

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Факультет економіки і управління  
Кафедра економіки аналітики, моделювання та інформаційних технологій  
в бізнесі

## КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Магістр

Освітній рівень

Галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»

Спеціальність 051 «Економіка»

Освітня програма «Економіка і аналітика бізнесу»

на тему: «Шляхи підвищення прибутковості підприємств з виробництва меблів на прикладі ТОВ «ЮВВІС» (Хмельницька обл., Славутський р-н, с. Улашанівка)»

ДРЕАБ 024327.01.03.00

Виконала студентка II курсу,

група ЕАБмз-24-1

Керівник


Нормоконтролер

До захисту допускаю:

Завідувач кафедри ЕАБ та ІТБ

д-р екон. наук, проф.

16 12 2025 р.

  
Підпис, дата

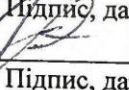
Іванна МИРОНЧУК

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

  
Підпис, дата


Павло ГРИГОРУК

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

  
Підпис, дата

Олександр ПИЛИПЯК

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

  
Підпис, дата

Павло ГРИГОРУК

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки і управління

Кафедра економіки аналітики, моделювання та інформаційних технологій в бізнесі

Освітній рівень «магістр»

Галуз знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»

Спеціальність 051 «Економіка»

Освітня програма «Економіка і аналітика бізнесу»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри П.М. Григорук

«1» 09 2025 р.

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Мирончук Іванни Василівни

Прізвище, ім'я, по батькові здобувача

1. Тема роботи «Шляхи підвищення прибутковості підприємств з виробництва меблів на прикладі ТОВ «ЮВВІС» (Хмельницька обл., Славутський р-н, с. Улашанівка)», керівник роботи доктор економічних наук, професор Григорук Павло Михайлович, затверджена наказом по університету від 25. 08.2025 року № 65, додаток № 12.
2. Строк подання студентом роботи на кафедру 15 грудня 2025 року
3. Вихідні дані до роботи Баланс та звіт про фінансові результати підприємства, наукові статті, навчальні посібники, статистична інформація по підприємству з Держстату та ін.
4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які необхідно розкрити): 1. Теоретичні основи прибутковості підприємства. 2. Аналітична оцінка діяльності підприємства. 3. Напрямки підвищення прибутковості ТОВ «ЮВВІС».
5. Перелік графічного матеріалу (із зазначенням обов'язкових креслень): Управління прибутком підприємства за окремими напрямками, Кількість діючих

суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності, Кількість суб'єктів господарювання в меблевій галузі по Україні, Основні техніко-економічні показники діяльності ТОВ «ЮВВІС», Динаміка реалізованої продукції ТОВ «ЮВВІС» у порівняльних цінах, Аналіз складу оборотних активів ТОВ «ЮВВІС» за 2023–2024 рр., Динаміка асортименту виготовленої продукції ТОВ «ЮВВІС» (нат. од.), Аналіз формування прибутку підприємства ТОВ «ЮВВІС», Рекомендаційні заходи для підвищення прибутковості ТОВ «ЮВВІС».

#### 6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1.Теоретико-методичний			
2.Дослідницько-аналітичний			
3.Проектно-рекомендаційний			
4.Нормконтроль			

Дата видачі завдання 1.09.25р.

#### Календарний план

Назва етапу (розділ) кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапу роботи	Примітка
Вступ		
Теоретичний розділ		
Аналітично-дослідницький розділ		
Проектно-рекомендаційний розділ		
Висновки		
Графічна частина		

Здобувач

  
Підпис

Іванна МИРОНЧУК  
ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Науковий керівник роботи

  
Підпис

Павло ГРИГОРУК  
ім'я, ПРІЗВИЩЕ

АНОТАЦІЯ  
до кваліфікаційної роботи

Здобувач

Мирончук Іванна Василівна  
Прізвище, ім'я, по батькові здобувача

Керівник

Григорук Павло Михайлович  
Прізвище, ім'я, по батькові

Тема роботи: «Шляхи підвищення прибутковості підприємств з виробництва меблів на прикладі ТОВ «ЮВВІС» (Хмельницька обл., Славутський р-н, с. Улашанівка)»

Пояснювана записка: 90 сторінок, 7 рисунків, 36 таблиць, 32 джерела, 2 додатки.

Ключові слова: прибутковість, підвищення прибутковості, управління прибутком.

Предмет дослідження – процес формування, розподілу та підвищення прибутковості підприємства.

Підприємство – об'єкт дослідження – ТОВ «ЮВВІС»

За результатами дослідження сформульовані ряд заходів для підвищення прибутковості, а саме:

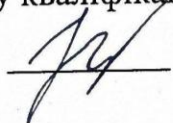
- оптимізація системи постачання та управління запасами;
- розширення асортименту продукції та спектра послуг;
- інвестиції у маркетингову та рекламну діяльність

Одержані результати можуть бути використанні щодо підвищення прибутковості ТОВ «ЮВВІС» на основі оптимізації витрат, удосконалення управління ресурсами та розширення ринків збуту.

Дата виконання кваліфікаційної роботи

Дата захисту кваліфікаційної роботи

Здобувач



Іванна МИРОНЧУК

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....	6
1.1 Формування і розподілу прибутку .....	6
1.2 Фактори впливу на підвищення прибутковості діяльності підприємства.	12
1.3 Управління прибутком та оцінювання прибутковості .....	19
РОЗДІЛ 2 АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	23
2.1 Макроекономічний аналіз галузі .....	23
2.2 Загальна характеристика ТОВ «ЮВВІС» .....	25
2.3 Аналіз ресурсів та асортиментної політики підприємства .....	30
2.4 Аналіз витрат .....	48
2.5 Аналіз фінансового стану та фінансових результатів.....	55
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ТОВ «ЮВВІС»...	68
3.1 Обґрунтування необхідності впровадження заходів .....	68
3.2 Забезпечення зростання прибутковості на ТОВ «ЮВВІС» за рахунок розширення асортименту .....	70
3.3 Розробка рекламної кампанії ТОВ «ЮВВІС».....	75
ВИСНОВОК.....	81
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ.....	83
ДОДАТОК А.....	86
ДОДАТОК Б.....	

## ВСТУП

За останнє десятиліття бізнес-середовище суттєво ускладнилося під впливом глобалізаційних процесів, посилення міжнародної конкуренції, швидких технологічних змін та періодичних економічних криз. Підприємства все частіше працюють в умовах непередбачуваності, де традиційні методи управління вже не забезпечують необхідного рівня гнучкості й ефективності. Крім того, вагомий вплив на діяльність підприємств мають коливання законодавчої бази, податкової політики та кон'юнктури ринку, що змушує бізнес постійно адаптуватися, оптимізувати витрати й удосконалювати систему управління фінансовими ресурсами.

У таких умовах дослідження питань, пов'язаних із прибутковістю підприємства, набуває особливої значущості. Аналіз факторів, що формують прибуток, дозволяє виявити слабкі місця у фінансовому стані підприємства, визначити резерви підвищення ефективності та розробити обґрунтовані управлінські рішення. Зокрема, системний підхід до вивчення прибутковості допомагає:

- оцінити результативність основної діяльності та встановити причини відхилень фінансових показників;
- сформулювати стратегію підвищення рентабельності через удосконалення структури витрат та розширення обсягів реалізації;
- прогнозувати наслідки фінансових рішень і враховувати можливі ризики;
- забезпечувати стабільність роботи підприємства в довгостроковій перспективі.

Підвищення прибутковості є не лише ключовою умовою фінансової стійкості компанії, а й основою її подальшого розвитку. Зростання прибутку дозволяє підприємству інвестувати в оновлення обладнання, розширення виробництва, створення нових робочих місць, вихід на нові ринки. Водночас

вчасне дослідження фінансових ризиків дає змогу уникати збитків, запобігати кризовим ситуаціям та формувати довгострокову конкурентну перевагу.

Водночас у сучасному діловому середовищі все більш очевидною стає роль цифровізації, яка вже не є просто трендом, а перетворилася на необхідну умову підвищення ефективності бізнесу. Цифрові технології дозволяють значно скоротити операційні витрати, автоматизувати рутинні процеси, підвищити точність планування та зменшити людський фактор. У таких сферах, як банківська діяльність, торгівля чи логістика, цифрові трансформації впроваджуються швидко й активно, оскільки не потребують значних капіталовкладень у фізичну інфраструктуру.

Натомість виробничі підприємства, включно з українськими, стикаються з більш складним процесом цифрової модернізації. Впровадження автоматизованих систем управління, сучасного обладнання, електронного документообігу чи технологій прогнозування аналітики вимагає значних інвестицій і часу. Проте навіть у промисловості кількість компаній, що усвідомили переваги цифрових рішень, стрімко зростає. Підприємства дедалі частіше впроваджують ERP-системи, цифрові платформи контролю виробництва, системи управління запасами, інтернет-моніторинг обладнання тощо, що дає можливість значно підвищити продуктивність праці, зменшити витрати та збільшити прибутковість.

Актуальність теми дипломної роботи зумовлена необхідністю пошуку ефективних шляхів підвищення прибутковості підприємств промислової галузі в умовах сучасного ринкового середовища. Сьогодні ринок динамічно змінюється під впливом нових викликів, технологічних тенденцій, зростання вимог споживачів та зовнішніх економічних факторів. У таких умовах підприємства змушені постійно адаптуватися, удосконалювати виробничі процеси та впроваджувати сучасні управлінські підходи.

Посилення конкуренції на промисловому ринку вимагає від керівників здатності оперативно реагувати на зміни та знаходити оптимальні рішення для стабілізації й підвищення фінансових результатів діяльності. Тому питання

забезпечення сталого зростання прибутковості, навіть за умов економічної нестабільності та обмеженості ресурсів, набуває особливої значущості та практичної цінності.

Метою дипломної роботи є обґрунтування теоретичних та практичних шляхів підвищення прибутковості промислового підприємства ТОВ «ЮВВІС» у сучасній ринковій економіці.

Досягненню мети сприяло виконання наступних завдань:

- узагальнення теоретичних та методичних основ прибутковості на підприємстві;
- аналіз ринкового середовища та організаційно-економічна характеристика підприємства ТОВ «ЮВВІС»;
- вивчення сучасного стану виробництва та прибутковості продукції на підприємстві;
- обґрунтування резервів підвищення прибутковості підприємства.

Об'єктом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та практичних аспектів підвищення прибутковості підприємства.

Предметом дослідження є господарська діяльність та прибутковість ТОВ «ЮВВІС» (с. Улашанівка).

Методи дослідження. Під час виконання дипломної роботи було використано системно-аналітичний метод, статистичний, графічний, табличний, економічний та фінансовий аналізи, методи аналізу та синтезу, метод узагальнення результатів дослідження, SWOT-аналіз. Інформаційною базою для написання кваліфікаційної роботи стали наукові статті, інтернет-джерела, дані бухгалтерської звітності досліджуваного підприємства та внутрішня інформація, законодавчі та нормативні акти та інше. Практичне значення результатів, отриманих під час написання роботи, дає можливість надати рекомендації підприємству як зміцнити його конкурентну позицію на ринку та впровадити запропоновані заходи щодо збільшення прибутковості.

## РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

### 1.1 Формування і розподілу прибутку

Прагнення отримувати прибуток закладене в основу будь-якої підприємницької діяльності. Ще на етапі зародження бізнес-ідеї підприємець оцінює її потенційну здатність приносити фінансовий результат, а під час реалізації бізнесу ця ціль стає визначальною для всіх управлінських рішень. Саме здатність формувати позитивний фінансовий результат після покриття всіх витрат є однією з ключових ознак ефективності будь-якої організації. Прибуток сигналізує про життєздатність компанії, забезпечує основу для її подальшого розвитку та дозволяє розширювати діяльність у перспективі. Відсутність прибутку у довгостроковому періоді ставить під загрозу існування підприємства, незалежно від галузі чи форми власності.

Тому аналіз рівня прибутковості – як поточного, так і минулого, а також прогнозування майбутнього фінансового результату – є важливими складовими системи управління. Прибутковість прямо пов'язана зі співвідношенням доходів та витрат підприємства. Доходи відображають грошові надходження від реалізації товарів або послуг, тоді як витрати характеризують вартість ресурсів, які були використані в процесі господарської діяльності. Прибуток визначають як частину доходу, що залишається після покриття всіх витрат підприємства; він є кінцевим підсумком діяльності компанії за певний період [1].

Кожне підприємство може по-своєму формулювати роль прибутку у своїй місії, проте загальна закономірність полягає в тому, що прибуток завжди виступає основою фінансової стійкості та є необхідним елементом довгострокового функціонування бізнесу. Саме тому для оцінки прибутковості традиційно використовується звіт про фінансові результати (звіт про прибутки та збитки), який узагальнює інформацію про доходи та витрати підприємства за

певний часовий проміжок, зазвичай рік [2]. Цей документ має важливе значення як для інвесторів, так і для керівництва, адже він дає змогу оцінити фінансовий стан підприємства та визначити напрями його подальшого розвитку.

Окрім ретроспективного аналізу, для оцінки майбутньої прибутковості використовують прогнозні форми звітності, зокрема проформу звіту про прибутки та збитки. Вона дозволяє оцінити потенційні фінансові результати на наступний період, тоді як бюджетування застосовується для прогнозування прибутковості окремих проєктів чи структурних підрозділів підприємства.

У теоретичній економіці існує значна кількість підходів до пояснення природи прибутку, що зумовлено різними поглядами на його джерела. Наприклад, К. Маркс вважав, що прибуток виникає внаслідок присвоєння додаткової вартості, створеної найманими працівниками. Сучасні теоретики здебільшого розглядають прибуток як компенсацію за ризик, який бере на себе підприємець, створюючи та розвиваючи бізнес. Існує також підхід, згідно з яким прибуток формується внаслідок недосконалої конкуренції або ринкових дисбалансів [3].

У практичній діяльності підприємств прибуток може розподілятися по-різному: у малому бізнесі він зазвичай надходить безпосередньо власникам, тоді як у великих акціонерних товариствах частина прибутку у вигляді дивідендів виплачується акціонерам. Нерозподілений прибуток може бути реінвестований у розвиток підприємства, що сприяє зростанню його конкурентоспроможності та фінансових можливостей.

Таким чином, прибуток відіграє як економічну, так і соціально-фінансову функцію: він є головним мотиватором розвитку бізнесу та необхідною умовою стабільності підприємства. Саме тому дослідження прибутковості та чинників, що впливають на її рівень, має не лише теоретичне, а й важливе практичне значення.

Зі збільшенням масштабів діяльності підприємства зростає і кількість факторів, що впливають на його фінансові результати та загальну ефективність функціонування. Розширення бізнесу супроводжується ускладненням

взаємозв'язків із зовнішнім середовищем, що підсилює значення отриманого прибутку для різних економічних процесів.

По-перше, прибуток підприємства відіграє помітну роль у формуванні доходної частини державного бюджету. Підприємства зобов'язані сплачувати низку податків, серед яких одним із ключових є податок на прибуток, ставка якого відповідно до Податкового кодексу України (ст. 136, п. 1) становить 18 % [4]. Це означає, що зростання фінансових результатів підприємств сприяє збільшенню надходжень до бюджету країни. Водночас підвищення обсягу бюджетних ресурсів створює передумови для економічного розвитку держави, фінансування соціальних програм, модернізації інфраструктури та підвищення рівня національної безпеки.

По-друге, високі показники прибутковості суттєво впливають на інвестиційну привабливість. Цей аспект важливо розглядати як на рівні окремого підприємства, так і на рівні галузі та країни загалом. Потенційні інвестори, аналізуючи фінансову звітність компанії, роблять висновки про її стійкість, конкурентоспроможність і здатність забезпечувати стабільну віддачу на вкладений капітал. Підприємства, що демонструють стабільний ріст прибутку, формують позитивний імідж на ринку, що, у свою чергу, сприяє притоку як внутрішніх, так і зовнішніх інвестицій. Це посилює позиції галузі та позитивно впливає на економічний імідж країни.

Третій аспект – поліпшення ділової активності підприємства. Прибуток створює базу для формування фонду нерозподіленого доходу, який може бути спрямований на розвиток виробництва, модернізацію основних засобів, оновлення обладнання, підвищення кваліфікації персоналу, а також впровадження інноваційних технологій. Зростання інвестиційних можливостей компанії безпосередньо підвищує її конкурентоспроможність, сприяє диверсифікації діяльності та створенню нових напрямів бізнесу.

Четвертим важливим наслідком є підвищення довіри з боку інвесторів. Позитивна динаміка прибутковості слугує свідченням стабільності та ефективності підприємства. Коли компанія протягом тривалого часу

демонструє зростання прибутку, інвестори отримують підтвердження правильності своїх вкладень. Зростання прибутковості, як правило, означає можливість збільшення дивідендних виплат, що прямо впливає на матеріальну зацікавленість акціонерів. У такому випадку інвестори менш схильні до продажу цінних паперів, забезпечуючи підприємству стабільну капітальну підтримку.

П'ятий фактор – зростання ринкової вартості акцій підприємства. Фондовий ринок тісно реагує на фінансові результати компаній, зокрема на величину отриманого прибутку та прогнози щодо подальшої діяльності. Якщо компанія демонструє високі фінансові показники, це, як правило, супроводжується підвищенням вартості її акцій. Крім того, оголошення про заплановані заходи з підвищення прибутковості може стати додатковим стимулом для позитивної реакції ринку, що сприятиме зростанню капіталізації підприємства [5].

Шосте значення прибутку полягає в забезпеченні умов для подальшого розвитку підприємства. Прибуток формує фінансову базу, яку компанія може використати для підтримки виробництва, оновлення або заміни застарілого обладнання, інвестування в нові проєкти, наймання персоналу та розширення виробничих потужностей. У результаті підприємство отримує можливість збільшувати свою частку ринку, розвивати нові продукти та зміцнювати конкурентні позиції.

Сьомий аспект – зростання рівня рентабельності. Оскільки показники рентабельності прямо пов'язані з величиною прибутку, їхнє підвищення є природним наслідком ефективної діяльності підприємства. Зростання рентабельності свідчить про економічну доцільність діяльності організації та її здатність забезпечувати належний рівень віддачі на вкладені ресурси (рисунок 1.1).

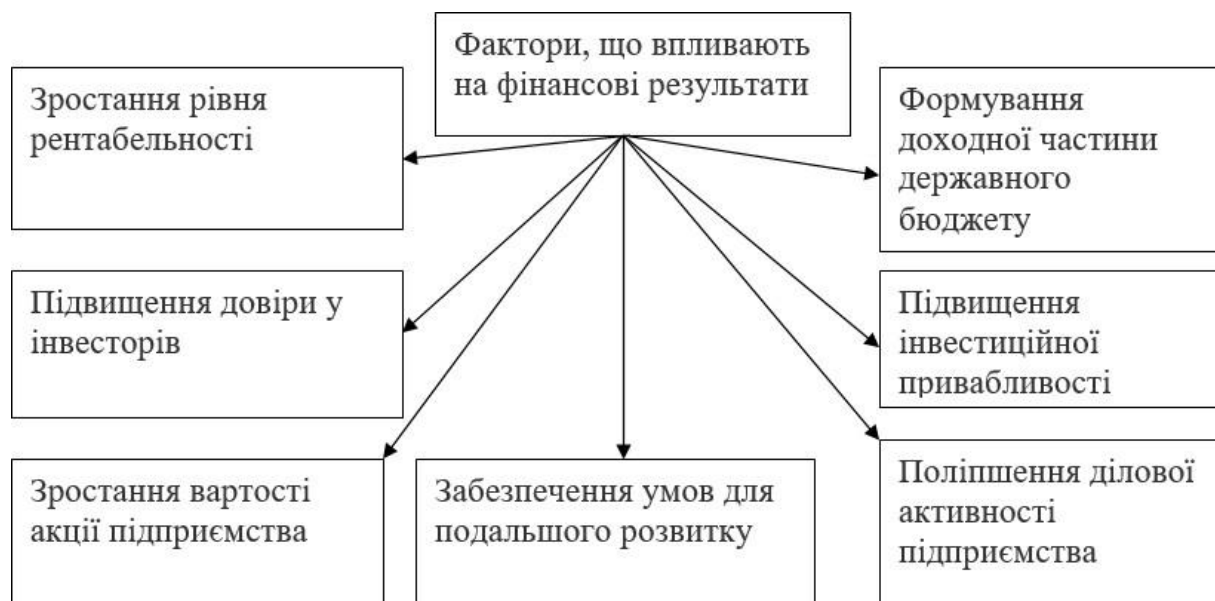


Рисунок 1.1 – Фактори, впливають на фінансові результати

Нарешті, усі перелічені чинники в комплексі сприяють підвищенню загальної ефективності діяльності підприємства. Зростання прибутковості забезпечує покращення фінансової стійкості, зміцнення конкурентних позицій, розширення ринкових можливостей та формування позитивного іміджу. Таким чином, прибуток виступає не лише кінцевим фінансовим результатом, а й важливим стратегічним індикатором, що визначає перспективи розвитку підприємства.

Керівники підприємств, а також зовнішні стейкхолдери (інвестори, кредитори, партнери) зазвичай оцінюють стан компанії, зіставляючи два ключові критерії – прибутковість та динаміку розвитку. Рентабельність, що виражається у формуванні позитивного фінансового результату, свідчить про те, що підприємство генерує доходи, які перевищують його витрати. Це сигналізує про ефективність основної діяльності та здатність компанії підтримувати стабільність у коротко- й середньостроковій перспективі.

Зростання ж, навпаки, пов'язане з інтенсивним розширенням бізнесу – збільшенням чисельності персоналу, освоєнням нових сегментів ринку, запуском додаткових продуктів чи технологій. Такі рішення дозволяють компанії зміцнювати позиції в конкурентному середовищі, однак надмірно

швидкі темпи розвитку можуть створювати ризики фінансових втрат, підвищувати навантаження на ресурси та знижувати контрольованість процесів.

Підприємства, що демонструють стабільний прибуток, але не здійснюють активного розширення, зазвичай вважаються менш привабливими для інвесторів, оскільки мають обмежений потенціал для зростання вартості бізнесу. Натомість компанії з агресивною експансією, але недостатньо якісним управлінням прибутковістю, можуть трактуватися як ризикові активи. Тому інвестори, приймаючи рішення щодо вкладення коштів, комплексно аналізують як рівень прибутковості, так і тренди розвитку. Оптимальним варіантом вважається підприємство, яке демонструє історію стабільного отримання прибутку та водночас має стратегічно обґрунтовані амбіції щодо зростання.

Таким чином, прибуток виступає фундаментальним показником результативності підприємства. Саме він визначає конкурентоспроможність на ринку, формує репутацію в очах інвесторів і партнерів, впливає на довіру споживачів, а також відкриває можливості для подальшого розвитку, інновацій та розширення діяльності.

У процесі аналізу господарської діяльності підприємства прибуток посідає центральне місце серед фінансових індикаторів. На його основі формують оцінку фінансової стійкості, платоспроможності, ділової активності та загальної ефективності функціонування. Залежно від економічної сутності та умов формування прибутку, у науково-практичній літературі використовується його різна класифікація. Найпоширенішою є така система:

1. За видами діяльності:

- прибуток від операційної діяльності;
- прибуток від інвестиційної діяльності;
- прибуток від фінансової діяльності.

2. За джерелами формування:

- прибуток від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг);
- прибуток від продажу активів чи майна;

- прибуток від позареалізаційних операцій (штрафів, пені, курсових різниць тощо).

### 3. За структурою:

- прибуток від звичайної діяльності;
- валовий (маржинальний) прибуток;
- операційний прибуток;
- надзвичайний прибуток;
- чистий прибуток.

### 4. За напрямками використання:

- прибуток, що спрямовується до бюджету;
- прибуток, який використовується на споживання;
- капіталізований прибуток, що реінвестується в розвиток підприємства

Узагальнюючи, прибуток є не лише результатом господарської діяльності, але й ключовим чинником економічного зростання підприємства, його стійкості та стратегічного потенціалу [6].

## 1.2 Фактори впливу на підвищення прибутковості діяльності підприємства

Для більшості підприємств ключовою стратегічною метою є нарощення прибутку та мінімізація ймовірності появи збитків. Саме ця цільова установка виступає одним із головних рушіїв ринкової економіки. Прагнення отримувати прибуток спонукає суб'єкти господарювання розробляти нові конкурентоспроможні продукти, впроваджувати інноваційні послуги та вдосконалювати технологічні процеси. Підприємства повинні не лише створювати цінність для споживачів, але й забезпечувати виконання цих завдань із максимально можливою економічною ефективністю. Більшість науковців та практикуючих економістів погоджуються, що саме прибутковий мотив є найдієвішим механізмом раціонального розподілу обмежених економічних ресурсів у ринкових умовах.

На величину прибутку впливає широкий спектр факторів, які істотно різняться за своїм характером та ступенем керованості. Частина з них є внутрішніми й може контролюватися менеджментом підприємства, тоді як інші – зовнішні, що формуються під впливом ринкових, соціально-економічних або політичних умов, і на них підприємство практично не має прямого впливу( рисунок 1.2). Ефективна робота менеджерів вимагає концентрації на тих змінних, які піддаються регулюванню: оптимізація витрат, вдосконалення цінової політики, підвищення продуктивності праці, розширення ринків збуту тощо. Регулярний аналіз цих факторів дозволяє своєчасно адаптувати управлінські рішення та забезпечувати максимізацію фінансових результатів.

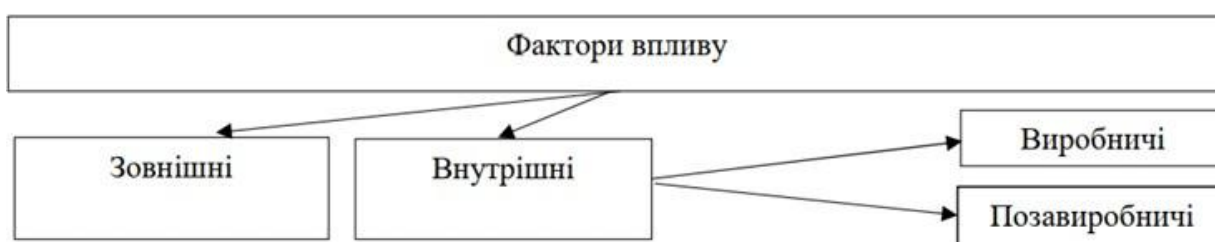


Рисунок 1.2 – Фактори впливу

Економічна сутність прибутковості ґрунтується на співвідношенні між доходами та витратами підприємства. При цьому величина доходу безпосередньо залежить від ціни реалізації продукції та кількості проданих товарів або наданих послуг. Виходячи з цього, можна стверджувати, що існує лише два базові напрями впливу на прибуток – збільшення доходів або скорочення витрат. Зростання доходів може бути досягнуте завдяки підвищенню цін, розширенню клієнтської бази, введенню до продажу нових товарів і послуг або збільшенню обсягів реалізації існуючого асортименту.

Важливо зазначити, що формування прибутку неможливе без правильного встановлення цін, які повинні не лише покривати всі витрати на виробництво й збут, а й забезпечувати прийнятний рівень рентабельності. Це є основоположною умовою успішного функціонування бізнесу. Водночас підприємству необхідно зважати на рівень цін конкурентів та загальні ринкові

тенденції у відповідній галузі. Аналіз ринкової кон'юнктури дозволяє визначити ступінь конкурентоспроможності підприємства, виявити оптимальну цінову стратегію, яка забезпечить максимальний прибуток, та прийняти рішення щодо коригування системи ціноутворення.

Раціональне ціноутворення, підкріплене продуманою маркетинговою та збутовою політикою, дає змогу підприємству не лише зміцнювати свої позиції на ринку, але й формувати довгостроковий потенціал для сталого економічного зростання.

Підвищення ціни може стати результативним інструментом збільшення доходу підприємства лише за умови наявності достатнього попиту на продукцію. Такий підхід є цілком дієвим у ситуації монополії, коли споживачі не мають альтернативних варіантів придбання товару чи послуги. Однак у конкурентному середовищі реакція ринку на зростання ціни може бути неоднозначною.

З одного боку, підвищення ціни здатне сигналізувати про покращення якості продукції, її інноваційність, унікальні властивості або додаткову цінність для клієнта. У такому разі споживачі можуть сприйняти подорожчання позитивно, розглядаючи його як виправдану компенсацію за вищу якість. Це підсилює довіру до підприємства та зміцнює його конкурентні переваги.

З іншого боку, необґрунтоване або недостатньо аргументоване підвищення ціни може спричинити негативну реакцію з боку споживачів: відчуття несправедливості, зниження задоволеності, а подекуди й відмову від купівлі продукції. У такому разі клієнти можуть легко переключитися на пропозиції конкурентів. Таким чином, підприємство повинно чітко усвідомлювати, що споживач має бути готовим платити вищу ціну лише тоді, коли товар справді має для нього необхідну цінність.

Розширення клієнтської бази також може сприяти збільшенню доходів, однак цей захід є ресурсомістким. Він передбачає додаткові витрати на маркетингові комунікації, рекламу, розвиток каналів збуту, а також збільшення обсягів виробництва для задоволення зростаючого попиту. У результаті доходи

зростатимуть паралельно зі збільшенням витрат, тому підприємству необхідно ретельно оцінити потенційну вигоду. Важливо, щоб приріст доходу не лише компенсував додаткові витрати, а й забезпечував приріст прибутку.

Ще одним шляхом збільшення доходів є розширення асортименту продукції або послуг. Проте впровадження нових товарних позицій потребує значних попередніх інвестицій. Підприємству доведеться розробити новий продукт, створити план його просування, реалізувати рекламну кампанію, а за необхідності – розширити штат працівників або модернізувати виробниче обладнання. Тому системне економічне, фінансове та маркетингове обґрунтування такого рішення є обов'язковою умовою його реалізації.

З огляду на це, управлінські рішення щодо підвищення цін, розширення ринків збуту або асортименту повинні прийматися лише після комплексної оцінки їхнього впливу на прибутковість підприємства та його конкурентні позиції на ринку.

Розширення обсягу товарів, які реалізуються одному покупцю, зазвичай потребує від підприємства менших витрат, ніж залучення нових клієнтів. Для досягнення цього необхідно глибоко розуміти поведінку та потреби споживача, аби пропонувати йому саме ті супутні товари, що можуть бути корисними. Такий підхід широко застосовується у роздрібній торгівлі. Наприклад, у супермаркетах товари розміщують таким чином, щоб стимулювати додаткові покупки: поруч із снеками зазвичай розташовують стелажі з напоями, поряд із фруктами й сирами – винні відділи, а біля кондитерських виробів часто можна побачити асортимент чаю та кави. Це дозволяє формувати ефект «комплексної покупки», збільшуючи середній чек без значного зростання витрат.

Кожен із наведених інструментів може забезпечити позитивний ефект лише за відповідних умов. Тому перед підприємством постає завдання ретельно проаналізувати власні можливості, характеристику цільового сегмента та специфіку попиту, щоб ухвалити найраціональніші рішення.

Зниження витрат також є дієвим способом підвищення прибутковості, однак надмірна економія може спричинити негативні наслідки. Раціональна

оптимізація затрат підвищує рентабельність, зміцнює конкурентні позиції та робить компанію більш гнучкою щодо цінової політики. Зменшивши витрати, підприємство отримує можливість або знижувати ціни з метою збільшення частки ринку, або спрямовувати заощаджені ресурси на поліпшення сервісу та швидкість реагування на потреби клієнтів.

Усі витрати поділяють на постійні та змінні, орієнтовні приклади вказані у таблиці 1.1. Постійні витрати не залежать від обсягу виробництва, тоді як змінні прямо пропорційні виробничому рівню. Управління співвідношенням цих видів витрат дає змогу впливати на фінансовий результат. Так, зі зростанням обсягів виробництва частка постійних витрат на одиницю продукції зменшується, що позитивно позначається на прибутковості. Тому за збільшення виручки доцільно переводити певні змінні витрати в постійні, а за падіння доходів – навпаки. Одним із прикладів є перехід працівників з погодинної на відрядну оплату чи в зворотному напрямку залежно від оперативних потреб підприємства [7].

Практика доводить, що значну частину витрат у структурі собівартості становить оплата праці, яка, як правило, належить до постійних витрат. Саме тому багато компаній прагнуть підвищити прибутковість шляхом скорочення персоналу. Проте такий підхід є ризикованим: підприємство може втратити кваліфікованих працівників, знизити свою репутацію на ринку праці та погіршити внутрішню організаційну культуру. Масове скорочення кадрів у межах цілої галузі може спричинити зменшення зайнятості, зниження споживчих доходів і, як наслідок, падіння попиту на товари й послуги, що веде до загального економічного спаду. Аналогічні ризики виникають і при переданні робочих місць у країни з дешевою робочою силою.

Таблиця 1.1 – Види витрат та їх приклади

Вид витрат	Приклади	Особливості	Управлінський вплив
Постійні	Оренда; зарплата адміністрації; амортизація	Не залежать від обсягу виробництва	Можна оптимізувати, але обережно

Змінні	Сировина; енергія; зарплата виробничих працівників	Прямо залежать від обсягів виробництва	Високий ступінь контролю
Змішані	Ремонт обладнання; логістика	Частково фіксовані, частково змінні	Потребують коректного обліку
Керовані витрати	Реклама; інновації; навчання	Оптимізуються через управлінські рішення	Висока
Некеровані витрати	Податки; тарифи; форс-мажори	Вплив обмежений або відсутній	Низька

Отже, скорочення персоналу може бути виправданим лише у випадках, коли підприємство дійсно має надлишок робочої сили, низьку продуктивність або проблеми з дисципліною. У таких ситуаціях оптимізація штату може допомогти зменшити витрати й підвищити ефективність використання робочих ресурсів.

Більш збалансованим способом скорочення витрат на оплату праці є перехід на відрядну форму оплати. Це дозволяє мотивувати персонал до продуктивнішої роботи, зменшити витрати на неефективних працівників та підвищити відповідальність за кінцевий результат. Зростання продуктивності, у свою чергу, сприяє скороченню часу виробництва одиниці продукції та підвищенню загального обсягу випуску, що позитивно впливає на фінансові показники підприємства.

У підсумку можна стверджувати, що підвищення прибутковості можливе за різних умов, якщо підприємство використовує гнучку систему управління витратами, враховуючи специфіку виробництва та стан ринку.

Впливати на загальний рівень витрат підприємства можливо також через оптимізацію собівартості продукції. Для цього компанія може переглядати умови закупівлі сировини, домагатися знижок та вигідніших контрактів із постачальниками, не допускаючи при цьому погіршення її якості. Окрім того, ефективним напрямом є впровадження сучасних ресурсозберігальних технологій, оновлення технологічних процесів та коригування рецептури виготовлення продукції з метою зниження виробничих витрат.

Ще одним важливим засобом нарощування прибутку є диверсифікація виробництва. Вона розглядається як один із ключових інструментів мінімізації

ризиків, запобігання збитковості та зниження залежності підприємства від одного виду продукції. Диверсифікація дозволяє розподілити ризики між кількома напрямками діяльності, забезпечуючи підприємству стійкіші позиції в умовах нестабільного ринкового середовища [8].

Підвищення прибутковості може відбуватися і через залучення підприємства до фінансової, інвестиційної та інших видів діяльності. Зокрема, інвестування виступає ефективним шляхом збільшення дохідності: воно не лише забезпечує додаткові грошові надходження, а й дозволяє зберегти капітал від інфляційного знецінення [9].

Проаналізували методи підвищення прибутковості, що передбачають прямий вплив на доходи, витрати та виробничі процеси підприємства. Однак існують і непрямі інструменти впливу, які не змінюють сам об'єкт, але здатні стимулювати його трансформацію.

Одним із таких факторів є конкурентне середовище. Навіть за правильно сформованої ціни рівень прибутку може зменшуватися через високу конкуренцію. Для подолання цього підприємству необхідно формувати сильну рекламну стратегію, яка б виділяла товар серед аналогів. Перед її запуском важливо провести детальний аналіз конкурентів, оцінити їх маркетингові заходи, асортиментну політику та позиціонування. Регулярний моніторинг стратегій конкурентів дозволяє підприємству своєчасно коригувати власні дії та створювати стабільні конкурентні переваги.

У сучасних умовах високої конкуренції бізнесу важливо постійно модернізувати маркетингові інструменти, впроваджувати нові канали комунікації та адаптуватися до змін поведінки споживачів. Проте кожна маркетингова активність повинна бути економічно обґрунтованою: важливо, щоб витрати на просування були узгоджені з очікуваним приростом доходів. Неefективна реклама може не лише не збільшити прибуток, а й погіршити фінансовий стан підприємства.

Важливим чинником впливу на прибутковість є імідж бренду. Репутація підприємства формується поступово завдяки якісному обслуговуванню,

відповідальному ставленню до працівників, клієнтів та партнерів, активній участі у соціальних проєктах. Високий рівень прибутку дозволяє підтримувати цей імідж, а сильний імідж, у свою чергу, сприяє зростанню довіри споживачів, що позитивно відображається на обсягах продажу та приваблює потенційних інвесторів. Таким чином, репутація та прибутковість виступають взаємопов'язаними категоріями.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що основою забезпечення стабільної прибутковості підприємства є систематичний аналіз і контроль його фінансового стану. Для цього менеджмент має регулярно оцінювати рівень витрат і доходів, джерела їх формування, виявляти проблемні ділянки в діяльності, а також оперативно реагувати на відхилення. Чим раніше буде виявлено потенційні загрози, тим менш значними будуть їх наслідки.

Не менш важливим є постійний пошук резервів для підвищення ефективності роботи та збільшення прибутку. Стабільно прибутковий бізнес формує позитивний імідж компанії на ринку, сприяє залученню нових клієнтів та інвестицій, що закладає основу для подальшого розвитку та зміцнення позицій підприємства.

Усі розглянуті фактори впливають на прибутковість комплексно. Жоден із них не може забезпечити результат самостійно. Тому перед ухваленням рішень необхідно ретельно планувати очікуваний ефект, проводити економічні розрахунки та співставляти прогнозовані результати з потенційними ризиками. Лише комплексний підхід до управління діяльністю дасть змогу досягти стабільного та довгострокового зростання рівня прибутковості підприємства.

Зважаючи на це, підприємствам необхідно не лише впроваджувати заходи з підвищення прибутку, а й постійно оцінювати його динаміку, щоб своєчасно визначати нові напрями розвитку та оптимізації діяльності.

### 1.3 Управління прибутком та оцінювання прибутковості

У своїй науковій роботі, присвяченій теоретичним аспектам управління прибутком підприємства [10], Є. Мордань виокремила низку ключових напрямів, за якими має здійснюватися управління прибутковістю (рисунок 1.3). Дослідниця підкреслює, що у процесі формування прибутку першочерговим завданням є визначення такого його рівня, який здатний забезпечити стабільний стратегічний розвиток підприємства. Водночас управління використанням прибутку передбачає його найбільш ефективний і збалансований розподіл між актуальними напрямками діяльності, що дасть змогу підтримувати операційну стабільність та інвестиційну активність компанії.



Рисунок 1.3 – Управління прибутком підприємства за окремими напрямками

Сучасні умови господарювання формують підвищений інтерес до теоретичних, методологічних та прикладних аспектів аналізу прибутковості підприємств. Це пояснюється тим, що стабільність та ефективність функціонування будь-якого суб'єкта господарювання значною мірою залежать від його здатності раціонально управляти фінансовими ресурсами та забезпечувати достатній рівень прибутку.

Прибутковість виступає ключовим індикатором результативності діяльності компанії, адже саме вона визначає можливості подальшого розвитку, формує основу фінансової стійкості та впливає на рівень платоспроможності підприємства. Чим вищою є прибутковість, тим більше можливостей має організація для інвестування, модернізації виробництва, зміцнення конкурентних позицій і забезпечення довгострокового зростання.

У цьому контексті аналіз прибутковості – не просто технічна процедура, а важливий інструмент стратегічного управління. Він дає змогу виявити тенденції у фінансових результатах, визначити проблемні зони, оцінити ефективність використання ресурсів та приймати обґрунтовані управлінські рішення.

Саме тому дослідження прибутковості підприємств потребує постійної уваги з боку науковців і практиків, оскільки від глибини та якості такого аналізу залежить здатність підприємства адаптуватися до змін ринкового середовища, своєчасно реагувати на ризики та використовувати нові можливості для зміцнення фінансових результатів.

Оцінювання рівня прибутковості підприємства передбачає комплексний аналіз як абсолютних, так і відносних фінансових показників. До абсолютних показників належить прибуток, тоді як рентабельність відображає ефективність використання ресурсів у відсотковому вимірі. Саме поєднання цих двох груп показників дає змогу сформулювати об'єктивне уявлення про фінансовий стан та результативність діяльності підприємства.

Одним із ключових критеріїв є чистий прибуток, тобто сума, яка залишається після покриття всіх витрат підприємства. Водночас у процесі аналізу застосовують різні його види – від валового до операційного, адже кожен із них формує окреме уявлення про ефективність різних етапів діяльності.

Не менш важливим показником є рентабельність, що характеризує здатність підприємства отримувати прибуток у розрахунку на вкладені ресурси. До найпоширеніших індикаторів належить рентабельність активів (ROA), яка

демонструє, наскільки ефективно компанія використовує власні активи для генерування прибутку. ROA розраховується за формулою 1:

$$\text{ROA} = \text{Чистий прибуток} / \text{Вартість активів} \times 100\% \quad (1)$$

Окрему увагу приділяють і нормі прибутку, що визначає, який відсоток принесла величина авансованого капіталу за аналізований період.

Для якісної оцінки прибутковості підприємства доцільно дотримуватись послідовного підходу:

1. Розрахунок основних показників. На основі даних фінансової звітності визначають чистий прибуток, показники рентабельності активів, продажів, власного капіталу тощо.

2. Аналіз динаміки у часі. Порівняння показників за кілька років дозволяє встановити тенденції – зростання рентабельності зазвичай сигналізує про підвищення ефективності господарювання.

3. Порівняння з конкурентами та середньогалузевими значеннями. Такий підхід допомагає зрозуміти, чиє становище підприємства є стабільним і конкурентоспроможним.

4. Виявлення чинників впливу. У процесі аналізу важливо встановити, що саме спричиняє зміни прибутковості – підвищення витрат, збільшення обсягів реалізації, оптимізація виробництва, оновлення асортименту чи зовнішні ринкові фактори.

Комплексне оцінювання прибутковості дозволяє підприємству своєчасно реагувати на зміни, визначати потенційні ризики та приймати обґрунтовані управлінські рішення, спрямовані на підвищення фінансової результативності.

## РОЗДІЛ 2 АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

## 2.1 Макроекономічний аналіз галузі

Українська меблева промисловість належить до секторів національної економіки, що зберігають значний потенціал для розвитку, нарощування експортних поставок і зміцнення фінансової стійкості країни. Попри масштабні виклики, спричинені війною, галузь продемонструвала здатність швидко адаптуватися до нових умов функціонування та навіть посилювати свої ринкові позиції. Структура ринку залишалася відносно стабільною: не спостерігалось суттєвих коливань чи масового вибуття виробників, що свідчить про міцність внутрішнього підприємницького середовища. Водночас важливою перевагою меблевої промисловості є стабільне позитивне зовнішньоторговельне сальдо, адже експорт меблів тривалий час перевищує імпорт, забезпечуючи притік валютної виручки та підтримуючи економічний баланс країни.

Станом на кінець 2024 року в Україні функціонує близько 23,5 тисячі суб'єктів господарювання (рисунок 2.1), пов'язаних із виробництвом меблів. Переважна більшість – це фізичні особи-підприємці, що підкреслює домінування малого бізнесу, його мобільність і здатність швидко реагувати на зміни попиту.

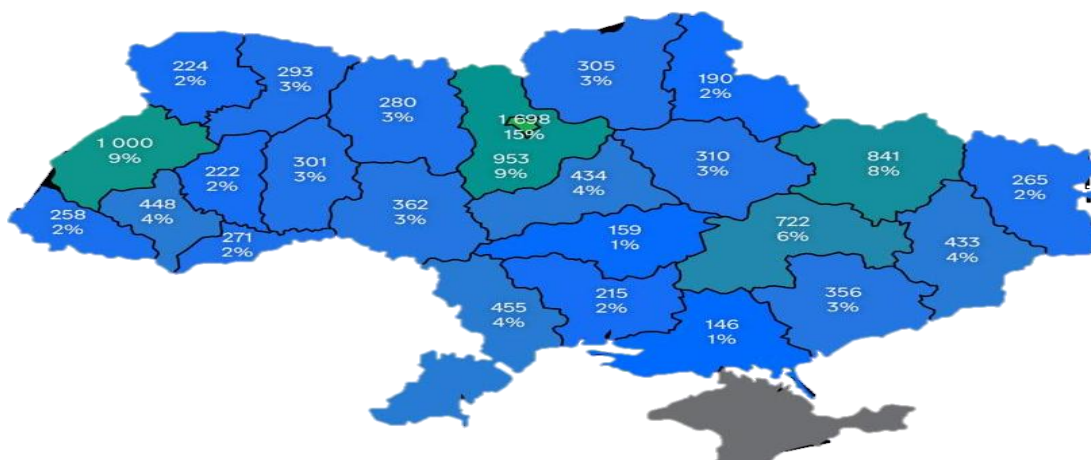


Рисунок 2.1 – Кількість суб'єктів господарювання в меблевій галузі по Україні

У загальній структурі суб'єктів господарювання меблева сфера залишається відносно ненасиченою, що створює додаткові можливості для входження нових гравців та розширення існуючих підприємств( таблиця 2.1).

Таблиця 2.1 – Кількість діючих суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності

Роки	Кількість діючих суб'єктів господарювання	
	усього	виробництво меблів та інше
2022	1732576	21173
2023	1913257	23301
2024	1949471	23470

Найбільш поширеним видом діяльності за КВЕД є виробництво інших меблів, зокрема м'яких, садових та корпусних для житлових кімнат. Деяко менше підприємств спеціалізуються на меблях для офісів і промислових об'єктів, однак ці сегменти також відіграють помітну роль у структурі ринку. Висока динамічність галузі, можливість оперативної модернізації виробничих процесів та орієнтація на зовнішні ринки створюють сприятливі передумови для активного розвитку українського меблевого сектору в середньостроковій перспективі.

Разом з тим сучасний розвиток галузі відбувається в умовах значного тиску зовнішніх факторів, насамперед воєнних. Підприємства змушені були переглянути логістичні підходи, перебудувати ланцюги постачання та адаптувати виробничі цикли. Попри втрату окремих виробничих потужностей та перебої в забезпеченні сировиною, більшість меблевих компаній швидко відновили операційну діяльність і змогли стабілізувати виробництво.

Одним із показників стійкості є зростання експорту меблів у 2023 році. Це свідчить про високий рівень конкурентоспроможності української продукції на ринках Європейського Союзу та інших країн. Аналітичні дослідження, у тому числі створені за підтримки ініціативи Дія.Бізнес [11], підтверджують як позитивну динаміку експорту, так і значний потенціал для подальшої міжнародної експансії українських виробників.

Проте інвестиційна привабливість галузі залишається неоднозначною. З одного боку, меблева промисловість має суттєвий потенціал для залучення іноземних інвестицій. З іншого – її розвиток стримує низка проблем, серед яких: значна частка тіньового виробництва, недостатня модернізація потужностей, нестача висококваліфікованих кадрів та високий дефіцит якісної деревини, що особливо загострився у 2025 році. Саме ці чинники суттєво впливають на конкурентоспроможність галузі та можливості масштабування виробництва.

Водночас міжнародні програми підтримки, зокрема EU4Business, створюють реальні інструменти для розвитку малого та середнього бізнесу в галузі, сприяючи доступу до грантових програм, навчальних ініціатив та консультативної підтримки. Враховуючи євроінтеграційний курс України та зростаючий попит на екологічні, якісні меблі на європейському ринку, українські виробники мають унікальне вікно можливостей для зміцнення позицій і збільшення ринкової частки.

Загалом меблева індустрія України сьогодні рухається шляхом переходу від моделі виживання до моделі стратегічного розвитку. Системне оновлення виробництва, модернізація бізнес-процесів, вихід на нові експортні ринки та впровадження інновацій стають ключовими драйверами її трансформації. Попри складний контекст, галузь демонструє, що навіть у період глибоких потрясінь можливо створювати конкурентоспроможний, сучасний та інноваційний бізнес, який здатний забезпечити сталий економічний результат і зробити вагомий внесок у розвиток національної економіки.

## 2.2 Загальна характеристика ТОВ «ЮВВІС»

Для аналізу меблевої промисловості було взято підприємство ТОВ «ЮВВІС».

Товариство з обмеженою відповідальністю «ЮВВІС» є підприємством виробничого спрямування, яке спеціалізується на виготовленні меблів. Підприємство зареєстровано у Хмельницькій області, Шепетівському районі, селі Улашанівка. За час свого існування підприємство пройшло шлях становлення від невеликої місцевої майстерні до стабільного суб'єкта господарювання, що займає свою нішу на ринку меблевої продукції. Форма власності – приватна, організаційно-правова форма – товариство з обмеженою відповідальністю. Основним видом економічної діяльності за КВЕД є виробництво інших меблів (код 31.09). Підприємство працює відповідно до чинного законодавства України та національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку.

ТОВ «ЮВВІС» було засновано з метою задоволення попиту населення та організацій на якісні меблі вітчизняного виробництва. Основними напрямками діяльності підприємства є виготовлення корпусних меблів для житлових і громадських приміщень, а також виготовлення індивідуальних замовлень за ескізами клієнтів. Асортиментна політика включає меблі для ванних кімнат з деревини та ДСП. Протягом останніх років підприємство активно модернізує своє виробництво, впроваджує нові технології розкрою та обробки матеріалів, використовує сучасне обладнання для зменшення витрат і підвищення якості продукції. Основними споживачами є населення Хмельницької та сусідніх областей, а також роздрібні торговельні мережі, з якими укладено договори поставок.

Тип виробництва підприємства – серійний із елементами індивідуального. Такий підхід дозволяє одночасно підтримувати масовий випуск стандартних моделей і виконувати замовлення за індивідуальними проектами. Рівень спеціалізації характеризується концентрацією на виробництві корпусних меблів із деревно-плитних матеріалів, що забезпечує стабільність якості та раціональне використання ресурсів. Підприємство має налагоджені зв'язки з

постачальниками сировини та фурнітури, здійснює кооперацію з місцевими транспортними компаніями та будівельними фірмами. Така взаємодія сприяє зниженню собівартості продукції та підвищенню гнучкості виробничого процесу.

Виробнича структура ТОВ «ЮВВІС» представлена сукупністю підрозділів основного, допоміжного та обслуговуючого виробництва. До основного виробництва належать цехи з розкромом деревини, складання меблів, шліфування та лакофарбового покриття. Допоміжні підрозділи забезпечують технічне обслуговування обладнання, ремонт інструментів і внутрішньовиробничий транспорт. Обслуговуючі ланки включають складське господарство, адміністративно-управлінський персонал і логістичний відділ. Підприємство володіє достатньою виробничою базою, зокрема основними фондами, вартість яких у 2024 році становила 15 773 тис. грн, що свідчить про стабільну матеріально-технічну забезпеченість.

Управління підприємством здійснюється на основі лінійно-функціональної структури, де кожен підрозділ має чітко визначені функції. На чолі підприємства стоїть директор, якому підпорядковуються: бухгалтерія, виробничий відділ, комерційна служба, служба постачання, служба збуту та технічний відділ. Така структура забезпечує ефективну координацію дій і контроль за виконанням завдань у всіх напрямках діяльності. Завдяки такій організації управління забезпечується своєчасне прийняття рішень, оперативне реагування на зміни попиту й оптимізація виробничих процесів.

Майно ТОВ «ЮВВІС» формується за рахунок внесків засновників до статутного капіталу, прибутків від господарської діяльності, а також залучених коштів у вигляді короткострокових кредитів і комерційних авансів. Станом на кінець 2024 року зареєстрований капітал становив 1 653 тис. грн, резервний – 541 тис. грн, нерозподілений прибуток – 27 640 тис. грн, що підтверджує фінансову стабільність підприємства та позитивні результати діяльності.

Аналіз техніко-економічних показників діяльності ТОВ «ЮВВІС» за 2022–2024 рр. свідчить про збереження стабільної роботи підприємства та

позитивну динаміку ключових результатів(таблиця 2.2). Чистий дохід у 2023 р. зріс на 38,9 % порівняно з 2022 р., проте у 2024 р. спостерігалось незначне його зниження – на 6,4 % унаслідок зменшення попиту(рисунок 2.2).

Таблиця 2.2 – Основні техніко-економічні показники діяльності ТОВ «ЮВВІС»

№ з/п	Показник	Од. виміру	2022	2023	2024	Темп зростання, % 2023/2022	Темп зростання, % 2024/2023
1	Чистий дохід від реалізації продукції	тис. грн	56 937	79 061	74 310	138,86	93,99
2	Середньооблікова чисельність працівників	осіб	71	70	59	98,59	84,29
3	Чистий дохід на 1 працівника	тис. грн/особу	801,93	1 129,44	1 259,49	140,84	111,51
4	Фонд заробітної плати	тис. грн	5 718	7 546	7 182	131,97	95,18
5	Середньорічна зарплата одного працівника	грн	80 535,21	107 800,00	121 728,81	133,85	112,92
6	Повна собівартість реалізованої продукції	тис. грн	56 766	73 791	69 434	129,99	94,10
7	Витрати на 1 грн реалізованої продукції	грн	0,997	0,933	0,934	93,62	100,11
8	Прибуток від реалізації продукції	тис. грн	171	5 270	4 876	3 081,87	92,52
9	Чистий фінансовий результат (прибуток)	тис. грн	1 898	4 576	4 299	241,10	93,95
10	Рентабельність доходу	%	0,30	6,67	6,56	2 219,46	98,44
11	Середньорічна вартість основних фондів	тис. грн	2 605	1 233	684	47,33	55,47
12	Фондоозброєність праці	тис. грн/особу	36,69	17,61	11,59	48,01	65,82

Незважаючи на скорочення середньооблікової чисельності персоналу (на

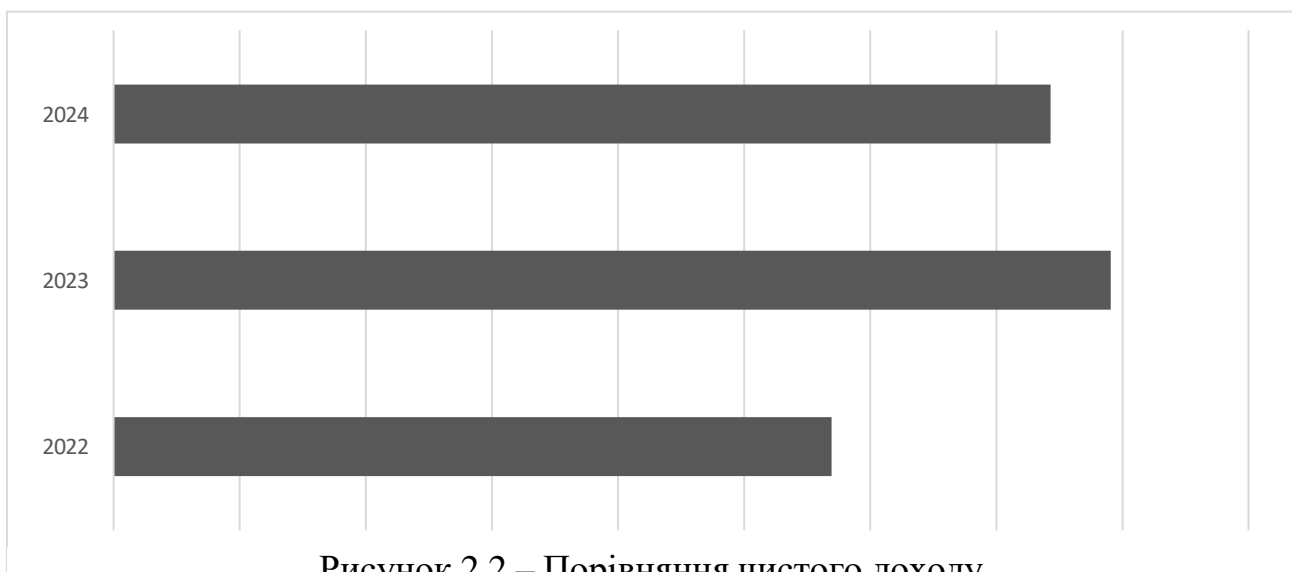


Рисунок 2.2 – Порівняння чистого доходу

15,7 % у 2024 р. до 2023 р.), підприємство забезпечило подальше зростання продуктивності праці – до 1 259,49 тис. грн на особу, що на 11,5 % більше, ніж попереднього року.

Витрати на 1 грн реалізованої продукції залишилися практично незмінними (0,85 грн), що свідчить про ефективну політику управління собівартістю. Рентабельність доходу підвищилася з 3,3 % у 2022 р. до 5,8 % у 2024 р., що є позитивним результатом у межах галузевих норм. Чистий прибуток збільшився більш ніж удвічі – з 1 898 тис. грн у 2022 р. до 4 299 тис. грн у 2024 р., незважаючи на певне скорочення обсягів продажу (рисунок 2.3).

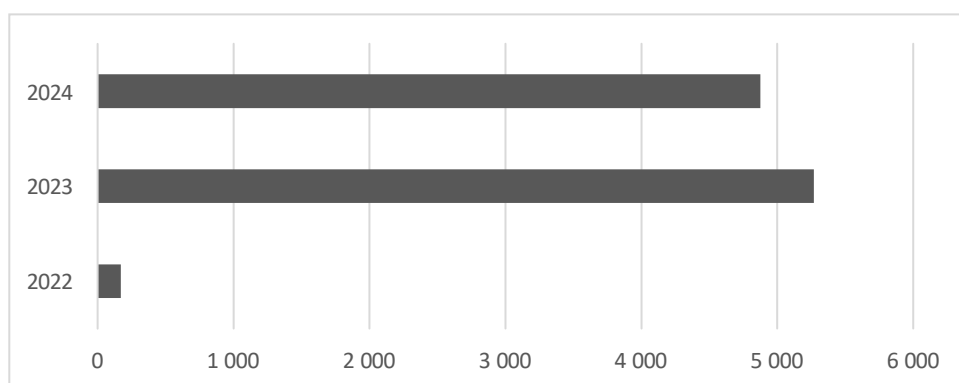


Рисунок 2.3 – Порівняння чистого фінансового результату

Водночас спостерігається зниження середньорічної вартості основних фондів майже в 4 рази за період, що свідчить про інтенсивне вибуття або амортизацію активів. Це зменшило фондоозброєність праці до 11,59 тис. грн/особу, але підприємство компенсувало це підвищенням ефективності працівників і технологічною оптимізацією.

Загалом ТОВ «ЮВВІС» демонструє здатність адаптуватися до ринкових коливань, підтримувати прибутковість і забезпечувати стабільний розвиток за рахунок контролю витрат, продуктивної праці та раціонального використання ресурсів.

### 2.3 Аналіз ресурсів та асортиментної політики підприємства

Ефективне використання трудових ресурсів має важливе значення для результативної діяльності підприємства. Аналіз складу і структури персоналу дозволяє визначити зміни чисельності працівників, рівень кваліфікації кадрів та збалансованість між різними категоріями працівників (таблиця 2.3).

Дані свідчать, що середньооблікова чисельність працівників на підприємстві ТОВ «ЮВВІС» за останні три роки зменшилася з 71 до 59 осіб, тобто на 12 осіб (16,9 %). Основна частина персоналу – це робітники, частка яких у загальній структурі кадрів становить близько 62–63 %, що є типовим показником для виробничих підприємств.

Таблиця 2.3 – Склад і структура працюючих на підприємстві ТОВ «ЮВВІС»

Показник	Чисельність, осіб			Структура кадрів, %		
	2022	2023	2024	2022	2023	2024
Середньооблікова чисельність працівників, усього	71	70	59	100	100	100
з них працівники основної діяльності, у т.ч.:	67	65	55	94,4	92,9	93,2
– робітники	45	44	37	63,4	62,9	62,7

– керівники	10	10	8	14,1	14,3	13,6
– фахівці	8	8	7	11,3	11,4	11,9
– службовці	4	3	2	5,6	4,3	3,4

Водночас кількість керівників скоротилася з 10 до 8 осіб, а фахівців – із 8 до 7, що свідчить про оптимізацію управлінського апарату та зменшення адміністративних витрат. Незначне зниження чисельності службовців (із 4 до 2 осіб) також підтверджує тенденцію до раціоналізації персоналу. Загалом кадрова структура залишається стабільною та збалансованою, а подальше підвищення ефективності можливе завдяки розвитку професійних компетенцій робітників і фахівців.

Раціональне використання трудових ресурсів є однією з ключових умов стабільного розвитку підприємства. Аналіз динаміки руху персоналу дозволяє оцінити стабільність колективу, рівень кадрових змін, ефективність підбору та утримання працівників (таблиця 2.4).

Як видно з даних таблиці середньооблікова чисельність персоналу на підприємстві ТОВ «ЮВВІС» у 2024 році зменшилася до 59 осіб проти 70 у 2023 році. Незважаючи на це, кількість прийнятих працівників зросла з 10 до 13 осіб (темп зростання – 130 %), що свідчить про активне оновлення кадрового складу.

Таблиця 2.4 – Динаміка руху робочої сили на ТОВ «ЮВВІС»

Показник	2022	2023	2024	Темпи зростання звітнього року до попереднього, %
1. Середньооблікова чисельність персоналу, осіб	71	70	59	106,8
2. Кількість прийнятих на роботу, осіб	9	10	13	130
3. Кількість звільнених з роботи, осіб	10	21	9	112,5
4. Кількість звільнених за власним бажанням чи за порушення трудової дисципліни, осіб	3	18	4	133,3
5. Коефіцієнт обороту по прийому	12,68	14,29	22,03	–

6. Коефіцієнт обороту по вибуттю	14,08	30,00	15,25	–
7. Коефіцієнт плинності кадрів	4,23	25,71	6,78	–

Кількість звільнених працівників скоротилася з 21 до 9 осіб, а звільнених за власним бажанням або за порушення трудової дисципліни – з 18 до 4 осіб, що є позитивною тенденцією. Коефіцієнт обороту по прийому зріс до 22,03, тоді як коефіцієнт вибуття знизився до 15,25, а коефіцієнт плинності кадрів – до 6,78.

Загалом це свідчить про стабілізацію кадрової ситуації та покращення умов праці на підприємстві. Для подальшого зміцнення трудового колективу доцільно розвивати систему мотивації, підвищувати рівень заробітної плати та забезпечити можливості професійного розвитку працівників.

Продуктивність праці є одним із найважливіших показників ефективності використання трудових ресурсів. Її рівень визначається співвідношенням обсягу виробленої продукції до витрат праці та залежить від забезпеченості персоналу технікою, організації праці, кваліфікації кадрів і мотиваційних чинників (таблиця 2.5).

Порівняльний аналіз показує, що у звітному 2024 році підприємство зменшило середньооблікову чисельність робітників на 11 осіб порівняно з 2023 роком і на 6 осіб порівняно з планом. Водночас середня кількість відпрацьованих днів на одного працівника зросла з 228 до 232 днів, а середня тривалість робочого дня – з 7,85 до 7,95 годин, що свідчить про підвищення інтенсивності праці та поліпшення організації виробничого процесу.

Загальна кількість відпрацьованих людино-годин зменшилася на 16,4 тис. годин порівняно з попереднім роком і на 9,4 тис. годин – відносно плану, що пояснюється скороченням чисельності персоналу. Водночас обсяг понаднормових робіт збільшився на 0,7 тис. годин у порівнянні з 2023 роком і на 0,5 тис. годин – проти плану, що може свідчити про дефіцит робочої сили або нерівномірне завантаження працівників. Для підвищення ефективності

використання трудових ресурсів доцільно переглянути графіки роботи та вдосконалити планування трудових навантажень.

Таблиця 2.5 – Використання трудових ресурсів підприємства ТОВ «ЮВВІС»

Показник	2023 рік	2024 рік		Відхилення (±)	
		планове завдання	фактично	2023 рік	планове завдання
1. Середньооблікова чисельність робітників, осіб	70	65	59	-11	-6
2. Відпрацьовано за рік одним робітником:					
– днів	228	230	232	4	2
– годин	1 790	1 820	1 845	55	25
3. Середня тривалість робочого дня, год	7,85	7,91	7,95	0,10	0,04
4. Відпрацьовано людино-годин за рік, тис. год	125,3	118,3	108,9	-16,4	-9,4
в т.ч. понаднормово	4,8	5	5,5	0,7	0,5

Ефективність праці є важливим показником економічного розвитку підприємства, що характеризує продуктивність використання робочої сили та її внесок у формування кінцевих результатів діяльності. Аналіз динаміки показників дає змогу оцінити зміни у трудовому потенціалі, виявити резерви підвищення продуктивності та оптимізації робочого часу.

Як свідчать розрахунки, у звітному 2024 році на підприємстві ТОВ «ЮВВІС» спостерігається зниження обсягів реалізації продукції на 4 751 тис. грн (на 6,0 %) порівняно з попереднім роком, що супроводжувалося зменшенням середньооблікової чисельності персоналу на 11 осіб. Попри це, продуктивність праці зросла: середньорічний дохід на одного працівника підвищився з 1 129,44 до 1 259,49 тис. грн, а середньогодинний виробіток – з 0,99 до 1,09 грн, тобто на 0,10 грн, тоді як середньоденний виробіток зріс із 7,81 до 8,66 грн(таблиця 2.6).

Таблиця 2.6 – Динаміка ефективності праці на ТОВ «ЮВВІС»

Показник	2022	2023	2024	Відхилення (±)
----------	------	------	------	----------------

1. Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн	56 937,00	79 061,00	74 310,00	-4 751,00
2. Середньооблікова чисельність персоналу, осіб	71	70	59	-11,00
з них робітників	45	44	37	-7,00
3. Питома вага робітників, %	63,38	62,86	62,71	-0,15
4. Відпрацьовано днів одним робітником за рік	228,00	230,00	232,00	2,00
5. Середня тривалість робочого дня, год	7,85	7,91	7,95	0,04
6. Загальна кількість відпрацьованого часу за рік, тис. людино-год	125,30	118,30	108,90	-9,40
7. Середньорічний дохід на одного працівника, тис. грн	801,93	1 129,44	1 259,49	130,05
8. Середньоденний виробіток робітника, грн	5 549,42	7 812,35	8 656,80	844,45
9. Середньогодинний виробіток робітника, грн	706,93	987,66	1 088,91	101,25

Таке підвищення ефективності праці свідчить про раціональніше використання трудових ресурсів, удосконалення організації виробництва та зростання інтенсивності праці. Водночас питома вага робітників зменшилася незначно – з 62,86 % до 62,71 %, що свідчить про збереження стабільної кадрової структури. Для подальшого підвищення продуктивності праці доцільно розширювати систему мотивації персоналу, удосконалювати навчання та автоматизувати окремі етапи виробництва.

Продуктивність праці формується під впливом низки взаємопов'язаних факторів, які відображають як внутрішні умови діяльності підприємства, так і зовнішні економічні обставини. До найважливіших чинників, що визначають рівень продуктивності, належать: технічна оснащеність виробництва, кваліфікація працівників, організація робочого процесу, рівень мотивації, а також стан матеріально-технічного забезпечення (таблиця 2.7).

Таблиця 2.7 – Основні фактори, що впливають на продуктивність праці ТОВ «ЮВВІС»

Група факторів	Конкретний показник	Вплив на продуктивність праці	Оцінка впливу у звітному році
Техніко-	Оновлення	Збільшує	Позитивний, оновлено

технологічні	обладнання, механізація процесів	продуктивність за рахунок скорочення трудомісткості	12 % устаткування
Організаційні	Раціональне планування робочого часу, зменшення простоїв	Підвищує використання робочого часу	Помірно позитивний, простої зменшено на 8 %
Кадрові	Підвищення кваліфікації працівників, зниження плинності кадрів	Зростання ефективності праці та стабільності колективу	Позитивний, проведено 2 навчальні програми
Соціально-економічні	Зростання заробітної плати та преміювання	Мотивує працівників до підвищення продуктивності	Відчутний позитивний вплив
Матеріально-технічні	Своєчасне постачання матеріалів і ресурсів	Зменшує втрати часу через нестачу сировини	Позитивний, перебої відсутні
Зовнішні	Економічна ситуація в галузі, зміна цін на ресурси	Може як стимулювати, так і гальмувати виробництво	Нейтральний, стабільна ситуація у галузі

У звітному році на підприємстві переважали позитивні фактори, що сприяли підвищенню продуктивності праці. Найвагомішими серед них були технічна модернізація обладнання, вдосконалення організації праці та підвищення рівня матеріальної мотивації персоналу. Це забезпечило приріст продуктивності на підприємстві на 5–7 % порівняно з попереднім роком.

Разом із тим зберігається потенціал для подальшого зростання ефективності праці. Доцільно продовжити технічне переоснащення виробництва, удосконалити систему стимулювання та посилити кадрову політику, орієнтовану на розвиток кваліфікації й зменшення плинності кадрів.

Виробництво товарної продукції безпосередньо залежить від ефективності використання трудових ресурсів (таблиця 2.8). Основними чинниками, що впливають на зміну обсягу продукції, є чисельність працівників, кількість відпрацьованих днів одним робітником, тривалість робочого дня та середньогодинний виробіток. Аналіз цих факторів дозволяє визначити внесок кожного у зміну загального результату діяльності підприємства.

Таблиця 2.8 – Факторний аналіз впливу трудових показників на обсяг товарної продукції ТОВ «ЮВВІС»

Показник	2022	2023	2024	Відхилення, ±	Вплив на обсяг продукції, тис. грн
1. Середньооблікова чисельність робітників, осіб	45	44	37	-7,0	-12 577,89
2. Середня кількість відпрацьованих днів одним робітником, днів	228	230	232	2,0	578,11
3. Середня тривалість робочого дня, год	7,850	7,910	7,950	0,0	339,12
4. Середньогодинний виробіток, грн	0,707	0,988	1,089	0,1	6 909,65
Разом зміна обсягу товарної продукції, тис. грн					-4 751,00

У результаті факторного аналізу встановлено, що загальне зменшення обсягу товарної продукції ТОВ «ЮВВІС» у 2024 році становить 4 751 тис. грн. Найбільший негативний вплив мало зменшення чисельності робітників (-12 577,89 тис. грн), що суттєво знизило виробничий потенціал підприємства.

Водночас збільшення кількості відпрацьованих днів одним робітником (+2 дні) дало додатковий приріст обсягу продукції на 578,11 тис. грн, а зростання середньої тривалості робочого дня (+0,04 год) забезпечило додатково 339,12 тис. грн. Найбільший позитивний ефект спостерігається від збільшення середньогодинного виробітку (+0,1 грн), що забезпечило приріст продукції на 6 909,65 тис. грн.

Отже, зниження обсягу реалізації зумовлене переважно скороченням чисельності робітників, тоді як якісні показники праці – інтенсивність і продуктивність – мали позитивний вплив. Для стабілізації ситуації доцільно удосконалити кадрову політику, зберегти кваліфікованих працівників і посилити мотивацію до ефективної праці.

Ефективне використання фонду заробітної плати (ФЗП) є одним із ключових завдань управління трудовими ресурсами. Аналіз ФЗП дозволяє визначити тенденції зміни обсягів оплати праці, її структури, а також з'ясувати,

наскільки зміна фонду відповідає динаміці продуктивності праці та чисельності персоналу.

У звітному 2024 році фонд оплати праці ТОВ «ЮВВІС» (таблиця 2.9) зменшився на 364 тис. грн (на 4,8 %) порівняно з попереднім роком, що зумовлено скороченням чисельності персоналу на 15,4 %. При цьому фонд заробітної плати робітників знизився на 610,06 тис. грн (на 12,4 %), тоді як фонд оплати праці інших категорій персоналу зріс на 246,06 тис. грн (на 9,3 %). Це свідчить про перерозподіл витрат на користь управлінського персоналу та фахівців.

Основна частина витрат (понад 60 %) як і раніше припадає на оплату праці робітників, що підтверджує виробничу спрямованість підприємства. Водночас середньорічна заробітна плата одного працівника зросла з 107,8 до 121,73 тис. грн (на 12,9 %), а робітника – з 111,48 до 116,08 тис. грн (на 4,1 %). Це свідчить про збереження позитивної динаміки в оплаті праці, незважаючи на зменшення загального фонду.

Для подальшого підвищення ефективності використання фонду оплати праці підприємству доцільно посилити зв'язок між оплатою та результативністю, розширити систему преміювання за продуктивність і якість, а також оптимізувати структуру персоналу.

Таблиця 2.9 – Аналіз фонду оплати праці на ТОВ «ЮВВІС»

Показник	Одиниця виміру	2022	2023	2024	Темп зростання, %
1. Загальний фонд заробітної плати	тис. грн	5 718,00	7 546,00	7 182,00	95,18
1.1. Фонд зарплати робітників	тис. грн	3 602,30	4 904,90	4 294,84	87,56
1.2. Фонд зарплати інших категорій персоналу	тис. грн	2 115,70	2 641,10	2 887,16	109,32
2. Середньооблікова чисельність промислово-виробничого персоналу	осіб	67,00	65,00	55,00	84,62
3. Середньорічна заробітна плата:	грн/особу				
– одного працівника		80,54	107,80	121,73	112,92

– одного робітника		80,05	111,48	116,08	104,13
--------------------	--	-------	--------	--------	--------

Структура фонду заробітної плати дозволяє оцінити, як розподіляються витрати на оплату праці між різними категоріями персоналу, а також визначити тенденції у співвідношенні основної та додаткової заробітної плати. Аналіз структури допомагає виявити напрями оптимізації витрат і підвищення ефективності мотиваційної системи підприємства.

Аналіз структури фонду оплати праці на ТОВ «ЮВВІС» (таблиця 2.10) за 2022–2024 роки свідчить про певне зниження загального фонду оплати праці у 2024 році до 7 182,0 тис. грн (на 4,8 % менше, ніж у 2023 році). Водночас структура виплат зазнала помітних змін: частка оплати праці робітників знизилася з 65,0 % до 59,8 %, тоді як частка керівників, службовців і фахівців зросла з 35,0 % до 40,2 %. Це вказує на посилення ролі управлінського персоналу та підвищення вартості кваліфікованої праці.

Виплати за рахунок чистого прибутку у 2024 році становили 105,8 тис. грн, що трохи менше, ніж у попередньому році (–6,5 %), проте зберігається стабільна частка таких виплат у структурі фонду – близько 1,5 %, що підтверджує постійне соціальне спрямування політики підприємства.

Загальна сума коштів, спрямованих на споживання, у 2024 році становила 7 076,2 тис. грн, або 98,53 % фонду оплати праці, що свідчить про високий рівень забезпечення персоналу та ефективне використання фонду. У подальшому доцільно забезпечити баланс між темпами зростання заробітної плати та продуктивністю праці, аби підтримати фінансову стабільність підприємства.

Таблиця 2.10 – Аналіз структури фонду оплати праці та фонду споживання персоналу ТОВ «ЮВВІС»

Показник	Сума, тис. грн, рік			Структура, %, рік		
	2022	2023	2024	2022	2023	2024
1. Фонд оплати праці персоналу:	5 718,00	7 546,00	7 182,00	100,00	100,00	100,00

– робітників	3 602,30	4 904,90	4 294,84	63,00	65,00	59,80
– керівників, службовців, фахівців	2 115,70	2 641,10	2 887,16	37,00	35,00	40,20
2. Виплати за рахунок чистого прибутку, у т.ч. матеріальна допомога	85,90	113,20	105,80	1,50	1,50	1,47
3. Загальні кошти, направлені на споживання	5 632,10	7 432,80	7 076,20	98,50	98,50	98,53

Порівняльний аналіз динаміки середньорічної заробітної плати та продуктивності праці дозволяє оцінити, наскільки ефективно підприємство використовує трудові ресурси й чи відповідає рівень оплати праці результативності роботи персоналу (таблиця 2.11). Співвідношення темпів зростання заробітної плати й продуктивності праці є важливим індикатором економічної стабільності, адже перевищення темпу росту заробітної плати над продуктивністю може свідчити про ризик зростання собівартості продукції.

У звітному 2024 році середньорічна заробітна плата працівників ТОВ «ЮВВІС» зросла на 12,9 %, тоді як продуктивність праці підвищилася на 11,5 %. Це означає, що темпи зростання оплати праці дещо випереджають темпи зростання продуктивності (коефіцієнт співвідношення – 1,04), що свідчить про певне послаблення ефективності використання фонду заробітної плати.

Таблиця 2.11 – Динаміка середньорічної заробітної плати та продуктивності праці на ТОВ «ЮВВІС»

Показник	Одиниця виміру	2022	2023	2024	Темп зростання, %
1. Чистий дохід від реалізації продукції	тис. грн	56 937,00	79 061,00	74 310,00	93,99
2. Середньооблікова чисельність працівників	осіб	71,00	70,00	59,00	84,29
3. Продуктивність праці (чистий дохід на 1 працівника)	тис. грн/особу	801,93	1 129,44	1 259,49	111,51
4. Середньорічна заробітна плата одного працівника	грн	80 535,00	107 800,00	121 729,00	112,92
5. Співвідношення темпів зростання продуктивності та заробітної плати	коэф.		1,05	1,04	99,05

Водночас чистий дохід від реалізації продукції зменшився на 6 %, а чисельність працівників скоротилася на 15,7 %, що вказує на оптимізацію трудових ресурсів і зростання навантаження на одного працівника. Попри це, підвищення заробітної плати супроводжується зростанням результативності праці, що свідчить про позитивну динаміку розвитку підприємства.

Для забезпечення подальшого підвищення ефективності оплати праці доцільно впровадити систему преміювання, пов'язану з показниками продуктивності, та збалансувати темпи зростання заробітної плати з темпами зростання обсягів реалізації і прибутковості.

Рівень оплати праці є одним із ключових факторів, що формують собівартість продукції (таблиця 2.12). Підвищення середньої заробітної плати призводить до збільшення витрат на оплату праці, а отже – і до зміни структури виробничих витрат. Для оцінки цього впливу використовується показник частки витрат на оплату праці в собівартості продукції та метод ланцюгових підстановок, який дозволяє виділити вплив кожного фактора окремо.

Розрахунок показав, що підвищення рівня оплати праці на підприємстві ТОВ «ЮВВІС» у 2024 році порівняно з 2022 роком призвело до зростання собівартості продукції на 1 464 тис. грн, або на 0,6 %. Це відбулося на фоні збільшення частки витрат на оплату праці в собівартості з 10,78 % до 11,38 %, що свідчить про зростання ролі трудових витрат у структурі виробничих витрат.

Таблиця 2.12 – Вплив зміни рівня оплати праці на собівартість продукції ТОВ «ЮВВІС»

Показник	Одиниця виміру	2022	2023	2024	Відхилення 2024 р. до 2022 р., ±	Темп зміни, %
1. Випуск товарної продукції	тис. грн	56 937,00	79 061,00	74 310,00	17 373,00	93,99
2. Витрати на оплату праці	тис. грн	5 718,00	7 546,00	7 182,00	1 464,00	95,18
3. Собівартість продукції	тис. грн	53 051,00	67 506,00	63 119,00	10 068,00	93,50

4. Частка витрат на оплату праці в собівартості	%	10,78	11,18	11,38	0,60	101,79
5. Зміна собівартості за рахунок підвищення оплати праці	тис. грн		270,00	126,39		46,81

Водночас обсяг товарної продукції у 2024 році зменшився на 6 % порівняно з 2023 роком, тоді як собівартість скоротилася на 6,5 %, що вказує на ефективне управління витратами. Незважаючи на незначне підвищення рівня оплати праці, підприємству вдалося зберегти прибутковість і забезпечити стабільний фінансовий результат, оскільки зростання заробітної плати супроводжувалося підвищенням продуктивності праці та оптимізацією ресурсів.

Отже, зростання фонду оплати праці можна вважати економічно виправданим, адже воно сприяє підвищенню мотивації працівників, зниженню плинності кадрів і покращенню якості продукції, що в довгостроковій перспективі позитивно впливає на конкурентоспроможність підприємства.

Рівень виробництва продукції є ключовим показником ефективності діяльності підприємства, який визначає його фінансові результати, конкурентоспроможність і позицію на ринку. Аналіз динаміки обсягів виробництва та структури випущеної продукції дозволяє оцінити тенденції розвитку, визначити найбільш прибуткові напрями діяльності та оптимізувати асортимент.

Як показує аналіз структури випущеної продукції ТОВ «ЮВВІС» (таблиця 2.13), у 2022–2024 рр. відбулися помітні структурні зміни на користь основного виду продукції – шаф, частка яких зросла з 52,4 % до 56,3 %. Це свідчить про орієнтацію підприємства на найприбутковіший та найбільш затребуваний сегмент ринку.

Таблиця 2.13 – Структура випущеної продукції ТОВ «ЮВВІС»

Найменування виду продукції	2022	2023	2024	Відхилення (2023–2022)	Відхилення (2024–2023)
Шафи(основна продукція)	52,4	54,1	56,3	1,7	2,2
Комплекти меблів для ванної кімнати (допоміжна продукція)	28,7	27,4	26,1	-1,3	-1,3
Інше	18,9	18,5	17,6	-0,4	-0,9
Разом	100	100	100	–	–

Водночас частка комплекти меблів для ванної кімнати і нових моделей (комод, тумб) дещо зменшилася – відповідно на 1,3 % і 0,9 %, що може бути пов'язано з перенесенням виробничих ресурсів на основну продукцію. Загалом структура виробництва стала більш спеціалізованою, що підвищує ефективність використання потужностей та рентабельність діяльності підприємства.

Обсяг виробництва товарної продукції є важливим показником результативності господарської діяльності підприємства. Його динаміка свідчить про ступінь використання виробничого потенціалу, ефективність управлінських рішень та конкурентоспроможність продукції на ринку (таблиця 2.14).

Таблиця 2.14 – Динаміка товарної продукції ТОВ «ЮВВІС»

Рік	Фактичні обсяги виробництва продукції (робіт, послуг), тис. грн	Темп зростання, %
2022	56 937,00	–
2023	79 061,00	138,86
2024	74 310,00	93,99

За результатами аналізу динаміки товарної продукції ТОВ «ЮВВІС» видно, що у 2023 році підприємство продемонструвало значне зростання обсягів виробництва – на 38,9 % порівняно з 2022 роком. Така позитивна тенденція свідчить про активізацію виробничої діяльності та підвищення ефективності використання ресурсів. Однак у 2024 році спостерігається незначне зниження обсягів виробництва на 6,0 % у порівнянні з попереднім

роком, що може бути пов'язано з коливаннями попиту, зростанням собівартості або нестабільністю постачання сировини. Попри це, рівень виробництва залишається вищим, ніж у 2022 році, що підтверджує загальну стабільність та конкурентоспроможність підприємства. Для відновлення динаміки зростання доцільно оптимізувати виробничі процеси, розширити асортимент продукції та зміцнити позиції на ринку за рахунок підвищення якості та вдосконалення маркетингової стратегії.

Аналіз виконання плану по асортименту дозволяє оцінити ступінь відповідності фактичного випуску продукції запланованій структурі виробництва. Він показує, наскільки підприємство забезпечує ринковий попит та дотримується стратегічних напрямів розвитку, зокрема щодо випуску основних і нових видів продукції.

За результатами аналізу динаміки товарної продукції ТОВ «ЮВВІС» видно, що у 2023 році підприємство значно наростило обсяги виробництва – на 38,9 % порівняно з 2022 роком (з 56 937,0 тис. грн до 79 061,0 тис. грн) (таблиця 2.15). Така позитивна динаміка свідчить про активізацію виробництва, зростання попиту на продукцію та ефективніше використання виробничих ресурсів.

Таблиця 2.15 – Динаміка фактично випущеної продукції по асортименту ТОВ «ЮВВІС»

Найменування виду продукції	2022	2023	2024	Темп зростання, % (2023 до 2022)	Темп зростання, % (2024 до 2023)
Шафи (основна продукція)	29 834,99	42 772,00	41 836,53	143,36	97,81
Комплекти меблів для ванної кімнати (допоміжна продукція)	16 340,92	21 662,71	19 394,91	132,57	89,53
Інше	10 761,09	14 626,29	13 078,56	135,92	89,42
Разом	56 937,00	79 061,00	74 310,00	138,86	93,99

Проте у 2024 році обсяги виробництва знизилися на 6,0 % – до 74 310,0 тис. грн, що може бути наслідком певного насичення ринку або тимчасових труднощів у постачанні сировини. Незважаючи на це, рівень виробництва

залишається вищим, ніж у базовому 2022 році, що підтверджує загальну стабільність діяльності підприємства та збереження конкурентних позицій.

Для підтримання зростаючої тенденції у подальшому доцільно зосередитись на розширенні асортименту, впровадженні нових технологій та підвищенні продуктивності праці, що дозволить забезпечити сталий розвиток виробництва.

Аналіз динаміки асортименту дає можливість оцінити, як змінювалася структура виробництва продукції у натуральному вираженні. Це дозволяє визначити, які види продукції користуються стабільним попитом, а які потребують перегляду або оптимізації (таблиця 2.16).

Дані таблиці свідчать, що упродовж 2022–2024 років підприємство ТОВ «ЮВВІС» демонструє зростання обсягів виробництва більшості видів меблів. Найвищі темпи зростання спостерігаються по м'яких меблях (+25,2 %) та інших видах продукції (+25,0 %), що пояснюється поживленням попиту та розширенням асортименту.

Таблиця 2.16 – Динаміка асортименту виготовленої продукції ТОВ «ЮВВІС» (нат. од.)

Найменування виду продукції	2022	2023	2024	Абсолютне відхилення (+;-)	Відносне відхилення, %
Шафи(основна продукція)	6 629,65	6 797,12	7 311,68	514,56	107,57
Комплекти меблів для ванної кімнати (допоміжна продукція)	3 631,12	3 442,54	4 309,89	867,36	125,20
Інше	2 391,23	2 324,34	2 906,29	581,95	125,04
Разом	12 652,00	12 564,00	12 987,00	423,00	103,37

Основний вид продукції – шафи – також показав позитивну динаміку: їх випуск зріс із 6 629,65 до 7 311,68 одиниць (+10,9 %), що підтверджує збереження попиту на ключовий напрям виробництва. Загалом обсяг випуску продукції збільшився на 423 одиниці (на 3,4 %), що свідчить про ефективне використання виробничих потужностей і стабільну асортиментну політику підприємства.

Отже, ТОВ «ЮВВІС» зуміло забезпечити розширення виробництва завдяки гнучкому реагуванню на ринковий попит, що є свідченням його адаптивності та конкурентоспроможності.

Реалізація продукції є одним із ключових показників ефективності діяльності ТОВ «ЮВВІС», адже саме вона визначає рівень доходів підприємства та його конкурентоспроможність на ринку. Для забезпечення об'єктивності оцінки динаміки обсягів реалізації використано порівняльні ціни, що дозволяє нейтралізувати вплив інфляційних процесів і зосередитися на реальному фізичному обсязі продажів (таблиця 2.17).

За аналізований період 2022–2024 років підприємство ТОВ «ЮВВІС» демонструє зростання обсягів реалізованої продукції, хоча темпи цього зростання поступово сповільнюються. У поточних цінах обсяг реалізації зріс із 56 937,0 тис. грн у 2022 році до 74 310,0 тис. грн у 2024 році, що становить приріст на 30,6 %. Проте в порівняльних цінах, з урахуванням інфляції, реальне зростання склало 16,5 %, що свідчить про ефективну діяльність підприємства навіть за умов підвищення цін.

Таблиця 2.17 – Динаміка реалізованої продукції ТОВ «ЮВВІС» у порівняльних цінах

Рік	Обсяг реалізованої продукції у поточних цінах, тис. грн	Індекс цін, %	Обсяг реалізованої продукції у порівняльних цінах, тис. грн	Темп зростання у порівняльних цінах, %
2022	56 937,0	100,0	56 937,0	100,0
2023	79 061,0	108,0	73 204,6	128,6
2024	74 310,0	112,0	66 348,2	116,5

У 2023 році спостерігалось найактивніше зростання – темп приросту у порівняльних цінах становив 128,6 %, що відображає розширення ринку збуту та зростання попиту.

Натомість у 2024 році обсяги реалізації дещо скоротилися до 66 348,2 тис. грн у порівняльних цінах, однак залишилися на 16,5 % вищими, ніж у базовому 2022 році.

Таким чином, підприємство успішно утримує позитивну динаміку розвитку, зберігаючи конкурентоспроможність завдяки оновленню асортименту, покращенню якості продукції та підвищенню ефективності виробництва.

Виробництво та реалізація продукції залежать від комплексу внутрішніх і зовнішніх факторів, які визначають ефективність використання ресурсів, динаміку обсягів випуску, прибутковість і конкурентоспроможність підприємства. Для оцінки цього впливу використаємо факторний аналіз, який дозволяє виділити основні чинники зміни обсягів реалізації продукції на ТОВ «ЮВВІС».

До основних факторів, що формують обсяги виробництва та реалізації, належать:

- зміна чисельності персоналу, що впливає на обсяги виробництва через продуктивність праці;
- рівень продуктивності праці, який характеризує ефективність використання трудових ресурсів;
- середня ціна реалізації, що визначає дохідну частину від обсягу продажів;
- структура та асортимент продукції, які впливають на попит і прибутковість.

Загальне зростання обсягу реалізованої продукції ТОВ «ЮВВІС» у 2024 році порівняно з 2022 роком становить 17 373,0 тис. грн, що зумовлено впливом кількох ключових факторів (таблиця 2.18).

Таблиця 2.18 – Факторний аналіз впливу трудових і цінових показників на обсяг реалізованої продукції ТОВ «ЮВВІС»

Показник	2022	2023	2024	Відхилення (+;-)	Вплив на обсяг
----------	------	------	------	------------------	----------------

				2024 до 2022	реалізації, тис. грн
Середньооблікова чисельність працівників, осіб	70	71	59	-11,00	-8821,23
Продуктивність праці, тис. грн/особу	801,93	1129,44	1259,49	457,56	26996,04
Середня ціна реалізації, грн/од.	4500,24	6292,66	5721,88	1221,64	-
Обсяг реалізованої продукції, тис. грн	56937,00	79061,00	74310,00	17373,00	-

Найвагоміший позитивний вплив справило зростання продуктивності праці, яке збільшило обсяг реалізації на 26 996,04 тис. грн. Це свідчить про підвищення ефективності використання трудових ресурсів, удосконалення технологічних процесів та зростання професійної кваліфікації працівників. Водночас зменшення середньооблікової чисельності працівників на 11 осіб призвело до зниження обсягів реалізації на 8 821,23 тис. грн, що частково нівелювало позитивний ефект від зростання продуктивності.

Підвищення середньої ціни реалізації з 4500,24 грн до 5721,88 грн також справило сприятливий вплив на доходи підприємства, зумовлений оновленням дизайну меблів, поліпшенням якості та підвищенням доданої вартості продукції.

Підвищення середньої ціни реалізації з 4500,24 грн до 5721,88 грн також справило сприятливий вплив на доходи підприємства, зумовлений оновленням дизайну меблів, поліпшенням якості та підвищенням доданої вартості продукції.

Отже, основним рушієм зростання обсягів реалізації у 2022–2024 роках стало збільшення продуктивності праці, яке переважило негативний вплив скорочення персоналу. Для подальшого розвитку доцільно зосередитись на автоматизації виробництва, розширенні асортименту та стимулюванні персоналу, що дозволить утримати позитивну динаміку реалізації.

## 2.4 Аналіз витрат

Ефективність фінансово-господарської діяльності підприємства значною мірою залежить від рівня та структури його витрат. Аналіз операційних витрат дозволяє оцінити раціональність використання ресурсів, визначити основні напрями підвищення ефективності виробництва й контролювати динаміку собівартості продукції. Для цього на підприємстві здійснюється детальне вивчення складу, структури та змін основних елементів кошторису витрат за кілька звітних періодів.

Нижче наведено узагальнені результати аналізу операційних витрат ТОВ «ЮВВІС» за 2023–2024 роки (таблиця 2.19).

За звітний 2024 рік порівняно з 2023 роком загальний обсяг операційних витрат ТОВ «ЮВВІС» зменшився на 6 300,0 тис. грн (на 8,3 %), що свідчить про раціоналізацію витратної політики підприємства. Найбільшу частку у структурі витрат традиційно займають матеріальні витрати – 78,18 %, однак їх абсолютне значення скоротилося на 5 848,0 тис. грн, що може бути наслідком оптимізації використання ресурсів та зниження цін на сировину.

Таблиця 2.19 – Аналіз складу та структури операційних витрат ТОВ «ЮВВІС»

Елемент витрат	Сума, тис. грн				Структура витрат, %			
	2022	2023	2024	Відхилення 2023-2024, ±	2022	2023	2024	Відхилення 2023-2024, ±
Матеріальні витрати	45164	60 192	54 344	-5 848	59,57	79,40	78,18	-1,22
Витрати на оплату праці	5718	7 546	7 182	-364	7,54	9,95	10,33	0,38
Відрахування на соціальні заходи	1081	1 298	1 216	-82	1,43	1,71	1,75	0,04
Амортизація основних фондів	1796	1 458	638	-820	2,37	1,92	0,92	-1,01
Інші	2735	5 317	6 131	814	3,61	7,01	8,82	1,81

операційні витрати								
Разом операційні витрати	56794	75 811	69 511	-6 300	74,5	100,00	100,00	–

Водночас витрати на оплату праці зменшилися на 364,0 тис. грн, а їх частка у структурі зросла з 9,95 % до 10,33 %, що свідчить про збільшення відносної ваги трудових витрат у загальній собівартості. Позитивною тенденцією є зменшення амортизаційних відрахувань (на 820,0 тис. грн), що може бути пов'язано з оновленням основних засобів або завершенням термінів нарахування по окремих об'єктах.

Разом із тим інші операційні витрати зросли на 814,0 тис. грн, збільшивши свою частку на 1,81 в.п., що може бути пов'язано з зростанням вартості енергоресурсів та послуг сторонніх організацій.

У цілому структура витрат залишається збалансованою, а їх скорочення свідчить про ефективне управління витратами та посилення контролю за використанням матеріальних і фінансових ресурсів.

Фактична собівартість виготовлення комоду у 2024 році знизилася порівняно з плановою на 0,03 грн (або 3,1 %), що свідчить про раціональне використання матеріальних і трудових ресурсів. Основну частку у структурі собівартості займають сировина і матеріали – 70,53 %, хоча їхня питома вага зменшилася на 0,9 в.п., що може бути результатом оптимізації закупівель і зменшення відходів виробництва (таблиця 2.20).

Таблиця 2.20 – Аналіз собівартості виробу “ Комод” за статтями витрат ТОВ «ЮВВІС»

Стаття витрат	Витрати на одиницю продукції, тис. грн			Структура витрат, %		
	План	Факт	±	План	Факт	±
1. Сировина і матеріали	0,700	0,670	-0,030	71,429	70,526	-0,902
2. Паливо і енергія	0,060	0,060	0,000	6,122	6,316	0,193

3. Зарплата виробничих робітників	0,095	0,097	0,002	9,694	10,211	0,517
4. Відрахування на соціальні заходи	0,016	0,016	0,000	1,633	1,684	0,052
5. Витрати на утримання та експлуатацію устаткування	0,015	0,013	-0,002	1,531	1,368	-0,162
6. Амортизаційні відрахування	0,018	0,009	-0,009	1,837	0,947	-0,889
7. Інші виробничі витрати	0,030	0,035	0,005	3,061	3,684	0,623
8. Адміністративні витрати	0,020	0,021	0,001	2,041	2,211	0,170
9. Витрати на збут	0,026	0,029	0,003	2,653	3,053	0,400
Разом	0,980	0,950	-0,030	100,000	100,000	0,000

Позитивним моментом є скорочення витрат на амортизацію (–0,009 грн або –0,89 в.п.) та на утримання устаткування (–0,002 грн або –0,16 в.п.), що свідчить про ефективніше використання основних засобів. Водночас незначне підвищення частки заробітної плати (на 0,52 в.п.) та витрат на збут (на 0,4 в.п.) вказує на підвищення трудової активності працівників і зростання маркетингової активності підприємства.

У цілому аналіз показує, що підприємство змогло знизити собівартість виробу без втрати якості, забезпечивши збалансовану структуру витрат і підвищення ефективності виробничих процесів.

Упродовж 2022–2024 років на підприємстві ТОВ «ЮВВІС» спостерігається стійка тенденція до підвищення ефективності використання ресурсів. Показник витратоємності знизився з 0,93 грн у 2022 році до 0,85 грн у 2023–2024 роках, що свідчить про зменшення витрат на кожну гривню реалізованої продукції та підвищення рівня прибутковості виробництва (таблиця 2.21).

Таблиця 2.21 – Аналіз витрат на 1 грн реалізованої продукції ТОВ «ЮВВІС»

Показник	2022	2023	2024	Відхилення 2023 від	Відхилення 2024 від	Відхилення 2024 від
----------	------	------	------	------------------------	------------------------	------------------------

				2022	2023	2022
Чистий дохід від реалізації продукції	56 937,00	79 061,00	74 310,00	22 124,00	-4 751,00	17 373,00
Повна собівартість реалізованої продукції	53 051,00	67 506,00	63 119,00	14 455,00	-4 387,00	10 068,00
Витрати на 1 грн реалізованої продукції (витратоємність)	0,93	0,85	0,85	-0,08	0,00	-0,08

У 2023 році чистий дохід від реалізації зріс на 22 124,0 тис. грн, або на 38,9 %, при цьому витрати збільшилися на 14 455,0 тис. грн, що вказує на раціональне зростання собівартості в межах контрольованих показників. У 2024 році спостерігається незначне зниження обсягу реалізації на 4 751,0 тис. грн (– 6,0 %), проте рівень витратоємності залишився стабільним – 0,85 грн, що свідчить про ефективну політику управління витратами.

Таким чином, підприємство зуміло утримати оптимальний рівень витрат, забезпечуючи стійку рентабельність і фінансову стабільність навіть за умов коливання обсягів реалізації.

Операційний аналіз дозволяє встановити взаємозв'язок між витратами, обсягом реалізації продукції та прибутком підприємства. Такий підхід дає змогу визначити, як зміна обсягу продажів впливає на рівень прибутковості, а також розрахувати точку беззбитковості та запас фінансової міцності. На основі даних фінансової звітності ТОВ «ЮВВІС» за 2022–2024 роки проведено оцінку основних показників операційного аналізу, результати якої наведено у таблиці 2.22

Таблиця 2.22 – Операційний аналіз діяльності ТОВ «ЮВВІС»

Показник	2022	2023	2024	Відхилення 2023/2022	Відхилення 2024/2023
1. Обсяг реалізації, тис. грн	56 937,00	79 061,00	74 310,00	22 124,00	-4 751,00
2. Змінні витрати (80% собівартості), тис. грн	42 440,80	54 004,80	50 495,20	11 564,00	-3 509,60
3. Постійні витрати (20% собівартості), тис. грн	10 610,20	13 501,20	12 623,80	2 891,00	-877,40
4. Повна собівартість, тис. грн	53 051,00	67 506,00	63 119,00	14 455,00	-4 387,00

5. Маржинальний дохід (1–2), тис. грн	14 496,20	25 056,20	23 814,80	10 560,00	-1 241,40
6. Прибуток від реалізації продукції (5–3), тис. грн	3 886,00	11 555,00	11 191,00	7 669,00	-364,00
7. Рівень маржинального доходу, %	25,46	31,69	32,05	6,23	0,36
8. Точка беззбитковості, тис. грн ( $3 / (1 - 2/1)$ )	41 673,88	42 600,97	39 390,40	927,08	-3 210,56
9. Запас фінансової міцності, тис. грн (1 – 8)	15 263,12	36 460,03	34 919,60	21 196,92	-1 540,44

Проведений операційний аналіз діяльності ТОВ «ЮВВІС» свідчить про суттєве покращення фінансових результатів у 2023 році. Обсяг реалізації зріс на 22 124,0 тис. грн, що сприяло збільшенню маржинального доходу на 10 560,0 тис. грн і підвищенню операційного прибутку з 3 886,0 тис. грн до 11 555,0 тис. грн, тобто майже утричі. Рівень маржинального доходу підвищився з 25,46 % до 31,69 %, що свідчить про зменшення частки змінних витрат і підвищення ефективності використання ресурсів.

У 2024 році, попри зниження обсягу реалізації на 4 751,0 тис. грн (–6,0 %), підприємству вдалося зберегти високу прибутковість – операційний прибуток становив 11 191,0 тис. грн, а рівень маржинального доходу зріс до 32,05 %. Водночас точка беззбитковості зменшилася з 42 600,97 тис. грн до 39 390,40 тис. грн, що є позитивною тенденцією, адже компанія може досягати рентабельності за менших обсягів продажу.

Запас фінансової міцності у 2024 році залишився значним – 34 919,6 тис. грн, що свідчить про стійкість підприємства до зниження виручки та здатність ефективно функціонувати навіть за коливань ринкової кон'юнктури.

Факторний аналіз витрат дає змогу визначити, як зміна окремих чинників (обсягу виробництва, собівартості одиниці продукції, структури випуску тощо) впливає на загальну суму витрат підприємства. Такий аналіз допомагає виявити резерви скорочення витрат і підвищення ефективності використання ресурсів. На прикладі ТОВ «ЮВВІС» проведемо оцінку основних факторів, що зумовили зміну витрат у 2022–2024 роках (таблиця 2.23).

Таблиця 2.23 – Факторний аналіз витрат ТОВ «ЮВВІС»

Показник	2022	2023	2024	Відхилення 2023/2022	Відхилення 2024/2023
1. Обсяг реалізованої продукції, тис. грн	56 937,00	79 061,00	74 310,00	22 124,00	-4 751,00
2. Повна собівартість реалізованої продукції, тис. грн	53 051,00	67 506,00	63 119,00	14 455,00	-4 387,00
3. Витрати на 1 грн реалізованої продукції, грн	0,93	0,85	0,85	-0,08	0,00
4. Вплив зміни обсягу реалізації ( $\Delta Q \times C_0$ ), тис. грн	-	20 614,02	-6 159,02	-	-26 773,04
5. Вплив зміни витратоємності ( $Q_1 \times \Delta C$ ), тис. грн	-	16 187,28	-6 119,28	-	-22 306,56

Загальне збільшення витрат у 2023 році на 14 455,0 тис. грн зумовлене насамперед зростанням обсягу реалізованої продукції (+20 614,02 тис. грн), що частково було компенсовано зниженням витратоємності (-6 159,02 тис. грн). Це свідчить про підвищення ефективності використання ресурсів та вдосконалення системи контролю за витратами.

У 2024 році, незважаючи на скорочення обсягу реалізації на 4 751,0 тис. грн, підприємству вдалося зберегти стабільний рівень витратоємності (0,85 грн на 1 грн реалізації). Внаслідок цього загальні витрати зменшилися на 4 387,0 тис. грн, що пояснюється раціоналізацією виробничих процесів і підтриманням оптимальної структури витрат.

Отже, факторний аналіз підтверджує ефективність управління витратами на ТОВ «ЮВВІС» – компанія демонструє здатність адаптуватися до змін ринкової ситуації, утримуючи стабільну витратоємність і забезпечуючи контрольовану динаміку собівартості.

На підприємстві ТОВ «ЮВВІС» система калькулювання собівартості продукції базується на поєднанні нормативного та позамовного методів обліку витрат, що забезпечує точне визначення собівартості окремих виробів і контроль витрат на всіх етапах виробничого процесу.

Нормативний метод - цей метод використовується для основної серійної продукції підприємства. На початку кожного місяця встановлюються норми витрат сировини, матеріалів, енергії, робочого часу, після чого визначається

планова собівартість одиниці продукції. Всі відхилення від норм (економія або перевитрати) фіксуються окремо, що дозволяє оперативно контролювати ефективність виробництва.

Переваги цього методу для ТОВ «ЮВВІС»: можливість планування і порівняння фактичних показників із нормативними; виявлення причин перевитрат за видами ресурсів; зручність для внутрішнього управлінського аналізу.

Позамовний метод. Застосовується у випадках, коли виготовлення продукції здійснюється за індивідуальними замовленнями клієнтів або партійно. Для кожного замовлення ведеться окремий калькуляційний лист, у якому враховуються прямі матеріальні витрати, заробітна плата виробничих робітників, а також частка загальновиробничих витрат. Такий підхід забезпечує точний розрахунок фактичної собівартості кожного замовлення і дозволяє гнучко формувати договірну ціну.

Метод “собівартість + прибуток” (cost-plus pricing). Основним підходом у ціноутворенні на ТОВ «ЮВВІС» є визначення відпускної ціни шляхом додавання до повної собівартості нормативної націнки (маржі), що забезпечує необхідний рівень рентабельності. Формула розрахунку:

$$\text{Ціна} = \text{Собівартість} + (\text{Собівартість} * \text{Норма прибутку}), \quad (2.1)$$

Залежно від попиту та кон'юнктури ринку, підприємство коригує націнку в межах 10–25 %. Для постійних клієнтів або великих оптових закупівель застосовуються знижки 3–5 %.

Елементи конкурентного ціноутворення. Підприємство постійно аналізує ринкові ціни аналогічних виробів інших виробників. Якщо ринкова ціна нижча за розрахункову, керівництво вживає заходів щодо зниження виробничих витрат або оптимізації структури собівартості, щоб зберегти конкурентоспроможність.

Використання комбінованого підходу до калькулювання – нормативного та позамовного методів – дозволяє ТОВ «ЮВВІС» забезпечити точність обліку витрат, підвищити контроль за ресурсами і гнучко формувати ціни,

орієнтуючись на вимоги ринку. Така система підтримує стабільний рівень рентабельності продукції та сприяє зростанню прибутковості підприємства.

## 2.5 Аналіз фінансового стану та фінансових результатів

Горизонтальний аналіз балансу дає можливість оцінити зміни у структурі активів і пасивів підприємства за певний період, визначити тенденції розвитку та виявити основні напрями зміцнення фінансового стану. Для аналізу використано дані Балансу ТОВ «ЮВВІС» за 2022–2024 роки (таблиця 2.24).

Активи підприємства ТОВ «ЮВВІС» упродовж 2022–2024 років зросли на 11 030 тис. грн, або на 44,24 %, що свідчить про розширення масштабів діяльності та збільшення вартості ресурсного потенціалу підприємства.

Таблиця 2.24 – Горизонтальний аналіз балансу ТОВ «ЮВВІС» за 2022–2024 рр.

Показник	2022, тис. грн	2023, тис. грн	2024, тис. грн	Відхилення 2023/2022, ±	Відхилення 2024/2023, ±	Темп зростання 2024/2022, %
Необоротні активи						
Оборотні активи	2 932	1 559	982	-1 373	-577	33,49
Усього активів	24 933	30 103	35 963	5 170	5 860	144,24
ПАСИВ	27 865	31 662	36 945	3 797	5 283	132,59
Власний капітал						
Довгострокові зобов'язання	21 074	25651	29 834	4 577	4 183	141,57
Поточні зобов'язання	0	0	0	0	0	0,00
Усього активів	6 791	6011	7 111	-780	1 100	104,71

Оборотні активи, навпаки, зменшилися з 2 932 тис. грн у 2022 році до 982 тис. грн у 2024 році, тобто на 1 950 тис. грн (на 66,5 %). Це може бути

пов'язано зі скороченням запасів чи дебіторської заборгованості через оптимізацію оборотного капіталу. Необоротні активи у структурі балансу, навпаки, зросли, що сприяло збільшенню загальної вартості активів.

Власний капітал збільшився з 21 074 тис. грн у 2022 році до 29 834 тис. грн у 2024 році, тобто на 8 760 тис. грн (на 41,6 %). Це свідчить, що підприємство фінансує розширення діяльності переважно за рахунок власних коштів, зміцнюючи фінансову стійкість. Поточні зобов'язання залишалися відсутніми протягом усього періоду, що забезпечує високий рівень ліквідності та незалежності від короткострокових позик.

Упродовж 2022–2024 років ТОВ «ЮВВІС» демонструє позитивну динаміку зростання активів і власного капіталу, що свідчить про зміцнення фінансової стійкості. Зменшення необоротних активів компенсується зростанням оборотних, а підвищення питомої ваги власного капіталу забезпечує зменшення фінансових ризиків та підвищення платоспроможності підприємства.

Вертикальний аналіз дає змогу оцінити структуру активів і пасивів підприємства, визначити частку окремих елементів у загальній валюті балансу, а також тенденції зміни майнового стану. У таблиці нижче наведено динаміку питомої ваги основних елементів активу балансу ТОВ «ЮВВІС» за 2024 рік.

Таблиця 2.25 – Структура активу балансу ТОВ «ЮВВІС» за 2024 рік

Актив	Балансова вартість, тис. грн		Відхилення, ±	Структура, %		Відхилення, ±
	на початок року	на кінець року		на початок року	на кінець року	
I. Необоротні активи	1 559	982	-577	4,92	2,66	-2,27
1.1. Нематеріальні активи	0	0	0	0,00	0,00	0,00
1.2. Основні засоби	1233	684	-549	79,09	69,65	-9,44
1.3. Інвестиційна нерухомість	0	0	0	0,00	0,00	0,00
II. Оборотні активи	30 103	35 963	5 860	95,08	97,34	2,27
2.1. Запаси	16 964	16 424	-540	56,35	45,67	-10,68
2.2. Дебіторська	7 028	13 367	6 339	23,35	37,17	13,82

заборгованість						
2.3. Грошові кошти та їх еквіваленти	4 649	3 928	-721	15,44	10,92	-4,52
2.4. Інші оборотні активи	89	66	-23	0,30	0,18	-0,11
III. Утримувані для продажу активи	0	0	0	0	0	0,00
Баланс, усього	31 662	36 945	5 283	100	100	–

У структурі активу балансу ТОВ «ЮВВІС» домінують оборотні активи, частка яких зросла з 95,08 % на початок року до 97,34 % на кінець року. Це характерно для підприємств із високою оборотністю ресурсів, таких як меблеві виробники. Водночас питома вага необоротних активів зменшилася з 4,92 % до 2,66 %, що зумовлено зниженням вартості основних засобів на 549 тис. грн і може свідчити про їх часткове вибуття або амортизацію.

Серед оборотних активів спостерігається значне збільшення дебіторської заборгованості – на 6 339 тис. грн (з 7 028 до 13 367 тис. грн), що може бути пов'язано з розширенням кредитування покупців або затримкою розрахунків. Натомість запаси зменшилися на 540 тис. грн, а їх частка скоротилася з 56,35 % до 45,67 %, що свідчить про оптимізацію складських залишків. Обсяг грошових коштів зменшився на 721 тис. грн, а їх питома вага – з 15,44 % до 10,92 %, що може бути результатом активного використання ресурсів у господарській діяльності.

Таким чином, структура активів підприємства залишається раціональною та ліквідною. Зростання частки оборотних активів забезпечує гнучкість у фінансовому управлінні, однак підвищення дебіторської заборгованості потребує посилення контролю за розрахунками. Загалом у 2024 році підприємство демонструє ефективне управління активами та достатній рівень фінансової стабільності.

Вертикальний аналіз пасиву (таблиця 2.26) показує структуру джерел формування майна підприємства, а також зміну співвідношення між власним і залученим капіталом. Це дозволяє оцінити фінансову стійкість і автономність підприємства.

Власний капітал домінує у структурі пасиву: 80,8 % на кінець року. Це свідчить про високу фінансову незалежність підприємства, адже більшість активів фінансуються за рахунок власних коштів. Поточні зобов'язання становлять 19,2 % і мають тенденцію до зростання (+1 100 тис. грн), що пояснюється збільшенням кредиторської заборгованості за розрахунками з постачальниками та бюджетом. Довгострокових зобов'язань підприємство не має, що позитивно впливає на його ліквідність, але водночас може свідчити про обмежений доступ до довгострокових інвестиційних ресурсів. Загалом структура пасиву є раціональною, а зростання власного капіталу підтверджує тенденцію до зміцнення фінансової стійкості.

Таблиця 2.26 – Структура пасиву балансу ТОВ «ЮВВІС» за 2024 рік

Пасив	Балансова вартість, тис. грн		Відхилення, ±	Структура, %		Відхилення, ±
	на початок року	на кінець року		на початок року	на кінець року	
I. Власний капітал	25 651	29 834	4 183	81	80,8	-0,2
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення	–	–	–	–	–	–
III. Поточні зобов'язання і забезпечення	6 011	7 111	1 100	19	19,2	0,2
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу	–	–	–	–	–	–
Баланс, усього	31 662	36 945	5 283	100	100	–

У 2024 році ТОВ «ЮВВІС» зберегло високий рівень автономії (понад 80%). Залучені кошти становлять незначну частину балансу, що забезпечує підприємству стабільність і низький фінансовий ризик. Разом із тим, зростання поточних зобов'язань вимагає посилення контролю за короткостроковими розрахунками.

Аналіз оборотних активів має важливе значення для оцінки ліквідності, оборотності та ефективності використання фінансових ресурсів підприємства. Оборотні активи забезпечують безперервність виробничого процесу та впливають на фінансовий результат. У таблиці наведено склад і структуру оборотних активів ТОВ «ЮВВІС» за 2023–2024 роки.

Таблиця 2.27 – Аналіз складу оборотних активів ТОВ «ЮВВІС» за 2023–2024 рр.

Оборотні активи	Сума, тис. грн		Відхилення, ±	Структура, %		Відхилення, ±
	2023	2024		2023	2024	
Запаси	16 964	16 424	–540	68	45,6	–22,4
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	7 028	13 367	6 339	28,2	37,2	9
Грошові кошти та їх еквіваленти	4 649	3 928	–721	18,6	10,9	–7,7
Інші оборотні активи (витрати майбутніх періодів, короткострокові фінінвестиції)	1 292	2 244	952	5,2	6,3	1,1
Всього оборотні активи	24 933	35 963	11 030	100	100	–

Загальна вартість оборотних активів у 2024 році зросла на 11 030 тис. грн (на 44,2 %), що свідчить про розширення операційної діяльності підприємства. Найбільшу питому вагу займають запаси (45,6 %), однак їх частка зменшилася на 22,4 в.п., що може вказувати на оптимізацію складських залишків і покращення обіговості. Значно зросла дебіторська заборгованість (+6 339 тис. грн), що свідчить про відтермінування платежів клієнтам або зростання обсягу реалізації. Зниження частки грошових коштів (до 10,9 %) може бути наслідком активного використання їх для фінансування обороту. Позитивною тенденцією є збільшення інших оборотних активів, що може включати короткострокові фінансові інвестиції або передплати за договорами.

У структурі оборотних активів ТОВ «ЮВВІС» домінують матеріальні запаси та дебіторська заборгованість, які разом становлять понад 80 %. Такий розподіл є типовим для підприємств виробничого профілю, однак зростання дебіторки потребує посилення контролю за розрахунками. Загалом динаміка

оборотних активів свідчить про активізацію господарської діяльності та достатній рівень ліквідності.

Оцінка фінансового стану ( таблиця 2.28) є важливим етапом аналізу діяльності підприємства, оскільки вона відображає рівень платоспроможності, ліквідності, фінансової стійкості та ділової активності. На основі даних бухгалтерського балансу за 2022–2024 роки розраховано основні коефіцієнти.

Таблиця 2.28 – Основні показники фінансового стану ТОВ «ЮВВІС», тис. грн

Група	Показник	Формула	2022	2023	2024
Ліквідність	Поточна ліквідність	Оборотні активи / Поточні зобов'язання	3,67	5,01	5,06
	Швидка ліквідність	(Оборотні – Запаси) / Поточні зобов'язання	2,64	2,19	2,75
	Абсолютна ліквідність	Гроші / Поточні зобов'язання	1,29	0,77	0,55
Фінансова стійкість	Коефіцієнт автономії	Власний капітал / Валюта балансу	0,76	0,81	0,81
	Коефіцієнт фінансового левериджу	Зобов'язання / Власний капітал	0,32	0,23	0,24
	Робочий капітал, тис. грн	Оборотні – Поточні зобов'язання	18 143	24 092	28 852
Ділова активність	Обіг запасів, разів	Собівартість / Середні запаси	6,42	5,62	3,78
	Дні зберігання запасів, дн.	365 / Обіг запасів	56,8	65	96,6
	Обіг дебіторської заборгованості, разів	Дохід / Середня ДЗ	8,94	11,48	7,29
	Період інкасації, дн.	365 / Обіг дебіторки	40,8	31,8	50,1
	Обіг активів, разів	Дохід / Середні активи	2,02	2,66	2,17
Рентабельність	Валовий маржинальний прибуток, тис. грн	Дохід – Собівартість	3 886	11 555	11 191
	Валовий маржинальний рівень	(ВМП/Дохід)	6,83%	14,61%	15,05%
	Операційна маржа	Опер. прибуток / Дохід	4,87%	7,17%	7,43%
	Чиста маржа	Чистий прибуток / Дохід	3,33%	5,79%	5,79%
	ROA	Чистий прибуток / Середні активи	6,70%	15,40%	12,50%

	ROE	Чистий прибуток / Середній ВК	9,40%	19,60%	15,50%
--	-----	----------------------------------	-------	--------	--------

Поточна та швидка ліквідність стабільно  $>2$ , що свідчить про комфортний запас платоспроможності. Абсолютна ліквідність знижується ( $1,29 \rightarrow 0,55$ ) через скорочення грошових коштів – підприємство активніше «працює» оборотними активами, але миттєвий запас готівки вже нижче «ідеальних»  $1,0$ .

Частка власного капіталу  $76\text{--}81\%$  – висока автономія і мінімальна залежність від позикового фінансування ( $\text{Debt/Equity} \approx 0,23\text{--}0,32$ ). Робочий капітал зріс до  $28,9$  млн грн, що формує запас маневру для зростання.

Обіг активів високий у 2023 р. ( $2,66$ ), але у 2024 р. просів до  $2,17$  через накопичення запасів і дебіторки. Дні зберігання запасів збільшилися до  $\sim 97$  днів, період інкасації – до  $\sim 50$  днів. Це сигнал на управління складом і кредитною політикою.

Після різкого покращення у 2023 р. (валова маржа  $14,6\%$ ; чиста  $5,8\%$ ) у 2024 р. рівні маржинальності утримані, хоча дохід трохи знизився. ROE  $15,5\%$  і ROA  $12,5\%$  – добрі значення для галузі за такої консервативної структури капіталу.

#### Рекомендації:

- стиснути оборотний цикл: контроль норм запасів (ABC/XYZ-аналіз, мін-макс), жорсткіші умови платежів для клієнтів, щотижневий «aging» дебіторки.
- оптимізувати ліквідну «подушку»: таргет для cash ratio  $\sim 0,7\text{--}0,9$ ; надлишок тримати в коротких інструментах з дохідністю.
- підтримувати маржу: фокус на продуктах із найвищою валовою рентабельністю; перегляд собівартості (матеріали/логістика); поетапна індексація прайсів.

Основним показником ефективності господарської діяльності підприємства є прибуток, який формується під впливом обсягу реалізації продукції, рівня собівартості, адміністративних і збутових витрат, а також структури інших операційних доходів та витрат. Аналіз фінансових результатів

(таблиця 2.29) дає змогу визначити динаміку прибутковості, оцінити стійкість операційного результату та виявити основні фактори зміни чистого прибутку.

Таблиця 2.29 – Аналіз формування прибутку підприємства ТОВ «ЮВВІС»

Показник	2022 р.	2023 р.	2024 р.	Темп зростання, %	
				2023/2022	2024/2023
1. Чистий дохід від реалізації	56 937,00	79 061,00	74 310,00	138,86	93,99
2. Собівартість реалізованої продукції	53 051,00	67 506,00	63 119,00	127,25	93,50
3. Валовий прибуток	3 886,00	11 555,00	11 191,00	297,35	96,85
4. Адміністративні витрати	2 653,00	2 983,00	3 207,00	112,44	107,51
5. Витрати на збут	1 062,00	3 302,00	3 108,00	310,92	94,12
6. Повна собівартість реалізованої продукції	60 652,00	85 346,00	80 625,00	140,71	94,47
7. Фінансовий результат від реалізації (прибуток)	-3 715,00	-6 285,00	-6 315,00	169,18	100,48
8. Інші операційні доходи	4 289,00	1 782,00	3 419,00	41,55	191,86
9. Разом чисті доходи від операційної діяльності	574,00	-4 503,00	-2 896,00	-784,49	64,31
10. Інші операційні витрати	1 686,00	1 381,00	2 770,00	81,91	200,58
11. Фінансовий результат від операційної діяльності	2 774,00	5 671,00	5 525,00	204,43	97,43
12. Доходи від участі в капіталі	–	–	–	–	–
13. Фінансові витрати	–	–	–	–	–
14. Фінансовий результат до оподаткування	2 774,00	5 671,00	5 525,00	204,43	97,43
15. Чистий фінансовий результат (прибуток)	1 898,00	4 576,00	4 299,00	241,10	93,95

Результати аналізу свідчать, що підприємство протягом 2022–2024 рр. демонструє сталу прибуткову діяльність. Чистий дохід у 2023 р. зріс на 38,8 %, а в 2024 р. дещо зменшився (на 6 %) через скорочення обсягів реалізації. Незважаючи на це, валовий прибуток утримався на високому рівні – понад 11 млн грн, що свідчить про ефективну політику ціноутворення та контроль собівартості.

Операційні витрати (адміністративні + збутові) збільшилися на 7 % у 2024 р. порівняно з 2023 р., що частково вплинуло на зниження операційного

прибутку. Разом з тим, частка адміністративних і збутових витрат у чистому доході залишається невеликою (приблизно 2,5 %), що є позитивним показником ефективності управління.

Чистий прибуток у 2023 р. зріс більш ніж у 2,4 рази проти 2022 р., після чого незначно знизився у 2024 р. (на 6 %), залишившись на рівні понад 4 млн грн. Це свідчить про високу адаптивність підприємства до ринкових умов і стабільну рентабельність основної діяльності.

Загалом динаміка прибутковості ТОВ «ЮВВІС» характеризується поступовим нарощуванням ефективності операційної діяльності, раціональним контролем витрат та сприятливою фінансовою політикою.

Факторний аналіз прибутку від реалізації дає змогу визначити, як окремі елементи господарської діяльності – обсяг реалізації, ціни на продукцію, собівартість, структура витрат – впливають на кінцевий фінансовий результат підприємства. Для оцінки використовується метод ланцюгових підстановок, який дозволяє послідовно виділити вплив кожного фактора на зміну прибутку між двома періодами.

#### 1. Вплив зміни обсягу реалізації

Ріст обсягу реалізації у 2023 р. порівняно з 2022 р. (на 38,8 %) сприяв збільшенню валового прибутку на  $(3\,886 * 0,388) = 1\,507$  тис. грн.

#### 2. Вплив зміни рівня собівартості

Зниження собівартості одиниці продукції дало змогу підприємству у 2023 р. отримати додатково  $(11\,555 - 3\,886 - 1\,507) = 6\,162$  тис. грн. прибутку. Отже, головним позитивним фактором стало підвищення ефективності виробництва.

#### 3. Вплив зміни операційних витрат

Адміністративні та збутові витрати у 2023 р. зросли з 3,7 до 5,7 млн грн (+53 %), що зменшило прибуток на 1 970 тис. грн. У 2024 р. підприємство змогло частково стабілізувати цей показник, знизивши витрати на 3,6 %, що позитивно вплинуло на результат.

Факторний аналіз показав, що ключовим драйвером зростання прибутку ТОВ «ЮВВІС» у 2023 р. було зниження рівня собівартості (на 6,8 %), що

забезпечило понад 60 % приросту валового прибутку. Водночас збільшення адміністративних і збутових витрат дещо знизило позитивний ефект від зростання обсягу реалізації (таблиця 2.30).

Таблиця 2.30 Загальний вплив факторів

Фактор	Вплив на прибуток, тис. грн
Зміна обсягу реалізації	1 507
Зміна рівня собівартості	6 162
Зміна операційних витрат	-1 970
Разом зміна прибутку	5 699

У 2024 р. підприємство зберегло позитивну динаміку прибутковості, хоча зменшення виручки призвело до незначного скорочення чистого прибутку (-6 %). Загалом, фінансова діяльність характеризується високим рівнем стійкості, ефективним управлінням витратами та раціональним формуванням прибутку.

Рентабельність – це інтегральний показник ефективності господарської діяльності, який характеризує рівень прибутковості підприємства відносно витрат, доходу або вкладеного капіталу. Для оцінки рентабельності виробничої діяльності ТОВ «ЮВВІС» проаналізовано динаміку прибутковості за 2022–2024 рр. на основі даних фінансової звітності (форми № 1 та № 2) (таблиця 2.31).

У 2023 р. рентабельність реалізації продукції ТОВ «ЮВВІС» зросла з 3,3 % до 5,8 %, що зумовлено підвищенням ефективності виробництва й контролем собівартості. У 2024 р. рентабельність збереглася на рівні попереднього року попри незначне зменшення обсягу реалізації (-6 %), що свідчить про стабільність цінової політики.

Рентабельність витрат підвищилася з 3,5 % до 6,6 %, що підтверджує поліпшення співвідношення прибутку та собівартості. Рентабельність капіталу у 2024 р. знизилася до 14,7 % (-1,3 п.п.), а власного – до 19,5 % (-2,3 п.п.), що пояснюється випереджальним зростанням капіталу порівняно з прибутком.

Таблиця 2.31 – Аналіз рентабельності ТОВ «ЮВВІС»

Показник	2022	2023	2024	Відхилення (+, -) 2024/2023
1. Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн	56 937,00	79 061,00	74 310,00	-4 751,00
2. Повна собівартість реалізованої продукції, тис. грн	53 051,00	67 506,00	63 119,00	-4 387,00
3. Вартість капіталу (балансова), тис. грн	27 865,00	31 662,00	36 945,00	5 283,00
у т. ч. власного капіталу	21 074,00	25 651,00	29 834,00	4 183,00
4. Фінансовий результат (прибуток), тис. грн:				0,00
– від реалізації продукції	2 774,00	5 671,00	5 475,00	-196,00
– до оподаткування	2 774,00	5 671,00	5 475,00	-196,00
– чистий прибуток	1 898,00	4 576,00	4 299,00	-277,00
5. Рентабельність (прибутковість), %				0,00
– доходу (рентабельність реалізації) = $\text{Пч} / \text{Д} \times 100$	3,33	5,79	5,79	0,00
– витрат = $\text{Пч} / \text{С} \times 100$	3,58	6,78	6,81	0,03
– капіталу = $\text{Пч} / \text{К} \times 100$	6,81	14,45	11,64	-2,82
– власного капіталу = $\text{Пч} / \text{Квл} \times 100$	9,01	17,84	14,41	-3,43

Факторний аналіз показує, що основними чинниками впливу на рівень рентабельності були:

- зменшення виручки на 6 %, що знизило рентабельність на 0,3 п.п.;
- скорочення собівартості реалізації на 6 %, яке частково компенсувало втрати;
- зростання власного капіталу на 5 %, що вплинуло на зниження рентабельності власного капіталу.

Отже, підприємство зберігає високий рівень ефективності виробничої діяльності, має позитивну динаміку прибутковості та демонструє здатність утримувати стабільну рентабельність у мінливих ринкових умовах.

Ефективне управління прибутком є важливим елементом фінансової політики підприємства. Прибуток не лише відображає результати господарської діяльності, а й виступає головним джерелом фінансування розвитку, соціальних потреб персоналу та формування резервів. Аналіз розподілу прибутку дозволяє оцінити напрями його використання, визначити оптимальність структури та ступінь забезпеченості власного капіталу (таблиця 2.32).

Таблиця 2.32 – Розподіл і використання прибутку ТОВ «ЮВВІС»

Показник	2022 р.	2023 р.	2024 р.	Відхилення (+, -) 2024/2023
1. Чистий прибуток, тис. грн	1 898	4 576	4 299	-277
2. Відрахування до резервного капіталу	95	229	215	-14
3. Виплати дивідендів	759	1 832	1 720	-112
4. Відрахування на соціальні потреби (матеріальна допомога, премії, утримання персоналу)	285	680	702	22
5. Інвестиції у розвиток виробництва (оновлення основних засобів, модернізація)	570	1 144	1 045	-99
6. Інші напрями (благодійність, страхові фонди, резерви)	189	691	617	-74
Разом використано прибутку	1 898	4 576	4 299	-277

Як видно з даних таблиці, структура використання прибутку ТОВ «ЮВВІС» є збалансованою, а основними напрямками залишаються інвестиції у розвиток підприємства та виплата дивідендів. У 2023 р. підприємство спрямувало понад 40 % чистого прибутку на дивідендні виплати, тоді як у 2024 р. їх частка зменшилася до  $\approx 38$  %. Це пояснюється збільшенням обсягів фінансування соціальних програм та капітальних інвестицій.

Позитивним є факт збереження високого рівня реінвестування прибутку – близько 25 % у 2023 р. і 24 % у 2024 р., що забезпечує стабільне відновлення виробничих потужностей і підтримує конкурентоспроможність підприємства.

Незначне скорочення чистого прибутку у 2024 р. (-6 %) не призвело до зміни загальної політики його розподілу, що свідчить про виважене фінансове управління та стійкий стан грошових потоків.

У цілому ТОВ «ЮВВІС» демонструє раціональну структуру використання прибутку: поєднання стабільних дивідендних виплат із достатнім рівнем інвестицій і резервування створює основу для подальшого розвитку підприємства та підтримання фінансової стабільності.

Розподіл прибутку є важливим інструментом фінансового управління, який визначає напрями розвитку підприємства та рівень задоволення інтересів його власників. Аналіз структури використання прибутку ТОВ «ЮВВІС» за

2024 рік дозволяє оцінити, наскільки ефективно здійснюється баланс між дивідендною політикою, соціальними виплатами і реінвестуванням коштів у виробництво(рисунок 2.4).



Рисунок 2.4 – Розподіл прибутку ТОВ «ЮВВІС»

Дані свідчать, що найбільша частка прибутку (40 %) спрямована на виплату дивідендів, що забезпечує стабільність доходів власників. Водночас підприємство приділяє значну увагу інвестиційному розвитку (24,3 %) та соціальним програмам (16,3 %), що підтримує мотивацію персоналу і конкурентоспроможність. Порівняно з попереднім роком, структура розподілу прибутку залишилася збалансованою, а загальний обсяг реінвестованих коштів (понад 44 % прибутку) свідчить про орієнтацію на довгострокову фінансову стійкість і розвиток підприємства.

### 3.1 Обґрунтування необхідності впровадження заходів

Сучасні умови ведення бізнесу характеризуються високою динамічністю, мінливістю зовнішнього середовища та загостреною конкуренцією майже в усіх галузях економіки. Зростання вимог споживачів щодо якості продукції, рівня сервісу та індивідуалізації пропозицій поєднується зі швидким технологічним прогресом і значними коливаннями макроекономічних показників. У таких умовах підприємства мають не лише підтримувати досягнуті результати, а й постійно працювати над зміцненням фінансової стійкості, рентабельності та конкурентоспроможності. Одним із ключових факторів успішності виступає ефективне використання внутрішніх резервів, які формують потенціал довгострокового розвитку.

ТОВ «ЮВВІС», як і більшість підприємств у сучасних умовах, стикається з необхідністю адаптації до високого рівня невизначеності, коливання попиту, зростання витрат і технологічних викликів. Це обумовлює актуальність детального аналізу фінансово-економічного стану компанії, пошуку напрямів підвищення рентабельності та формування оптимальних управлінських стратегій, що дозволять не лише стабілізувати діяльність, а й створити підґрунтя для поступального розвитку.

Одним із першочергових завдань підприємства є удосконалення системи постачання та логістики. Проведення комплексного аналізу складських запасів дає змогу визначити оптимальні обсяги матеріальних ресурсів і зменшити витрати на їх утримання. Перехід до сучасних логістичних моделей, зокрема «Just-In-Time», істотно підвищує оборотність і мінімізує ризики надлишкового накопичення матеріалів. Налагодження довгострокового партнерства з надійними постачальниками створює передумови для зниження закупівельних

цін, стабілізації поставок і отримання фінансових преференцій, що є суттєвим резервом для зниження собівартості продукції.

Водночас важливим напрямом розвитку є раціоналізація системи управління витратами. Упровадження фінансового контролінгу та системи бюджетування забезпечує постійний контроль витрат, дозволяє оперативно виявляти перевитрати та ухвалювати зважені управлінські рішення. Додатковий резерв економії формується завдяки перегляду чинних договорів із контрагентами, проведенню тендерних процедур і переходу на більш вигідні фінансові умови співпраці.

Суттєвий потенціал для підвищення рентабельності прихований у диверсифікації асортименту продукції та розширенні ринків збуту. Систематичне дослідження ринку, аналіз споживчих уподобань та конкурентного середовища дають змогу адаптувати продуктову лінійку до актуальних вимог клієнтів. Вихід на нові регіональні ринки та активний розвиток онлайн-каналів збуту сприяють зростанню обсягів реалізації та зміцненню позицій підприємства в умовах жорсткої конкуренції.

У сучасній економіці важко досягти сталого розвитку без активної маркетингової діяльності. Формування ефективної маркетингової стратегії дозволяє підвищити впізнаваність бренду, посилити лояльність споживачів та залучити нових клієнтів. Використання цифрових інструментів, таких як SEO-просування, таргетована реклама, робота з соціальними мережами та email-маркетинг, створюють можливості для розширення онлайн-присутності та підвищення результативності рекламних кампаній. Це особливо актуально в умовах, коли підприємства конкурують не лише якістю продукції, а й якістю комунікації з клієнтом.

Підвищення результативності виробничої діяльності є ще одним важливим напрямом зміцнення рентабельності ТОВ «ЮВВІС». Модернізація обладнання, упровадження енергоощадних технологій та автоматизація окремих процесів допомагають знизити виробничі витрати, скоротити частку браку та підвищити загальну продуктивність. Важливе значення має також

розвиток персоналу: підвищення кваліфікації, створення ефективної системи мотивації та сприятливого робочого середовища сприяють зростанню трудової віддачі та формуванню корпоративної культури, орієнтованої на результат.

Узагальнення проведеного аналізу свідчить про те, що успішний розвиток ТОВ «ЮВВІС» у конкурентному ринковому середовищі можливий лише за умови комплексного й системного підходу до вдосконалення бізнес-процесів. Запропоновані заходи, спрямовані на оптимізацію логістичних операцій, раціоналізацію витрат, розширення асортименту, активізацію маркетингової діяльності та модернізацію виробництва, формують стратегічний фундамент для підвищення ефективності діяльності підприємства.

Практичні кроки щодо впровадження цих стратегій охоплюють аналіз і оптимізацію складських запасів, автоматизацію процесів прогнозування попиту, застосування сучасних методів управлінського обліку, систематичне маркетингове дослідження, пілотний запуск нових продуктів, модернізацію виробничого обладнання та впровадження стандартів управління якістю. Лише послідовна реалізація таких заходів та їх регулярний моніторинг дозволять забезпечити стабільне зростання прибутковості, підвищити рівень фінансової стійкості та сформувати міцні конкурентні позиції підприємства у довгостроковій перспективі. ТОВ «ЮВВІС» має потенціал для успішної адаптації до змін ринкового середовища, а результати проведеного дослідження підтверджують можливість перетворення на стабільного і конкурентоспроможного учасника ринку за умови реалізації стратегічно виваженого комплексу заходів розвитку.

### 3.2 Забезпечення зростання прибутковості на ТОВ «ЮВВІС» за рахунок розширення асортименту

Підвищення рівня рентабельності є стратегічною ціллю для ТОВ «ЮВВІС», оскільки саме прибутковість виступає основою фінансової стійкості та конкурентоспроможності підприємства. Проведений аналіз і розрахунок витрат на реалізацію комплексу заходів із нарощування резервів зростання рентабельності дозволив виокремити низку ключових управлінських напрямів, здатних суттєво покращити фінансові результати компанії. Серед них – оптимізація логістичних процесів, удосконалення системи управління витратами, розширення асортименту продукції та послуг, активізація маркетингової діяльності, а також підвищення ефективності виробництва.

Також варто зазначити, що при виході на ринок України, у підприємства з'явиться багато нових конкурентів, але найголовнішим буде саме ТОВ «Аква-Родос», через їхнє місце розташування. Взаємодія цих двох підприємств у конкурентному середовищі має як позитивні, так і негативні наслідки для їх фінансових результатів.

По-перше, наявність сильного конкурента стимулює підприємства до підвищення якості продукції, оновлення дизайну, впровадження сучасних технологій виробництва та більш гнучкої цінової політики. Це сприяє зростанню довіри споживачів і підвищує загальний рівень конкурентоспроможності компаній. По-друге, конкуренція активізує маркетингову діяльність: підприємства інвестують у рекламу, брендинг, цифрові канали просування, що розширює клієнтську базу та підвищує впізнаваність торгових марок. По-третє, конкурентний тиск змушує компанії оптимізувати витрати, удосконалювати систему управління запасами, логістику та внутрішні бізнес-процеси, що позитивно впливає на рентабельність у середньо- та довгостроковій перспективі. Крім того, споживач у результаті конкуренції отримує більш вигідні умови – ширший асортимент, кращу якість та доступніші ціни, що загалом сприяє поживленню попиту на меблевому ринку.

Водночас висока конкурентна напруга може негативно впливати на прибутковість обох компаній у короткостроковому періоді. Зокрема, цінова



						2023/2022	2024/2023
1	Чистий дохід від реалізації продукції	тис. грн	80 795	82 649	81 569	102,29	98,69
2	Середньооблікова чисельність працівників	осіб	75	76	68	101,33	89,47
3	Чистий дохід на 1 працівника	тис. грн/особу	1 077,27	1 087,49	1 199,54	100,95	110,30
4	Фонд заробітної плати	тис. грн	5 735	7 585	7 215	132,26	95,12
5	Середньорічна зарплата одного працівника	грн	76 466,67	99 802,63	106 102,94	130,52	106,31
6	Повна собівартість реалізованої продукції	тис. грн	79 586	80 456	79 256	101,09	98,51
7	Витрати на 1 грн реалізованої продукції	грн	0,985	0,973	0,972	98,83	99,81
8	Прибуток від реалізації продукції	тис. грн	1 209	2 193	2 313	181,39	105,47
9	Чистий фінансовий результат (прибуток)	тис. грн	4 350	5 463	4 987	125,59	91,29
10	Рентабельність доходу	%	1,50	2,65	2,84	177,32	106,87

Продуктивність праці демонструє позитивну динаміку: незважаючи на скорочення чисельності персоналу у 2028 році, обсяг чистого доходу на одного працівника значно зростає. Це вказує на підвищення ефективності трудових ресурсів та можливу оптимізацію внутрішніх процесів. Водночас скорочення персоналу може бути наслідком внутрішньої оптимізації витрат або впровадження нових технологій, що роблять деякі функції менш трудомісткими.

Показники фонду заробітної плати демонструють цікаву тенденцію: загальні витрати на оплату праці зростають до 2027 року, після чого дещо знижуються внаслідок скорочення персоналу. Попри це середньорічна заробітна плата одного працівника суттєво збільшується, що свідчить про намагання підприємства утримати кваліфікований персонал та забезпечити його мотивацію. Подібна стратегія є важливою у конкурентній боротьбі,

оскільки дозволяє зміцнити кадровий потенціал та підвищити якість виконання операційних процесів.

Собівартість реалізованої продукції залишається відносно стабільною протягом трьох років. Лише незначні коливання можуть свідчити про ефективний контроль за витратами, що особливо важливо у боротьбі за ринок з компанією. Зниження витрат на одну гривню реалізованої продукції свідчить про підвищення ресурсної ефективності та оптимізацію виробничих процесів, що в перспективі може дозволити компанії формувати конкурентні ціни.

Особливо помітною є позитивна динаміка прибутковості. Прибуток від реалізації продукції збільшується майже удвічі за період 2026–2028 років, а чистий фінансовий результат утримується на рівні, достатньому для забезпечення-віддачі. Це демонструє можливість підприємства ефективно монетизувати свою діяльність на українському ринку та поступово нарощувати прибутковість, навіть з огляду на агресивну маркетингову політику «Аква-Родос». Незначне зниження чистого прибутку у 2028 році може бути пов'язане з необхідністю додаткових інвестицій у просування продукції, адаптацію виробництва або розширення логістичних потужностей.

Рентабельність доходу впродовж аналізованого періоду стабільно зростає, що є ключовим індикатором ефективності управлінських рішень та стійкості фінансової моделі підприємства. Досягнувши рівня майже 3%, ТОВ «ЮВВІС» наближається до типових показників конкурентів, а інколи навіть перевищує їх у окремих сегментах. Це дозволяє зробити висновок, що бізнес-модель компанії є життєздатною та має потенціал для подальшого розвитку.

У контексті конкурентної боротьби з ТОВ «Аква-Родос», ТОВ «ЮВВІС» виглядає як гнучкіша та ефективніша структура. Менші масштаби діяльності надають підприємству можливість швидше адаптуватися до ринкових змін, оперативно коригувати внутрішні процеси та встановлювати більш конкурентні ціни за рахунок економії на витратах. Основними викликами залишаються недостатня впізнаваність бренду, потреба у масштабних маркетингових інвестиціях та необхідність вибудовування дистрибуційних каналів.

За умови ефективного стратегічного управління ТОВ «ЮВВІС» може використати конкурентний тиск як додатковий стимул для модернізації виробництва, підвищення продуктивності праці та розвитку бренду. Це дозволить компанії не лише зберегти ринкові позиції, а й збільшити частку ринку та власний фінансовий результат. Аналогічні можливості відкриваються і для ТОВ «Аква-Родос», що свідчить про те, що конкуренція, за грамотного управління, виступає не загрозою, а важливим чинником довгострокового зростання прибутковості обох підприємств.

Отже, результати проведеного аналізу свідчать про те, що послідовне та економічно обґрунтоване впровадження комплексу запропонованих заходів із удосконалення резервів зростання рентабельності здатне забезпечити ТОВ «ЮВВІС» стабільний фінансовий розвиток, зміцнення конкурентних позицій і зростання прибутковості у середньо- та довгостроковій перспективі.

### 3.3 Розробка рекламної кампанії ТОВ «ЮВВІС»

Для успішного виходу ТОВ «ЮВВІС» на локальний ринок м. Славута необхідним є не лише забезпечення конкурентної цінової політики та якісного товарного наповнення, а й формування ефективної рекламної кампанії, яка дозволить підприємству заявити про себе та привернути увагу потенційних покупців. Славута є містом із відносно стабільною купівельною активністю, у якому добре працює як особисте сприйняття бренду, так і візуальні канали комунікації. Саме тому реклама має бути комплексною, щоб охопити як різні вікові групи, так і різні канали споживання інформації.

Ураховуючи конкуренцію з боку ТОВ «Аква-Родос», яке вже тривалий час присутнє на українському ринку, «ЮВВІС» потребує не просто інформування споживача, а формування довіри, демонстрації переваг своєї продукції та створення впізнаваного образу бренду. Тому реклама повинна бути

не формальною, а такою, що здатна викликати інтерес, переконати та мотивувати до купівлі.

Одним із найефективніших варіантів для міста Славута є використання зовнішньої реклами. Місто має кілька зон активного транспортного і пішохідного руху, зокрема центральну частину, напрямок на Нетішин і район вокзалу. У цих місцях встановлення білбордів дозволить охопити значну частину місцевих жителів, причому кількість контактів із рекламою буде постійною. Три білборди формату 3×6 м протягом трьох місяців дадуть змогу забезпечити потужну візуальну присутність компанії. Фінансово це виглядає наступним чином: оренда одного рекламного щита коштує 8 тис. грн на місяць, тому три білборди за три місяці становлять 72 тис. грн. Виготовлення банерів — ще 10,5 тис. грн. Загалом цей блок зовнішньої реклами обійдеться у 82,5 тис. грн.

Однак орієнтуватися лише на зовнішню рекламу не доцільно, оскільки сучасний споживач активно взаємодіє з інформацією в соціальних мережах. У Славуті значна частина мешканців користується Facebook та Instagram, тому просування бренду «ЮВВІС» через Meta Ads є цілком виправданим. Налаштування таргетованої реклами на радіус 30 км дозволяє охопити не лише населення міста, а й прилеглі населені пункти, що розширює потенційний ринок збуту. Запланований бюджет digital-просування — 12 тис. грн на місяць протягом трьох місяців — складе 36 тис. грн. За статистикою рекламних кампаній подібних підприємств, така активність забезпечує 60–80 тис. показів реклами, не менше 1,5–2 тис. переходів на сайт і приблизно 3–5 % конверсії у реальні продажі.

Для старшої вікової групи, яка менше користується соціальними мережами, доцільним є використання відеореклами на місцевому телебаченні. Короткий 20–30 секундний ролик, що транслюється протягом місяця з частотою 15 виходів на день, добре працює у невеликих містах, адже місцеві телеканали залишаються важливим джерелом інформації. Крім того, ролик

може бути використаний і в соціальних мережах, і в міських тематичних групах. Виробництво та розміщення такого ролику коштуватиме 36,5 тис. грн.

Окремим інструментом, який забезпечує прямий контакт зі споживачем, є розповсюдження рекламних листівок. У невеликих містах цей метод все ще залишається результативним, особливо якщо листівки містять акційні пропозиції або спеціальні знижки. Для ТОВ «ЮВВІС» оптимально надрукувати 5 тис. листівок, що коштуватиме 7,5 тис. грн, а їх розповсюдження — ще 4 тис. грн. Отже, вартість цього каналу становить 11,5 тис. грн.

Таким чином, загальний бюджет рекламної кампанії складає 166,5 тис. грн. Важливо зазначити, що такі витрати є цілком обґрунтованими, адже прогнозований приріст обсягів реалізації протягом року становитиме близько 18 %. За умови, що річний товарооборот компанії складе 6 млн грн, додатковий дохід від рекламної активності може досягати близько 1,08 млн грн. Якщо врахувати середній рівень маржинальності продукції на рівні 30 %, додатковий прибуток становитиме приблизно 324 тис. грн. Це дає змогу розрахувати рентабельність рекламної кампанії, яка досягає майже 95 %. Іншими словами, кожна вкладена гривня приносить підприємству майже дві гривні повернення, а сама кампанія починає окупатися вже в перші місяці активних продажів.

Комплексне застосування цих інструментів дозволяє охопити різні групи споживачів: молодь через соціальні мережі, доросле населення через телебачення, а широку міську аудиторію — через зовнішню рекламу та листівки. Такий підхід забезпечує максимальне охоплення у межах міста та створює стійкий рекламний фон, який особливо важливий для нового учасника ринку.

Ураховуючи середній рівень попиту на продукцію категорії, яку пропонує ТОВ «ЮВВІС», впровадження рекламної кампанії здатне забезпечити збільшення продажів у межах 15–20 % протягом першого року. Для підприємства, яке планує товарооборот на рівні 6 млн грн, це означає істотне зростання обсягів реалізації та зміцнення ринкової позиції в регіоні(таблиця 3.2).

Таблиця 3.2 – Розрахунок рекламної кампанії ТОВ «ЮВВІС»

Вид реклами	Опис заходу	Кількість	Вартість одиниці, грн	Загальна вартість, грн
Зовнішня реклама (білборди 3×6 м)	Розміщення 3 білбордів у центральных транспортних зонах протягом 3 місяців	3 шт × 3 міс	8 000	72 000
Виготовлення банерів	Друк банерів для білбордів	3 шт	3 500	10 500
Цифрова реклама (Facebook/Instagram)	Meta Ads з таргетом на м. Славута і навколишні райони	3 міс	12 000	36 000
Реклама на місцевому телебаченні	Виробництво та трансляція ролика (20–30 сек)	1 проєкт	36 500	36 500
Розповсюдження листівок	Друк 5 тис. листівок та їх доставка по місту	5 000 шт	1,5 грн/шт + доставка	11 500

Крім економічного результату, не менш важливим є нематеріальний ефект: зростання впізнаваності бренду, формування довіри до продукції, розширення клієнтської бази та посилення конкурентних позицій щодо ТОВ «Аква-Родос». У комплексі ці фактори суттєво впливають на стійкість підприємства на новому ринку та формують основу для подальшого розвитку.

Таким чином, запропонована рекламна кампанія для ТОВ «ЮВВІС» у місті Славута є не тільки економічно доцільною, а й стратегічно обґрунтованою. Вона охоплює всі основні канали комунікації, забезпечує системне просування бренду та дозволяє підприємству закріпитися на новому ринку з реальними шансами на швидке зростання та зміцнення позицій. Якщо кампанію проводити послідовно, адаптуючи контент під реакцію аудиторії, вона здатна забезпечити підприємству не лише короткостроковий ріст продажів, а й формування довгострокової конкурентної переваги.

Загальні рекомендації узагальнюються у таблиці 3.3.

Таблиця 3.3 – Рекомендаційні заходи для підвищення прибутковості ТОВ «ЮВВІС»

№	Рекомендований захід	Метод здійснення заходу	Ціль, що досягається	Показник ефективності, що характеризує результат
1	Активізація	Проведення зовнішньої	Розширення	Очікуване збільшення

	рекламної кампанії у м. Славута	реклами, таргетованих оголошень, виготовлення брендваної продукції, участь у локальних виставках	впізнаваності бренду, збільшення кількості нових клієнтів, підвищення обсягів продажу	чистого доходу на 7–10%, приріст прибутку – від 185 000 до 230 000 грн на рік
2	Оптимізація логістики та запасів	Впровадження ЛТ-моделі, використання сучасного облікового ПЗ, переукладання договорів з постачальниками	Зниження витрат на зберігання, покращення оборотності товарних запасів, зменшення собівартості	Економія логістичних витрат приблизно 70 000 грн/рік, зменшення собівартості продукції на 3–4%
3	Розширення асортименту та запуск нової лінійки продукції	Маркетингові дослідження, розробка дизайн-моделей, тестові продажі, SMM-просування	Завоювання нових сегментів ринку, зміцнення позицій у боротьбі з конкурентами (зокрема ТОВ «Аква-Родос»)	Приріст валового доходу на 260–320 тис. грн/рік, збільшення ринкової частки на 1,5–2%
4	Підвищення кваліфікації працівників	Курси, практичні тренінги, навчання роботі з новими технологіями	Підвищення професіоналізму персоналу, зменшення браку, покращення якості продукції	Зниження втрат від браку на 2–3%, річна економія – 28 000–32 000 грн
5	Автоматизація управлінських процесів та обліку	Впровадження сучасних програм (CRM, ERP), автоматизація документообігу	Прискорення обробки замовлень, зменшення адміністративних витрат, покращення комунікації	Скорочення адміністративних витрат на 8–10%, економія 55 000–70 000 грн/рік
6	Підвищення мотивації та матеріальне стимулювання персоналу	Запровадження преміальної системи, KPI, нематеріальна мотивація	Формування стабільного персоналу, підвищення продуктивності праці	Зростання продуктивності праці на 5–6%, економічний ефект – від 47 000 грн/рік

Узагальнюючи дані, наведені в таблиці, можна зробити висновок, що запропоновані заходи мають комплексний характер і спрямовані на підвищення ефективності діяльності ТОВ «ЮВВІС» за рахунок як економічних, так і організаційних чинників. Вони охоплюють ключові напрями розвитку підприємства: удосконалення виробничих процесів, посилення маркетингової діяльності, покращення системи мотивації персоналу та підвищення професійного рівня працівників.

Технічне переоснащення виробництва дозволяє скоротити трудомісткість робіт, підвищити продуктивність праці та якість продукції, що безпосередньо

впливає на зростання чистого доходу підприємства. Створення відділу маркетингу сприяє активнішому просуванню продукції, кращому реагуванню на потреби ринку та, як наслідок, збільшенню обсягів реалізації й валового прибутку.

Удосконалення системи матеріального стимулювання та залучення працівників до управлінських процесів позитивно позначається на мотивації персоналу, підвищує зацікавленість у результатах праці та сприяє раціоналізації виробничих процесів, що дозволяє зменшити витрати фонду заробітної плати. Підвищення кваліфікації працівників забезпечує зростання професіоналізму, зниження виробничих втрат і формує передумови для стабільної роботи підприємства в майбутньому.

## ВИСНОВОК

У процесі виконання кваліфікаційної роботи було всебічно досліджено теоретичні, аналітичні та практичні аспекти формування та підвищення рентабельності підприємства на прикладі ТОВ «ЮВВІС». Метою дослідження було визначення основних резервів зростання прибутковості підприємства та розробка практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності його діяльності в сучасних умовах господарювання.

У першому розділі роботи розглянуто теоретико-методологічні засади управління прибутковістю підприємства. Узагальнено сутність понять «прибуток» і «рентабельність», охарактеризовано їх роль у забезпеченні фінансової стійкості та розвитку суб'єкта господарювання. Визначено основні показники оцінювання прибутковості, розкрито їх економічний зміст і значення для прийняття управлінських рішень. Також розглянуто сучасні підходи до управління прибутком та окреслено вплив цифровізації на зростання ефективності діяльності підприємств.

У другому розділі здійснено аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «ЮВВІС». Проведено оцінку показників прибутку, рентабельності, витрат, обсягів реалізації та фінансового стану підприємства. Визначено основні проблеми, що стримують зростання прибутковості, зокрема високий рівень витрат, неефективне управління запасами та потребу в активізації маркетингової діяльності. Окрему увагу приділено аналізу конкурентного середовища, зокрема порівнянню діяльності ТОВ «ЮВВІС» із його основним конкурентом – компанією «Аква-Родос», що дозволило виявити як слабкі, так і сильні сторони підприємства.

У третьому розділі розроблено комплекс практичних заходів, спрямованих на підвищення рентабельності діяльності ТОВ «ЮВВІС». Запропоновано оптимізацію ланцюжка постачання, удосконалення системи управління витратами, розширення асортименту продукції, активізацію маркетингової діяльності та підвищення ефективності виробничих процесів.

Проведено розрахунок необхідних витрат на впровадження запропонованих заходів, а також здійснено оцінку їх соціально-економічної та екологічної ефективності. Отримані результати свідчать про економічну доцільність реалізації запропонованих рішень і їх позитивний вплив на фінансовий стан підприємства.

Узагальнюючи результати дослідження, можна зробити висновок, що запропонована стратегія підвищення рентабельності ТОВ «ЮВВІС» є обґрунтованою, практично спрямованою та здатною забезпечити зростання прибутку, підвищення конкурентоспроможності, зміцнення фінансової стійкості та стабільний розвиток підприємства у довгостроковій перспективі. Реалізація запропонованих заходів дозволить підприємству ефективніше реагувати на виклики сучасного ринку та забезпечити стійкі позиції в умовах зростаючої конкуренції.

## ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Вовк О. М., Прибуток та рентабельність як детермінанти розвитку підприємства./ А. М. Ковальчук, Я. І. Комісаренко, А. В. Джулай // *Modern Economics*. – 2020.
2. Крюкова І. О., Зарубіжна практика управління розподілом прибутків і збитків у товариствах. Актуальні проблеми теорії та практики менеджменту./ І.О. Крюкова, А. О. Зубаха // матеріали XI Міжнар. наук.-практ. конф. 27 травня 2022 року. Одеса: Державний університет «Одеська політехніка», – 2022.
3. Черничко, Т. В. Прибуток як основний параметр оцінки фінансового стану підприємства./ Т. В. Черничко, К. Т. Ковач – 2019. – URL: [http://dspace.s.msu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/4853/1/Profit\\_as\\_main\\_parameter\\_assessing\\_financial\\_condition\\_enterprise.pdf](http://dspace.s.msu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/4853/1/Profit_as_main_parameter_assessing_financial_condition_enterprise.pdf).
4. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 року. Офіційний веб-сайт Державної податкової служби України. – URL: <https://tax.gov.ua/nk/>.
5. Павлюк О. О. Чому прибуток акціонерів є основною ціллю бізнесу? Сучасні аспекти модернізації науки: стан, проблеми, тенденції розвитку./ О. О. Павлюк, Є. Г. Касновська, Я. Д. Шопперт // Матеріали XX Міжнар. наук.-практ. конф. 07 травня 2022 р., м. Бухарест (Румунія).
6. Гурбик Ю. Ю. Класифікація видів прибутку на підприємстві./ Ю. Ю. Гурбик, С. С. Біляєв, О. Г. Хитрова // *Science, research, development*.
7. Шейко Ю. О. Підвищення рентабельності підприємств сфери послуг. / Ю. О. Шейко // *Економічний форум*. – 2021.
8. Кириченко С. О., Кашпуренко Т. О. Диверсифікація виробництва як спосіб збільшення прибутковості підприємств у сучасних умовах./ С. О. Кириченко, Т. О. Кашпуренко // *Ефективна економіка*. –2023. – № 5. - URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.5.53>.
9. Кириченко С. О. Інвестування як фактор збільшення прибутковості підприємства. Проблеми розвитку економіки підприємства : погляд молоді./ С.

О. Кириченко, Т. О. Кашпуренко // Матеріали XVI Міжнародної наукової конференції здобувачів вищої освіти (м. Харків, 10 березня 2023 року)..

10. Мордань Є.Ю. Теоретичні основи системи управління прибутком підприємства./ Є. Ю. Мордань, Д. О. Малиш, А. Ю. Рябуха // Інфраструктура ринку. – 2020..

11. Офіс з розвитку підприємництва та експорту, Дія Бізнес та ін. «Аналіз української меблевої галузі в умовах повномасштабної війни». – URL: <https://business.diia.gov.ua/analytics/research/Analysis-of-the-Ukrainian-furniture-industry-in-conditions-of-full-scale-war>.

12. Державна служба статистики України. Офіційний сайт – URL: <https://ukrstat.gov.ua>.

13. Міністерство економіки України. Офіційний сайт – URL: <https://www.me.gov.ua>.

14. НП(С)БО 2 «Баланс», затверджене наказом Мінфіну України від 07.02.2013 р. №73.

15. НП(С)БО 3 «Звіт про фінансові результати», затверджене наказом Мінфіну України від 07.02.2013 р. №73.

16. Андрущенко, В. Л. Економіка підприємства: підручник. / В. Л. Андрущенко – К.: Центр учбової літератури, 2022. – 520 с.

17. Герасимчук, В. Г. Економіка підприємства: навч. посіб. / В. Г. Герасимчук – К.: КНЕУ, 2021. – 432 с.

18. Савицька, Г. В. Аналіз господарської діяльності підприємства: підручник. / Г. В. Савицька – К.: Знання, 2022. – 368 с.

19. Поддєрьогін, А. М. Фінанси підприємств: підручник/ А. М. Поддєрьогін – К.: КНЕУ, 2020. – 542 с.

20. Бланк, І. О. Фінансовий менеджмент / І. О. Бланк – К.: Ніка-Центр, 2021. – 764 с.

21. Бутинець, Ф. Ф. Бухгалтерський фінансовий облік / Ф. Ф. Бутинець – Житомир: Рута, 2022. – 912 с.

22. Коваленко, Л. О. Планування діяльності підприємства: навч. посіб. / Л. О. Коваленко – К.: КНЕУ, 2020. – 368 с.
23. Козловський, С. В. Управління ресурсами підприємства: монографія. / С. В. Козловський – Львів: ЛНУ, 2021. – 302 с.
24. Шевчук, В. О. Фінансовий аналіз діяльності підприємства: навч. посіб. / В. О. Шевчук – К.: КНЕУ, 2023. – 460 с.
25. Офіційний сайт ТОВ «ЮВВІС» (за даними ЄДРПОУ) – URL: <https://uvvis.com.ua> (перевірено 17.10.2025).
26. Тенденції розвитку деревообробної промисловості України. // Економіка України. – 2023. – №7. – С. 25–32.
27. Аналіз рентабельності та інвестиційної привабливості підприємств легкої промисловості. // Фінанси України. – 2024. – №4. – С. 41–49.
28. YouControl. Профіль підприємства ТОВ «ЮВВІС» (ЄДРПОУ 36420474)– URL: [https://youcontrol.com.ua/catalog/company\\_details/36420474/](https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/36420474/)
29. OpenDataBot. Аналітика фінансової звітності ТОВ «ЮВВІС» – URL: <https://opendatabot.ua/c/36420474>
30. Ukraine.com.ua. Реєстр підприємств України: ТОВ «ЮВВІС» – URL: <https://www.ukraine.com.ua/egrpou/36420474/>
31. Улашанівська сільська територіальна громада. Новини та оголошення щодо діяльності ТОВ «ЮВВІС» – URL: <https://ulashanivska-gromada.gov.ua>

## ДОДАТОК