі “нормальної” інфляції, плануючи ціни й витрати. Проблеми з логістикою та енергетикою створюють додаткові витрати і обмеження виробництва. Доступ до фінансування і фінансові стимули залишаються невирішеними питаннями: відсутність дешевих кредитів змушує бізнес працювати «в умовах виживання». Все це означає, що підприємства в Україні опинилися в умовах надзвичайно високої невизначеності. Для підвищення доходності в такому середовищі компанії змушені застосовувати нові стратегії: оптимізувати витрати, шукати альтернативні джерела сировини і енергії, переглядати ринки збуту (на внутрішньому ринку чи в ЄС) і впроваджувати більш гнучкі фінансові моделі. Разом із тим уряди та регулятори намагаються знизити негативний вплив: наприклад, НБУ зменшив емісію грошей у 2023 р. та проводив жорстку монетарну політику, щоб заспокоїти інфляцію; вводилися програми підтримки кредитування бізнесу. Однак кінцевий результат залежить насамперед від здатності підприємств оперативно реагувати на виклики: лише комбінуючи розумне планування (мікрофокус) з розрахунком на макроумови, можна досягти бажаної прибутковості.

1.3. Методичні підходи до оцінки та аналізу доходності підприємства

Доходність (рентабельність) підприємства — інтегральний показник ефективності використання його ресурсів та отримання прибутку. За сучасних економічних умов саме аналіз доходності стає важливим інструментом оцінки економічних результатів. Зокрема, показники рентабельності характеризують рівень інвестиційної привабливості, конкурентоспроможності та неперервності функціонування підприємства. Мета аналізу прибутковості — виявити резерви зростання фінансових результатів підприємства. Водночас треба зазначити, що поняття «доходність» близьке до «рентабельності», яка вимірюється системою відносних показників (відношення прибутку до витрат, активів, капіталу тощо).

Розглянемо основні завдання аналізу та оцінки доходності підприємства нижче на рисунку 1.2.

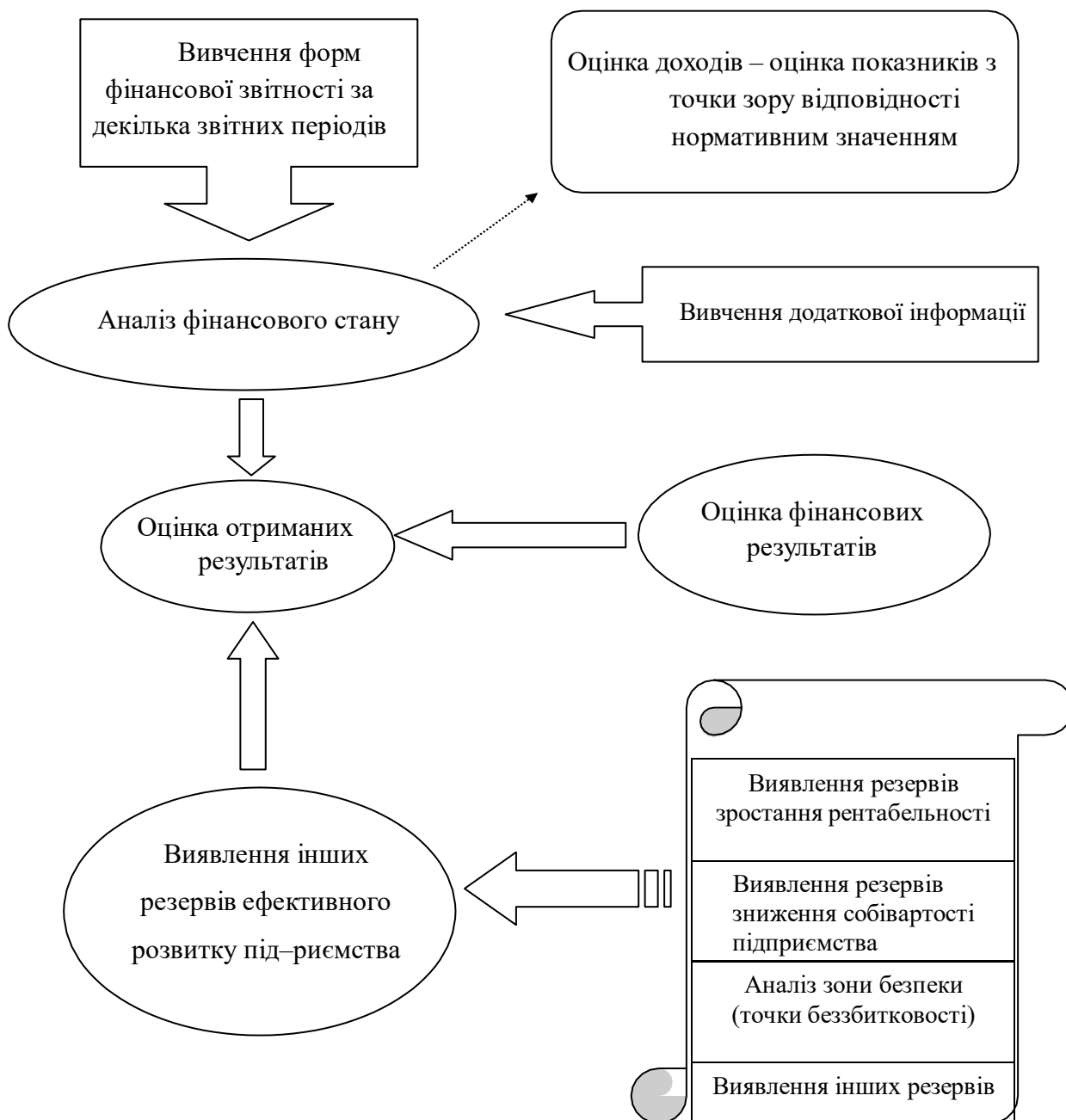


Рисунок 1.2 – Основні завдання аналізу та оцінки доходів підприємств

Джерело: [16]

Організаційно-інформаційна модель економічного аналізу рентабельності систематизує процеси та дані для оцінки ефективності підприємства, а її структуру та компоненти можна детально розглянути на рисунку 1.3. Цей рисунок наочно ілюструє взаємозв'язок елементів моделі, що обґрунтовує її використання в аналізі.

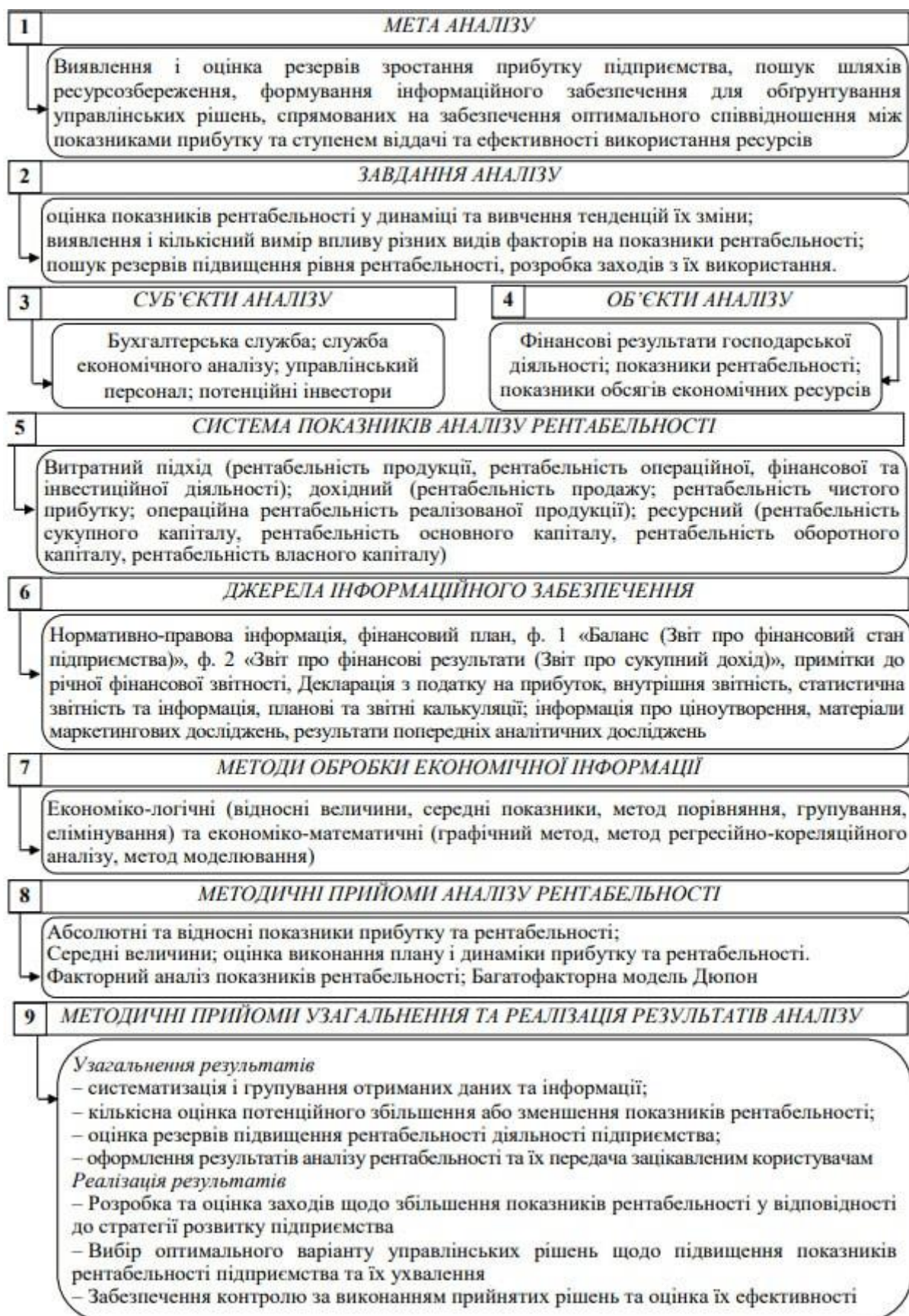


Рисунок 1.3 – Організаційно-інформаційна модель економічного аналізу рентабельності

Джерело: [17]

В економічному аналізі доходності підприємства застосовують кілька основних методів. Зосередимося лише на фінансово-економічному підході і розглянемо коефіцієнтний аналіз, аналіз за моделлю DuPont, трендовий аналіз, маржинальний аналіз та факторний аналіз. Для кожного методу наведемо його суть, формули, переваги і недоліки.

Коефіцієнтний аналіз (ratio analysis) ґрунтується на розрахунку відносних показників, які характеризують рентабельність різних баз: продажів, активів, власного капіталу тощо. Наприклад, рентабельність продажів (ROS) вимірює частку прибутку у виручці і визначається як відношення прибутку від реалізації (або чистого прибутку) до виручки. Цей показник показує, скільки копійок прибутку отримано з кожної гривні виручки. Обчислюється за формулою:

$$ROS = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Виручка від реалізації}} \times 100\%. \quad (1.1)$$

Рентабельність активів (ROA) – співвідношення чистого прибутку та середньої вартості всіх активів; характеризує ефективність використання активів для отримання прибутку. Рентабельність власного капіталу (ROE) – відношення чистого прибутку до власного капіталу; показує доходність акціонерних (вкладених) коштів. Аналогічно розраховуються рентабельності вкладеного чи акціонерного капіталу (ROI) та інші подібні коефіцієнти.

Переваги коефіцієнтного аналізу: простота розрахунку і інтерпретації, можливість швидкого порівняння рентабельності між підприємствами або галузями. Дані для розрахунку беруться безпосередньо зі звітності (форма 2, форма 1 тощо).

Однак є і недоліки: коефіцієнти показують результат «в цілому» без з'ясування причини змін, залежать від обраного методу нарахування (наприклад, склад чистого прибутку) і не враховують кон'юктурних чи сезонних факторів. Один розрахунок дає лише поточну картину, а не тенденції. До того ж окремі коефіцієнти часто взаємопов'язані (наприклад, $ROA = ROS \times$

оборотність активів) [18]. Слід також пам'ятати, що формула ROA може бути виражена через два коефіцієнти (комерційну рентабельність реалізації КР і коефіцієнт трансформації КТ) у вигляді $EP = KR \times KT$ (економічна рентабельність активів) [19]. Аналогічно, трирівнева модель DuPont пов'язує ROE із маржею прибутку, оборотністю активів і фінансовим важелем (за чистим прибутком):

$$ROE = ROS \times \frac{\text{Виручка}}{\text{Активи}} \times \frac{\text{Активи}}{\text{Власний капітал}}. \quad (1.2)$$

або в термінах показників:

$$PBK = KR \times KT \times KF, \quad (1.3)$$

де PBK – рентабельність власного капіталу,

KR – рентабельність реалізації (комерційна рентабельність),

KT – коефіцієнт трансформації (ресурсовіддача),

KF – коефіцієнт фінансової залежності (плече).

Цю модель розкладають у більш деталізовані формули (див. модель «DuPont»). Таким чином, коефіцієнтний аналіз закладає основу для більш глибоких методів (DuPont, факторний).

Модель DuPont – це спеціальний факторний підхід, спрямований на аналіз рентабельності власного капіталу (ROE). Вперше її розробили менеджери корпорації DuPont для ідентифікації сильних та слабких сторін у виробничому процесі. Суть моделі – розщепити показник ROE на низку складових (маржа прибутку, оборотність активів, кредитне плече) і таким чином побачити «згори вниз» ефективність діяльності підприємства [20].

Згідно з DuPont, ROE можна розкласти за двома або трьома факторами. У класичній трифакторній моделі:

$$ROE = ROS \times Asset\ Turnover \times Leverage. \quad (1.4)$$

Іншими словами, рентабельність капіталу залежить від комерційної рентабельності реалізації (відношення чистого прибутку до виручки), оборотності активів (відношення виручки до активів) та коефіцієнта фінансового важеля (відношення активів до власного капіталу). На практиці використовують також п'яти- і семифакторні розклади, що додають податкові чи операційні нюанси, але в Україні зазвичай обмежуються базовим трифакторним «зв'язком Дюпона».

Переваги DuPont-аналізу: він дає змогу деталізувати драйвери рентабельності, встановити, який чинник (маржа, оборотність чи важіль) найбільше впливає на ROE. Це корисно для внутрішнього аналізу ефективності бізнес-підрозділів і стратегічного планування. Так, зріст ROE може відбуватися за рахунок підвищення прибутковості продажів, швидшого обороту активів або більшого залучення позикових коштів [20].

Недоліки: модель DuPont обмежена аналізом показника ROE, а не всіх аспектів результативності. Вона дає лише «знімок» на певний період і не виявляє причинно-наслідкові зв'язки внутрішніх змін у витратах чи цінах. Крім того, фокус на важелі може призвести до перебільшеної залежності від боргу. Загалом, DuPont-аналітика корисна при порівнянні підприємств (особливо міжгалузево) і для управління капіталом, але вимагає узгодження даних звітності та припущення лінійної залежності.

Трендовий (горизонтальний) аналіз показників рентабельності полягає у порівнянні фінансових показників за кілька періодів. Суть трендового аналізу – у прийнятті показників певного періоду як базового, далі від цієї бази відштовхуються, порівнюючи показники з іншими періодами». Наприклад, можна відслідковувати зміну рентабельності продажів чи активів у динаміці за 3–5 років, щоб виявити сезонні коливання або загальні тенденції.

Переваги трендового аналізу: метод допомагає встановити тренди (зростання чи спад рентабельності), своєчасно помітити переломні моменти та оцінити ефект від проведених змін у діяльності. Він також простий: не вимагає складних розрахунків.

Недоліки: трендовий аналіз не відповідає на запитання «чому» відбулася зміна рентабельності, бо не аналізує фактори; він лише показує факт змін. До того ж, результати можуть бути спотворені інфляцією або разовими операціями, тому іноді застосовують ранжування чи графіки для наочності.

Маржинальний аналіз вивчає залежність прибутку від зміни обсягу реалізації та структури витрат. Ключовим поняттям є маржинальний (прибуток) – різниця між виручкою і змінними (технологічними) витратами. Використовують також поняття «точки безбитковості» – такий обсяг продажів, при якому покриваються всі постійні витрати і прибуток стає нульовим. Наприклад, наведемо формульний вираз для аналізу безбитковості:

$$\text{Точка безбитковості} = \frac{\text{Постійні витрати}}{\text{Ціна за одиницю} - \text{Змінні витрати}}. \quad (1.5)$$

За допомогою маржинального аналізу визначають, як зміна ціни реалізації, змінних і постійних витрат впливає на отримання прибутку [19].

Переваги маржинального аналізу: він дозволяє керівникам швидко оцінювати, при яких умовах підприємство стає прибутковим, які продукти чи обсяги більш рентабельні (наприклад, за рахунок високої маржі). Також цей аналіз корисний для прийняття цінових рішень і планування витрат.

Недоліки: маржинальний аналіз базується на припущенні лінійної залежності витрат і доходів, постійних параметрах маржі, ігноруючи динаміку запасів чи часовий зсув витрат. Крім того, він більше відноситься до управлінської моделі, а не до класичного фінансового аналізу. Проте варто зауважити, що в зарубіжній практиці аналогічна модель «директ-костинг» також використовується для фінансового аналізу підприємства, оскільки вона пов'язує витрати, обсяги і прибуток.

Факторний аналіз – це метод дослідження та кількісної оцінки впливу окремих чинників на зміну результативного показника (прибутку чи рентабельності). Його суть у «розщепленні» ключового показника на вплив

окремих детермінант. Згідно з науковими визначеннями, факторний аналіз – це «методика комплексного системного вивчення і виміру дії факторів на величину результативних показників» [19]. У застосуванні до доходності це означає, наприклад, виявлення того, скільки приросту чистого прибутку зумовлено зміною обсягу продажів, а скільки – зміною собівартості чи ціни. Типовими факторами, що впливають на прибуток, є: обсяг реалізованої продукції, структура продукції, рівень цін, собівартість продукції тощо. Факторний аналіз може проводитися різними прийомами – методом абсолютних або відносних різниць, методом ланцюгових підстановок, методом елімінування (послідовного виключення дії всіх факторів, крім одного) тощо. Наприклад, за методом елімінування визначають вплив кожного фактора окремо, а у ланцюговому аналізі прораховують зміну показника покроково.

Переваги факторного аналізу: він дає конкретну причинно-наслідкову картину динаміки доходності. Можна оцінити найбільші резерви підвищення прибутковості за рахунок, скажімо, збільшення обсягу продажів або зниження витрат. Такий аналіз є найбільш інформативним для управління, оскільки виявляє саме джерела змін показників.

Недоліки: факторний аналіз є технологічно складним і трудомістким; потребує детальної внутрішньої інформації про фактори, ретельного обґрунтування зв'язків між ними, а також обґрунтування методики розрахунку. При зміні декількох факторів одночасно порядок розрахунку впливів може давати близькі, але дещо різні результати за різними методами.

Нижче наведена порівняльна табл. 1.5 основних методів аналізу рентабельності за такими критеріями, як інформативність, складність, сфера застосування та джерела даних.

Таблиця 1.5 – Порівняння методів аналізу доходності

Метод аналізу	Інформативність	Складність	Сфера застосування	Джерела даних	Переваги	Недоліки
Коефіцієнтний аналіз	Помірна (вимірює ефективність витрат)	Низька	Будь-які підприємства (звіти за період)	Форма 1, 2 звітності (баланс, ЗПЗ)	Легко розрахувати; швидко порівняти між періодами чи підприємствами.	Не показує причин змін; статичний; залежить від обліку.
DuPont-аналіз	Висока (детально розкладає ROE)	Середня	Всі підприємства з акціонерним/власним капіталом	Звіти (ПЗ, активи, капітал)	Виділяє фактори рентабельності капіталу (маржа, оборотність, леверидж).	Орієнтований тільки на ROE; не аналізує інші чинники; статичний.
Трендовий аналіз	Помірна (показує зміну показників у часі)	Низька	Аналіз динаміки по роках/кварталах	Послідовність звітних даних	Простий у виконанні; ілюструє динаміку (зростання/падіння) показників.	Не дає інформації про причини змін; чутливий до разових подій.
Маржинальний аналіз	Середня (аналіз витрати–обсяг–прибуток)	Середня	Підприємства з вираженими постійними/змінними витратами	ЗПЗ (структура витрат), збут	Дає уявлення про точку беззбитковості та маржинальний прибуток.	Припущення лінійності; більше підходить для внутрішнього планування.
Факторний аналіз	Дуже висока (розкриває вплив кожного фактора)	Висока	Поглиблений внутрішній аналіз змін показників	Звіти + внутрішні дані	З'ясовує причини змін рентабельності, виявляє основні резерви.	Дуже трудомісткий; потребує додаткових даних і складних розрахунків.

Джерело: складено автором

Таким чином, методологічні підходи до аналізу доходності підприємства різняться за призначенням і глибиною дослідження. Коефіцієнтний аналіз та DuPont-аналіз найбільш поширені у фінансовій практиці: простіші для розрахунку й інтерпретації, та орієнтовані на окремі відносні показники.

Трендовий і маржинальний аналізи доповнюють картину динамікою і взаємозв'язком показників, а факторний аналіз надає найдетальнішу інформацію про джерела змін рентабельності. Вибір методу залежить від поставлених завдань: оперативне порівняння з бенчмарками (коефіцієнтний аналіз), стратегічна діагностика (DuPont-аналіз), оцінка планових сценаріїв (маржинальний аналіз) або поглиблене вивчення причин змін (факторний аналіз).

Висновки до розділу 1

У першому розділі дипломної роботи проведено комплексне дослідження теоретико-методичних засад формування доходності підприємства, що дозволило створити міцну основу для подальшого аналізу та розробки практичних рекомендацій щодо підвищення доходності ДП «Герц Україна». Розглянуті ключові аспекти економічної сутності доходу та доходності, чинники, що впливають на їх формування, а також методичні підходи до оцінки та аналізу доходності, які є важливими для розуміння фінансово-економічних процесів на підприємстві.

Аналіз економічної сутності доходу показав, що ця категорія є багатогранною і розглядається різними економічними школами з різних позицій. Дохід підприємства визначається як грошові та інші економічні вигоди, отримані від операційної, фінансової чи іншої діяльності, що сприяють зростанню власного капіталу. Класифікація доходів за джерелами їх виникнення (операційні, фінансові, інші) дозволяє систематизувати надходження та оцінити їх внесок у фінансовий результат. Доходність, у свою чергу, є відносним показником ефективності, що відображає співвідношення прибутку до витрат, активів чи капіталу. Вона характеризує не лише абсолютний фінансовий результат, а й ефективність використання ресурсів, що робить її ключовим індикатором економічного здоров'я підприємства.

Дослідження чинників, що впливають на доходність, виявило їх складну взаємопов'язану структуру.

Макроекономічні фактори, такі як економічне зростання, інфляція, відсоткові ставки, валютний курс, фіскальна політика та політична стабільність, створюють зовнішні умови для діяльності підприємства. Мікроекономічні чинники, такі як структура витрат, маркетингова стратегія, управлінська ефективність та доступ до фінансування, визначають здатність підприємства адаптуватися до зовнішніх викликів. Таким чином, для підвищення доходності підприємства необхідна комплексна стратегія, яка враховує як зовнішні так і внутрішні фактори.

Методичні підходи до оцінки та аналізу доходності включають низку інструментів, кожен із яких має свої переваги та обмеження. Коефіцієнтний аналіз дозволяє швидко оцінити рентабельність продажів, активів чи капіталу, але не розкриває причин змін. Модель DuPont деталізує драйвери рентабельності власного капіталу, розкладаючи її на маржу прибутку, оборотність активів та фінансовий важіль, що корисно для стратегічного планування. Трендовий аналіз виявляє динаміку показників, але не пояснює причин змін. Маржинальний аналіз фокусується на точці беззбитковості та залежності прибутку від обсягів продажів, що допомагає в ціноутворенні та плануванні витрат. Факторний аналіз є найбільш інформативним, оскільки кількісно оцінює вплив окремих чинників (обсяг продажів, собівартість, ціни) на доходність, хоча й вимагає детальних даних та складних розрахунків. Вибір методу залежить від цілей аналізу: від оперативного моніторингу до поглибленої діагностики.

Теоретичне дослідження підтвердило, що доходність є комплексним показником, який відображає ефективність управління ресурсами та здатність підприємства генерувати прибуток в умовах невизначеності. В українських умовах, де економічна ситуація ускладнена війною, інфляцією та енергетичною кризою, аналіз доходності набуває особливої актуальності. Розробка стратегій підвищення доходності має базуватися на глибокому розумінні як теоретичних засад, так і практичних інструментів аналізу, що забезпечить обґрунтованість

управлінських рішень. Отримані в першому розділі висновки створюють підґрунтя для подальшого аналізу фінансово-економічного стану ДП «Герц Україна» та розробки конкретних пропозицій щодо підвищення його доходності в наступних розділах роботи.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДОХОДНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ДП «ГЕРЦ УКРАЇНА»

2.1 Загальна характеристика та господарсько-правові засади функціонування підприємства ДП «Герц Україна»

ДП «Герц Україна» – дочірнє підприємство австрійської фірми HERZ Armaturen GmbH, яке функціонує в Україні як філія.

Повна офіційна назва – Дочірнє підприємство «ГЕРЦ УКРАЇНА», датою заснування є 1 червня 1999 р.

Організаційно-правова форма – дочірнє підприємство.

Власником підприємства є фірма HERZ Armaturen GmbH, яка внесла 100% статутного капіталу в розмірі 1 313 000 грн.

Офіційна юридична адреса: 02002, м. Київ, вул. Митрополита Андрея Шептицького, будинок, 10, офіс, 168

Код ЄДРПОУ: 30402235.

Компанія зареєстрована на загальній системі оподаткування та є платником ПДВ під номером № 304022326508 [21].

Керівником підприємства виступає директор Верля Руслан Романович. Заступник директора Герасимович Ірина Зіновіївна наділена правом вчиняти дії від імені юридичної особи, у тому числі підписувати договори тощо та подавати документи для державної реєстрації від імені юридичної особи згідно Статуту.

Види діяльності ДП «Герц Україна»:

- 46.74 Оптова торгівля залізними виробами, водопровідним і опалювальним устаткуванням і приладдям до нього – основний КВЕД;
- 33.12 Ремонт і технічне обслуговування машин і устаткування промислового призначення;
- 33.19 Ремонт і технічне обслуговування інших машин і устаткування;
- 46.73 Оптова торгівля деревиною, будівельними матеріалами та санітарно-технічним обладнанням;

- 47.52 Роздрібна торгівля залізними виробами, будівельними матеріалами та санітарно-технічними виробами в спеціалізованих магазинах;
- 47.91 Роздрібна торгівля, що здійснюється фірмами поштового замовлення або через мережу Інтернет;
- 63.99 Надання інших інформаційних послуг, н.в.і.у.;
- 68.10 Купівля та продаж власного нерухомого майна;
- 68.20 Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна;
- 77.33 Надання в оренду офісних машин і устаткування, у тому числі комп'ютерів;
- 77.39 Надання в оренду інших машин, устаткування та товарів, н.в.і.у.;
- 85.59 Інші види освіти, н.в.і.у.;
- 85.60 Допоміжна діяльність у сфері освіти.

Важливо зупинитись на історії створенні та розвитку ДП «Герц Україна». В 1896 р. у Відні засновано фірму Gebauer & Lehrner KG, виробника сантехнічної, опалювальної арматури, а також арматури для пивної та винної промисловостей, який був найпотужнішим на ті часи виробником на всій території Австро-Угорської Імперії, якого в 1973 році перейменовано в Акціонерне Товариство HERZ Armaturen AG, а в 1996 році – в фірму HERZ Armaturen GmbH. Сьогодні HERZ здійснює свою міжнародну діяльність в більш ніж 70-ти країнах по всьому світу з центрального офісу у Відні. Сьогодні HERZ – це один з найпотужніших європейських виробників арматури для систем опалення, водопостачання та холодопостачання, метою якого є досягнення повноправного лідерства в даній сфері [22].

Історія створення фірми унікальна. Ще в 1896 р. на вулиці Герцгасе два молодих підприємці Ф. Гебауер і В. Лернер, заснували фірму Gebauer & Lehrner. Штат фірми налічував спочатку всього лиш 12 працівників. Програма виробництва цих років, що видно з каталогу 1908 року, містила тисячі найменувань продуктів різноманітних напрямків опалювальної і сантехнічної

арматури. В зв'язку з тим, що в ті часи ще не існувало ні технічних креслень, ні виробничих планів, всі моделі спочатку вирізалися з дерева вручну, а лиш після цього відливалися на виробництві. Вже до 1-ї світової війни фірма Gebauer & Lehrner KG налічувала 300 працівників, які виготовляли арматуру високої якості для газу, води, ополення, ванних кімнат, а також спеціальну продукцію для відомих австрійських пивоварень і винних підприємств [22].

Сьогодні HERZ Armaturen власник чотирьох підприємств на території Австрії, а також ще декількох підприємств в Європі. В Європі фірму HERZ представляють безліч дочірних підприємств в Україні, Великобританії, Німеччині, Чехії, Польщі, Словаччині, Угорщині, Румунії, Болгарії, Грузії, та країнах Балтії, а також багато партнерів та представництв. В 2005 р. HERZ купив контрольний пакет акцій заводу S.U. Арматура в Клаусенбурзі. Таким чином, група компаній HERZ поповнилася підприємством, яке спеціалізується на виробництві продукції з сірого і ковкого чавуна, а також виробів з латуні і бронзи. Підприємство контролюється австрійськими представництвами і сертифіковано по нормативам ISO 9001. Високий рівень якості, який відповідає найвищим стандартам якості HERZ, таким як гарантована, довготривала та надійна експлуатація продукції, підтверджена цілим рядом міжнародних сертифікатів [22].

Щорічно продукція з маркою HERZ виготовляється у значних кількостях і монтується у численних будівлях у всьому світі. Встановлена одного разу, арматура HERZ працює протягом довгих років, не потребуючи сервісного обслуговування. У житлових та офісних приміщеннях, у школах і дитячих садочках, у замках і палацах, де б не була встановлена арматура HERZ, вона всюди забезпечить Вас бажаним теплом і комфортом – з цією метою співробітники компанії працюють з моменту її заснування в 1896 році [22].

Щоб понад 100 років виготовляти та реалізовувати продукцію на світовому ринку, необхідні відповідні “ноу-хау” та досвід – це є основою і для монтажу арматури HERZ у багатьох відомих будівлях міжнародного значення. Серед них ушановані культурні надбання, видатна архітектура, державні установи, об’єкти

культури та науки, адміністративні будівлі концернів та банків, лікарні чи аеропорти [22].

Основні принципи ведення бізнесу компанією HERZ Україна:

- Дотримання законів та етичних норм. Компанія веде чесну конкурентну боротьбу та поважає гідність кожної особистості;
- Підтримка прозорості та чистоти корпоративної організаційної культури. Компанія серйозно ставиться до захисту прав інтелектуальної власності та створює і захищає здорову атмосферу в колективі;
- Повага до клієнтів, власників і працівників компанії. Керівництво підприємства будує прозорі та чесні відносини з діловими партнерами і дотримується принципу «задоволений клієнт – головний пріоритет»;
- Турбота про навколишнє середовище, здоров'я і безпеку працівників. Компанія дотримується міжнародних стандартів, відповідних законів та правил внутрішнього розпорядку, пов'язаних зі збереженням навколишнього середовища та безпекою працівників;

Важливо відмітити, що компанія ДП «Герц Україна» вкладає власні ресурси в підтримку освітніх програм для студентів, учнів професійних шкіл, викладачів технічних ЗВО, облаштовує лабораторні навчальні стенді, надає технічну професійну літературу, посібники, підручники, розрахункові програми. Керівництво постійно закликає співробітників займатися самовдосконаленням і підтримує поліпшення, необхідні для виконання робочих обов'язків [22].

З моменту свого приходу в Україну, компанія HERZ впровадила на український ринок широкий асортимент сучасної, високоякісної продукції для систем опалення, водо- та холодопостачання, яка забезпечує раціональне та ощадне використання теплової енергії. Протягом наступних років «ГЕРЦ Україна» розширювала свою діяльність в Україні. Компанія створила власний навчальний центр у Києві, де регулярно проводить технічні семінари та тренінги для інженерів і монтажників. На момент 2024 року в головному офісі працює близько 40 висококваліфікованих працівників, відповідальних за продажі та

технічну підтримку по всій країні [22]. Така присутність досягнута за рахунок мережі з понад 200 авторизованих дистриб'ютерів у кожному регіоні України.

Зачепами основні напрями діяльності та продукцію підприємства. ДП «ГЕРЦ Україна» спеціалізується на оптовій торгівлі інженерною арматурою та обладнанням для опалювальних, водопостачальних, теплових та газових систем.

Підприємство постачає широкий асортимент виробів торгової марки HERZ та суміжних (партнерських) брендів. До основного портфелю входять:

- радіаторне опалення та комплектуючі до них;
- підлогове опалення;
- балансувальна та регулююча арматура (вузли підключення фанкойла, клапани балансування, регулятори перепаду тиску);
- трубопровідна арматура (крани, вентиля, засувки, зворотні клапани тощо);
- труби та фітинги (пластикові, металопластикові, мідні та інші);
- прилади для водопостачання (насоси, теплообмінники, гідроаккумулятори);
- змішувачі (ванні, кухонні тощо);
- арматура для котлів (запобіжні та запірні клапани);
- котли на твердому паливі та теплові насоси.

Організаційна структура ДП «ГЕРЦ Україна» побудована за функціонально-відповідальним принципом. Серед ключових підрозділів: керівництво, відділ збуту, технічний відділ із навчальним центром, відділ маркетингу і реклами, відділ кадрів, бухгалтерія та служба підтримки клієнтів. Керівництво підприємства представляють директор Руслан Верля і заступник директора Ірина Герасимович. Юридичну підтримку здійснює юристка Людмила Бонч-Бруєвич. Відділ збуту очолює начальник Сергій Дейнеко і включає регіональних менеджерів: Західного регіону (О. Аксютін), Центрального (Ф. Лавренко), Південного (В. Дех), Східного (М. Губань), а також менеджера з роботи з об'єктами (С. Савін). Технічний відділ очолює Олександр Сокиркін, йому підпорядковуються інженери такі як, С. Вачко та інші. Відділом маркетингу керує Тетяна Ківало, відділом кадрів – менеджер з персоналу Наталія Кузора.

Бухгалтерію очолює головна бухгалтерка Людмила Василенко (також працюють бухгалтери Л. Щока та О. Кравець). Служба підтримки клієнтів забезпечує сервісне обслуговування та консультації [22].

Юридичну основу діяльності ДП «Герц Україна» складають його статутні документи та положення чинного законодавства України. Підприємство діє відповідно до Господарського кодексу, Цивільного кодексу, податкового законодавства та галузевих нормативів. Всі операції з імпортом продукції та веденням зовнішньоекономічної діяльності здійснюються за узгодженням із власником (австрійською материнською компанією) і відповідно до українських та міжнародних нормативів.

Проведемо аналіз ризиків ДП «Герц Україна».

1. *Фінансові ризики* є суттєвою проблемою для діяльності підприємства. Оскільки компанія імпортує продукцію то коливання валютних курсів може вплинути на вартість закупівель та на прибутковість в цілому. Зростання цін на енергоносії та логістику через інфляцію може зменшити маржу.
2. *Геополітичні ризики* проявляються в Україні у вигляді триваючої повномасштабної війни, яка створює нестабільне середовище для бізнесу. Це може вплинути на зниження попиту на будівельні та інженерні послуги, що відобразиться в зменшенні продажів основної продукції досліджуваного підприємства.
3. *Конкуренція на ринку OBiK* обладнання потребує постійного оновлення асортименту та підвищення якості обслуговування для збереження високої доходності.
4. *Регуляторні та податкові зміни* також можуть стати серйозною проблемою для виконання запланованого рівня доходності. Наприклад, нещодавне підвищення воєнного збору до 5%.

Рекомендації щодо управління ризиками: створити резервний фонд для покриття непередбачених витрат; розробити план заміщення ключових

працівників у разі їх звільнення чи інших причин; активно комунікувати з клієнтами та партнерами для підтримки позитивної репутації компанії.

2.2 Аналіз економічних показників діяльності ДП «Герц Україна»

Аналіз економічних показників діяльності підприємства є ключовим етапом оцінки його фінансово-господарського стану, ефективності функціонування та перспектив його розвитку. Метою аналізу є визначення сильних і слабких сторін підприємства, оцінка його конкурентоспроможності на ринку, а також виявлення можливостей для підвищення ефективності господарської діяльності. Для досягнення поставленої мети, проаналізовано основні показники фінансового стану ДП «Герц Україна», які детально наведені на рисунку 2.1.

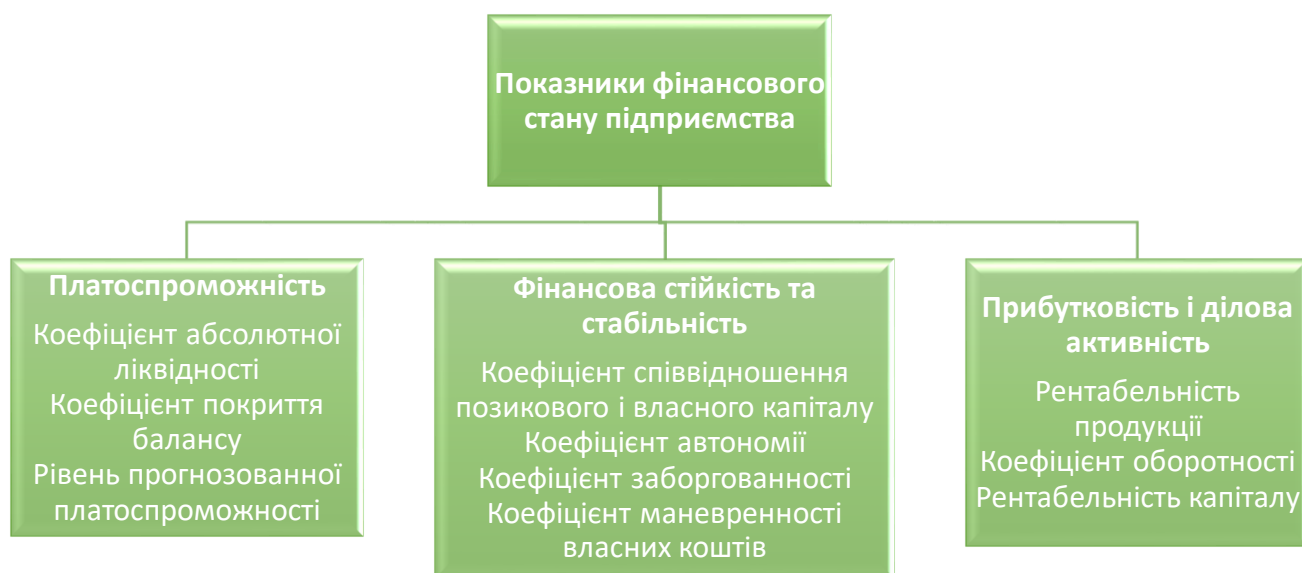


Рисунок 2.1 – Основні показники фінансового стану підприємства

Джерело: складено автором

Почнемо з проведення аналізу основних фондів у ДП «Герц Україна». Проведення такого аналізу передбачає оцінку зношеності, фондомісткості, фондоозброєності та фондоемності обладнання, а також їхньої рентабельності,

що разом допомагає зрозуміти поточний стан та ефективність використання основних фондів підприємства. У табл. 2.1 представлені результати проведеного аналізу.

Таблиця 2.1 – Аналіз стану основних фондів ДП «Герц Україна»

Показник	Формула розрахунку	Роки			Відхилення: +,- :	
		2022	2023	2024	2023 до 2022	2024 до 2023
1. Фондомісткість	$\Phi_k/V_{\text{п}} (1010\text{п}+1010\text{к})*0,5/2000)$	0,247	0,278	0,239	0,03	-0,04
2. Фондоозброєність	$\Phi_k/Ч (1010\text{п}+1010\text{к})*0,5/\text{середня кількість працівників})$	1050,24	1756,81	1662,11	706,57	-94,69
3. Коефіцієнт реальної вартості основних засобів у майні підприємства	$\Phi_z/M (1010/1300)$	0,42	0,41	0,36	-0,01	-0,05
4. Фондовіддача	$V_{\text{п}}/\Phi_k (2000/(1010\text{п}+1010\text{к})*0,5)$	1,01	0,90	1,05	-0,11	0,15
5. Рентабельність ОЗв	$\Pi_b/\Phi_k*100\% (2350/(1010\text{п}+1010\text{к})*0,5))*100\%$	10,28%	6,42%	4,08%	-3,86%	-2,34%

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності ДП «Герц Україна»

[Додаток А,Б]

За період 2021-2024 років основні фонди ДП «Герц Україна» зазнали змін, що вплинули на доходність. Залишкова вартість ОЗ (баланс, рядок 1010) зросла з 11 965 тис. грн у 2021 році до 45 798 тис. грн у 2022 році, але знизилася до 42 536 тис. грн у 2024 році. Фондомісткість зросла з 0,247 у 2022 році до 0,278 у 2023 році (+0,03), що свідчить про зниження ефективності використання фондів (збільшення вартості ОЗ на одиницю виручки), але у 2024 році знизилася до 0,239 (-0,04), вказуючи на підвищення ефективності. Фондоозброєність (розрахована як $(1010\text{п} + 1010\text{к}) \times 0,5 / \text{середня кількість персоналу}$) склала: 2022 рік – 1050,24 тис. грн/особу, 2023 рік – 1756,81 тис. грн/особу (+706,57), 2024 рік – 1662,11 тис. грн/особу (-94,69), що пов'язано зі зростанням чисельності персоналу з 26 до 27 осіб. Коефіцієнт реальної вартості ОЗ у майні знизився з 0,42 до 0,36 (-0,06).

Фондовіддача впала з 1,01 до 0,90 у 2023 році (-0,11), але зросла до 1,05 у 2024 році (+0,15). Рентабельність ОЗ знизилася з 10,28% до 4,08% (-6,2%), через зменшення прибутковості. Для підвищення доходності необхідні інвестиції в оновлення ОЗ та оптимізація структури активів.

Проведемо окремо аналіз майнового фонду підприємства, який дасть змогу детальніше оцінити знос, придатність, оновлення та вибуття основних засобів компанії. Розрахунки подано в табл. 2.2.

Таблиця 2.2 – Аналіз майнового фонду ДП «Герц Україна»

Показник	Формула розрахунку	Роки			Відхилення: +,-:	
		2022	2023	2024	2023 до 2022	2024 до 2023
1. Коефіцієнт зносу ОЗ (Кз)	Сума зносу ОЗ/Первісну вартість ОЗ на початок періоду (1012/1011)	0,40	0,43	0,48	0,03	0,05
2. Коефіцієнт придатності основних засобів	1-Коефіцієнт зносу (1-(1012/1011))	0,60	0,57	0,52	-0,03	-0,05
3. Коефіцієнт оновлення ОЗ	Вартість введених ОЗ за звітний рік/Загальна вартість ОВЗ на кінець року (1011к-1011п)/1011к	0,59	0,05	0,01	-0,53	-0,04
4. Коефіцієнт вибуття ОЗ	Вартість ОЗ які вибули/Вартість ОВЗ на початок періоду 1012к/1011п	0,97	0,46	0,49	-0,51	0,03

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності ДП «Герц Україна»

[Додаток А,Б]

За 2022-2024 роки майновий фонд ДП «Герц Україна» зазнав змін. Загальна вартість майна (баланс, рядок 1300) зросла з 109 141 тис. грн у 2022 році до 117 134 тис. грн у 2024 році, але основні засоби (ОЗ, рядок 1010) зменшилися з 45 798 тис. грн до 42 536 тис. грн. Коефіцієнт зносу ОЗ зріс з 0,40 до 0,48 (+0,08), через що придатність ОЗ знизилася з 0,60 до 0,52 (-0,08). Це може бути спричинене недостатніми інвестиціями в оновлення фондів, що підтверджується падінням коефіцієнта оновлення ОЗ з 0,59 до 0,01 (-0,58), та природною амортизацією (знос зріс з 30 521 тис. грн до 39 178 тис. грн, рядок 1012). Коефіцієнт вибуття ОЗ знизився з 0,97 до 0,49, що є позитивним, оскільки

уповільнення вибуття ОЗ (з 0,46 до 0,49 у 2024 році, +0,03) може свідчити про стабілізацію активів після ймовірних втрат у 2022 році через зовнішні фактори, наприклад, повномасштабну війну. Покращення вибуття ОЗ могло бути спричинене кращим управлінням активами, але низьке оновлення та зростання зносу ОЗ погіршують стан фондів, що може обмежувати виробничі можливості. Рекомендується збільшити інвестиції в оновлення ОЗ.

Для більшої наочності розуміння результатів розрахунків, динаміка показників майнового фонду ДП «Герц Україна» зображена на рис. 2.2.

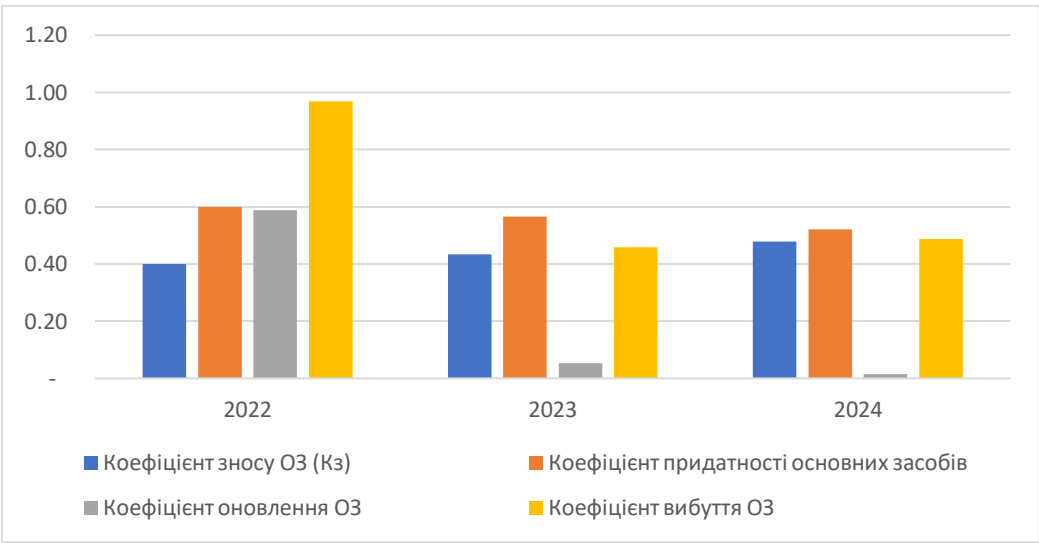


Рисунок 2.2 – Динаміка показників майнового стану ДП «Герц Україна»

Джерело: складено автором на сонові таблиці 2.2

Наступними показниками аналізу діяльності підприємства виступлять показники ділової активності. Розрахунок був проведений в табл. 2.3.

Таблиця 2.3 – Аналіз ділової активності ДП «Герц Україна»

Показник	Формула розрахунку	Роки			Відхилення:	
		2022	2023	2024	2023до 2022	2024до 2023
1	2	3	4	5	6	7
1. Коефіцієнт ділової активності	Чиста виручка від реалізації / Середня вартість оборотних засобів (2000/((1195п+1195к)*0,5))	1,58	2,86	2,94	1,28	0,08

Продовження таблиці 2.3

1	2	3	4	5	6	7
2. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	Чиста виручка від реалізації товарів і послуг / Середня сума дебіторської заборгованості за товари і послуги $(2000/((1125\text{п}+1130\text{п}+1135\text{п}+1155\text{п}+1125\text{к}+1130\text{к}+1135\text{к}+1155\text{к})*0,5))$	6,1 9	12, 37	9,5 0	6,19	- 2,8 8
3. Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	Чиста виручка від реалізації товарів і послуг / Середня сума кредиторської заборгованості за товари і послуги $(2000/((1610\text{п}+1615\text{п}+1620\text{п}+1625\text{п}+1630\text{п}+1635\text{п}+1610\text{к}+1615\text{к}+1620\text{к}+1625\text{к}+1630\text{к}+1635\text{к})*0,5))$	3,3 9	10, 00	17, 28	6,61	7,2 8
4. Коефіцієнт тривалості одного обороту оборотних засобів	Кількість календарних днів звітного періоду(365) / Коефіцієнт оборотності оборотних засобів	23 1	128	124	- 103, 24	- 3,3 9
5. Тривалість одного обороту дебіторської заборгованості	Кількість календарних днів звітного періоду(365) / Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	59	29	38	- 29,5 1	8,9 4
6. Тривалість одного обороту кредиторської заборгованості	Кількість календарних днів звітного періоду(365) / Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	10 8	36	21	- 71,2 1	- 15, 37

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності ДП «Герц Україна»

[Додаток А,Б]

Коефіцієнт ділової активності зріс з 1,58 у 2022 році до 2,86 у 2023 році (+1,28) і до 2,94 у 2024 році (+0,08). Зростання спричинене зменшенням середньої вартості оборотних засобів з 73 846,5 тис. грн у 2022 році до 62 697 тис. грн у 2024 році, що свідчить про швидший оборот ресурсів.

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості зріс з 6,19 у 2022 році до 12,37 у 2023 році (+6,19), але знизився до 9,50 у 2024 році (-2,88). Підвищення у 2023 році пояснюється зменшенням середньої дебіторської заборгованості з 34 880 тис. грн до 16 151 тис. грн. Падіння у 2024 році зумовлене її зростанням до 23 812 тис. грн. Тривалість одного обороту дебіторської заборгованості скоротилася з 59 днів до 29 днів у 2023 році (-29,51), але зросла до 38 днів у 2024 році (+8,94) через погіршення управління дебіторською заборгованістю.

Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості зріс з 3,39 у 2022 році до 10,00 у 2023 році (+6,61) і до 17,28 у 2024 році (+7,28). Причина — зменшення середньої кредиторської заборгованості з 76 753 тис. грн до 18 602 тис. грн. Тривалість одного обороту кредиторської заборгованості скоротилася з 108 днів до 36 днів у 2023 році (-71,21) і до 21 дня у 2024 році (-15,37) завдяки швидшим розрахункам з постачальниками.

Коефіцієнт тривалості одного обороту оборотних засобів зменшився з 231 дня у 2022 році до 128 днів у 2023 році (-103,24) і до 124 днів у 2024 році (-3,39) через прискорення обороту оборотних засобів.

Ділова активність зросла завдяки швидшому обороту оборотних засобів (з 231 до 124 днів) та кредиторської заборгованості (з 108 до 21 дня). Однак зниження оборотності дебіторської заборгованості у 2024 році (до 9,50) та зростання її тривалості (до 38 днів) можуть погіршити ліквідність. Рекомендується посилити контроль за дебіторською заборгованістю для підтримання рівня доходності.

Для кращого розуміння динаміки результати дослідження було зображено на рис. 2.3.

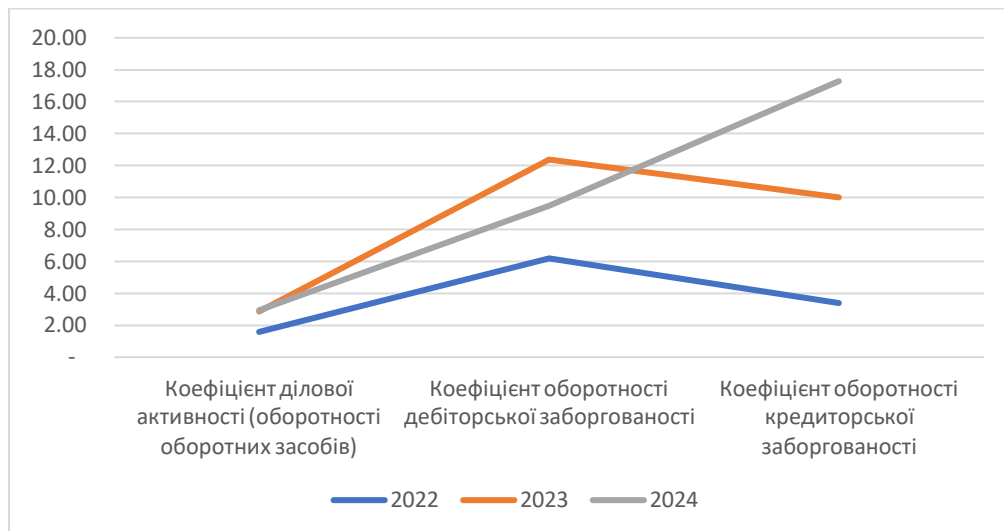


Рисунок 2.3 – Динаміка показників ділової активності ДП «Герц Україна»

Джерело: складено автором на основі таблиці 2.3

Далі проведемо аналіз платоспроможності у табл. 2.4 та 2.5.

Таблиця 2.4 – Аналіз платоспроможності ДП «Герц Україна»

Показник	Формула розрахунку	Роки			Відхилення: +,-:		Нормативне значення
		2022	2023	2024	2023 до 2022	2024 до 2023	
1. Коефіцієнт автономії	власний капітал/підсумок балансу (1495/1300)	0,78	0,88	0,89	0,10	0,01	>0,5
2. Коефіцієнт фінансування (фінансової стабільності)	власний капітал/позичковий капітал (1495/(1595+1695))	3,56	7,35	8,47	3,79	1,12	1
3. Коефіцієнт фінансової стійкості	(власний капітал + довгострокові зобов'язання)/сума пасивів (1495+1595)/1900	0,78	0,88	0,89	0,10	0,01	0,7-0,9
4. Коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами	власні оборотні засоби/матеріальні оборотні активи (1495-1095)/1195	0,58	0,77	0,82	0,19	0,04	>0,1
5. Коефіцієнт маневреності власного капіталу	власні оборотні кошти/власний капітал (1495-1095)/1495	0,48	0,53	0,56	0,05	0,03	>0,1

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності ДП «Герц Україна»

[Додаток А,Б]

Коефіцієнт автономії зріс з 0,78 у 2022 році до 0,88 у 2023 році (+0,10) і до 0,89 у 2024 році (+0,01). Зростання пояснюється збільшенням власного капіталу з 85 229 тис. грн до 104 763 тис. грн при повільнішому зростанні підсумку балансу з 109 141 тис. грн до 117 134 тис. грн. Показник перевищує норматив ($>0,5$), що свідчить про високу фінансову незалежність.

Коефіцієнт фінансування зріс з 3,56 у 2022 році до 7,35 у 2023 році (+3,79) і до 8,47 у 2024 році (+1,12). Це зумовлено зменшенням позичкового капіталу з 23 912 тис. грн до 12 371 тис. грн при зростанні власного капіталу. Значення перевищує норматив (1), що вказує на низьку залежність від зовнішнього фінансування.

Коефіцієнт фінансової стійкості зріс з 0,78 до 0,88 у 2023 році (+0,10) і до 0,89 у 2024 році (+0,01) через зростання власного капіталу та відсутність довгострокових зобов'язань. Показник відповідає нормативу (0,7–0,9), що підтверджує стабільність підприємства.

Коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами зріс з 0,58 у 2022 році до 0,77 у 2023 році (+0,19) і до 0,82 у 2024 році (+0,04). Це пояснюється зростанням власних оборотних засобів через збільшення власного капіталу та зменшення необоротних активів з 52 456 тис. грн до 50 062 тис. грн. Показник перевищує норматив ($>0,1$), що свідчить про здатність покривати оборотні активи власними коштами.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу зріс з 0,48 у 2022 році до 0,53 у 2023 році (+0,05) і до 0,56 у 2024 році (+0,03). Причина — зростання частки власного капіталу, спрямованої на оборотні засоби, що перевищує норматив ($>0,1$) і вказує на гнучкість у фінансовому управлінні.

Платоспроможність ДП «Герц Україна» покращилася завдяки зростанню власного капіталу та зменшенню позичкового капіталу. Усі показники відповідають або перевищують нормативи, що свідчить про фінансову стабільність. Для підтримання доходності рекомендується зберегти низьку залежність від зовнішнього фінансування.

Показники ліквідності проаналізуємо окремо у табл. 2.5.

Таблиця 2.5 – Аналіз ліквідності ДП «Герц Україна»

Показник	Формула розрахунку	Роки			Відхилення: +,-:		Нормативне значення
		2022	2023	2024	2023 до 2022	2024 до 2023	
1. Коефіцієнт покриття ліквідності	Оборотні активи/Поточні зобов'язання (1195/1695)	2,37	4,39	5,42	2,02	1,03	>1
2. Коефіцієнт швидкої ліквідності	(Оборотні активи - Запаси)/Поточні зобов'язання ((1195-1100)/1695)	0,48	2,43	2,44	1,95	0,01	0,7-1,5
3. Коефіцієнт абсолютної ліквідності	Грошові активи/Поточні зобов'язання (1165/1695)	0,15	0,83	0,75	0,68	-0,08	>0,1

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності ДП «Герц Україна»

[Додаток А,Б]

Коефіцієнт покриття ліквідності зріс з 2,37 у 2022 році до 4,39 у 2023 році (+2,02) і до 5,42 у 2024 році (+1,03). Зростання пояснюється зменшенням поточних зобов'язань з 23 912 тис. грн до 12 371 тис. грн та зростанням оборотних активів з 56 685 тис. грн до 67 072 тис. грн. Показник перевищує норматив (>1), що свідчить про високу здатність покривати зобов'язання.

Коефіцієнт швидкої ліквідності зріс з 0,48 у 2022 році до 2,43 у 2023 році (+1,95) і до 2,44 у 2024 році (+0,01). Причина — зменшення поточних зобов'язань та зростання ліквідних активів (за винятком запасів, які знизилися з 45 321 тис. грн до 36 860 тис. грн). Показник перевищує норматив (0,7–1,5), що вказує на надлишкову ліквідність.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності зріс з 0,15 у 2022 році до 0,83 у 2023 році (+0,68), але знизився до 0,75 у 2024 році (-0,08). Зростання у 2023 році зумовлене збільшенням грошових активів з 3 677 тис. грн до 11 051 тис. грн, а зниження у 2024 році — їх зменшенням до 9 297 тис. грн. Показник відповідає нормативу (>0,1), що підтверджує здатність швидко покривати зобов'язання.

Ліквідність ДП «Герц Україна» покращилася завдяки зростанню оборотних активів та зменшенню зобов'язань. Усі показники перевищують нормативи, але

надлишкова ліквідність може знижувати доходність через неефективне використання ресурсів. Рекомендується оптимізувати управління ліквідними активами.

Динаміку коефіцієнтів ліквідності підприємства зобразимо на рис. 2.4.

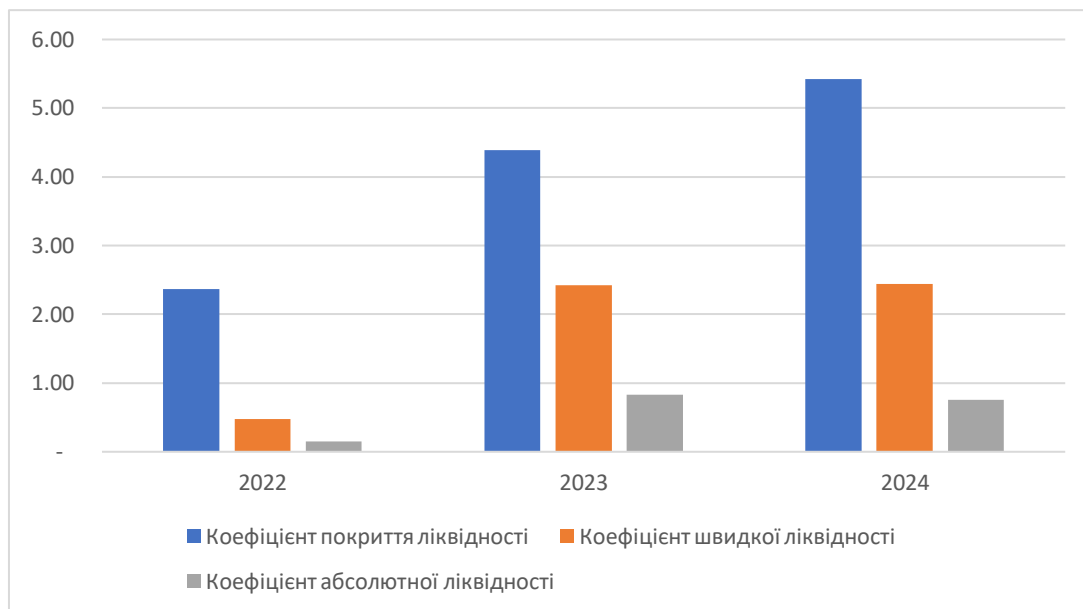


Рисунок 2.4 – Динаміка показників ліквідності ДП «Герц Україна»

Джерело: складено автором на основі таблиці 2.5

Проаналізуємо показники рентабельності ДП «Герц Україна» в табл. 2.6.

Таблиця 2.6 – Аналіз рентабельності ДП «Герц Україна»

Показник	Формула розрахунку	Роки			Відхилення: +, -:	
		2022	2023	2024	2023 до 2022	2024 до 2023
Коефіцієнт рентабельності активів	Чистий прибуток/середньорічну вартість активів (2350/((1300п+1300к)*0,5))	0,10	0,11	0,06	0,00	- 0,04
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	Чистий прибуток/власний капітал (2350/((1495п+1495к)*0,5))	0,15	0,13	0,07	- 0,03	- 0,06
Коефіцієнт рентабельності продукції	Прибуток від реалізації/собівартість (2350/2050)	0,15	0,10	0,05	- 0,05	- 0,05
Рентабельність продажів	Прибуток від реалізації/Чистий дохід від реалізації (2350/2000)	0,10	0,07	0,04	- 0,03	- 0,03

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності ДП «Герц Україна»

[Додаток А,Б]

Аналіз рентабельності ДП «Герц Україна» за 2022–2024 роки на основі табл. 2.6 показує зниження ефективності діяльності підприємства. Коефіцієнт рентабельності активів залишився на рівні 0,10 у 2022–2023 роках, але знизився до 0,06 у 2024 році (-0,04) через зменшення чистого прибутку при зростанні вартості активів. Коефіцієнт рентабельності власного капіталу впав з 0,15 до 0,07 (-0,08) через повільніше зростання прибутку порівняно зі збільшенням власного капіталу з 85 229 тис. грн до 104 763 тис. грн. Рентабельність продукції знизилася з 0,15 до 0,05 (-0,10), а рентабельність продажів — з 0,10 до 0,04 (-0,06) через зростання витрат та зменшення маржі, ймовірно, внаслідок інфляції чи конкуренції. Рентабельність погіршилася через зниження прибутковості та зростання витрат. Для її підвищення рекомендується оптимізувати витрати та переглянути цінову політику.

Аналіз економічних показників ДП «Герц Україна» за 2022–2024 роки показує змішану динаміку. Стан основних фондів погіршився: знос ОЗ зріс з 0,40 до 0,48, а коефіцієнт оновлення впав з 0,59 до 0,01, що свідчить про старіння фондів і недостатні інвестиції. Ділова активність покращилася — оборотність оборотних засобів прискорилося з 231 до 124 днів, а кредиторської заборгованості — з 108 до 21 дня, але оборотність дебіторської заборгованості у 2024 році знизилася до 9,50 через її зростання. Платоспроможність і ліквідність високі: коефіцієнт автономії зріс до 0,89, а покриття ліквідності — до 5,42, але надлишкова ліквідність може знижувати доходність. Рентабельність погіршилася: рентабельність власного капіталу впала з 0,15 до 0,07, а продажів — з 0,10 до 0,04 через зростання витрат і зменшення маржі.

Рекомендації з підвищення доходності:

- Інвестувати в оновлення основних фондів для зниження зносу та підвищення фондівіддачі, що покращить ефективність виробництва.
- Посилити контроль за дебіторською заборгованістю, скоротивши її тривалість (38 днів у 2024 році), щоб прискорити надходження коштів.

- Оптимізувати витрати, зокрема собівартість, для підвищення рентабельності продукції (з 0,05) і продажів (з 0,04).
- Переглянути цінову політику, щоб збільшити маржу, враховуючи конкуренцію та інфляцію.
- Ефективніше використовувати надлишкову ліквідність, інвестуючи у прибуткові проекти, а не накопичуючи ліквідні активи.

2.3 Оцінювання доходності та чинників формування доходності на підприємстві ДП «Герц Україна»

Доходність є одним із ключових показників фінансово-господарської діяльності підприємства, що відображає ефективність використання ресурсів та здатність генерувати прибуток у процесі операційної, інвестиційної й фінансової діяльності. Саме прибутковість визначає економічну життєздатність суб'єкта господарювання, його платоспроможність, інвестиційну привабливість, рівень конкурентоспроможності та перспективи зростання.

Для будь-якого підприємства доходність має стратегічне значення, оскільки саме вона визначає:

- життєздатність бізнесу — стабільна доходність є основою для покриття витрат, виплати дивідендів, формування резервів і розширення діяльності;
- конкурентоспроможність — здатність отримувати прибуток при оптимальному рівні витрат дозволяє підприємству ефективно функціонувати на ринку;
- фінансову стійкість — прибуткове підприємство має змогу підтримувати позитивний грошовий потік, своєчасно виконувати зобов'язання та розвиватися.

Аналіз доходності має ґрунтуватися на системному вивченні динаміки фінансових результатів, показників рентабельності, структури доходів і витрат. Такі аналітичні підходи дозволяють не лише дати оцінку ефективності поточної

діяльності, а й виявити чинники, що впливають на її результативність, а також розробити управлінські рішення щодо її покращення.

Для всебічного аналізу прибутковості підприємства доцільно проводити факторний аналіз, щоб виявити чинники, які найбільше та найменше сприяють або перешкоджають формуванню кінцевого результату [23].

При розробці стратегії зростання доходів необхідно чітко визначити фактори, що впливають на цей процес. Оскільки підприємство функціонує в певному середовищі, це визначає умови формування доходів, їхні джерела та розподіл у часі. Водночас, як складна система, підприємство саме створює умови для отримання доходів через цінову політику, маркетингові стратегії та технологічні особливості. Таким чином, можна виокремити дві групи чинників, що впливають на дохід: внутрішні та зовнішні. Основні чинники впливу на прибутковість підприємства систематизовано на рис. 2.5.



Рисунок 2.5 – Вплив зовнішніх та внутрішніх чинників на формування доходу підприємства

Джерело: [24]

Уже здійснений аналіз фінансово-господарської діяльності ДП «Герц Україна» в розділі 2.2 дозволяє перейти до поглибленої оцінки його доходності. З цією метою розглянемо фінансові результати підприємства за 2022–2024 роки в табл. 2.7.

Таблиця 2.7 – Аналіз фінансових результатів ДП «Герц Україна»

Показник	Роки			Абсолютне відхилення	
	2022	2023	2024	2022/2023	2023/2024
Чистий дохід від реалізації продукції	116779	164522	184276	47743	19754
Собівартість реалізованої продукції	78832	118415	142365	39583	23950
Валовий: прибуток	37947	46107	41911	8160	-4196
Інші операційні доходи	5726	1854	1468	-3872	-386
Адміністративні витрати	14 287	18 066	19 878	3 779	1 812
Витрати на збут	5264	9856	12853	4592	2997
Інші операційні витрати	9 414	5 666	2 128	-3 748	-3 538
Фінансовий результат до оподаткування	14708	14373	8520	-335	-5853
Чистий прибуток	11 874	11 722	7 182	-152	-4 540

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності ДП «Герц Україна»

[Додаток А,Б]

Чистий дохід від реалізації продукції щорічно зростав: у 2023 році він збільшився на 47 743 тис. грн (на 40,9%), а у 2024 році — ще на 19 754 тис. грн (на 12%) порівняно з попереднім роком. Така динаміка свідчить про стабільне зростання обсягів продажів, що є позитивним фактором для фінансової стійкості підприємства.

Собівартість реалізованої продукції зросла ще швидшими темпами: у 2023 році — на 39 583 тис. грн (на 50,2%), а у 2024 — на 23 950 тис. грн (на 20,2%). Це призвело до зменшення валового прибутку у 2024 році на 4 196 тис. грн порівняно з 2023 роком, хоча у 2023 році він ще демонстрував зростання на 8 160 тис. грн. Таким чином, у 2024 році прибутковість підприємства почала знижуватися, що може свідчити про зростання собівартості продукції швидше, ніж виручки, або про зміну структури реалізованих товарів.

Інші операційні доходи протягом періоду істотно зменшилися — з 5 726 тис. грн у 2022 році до 1 468 тис. грн у 2024 році (зменшення на 4 258 тис. грн загалом). Це може свідчити про втрату додаткових джерел доходу або завершення разових операцій.

Адміністративні витрати та витрати на збут зростали протягом усього періоду. Це, ймовірно, пов'язано зі збільшенням масштабів діяльності та необхідністю підтримки операційної інфраструктури. Найбільше зростання спостерігалось у витратах на збут — майже у 2,5 раза за період, що вказує на посилення маркетингових та логістичних активностей.

Інші операційні витрати, навпаки, зменшились із 9 414 тис. грн у 2022 році до лише 2 128 тис. грн у 2024 році. Це позитивна тенденція, яка сприяла стримуванню загального зниження прибутковості.

Фінансовий результат до оподаткування у 2024 році становив 8 520 тис. грн, що на 5 853 тис. грн менше, ніж у 2023 році. Подібна динаміка спостерігається і в чистому прибутку, який зменшився з 11 874 тис. грн у 2022 році до 7 182 тис. грн у 2024 році, тобто на 4 692 тис. грн за два роки.

Аналіз фінансових результатів ДП "Герц Україна" за 2022–2024 роки показав, що попри зростання обсягів реалізації, підприємство зіткнулося зі

зниженням прибутковості. Основними причинами цього стали випереджальне зростання собівартості продукції порівняно з доходами та суттєве збільшення витрат на збут і адміністративних витрат. Водночас спостерігається позитивна тенденція до зниження інших операційних витрат, що частково компенсувала загальне навантаження на фінансовий результат. Проте чистий прибуток у 2024 році зменшився більш ніж на 38% порівняно з 2022 роком, що є сигналом для управлінського перегляду витратної політики та підвищення ефективності діяльності.

З огляду на виявлені тенденції, доцільно зосередитися на контролі собівартості, оптимізації витрат на збут і пошуку додаткових джерел операційного доходу. Це дозволить забезпечити стабільну доходність і підвищити рентабельність підприємства в наступних періодах.

2.4. Кореляційно-регресійний аналіз доходності ДП «Герц Україна»

Для поглибленого розуміння факторів, що впливають на доходність підприємства, важливо не лише аналізувати абсолютні зміни фінансових показників, а й виявити силу та характер взаємозв'язків між ними. У цьому контексті ефективним інструментом виступає кореляційно-регресійний аналіз, який дозволяє встановити, які саме чинники найбільше впливають на прибутковість підприємства та оцінити ступінь такого впливу.

Кореляційний аналіз дає змогу визначити наявність і напрям зв'язку між змінними (наприклад, між витратами на збут і чистим прибутком), тоді як регресійний аналіз дозволяє кількісно оцінити, наскільки зміна одного чи кількох факторів впливає на результативний показник — доходність підприємства.

Метою цього розділу є побудова математичної моделі, яка дозволить формалізувати вплив ключових фінансових показників на чистий дохід від реалізації продукції підприємством. Такий підхід сприятиме обґрунтованішому

прийняттю управлінських рішень, підвищенню фінансової прозорості та ефективному стратегічному плануванню діяльності ДП «Герц Україна».

Нехай, зв'язок між результативною та факторними ознаками описується наступним рівнянням лінійної регресії:

$$y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3 + a_4x_4 + a_5x_5, \quad (2.1)$$

де y – чистий дохід від реалізації продукції (тис. грн);

x_1 – собівартість реалізованої продукції (тис. грн);

x_2 – адміністративні витрати (тис. грн);

x_3 – витрати на збут (тис. грн);

x_4 – інші операційні витрати (тис. грн);

x_5 – норма прибутку (тис. грн);

a_0 – вільний член рівняння регресії;

a_i – коефіцієнти рівняння регресії, які характеризують кількісний вплив на результативний показник зміни величини відповідного факторного показника на одиницю його виміру ($i = \overline{1, 5}$).

Вхідні дані, які необхідні для проведення кореляційно-регресійного аналізу подано у табл. 2.8.

Таблиця 2.8 – Основні фінансові показники діяльності ДП «Герц Україна» за 2020 – 2024 рр.

Показник Рік	Чистий дохід від реалізації продукції (тис. грн.)	Собівартість реалізованої продукції (тис. грн.)	Адміністративні витрати (тис. грн.)	Витрати на збут (тис. грн.)	Інші операційні витрати (тис. грн.)	Норма прибутку
2019	128 686	104 298	10 677	9 115	2 643	7 450
2020	176 253	139 279	11 491	7 126	12 442	10 354
2021	212 362	163 748	15 916	10 179	2 272	27 545
2022	116 779	78 832	14 287	5 264	9 414	14 708
2023	164 522	118 415	18 066	9 856	5 666	14 373
2024	184 276	142 365	19 878	12 853	2 128	8 520

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності ДП «Герц Україна»

[Додаток А,Б]

Першим етапом кореляційного-регресійного аналізу є виявлення кореляційної залежності між окремими фінансовими показниками діяльності ДП «Герц Україна». Для його проведення використано MS Excel (надбудова «Аналіз даних/Кореляція»). Результати кореляційного аналізу подані у табл. 2.9.

Таблиця 2.9 – Результати кореляційного аналізу доходності ДП «Герц Україна»

Показник	Чистий дохід від реалізації продукції, (тис. грн)	Собівартість реалізованої продукції (тис. грн)	Адміністративні витрати (тис. грн)	Витрати на збут (тис. грн)	Інші операційні витрати (тис. грн)	Норма прибутку
Чистий дохід від реалізації продукції, (тис. грн)	1,00					
Собівартість реалізованої продукції (тис. грн)	0,98	1,00				
Адміністративні витрати (тис. грн)	0,45	0,31	1,00			
Витрати на збут (тис. грн)	0,61	0,63	0,66	1,00		
Інші операційні витрати (тис. грн)	-0,29	-0,32	-0,43	-0,79	1,00	
Норма прибутку	0,53	0,43	0,21	-0,01	-0,18	1,00

Джерело: складено автором на основі обробки даних табл. 2.8 у MS Excel

Оцінка тісноти зв'язку між досліджуваними ознаками здійснювалась із використанням шкали Чеддока [25]. Характеристика наведена в табл. 2.10.

Таблиця 2.10 – Характеристика тісноти зв'язку чистого доходу із факторними ознаками

Показник	Собівартість реалізованої продукції	Адміністративні витрати	Витрати на збут	Інші операційні витрати	Норма прибутку
Чистий дохід від реалізації продукції	дуже тісний	слабкий	помітний	практично відсутній	помітний

Джерело: складено автором на основі даних табл. 2.9, [25]

За результатами кореляційного аналізу можна зробити висновок, що між чистим доходом від реалізації продукції і собівартістю реалізованої продукції спостерігається дуже тісний зв'язок, а між чистим доходом і витратами на збут та нормою прибутку – помітний. Водночас зв'язок між чистим доходом та адміністративними витратами є слабким. За результатами кореляційного аналізу також встановлено, що між показником «інші операційні витрати» та доходністю підприємства спостерігається практично відсутній зв'язок — значення коефіцієнта кореляції не перевищує 0,3, що за шкалою Чеддока відповідає дуже слабкому або випадковому зв'язку. У зв'язку з цим, включення даного фактора до лінійного рівняння регресії є недоцільним, оскільки він не має суттєвого впливу на результуючий показник і може знизити точність моделі. З метою покращення пояснювальної сили регресійної моделі цей показник було виключено з подальшого аналізу.

Надалі регресійна модель буде формуватися на основі чотирьох ключових факторів: собівартості реалізованої продукції, адміністративних витрат, витрат на збут та нормою прибутку. Тому рівняння лінійної регресії в нашому аналізі прийме наступний вигляд:

$$y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3 + a_4x_4, \quad (2.2)$$

де y – чистий дохід від реалізації продукції (тис. грн);

x_1 – собівартість реалізованої продукції (тис. грн);

x_2 – адміністративні витрати (тис. грн);

x_3 – витрати на збут (тис. грн);

x_4 – норма прибутку (тис. грн);

a_0 – вільний член рівняння регресії;

a_i – коефіцієнти рівняння регресії, які характеризують кількісний вплив на результативний показник зміни величини відповідного факторного показника на одиницю його виміру ($i = \overline{1, 4}$).

Отриманий результат свідчить про наявність мультиколінеарності ($r_{ij} \neq 0, i \neq j$), втім її рівень є помірним ($r_{ij} < r_{yx_i \max}, i \neq j$).

З метою встановлення форми зв'язку між досліджуваними ознаками потрібно провести регресійний аналіз. Для цього використано MS Excel (надбудова «Аналіз даних/Регресія»); результати використання програмного забезпечення подано в табл. 2.11 та 2.12.

Таблиця 2.11 – Регресійна статистика

Показник	Значення
Множинний R	0,9993
R-квадрат	0,9986
Нормований R-квадрат	0,9928
Стандартна помилка	3022,3820

Джерело: складено автором на основі даних таблиці 2.8

В результаті розрахунків значення скоригованого коефіцієнту детермінації $R^2 \approx 0,9993$ (табл. 2.11), тобто зміна результативної ознаки на 99,93% спричинена зміною факторних ознак.

Таблиця 2.12 – Результати дисперсійного аналізу

Показник	df	SS	MS	F	Значимість F
Регресія	4	6367964543	1591991136	174,278	0,056744
Залишок	1	9134792,85	9134792,85		
Усього	5	6377099336			

Джерело: складено автором на основі даних таблиці 2.8

Результати проведеного дисперсійного аналізу вказують на надійність даної моделі, адже згідно критерію Фішера $f^* = 174,278 > f_{\text{табл}} = 0,056744$, де $f_{\text{табл}} = F(1 - 0,95; m; n - m - 1)$, тобто рівняння регресії значиме на 95%, а вплив випадкових факторів є несуттєвим.

Результати регресійного аналізу наведені в табл. 2.13.

Таблиця 2.13 – Результати регресійного аналізу

Показник	Стандартна помилка	t-статистика	P-значення	Нижнє 95%	Верхнє 95%
Чистий дохід від реалізації продукції	7206,99947	0,22328386	0,86014712	-89964,404	93182,8174
Собівартість реалізованої продукції	0,07613954	15,1280871	0,04202084	0,18440102	2,11929027
Адміністративні витрати	0,5688656	3,96589298	0,15724584	-4,9720627	9,4841828
Витрати на збут	1,04331084	-2,0467961	0,28931862	-15,391966	11,1210767

Продовження таблиці 2.13

Показник	Стандартна помилка	t-статистика	P-значення	Нижнє 95%	Верхнє 95%
Норма прибутку	0,2514842	1,21107656	0,43940982	-2,8908431	3,49997631

Джерело: складено автором на основі даних таблиці 2.8

За результатами регресійного аналізу (табл. 2.13), оскільки для усіх показників Р-значення менше 0,05, то коефіцієнти можна вважати ненульовими, а отже, факторні ознаки впливають на результативну.

Оцінка статистичної значимості параметрів регресії здійснюється за допомогою t-критерія (табл. 2.13), при значеннях t-статистики, які менші $t_{\text{табл}}(0,95; n - m - 1) = 0,078$, природа формування параметрів a_i є випадковою, інакше, слід визнати статистичну значимість параметра. Отже, природа параметра a_3 (пов'язаний із ознакою витрати на збут) випадкова, інші параметри – статистично значимі.

Надійними інтервалами для параметрів лінійної регресії є:

$$\begin{aligned} 0,18 &\leq a_1^* \leq 2,12; \\ -4,97 &\leq a_2^* \leq 9,48; \\ -15,39 &\leq a_3^* \leq 11,12; \\ -2,89 &\leq a_4^* \leq 3,50; \end{aligned}$$

Таким чином, рівняння множинної регресії має наступний вигляд:

$$\hat{y} = 1609,2 + 1,2\hat{x}_1 + 2,3\hat{x}_2 - 2,1\hat{x}_3 + 0,3\hat{x}_4. \quad (2.3)$$

Отже, коли показник собівартості реалізованих послуг зростає на одиницю, чистий дохід збільшується на 1,2 одиниць. Збільшення адміністративних витрат на одиницю призводить до збільшення чистого доходу на 2,3 одиниць. Крім того, кожне одиничне збільшення витрат на збут призводить до зменшення результативного показника на 2,1 одиниць, а збільшення норми прибутку на одиницю збільшує чистий дохід на 0,3 одиниць.

Деякі важливі дані стосовно еластичності кожної факторної ознаки будуть проаналізовані, враховуючи, що інші факторні ознаки не мають впливу на

результативний показник. Розрахунок еластичності буде здійснюватися відповідно до формули 2.4.

$$\varepsilon_i = a_i \frac{\hat{x}_i}{\bar{y}}, i = \overline{1, 3}. \quad (2.4)$$

Розрахунок показника еластичності представлений у табл. 2.14.

Таблиця 2.14 – Результати аналізу на еластичність

Показник	Еластичність
Собівартість реалізованої продукції	0,88
Адміністративні витрати	0,21
Витрати на збут	-0,12
Норма прибутку	0,03

Джерело: складено автором

Побудована математична модель дозволила здійснити якісне та кількісне прогнозування зміни обсягу доходів підприємства на основі статистичних даних за 2019–2024 роки. Модель адекватно описує тенденцію зростання обсягу реалізації, демонструючи стабільний позитивний тренд, що є важливим фактором для оцінки фінансової стійкості підприємства.

Високе значення коефіцієнта детермінації R^2 свідчить про добру відповідність моделі фактичним даним, що підтверджує правильність обраного методу апроксимації. Отримане рівняння тренду можна вважати придатним для короткострокового прогнозування динаміки доходів, за умови стабільності зовнішніх умов функціонування підприємства.

Крім того, результати моделювання дають змогу виявити характер залежності між часом та обсягом реалізації продукції, визначити темпи приросту доходу, а також спрогнозувати очікувані значення на наступний період. Це, своєю чергою, дозволяє оцінити потенціал зростання підприємства, рівень навантаження на виробничі потужності та фінансову результативність діяльності.

Разом з тим, модель має певні обмеження: вона базується виключно на кількісних внутрішніх показниках і не враховує впливу таких факторів, як сезонність, зміна вартості сировини, інфляція, коливання валютного курсу чи

державне регулювання. Отже, її використання повинно супроводжуватися якісною аналітикою та коригуванням відповідно до актуальної ринкової ситуації.

З результатів аналізу стає зрозуміло, що коли собівартість зростає на 1%, чистий дохід збільшується на 0,88%. Збільшення адміністративних витрат на 1% призводить до збільшення чистого доходу на 0,21%, тоді як зростання витрат на збут на 1% зменшує чистий дохід на 0,12%. При збільшенні норми прибутку на 1%, чистий дохід збільшується на 0,03%. Отже, найбільший вплив на розмір чистого доходу від реалізації продукції спостерігається при зростанні собівартості реалізованої продукції.

Кореляційний аналіз показав на слабкий ефект від витрат на збут на результуючий показник. Варто врахувати оптимізацію цього напрямку — перегляді маркетингових стратегій, підвищенні ефективності персоналу відділу збуту, а також впровадженні інструментів контролю за результативністю витрат. Навпаки, собівартість, як фактор із найбільшим впливом, потребує окремої уваги як головне джерело резервів зростання доходності.

Узагальнюючи, слід зазначити, що математична модель, побудована в межах підрозділу 2.4, є корисним інструментом для аналізу динаміки доходів підприємства та формування обґрунтованих управлінських прогнозів.

Висновки до розділу 2

У другому розділі було здійснено всебічний аналіз доходності діяльності підприємства ДП «Герц Україна» на основі фінансової звітності та статистичних методів. Дослідження охоплювало як загальну характеристику підприємства, так і оцінку ключових фінансово-економічних показників.

У підрозділі 2.1 розкрито організаційно-правову форму та основні напрямки діяльності підприємства, що дозволило чітко ідентифікувати його ринкове позиціонування та особливості функціонування в сегменті енергоефективного обладнання.

Підрозділ 2.2 присвячено аналізу фінансових результатів за останні три роки, де виявлено позитивну динаміку зростання доходів, проте на фоні зростання витрат спостерігається зниження чистого прибутку, що свідчить про необхідність пошуку шляхів оптимізації витратної частини.

У підрозділі 2.3 проаналізовано основні фактори формування доходності. Установлено, що найбільший вплив на доходність мають такі чинники, як собівартість реалізованої продукції, адміністративні витрати та витрати на збут, що підтверджено відповідними коефіцієнтами динаміки та рентабельності.

У підрозділі 2.4 здійснено кореляційно-регресійний аналіз, за результатами якого виявлено сильний прямий зв'язок між доходом підприємства та собівартістю реалізованої продукції, а також помірний зв'язок з адміністративними витратами. Водночас інші операційні витрати не продемонстрували статистично значущого впливу на результативний показник, у зв'язку з чим цей фактор був вилучений з регресійної моделі. Це дозволило уточнити перелік ключових факторів впливу на доходність підприємства.

Загалом проведений аналіз у другому розділі дав змогу виявити основні проблеми у формуванні доходності на підприємстві та підготувати аналітичну базу для формулювання практичних рекомендацій щодо її підвищення в наступному розділі.

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ ДОХОДНОСТІ ДП «ГЕРЦ УКРАЇНА»

3.1 Напрями підвищення доходності та розробка пропозицій щодо їх застосування для ДП «Герц Україна»

У сучасних умовах ведення бізнесу підвищення доходності є пріоритетним завданням для більшості українських підприємств. ДП «Герц Україна», як виробничо-комерційна компанія, що займається імпортом, дистрибуцією та технічною підтримкою інженерного обладнання (вентилі, фітинги, автоматика тощо), функціонує на висококонкурентному ринку. Це вимагає постійного вдосконалення організаційної структури, маркетингових підходів і збутової політики. На основі аналізу фінансової звітності за 2022–2024 роки, що був проведений в розділі 2 та виявлених проблем таких як зниження темпів приросту доходів, коливання прибутковості, у цьому підрозділі запропоновано реальні напрями зростання доходності підприємства.

Визначення найефективнішого способу підвищення доходу залежить від специфіки підприємства та його ситуації. Потрібно ретельно проаналізувати можливості й загрози перед прийняттям рішень. Для чіткого розуміння заходів, які сприятимуть зростанню прибутковості, рекомендується провести SWOT-аналіз, який оцінить внутрішні (сильні та слабкі сторони) і зовнішні (можливості та загрози) фактори. Нижче наведено SWOT-аналіз ДП «Герц Україна» у вигляді табл. 3.1.

Таблиця 3.1 – SWOT-аналіз ДП «Герц Україна»

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
Підтримка з боку материнської компанії HERZ, що забезпечує стабільність і ресурси	Залежність від імпортних поставок, що підвищує валютні та логістичні ризики
Висока якість продукції, підтверджена міжнародними стандартами	Обмежена регіональна присутність (основна діяльність зосереджена у Києві)
Широкий асортимент арматури для опалення, водопостачання та автоматизації	Високий рівень конкуренції на ринку ОВіК обладнання
Досвідчений персонал, технічна підтримка, професійне консультування	Відсутність власного виробництва в Україні

Продовження таблиці 3.1

Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
Розширення ринку збуту в регіонах України	Економічна нестабільність та зниження платоспроможності споживачів
Впровадження цифрових рішень (CRM, автоматизація звітності, аналітика клієнтів)	Зміни в законодавстві (податковому, митному, валютному)
Запуск супутніх послуг – монтаж, гарантійне обслуговування, логістика	Технічне оновлення у конкурентів, ризик втрати частки ринку без інновацій
Зростання попиту на енергоефективні рішення (регулятори, автоматика)	Залежність від стабільності поставок із ЄС під час воєнного стану

Джерело: складено автором

Проаналізувавши сильні та слабкі сторони, можливості та загрози ДП «Герц Україна», розглянемо наступні напрямки з підвищення доходності підприємства.

3.1.1 Збільшення кількості менеджерів зі збуту та впровадження КРІ

Один із ключових напрямів підвищення доходності — посилення відділу збуту через розширення штату та впровадження системи ключових показників ефективності (КРІ). Дослідження [26] у сфері B2B-продажів свідчать, що кожен додатковий менеджер з активною клієнтською базою у сфері технічного продажу здатен генерувати 12 – 18% приросту валового виторгу за перший рік.

Наразі відділ збуту ДП «Герц Україна» має обмежену кількість фахівців, що призводить до недостатньої клієнтської активності в регіонах України, уповільнення процесу обробки замовлень і недостатньої роботи з проєктними організаціями. У зв'язку з цим пропонується:

- збільшити кількість менеджерів зі збуту на 2–3 особи з розподілом по регіональному принципу (зокрема, у західному та східному кластерах);
- встановити КРІ для менеджерів, які включають: обсяг продажів, кількість нових клієнтів, глибину охоплення існуючої клієнтської бази, швидкість реагування на запити, ефективність утримання клієнтів;
- створити систему щомісячного преміювання за досягнення планових показників продажів;

Переваги та недоліки цього проєкту з підвищення доходності зручно представлені в табл. 3.2.

Таблиця 3.2 – Переваги та недоліки посилення відділу збуту

Переваги	Недоліки
Швидкий ефект (видимий у перші 3–6 місяців)	Потреба в навчанні нових менеджерів та їх адаптації
Невеликі стартові інвестиції (зарплатний фонд + мотиваційна система)	Ризик плинності кадрів без чіткої мотивації та кар'єрного росту
Підвищення лояльності клієнтів завдяки персоналізованій роботі	

Джерело: складено автором

3.1.2 Впровадження CRM-системи для автоматизації збуту

Цифровізація процесу управління продажами є ще одним важливим напрямом підвищення доходності на підприємстві. Наразі на підприємстві використовується частково ручне ведення клієнтських баз, що ускладнює аналіз воронки продажів, прогнозування попиту та сегментацію клієнтів. Пропонується впровадити CRM-систему (наприклад, Bitrix24, KeyCRM або Hubspot), яка забезпечить:

- централізоване збереження даних по кожному клієнту;
- автоматизацію відправки комерційних пропозицій;
- постановку завдань і контроль комунікацій із клієнтами;
- формування дашбордів ефективності.

Очікуваний ефект: зменшення втрат потенційних клієнтів на 15 – 20%, прискорення обробки запитів, оптимізація роботи менеджерів [27].

3.1.3 Запровадження нових супутніх послуг: монтаж та гарантійне обслуговування

Розширення переліку послуг може суттєво вплинути на доходність. Оскільки ДП «Герц Україна» має доступ до технічних фахівців [22], логічно вивести на ринок послугу монтаж під ключ для продукції, яка потребує професійного встановлення (наприклад, автоматичні системи регулювання опалення, змішувальні вузли, автоматика).

Переваги та недоліки цього проєкту з підвищення доходності зручно представлені в табл. 3.3.

Таблиця 3.3 – Переваги та недоліки розширення переліку послуг

Переваги	Недоліки
Зростання середнього чеку на 15–25% [26]	Потреба в сертифікації працівників
Підвищення довіри клієнтів	Додаткові логістичні витрати
Можливість гарантійного обслуговування та супутнього продажу розхідних матеріалів	

Джерело: складено автором

3.1.4 Актуалізація цінової політики з урахуванням коливань курсу

У 2022–2024 роках негнучкість у формуванні цін при девальвації гривні призводила до втрати частини прибутку. Пропонується запровадити динамічну цінову модель на імпорتنу продукцію, яка враховує курс долара/євро в момент поставки та очікувану інфляцію. Це дозволить зберегти цільову маржу незалежно від ринкових коливань.

3.1.5 Проведення цифрової рекламної кампанії (таргетинг для B2B)

У 2022–2023 роках підприємство майже не використовувало онлайн-просування. Пропонується реалізувати рекламну кампанію в Meta (Facebook/Instagram) та Google Ads, націлену на технічних фахівців, будівельні компанії, монтажників, а також запустити SEO-оптимізацію сайту.

Переваги та недоліки цього проєкту з підвищення доходності зручно представлені в табл. 3.4.

Таблиця 3.4 – Переваги та недоліки цифрової рекламної кампанії

Переваги	Недоліки
Розширення клієнтської бази на 10–20% у середньостроковій перспективі [28]	Потреба в додаткових витратах на рекламу
Невисокі витрати на старті	Ризик низької ефективності без правильного налаштування
Чіткий вимір ефективності (CTR, конверсія)	

Джерело: складено автором

Проведемо порівняння запропонованих напрямів з підвищення доходності ДП «Герц Україна» в табл. 3.5. Усі вищезазначені напрями можуть бути реалізовані комбіновано.

Таблиця 3.5 – Порівняння можливих напрямів підвищення доходності ДП «Герц Україна»

Напрямок	Інвестиції	Термін реалізації	Очікуваний ефект
Збільшення менеджерів з KPI	Середні	2–3 місяці	+12–18% виторгу
CRM-система	Низькі	1 місяць	-15% втрат лідів
Монтаж і гарантія	Середні	2 місяці	+15–25% до середнього чеку
Динамічне ціноутворення	Низькі	1 місяць	Захист цільової маржі
Цифрова реклама	Середні	1 місяць	+10–20% клієнтської бази

Джерело: складено автором на основі таблиць 3.2-3.4

Враховуючи різноманітність стратегій та підходів, нижче на рис. 3.1 наведена схема резервів для збільшення доходності ДП «Герц Україна». Вона дозволяє підприємству ідентифікувати потенційні можливості для збільшення доходу та визначити пріоритети.

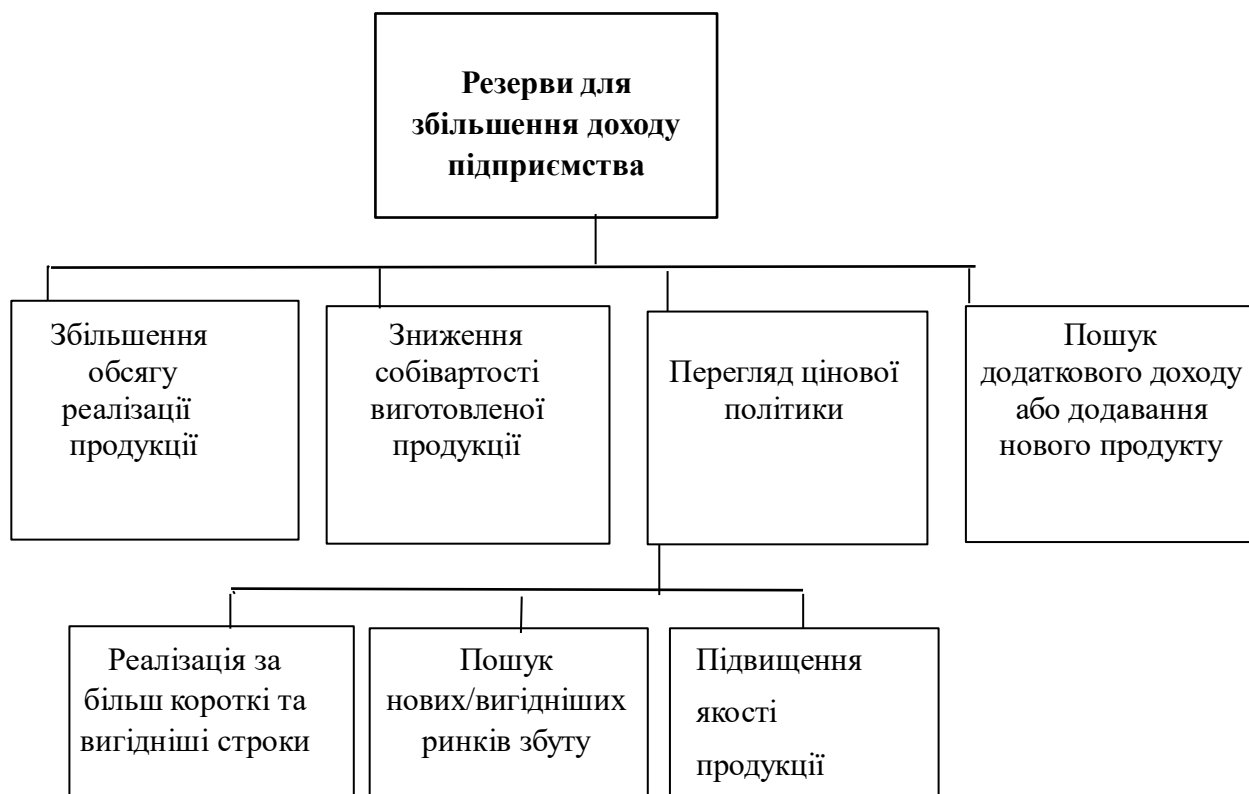


Рисунок 3.1 – Резерви для збільшення доходності підприємства

Джерело: [29]

Таким чином, підвищення доходності ДП «Герц Україна» може бути досягнуте через сукупність організаційних, технічних і маркетингових заходів. Найбільш доцільним є поєднання кадрового розширення, автоматизації CRM,

запровадження нових послуг і цифрового просування. Це у комплексі дозволить наростити обсяг реалізації, покращити контроль і підвищити маржинальність діяльності підприємства.

3.2 Економічне обґрунтування запропонованих заходів для підприємства ДП «Герц Україна»

Ідентифікація проблеми

У процесі аналізу фінансових результатів ДП «Герц Україна» за 2022–2024 роки, що був проведений в розділі 2, було виявлено низку негативних тенденцій, які свідчать про зниження ефективності діяльності підприємства. Зокрема:

- чистий прибуток скоротився з 11 874 тис. грн у 2022 році до 7 182 тис. грн у 2024 році, тобто зменшився на 39,5%;
- витрати на збут зросли на 144%, що вказує на неефективність поточної збутової політики;
- рентабельність продукції впала з 0,15 у 2022 році до 0,05 у 2024 році, тобто втричі;
- високе навантаження на обмежений штат менеджерів зі збуту, що унеможлиблює ефективне охоплення клієнтів по регіонах.

Ці фактори свідчать про наявність організаційних та управлінських обмежень, які заважають підприємству повною мірою реалізувати свій комерційний потенціал. Незважаючи на зростання чистого доходу від реалізації продукції (на 57,8% у 2022–2024 роках), падіння валового прибутку та рентабельності вказує на потребу в оптимізації організаційної структури, особливо в частині збуту. Відтак, доцільним є впровадження структурних змін у сфері збуту продукції з метою підвищення доходності, прибутковості та ефективності праці.

Поточна кількість менеджерів не дозволяє активно розширювати клієнтську базу, проводити глибоку сегментацію споживачів і контролювати регіональний ринок.

Сутність та зміст запропонованого заходу

Основна пропозиція полягає у збільшенні кількості менеджерів зі збуту з 3 до 6 осіб та одночасному впровадженні системи ключових показників ефективності (КРІ) для цього персоналу. Це дозволить:

- збільшити обсяг охоплення ринку;
- скоротити час на обробку комерційних запитів;
- посилити контроль над дебіторською заборгованістю;
- підвищити лояльність клієнтів через персоналізовану роботу.

Запропонована мною структура КРІ наведена в табл. 3.6.

Таблиця 3.6 – Запропонована структура КРІ

Показник	Ваговий коефіцієнт	Пояснення
Виконання плану продажів	0,40	Базовий індикатор результативності
Кількість нових клієнтів	0,25	Стимул для розширення бази
Рівень задоволеності клієнтів	0,15	Збір відгуків
Дотримання строків комунікацій	0,10	Контроль процесу обслуговування
Вчасність звітності та CRM-записів	0,10	Дисципліна та прозорість

Джерело: складено автором

Менеджери працюватимуть за регіональним принципом: Центр, Схід, Захід, Південь, Північ, Київ. Це дозволить детально охопити всю Україну, включаючи індустріально активні області.

Зупинимось тепер на організаційній структурі нашого проєкту. Впровадження проєкту буде здійснюватися відділом збуту під керівництвом його начальника Сергія Дайнеко із залученням HR-відділу та IT-відділу для адаптації CRM-системи. Орієнтовна тривалість етапів наведена в табл. 3.7.

Таблиця 3.7 – Орієнтовна тривалість етапів впровадження проєкту

Етап	Тривалість	Відповідальний
Рекрутинг 3 нових менеджерів	1 місяць	HR-менеджер
Навчання новачків (продукт+CRM)	2 тижні	Керівник відділу збуту
Розробка КРІ та преміювання	1 тиждень	Заступник директора
Впровадження КРІ у звітність	1 тиждень	IT-відділ

Продовження таблиці 3.7

Етап	Тривалість	Відповідальний
Повноцінний запуск	1 тиждень	Усі підрозділи

Джерело: складено автором

Очікується, що в результаті впровадження проєкту буде досягнуто:

- покращення ефективності роботи відділу продажів за рахунок збалансованого навантаження;
- активізація продажів у регіонах, що раніше не були повноцінно охоплені;
- підвищення мотивації персоналу завдяки преміюванню за досягнення KPI;
- покращення клієнтського досвіду, зменшення кількості незадоволених споживачів;
- зміцнення внутрішньої дисципліни через регулярний контроль показників.

Детальний розрахунок витрат на реалізацію цього проєкту, а також прогноз фінансового ефекту наведено у підрозділах 3.3 та 3.4 відповідно.

Обговоримо можливі ризики та бар'єри впровадження проєкту з підвищення доходності. Запропонований захід є реалістичним, проте його впровадження може супроводжуватися низкою ризиків, які необхідно враховувати:

- труднощі з підбором кваліфікованого персоналу;
- наявність адаптаційного періоду у нових менеджерів;
- опір змінам з боку частини колективу;
- потреба в періодичному перегляді KPI, щоб уникнути формального підходу до їх виконання.

Для зменшення ризиків доцільно поєднати мотиваційну систему з регулярним зворотним зв'язком, супервізією та поетапною адаптацією персоналу.

Зупинимось на соціально-організаційному ефекту від впровадження проєкту. Крім фінансового результату, запропонований захід має важливе нематеріальне значення:

- створення нових робочих місць у період війни та економічної нестабільності;
- посилення корпоративної культури та командної роботи;
- зростання управлінської прозорості за рахунок KPI;
- підвищення клієнтської лояльності.

Проведене економічне обґрунтування свідчить про високу доцільність реалізації заходу з розширення штату менеджерів зі збуту та запровадження KPI-системи. Проєкт прямо спрямований на вирішення ключових проблем підприємства, не потребує надмірних фінансових вкладень, є технічно реалізованим і має високий потенціал позитивного впливу. Його реалізація створює передумови для подальшого зростання доходності та ефективності діяльності ДП «Герц Україна». Запропонований захід слід реалізовувати у 2025 році як першочерговий інструмент підвищення рентабельності підприємства.

3.3 Розрахунок витрат на реалізацію заходів з удосконалення збутової діяльності ДП «Герц Україна»

У попередньому підрозділі було обґрунтовано доцільність розширення збутового відділу ДП «Герц Україна» як ключового напрямку підвищення доходності підприємства. У межах запропонованих заходів передбачається:

- найм трьох нових менеджерів зі збуту;
- встановлення системи ключових показників ефективності KPI;
- забезпечення робочих місць;
- часткова автоматизація збуту шляхом впровадження CRM-системи.

Цей підрозділ присвячено розрахунку загального кошторису витрат на реалізацію цих заходів, включаючи капітальні інвестиції, операційні витрати та планову калькуляцію економічного ефекту.

3.3.1 Розрахунок одноразових витрат

Одноразові витрати наведені в табл. 3.8. Вони включають:

- забезпечення робочого місця (комп'ютер, меблі, зв'язок);
- підключення CRM-системи;
- навчання персоналу.

Таблиця 3.8 – Розрахунок одноразових витрат на впровадження проєкту

Найменування	Кількість	Ціна за одиницю, грн	Сума, грн
Комп'ютер + периферія	3	25 000	75 000
Робоче місце (стіл, крісло, телефон)	3	8 000	24 000
CRM Bitrix24 (ліцензія на 3 користувачів)	1	6 000	6 000
Навчання нових співробітників	3	3 000	9 000
Розробка внутрішніх КРІ-інструкцій	1	3 000	3 000
Разом	—	—	117 000

Джерело: розраховано автором на основі відкритих джерел

Орієнтовна сума одноразових витрат становить 117 000 грн, що є незначним навантаженням на капітал підприємства з огляду на загальні активи в розмірі 117 134 тис. грн у 2024 році.

3.3.2 Розрахунок щомісячних витрат

Основні статті щомісячних витрат наведені в табл. 3.9. Вони включають:

- заробітна плата + премії нових менеджерів.
- податки та соціальні внески;
- CRM-підтримка;
- витрати на зв'язок та інші комунікації.

Таблиця 3.8 – Розрахунок щомісячних витрат на впровадження проєкту

Найменування	Кількість	Вартість/міс, грн	Сума, грн
Зарплата менеджера (брутто)	3	25 000	75 000
Премія (за КРІ)	3	5 000	15 000
ЄСВ (22% від суми з/п + премій)	—	—	19 800
Мобільний зв'язок + інтернет	3	500	1 500
CRM-підтримка (щомісячна підписка)	—	—	500
Разом	—	—	111 800

Джерело: розраховано автором на основі відкритих джерел

У 2024 році витрати на оплату праці на підприємстві склали 15 085 тис. грн, тому збільшення на 1,34 млн грн (річний еквівалент) не створить надмірного навантаження.

Наведемо в табл. 3.9 розрахунок річного кошторису проєкту

Таблиця 3.9 – Розрахунок річного кошторису проєкту

Стаття витрат	Сума, грн
Одноразові витрати	117 000
Щомісячні витрати ($\times 12$)	$111\,800 \times 12 = 1\,341\,600$
Загалом за перший рік	1 458 600

Джерело: розраховано автором

Наведемо прогноз економічного ефекту від впровадження проєкту. За аналітичними даними [30], один B2B-менеджер з досвідом генерує до 2–2,5 млн грн додаткового продажу на рік. У консервативному прогнозі:

- Прогнозований обсяг додаткового продажу: $2\text{ млн грн} \times 3\text{ менеджери} = 6\text{ млн грн}$.
- Середня маржа валового прибутку у 2024 році $\approx 22,7\%$ (на основі: валовий прибуток 41 911 тис. грн / дохід 184 276 тис. грн).
- Очікуваний валовий прибуток: $6\,000\,000 \times 0,227 = 1\,362\,000\text{ грн}$.
- Чистий ефект (валовий прибуток – витрати): $1\,362\,000 - 1\,458\,600 = -96\,600\text{ грн}$ у перший рік.

Проте одноразові витрати понесені лише в перший рік. Починаючи з другого року:

- Витрати = 1 341 600 грн (без одноразових витрат).
- Чистий ефект = $1\,362\,000 - 1\,341\,600 = +20\,400\text{ грн/рік}$.

Якщо кожен менеджер досягне продажів на рівні 2,5 млн грн, то:

- Додатковий продаж = $2,5\text{ млн грн} \times 3 = 7,5\text{ млн грн}$.
- Валовий прибуток = $7\,500\,000 \times 0,227 = 1\,702\,500\text{ грн}$.
- Чистий ефект = $1\,702\,500 - 1\,341\,600 = +360\,900\text{ грн/рік}$ (з другого року).

Проведемо порівняння з альтернативними статтями витрат підприємства. Для обґрунтування доцільності порівняємо інвестиції з іншими витратами компанії у 2024 році в табл. 3.10.

Таблиця 3.10 – Порівняння з поточними витратами підприємства

Стаття витрат	Сума у 2024 році, тис. грн
Витрати на оплату праці	15 085

Продовження таблиці 3.10

Стаття витрат	Сума у 2024 році, тис. грн
Витрати на збут	12 853
Амортизація	4 634
Інші операційні витрати	2 128
Витрати на проєкт (1 рік)	1 458,6

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності ДП «Герц Україна»

[Додаток А,Б]

Таким чином, частка витрат на реалізацію проєкту в загальному фонді оплати праці становить лише 9,7%, що є оптимально допустимим.

Фінансування проєкту можливе за рахунок:

- нерозподіленого прибутку (7 182 тис. грн у 2024 році – проєкт становить лише 20% від цього обсягу);
- власних обігових коштів (оборотні активи складають 67 072 тис. грн у 2024 році);
- реінвестованої амортизації (4 634 тис. грн).

Отже, запропонований захід із розширення збутової команди на 3 менеджери, впровадженням KPI та CRM-системи, потребує:

- одноразових витрат на 117 тис. грн;
- річних поточних витрат на 1,34 млн грн.
- очікуваний валовий прибуток у перший рік – 1,36 млн грн та із прибутковістю в наступні роки.

Таким чином, проєкт є економічно доцільним, потребує помірних інвестицій і здатен підвищити доходність підприємства з другого року реалізації.

3.4. Оцінка соціально-економічної ефективності заходів з удосконалення збутової діяльності ДП «Герц Україна»

У попередніх підрозділах було обґрунтовано й розраховано впровадження проєкту з розширення штату менеджерів зі збуту та впровадження KPI для ДП

«Герц Україна». Метою цього підрозділу є всебічна оцінка економічної та соціальної ефективності запропонованих заходів. Оцінювання базується на:

- прогнозі фінансових результатів на 2025 і 2029 роки;
- розрахунку показників рентабельності;
- аналізі динаміки прибутку;
- соціальних перевагах від реалізації проєкту.

Наведемо вихідні дані за 2024 рік в табл. 3.11.

Таблиця 3.11 – Вихідні дані за 2024 рік

Показник	Значення, тис. грн
Чистий дохід від реалізації	184 276
Собівартість продукції	142 365
Валовий прибуток	41 911
Чистий прибуток	7 182
Власний капітал	104 763
Середньорічна вартість активів	117 134

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності ДП «Герц Україна»

[Додаток А,Б]

На основі реалізації проєкту за 2025 рік очікується:

- збільшення чистого доходу мінімум на 6 млн грн.
- збереження маржі на рівні 22,7%.
- зростання валового прибутку до 48 000 тис. грн.
- прогнозований чистий прибуток (після витрат на реалізацію проєкту) — 7 464 тис. грн (зростання на 282 тис. грн).

Прогноз на 2029 рік: при збереженні ефекту (без додаткових капітальних витрат) очікується:

- щорічне зростання доходу на 2–3%.
- чистий прибуток у 2029 році — 9 000 тис. грн (консервативна оцінка).

Аналіз рентабельності фінансових результатів при впровадженні проєкту наведемо в табл. 3.12.

Таблиця 3.12 – Аналіз рентабельності фінансових результатів при впровадженні проєкту

Показник	Формула розрахунку	2024	2025	Відхилення (+/-)
Рентабельність активів (ROA)	Чистий прибуток / Середньорічна вартість активів	0,06	0,064	+0,004
Рентабельність власного капіталу	Чистий прибуток / Власний капітал	0,07	0,071	+0,001
Рентабельність продукції	Прибуток від реалізації / Собівартість	0,05	0,053	+0,003
Рентабельність продажів	Прибуток від реалізації / Чистий дохід від реалізації	0,04	0,041	+0,001

Джерело: складено автором на основі таблиці 2.6

Таблиця 3.13 – Фінансові результати впровадження проєкту

Показник	2024	2025 (1 рік)	2029 (5 років)	Зміна 2025/2024	Зміна 2029/2025
Чистий дохід, тис. грн	184 276	190 276	207 000	+6 000	+16 724
Собівартість продукції, тис. грн	142 365	147 765	159 300	+5 400	+11 535
Валовий прибуток, тис. грн	41 911	44 500	47 700	+2 589	+3 200
Чистий прибуток, тис. грн	7 182	7 464	9 000	+282	+1 536
Рентабельність продажів, %	4,0%	4,1%	4,9%	+0,1 п.п.	+0,8 п.п.

Зростання чистого прибутку помірне у перший рік, але значно посилюється в середньостроковій перспективі за рахунок економії на капітальних витратах.

Окрім економічного ефекту, проєкт має соціально важливі результати:

- Створення нових робочих місць (3 нових менеджери зі збуту), що сприяє зменшенню безробіття в регіонах.
- Підвищення мотивації персоналу через KPI і преміювання.
- Покращення обслуговування клієнтів, що підвищує довіру до бренду та імідж компанії.
- Розвиток внутрішньої організаційної культури, що знижує плинність кадрів.

Інші ефекти від впровадження проєкту:

- Покращення фінансової стійкості: підвищення рентабельності активів зміцнить інвестиційну привабливість.
- Іміджевий ефект: компанія позиціонуватиметься як сучасна й ефективна.

- Потенціал масштабування: модель збуту з KPI і CRM можна масштабувати на інші філії або партнерські точки.

Реалізація запропонованих заходів дозволить ДП «Герц Україна»:

- Стабілізувати та наростити чистий прибуток.
- Підвищити всі показники рентабельності (на 0,001–0,015 вже в перший рік).
- Досягти кращих фінансових результатів у середньостроковій перспективі.
- Посилити соціальну стабільність компанії та лояльність персоналу.
- Зміцнити конкурентні позиції на ринку.

Запропонований проєкт є не лише економічно доцільним, а й стратегічно ефективним.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі дипломної роботи здійснено розробку організаційно-економічних заходів, спрямованих на підвищення доходності ДП «Герц Україна», з урахуванням результатів фінансово-економічного аналізу за 2022–2024 роки, здійсненого у попередніх розділах.

У підрозділі 3.1 було здійснено огляд потенційних напрямів зростання ефективності діяльності підприємства. Найбільш доцільними з огляду на внутрішні можливості компанії, структуру витрат та конкурентне середовище визнано:

- збільшення кількості менеджерів зі збуту з одночасним впровадженням системи KPI;
- цифровізацію процесів через CRM-систему;
- надання супутніх послуг (монтаж, гарантія);
- гнучке ціноутворення та активізацію цифрового маркетингу.

У підрозділі 3.2 детально обґрунтовано основний напрям реалізації — розширення збутової команди на 3 нових менеджери з KPI-мотивацією. На основі

фактичних фінансових даних та кадрової структури підприємства обґрунтовано, що даний захід дозволяє активізувати роботу з клієнтами, скоротити втрати потенційних угод і поступово підвищити прибутковість.

У підрозділі 3.3 було виконано детальний розрахунок витрат на реалізацію заходу. Загальна сума інвестицій у перший рік становить 1 458,6 тис. грн, з яких 117 тис. грн — одноразові витрати, а 1,34 млн грн — щорічні поточні витрати на оплату праці та обслуговування. Очікуваний валовий прибуток у перший рік становить 1 362 тис. грн, що майже повністю компенсує витрати. Починаючи з другого року, захід приносить стійкий додатковий чистий прибуток без капітальних вкладень.

У підрозділі 3.4 оцінено економічну та соціальну ефективність заходів. Прогнозовано зростання:

- рентабельності активів — з 6% у 2024 р. до 7,7% у 2029 р.;
- рентабельності власного капіталу — з 7% до 8,6%;
- рентабельності продажів — з 4,0% до 4,9%.

Соціальні результати включають створення нових робочих місць, підвищення мотивації персоналу, покращення іміджу підприємства на ринку.

Узагальнюючи, можна зробити висновок, що обраний напрям підвищення доходності підприємства є економічно обґрунтованим, реалізаційно досяжним, фінансово ефективним та соціально корисним. За умови реалізації запропонованих заходів ДП «Герц Україна» отримає не лише приріст прибутку, але й стратегічні переваги в довгостроковій перспективі.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У процесі виконання дипломної роботи було досягнуто основної мети — економічного обґрунтування напрямів підвищення доходності підприємства на прикладі ДП «Герц Україна». Робота включала теоретико-методичний аналіз сутності доходності, дослідження фінансово-економічного стану підприємства, а також розробку практичних рекомендацій щодо її підвищення.

У першому розділі розкрито теоретичні основи формування доходності підприємства. Було з'ясовано, що доходність — це один з ключових індикаторів фінансового здоров'я підприємства, який характеризує ефективність використання наявних ресурсів. Було детально проаналізовано класифікацію доходів та чинники, що впливають на цей показник. Також було обґрунтовано методичні підходи до оцінювання доходності, серед яких особливе місце посіли горизонтальний, вертикальний, факторний та кореляційно-регресійний аналіз.

Другий розділ було присвячено практичному аналізу доходності ДП «Герц Україна». На основі фінансової звітності за 2022–2024 роки було проведено оцінювання основних показників прибутковості, зокрема рентабельності активів, власного капіталу та продажів. Виявлено, що підприємство демонструє позитивну динаміку, однак рівень доходності залишається помірним і має значний потенціал для зростання. Проведений кореляційно-регресійний аналіз дозволив виявити вплив окремих чинників на кінцевий фінансовий результат, зокрема — витрат на збут, чисельності персоналу, адміністративних витрат та маркетингових активностей.

У третьому розділі розроблено економічно обґрунтовані заходи щодо підвищення доходності підприємства. Зокрема, було запропоновано:

- збільшити кількість менеджерів із продажу з одночасним упровадженням KPI-мотивації;
- інтегрувати сучасну CRM-систему для автоматизації клієнтської бази та оптимізації роботи менеджерів;

- запровадити гнучке ціноутворення та активізувати цифровий маркетинг;
- розширити спектр послуг (монтаж, гарантія), що створить додаткову цінність для клієнта.

Усі заходи було супроводжено детальними фінансовими розрахунками та оцінкою соціально-економічної ефективності. Очікуваний ефект від реалізації запропонованих рішень включає:

- зростання рентабельності активів із 6% у 2024 році до 7,7% у 2029 році;
- підвищення рентабельності власного капіталу з 7% до 8,6%;
- зростання рентабельності продажів — з 4% до 4,9%;
- посилення клієнтської лояльності та внутрішньої корпоративної культури;
- створення нових робочих місць, що має важливе значення в умовах воєнної економіки.

Загальний висновок, який впливає з проведеного дослідження, полягає в тому, що обраний курс на підвищення доходності підприємства є стратегічно виправданим і економічно доцільним. Реалізація розроблених заходів забезпечить ДП «Герц Україна» зміцнення фінансової стабільності, зростання прибутковості та покращення ринкових позицій. Крім того, впровадження проєкту має не лише економічний, а й важливий соціально-організаційний ефект — підвищення мотивації персоналу, прозорості в управлінні та адаптивності бізнес-процесів до умов невизначеності.

Таким чином, результати дипломного дослідження можуть бути використані не лише в практичній діяльності ДП «Герц Україна», а й у якості моделі для інших українських підприємств, що прагнуть підвищити ефективність власної діяльності в умовах сучасної економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Modern management tools in the latest models of socio-economic development: monograph. Higher School of Social and Economic. Przeworsk: WSSG, 2023. P. 322.
2. Наталія Дергак. Економічна сутність доходу підприємства. Матеріали науково-практичної конференції «Теоретичні та прикладні аспекти розвитку економіки» (м. Тернопіль, 18 травня 2011 року). Тернопіль : ТНТУ, 2011. С. 21 – 22.
3. Попович О. В., Діденко Н. Ю. Тлумачення економічної сутності категорії «дохід». *Економіка і суспільство*. 2016. Вип. 7. С. 975–978.
4. Козлова Ю. Ю., Сікетіна Н. Г. Прибуток і рентабельність підприємства - обліково-аналітичний аспект. *Вісник НТУ "ХПІ". Економічні науки*. Харків: НТУ "ХПІ". 2018. №47(1323). С. 54-57.
5. Inna Dynko. Evolution of the Concept of Profit: Theoretical Aspect. *Oblik i finansii*. 2013. Issue 2. P. 128-133.
6. Лекція. Облік доходів підприємства. URL: <https://factor.academy/storage/2024/11/29/0f07b91ea0053fd880caa661c8da08f4b137e93c.pdf> (дата звернення: 26.01.2025).
7. Основні напрямки підвищення рентабельності підприємств. URL: <https://naub.ua.edu.ua/osnovni-napryamky-pidvyshhennya-rentabe/> (дата звернення: 26.01.2025).
8. Assessment of the Impact of the War on Micro-, Small-, and Medium-sized Enterprises in Ukraine. Kyiv: United Nations Development Programme in Ukraine, 2024, P. 14.
9. Інфляція залишатиметься помірною, а економіка відновлюватиметься – Інфляційний звіт НБУ. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/inflyatsiya-zalishatimetsya-pomirnoyu-a-ekonomika-vidnovlyuvatimetsya--inflyatsiyniy-zvit-nbu> (дата звернення: 26.01.2025).

10. Ukraine War Economy Tracker. URL: <https://ces.org.ua/en/tracker-economy-during-the-war/> (дата звернення: 26.01.2025).

11. Щодо валютного регулювання. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/nbu-zafiksuvav-ofitsiyniy-kurs-grivni-do-dolara-ssha-na-novomu-rivni-ta-vjiv-nizku-dodatkovih-zahodiv-dlya-zbalansuvannya-valyutnogo-rinku-ta-pidtrimannya-stiykosti-ekonomiki-v-umovah-viyni> (дата звернення: 26.01.2025).

12. Як захоплення та знищення підприємств вплинули на основні індустрії України. URL: <https://thepage.ua/ua/economy/yak-zahoplennya-ta-znishennya-pidpriyemstv-vplinuli-na-osnovni-industriyi> (дата звернення: 26.01.2025).

13. The impact of the war in Ukraine on energy prices: Consequences for firms' financial performance. URL: <https://cepr.org/voxeu/columns/impact-war-ukraine-energy-prices-consequences-firms-financial-performance> (дата звернення: 26.01.2025).

14. How the Russia-Ukraine war has impacted on logistics routes and supply chains. URL: <https://gmk.center/en/posts/how-the-russia-ukraine-war-has-impacted-on-logistics-routes-and-supply-chains/> (дата звернення: 26.01.2025).

15. Ukraine's energy system under attack. URL: <https://www.iea.org/reports/ukraines-energy-security-and-the-coming-winter/ukraines-energy-system-under-attack> (дата звернення: 26.01.2025).

16. Гріщенко І.В., Балахонова О.В., Бондар І.М. Основні завдання аналізу та оцінки доходів підприємств. *Зб. наук. праць МН інтернет-конф.* Волинський інститут економіки та менеджменту, Луцьк. 2015. С. 45-47.

17. НОВІЧЕНКО Л. Аналіз показників рентабельності підприємства: теоретичні та прикладні аспекти. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences.* 298 № 5(2). С. 254-259.

18. Конспект лекцій з дисципліни «Фінансовий аналіз» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) за спеціальністю 071 «Облік і оподаткування» / укладач: Ткаченко І.П. – Кам'янське, ДДТУ, 2020 р. С. 141.

19. Звір'яко Г. П. Методичні підходи щодо аналізу прибутковості господарської діяльності - суб'єкта господарювання. *НТУ «ХПІ».* 2010. С. 28-35.

20. Модель Дюпона. URL: [https://ukrayinska.libretexts.org/Бізнес/Фінанси/Вступ_до_фінансового_аналізу_\(Bigel\)/02%3A_Аналіз_співвідношення_та_моделювання_прогнозування/06%3A_Коефіцієнти_прибутковості_та_прибутковості_та_обороту/6.03%3A_Модель_Дюпон](https://ukrayinska.libretexts.org/Бізнес/Фінанси/Вступ_до_фінансового_аналізу_(Bigel)/02%3A_Аналіз_співвідношення_та_моделювання_прогнозування/06%3A_Коефіцієнти_прибутковості_та_прибутковості_та_обороту/6.03%3A_Модель_Дюпон) (дата звернення: 26.01.2025).
21. Оpendатабот. ДП «ГЕРЦ УКРАЇНА». URL: <https://opendatabot.ua/c/30402235> (дата звернення: 16.03.2025).
22. Офіційний сайт ДП «ГЕРЦ УКРАЇНА». URL: <https://herz.ua> (дата звернення: 16.03.2025).
23. Єпіфанова І. Ю. Методика оцінювання прибутковості підприємства. *Економіка і суспільство*. Випуск №12. 2017. С. 252.
24. Шастун С. В. Стратегія формування доходів як важливий інструмент забезпечення стійкого розвитку підприємства. *Економіка Крима*. №1(42). 2013. С. 139.
25. Дипломне проектування: написання, оформлення та захист атестаційних робіт для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти [Електронний ресурс] : навч. посіб. для здобувачів ВО спеціальності 051 Економіка, ОПП Економіка і бізнес / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: В.М. Марченко, А.В. Гречко, Н.Л. Кузьмінська, О.В. Кривда. Електронні текстові дані (1 файл: 1,3 Мбайт). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2024. 68 с.
26. 50+ статистичних даних B2B, які потрібно знати. URL: <https://www.ranktracker.com/uk/blog/50-b2b-statistics-you-need-to-know-for-2022/> (дата звернення: 11.05.2025).
27. Впровадження CRM-системи: чи потрібно це вашому бізнесу? URL: <https://keepincrm.com/implementing-a-crm-system-does-your-business-need-it> (дата звернення: 11.05.2025).
28. Таргетована реклама — що це, налаштування та принципи роботи. URL: <https://netpeak.net/uk/blog/targetovana-reklama-nalashtuvannya-ta-printsipi-roboti-neobkhidniy-minimum-znan-pro-targeting/> (дата звернення: 11.05.2025).

29. Хлистова К. О. Економічне обґрунтування напрямів зростання дохідності діяльності підприємства: дипломна робота: 051 "Економіка". Київ, 2024. 95 с.

30. Людина, що приносить гроші: усе про менеджера з продажу та як ним стати. URL: <https://happymonday.ua/shcho-robyt-i-skilky-zarobliaie-menedzher-z-prodazhu> (дата звернення: 11.05.2025).

31. Калиніченко Ю. Стратегічний розвиток підприємства: теоретичні та практичні аспекти. *Галицький економічний вісник*. №4(29). 2010. 107 с.

32. Саприкіна Л. М., Шипіл К. І. Діагностика фінансового стану підприємства як основа забезпечення економічної безпеки. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. 2012. № 11. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1577> (дата звернення: 11.05.2025).

33. Костюнік О. В., Лакомова М. С. Роль системи контролінгу в управлінні стійким розвитком підприємства. *Науковий журнал Молодий вчений*. 2023. №4 (116). С. 65-68. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2023-4-116-27>

34. Андрусь О. І. Фактори та система формування прибутковості підприємства. *Економіка і суспільство*. Вісник мукачівського державного університету. 2022. С. 233-240. <http://visnyk-ekon.uzhnu.edu.ua/issue/archive> DOI: [https://doi.org/10.24144/2409-6857.2022.2\(60\).105-112](https://doi.org/10.24144/2409-6857.2022.2(60).105-112)

35. Бойчук Н. Я. Вплив стратегії розвитку на ефективність діяльності підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Випуск 18. Частина 1. 2016. 67 с.

36. Тульчинський Р. В., Тульчинська С. О., Ружицький А. В. Стратегії конкурентоспроможності підприємств в умовах макроекономічної нестабільності. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. Вип.6. С. 5-9.

37. Кривда О. В., Братченко А. І. Управління формуванням прибутку в системі стратегічного управління підприємством. *Вісник Черкаського університету*. Серія: Економічні науки. 2018. Вип. №1. С. 48-53.

38. Гречко А. В., Очеретяна О. В. Вплив інтелектуального капіталу на сталий розвиток підприємства. *Бізнес-навігатор*. 2(69). 2022. С. 76-81.

URL: http://business-navigator.ks.ua/journals/2022/69_2022/13.pdf.
<https://doi.org/10.32847/business-navigator.69-11>).

DOI:

39. Шашина М. В., Мосійчук Д. О. Управління плануванням стратегічного менеджменту на рівні підприємства в умовах економіки війни. *Economic Synergy*. 2022. № 4 (6). С. 92-103. DOI: <https://doi.org/10.53920/ES-2022-4-7>.

40. Олексюк О. І. Економіка результативної діяльності підприємства. Монографія. КНЕУ, 2008. 360 с.

41. Лященко А. С. Економічне обґрунтування напрямів підвищення дохідності підприємства ТОВ АФ «ПрайсвотерхаусКуперс (Аудит)»: дипломна робота: 051 "Економіка". Київ, 2024. 104 с.

Додатки

Додаток А
Звіт про фінансовий стан

Актив	Код рядка	31/12/2021	31/12/2022	31/12/2023	31/12/2024
1	2	3	4	5	6
I. Необоротні активи					
Нематеріальні активи	1000	119,00	404,00	163,00	37,00
первісна вартість	1001	320,00	744,00	598,00	612,00
накопичена амортизація	1002	201,00	340,00	435,00	575,00
Незавершені капітальні інвестиції	1005	12899,00	176,00	-	-
Основні засоби	1010	11965,00	45798,00	45556,00	42536,00
первісна вартість	1011	31515,00	76319,00	80540,00	81714,00
знос	1012	19550,00	30521,00	34984,00	39178,00
Інвестиційна нерухомість	1015	4701,00	6078,00	6965,00	7489,00
первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	4701,00	6078,00	6965,00	7489,00
знос інвестиційної нерухомості	1017	-	-	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-	-	-
первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	-	-	-	-
накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	-	-	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	-	-	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-	-	-
Відстрочені податкові активи	1045	-	-	-	-
Гудвіл	1050	-	-	-	-
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	-	-	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	-	-	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-	-	-
Усього за розділом I	1095	29684,00	52456,00	52684,00	50062,00

II. Оборотні активи					
Запаси	1100	46204,00	45321,00	26049,00	36860,00
виробничі запаси	1101	516,00	460,00	679,00	649,00
незавершене виробництво	1102	-	-	-	-
готова продукція	1103	182,00	182,00	182,00	150,00
товари	1104	45505,00	44679,00	25188,00	36061,00
Поточні біологічні активи	1110	-	-	-	-
Депозити перестраховування	1115	-	-	-	-
Векселі одержані	1120	-	-	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	6191,00	4527,00	4367,00	2978,00
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	24016,00	2289,00	92,00	-
з бюджетом	1135	52,00	-	10,00	8,00
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	-	-	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-	15,00	3,00
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	317,00	363,00	14943,00	16409,00
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	12152,00	3677,00	11051,00	9297,00
готівка	1166	-	-	-	-
рахунки в банках	1167	12152,00	3677,00	11051,00	9297,00
Витрати майбутніх періодів	1170	164,00	223,00	221,00	237,00
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	-	-	-	-
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	-	-	-	-
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	-	-	-	-
резервах незароблених премій	1183	-	-	-	-
інших страхових резервах	1184	-	-	-	-
Інші оборотні активи	1190	1912,00	285,00	1574,00	1280,00
Усього за розділом II	1195	91008,00	56685,00	58322,00	67072,00
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-	-	-

Баланс	1300	120692,00	109141,00	111006,00	117134,00
---------------	-------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Пасив	Код рядка	31/12/2021	31/12/2022	31/12/2023	31/12/2024
1	2	3	4	5	6
I. Власний капітал					
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1313,00	1313,00	1313,00	1313,00
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-	-	-
Капітал у дооцінках	1405	9560,00	13232,00	12574,00	11566,00
Додатковий капітал	1410	-	-	-	-
емісійний дохід	1411	-	-	-	-
накопичені курсові різниці	1412	-	-	-	-
Резервний капітал	1415	-	-	-	119,00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	57439,00	70898,00	84041,00	91979,00
Неоплачений капітал	1425	214,00	214,00	214,00	214,00
Вилучений капітал	1430	-	-	-	-
Інші резерви	1435	-	-	-	-
Усього за розділом I	1495	68098,00	85229,00	97714,00	104763,00
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення					
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-	-	-
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	-	-	-
Довгострокові забезпечення	1520	-	-	-	-
довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	-	-	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-	-	-
благодійна допомога	1526	-	-	-	-
Страхові резерви	1530	-	-	-	-
у тому числі:					
резерв довгострокових зобов'язань	1531	-	-	-	-
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	-	-	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-	-	-
інші страхові резерви	1534	-	-	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-	-	-
Призовий фонд	1540	-	-	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1545	-	-	-	-

Усього за розділом II	1595	0,00	0,00	0,00	0,00
III. Поточні зобов'язання і забезпечення					
Короткострокові кредити банків	1600	-	-	-	-
Векселі видані	1605	-	-	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-	-	-
товари, роботи, послуги	1615	33832,00	18903,00	104,00	82,00
розрахунками з бюджетом	1620	2043,00	910,00	1847,00	2352,00
у тому числі з податку на прибуток	1621	1603,00	792,00	676,00	109,00
розрахунками зі страхування	1625	-	-	-	-
розрахунками з оплати праці	1630	47,00	-	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	11490,00	1688,00	9440,00	7498,00
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	-	-	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	-	-	-	-
Поточні забезпечення	1660	888,00	884,00	808,00	885,00
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-	-	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	4294,00	1527,00	1093,00	1554,00
Усього за розділом III	1695	52594,00	23912,00	13292,00	12371,00
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0,00	0,00	0,00	0,00
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0,00	0,00	0,00	0,00
Баланс	1900	120692,00	109141,00	111006,00	117134,00

Додаток Б

Звіт про фінансовий результат

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	2021	2022	2023	2024
1	2	3	4	5	6
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	212362,00	116779,00	164522,00	184276,00
Чисті зароблені страхові премії	2010	-	-	-	-
премії підписані, валова сума	2011	-	-	-	-
премії, передані у перестрахування	2012	-	-	-	-
зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	-	-	-	-
зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	-	-	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	163748,00	78832,00	118415,00	142365,00
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-	-	-
Валовий:					
прибуток	2090	48614,00	37947,00	46107,00	41911,00
збиток	2095	-	-	-	-
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	-	-	-	-
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	-	-	-	-
зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	-	-	-	-
зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	-	-	-	-
Інші операційні доходи	2120	7 298,00	5726,00	1854,00	1468,00
у тому числі:					
дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	-	-	-	-
дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	-	-	-	-
дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	-	-	-	-
Адміністративні витрати	2130	15916,00	14287,00	18066,00	19878,00
Витрати на збут	2150	10179,00	5264,00	9856,00	12853,00
Інші операційні витрати	2180	2272,00	9414,00	5666,00	2128,00
у тому числі:					
витрати від зміни вартості	2181	-	-	-	-

активів, які оцінюються за справедливою вартістю					
витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	-	-	-	-
Фінансовий результат від операційної діяльності:		27545,00	14708,00	14373,00	8520,00
прибуток	2190				
збиток	2195	-	-	-	-
Дохід від участі в капіталі	2200	-	-	-	-
Інші фінансові доходи	2220	164,00	113,00	257,00	484,00
Інші доходи	2240	-	-	-	-
у тому числі:					
дохід від благодійної допомоги	2241	-	-	-	-
Фінансові витрати	2250	-	-	-	-
Втрати від участі в капіталі	2255	-	-	-	-
Інші витрати	2270	63,00	13,00	3,00	-
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	-	-	-	-
Фінансовий результат до оподаткування:					
прибуток	2290	27646,00	14808,00	14627,00	9004,00
збиток	2295	-	-	-	-
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-5165,00	-2934,00	-2905,00	-1822,00
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-	-	-
Чистий фінансовий результат:		22481,00	11874,00	11722,00	7182,00
прибуток	2350				
збиток	2355	-	-	-	-

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	2021	2022	2023	2024
1	2	3	4	5	6
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	5260,00	887,00	524,00
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-	5260,00	887,00	524,00
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-	-	-

Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-	5260,00	887,00	524,00
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	22481,00	17134,00	12609,00	7706,00

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	2021	2022	2023	2024
1	2	3	4	5	6
Матеріальні затрати	2500	1864,00	47,00	109,00	304,00
Витрати на оплату праці	2505	11334,00	8496,00	12119,00	15085,00
Відрахування на соціальні заходи	2510	2381,00	1816,00	2446,00	3114,00
Амортизація	2515	3551,00	3627,00	4728,00	4634,00
Інші операційні витрати	2520	14739,00	11111,00	15264,00	12553,00
Разом	2550	33869,00	25097,00	34666,00	35690,00

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	2021	2022	2023	2024
1	2	3	4	5	6
Середньорічна кількість простих акцій	2600	-	-	-	-
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	-	-	-	-
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-	-	-	-
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-	-	-	-
Дивіденди на одну просту акцію	2650	-	-	-	-