МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра економіки підприємства та організації підприємницької діяльності
(найменування кафедри)

Допущено до захисту
Завідувач кафедри
_____Грінченко Р.В.
(підпис)
«_____» червня 2026 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
(шифр та найменування спеціальності)
за освітньою програмою «Економіка підприємства та організація підприємницької діяльності»

на тему:
«НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «АДІС-МОТОР»)»

Виконавець:
Студентка факультету економіки та управління підприємництвом

Єргієва Поліна Дмитрівна _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:
д.е.н., професор
(науковий ступінь, вчене звання)
Кошельок Галина Володимирівна_____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ОДЕСА – 2026

ЗМІСТ

ВСТУП……..3

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА…….5

1.1. Економічна сутність та значення показників рентабельності……..5

1.2. Класифікація та методи розрахунку рентабельності……....13

1.3. Фактори, що впливають на рівень рентабельності……...18

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «АДІС-МОТОР»……...24

2.1. Загальна характеристика підприємства……24

2.2. Аналіз фінансових результатів діяльності……35

2.3. Оцінка динаміки та структури показників рентабельності (продажів, активів, власного капіталу тощо)……43

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА……...49

ВИСНОВКИ……...60

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ……...64

ВСТУП

Актуальність теми. Актуальність дослідження рентабельності підприємства зумовлена тим, що в умовах ринкової економіки особливого значення набуває ефективність діяльності суб'єктів господарювання. Високий рівень конкуренції, нестабільність економічних процесів і постійні зміни зовнішнього середовища вимагають раціонального використання ресурсів і підвищення результативності діяльності. Саме тому важливим інструментом оцінювання ефективності підприємства є показники рентабельності.

Рентабельність дає змогу визначити рівень прибутковості підприємства, оцінити ефективність використання ресурсів і результативність управлінських рішень. Вона дозволяє встановити, наскільки доцільно використовуються активи, капітал і витрати для отримання прибутку, а також виявити резерви підвищення ефективності діяльності.

Мета дослідження є визначення напрямів та розробка заходів щодо підвищення рентабельності підприємства.

Завдання дослідження. У процесі дослідження було вирішено такі завдання:

- розкрити економічну сутність і значення показників рентабельності;
- визначити класифікацію та методи розрахунку рентабельності;
- означити фактори, що впливають на рівень рентабельності;
- надати загальну характеристику ТОВ «АДІС-МОТОР»;
- провести аналіз фінансових результатів діяльності підприємства;
- проаналізувати показники рентабельності діяльності підприємства;
- запропонувати шляхи підвищення рентабельності підприємства.

Об'єкт дослідження. Об'єктом дослідження виступає підприємство ТОВ «АДІС-МОТОР», що здійснює діяльність як офіційний дилер п'яти автомобільних брендів на території міста Одеса.

Предмет дослідження. Предметом дослідження є розробка напрямів шляхів підвищення рентабельності на досліджуваному підприємстві.

Методи дослідження. У процесі дослідження було використано комплекс загальнонаукових та спеціальних методів. Зокрема, методи аналізу та синтезу застосовано для дослідження теоретичних основ рентабельності підприємства та узагальнення наукових підходів до її визначення. Порівняльний метод використано для зіставлення різних показників рентабельності та визначення їх особливостей. Економіко-статистичний метод застосовано для аналізу показників діяльності підприємства та оцінки рівня його прибутковості. Метод узагальнення використано для формування висновків і визначення можливих напрямів підвищення рентабельності підприємства.

Інформаційна база дослідження. Інформаційна база сформована на основі нормативно-правових актів, наукових праць вітчизняних і зарубіжних учених, монографій, наукових статей, аналітичних матеріалів, статистичних даних, а також фінансової звітності підприємства, зокрема бухгалтерського балансу, звіту про фінансові результати та внутрішніх економічних показників діяльності підприємства, що були використані для проведення аналізу й обґрунтування висновків дослідження.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (35 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 34 сторінки комп’ютерного тексту, містить 12 таблиць та 7 рисунки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.2. Економічна сутність та значення показників рентабельності

Рентабельність є одним із ключових економічних показників, який використовується для оцінювання ефективності діяльності підприємства. Вона характеризує рівень прибутковості господарської діяльності та демонструє, наскільки результативно підприємство використовує власні ресурси, капітал і виробничий потенціал у процесі функціонування. В умовах сучасної ринкової економіки, що супроводжується високим рівнем конкуренції, економічною нестабільністю та постійними змінами зовнішнього середовища, значення показників рентабельності суттєво зростає.

Рентабельність дає можливість оцінити ефективність фінансово-господарського механізму підприємства, визначити рівень дохідності окремих напрямів діяльності, а також проаналізувати доцільність управлінських рішень, які приймаються керівництвом. Саме завдяки цьому показнику можна зробити висновок про те, наскільки успішно підприємство здійснює виробничу, комерційну та фінансову діяльність. Крім того, рентабельність виступає важливим орієнтиром для власників, інвесторів, кредиторів і партнерів, оскільки відображає рівень фінансової стійкості та перспективність подальшого розвитку підприємства.

На відміну від абсолютних показників прибутку, рентабельність визначається у відносному вираженні, що дозволяє більш об’єктивно оцінювати результати діяльності підприємства незалежно від масштабів його роботи. Саме тому показники рентабельності широко використовуються в економічному аналізі, фінансовому плануванні та системі управління підприємством. Вони допомагають визначити ефективність використання активів, капіталу, виробничих витрат, трудових і матеріальних ресурсів.

У сучасній економічній літературі існує значна кількість підходів до трактування поняття рентабельності. Це пояснюється багатогранністю самого показника та широкою сферою його застосування. Одні науковці розглядають рентабельність як показник прибутковості підприємства, інші акцентують увагу на її ролі у визначенні ефективності використання ресурсів або оцінюванні результативності управлінської діяльності. Незважаючи на відмінності у формулюваннях, більшість дослідників сходяться на думці, що рентабельність є узагальнюючим показником економічної ефективності діяльності підприємства.

Важливість показників рентабельності полягає в тому, що вони дають можливість здійснювати об’єктивне порівняння результатів діяльності різних підприємств незалежно від масштабів їх функціонування, обсягів виробництва чи величини отриманого прибутку. На відміну від абсолютних фінансових показників, рентабельність дозволяє оцінити не лише сам факт отримання прибутку, а й ефективність використання ресурсів, за рахунок яких цей прибуток був сформований. Саме тому показники рентабельності широко використовуються під час аналізу фінансово-господарської діяльності підприємств різних галузей економіки.

За допомогою системи показників рентабельності можна визначити рівень ефективності використання активів, капіталу, виробничих потужностей та інших ресурсів підприємства. Крім того, аналіз рентабельності дозволяє виявити сильні та слабкі сторони діяльності суб’єкта господарювання, оцінити його конкурентні переваги, визначити ступінь фінансової стійкості та виявити внутрішні резерви для подальшого підвищення ефективності роботи. Отримані результати є важливою інформаційною базою для прийняття управлінських рішень, спрямованих на покращення фінансових результатів і забезпечення стабільного розвитку підприємства.

Таким чином, рентабельність є одним із найважливіших інструментів економічного аналізу, який комплексно відображає результативність господарської діяльності та ефективність використання ресурсного потенціалу

підприємства. Вона дозволяє оцінити якість управління, рівень прибутковості окремих напрямів діяльності та перспективи подальшого розвитку підприємства. В умовах ринкової економіки показники рентабельності мають важливе значення для забезпечення конкурентоспроможності, фінансової стійкості та довгострокового успіху підприємства.

Таблиця 1.1

Визначення сутності поняття рентабельності

Автор	Визначення
Кромаровський Д. О.	Рентабельність – це якісний, вартісний показник, що характеризує рівень віддачі витрат або ступень використання ресурсів, що є в наявності, в процесі виробництва і реалізації продукції.
Горлачук В. В., Яненкова І. Г.	Рентабельність – це відносний показник ефективності виробництва. У загальному вигляді він розраховується як відношення прибутку до витрат, тобто є нормою прибутку.
Даций Н. В.	Рентабельність - це співвідношення прибутку з понесеними витратами (один із основних показників ефективності діяльності суб'єктів господарювання різних форм власностей, який характеризує інтенсивність їх роботи).
Тітов М. В.	Рентабельність – це стан фірми, коли сума виторгу від реалізації продукції покриває витрати на виробництво і реалізацію цієї продукції.
Чумаченко М. Г.	Рентабельність – це прибутковість підприємства або підприємницької діяльності. Розраховується рентабельність як частка від ділення прибутку на витрати або на витрату ресурсів.

Джерело: складено автором на основі [1]

З економічної точки зору рентабельність виступає узагальнюючим показником, який характеризує ефективність функціонування підприємства та відображає співвідношення отриманого прибутку до витрачених ресурсів. Вона дозволяє оцінити, наскільки доцільно та результативно використовуються матеріальні, трудові та фінансові ресурси в процесі господарської діяльності. Саме тому рентабельність є важливою категорією економічного аналізу, яка поєднує в собі як кількісні, так і якісні характеристики діяльності підприємства.

Економічна сутність підвищення рентабельності полягає у зростанні ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства, що досягається шляхом оптимізації витрат, збільшення обсягів доходів та підвищення продуктивності всіх складових виробничого процесу. Іншими словами, йдеться про досягнення більшого фінансового результату при відносно незмінному або навіть зменшеному рівні витрат, що безпосередньо впливає на підвищення загальної ефективності діяльності.

Крім того, підвищення рентабельності має важливе значення з позиції забезпечення фінансової стійкості підприємства. Високий рівень цього показника свідчить про здатність підприємства не лише покривати свої витрати, але й формувати достатній обсяг прибутку для подальшого розвитку, інвестування та розширення діяльності. У довгостроковій перспективі це сприяє зміцненню ринкових позицій підприємства, підвищенню його інвестиційної привабливості та конкурентоспроможності.

Таким чином, рентабельність слід розглядати не лише як фінансовий результат діяльності, а як інтегральний показник економічної ефективності, що відображає якість управління підприємством та рівень використання його внутрішнього потенціалу.

Аналіз рентабельності передбачає дослідження змін у динаміці та структурі відповідних коефіцієнтів, які співвідносять прибуток з ключовими фінансовими параметрами підприємства [2].

У процесі фінансово-економічного аналізу рентабельність класифікують залежно від об’єкта оцінювання. Найчастіше виділяють рентабельність продукції, активів, власного капіталу та продажів. Кожен із зазначених показників характеризує окремий напрям ефективності діяльності підприємства та дозволяє комплексно оцінити рівень його прибутковості.

Рентабельність продукції відображає ефективність витрат, пов’язаних із виробництвом і реалізацією товарів або послуг. Цей показник дає можливість визначити, наскільки доцільними є витрати підприємства та який прибуток отримується в результаті здійснення виробничо-збутової діяльності.

Розрахунок рентабельності продукції може здійснюватися як у цілому по всій реалізованій продукції підприємства, так і за окремими видами товарів чи послуг. У загальному вигляді вона визначається як співвідношення прибутку від реалізації до сукупних витрат на виробництво та збут продукції.

У практиці економічного аналізу також застосовуються інші підходи до визначення цього показника. Зокрема, рентабельність продукції може розраховуватись як частка прибутку у виручці від реалізації або як співвідношення чистого чи балансового прибутку до обсягу продажів. Використання різних методик розрахунку дозволяє більш детально дослідити структуру прибутковості підприємства, оцінити зміни ефективності витрат та виявити тенденції розвитку господарської діяльності.

Рентабельність окремих видів продукції значною мірою залежить від співвідношення між ціною реалізації та собівартістю конкретного товару чи послуги. Аналіз цього показника дає змогу визначити найбільш прибуткові позиції асортименту, виявити нерентабельні напрями діяльності та прийняти обґрунтовані управлінські рішення щодо вдосконалення цінової та виробничої політики підприємства.

Рентабельність активів, яку також називають економічною рентабельністю, характеризує ефективність використання всіх ресурсів підприємства, що відображені у його балансі. Вона показує, який обсяг прибутку отримує підприємство з кожної гривні вкладених активів. Цей показник є важливим інструментом оцінки загальної ефективності функціонування підприємства, оскільки дозволяє визначити результативність використання майна, фінансових ресурсів та виробничого потенціалу.

Рентабельність власного капіталу відображає рівень дохідності коштів, інвестованих власниками підприємства. Даний показник характеризує ефективність використання власного капіталу та демонструє, наскільки вигідними є вкладення для засновників або акціонерів підприємства. Саме тому рентабельність власного капіталу вважається одним із найважливіших критеріїв оцінки інвестиційної привабливості суб’єкта господарювання.

Високе значення цього показника свідчить про ефективне управління фінансовими ресурсами та можливість отримання стабільного доходу у вигляді дивідендів.

Рентабельність продажів характеризує рівень прибутковості реалізованої продукції та визначає частку прибутку в загальному обсязі виручки від реалізації. За допомогою цього показника оцінюється ефективність основної операційної діяльності підприємства, а також здатність суб'єкта господарювання забезпечувати прибутковість комерційної діяльності. Особливе значення рентабельність продажів має для підприємств із незначною часткою власного капіталу або обмеженим обсягом основних засобів, оскільки саме ефективність реалізації продукції є основним джерелом формування прибутку.

Таким чином, система показників рентабельності дозволяє комплексно оцінити результати діяльності підприємства, визначити ефективність використання ресурсів та виявити напрями підвищення прибутковості господарської діяльності.

Загалом, якщо абсолютна величина прибутку демонструє загальний результат діяльності підприємства, то показники рентабельності дозволяють оцінити рівень цього результату відносно витрачених ресурсів. Саме тому рентабельність вважається комплексним аналітичним інструментом, що відображає ефективність як поточних витрат, так і стратегічного управління активами та капіталом.

У загальному вигляді рентабельність розраховується як відношення прибутку до витрат або до обсягу використаних ресурсів. Ця універсальність робить її основою для фінансового аналізу, планування та прийняття управлінських рішень у будь-якому типі підприємств [3].

Важливо також зазначити, що рентабельність як економічна категорія виконує не лише оцінювальну, але й стимулюючу функцію. Вона орієнтує підприємство на пошук резервів підвищення ефективності, змушує постійно переглядати структуру витрат, удосконалювати технологічні процеси та

підвищувати якість управлінських рішень. Саме через систему показників рентабельності можна виявити, які саме напрями діяльності є найбільш ефективними, а які потребують оптимізації або повного перегляду.

Крім того, рентабельність є важливим орієнтиром у процесі прийняття стратегічних рішень. Вона використовується при плануванні розвитку підприємства, визначенні доцільності інвестиційних проєктів, розширенні виробництва або виході на нові ринки. Чим вищий рівень рентабельності, тим більші можливості має підприємство для самофінансування та зменшення залежності від зовнішніх джерел фінансування.

Необхідно також враховувати, що показники рентабельності тісно пов’язані з іншими фінансово-економічними індикаторами, такими як ліквідність, оборотність активів та фінансова стійкість. Тому їх аналіз доцільно проводити комплексно, оскільки лише в сукупності вони дозволяють отримати об’єктивну картину фінансового стану підприємства та визначити реальні можливості його розвитку.

Таким чином, рентабельність виступає не лише результатом господарської діяльності, але й важливим інструментом управління, який дає змогу забезпечити збалансований розвиток підприємства та підвищити ефективність використання всіх видів ресурсів у довгостроковій перспективі.

Важливо також відзначити, що показники рентабельності виконують не лише оціночну, але й аналітико-управлінську функцію. Вони є основою для планування діяльності підприємства, прогнозування фінансових результатів та обґрунтування управлінських рішень. Зокрема, їх використання дозволяє визначити, які саме фактори найбільше впливають на зміну прибутковості, а також встановити причинно-наслідкові зв’язки між обсягами витрат, доходами та кінцевим фінансовим результатом.

Крім того, рентабельність виступає важливим індикатором інвестиційної привабливості підприємства. Потенційні інвестори та кредитори, оцінюючи діяльність суб’єкта господарювання, насамперед звертають увагу на рівень прибутковості його активів і капіталу, оскільки саме

ці показники характеризують здатність підприємства генерувати дохід у майбутньому та забезпечувати повернення вкладених коштів. Таким чином, стабільно високий рівень рентабельності підвищує довіру до підприємства на ринку капіталу.

Слід також враховувати, що аналіз рентабельності є тісно пов'язаним із дослідженням інших фінансових показників, зокрема ліквідності, платоспроможності та ділової активності. Лише комплексний підхід до оцінювання фінансового стану дозволяє отримати об'єктивну картину ефективності діяльності підприємства та визначити реальні резерви її покращення. У цьому контексті рентабельність виступає інтегральним показником, який узагальнює вплив усіх аспектів господарської діяльності.

Окремо слід наголосити, що підвищення рівня рентабельності є стратегічною метою розвитку будь-якого підприємства. Воно передбачає не лише збільшення прибутку, але й раціоналізацію витрат, підвищення продуктивності праці, оптимізацію структури активів та удосконалення системи управління. Таким чином, зростання рентабельності є результатом комплексного впливу внутрішніх та зовнішніх факторів, що визначають ефективність функціонування підприємства.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що рентабельність є багатофункціональною економічною категорією, яка одночасно відображає результативність діяльності підприємства, ефективність використання ресурсів та якість управлінських рішень. Саме тому її аналіз є невід'ємною складовою фінансово-економічного дослідження та основою для формування напрямів підвищення ефективності господарської діяльності.

1.2. Класифікація та методи розрахунку рентабельності

Класифікація рентабельності дає можливість систематизувати підходи до оцінювання ефективності діяльності підприємства залежно від об'єкта

аналізу, бази порівняння, виду прибутку та сфери застосування показників. У сучасній економічній літературі існує декілька основних підходів до класифікації рентабельності, кожен із яких дозволяє більш детально дослідити окремі аспекти фінансово-господарської діяльності підприємства.

Однією з найбільш поширених є класифікація за об’єктом бази порівняння. У межах цього підходу виділяють рентабельність продукції, продажів, активів, власного та інвестованого капіталу.

Рентабельність продукції або виробництва характеризує ефективність витрат на виготовлення та реалізацію продукції. Вона визначається як співвідношення прибутку від реалізації продукції до її повної собівартості та показує, скільки прибутку підприємство отримує з кожної гривні витрат, вкладених у виробництво. Даний показник дозволяє оцінити результативність виробничої діяльності та рівень економічної доцільності витрат.

$$R_{\text{прод}} = \frac{\text{Прибуток}}{\text{Собівартість}} \times 100\% \qquad (1.1)$$

Цей показник є важливим інструментом для аналізу ефективності виробничого процесу та формування цінової політики підприємства. За допомогою рентабельності продукції можна визначити найбільш прибуткові види товарів або послуг, а також оцінити доцільність подальшого виробництва окремих видів продукції. Підприємства, які систематично здійснюють аналіз рентабельності продукції, мають можливість своєчасно реагувати на зміни ринкової кон’юнктури та оптимізувати структуру асортименту.

Рентабельність реалізації або продажів характеризує частку прибутку в обсязі отриманої виручки від реалізації продукції. Цей показник використовується для оцінки ефективності основної операційної діяльності підприємства та демонструє рівень прибутковості комерційної діяльності.

$$ROS = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Виручка}} \times 100\% \quad (1.2)$$

Рентабельність продажів дозволяє визначити, наскільки ефективно підприємство здійснює реалізацію продукції та контролює витрати, пов’язані зі збутом. Високе значення цього показника свідчить про здатність підприємства отримувати значний прибуток навіть за відносно невеликих обсягів реалізації. У практиці фінансового аналізу цей показник широко використовується для порівняння ефективності діяльності підприємств однієї галузі.

Рентабельність активів є узагальнюючим показником ефективності використання всіх ресурсів підприємства. Вона показує, який обсяг чистого прибутку отримується з кожної одиниці вартості активів підприємства, та дозволяє оцінити результативність використання матеріальних, фінансових і нематеріальних ресурсів.

$$ROA = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Середня вартість активів}} \times 100\% \quad (1.3)$$

Даний показник характеризує ефективність управління майном підприємства та рівень продуктивності використання активів. Зростання рентабельності активів свідчить про підвищення ефективності діяльності підприємства та покращення фінансових результатів. Низький рівень цього показника може вказувати на нераціональне використання ресурсів або надмірний обсяг активів, які не забезпечують відповідного рівня прибутковості.

Рентабельність власного капіталу характеризує ефективність використання коштів, вкладених власниками або акціонерами підприємства. Вона відображає рівень дохідності власного капіталу та є одним із ключових показників для оцінки інвестиційної привабливості підприємства.

$$ROE = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Власний капітал}} \times 100\% \quad (1.4)$$

Для інвесторів та акціонерів рентабельність власного капіталу має особливе значення, оскільки вона демонструє ефективність використання вкладених коштів та рівень можливого доходу від інвестицій. Високе значення показника свідчить про ефективне фінансове управління та стабільність діяльності підприємства. Разом із тим надмірне зростання рентабельності власного капіталу може бути наслідком значного використання позикових коштів, що підвищує фінансові ризики підприємства.

Рентабельність інвестованого капіталу використовується для оцінки ефективності інвестиційної діяльності підприємства та показує рівень прибутковості вкладених фінансових ресурсів, як власних, так і позикових.

$$ROI = \frac{\text{Дохід від інвестицій} - \text{Вартість інвестицій}}{\text{Вартість інвестицій}} \times 100\% \quad (1.5)$$

Показник рентабельності інвестованого капіталу дозволяє оцінити результативність реалізації інвестиційних проєктів та визначити доцільність вкладення фінансових ресурсів у розвиток підприємства. Він широко використовується під час прийняття управлінських рішень щодо модернізації виробництва, розширення діяльності або впровадження інноваційних технологій.

Залежно від рівня охоплення діяльності підприємства розрізняють загальну та часткову рентабельність. Загальна рентабельність характеризує ефективність використання всіх ресурсів підприємства та охоплює результати діяльності в цілому. До таких показників належать, зокрема, рентабельність активів або інвестованого капіталу. Часткова рентабельність стосується окремих напрямів діяльності підприємства, наприклад виробництва, реалізації продукції чи надання послуг.

Такий поділ має важливе практичне значення, оскільки дозволяє визначити найбільш прибуткові та проблемні напрями діяльності підприємства. Аналіз часткової рентабельності сприяє прийняттю ефективних управлінських рішень щодо оптимізації окремих бізнес-процесів та підвищення загальної ефективності функціонування підприємства.

За характером прибутку, який використовується під час розрахунку, виділяють рентабельність за валовим, операційним та чистим прибутком. Найбільш об’єктивною вважається рентабельність, розрахована на основі чистого прибутку, оскільки вона враховує всі витрати підприємства, податкові платежі та фінансові результати діяльності.

Рентабельність за валовим прибутком дозволяє оцінити ефективність виробничої діяльності без урахування адміністративних та фінансових витрат. Операційна рентабельність характеризує результативність основної діяльності підприємства, тоді як рентабельність за чистим прибутком відображає кінцевий фінансовий результат господарської діяльності.

Важливе значення має також класифікація за періодом аналізу. Поточна рентабельність визначається на основі фактичних звітних даних за певний період і характеризує реальний рівень прибутковості підприємства. Прогнозна рентабельність розраховується на основі планових або очікуваних показників та використовується для прогнозування майбутньої ефективності діяльності підприємства.

Використання прогнозних показників рентабельності є необхідним елементом стратегічного планування діяльності підприємства. Вони дозволяють оцінити перспективи розвитку підприємства, визначити можливі ризики та сформувати ефективну фінансову стратегію.

У фінансовому аналізі застосовується декілька основних методів розрахунку та оцінки рентабельності. Одним із найбільш поширених є метод співвідношення прибутку до витрат або собівартості. Його використання дозволяє визначити ефективність використання ресурсів підприємства та оцінити рівень окупності виробничих витрат.

Іншим важливим підходом є метод співвідношення прибутку до виручки від реалізації продукції. На його основі визначають рівень прибутковості продажів та оцінюють ефективність комерційної діяльності підприємства. Саме цей метод лежить в основі розрахунку показника рентабельності продажів.

Метод співвідношення прибутку до активів використовується для оцінювання ефективності використання всіх ресурсів підприємства. Він дозволяє визначити, наскільки результативно підприємство використовує наявне майно та фінансові ресурси для формування прибутку.

Окреме значення має метод визначення рентабельності власного капіталу, який характеризує рівень дохідності вкладень власників підприємства. За допомогою цього показника оцінюють ефективність управління власними фінансовими ресурсами та інвестиційну привабливість суб’єкта господарювання.

Також у практиці фінансового аналізу широко використовується метод співвідношення прибутку до інвестованого капіталу, який дозволяє оцінити ефективність використання довгострокових інвестицій та результативність інвестиційної діяльності підприємства.

Для дослідження змін показників рентабельності в часі застосовується метод динамічного або трендового аналізу. Його основною метою є виявлення тенденцій зміни рівня прибутковості підприємства, визначення факторів впливу на фінансові результати та прогнозування подальшого розвитку підприємства.

Трендовий аналіз дозволяє оцінити стабільність розвитку підприємства, виявити сезонні коливання прибутковості та визначити ефективність реалізованої стратегії управління. Особливе значення цей метод має в умовах нестабільного ринкового середовища, коли підприємства повинні оперативно реагувати на зміни економічної ситуації.

Важливу роль у системі фінансового аналізу відіграє метод порівняльного аналізу або бенчмаркінгу. Він передбачає зіставлення

показників рентабельності підприємства з аналогічними показниками інших суб’єктів господарювання галузі чи з результатами провідних компаній ринку. Такий підхід дозволяє об’єктивно оцінити конкурентні позиції підприємства, виявити його сильні та слабкі сторони, а також визначити напрями підвищення ефективності діяльності.

Бенчмаркінг є важливим інструментом стратегічного управління, оскільки дає можливість переймати позитивний досвід інших підприємств та адаптувати найкращі практики до умов власної діяльності. Порівняння показників рентабельності дозволяє підприємству визначити рівень своєї конкурентоспроможності та сформувати напрями подальшого розвитку.

Отже, класифікація показників рентабельності та методи їх аналізу є важливою складовою системи фінансового управління підприємством. Використання різних видів рентабельності забезпечує комплексне оцінювання ефективності виробничої, комерційної та інвестиційної діяльності, сприяє виявленню резервів підвищення прибутковості та формуванню ефективної стратегії розвитку підприємства. Правильний вибір методів аналізу та об’єктів порівняння підвищує достовірність результатів дослідження та створює надійну основу для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

1.3. Фактори, що впливають на рівень рентабельності

Рентабельність підприємства є одним з найважливіших показників ефективності господарської діяльності, оскільки вона відображає рівень прибутковості використання ресурсів, капіталу та виробничого потенціалу підприємства. Формування рівня рентабельності здійснюється під впливом значної кількості факторів, які можуть мати як внутрішній, так і зовнішній характер. Їх дослідження має важливе значення для оцінювання фінансового стану підприємства, визначення резервів підвищення ефективності діяльності та прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Фактори, що впливають на рівень рентабельності, тісно взаємопов’язані між собою. Зміна одного з факторів зазвичай може призвести до змін інших показників діяльності підприємства. Саме тому аналіз факторів рентабельності дозволяє комплексно оцінити ефективність функціонування підприємства та визначити напрями підвищення прибутковості.

Одним з основних факторів, який впливає на рівень рентабельності, є обсяг реалізації продукції. Від обсягів продажів безпосередньо залежить величина доходу підприємства та формування фінансового результату. Збільшення обсягів реалізації за умови раціонального рівня витрат сприяє зростанню прибутку та підвищенню рівня рентабельності. Водночас скорочення попиту на продукцію або зниження обсягів реалізації призводить до погіршення фінансових результатів діяльності підприємства. Особливо негативний вплив це має на підприємства з високою часткою постійних витрат, оскільки за зменшення обсягів виробництва собівартість одиниці продукції зростає.

Важливе значення для забезпечення високого рівня рентабельності має собівартість продукції. Вона відображає сукупність витрат підприємства на виробництво та реалізацію продукції. Чим нижчими є витрати на виготовлення товарів або надання послуг, тим більший прибуток отримує підприємство за незмінного рівня цін. На собівартість продукції впливають витрати на сировину, матеріали, оплату праці, енергетичні ресурси, транспортні послуги, амортизацію обладнання та інші виробничі витрати.

Зниження собівартості продукції є одним із найефективніших шляхів підвищення рентабельності підприємства. Це може досягатися за рахунок впровадження ресурсозберігаючих технологій, автоматизації виробничих процесів, оптимізації використання матеріалів, підвищення продуктивності праці та вдосконалення організації виробництва. Водночас надмірне скорочення витрат може негативно вплинути на якість продукції, що, у свою чергу, призведе до втрати конкурентних переваг та скорочення обсягів реалізації.

Суттєвий вплив на рівень рентабельності має цінова політика підприємства. Саме ціна є одним із головних факторів формування виручки та прибутку. Правильно сформована цінова політика дозволяє підприємству забезпечити оптимальне співвідношення між обсягом реалізації продукції та рівнем прибутковості. Формування ціни залежить від собівартості продукції, рівня попиту на ринку, цін конкурентів, якості товару, платоспроможності споживачів та загальної ринкової ситуації.

Підприємства, які мають високий рівень конкурентоспроможності продукції, можуть встановлювати вищі ціни та отримувати більший рівень прибутку. Водночас у разі надмірного підвищення цін існує ризик зниження попиту та втрати частини ринку. Саме тому ефективна цінова політика повинна враховувати баланс між прибутковістю продукції та її доступністю для споживачів.

Важливим внутрішнім фактором рентабельності є структура та ефективність використання активів підприємства. Активи підприємства формують матеріальну основу здійснення господарської діяльності та забезпечують виробничий процес. Від рівня ефективності використання основних засобів, оборотних активів і фінансових ресурсів залежить обсяг виробництва, швидкість обороту коштів і рівень прибутковості підприємства.

Неефективне використання активів призводить до збільшення витрат на їх утримання, уповільнення оборотності капіталу та зниження фінансових результатів. Наприклад, надлишкові запаси сировини або готової продукції можуть спричиняти додаткові витрати на зберігання та заморожування оборотних коштів. Водночас ефективне управління активами забезпечує оптимальне використання ресурсів і сприяє підвищенню рівня рентабельності.

Одним із важливих факторів є продуктивність праці працівників підприємства. Високий рівень продуктивності праці забезпечує збільшення обсягів виробництва та реалізації продукції без пропорційного зростання витрат. Підвищення продуктивності праці дозволяє скоротити витрати на

одиницю продукції, збільшити прибуток і підвищити рівень рентабельності підприємства.

На продуктивність праці впливають рівень кваліфікації працівників, система мотивації персоналу, організація праці, умови праці та рівень технічного оснащення виробництва. Значну роль відіграє також використання сучасних інформаційних технологій, автоматизованих систем управління та інноваційних методів організації виробничих процесів.

Важливим фактором формування рентабельності є якість продукції та її конкурентоспроможність. Висока якість товарів або послуг сприяє зростанню довіри споживачів, збільшенню попиту та зміцненню ринкових позицій підприємства. Конкурентоспроможна продукція дозволяє підприємству не лише зберігати стабільний рівень продажів, а й розширювати ринки збуту та отримувати додаткові конкурентні переваги.

Конкурентоспроможність продукції визначається не лише її технічними характеристиками чи якістю, а й рівнем сервісного обслуговування, маркетинговою політикою, репутацією підприємства та інноваційністю продукції. Підприємства, які постійно вдосконалюють продукцію та адаптуються до потреб споживачів, мають вищі шанси забезпечити стабільний рівень рентабельності.

Значний вплив на рентабельність має рівень інноваційної діяльності підприємства. Впровадження нових технологій, модернізація обладнання, автоматизація виробництва та використання сучасних методів управління дозволяють підвищити ефективність діяльності підприємства та знизити витрати. Інноваційна діяльність сприяє покращенню якості продукції, збільшенню продуктивності праці та зміцненню конкурентних позицій підприємства на ринку.

Разом із тим впровадження інновацій потребує значних фінансових ресурсів, тому підприємство повинно ретельно оцінювати ефективність інвестиційних проєктів та їх вплив на майбутній рівень прибутковості.

Серед зовнішніх факторів важливу роль відіграє економічна ситуація в державі. Макроекономічна стабільність, рівень інфляції, валютний курс, податкова система, державне регулювання економіки та рівень доходів населення безпосередньо впливають на діяльність підприємств і рівень їх рентабельності.

В умовах високої інфляції зростають витрати на сировину, енергоносії та оплату праці, що призводить до збільшення собівартості продукції. Нестабільність валютного курсу особливо негативно впливає на підприємства, які використовують імпортну сировину або здійснюють зовнішньоекономічну діяльність. Зміни податкового законодавства також можуть суттєво впливати на рівень чистого прибутку підприємства та його фінансову стійкість.

Важливим зовнішнім фактором є рівень конкуренції на ринку. Висока конкуренція стимулює підприємства до постійного вдосконалення продукції, зниження витрат, покращення якості обслуговування та впровадження інновацій. Підприємства, які не здатні швидко адаптуватися до змін ринкового середовища, поступово втрачають конкурентні позиції та знижують рівень прибутковості.

Конкурентне середовище змушує підприємства приділяти значну увагу маркетинговій діяльності, дослідженню ринку, аналізу споживчих потреб та формуванню позитивного іміджу підприємства. Ефективна маркетингова політика дозволяє збільшити обсяги реалізації продукції та підвищити рентабельність діяльності.

На рівень рентабельності також впливають природно-кліматичні, соціальні та політичні фактори. Для окремих галузей економіки, зокрема сільського господарства, важливе значення мають погодні умови та природні ресурси. Політична нестабільність, військові конфлікти, зміни у законодавстві або міжнародні економічні санкції можуть негативно впливати на діяльність підприємств та рівень їх прибутковості.

Особливого значення в сучасних умовах господарювання набуває ефективність фінансового управління підприємством, оскільки саме від якості

управлінських рішень значною мірою залежить рівень його прибутковості та фінансової стійкості. Раціональне управління фінансовими потоками забезпечує своєчасне надходження та використання коштів, що дозволяє підтримувати безперервність господарської діяльності та уникати дефіциту фінансових ресурсів. Важливу роль також відіграє ефективне планування витрат, яке сприяє їх оптимізації та зниженню собівартості продукції без втрати її якості. Не менш важливими складовими фінансового управління є формування оптимальної структури капіталу, контроль за використанням активів та забезпечення належного рівня ліквідності підприємства. У сукупності ці заходи створюють умови для зміцнення фінансового стану підприємства та підвищення рівня його рентабельності.

Отже, рівень рентабельності підприємства формується під впливом значної кількості внутрішніх і зовнішніх факторів, які взаємопов’язані між собою та безпосередньо впливають на кінцеві результати господарської діяльності. До таких факторів належать ефективність використання ресурсів, рівень витрат, продуктивність праці, якість управління, стан ринку, рівень конкуренції та загальна економічна ситуація. Комплексний аналіз зазначених факторів дає можливість оцінити ефективність діяльності підприємства, виявити проблемні аспекти його функціонування та визначити резерви підвищення прибутковості. На основі результатів такого аналізу формуються обґрунтовані управлінські рішення щодо вдосконалення виробничих, фінансових і збутових процесів.

Таким чином, ефективне управління факторами рентабельності є важливою передумовою забезпечення стабільного фінансового стану підприємства, підвищення його конкурентоспроможності та зміцнення ринкових позицій. Постійний моніторинг показників діяльності та своєчасне реагування на зміни внутрішнього і зовнішнього середовища сприяють досягненню довгострокового економічного розвитку та зростанню ефективності функціонування підприємства.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «АДІС-МОТОР»

2.1. Загальна характеристика підприємства

ТОВ «АДІС-МОТОР» – це підприємство є компанією, що здійснює діяльність як офіційний дилер п’яти автомобільних брендів на території міста Одеса. Воно було засноване у жовтні 2010 року та за період свого функціонування сформувало стабільні позиції на регіональному ринку автомобільної торгівлі. Основним видом діяльності компанії є реалізація імпортних автомобілів, що супроводжується наданням повного комплексу супутніх послуг. Зокрема, підприємство забезпечує сервісне та технічне обслуговування транспортних засобів, що дозволяє підтримувати їх у належному технічному стані протягом усього строку експлуатації. Такий комплексний підхід сприяє підвищенню рівня довіри клієнтів і забезпечує формування довгострокових партнерських відносин із ними. Генеральним директором компанії є Єргієв Іван Дмитрович. Компанія є сімейним бізнесом, тому її засновниками є Єргієв Іван Дмитрович та його сини. Цікавий факт, що назва компанії складається з першим літер імен засновників компанії. За даними з фінансової звітності середня кількість працівників у компанії на 31 грудня 2025 року складає 64 співробітників. Розташовується ця компанія у місті Одеса, за адресою вул. Люстдорфська дорога 5. Саме там розташовані три автосалони та сервісні центри для кожної марки автомобілів, офіційним дилером яких є ТОВ «АДІС-МОТОР».

Підприємство стало офіційним дилером MITSUBISHI MOTORS з квітня 2006 року, саме з цього дилерства і почалась діяльність цього підприємства. Згодом дилерський портфель підприємства розширився, і компанія отримала статус офіційного дилера таких брендів, як Peugeot, Subaru, Opel та Jeep.

Так як основним направленням діяльності ТОВ «АДІС-МОТОР» є продаж та сервісне обслуговування автомобілів, необхідно проаналізувати ринок продажу імпортних автомобілів за останні 3 років.

За даними AUTO-Consalting, за підсумками 2025 року в Україні було реалізовано 83 443 нових легкових автомобілі [6]. Це на 17% перевищує показник 2024 року. Таким чином, 2025 рік став важливим етапом у відновленні українського автомобільного ринку.

Тепер розглянемо підсумки продажів нових легкових автомобілів за 2025 рік у таблиці 2.1.

Розглядаючи таблицю 2.1 можна зазначити, що в топ-20 автомобілів увійшли бренди Mitsubishi та Peugeot, офіційними дилерами яких в Одесі є ТОВ «АДІС-МОТОР». Бренд Misubishi зайняв 17 місце в рейтингу, автомобілів якого було продано 1390 штук, що складає 1,67% від загальної частки ринку. Але треба ще зазначити, що в 2024 році було реалізовано більше автомобілів, а саме 1673 авто, що склало 2,35% від загальної кількості усіх проданих автомобілів за 2024 рік.

Також треба відмітити, що марка Peugeot також увійшла в цей перелік, зайнявши 20 місце, продавши за рік 1082 автомобіля, що складає 1,30% від загальної кількості проданих авто. Але як і у бренда Mitsubishi ця кількість реалізованих автомобілів менша ніж у 2024 році. В той рік було продано 2422 авто, що склало 3,40 від загальної частки авторинку.

Тобто можна сказати, що позиції на ринку в цих брендів зменшились порівняно з 2024 роком. Це може бути зумовлено низкою факторів, наприклад, на авторинок суттєво могло вплинути зростання популярності та попиту на електроавтомобілі. Частина споживачів віддає перевагу саме електротранспорту, що, відповідно, може зменшувати попит на автомобілі з традиційними двигунами внутрішнього згоряння. Також причиною може бути зростання вартості автомобілів, що може бути зумовлене загальними інфляційними процесами в економіці, подорожчанням сировини та комплектуючих, необхідних для виробництва автомобілів, а також

коливаннями валютного курсу. Оскільки дані автомобілі є імпортованими, зміни курсу національної валюти безпосередньо впливають на їх кінцеву вартість для споживачів.

Таблиця 2.1 – Статистика продажів нових легкових автомобілів в Україні в 2024-2025 рр.

25	24	Chg+	Марка	2025 рік	%	2024 рік	%	25/24 %
1	1	0	Toyota	10705	12,83	11053	15,5	-3,15
2	11	9	BYD	10597	12,7	2284	3,2	363,97
3	3	0	Volkswagen	7566	9,07	5230	7,33	44,67
4	2	-2	Renault	6328	7,58	7145	10,02	-11,43
5	4	-1	Skoda	6177	7,4	5095	7,14	21,24
6	5	-1	BMW	3797	4,55	4831	6,77	-21,4
7	7	0	Hyundai	3637	4,36	2648	3,71	37,35
8	20	12	Zeekr	3437	4,12	1008	1,41	240,97
9	14	5	Audi	2893	3,47	2088	2,93	38,55
10	10	0	Honda	2695	3,23	2334	3,27	15,47
11	9	-2	Suzuki	2488	2,98	2378	3,33	4,63
12	12	0	Mazda	2191	2,63	2284	3,2	-4,07
13	6	-7	Nissan	2119	2,54	2869	4,02	-26,14
14	15	1	Mercedes-Benz	1867	2,24	1961	2,75	-4,79
15	13	-2	KIA	1606	1,92	2107	2,95	-23,78
16	16	0	Lexus	1537	1,84	1805	2,53	-14,85
17	17	0	Mitsubishi	1390	1,67	1673	2,35	-16,92
18	18	0	Citroen	1364	1,63	1525	2,14	-10,56
19	19	0	Volvo	1211	1,45	1123	1,57	7,84
20	8	-12	Peugeot	1082	1,3	2422	3,4	-55,33
			Інші	8756	10,49	7453	10,45	17,48
			Всього	83443	100	71316	100	17.00

Основними каналами комунікації з потенційними клієнтами є:

1. Інтернет:

- ведення сайту;

- SMM – реклама у соціальних мережах;
- розміщення інформації на інтернет-порталах.

2. Радіо.
3. Зовнішня реклама.

Підприємство організовує та проводить різноманітні заходи, зокрема Service-Day, тест-драйви автомобілів, презентації нових моделей, а також урочисті відкриття нових автосалонів.

Водночас важливим джерелом формування прибутку підприємства є надання сервісного та гарантійного обслуговування автомобілів. Саме цей напрям діяльності забезпечує стабільний приплив фінансових ресурсів, оскільки клієнти, які придбали автомобілі, потребують регулярного технічного обслуговування, діагностики, ремонту та заміни окремих комплектуючих.

У зв’язку з цим підприємству доцільно приділяти особливу увагу розвитку та вдосконаленню сервісного напряму діяльності, оскільки якість післяпродажного обслуговування значною мірою впливає на рівень задоволеності клієнтів та формування їхньої лояльності до компанії. Підвищення ефективності роботи сервісного підрозділу може бути досягнуте шляхом модернізації обладнання, впровадження сучасних технологій обслуговування, підвищення кваліфікації персоналу, а також оптимізації внутрішніх робочих процесів.

Підприємство ТОВ «АДІС-МОТОР» займається роздрібною торгівлею автомобілів, тому клієнтами та споживачами у більшості випадків є саме фізичні особи. Але неодноразово підприємство приймало участь у тендерах для юридичних осіб, під час яких продавали по 10-15 автомобілів за раз.

Головними конкурентами ТОВ «АДІС-МОТОР» є інші великі дилерські компанії та автосалони, які реалізують імпортні автомобілі в Одеському регіоні.

Серед ключових чинників конкурентоспроможності виділяються цінова політика, рівень доступності та різноманіття автомобілів, якість сервісного та

гарантійного обслуговування, ефективність маркетингових заходів та формування позитивного іміджу компанії. Додатково важливу роль відіграють пропозиції щодо фінансування, лізингу та проведення тест-драйвів, що підвищують привабливість компанії для потенційних покупців.

З метою оцінювання ефективності управлінських процесів на підприємстві доцільно проаналізувати його організаційну структуру, яка визначає взаємозв'язки між підрозділами та розподіл управлінських функцій. Під час розробки системи управління на досліджуваному підприємстві було забезпечено ефективний розподіл управлінських функцій між підрозділами.

Між структурними підрозділами ТОВ «АДІС-МОТОР» сформована система як вертикальних, так і горизонтальних управлінських зв'язків, що забезпечує ефективне функціонування організаційної структури. Вертикальні зв'язки відображають ієрархічний характер управління та підпорядкованість, яка простежується від генерального директора до керівників окремих підрозділів і цехів. Вони забезпечують передачу управлінських рішень, контроль за їх виконанням і дотриманням встановлених стандартів діяльності. Водночас горизонтальні зв'язки спрямовані на налагодження взаємодії, координації та обміну інформацією між підрозділами одного рівня управління, зокрема між керівниками цехів чи відділів. Така взаємодія сприяє узгодженості дій, підвищенню оперативності прийняття рішень і загальній ефективності діяльності підприємства.

Структура управління підприємством ґрунтується на змішаній системі управління виробництвом, яка поєднує елементи лінійної та функціональної систем. Основною особливістю такої структури є те, що виконання конкретних спеціалізованих управлінських функцій покладається на висококваліфікованих фахівців, що визначає спеціалізацію їхньої діяльності в межах системи управління.

Зв'язок та інформування між різними рівнями та функціями підприємства в процесі виробництва продукції та надання послуг організовані

відповідно до схеми, наведеної в Додатку А «Структура ТОВ «АДІС-МОТОР».

Проведемо аналіз фінансових показників та показників рентабельності підприємства ТОВ «АДІС-МОТОР» за 2021-2025 роки. Дані зобразимо у вигляді таблиці.

Для даного аналізу мені було надано підприємством фінансові звітності підприємства, результати розрахунків та аналізів наведені у таблицях нижче.

У таблиці 2.2 відображена динаміка основних результатів діяльності ТОВ «АДІС-МОТОР».

Таблиця 2.2 – Динаміка основних результатів діяльності ТОВ «АДІС-МОТОР» у 2021-2025 рр.

Найменування показників	2021	2022	2023	2024	2025	Відхилення 2021/2025	
						Абс.	Відн.,%
1. Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	143056,40	83022,00	270128,30	344805,30	327695,50	184639,10	129,07
2.Собівартість реалізованої продукції, тис. грн	121478,40	72447,50	234347,40	293861,20	280594,50	159116,10	130,98
3. Витрати на 1 грн. реалізованої продукції, грн	0,85	0,87	0,87	0,85	0,86	0,01	0,84
4.Чисельність виробничо-промислового персоналу, осіб	40	47	71	59	64	24	60
5. Виробіток на одного працівника, грн/особу	3576,41	1766,43	3804,62	5844,16	5120,24	1543,83	43,17
6. Середньорічна вартість основних виробничих засобів, тис. грн	3006,75	2518,40	3709,95	5044,70	4947,55	1940,80	64,55
7. Фондовіддача, грн	47,58	32,97	72,81	68,35	66,23	18,66	39,21
8. Середньорічний залишок оборотних, активів, тис. грн	30959,60	43193,65	62278,35	80668,20	91254,20	60294,60	194,75

**Джерело: побудовано автором*

Аналізуючи таблицю 2.2 можна зробити висновок, що усі показники збільшились. Загалом така тенденція пов’язана із збільшенням вартості одного

долара у гривнях у 2025 році порівняно з 2021 роком, тому що вартість товарів та послуг на даному підприємстві на пряму залежить від курсу долара, адже всі товари є імпортованими.

Собівартість реалізованої продукції у 2025 році порівняно 2021 роком збільшилась на 130,98%, при цьому дохід від реалізації продукції збільшився на 129,07%.

Витрати на 1 грн. реалізованої продукції протягом проаналізованого періоду коливалися, але у 2025 році порівняно з 2021 роком вони збільшились на 0,01 грн., тобто 0,84%.

Чисельність виробничо-промислового персоналу також коливалась у зазначений період, та але у 2025 році порівняно з 2021 роком чисельність персоналу збільшилась на 24 особи, або на 60%.

На рисунку 2.1 зображена динаміка зміни проаналізованих показників.

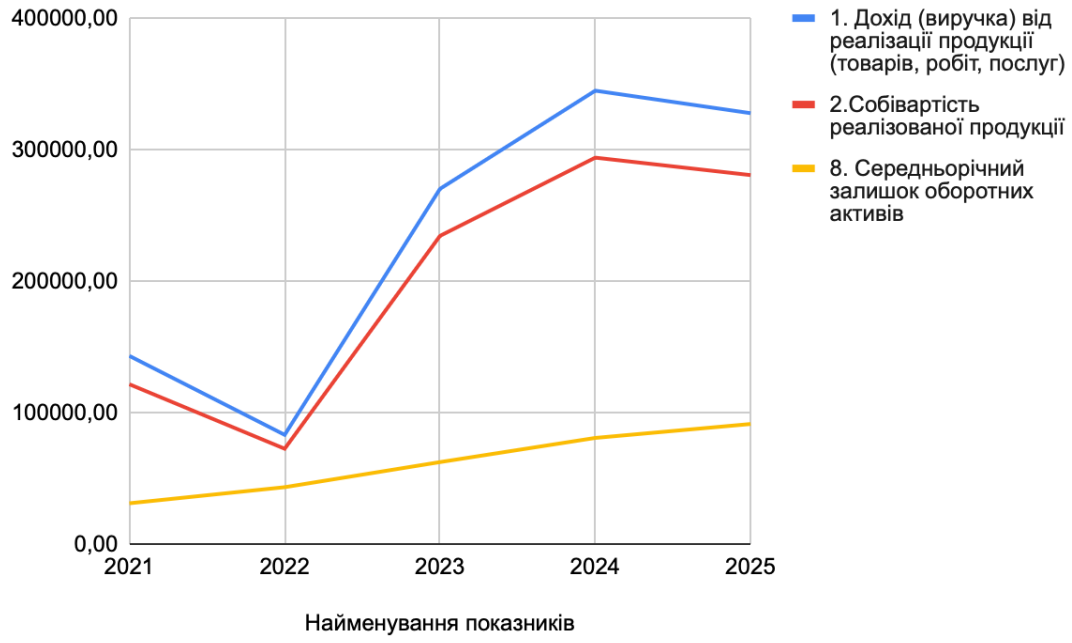


Рис. 2.1 – Динаміка змін основних показників діяльності ТОВ «АДІС-МОТОР» за 2021-2025 роки

**Джерело: побудовано автором*

Однією з найважливіших умов ефективного функціонування підприємства є раціональне використання його трудових ресурсів. Персонал відіграє ключову роль у забезпеченні виробничих процесів, реалізації

продукції та досягненні запланованих фінансових результатів. Саме від рівня продуктивності праці, професійної підготовки працівників та ефективності організації праці значною мірою залежать обсяги виробництва, рівень витрат, прибутковість та конкурентоспроможність підприємства.

Аналіз ефективності використання персоналу дозволяє оцінити результативність використання трудового потенціалу підприємства, виявити тенденції зміни продуктивності праці та визначити вплив трудових ресурсів на фінансові результати діяльності. Крім того, дослідження даних показників дає можливість встановити наявні резерви підвищення ефективності праці та обґрунтувати заходи щодо покращення результатів господарської діяльності.

Оскільки ефективність використання персоналу безпосередньо впливає на формування доходів, прибутку та рівень рентабельності підприємства, доцільним є проведення аналізу відповідних показників у динаміці за досліджуваний період. Результати аналізу ефективності використання персоналу наведено в таблиці 2.3.

Аналізуючи табл. 2.3 можна помітити, що фонд оплати праці знизився в 2025 році порівняно з 2021 роком. Зміна фонду оплати праці за проаналізований період характеризується зниженням, при цьому відхилення у 2025 році порівняно з 2021 роком становить -545,37 тис. грн. Така тенденція є нетиповою за умови зростання чисельності персоналу та може свідчити про суттєві зміни у системі організації оплати праці на підприємстві.

Зокрема, зменшення фонду оплати праці при збільшенні кількості працівників може бути пов’язане зі зміною структури персоналу, коли до штату залучаються працівники на посади з нижчим рівнем заробітної плати або частка високооплачуваних працівників зменшується. Також подібна динаміка може пояснюватися переглядом системи преміювання та стимулювання праці, скороченням преміальних виплат або переходом на більш жорстку політику контролю витрат.

Крім того, на зменшення фонду оплати праці могли вплинути заходи підприємства щодо оптимізації витрат, спрямовані на підвищення фінансової

стійкості в умовах економічної нестабільності. У такому випадку підприємство може свідомо обмежувати зростання витрат на персонал, навіть за умови розширення штату.

Водночас така ситуація потребує обережної інтерпретації, оскільки збільшення чисельності працівників при зниженні загального фонду оплати праці може призводити до зменшення середнього рівня заробітної плати. Це, у свою чергу, може впливати на мотивацію персоналу та ефективність його роботи, що в подальшому здатне відобразитися на продуктивності праці та загальних фінансових результатах підприємства.

Таблиця 2.3 – Аналіз ефективності використання персоналу на ТОВ «АДІС-МОТОР» за період 2021-2025 рр.

Показники	2021	2022	2023	2024	2025	Відхилення
Середньооблікова чисельність працівників, люд	40	47	71	59	64	24
Фонд оплати праці, тис. грн	2900,75	1354,02	3286,12	2853,74	2352,38	-548,37
Продуктивність праці, тис. грн	3576,410	1766,426	3804,624	5844,158	5120,242	1543,832
Чистий прибуток на одного працівника, тис. грн	27,805	6,355	21,768	52,029	56,186	28,381

**Джерело створено автором*

Для більш глибокого аналізу діяльності підприємства та визначення його стратегічних перспектив доцільно провести SWOT-аналіз, який дозволяє оцінити внутрішні сильні та слабкі сторони підприємства, а також зовнішні можливості та загрози. Результати SWOT-аналізу наведено у таблиці нижче.

Таблиця 2.4 – SWOT-аналіз ТОВ «АДІС-МОТОР»

Сильні сторони	Слабкі сторони
1.Висококваліфікований персонал 2. Якісна продукція 3.Можливість комплексного обслуговування 4. Впровадження інновацій та новітніх технологій 5. Широкий асортимент продукції	1. Залежність від курсу валют, через імпортування товару
Можливості	Загрози
1. Впровадження системи заходів стимулювання збуту 2. Освоєння додаткових послуг 3. Вихід на нові ринки збуту 4. Залучення інвестицій 5. Впровадження інноваційних технологій	1. Поява нових конкурентів 2. Форс-мажор 3. Політична нестабільність та війна 4. Зростання рівня інфляції 5. Падіння платоспроможності населення

**Джерело: побудовано автором*

Проведений SWOT-аналіз дозволяє комплексно оцінити поточний стан підприємства та визначити основні напрями його подальшого розвитку в умовах динамічного ринкового середовища. Отримані результати свідчать про наявність у підприємства значного внутрішнього потенціалу, який може бути ефективно використаний для зміцнення його конкурентних позицій.

До ключових сильних сторін підприємства ТОВ «АДІС-МОТОР» належать висококваліфікований персонал, що забезпечує належний рівень обслуговування та професійний підхід до виконання завдань, а також висока якість продукції, яка формує довіру споживачів і позитивний імідж компанії. Важливим фактором є можливість комплексного обслуговування клієнтів, що підвищує зручність співпраці та сприяє формуванню довгострокових відносин із споживачами. Окремо слід відзначити активне впровадження інновацій та новітніх технологій, що дозволяє підприємству підвищувати ефективність діяльності та відповідати сучасним ринковим вимогам. Також вагомою перевагою є широкий асортимент продукції, який дає змогу задовольняти потреби різних сегментів клієнтів.

Разом із тим, аналіз виявив і певну слабку сторону – це коливання валютного курсу, що зумовлено імпортуванням товару. Даний фактор створює додаткові фінансові ризики та може негативно впливати на рівень витрат і кінцеву прибутковість підприємства.

Також було визначено значний спектр можливостей для подальшого розвитку. Зокрема, підприємство має потенціал для впровадження системи заходів стимулювання збуту, що дозволить підвищити обсяги продажів і залучити нових клієнтів. Перспективним напрямом є розширення спектра додаткових послуг, а також вихід на нові ринки збуту, що сприятиме диверсифікації діяльності. Окремо варто відзначити можливість залучення інвестицій та подальшого впровадження інноваційних технологій, що може суттєво підвищити конкурентоспроможність підприємства.

Водночас існують і суттєві загрози, серед яких варто виділити появу нових конкурентів на ринку, що може призвести до посилення цінової та сервісної конкуренції. Важливими ризиками залишаються форс-мажорні обставини, політична нестабільність та воєнні дії, які суттєво впливають на загальний стан економіки. Також негативний вплив можуть мати зростання рівня інфляції та зниження платоспроможності населення, що безпосередньо відображається на попиті на продукцію підприємства.

Таким чином, результати SWOT-аналізу свідчать про те, що підприємство ТОВ «АДІС-МОТОР» має значний внутрішній потенціал для розвитку, однак його реалізація значною мірою залежить від здатності ефективно реагувати на зовнішні виклики та мінімізувати наявні ризики.

2.2. Аналіз фінансового стану підприємства

Проблема збуту продукції підприємств у сучасних умовах носить універсальний характер і є однією з ключових складових ефективного функціонування будь-якого суб’єкта господарювання. Від рівня її вирішення

значною мірою залежить не лише фінансовий результат окремого підприємства, але й загальний стан економіки та соціального розвитку країни, а також рівень задоволення потреб споживачів. В умовах переходу економіки України до ринкових відносин питання організації збуту набуває особливої актуальності, оскільки саме конкурентне ринкове середовище визначає темпи розвитку виробництва, оновлення продукції та вимоги до її якості.

У сучасних умовах господарювання підприємства змушені постійно адаптуватися до змін ринкової кон'юнктури, переглядати підходи до формування асортименту, ціноутворення та просування продукції. Ефективна збутова політика стає не лише інструментом реалізації продукції, а й важливим фактором забезпечення стійкого розвитку та підвищення конкурентоспроможності підприємства.

У сфері фінансово-економічної діяльності особливого значення набуває своєчасний і комплексний аналіз фінансового стану підприємства, який охоплює оцінку платоспроможності, фінансової стійкості, ліквідності та прибутковості. Саме ці показники дозволяють визначити здатність підприємства ефективно функціонувати в умовах ринкової конкуренції, своєчасно виконувати свої зобов'язання та забезпечувати стабільний розвиток.

Таким чином, сучасні підприємства, незалежно від форми власності та масштабів діяльності, стикаються з необхідністю постійного підвищення конкурентоспроможності, що безпосередньо пов'язано як з ефективністю збутової політики, так і з рівнем фінансової стійкості та результативності господарської діяльності в цілому.

Для аналізу основних показників діяльності підприємства протягом 2021-2025 років була використана інформація наведена у фінансовій звітності – форма № 1 "Баланс", форма № 2 "Звіт про фінансові результати".

Для комплексної та об'єктивної оцінки фінансового стану підприємства застосовується система різноманітних фінансових показників, які дають змогу охарактеризувати ключові аспекти його діяльності. Передусім йдеться про

показники ліквідності, рівень фінансової незалежності, а також ступінь забезпеченості підприємства власними фінансовими ресурсами. Саме ці індикатори дозволяють сформувати цілісне уявлення про здатність підприємства своєчасно виконувати свої зобов'язання та ефективно функціонувати в умовах ринку.

У межах даного дослідження особлива увага буде приділена розрахунку та аналізу таких показників, як величина власного капіталу, коефіцієнт абсолютної ліквідності, коефіцієнт швидкої ліквідності, коефіцієнт поточної ліквідності, коефіцієнт автономії, а також показник маневреності грошових коштів. Кожен із цих показників має своє аналітичне значення і відображає окремі сторони фінансового стану підприємства, що в сукупності дає можливість провести глибший та більш аргументований аналіз.

Проведення аналізу зазначених показників дозволяє оцінити рівень платоспроможності підприємства, визначити ступінь фінансової незалежності від зовнішніх джерел фінансування, а також з'ясувати, наскільки ефективно здійснюється управління наявними фінансовими ресурсами. Узагальнення отриманих результатів створює підґрунтя для формування обґрунтованих висновків щодо рівня фінансової стійкості підприємства.

Для даного аналізу показників фінансового стану підприємства мені було надано підприємством форми фінансової звітності, а саме Форму №1 та Форму №2. Результати аналізу наведено у таблиці 2.5.

Таблиця 2.5 – Аналіз показників фінансового стану підприємства ТОВ «АДІС-МОТОР» за 2021-2025 рр.

Показники	2021	2022	2023	2024	2025	Відхилення
Власний капітал, тис. грн.	5351,8	5650,5	7196,0	10265,7	13861,6	8509,8
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,419	0,173	0,221	0,305	0,254	-0,165
Коефіцієнт швидкої ліквідності	1,213	1,976	1,851	1,440	1,379	0,166
Коефіцієнт поточної ліквідності	1,908	1,505	1,477	1,442	1,509	-0,399
Коефіцієнт автономії	0,123	0,118	0,086	0,118	0,132	0,009
Маневреність грошових коштів	0,509	0,574	0,303	0,505	0,652	0,144

**Джерело: побудовано автором*

Виходячи з розрахунків у табл. 2.5 можемо побачити, що коефіцієнт абсолютної ліквідності та коефіцієнт поточної ліквідності знизились у 2025 році порівняно з 2021, на відміну від інших коефіцієнтів. З теоретичної точки зору зниження коефіцієнту абсолютної ліквідності може свідчити про зменшення здатності компанії миттєво погасити поточні борги за рахунок власних грошей та короткострокових фінансових інвестицій, і виходячи із діяльності підприємства можна зробити припущення, що за ці роки підприємство брало кредити в банків, саме тому ці коефіцієнти знизились.

Але треба відмітити, що коефіцієнт швидкої ліквідності всі ці роки становить більше 1, і росте, адже у 2025 році порівняно з 2021 роком він збільшився на 0.166. Завдяки цьому показнику можна зробити висновок, що підприємство має високу здатність погашати поточні зобов'язання в як найкоротші терміни.

Аналізуючи коефіцієнт поточної ліквідності, бачимо, що він також становить більше 1, але у 2025 році порівняно з 2021 роком, він зменшився на 0,399, що свідчить про випереджаюче зростання боргів підприємства порівняно з активами або ж неефективне використання оборотних коштів.

Показник маневреності коштів також у 2025 році збільшився порівняно з 2021 роком, і становить він 0.652, що вважається оптимальним показником, який може забезпечувати баланс між фінансовою стійкістю та гнучкістю задля фінансування поточної діяльності.

Також можемо побачити, що показник власного капіталу зріс за проаналізований період, адже у 2025 році порівняно з 2021 роком об'єм власного капіталу збільшився на 8509,8 тис.грн, або на 159%.

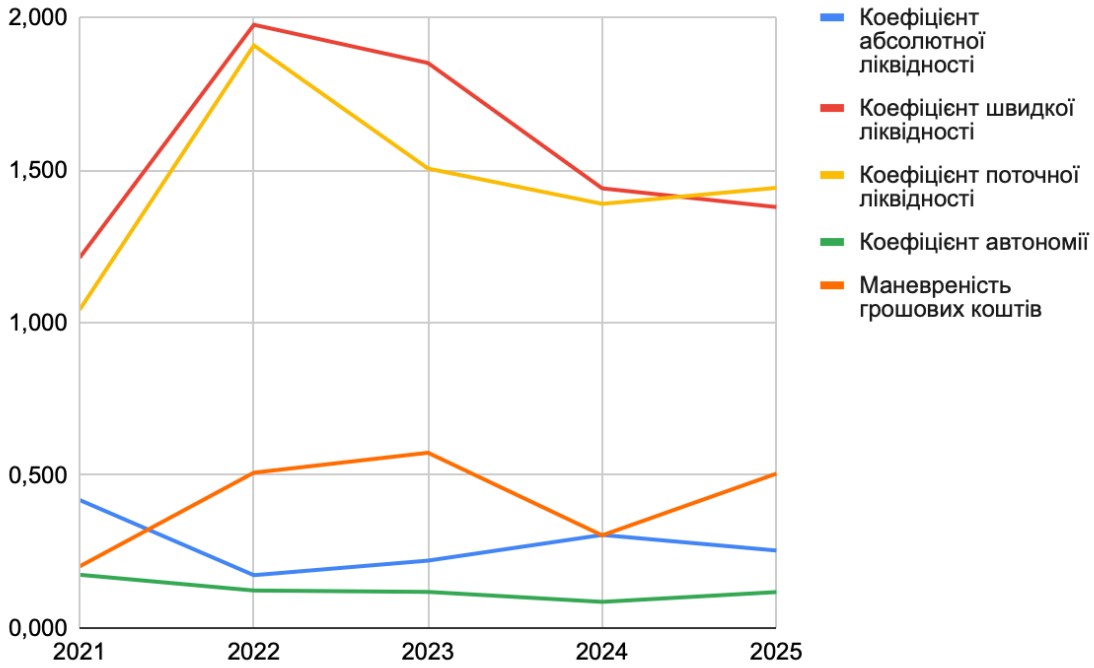


Рис. 2.2 – Динаміка коефіцієнтів абсолютної ліквідності, швидкої ліквідності, поточної ліквідності, коефіцієнту автономії та маневреності грошових коштів

**Джерело: побудовано автором*

На рисунку 2.2 та 2.3 відображена динаміка поведінки коефіцієнтів та власного капіталу, які були проаналізовані у таблиці 2.2.

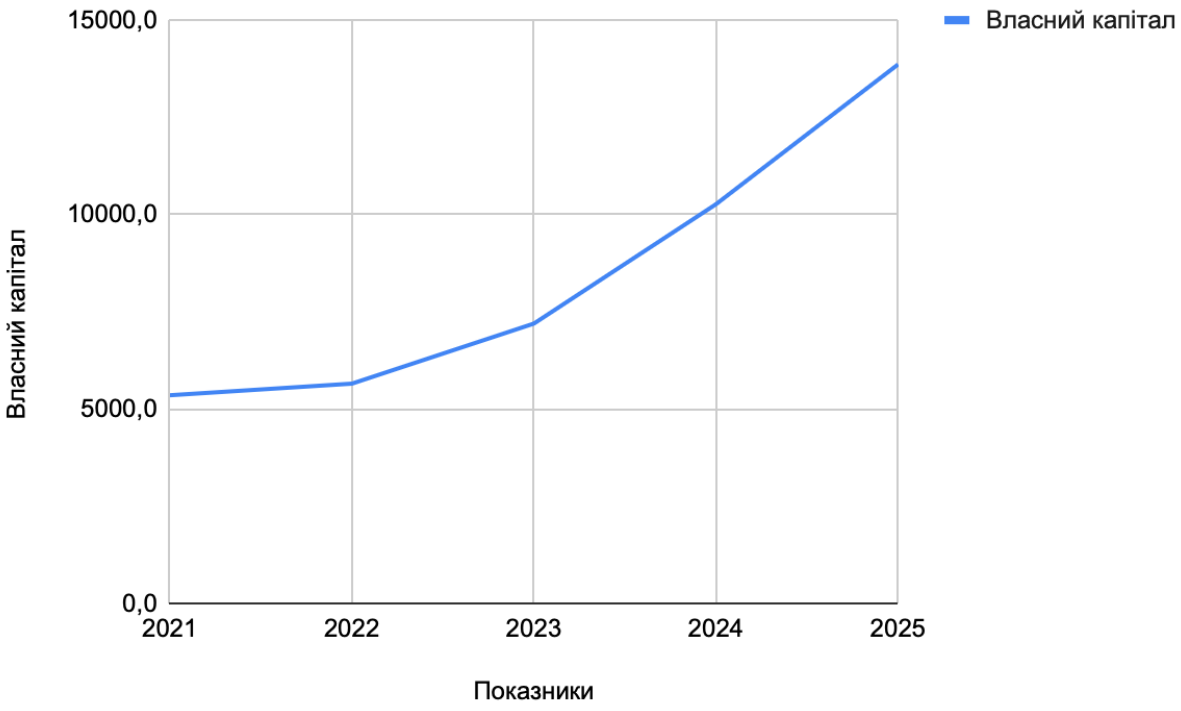


Рис. 2.3 – Динаміка власного капіталу у 2021-2025 роках

**Джерело: побудовано автором*

Важливим етапом оцінки ефективності діяльності підприємства є аналіз його ділової активності. Ділова активність характеризує результативність використання наявних ресурсів підприємства та швидкість їх обігу в процесі господарської діяльності. Аналіз відповідних показників дає змогу оцінити ефективність управління активами, запасами та дебіторською заборгованістю, а також визначити рівень використання економічного потенціалу підприємства. Крім того, результати аналізу дозволяють виявити резерви підвищення ефективності діяльності та зростання рентабельності.

Для оцінки ділової активності підприємства проведемо аналіз показників, наведених у таблиці 2.6.

Таблиця 2.6 – Аналіз ділової активності підприємства ТОВ «АДІС-МОТОР» за період 2021-2025 рр.

Показники	2021	2022	2023	2024	2025	Відхилення
Коефіцієнт оборотності активів	2,369	1,388	2,593	3,215	2,522	0,153
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	4,621	1,922	4,337	4,274	3,591	-1,030
Коефіцієнт оборотність запасів	6,782	3,422	7,338	6,150	4,695	-2,088
Тривалість обороту запасів	53,078	105,203	49,060	58,533	76,681	23,602
Оборотність дебіторської заборгованості	18,598	5,818	12,978	20,704	25,787	7,189
Період погашення дебіторської заборгованості	19,356	61,881	27,740	17,388	13,960	-5,396

**Джерело: побудовано автором*

Аналізуючи таблицю 2.6 можна помітити, що коефіцієнт оборотності оборотних активів, коефіцієнт оборотності запасів та період погашення дебіторської заборгованості знизилися в 2025 році порівняно з 2021 роком.

Зменшення коефіцієнта оборотності оборотних активів свідчить про уповільнення швидкості їх обігу та зниження ефективності використання оборотного капіталу підприємства. Така тенденція може бути зумовлена випереджаючим зростанням вартості оборотних активів порівняно з темпами збільшення чистого доходу, накопиченням запасів, зростанням дебіторської заборгованості або зниженням обсягів реалізації продукції. Це, у свою чергу, призводить до погіршення фінансової гнучкості підприємства.

Зменшення коефіцієнта оборотності запасів свідчить про уповільнення швидкості їх використання в операційній діяльності підприємства. Це означає, що запаси довше перебувають на складах до моменту реалізації або використання у виробництві, що знижує ефективність управління оборотними активами.

Основними причинами такої тенденції можуть бути накопичення надлишкових запасів сировини або готової продукції, зниження попиту на

продукцію підприємства. Крім того, вплив можуть мати перебої у збуті або погіршення ринкової кон’юнктури.

У результаті знижується швидкість обертання оборотних активів, що негативно впливає на ліквідність підприємства та загальну ефективність його діяльності.

Збільшення періоду погашення дебіторської заборгованості свідчить про уповільнення надходження грошових коштів від покупців та погіршення розрахункової дисципліни контрагентів. Це означає, що підприємство довше очікує на оплату за відвантажену продукцію, роботи або послуги, що зменшує швидкість обігу оборотних коштів.

Причинами такої тенденції можуть бути розширення практики надання відстрочок платежів з метою стимулювання збуту, зростання частки простроченої дебіторської заборгованості, зниження платоспроможності покупців або недостатньо ефективна система контролю за розрахунками з контрагентами.

Внаслідок цього зменшується швидкість обігу грошових коштів, що негативно впливає на ліквідність підприємства та може призводити до ускладнення фінансування поточної операційної діяльності і зниження загальної ефективності використання оборотного капіталу.

На рисинках 2.4 так 2.5 представленно аналіз динаміки ділової активності підприємства ТОВ «АДІС-МОТОР» за період 2021-2025 рр.

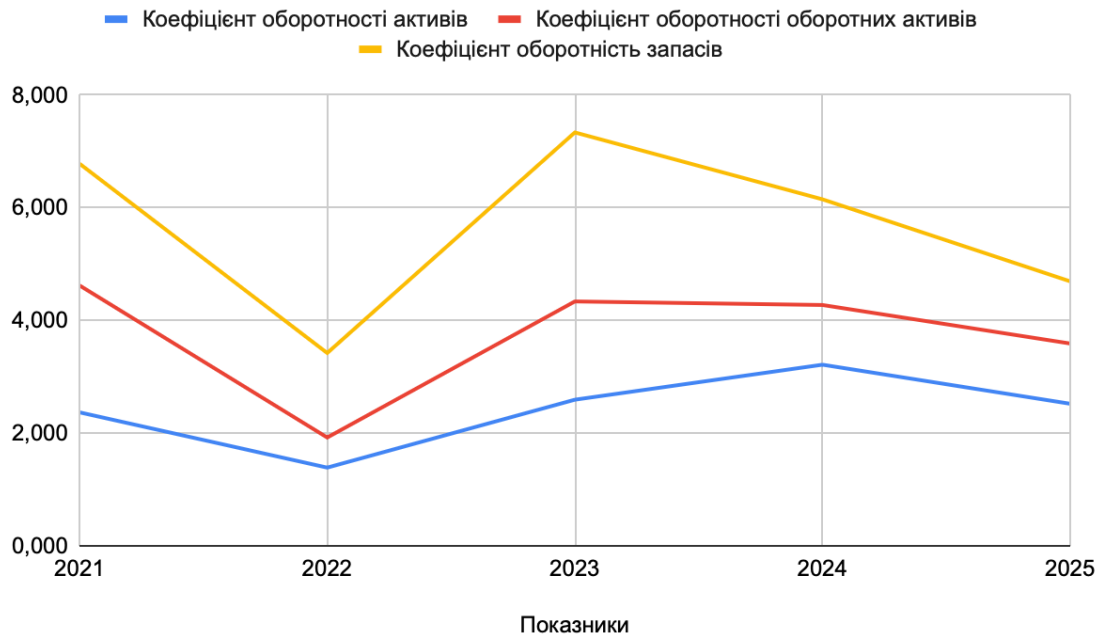


Рис. 2.4 – Аналіз динаміки ділової активності підприємства ТОВ «АДІС-МОТОР» за період 2021-2025 рр. (1)

**Джерело: побудовано автором*

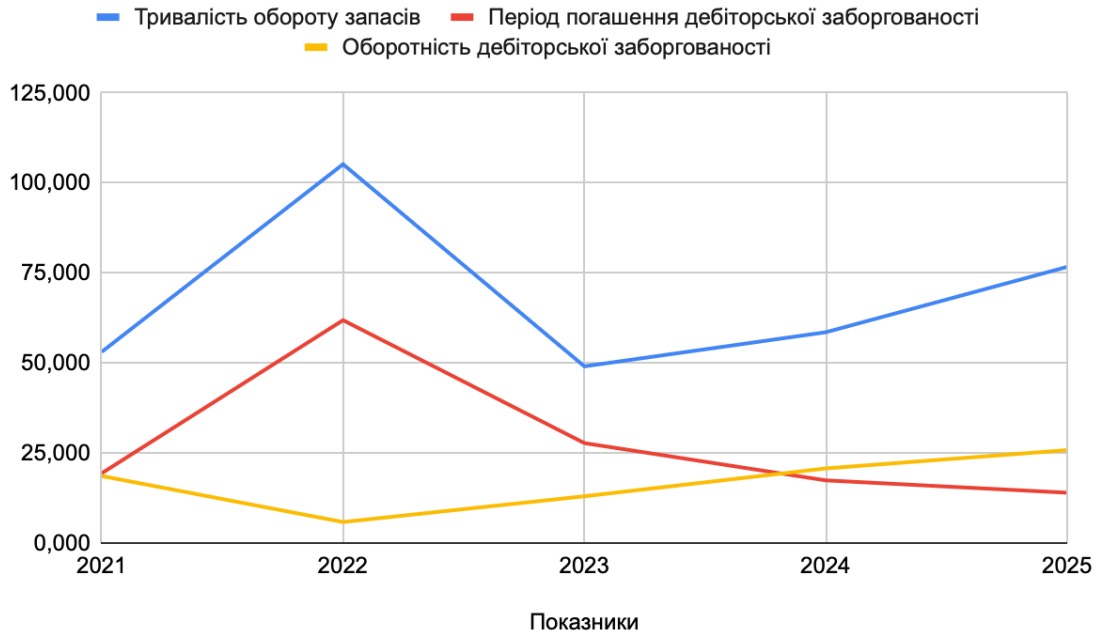


Рис. 2.5 – Аналіз динаміки ділової активності підприємства ТОВ «АДІС-МОТОР» за період 2021-2025 рр. (2)

**Джерело: побудовано автором*

2.3 Оцінка динаміки та структури показників рентабельності

Підприємство доцільно вважати рентабельним тоді, коли обсяг отриманої виручки від реалізації продукції чи послуг не лише покриває всі витрати, пов’язані з процесами виробництва та збуту, а й забезпечує формування прибутку. Тобто йдеться про таку організацію діяльності, за якої фінансовий результат є позитивним і перевищує суму здійснених витрат. У цьому контексті рентабельність виступає узагальнюючим показником ефективності господарювання, адже вона відображає здатність підприємства генерувати прибуток на вкладені ресурси.

Показники рентабельності характеризують прибутковість діяльності підприємства з різних боків і дають можливість здійснити більш детальний та всебічний аналіз його роботи. Їх групування та використання здійснюється з урахуванням інтересів різних суб’єктів економічних відносин – як внутрішніх, до яких належать керівники та власники підприємства, так і зовнішніх, зокрема інвесторів, кредиторів і ділових партнерів. Саме завдяки цьому такі показники стають зручним інструментом для оцінювання того, наскільки ефективно підприємство використовує наявні ресурси з метою отримання прибутку.

Окрім цього, показники рентабельності виконують важливу аналітичну функцію, оскільки дозволяють простежити вплив різних факторів на формування кінцевого фінансового результату. Вони допомагають виявити як позитивні сторони діяльності підприємства, так і проблемні аспекти, що стримують його розвиток. На основі такого аналізу з’являється можливість визначити наявні резерви підвищення ефективності, а також приймати більш обґрунтовані управлінські рішення. З огляду на це, аналіз рентабельності посідає важливе місце як у системі внутрішнього економічного аналізу, так і в процесі порівняльної оцінки фінансового стану підприємств у сучасних ринкових умовах.

У таблиці 2.2 порахуємо основні показники рентабельності.

Таблиця 2.7 – Аналіз показників рентабельності підприємства ТОВ «АДІС-МОТОР» за 2021-2025 рр., %

Показники рентабельності	2021	2022	2023	2024	2025	Відхилення
Рентабельність активів	6,55	0,65	2,34	3,58	7,48	0,93
Рентабельність основних засобів	36,99	11,86	41,66	60,85	72,68	35,69
Рентабельність власного капіталу	23,19	5,43	24,06	35,16	29,81	6,62
Рентабельність оперативної діяльності	67,80	19,45	12,51	14,45	69,65	1,85
Рентабельність продажів	0,78	0,36	0,57	0,89	1,10	0,32
Рентабельність операційних витрат	103,70	98,30	98,25	101,23	102,19	-1,51

**Джерело: побудовано автором*

Виходячи з аналізу показників рентабельності, представлених у таблиці, можна зробити висновок, що у 2025 році порівняно з 2021 роком більшість показників рентабельності демонструють позитивну динаміку. Так, рентабельність активів зросла з 6,55 % до 7,48 %, тобто на 0,93 в.п., що свідчить про підвищення ефективності використання активів підприємства для отримання прибутку.

Найбільш суттєве зростання спостерігається за показником рентабельності основних засобів, який збільшився з 36,99 % у 2021 році до 72,68 % у 2025 році, або на 35,69 в.п. Це свідчить про значне підвищення ефективності використання основних виробничих засобів та зростання віддачі від вкладених у них ресурсів.

Рентабельність власного капіталу також має позитивну тенденцію, збільшившись з 23,19 % до 29,81 % за проаналізований період, що становить приріст на 6,62 в.п. Така динаміка свідчить про підвищення ефективності використання власних коштів підприємства та зростання прибутковості для власників капіталу.

Позитивні зміни відбулися і за показником рентабельності операційної діяльності, який зріс з 67,80 % у 2021 році до 69,65 % у 2025 році, тобто на 1,85 в.п. Незважаючи на значне зниження показника у 2022–2024 роках, у 2025 році підприємству вдалося відновити його рівень та навіть перевищити значення базового року.

Рентабельність продажів також продемонструвала зростання з 0,78 % до 1,10 %, або на 0,32 в.п., що свідчить про збільшення суми прибутку, отриманого з кожної гривні реалізованої продукції.

Водночас єдиним показником, який у 2025 році виявився нижчим порівняно з 2021 роком, стала рентабельність операційних витрат. Її значення зменшилося зі 103,70 % до 102,19 %, тобто на 1,51 в.п. Це свідчить про те, що темпи зростання операційних витрат підприємства дещо випереджали темпи зростання фінансових результатів від операційної діяльності. Така ситуація може бути пов’язана зі збільшенням витрат на забезпечення діяльності підприємства, зокрема витрат на збут, логістику, енергоресурси та інші операційні потреби.

Отже, результати проведеного аналізу свідчать про загальне покращення рівня рентабельності ТОВ «Адіс-Мотор» у 2025 році порівняно з 2021 роком. Найбільш позитивна динаміка спостерігається за рентабельністю основних засобів та власного капіталу, тоді як певної уваги потребує питання підвищення ефективності використання операційних витрат, оскільки саме цей показник продемонстрував негативне відхилення в досліджуваному періоді.

На рисунку 2.6 можна розглянути поведінку показників рентабельності ТОВ “АДІС-МОТОР” за 2021-2025 рр.

Як ми бачимо на рисунку 2.6 усі показники рентабельності зазнали суттєвого падіння у 2022 році, що безпосередньо пов’язано з початком повномасштабного вторгнення та значним погіршенням економічної ситуації в країні. Автомобільний ринок України опинився серед галузей, які найбільше постраждали від наслідків воєнних дій через порушення логістичних ланцюгів, скорочення платоспроможного попиту населення, зниження ділової активності та загальну економічну невизначеність. За даними Інституту досліджень авторинку, у 2022 році було реалізовано на 62 % менше нових легкових автомобілів порівняно з 2021 роком, що закономірно негативно

вплинуло на фінансові результати діяльності підприємств автомобільної галузі, зокрема й ТОВ «АДІС-МОТОР».

Проте подальша динаміка свідчить про поступову адаптацію підприємства до нових умов господарювання. Як видно з графіка, вже починаючи з 2023 року більшість фінансових показників демонструють тенденцію до відновлення, що позитивно відобразилося і на рівні рентабельності. Це може бути пов’язано з поступовим відновленням попиту на автомобілі, стабілізацією роботи підприємства, оптимізацією витрат, удосконаленням процесів управління та адаптацією маркетингової політики до умов воєнного часу. У результаті за підсумками 2025 року більшість показників рентабельності не лише досягли рівня 2021 року, а за окремими позиціями навіть перевищили його, що свідчить про підвищення ефективності діяльності підприємства та його здатність успішно функціонувати в умовах складного зовнішнього середовища.

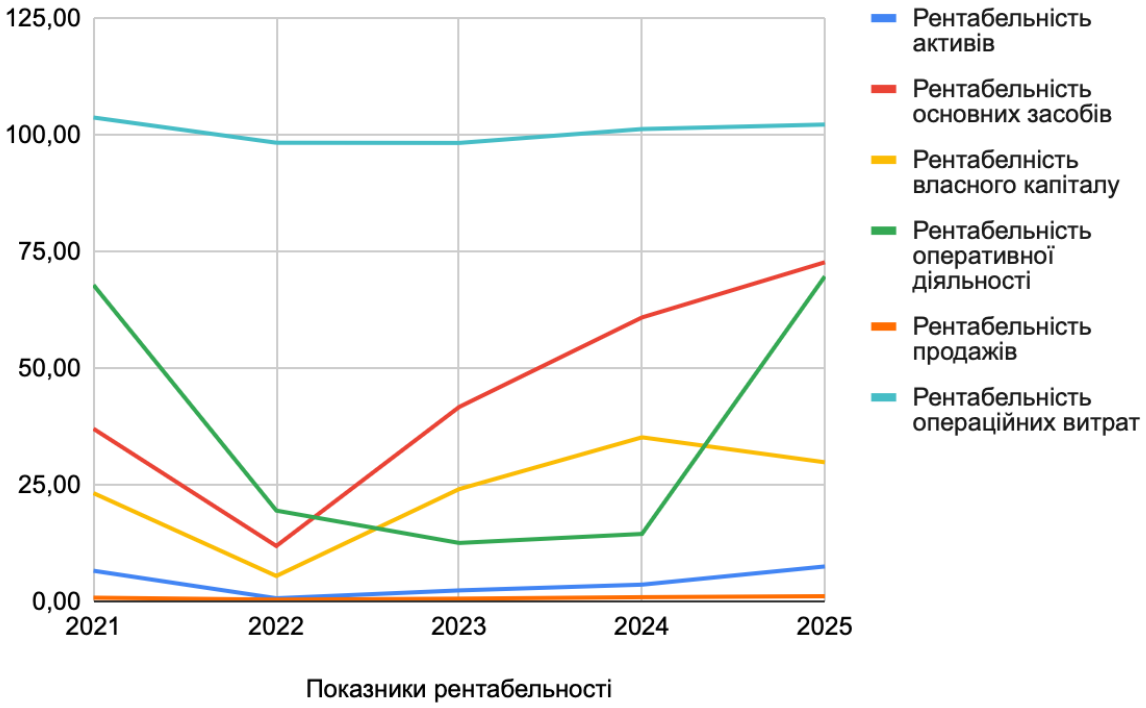


Рис 2.6 – Динаміка показників рентабельності у 2021-2025 рр.

**Джерело: побудовано автором*

Для більш детальної оцінки ефективності діяльності підприємства доцільно розглянути додаткові показники рентабельності, що характеризують ефективність використання виробничих ресурсів, трудового потенціалу та оборотного капіталу. У таблиці наведено динаміку рентабельності продукції, рентабельності персоналу та рентабельності оборотних активів за 2021–2025 роки, що дозволяє оцінити зміни в ефективності окремих напрямів діяльності підприємства.

Таблиця 2.7 – Динаміка додаткових показників рентабельності підприємства ТОВ «АДІС-МОТОР» за 2021–2025 рр.

Показники	2021	2022	2023	2024	2025	Відхилення
Рентабельність продукції	17,76	14,60	15,27	17,34	16,79	-0,98
Рентабельність персоналу	38,34	22,06	47,03	107,57	195,37	157,03
Рентабельність оборотних активів	0,04	0,01	0,02	0,04	0,04	0,00

**Джерело: побудовано автором*

Виходячи з даних, наведених у таблиці 2.7, можна відзначити неоднорідну динаміку додаткових показників рентабельності підприємства за 2021–2025 роки. Рентабельність продукції за досліджуваний період має нестабільний характер: у 2022 році спостерігається зниження до 14,60 %, після чого показник поступово відновлюється і у 2024 році досягає 17,34 %, однак у 2025 році дещо знижується до 16,79 %, що в цілому свідчить про незначне скорочення ефективності виробничої діяльності порівняно з базовим періодом (зменшення на 0,98 в.п.).

Рентабельність персоналу демонструє найбільш динамічне зростання серед усіх показників. Якщо у 2021 році її значення становило 38,34 тис. грн/особу, то у 2025 році воно зросло до 195,37 тис. грн/особу, що свідчить про суттєве підвищення продуктивності праці та ефективності використання трудових ресурсів підприємства. Така тенденція може бути пов’язана з оптимізацією чисельності персоналу, зростанням обсягів реалізації та підвищенням прибутковості діяльності.

Рентабельність оборотних активів протягом усього періоду залишається на дуже низькому рівні, однак демонструє стабільність у 2024–2025 роках (0,04 %). Це свідчить про відносно сталу, але обмежену ефективність використання оборотного капіталу, що може бути наслідком значного обсягу оборотних активів при невисокій віддачі у вигляді прибутку.

Отже, аналіз додаткових показників рентабельності свідчить про покращення ефективності використання трудових ресурсів підприємства, при цьому ефективність виробничої діяльності та оборотного капіталу потребує подальшого удосконалення та оптимізації.

На рисунку 2.7 можна побачити поведінку проаналізованих показників рентабельності в табл. 2.7.

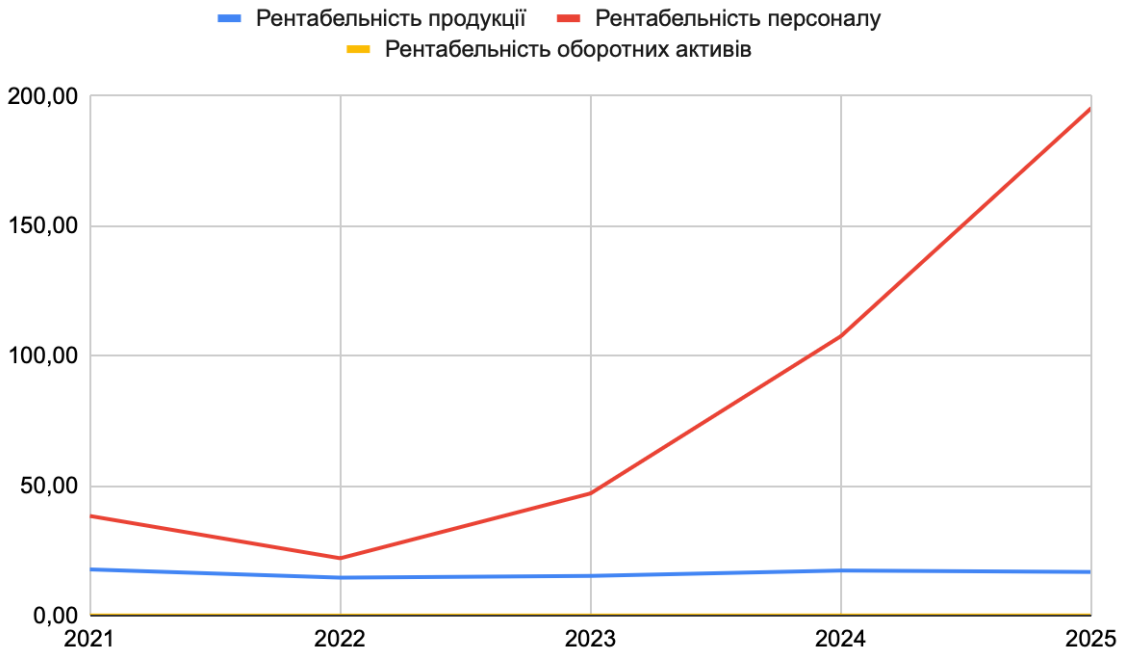


Рис 2.7 – Динаміка додаткових показників рентабельності підприємства ТОВ «АДІС-МОТОР» за 2021–2025 рр.

**Джерело: побудовано автором*

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМТСВА

Підвищення рентабельності підприємства є одним із ключових завдань сучасного менеджменту, оскільки саме цей показник відображає рівень ефективності використання ресурсів та загальну результативність господарської діяльності. В умовах посилення конкуренції, нестабільності економічного середовища та зростання витрат підприємства змушені постійно шукати резерви підвищення прибутковості та вдосконалювати внутрішні управлінські процеси.

Рентабельність формується під впливом комплексу виробничих, фінансових та організаційних факторів, тому її зростання потребує системного підходу. Це означає, що підприємство має одночасно працювати як над збільшенням доходів, так і над оптимізацією витрат, підвищенням продуктивності праці та ефективністю використання ресурсної бази. У сучасних умовах важливим також є врахування ринкової кон’юнктури, поведінки споживачів та рівня конкуренції, що безпосередньо впливають на фінансові результати діяльності.

У практичному аспекті підвищення рентабельності означає не тільки збільшення обсягів реалізації продукції, але й раціоналізацію витрат, оптимізацію структури активів, підвищення продуктивності праці, прискорення оборотності капіталу та ефективне використання ресурсного потенціалу. Особливого значення набуває управління витратами, оскільки навіть незначне їх скорочення за умови стабільного доходу може суттєво вплинути на рівень прибутковості підприємства.

У таблиці 3.1 зображено основні шляхи збільшення прибутку рентабельності підприємства.

Таблиця 3.1 – Шляхи збільшення прибутку та рентабельності підприємства

Шляхи підвищення	
Прибутку	Рентабельності
1. Нарощення обсягів виробництва і реалізації продукції	1. Зниження собівартості продукції
2. Поліпшення якості продукції	2. Підвищення продуктивності праці
3. Продаж зайвого устаткування та іншого майна або здача його в оренду	3. Скорочення невиробничих витрат
4. Зниження собівартості продукції за рахунок більш раціонального використання матеріальних ресурсів, виробних потужностей і площ, робочої сили і робочого часу	4. Впровадження заходів із підвищення продуктивності праці своїх працівників, скорочення адміністративно-управлінського персоналу
5. Диверсифікація виробництва	5. Зменшення витрат на виробництво продукції або застосування сучасних методів управління витратами , однією з яких є управлінський облік. Зниження витрат від браку
6. Постійне проведення наукових досліджень аналізу ринку, поведінки споживачів і конкурентів	6. Удосконалення продукції із середнім рівнем рентабельності, а низькорентабельну зняти з виробництва
7. Грамотно побудова договірних відносин із постачальниками, посередниками, покупцями та ін.	7. Покращення системи маркетингу на підприємстві, потрібно згрупувати свою продукцію за ознакою рентабельності і зосередити увагу на тій продукції, яка є високорентабельною, та ін.

Джерело: складено автором

Як видно з табл. 3.1, підходи до зростання прибутку та підвищення рентабельності частково перетинаються, проте мають і суттєві відмінності. Якщо збільшення прибутку здебільшого досягається за рахунок нарощення обсягів виробництва, розширення ринку збуту та диверсифікації діяльності, то підвищення рентабельності передбачає більш глибоку оптимізацію витрат і підвищення ефективності використання ресурсів.

Одним із ключових напрямів підвищення рентабельності є зниження собівартості продукції. Це може бути досягнуто шляхом раціонального використання матеріальних ресурсів, впровадження сучасних технологій, зменшення енерговитрат та мінімізації втрат у виробничому процесі. Важливу

роль також відіграє підвищення продуктивності праці, що дозволяє збільшити обсяг виробництва без пропорційного зростання витрат.

Не менш значущим є скорочення непрямих та невиробничих витрат, зокрема адміністративних і збитових. Оптимізація організаційної структури підприємства, удосконалення системи управління та впровадження сучасних методів обліку й контролю витрат сприяють більш ефективному використанню фінансових ресурсів.

Окрему увагу слід приділити управлінню асортиментом продукції. Зосередження на найбільш рентабельних видах продукції, а також поступове виведення з виробництва збиткових позицій дозволяє підвищити загальний рівень прибутковості діяльності. У цьому контексті важливим є і вдосконалення маркетингової політики підприємства, орієнтація на потреби споживачів та активне просування конкурентоспроможної продукції.

Крім того, значний ефект може дати підвищення якості продукції, оскільки це сприяє зміцненню позицій підприємства на ринку, зростанню попиту та можливості встановлення більш вигідної ціни. Паралельно важливо розвивати партнерські відносини з постачальниками та покупцями, що дозволяє зменшити витрати на закупівлю ресурсів і забезпечити стабільність збуту.

Таким чином, підвищення рентабельності підприємства досягається за рахунок комплексного впровадження заходів, спрямованих як на збільшення доходів, так і на оптимізацію витрат. Лише системний підхід до управління всіма аспектами діяльності підприємства забезпечує стійке зростання його ефективності та конкурентоспроможності.

Виходячи з даних, наведених у табл. 3.1, а також з урахуванням специфіки діяльності підприємства ТОВ «АДІС-МОТОР», можна зробити висновок, що одним із ключових напрямів підвищення рівня його рентабельності є вдосконалення маркетингової стратегії та реалізація комплексу заходів, спрямованих на зростання продуктивності праці персоналу. Саме поєднання цих двох складових дозволяє не лише збільшити

обсяги реалізації, але й підвищити ефективність використання внутрішніх ресурсів підприємства.

Проведений аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства дозволив виявити низку проблемних аспектів, які негативно впливають на рівень його рентабельності та ефективність функціонування. Серед основних проблем слід виділити зниження рентабельності операційної діяльності, погіршення показників ліквідності, уповільнення оборотності оборотних активів і запасів, а також скорочення фонду оплати праці. Наявність зазначених тенденцій свідчить про необхідність розробки та впровадження комплексу заходів, спрямованих на покращення фінансових результатів діяльності підприємства.

Для усунення виявлених недоліків та підвищення рівня рентабельності підприємства запропоновано ряд організаційно-економічних заходів, які наведено в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2 – Основні заходи щодо вирішення проблемних питань та підвищення рентабельності підприємства

Проблемне питання	Запропонований захід	Очікуваний результат
Зниження рентабельності операційних витрат	Посилення маркетингової діяльності та оптимізація витрат	Зростання ефективності використання витрат та підвищення рентабельності
Зниження ліквідності	Посилення контролю дебіторської заборгованості	Підвищення платоспроможності
Зниження оборотності запасів	Оптимізація складських запасів	Прискорення оборотності коштів
Зниження оборотності оборотних активів	Вдосконалення управління оборотним капіталом	Підвищення ефективності використання активів
Зниження фонду оплати праці	Впровадження системи мотивації персоналу	Зростання продуктивності праці

**Джерело: побудовано автором*

Захід перший – посилення маркетингової діяльності та оптимізація витрат.

Для підвищення рентабельності операційних витрат доцільним є впровадження комплексу заходів із посилення маркетингової діяльності

підприємства, зокрема використання інструментів таргетованої реклами та SMM-просування. Реалізація даного заходу спрямована на розширення цільової аудиторії, підвищення впізнаваності бренду та стимулювання попиту на продукцію і послуги підприємства.

Заплановано збільшення витрат на маркетингову діяльність на рівні 250 тис. грн на рік. За результатами аналітичних оцінок очікується зростання обсягів реалізації продукції та супутніх послуг у середньому на 5%.

За умови, що чистий дохід підприємства у 2025 році становить 327 695,5 тис. грн, приріст виручки складе:

327 695,5 × 5% = 16 384,8 тис. грн

Отже, прогнозований чистий дохід підприємства після впровадження заходу становитиме:

327 695,5 + 16 384,8 = 344 080,3 тис. грн

При цьому операційні витрати підприємства зростуть лише на суму додаткових витрат на маркетинг, тобто на 250 тис. грн, що є значно меншим темпом зростання порівняно з приростом доходу.

Для оцінки ефективності заходу враховуються інші операційні витрати підприємства, які у базовому періоді становлять 46 090,4 тис. грн. У результаті впровадження заходу вони збільшаться до:

46 090,4 + 250 = 46 340,4 тис. грн

Таким чином, темпи зростання доходу (5%) суттєво перевищують темпи зростання операційних витрат, що позитивно вплине на фінансові результати діяльності підприємства.

У результаті реалізації запропонованого заходу очікується підвищення прибутковості діяльності підприємства, що, у свою чергу, забезпечить зростання рентабельності операційних витрат. Це пояснюється покращенням співвідношення між отриманим фінансовим результатом та рівнем понесених витрат, що свідчить про підвищення ефективності використання ресурсів підприємства.

Отже, запропонований захід є економічно доцільним та може бути рекомендований до впровадження як інструмент підвищення рентабельності операційної діяльності підприємства.

Захід другий – посилення контролю дебіторської заборгованості.

У результаті впровадження заходу щодо посилення контролю дебіторської заборгованості передбачається скорочення її обсягів на 15% за рахунок підвищення платіжної дисципліни контрагентів та оптимізації умов розрахунків із покупцями. За умови, що дебіторська заборгованість підприємства становить 8114,5 тис. грн, її зменшення складе 1217,2 тис. грн, а прогнозне значення — 6897,3 тис. грн. Вивільнені кошти сприятимуть покращенню структури оборотних активів та підвищенню рівня ліквідності підприємства. Зокрема, відбувається зростання коефіцієнта поточної ліквідності з 1,509 до приблизно 1,58, а коефіцієнта абсолютної ліквідності — з 0,254 до 0,30, що свідчить про зміцнення платоспроможності підприємства та підвищення його фінансової стійкості.

Захід третій – оптимізація складських запасів.

У результаті впровадження заходу щодо оптимізації складських запасів, за аналітичними даними підприємства, передбачається їх зменшення на 15% за рахунок удосконалення системи управління запасами, покращення планування закупівель та скорочення надлишкових складських залишків. За умови, що обсяг запасів підприємства становить 66130,7 тис. грн, їх скорочення складе 9919,6 тис. грн, а прогнозне значення запасів — 56211,1 тис. грн. Реалізація зазначеного заходу дозволяє підвищити ефективність використання оборотних активів та прискорити їх оборотність.

З урахуванням незмінного обсягу собівартості реалізованої продукції на рівні 280594,5 тис. грн, за аналітичними розрахунками, оборотність запасів зросте з 4,24 до 4,99 оборотів. Відповідно, тривалість одного обороту зменшиться приблизно з 76,7 до 73 днів. Такі зміни свідчать про прискорення кругообігу оборотного капіталу та підвищення ефективності його використання.

Крім того, скорочення запасів забезпечує вивільнення оборотних коштів у розмірі 9919,6 тис. грн, які можуть бути спрямовані на погашення поточних зобов'язань або фінансування операційної діяльності підприємства. Таким чином, за аналітичними даними підприємства, запропонований захід сприяє покращенню фінансового стану, підвищенню ліквідності та зростанню ефективності управління оборотними активами

Захід четвертий – вдосконалення управління оборотним капіталом.

У результаті впровадження заходу щодо вдосконалення управління оборотним капіталом, за аналітичними даними підприємства, передбачається підвищення ефективності використання оборотних активів за рахунок оптимізації їх структури, прискорення процесу кругообігу коштів та скорочення періоду їх обороту. Основними напрямами реалізації заходу є удосконалення управління запасами, дебіторською заборгованістю та грошовими потоками підприємства.

За умови збереження чистого доходу від реалізації продукції на рівні 327 695,5 тис. грн та підвищення ефективності використання оборотних активів, коефіцієнт їх оборотності збільшується з 3,591 до 3,95 оборотів (орієнтовно на 10%). Це свідчить про прискорення обертання оборотних активів та більш ефективне їх використання у господарському процесі.

Підвищення оборотності оборотних активів означає зменшення тривалості їх одного обороту та скорочення періоду «заморожування» фінансових ресурсів у запасах і дебіторській заборгованості. У результаті підприємство отримує можливість більш швидко перетворювати вкладені кошти у грошову форму, що позитивно впливає на рівень ліквідності та фінансової стійкості.

Таким чином, за аналітичними розрахунками підприємства, запропонований захід сприяє підвищенню ефективності використання оборотних активів, прискоренню їх оборотності та загальному покращенню фінансового стану підприємства.

Захід п'ятий – впровадження системи мотивації персоналу.

У результаті впровадження системи мотивації персоналу, за аналітичними даними підприємства, очікується посилення зацікавленості працівників у результатах своєї діяльності та підвищення продуктивності праці. Основний акцент заходу спрямований на формування залежності між рівнем винагороди та фактичними результатами роботи, що стимулює більш ефективне використання трудового потенціалу підприємства.

За вихідних умов фонд оплати праці становить 2352,38 тис. грн, чисельність персоналу — 64 особи. У розрахунку на одного працівника це забезпечує середній рівень витрат на оплату праці, однак існуюча система не повною мірою відображає індивідуальний внесок працівників у кінцевий результат.

За прогнозними оцінками, впровадження мотиваційного механізму дозволяє забезпечити зростання продуктивності праці приблизно на 10%. Це проявляється у збільшенні обсягів реалізації продукції з 327 695,5 тис. грн до 360 465,1 тис. грн, що формує додатковий дохід у розмірі 32 769,6 тис. грн без зміни загального фонду оплати праці.

У розрахунку на одного працівника продуктивність підвищується з 5 120,2 тис. грн до 5 632,3 тис. грн, що свідчить про більш раціональне використання кадрового ресурсу та підвищення ефективності його віддачі.

Отримані результати підтверджують, що впровадження сучасної системи мотивації персоналу дозволяє досягти зростання результативності діяльності підприємства не за рахунок збільшення витрат на оплату праці, а завдяки підвищенню ефективності використання наявного трудового потенціалу.

Узагальнення запропонованих заходів, їх спрямованості на усунення виявлених проблем та очікуваних результатів впровадження подано в табл. 3.3, де систематизовано основні напрями підвищення рентабельності підприємства та відповідний економічний ефект від їх реалізації. Представлена таблиця дозволяє комплексно оцінити взаємозв’язок між визначеними проблемами діяльності підприємства, запропонованими

управлінськими рішеннями та очікуваними результатами їх впровадження, що забезпечує наочність і обґрунтованість запропонованих заходів. Застосування такого підходу дає можливість більш чітко визначити пріоритетність кожного напряму та його вплив на загальний фінансовий результат підприємства.

Таблиця 3.2 – Очікувані результати та економічний ефект від впровадження заходів підвищення рентабельності підприємства

№	Проблема	Запропонований захід	Очікуваний результат	Економічний ефект
1	Зниження рентабельності операційних витрат	Таргетована реклама та SMM-просування, оптимізація маркетингових витрат	Зростання ефективності використання витрат та підвищення прибутковості діяльності	Зростання виручки на 5% (≈ +32 769,6 тис. грн) та підвищення рентабельності операційних витрат
2	Зниження ліквідності	Посилення контролю дебіторської заборгованості	Прискорення надходження грошових коштів	Покращення коефіцієнта поточної ліквідності до нормативного рівня
3	Зниження оборотності запасів	Оптимізація складських запасів	Скорочення надлишкових запасів	Зменшення періоду обороту запасів (прискорення обігу коштів)
4	Зниження оборотності оборотних активів	Удосконалення управління оборотним капіталом	Підвищення ефективності використання активів	Зростання коефіцієнта оборотності оборотних активів
5	Зниження ефективності використання трудових ресурсів	Впровадження системи мотивації персоналу	Підвищення продуктивності праці на 10%	Зростання продуктивності одного працівника з 5 120,2 до 5 632,3 тис. грн

**Джерело: побудовано автором*

А тепер розглянемо найбільшу та мабуть найскладнішу наразі проблему підприємства, це знищення більшої частини підприємства внаслідок обстрілу БПЛА. В ніч на 13 лютого 2026 року м.Одеса було атаковано БПЛА, частина з яких прилетіла саме по потужностям ТОВ «АДІС-МОТОР». В результаті обстрілу на території підприємства виникла пожежа, площею більше 5500 м2.

Декілька днів після цього підприємство майже не мало змоги працювати, через те, що там працювали фахівці із вибухових пристроїв, проводились

експертизи щодо ушкоджень, вивозились залишки згорівших авто, які стояли на сервісному обслуговуванні, чекали на видачу клієнтам, чекали своєї черги на сервісне обслуговування також були службові автомобілі, автомобілі на стоянці, та ті, які були просто в автосалонах задля демонстрації. Загалом постраждало більше 70 автомобілів. У додатку Б продемонстровані фото згорілих автосалонів, на щастя, один, який був відданий під бренд Opel, підлягає відновленню, на відміну від великого, який був поділений на бренди Subaru та Peugeot, та сервісний центр для всіх цих 3 брендів, адже великий автосалон взагалі не підлягає відновленню. Тому наразі ТОВ «АДІС-МОТОР» займається оптимізацією роботи 5 брендів на менших виробничих потужностях та пошуком альтернативних складів та малярного цеху.

З урахуванням масштабів пошкоджень, спричинених знищенням значної частини виробничих та сервісних потужностей внаслідок обстрілу БПЛА, першочерговим завданням підприємства є відновлення безперервності операційної діяльності та забезпечення стабільного функціонування ключових бізнес-процесів. У таких умовах заходи мають бути спрямовані як на оперативну стабілізацію роботи, так і на довгострокове відновлення інфраструктури.

Першочерговим напрямом є перерозподіл навантаження між наявними виробничими потужностями та оптимізація використання вцілілих приміщень. Це дозволяє забезпечити часткове відновлення сервісного обслуговування та продажів без значних простоїв. Важливим є впровадження гнучкої системи організації робочих процесів із можливістю тимчасового об’єднання функцій окремих підрозділів.

Другим ключовим напрямом є оренда або тимчасове залучення альтернативних виробничих і складських приміщень, що дасть змогу відновити логістичні процеси, зберігання автомобілів та організацію сервісного обслуговування. Особливу увагу слід приділити вибору локацій із мінімальними логістичними витратами та достатнім рівнем технічного оснащення.

Третім напрямом виступає аутсорсинг частини сервісних та ремонтних робіт, що дозволить зменшити навантаження на власні потужності та забезпечити безперервність виконання замовлень клієнтів. Такий підхід є доцільним у період відновлення інфраструктури та дозволяє уникнути втрати клієнтської бази.

Четвертим важливим заходом є поетапне відновлення зруйнованих об’єктів або їх повна заміна новими функціональними площами, з урахуванням сучасних вимог безпеки та ефективності використання простору. У випадку об’єктів, що не підлягають відновленню, доцільним є будівництво нових мультифункціональних сервісних центрів із розширеними можливостями.

Додатково необхідно забезпечити перегляд бізнес-моделі функціонування підприємства в частині концентрації брендів на менших, але більш ефективно організованих площах, що дозволить оптимізувати витрати та підвищити керованість процесів.

У комплексі реалізація зазначених заходів забезпечить поступове відновлення операційної діяльності підприємства, зниження втрат від простоїв та формування нової більш стійкої та гнучкої структури функціонування в умовах кризових ситуацій.

ВИСНОВКИ

1. У результаті дослідження встановлено, що рентабельність є одним із ключових показників ефективності діяльності підприємства, який характеризує співвідношення отриманого прибутку до використаних ресурсів, активів, капіталу або витрат. На відміну від абсолютних показників прибутку, вона дозволяє об’єктивно оцінити результативність господарської діяльності та ефективність використання ресурсного потенціалу підприємства.

Визначено, що для комплексної оцінки прибутковості підприємства використовують систему показників рентабельності, зокрема рентабельність продукції, активів, власного капіталу та продажів. Їх аналіз дає змогу оцінити ефективність діяльності підприємства, виявити резерви підвищення прибутковості та обґрунтувати напрями подальшого розвитку.

Показники рентабельності є важливим інструментом фінансово-економічного аналізу та основою для прийняття управлінських рішень, спрямованих на підвищення ефективності діяльності підприємства.

2. Встановлено, що рентабельність є багатогранним показником ефективності діяльності підприємства, який класифікується за об’єктом аналізу, характером прибутку та періодом розрахунку. Основними є показники рентабельності продукції, продажів, активів, власного та інвестованого капіталу, що дозволяють комплексно оцінити рівень прибутковості підприємства.

Визначено, що кожен із показників характеризує окремі аспекти діяльності підприємства та дає можливість оцінити ефективність використання ресурсів і результативність управлінських рішень. Також у роботі розглянуто основні методи розрахунку рентабельності, зокрема співвідношення прибутку до витрат, виручки, активів і капіталу, а також методи динамічного та порівняльного аналізу.

3. Дослідження показало, що рівень рентабельності формується під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів. До зовнішніх належать економічна

ситуація, конкуренція та державна політика, а до внутрішніх – рівень витрат, організація виробництва, ефективність використання ресурсів та управлінські рішення. Забезпечення високого рівня рентабельності потребує комплексного врахування всіх факторів впливу.

4. У ході дослідження встановлено, що підприємство ТОВ «АДІС-МОТОР» є офіційним дилером п’яти автомобільних брендів у місті Одеса. Основним напрямом його діяльності є продаж імпортних автомобілів. Крім того, компанія надає послуги сервісного та технічного обслуговування транспортних засобів. Сервісні центри підприємства здійснюють повний спектр робіт, що включає технічну діагностику, обслуговування та ремонт автомобілів різного рівня складності.

Проведений SWOT-аналіз показав наявність значного внутрішнього потенціалу підприємства, а також певних ризиків, пов’язаних із конкуренцією, валютними коливаннями та нестабільністю економічного середовища.

У межах дослідження також було проаналізовано основні проблемні аспекти функціонування підприємства, визначено їх причини та запропоновано можливі варіанти їх вирішення, спрямовані на підвищення загальної ефективності діяльності та зміцнення фінансової стійкості.

Також було проаналізовано динаміку основних результатів діяльності підприємства ТОВ «АДІС-МОТОР» та було проаналізовано ефективність використання персоналу.

5. Аналіз фінансового стану підприємства за 2021–2025 роки свідчить про загалом позитивну динаміку окремих ключових показників. Зокрема, спостерігається зростання власного капіталу, а також покращення показників швидкої ліквідності та маневреності грошових коштів, що вказує на посилення фінансової стійкості підприємства та здатності забезпечувати поточну діяльність власними ресурсами.

Водночас виявлено й негативні тенденції, а саме зниження коефіцієнтів абсолютної та поточної ліквідності, що може свідчити про зменшення рівня миттєвої платоспроможності та певне ускладнення покриття

короткострокових зобов’язань. Такі зміни можуть бути пов’язані зі зростанням зобов’язань підприємства та активним використанням залучених фінансових ресурсів у процесі діяльності.

Отримані результати загалом характеризують підприємство як фінансово стійке, однак із наявністю окремих проблемних аспектів, що потребують подальшого вдосконалення управління ліквідністю та структурою зобов’язань для підвищення загальної ефективності фінансової діяльності.

6. У ході дослідження фінансового стану ТОВ «АДІС-МОТОР» було проведено аналіз показників ліквідності, фінансової стійкості та ділової активності підприємства та було розраховано систему ключових фінансових коефіцієнтів.

Отримані результати свідчать про загалом стабільний фінансовий стан підприємства. Спостерігається зростання власного капіталу та покращення окремих показників ліквідності, зокрема швидкої ліквідності та маневреності грошових коштів. Водночас виявлено зниження коефіцієнтів абсолютної та поточної ліквідності, що може свідчити про певне зростання фінансових зобов’язань та зменшення рівня миттєвої платоспроможності.

Аналіз ділової активності показав уповільнення оборотності оборотних активів та запасів, а також збільшення періоду погашення дебіторської заборгованості, що вказує на часткове зниження ефективності використання оборотного капіталу.

Таким чином, фінансовий стан ТОВ «АДІС-МОТОР» загалом можна оцінити як задовільний, однак окремі негативні тенденції вимагають удосконалення.

7. Дослідження показало напрями підвищення рентабельності підприємства та розроблено комплекс практичних заходів, спрямованих на покращення його фінансових результатів. Встановлено, що зростання ефективності діяльності можливе за рахунок збільшення виручки, оптимізації витрат, удосконалення управління оборотними активами та підвищення продуктивності праці.

Запропоновані заходи дозволяють усунути виявлені проблеми, зокрема щодо ліквідності, оборотності активів і ефективності використання ресурсів, та забезпечити підвищення рентабельності підприємства. Також визначено необхідність адаптації підприємства до значних втрат інфраструктури та відновлення його операційної діяльності.

У цілому реалізація запропонованих рішень сприятиме зміцненню фінансової стійкості підприємства та підвищенню його конкурентоспроможності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бержанір І.А., Гвоздєй Н.І., Уляніч Ю.В. Рентабельність як основний показник оцінки діяльності підприємства

2. Свірідова С.С., Пожар О.О. Оцінка факторів впливу на рентабельність підприємтва. 2014.

3. Костецький Я. І. Рентабельність як показник ефективності сільськогосподарського виробництва аналіз. 2012.

4. Форма №1 Баланс підприємства ТОВ “АДІС-Авто” за 2022-2024 рр.

5. Форма №2 Звіт про фінансові результати підприємства ТОВ “АДІС-МОТОР” за 2022-2024 рр.

6. https://autoconsulting.ua/article.php?sid=60136

7. Гаватюк Л.С. Перегіняк Н.М. Шляхи підвищення рівня прибутковості підприємств у сучасних умовах господарювання. *ЕКОНОМІКА І СУСПІЛЬСТВО.* 2017 р. №9. С. 363-367.

8. Романова Т.В. Чинники, що впливають на збільшення прибутку підприємств України в сучасних умовах / Т.В. Романова, Є.О. Даровський // Ефективна економіка. – 2015. – № 4.

9. Кошельок Г.В., Малікова І. П. Методичні підходи щодо оцінки економічної безпеки підприємства. «Східна Європа: економіка, бізнес та управління».2021. Вип. 5 (32). URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/index.php/2021.

10. Ладонько Л. С., Ганжа І. В. Сутність та моделі управління змінами на підприємстві. Науковий вісник Полісся. 2015. №2 (2). С. 101-108.

11. Грінченко Р. В., Літвінов О. С., Літвінова В. О. Цифрова адаптація бізнес-процесів для підвищення ринкової вартості підприємства. *Наукові перспективи*. 2026. № 2 (68). С. 2265-2280.

12. Літвінова В.О., Грінченко Р.В. Підвищення ефективності використання товарних запасів торговельного підприємства // Проблеми системного підходу в економіці. – Випуск 2 (58). – 2017.

13. Гайбура Ю.А. Методичні підходи щодо оцінки і прогнозування прибутковості підприємства. Подільський вісник: сільське господарство, техніка, економіка. 2023. № 1(38). С. 118-124.

14. Новіченко Л.С. Аналіз показників рентабельності підприємства: теоретичні та прикладні аспекти. Вісник Хмельницького національного університету. 2021. № 5. Том 2. С. 254-259.

15. Орленко О. М., Танасюк І. М.*Створення організаційно-економічних умов зростання продуктивності праці персоналу підприємства.* Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2019. № 6(269). С. 178–193 (0,94 д.а.).

16. Грінченко Р.В., Бабій О.М., Кошельок Г.В., Літвінова В.О. Прикладні аспекти використання SWOT-аналізу при формуванні стратегії розвитку територіальних громад. *Галицький економічний вісник*. 2024. Том 88. №3.https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/46236/2/GEJ_2024v88n3_Hrinchenko_R-Applied_aspects_of_using_167-179.pdf

17. Atstaja, D., Cudeka-Purina, N., Hrinchenko, R., Koval, V., Grasis, J., Vesere, R.. Alignment of circular economy business models for framing national sustainable economic development. *Acta innovations*. 2022. 2022(42). 5-14. URL: https://www.proakademia.eu/en/acta-innovations/find-issueskw/all-articles2022/no421/

18. Семенова В.Г., Павлова О.А. Роль інноваційно-інвестиційної діяльності у збільшенні прибутку підприємства. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2022. № 9-10. С. 118-123. URL: http://n-visnik.oneu.edu.ua/collections/2022/298-299/pdf/118-123.pdf

19. Літвінов О. С. Дохідна модель оцінювання вартості інтелектуального капіталу підприємства. *Теоретичні та прикладні питання економіки.* № 1(44). С. 12-22.

20. Філіпова Л. Я. Системи бізнес-аналітики: сучасні тенденції розвитку. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2022. №1. С. 43–48.

21. Непочатенко О. О., Пташник С. А. Фінансовий менеджмент як необхідна складова ефективної системи управління підприємством. *Ефективна економіка.* 2021. № 8. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9168.

22. Харченко Ю.А., Марченко В.О. Напрями формування стратегії розвитку підприємства в умовах конкурентного середовища. *Проблеми системного підходу в економіці.* № 2(88). 2022. с. 72-78. DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2022-2-10 (дата звернення 15.05.2026).

23. Бондаренко В., Чен Гаоцзян. Створення стратегії розвитку компанії в конкурентному середовищі. *Економіка та суспільство.* № 63. 2024. 8 с. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-94 (дата звернення 15.05.2026).

24. Тарасенко С. В., Петрушенко Ю. М. Міжнародний бізнес: навч. Посіб. Суми: СумДУ. 2021. 222 с. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83673

25. Новіченко Л. Н. Аналіз показників рентабельності підприємства: теоретичні та прикладні аспекти // *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. № 298(5). С. 254–259. URL: https://doi.org/10.31891/2307-5740-2021-298-5(2)-43

26. Васильєв В.В. Шляхи підвищення результативності українських підприємств // Фондовий ринок. 2009. № 12. С. 11-14.

27. Рудика В.І., Мамедов І.М. Характеристика рентабельності як показника ефективної діяльності підприємства. Інфраструктура ринку. 2019. Вип. 32. URL: http://socrates.vsau.org/repository/getfile.php/20955.pdf

28. Моїсеєва, Н.К. Міжнародний маркетинг і бізнес: Навчальний посібник / Н.К. Моїсеєва. – М .: КУРС, НДЦ ИНФРА-М, 2013. – 272 с.

29. Літвінова В. О. Економічна ефективність: сутність та форми // Вісник БУМІБ. – №2(26). – 2014. – С. 43–45.

30. Грінченко Р.В. Аналіз компонент середовища функціонування підприємства// Науковий вісник МГУ. Серія: Економіка і менеджмент. – Одеса. – 2017. – Випуск 27. – Частина 2. – С. 9-12.

31. Янковий О.Г. Маркетингове дослідження ринків збуту автомобілебудівних підприємств України //Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 5 (15). – С. 70-75.

32. Орленко О. М. Корпоративні системи управління як умова зростання продуктивності праці сучасного підприємства / Орленко О. М. // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. Наук. Праць; за ред.: М. І. Звєрякова (голов. Ред.) та ін. (ISSN 2313-4569). – Одеса: Одеський національний економічний університет. – 2015. – Вип. 3. – № 58. – С. 170-178.

33. Kwarteng, A., Dadzie, S. A., & Famiyeh, S. (2016). Sustainability and competitive advantage from a developing economy. Journal of Global Responsibility, 7(1), 110–125. https://doi.org/10.1108/jgr-02-2016-0003

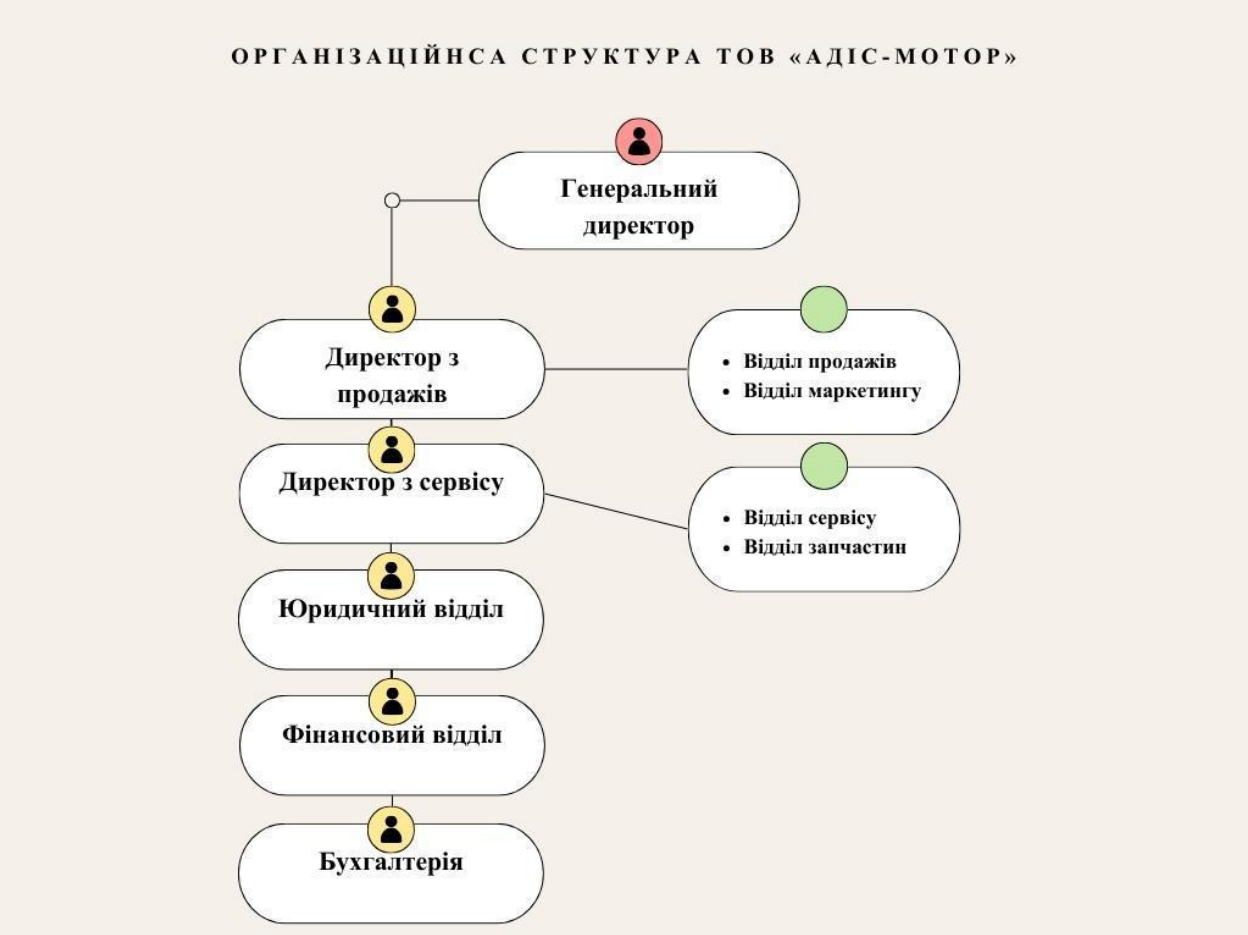
34. Монастирський Г., Волосюк М. Інституційні дисбаланси моделі управління розвитком території. Вісник економіки. 2021. Вип. 4. С. 23–37. Doi: https://doi.org/10.35774/visnyk2021.04.023

35. How Markets and Vendors Are Evaluated in Gartner Magic Quadrants. URL: https://www.gartner.com/en/documents/3956304 (дата звернення 15.05.2026).

ДОДАТКИ

Додаток А

Організаційна структура ТОВ «АДІС-МОТОР»



Додаток Б

Наслідки обстрілу підприємства ТОВ «АДІС-МОТОР»



