

Національний технічний університет
"Дніпровська політехніка"

Навчально-науковий Інститут економіки
Фінансово-економічний факультет

Кафедра економічного аналізу і фінансів

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до кваліфікаційної роботи
ступеню бакалавр

здобувача Лавріщевої Аліни Сергіївни

(ПІБ)

академічної групи 072-20-2 (денна форма навчання)

(шифр)

спеціальності 072 Фінанси, банківська справа та страхування

(код і назва спеціальності)

освітньо-професійної програми «Фінанси, банківська справа та страхування»

на тему «Факторний аналіз прибутку та показників рентабельності

підприємства (на прикладі ТОВ "АТЬ-МАРКЕТ")»

Керівники	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
Кваліфікаційної роботи	доц. Букресва Д.С.			
Рецензент	Нагорянська Т.В.			
Нормоконтролер	Федорова О.Г.			

Дніпро
2024

Національний технічний університет
"Дніпровська політехніка"

ЗАТВЕРДЖЕНО:

завідувач кафедри

економічного аналізу і фінансів

(повна назва)

Д.С. Букрєєва

(підпис)

(прізвище, ініціали)

« _____ » _____ 2024 року

ЗАВДАННЯ

на кваліфікаційну роботу
ступеню бакалавр

здобувачу Лавріщевій Аліні Сергіївні академічної групи 072-20-2
(прізвище, ініціали) (шифр)

спеціальності 072 Фінанси, банківська справа та страхування
(код і назва спеціальності)

на тему: «Факторний аналіз прибутку та показників рентабельності підприємства (на прикладі ТОВ "АТБ-МАРКЕТ")»

затверджену наказом ректора НТУ "Дніпровська політехніка" від 31.05.2024р. №515-с

Розділ	Зміст	Термін виконання
ВСТУП	Актуальність теми, мета і завдання, об'єкт і предмет роботи, методи, наукова та практична цінність, апробація результатів, публікації, структура роботи	20.05.2024- 22.05.2024
Розділ 1	Теоретичні засади дослідження прибутку та показників рентабельності	23.05.2024- 30.05.2024
Розділ 2	Аналіз прибутку та показників рентабельності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ»	31.05.2024- 07.06.2024
Розділ 3	Планування прибутку та показників рентабельності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ»	08.06.2024- 16.06.2024
ВИСНОВКИ	Підсумок отриманих результатів дослідження	17.06.2024- 18.06.2024
Демонстраційний матеріал	Підготовка демонстраційного матеріалу до захисту	19.06.2024- 23.06.2024

Завдання видано

_____ (підпис керівника)

Д.С. Букрєєва

(прізвище, ініціали)

Дата видачі завдання 06.05.2024 р.

Дата подання до екзаменаційної комісії 24.06.2024 р.

Завдання прийнято до виконання

_____ (підпис студента)

А.С. Лавріщева

(прізвище, ініціали)

РЕФЕРАТ

Лаврищева А.С. – Факторний аналіз прибутку та показників рентабельності підприємства (на прикладі ТОВ "АТБ-МАРКЕТ") – Кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Кваліфікаційна робота бакалавра ОП «Фінанси, банківська справа та страхування» за спеціальністю 072 Фінанси, банківська справа та страхування. – НТУ «Дніпровська політехніка», Дніпро, 2024.

Мета кваліфікаційної роботи – аналіз прибутку та показників рентабельності на прикладі ТОВ «АТБ-МАРКЕТ», в контексті визначення впливу факторів на результуючий показник, а також планування діяльності на майбутні періоди на базі досвіду закордонних компаній.

У вступі викладено сучасний стан проблеми, доведено актуальність теми, окреслено задачі кваліфікаційної роботи, визначено об'єкт і предмет дослідження.

У першому розділі розглянуто теоретичні засади дослідження прибутку та показників рентабельності компанії, визначено методи проведення факторного аналізу та вплив «зеленого курсу» на формування прибутку компанії.

У другому розділі кваліфікаційної роботи надана коротка характеристика діяльності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ», визначено конкурентне середовище на профільному ринку, досліджено фінансовий стан компанії та проведено факторний аналіз показників рентабельності та прибутку.

У третьому розділі досліджено досвід збільшення адміністративних витрат та їх вплив на прибуток на базі Tesco PLC та проведено планування прибутку та рентабельності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» на період 2024-2025 років.

Результати дослідження можуть бути використані ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» з метою підвищення прибутків та рентабельності в майбутніх періодах.

ПРИБУТОК, РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ, ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ,
ФІНАНСОВИЙ СТАН, ЛІКВІДНІСТЬ, СОБІВАРТІСТЬ, РЕТЕЙЛІНГ.

ABSTRACT

Lavrishcheva A.S. – Factor analysis of profit and profitability indicators of an enterprise (based on the example of "ATB-MARKET" Ltd) – Qualification work on the rights of the manuscript.

Qualification work for obtaining a bachelor's degree in specialty 072 Finance, Banking and Insurance. – Dnipro University of Technology, Dnipro, 2024.

The purpose of the qualification work is to analyze the profit and profitability indicators on the example of LLC «ATB-MARKET», in the context of determining the impact of factors on the resulting indicator, as well as planning activities for future periods based on the experience of foreign companies.

The introduction outlines the current state of the problem, proves the relevance of the topic, defines the tasks of the qualification paper, and identifies the object and subject of the research.

The first chapter considers the theoretical foundations of the research on profit and profitability indicators of the company, defines the methods of conducting factor analysis, and examines the impact of the «green course» on the formation of the company's profit.

The second chapter of the qualification paper provides a brief description of the activities of LLC «ATB-MARKET», identifies the competitive environment in the profile market, examines the financial condition of the company, and conducts a factor analysis of profitability and profit indicators.

The third chapter of the experience of increasing administrative expenses and their impact on profit based on Tesco PLC was investigated, and the planning of profit and profitability for ATB-MARKET LLC for the period of 2024-2025 was conducted.

The results of the research can be used by LLC «ATB-MARKET» to increase profits and profitability in future periods.

PROFIT, PROFITABILITY, FACTOR ANALYSIS, FINANCIAL CONDITION, LIQUIDITY, COST, RETAILING.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРИБУТКУ ТА ПОКАЗНИКІВ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ.....	10
1.1. Сутність, види та основні підходи до визначення прибутку та рентабельності.....	10
1.2. Фактори, що впливають на прибуток та рентабельність підприємства.....	16
1.3. Теоретичні підходи та методи проведення факторного аналізу.....	23
1.4. Вплив «зеленого курсу» на прибуток та рентабельність підприємств.....	25
Висновки до розділу 1.....	28
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ПРИБУТКУ ТА ПОКАЗНИКІВ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ТОВ «АТБ-МАРКЕТ».....	30
2.1. Загальна характеристика діяльності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ».....	30
2.1.1. Організаційна структура ТОВ «АТБ-МАРКЕТ».....	32
2.1.2. Конкурентна позиція ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» на профільному ринку.....	34
2.1.3. SWOT-аналіз діяльності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ».....	39
2.2. Дослідження фінансового стану ТОВ «АТБ-МАРКЕТ».....	41
2.2.1. Вертикальний та горизонтальний аналіз звіту про фінансовий стан ТОВ «АТБ-МАРКЕТ».....	42
2.2.2. Визначення показників рентабельності та дослідження динаміки.....	53
2.2.3. Аналіз прибутку ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» та його видів.....	58
2.2.4. Аналіз фінансової стабільності та стійкості ТОВ «АТБ-МАРКЕТ».....	67
2.3. Факторний аналіз рентабельності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ».....	76
Висновки до розділу 2.....	81
РОЗДІЛ 3 ПЛАНУВАННЯ ПРИБУТКУ ТА ПОКАЗНИКІВ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ	

ТОВ «АТБ-МАРКЕТ».....	83
3.1. Оцінка впливу факторів на прибуток та показники рентабельності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ».....	83
3.2. Дослідження досвіду впливу фактору адміністративних витрат на прибуток закордонних компаній	87
3.3. Прогноз зміни прибутку ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» на прикладі досвіду закордонних компаній	92
Висновки до розділу 3	102
ВИСНОВКИ.....	103
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	107
ДОДАТКИ.....	111

ВСТУП

Актуальність теми. В умовах сучасної економічної нестабільності та складних ринкових умов, підприємства стикаються з низкою викликів, які можуть вплинути на їхню фінансову стійкість та конкурентоспроможність. Особливо актуальним є завдання ефективного управління прибутковістю та рентабельністю для українських підприємств в умовах дії військового стану, що є ключовими показниками фінансового здоров'я компанії. Факторний аналіз прибутку та показників рентабельності дозволяє глибше зрозуміти механізми формування цих показників, що вкрай важливо для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

В сучасних умовах, коли конкуренція на ринку загострюється, а економічні фактори стають все менш передбачуваними, факторний аналіз прибутку та рентабельності допомагає виявити основні чинники, що впливають на фінансові результати підприємства. Це дозволяє більш ефективно реагувати на зміни ринкової кон'юнктури, оптимізувати витрати та підвищувати ефективність використання ресурсів. Аналіз таких показників також сприяє підвищенню прозорості фінансової діяльності, що є важливим для залучення інвесторів та кредиторів.

В Україні, де економічна ситуація постійно змінюється під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх факторів, актуальність дослідження факторного аналізу прибутку та показників рентабельності набуває особливого значення.

Значний вклад у вітчизняній та світовій практиці в дослідження прибутку та показників рентабельності підприємств зробили в своїх наукових роботах вчені: Крамаренко Г.О., Білик М.Д., Мельник Л.Г., Мішина С.В., А.Сміт, А.М. Поддєрьогін та інші.

Метою кваліфікаційної роботи є проведення факторного аналізу прибутку та показників рентабельності, планування прибутку та рентабельності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» на базі досвіду закордонних компаній.

Завдання дослідження допомагають досягти поставлену мету

кваліфікаційної роботи та полягають у необхідності:

- систематизувати теоретико-методичні підходи дослідження показників рентабельності та прибутку;
- дослідити конкурентну позицію ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» на профільному ринку;
- провести SWOT-аналіз-ТОВ «АТБ-МАРКЕТ»;
- проаналізувати фінансовий стан ТОВ «АТБ-МАРКЕТ»;
- провести факторний аналіз показників рентабельності та прибутку;
- провести планування діяльності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» на майбутні періоди на основі вивчення досвіду закордонних компаній.

Об'єкт дослідження – процес формування та планування прибутку, аналізу показників рентабельності підприємства, як основи фінансового стану.

Предмет дослідження є теоретичні та методичні підходи факторного аналізу рентабельності та прибутку.

Методи дослідження. Під час проведення дослідження використовувалися різноманітні методи, що дозволили детально проаналізувати фінансовий стан підприємства. Серед них метод пошуку та збору інформації, порівняльний метод, аналіз і синтез, емпіричні методи, методи елімінування, горизонтальний та вертикальний метод оцінювання, статистичні та математичні методи.

Інформаційною базою дослідження є звітність ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 роки, правове та нормативне законодавство України, інформація Інтернет-сайтів, спеціалізовані економічні видання, статті та навчальні посібники у сфері прибутку та рентабельності.

Прикладна цінність. Результати дослідження носять практичний характер про що свідчить відгук підприємства.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження представлено на міжнародній конференції студентів та молодих науковців «Ринок фінансових інновацій та безробіття ЄС: тенденції, виклики та перспективи» (Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»,

м. Дніпро, 2024). Тема дослідження: «Інноваційні фінансові інструменти, як чинники ефективності бізнесу».

Особистий внесок. Наукові висновки та прогнози, що представлені у роботі, є результатом самостійного дослідження автора щодо факторного аналізу прибутку та показників рентабельності. Вони ґрунтуються на критичному аналізі літературних джерел та детальному дослідженні даних фінансової звітності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ».

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів та висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить 123 сторінки комп'ютерного тексту; робота включає 8 таблиць, 33 рисунки, 10 додатків. Список використаних джерел містить 32 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРИБУТКУ ТА ПОКАЗНИКІВ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ

1.1. Сутність, види та основні підходи до визначення прибутку та рентабельності

Прибуток завжди був важливим показником для компаній з давніх часів. У стародавні часи торгівля і ремесло базувалися на отриманні прибутку, який дозволяв розширювати виробництво, наймати робочу силу і накопичувати капітал. Сучасні компанії також орієнтуються на прибуток як на головний показник успішності їхньої діяльності. Прибуток служить основним джерелом фінансування інвестицій, виплати дивідендів акціонерам і забезпечення стійкого розвитку підприємства. У сучасному світі значення прибутку ще більше зросло через конкуренцію і глобалізацію ринків.[1]

На сьогоднішній день прибуток є не тільки показником вдалої діяльності компанії, але й ключовим фактором для прийняття управлінських рішень. Прибуток дозволяє підприємствам інвестувати в інновації, розширювати ринки збуту, поліпшувати якість продукції та послуг, а також забезпечувати соціальні гарантії для працівників. Крім того, прибуток є показником фінансової стабільності компанії і її здатності виконувати зобов'язання перед кредиторами і інвесторами. Для багатьох підприємств, особливо в умовах нестабільної економіки, отримання стабільного прибутку є головною метою їхньої діяльності.

Поняття прибутку є предметом широкої дискусії серед економістів, оскільки не існує єдиного визначення, яке б задовольняло всіх. Від початку дослідження в XVII столітті до сьогодні прибуток залишається складною категорією, яка викликає інтерес та постійний аналіз. Різноманітні теорії намагаються пояснити походження та природу прибутку, але вони не завжди знаходять загальноприйняті відповіді. До спілки закордонних вчених з питань

прибутку входять такі відомі імена, як А. Бабо, Ф. Найт, Д. Рікардо, П. Самуельсон, А. Сміт, Й. Шумпетер, Е. Чемберлен, Дж. Хікс. Сучасний інтерес до цієї теми продовжує розвиватись у вітчизняному та іноземному середовищі економістів. Зокрема, серед них можна виокремити І.А. Бланка, Н.М. Бондара, О.О. Гетьмана, С.Ф. Покропивного, А.М. Поддєрьогіна, В.М. Шаповала, Л.І. Шваба. Зараз не існує єдиного та конкретного поняття прибутку, що створює простір для різноманітних думок серед економістів. Проблема обґрунтування теорії прибутку відноситься до ключових викликів економічної науки та практики, і вона залишається об'єктом інтенсивних досліджень і обговорень.[2]

Відповідно до чинного Господарського кодексу України ст. 142 прибуток суб'єкта господарювання є показником фінансових результатів його господарської діяльності, що визначається шляхом зменшення суми валового доходу суб'єкта господарювання за певний період на суму валових витрат та суму амортизаційних відрахувань. Це визначення дозволяє оцінити фінансові результати діяльності підприємства, враховуючи всі доходи і витрати.[3]

Економічна суть прибутку полягає в тому, що він є перевищенням доходів від реалізації продукції, товарів чи послуг над витратами, понесеними на їх виробництво та реалізацію. Таким чином, прибуток є своєрідним індикатором успішності підприємства, який свідчить про його здатність генерувати достатні доходи для покриття всіх витрат і забезпечення стійкого розвитку.

Прибуток виконує кілька важливих функцій, які мають велике значення для розвитку та ефективності діяльності компанії. Однією з ключових функцій є відтворювальна функція. Вона полягає у тому, що прибуток забезпечує фінансові ресурси для відновлення і розвитку виробничих потужностей підприємства. За рахунок прибутку підприємство може здійснювати модернізацію обладнання, впроваджувати нові технології, розширювати виробництво та підвищувати якість продукції. Це, в свою чергу, дозволяє компанії залишатися конкурентоспроможною на ринку та забезпечувати стійке економічне зростання.

Стимулююча функція прибутку пов'язана з мотивацією компанії та її працівників підприємства до підвищення ефективності роботи. Прибуток

служить основою для виплати бонусів, премій і дивідендів, що стимулює персонал до досягнення кращих результатів. Крім того, наявність прибутку дозволяє підприємству інвестувати у навчання та розвиток своїх співробітників, що також сприяє підвищенню їхньої продуктивності і ефективності. Узагальнююча функція прибутку полягає у тому, що це інтегральний показник, що узагальнює результати господарської діяльності підприємства.[1]

Прибуток, як і більшість економічних показників має свої види. На рис. 1.1 представлено види прибутку та продемонстровано їх різницю.

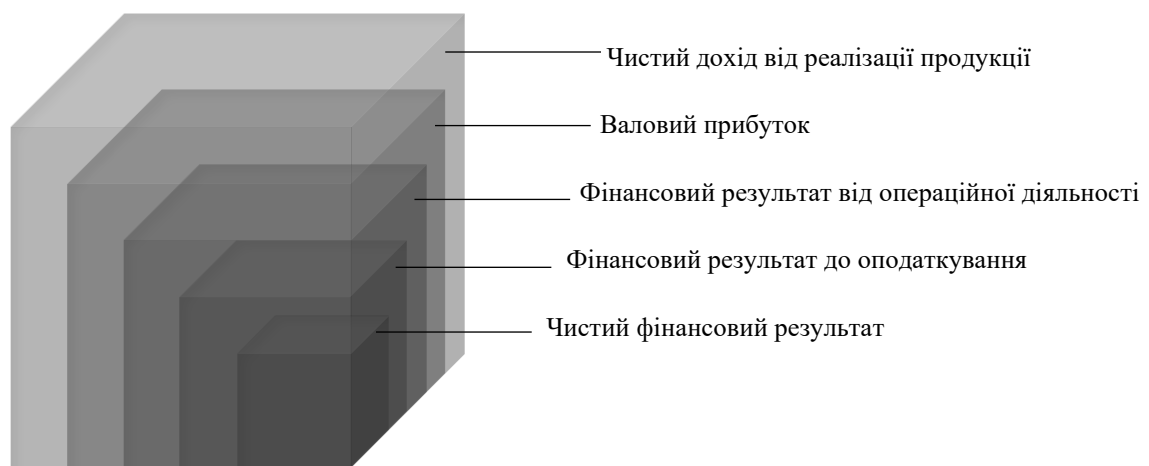


Рис. 1.1 – Види прибутку

Рис. 1.1 ілюструє різні види прибутку, які є важливими для аналізу фінансової діяльності компанії. На верхньому рівні знаходиться чистий дохід від реалізації продукції, який є загальною сумою грошей, отриманих компанією від продажу товарів або послуг за певний період.

Наступним рівнем є валовий прибуток, який визначається як різниця між доходом від реалізації та собівартістю реалізованих товарів або послуг. Валовий прибуток дозволяє оцінити ефективність основної діяльності компанії, показуючи, наскільки добре компанія управляє своїми витратами на виробництво. Валовий прибуток розраховується за формулою 1.1.[4]

$$\text{ВП} = \text{ЧД} - \text{С} \quad (1.1)$$

де ВП – валовий прибуток (збиток);

ЧД – чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг);

С – собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг).

Операційний прибуток або фінансовий результат від операційної діяльності розраховується шляхом віднімання від валового прибутку всіх операційних витрат, таких як адміністративні витрати, витрати на збут та інші витрати, пов'язані з основною діяльністю компанії. Цей показник демонструє прибуток, отриманий від основної операційної діяльності, без урахування фінансових витрат та доходів, податків і надзвичайних статей та визначається за формулою 1.2.

$$\text{ФРОД} = \text{ВП} + \text{ІОД} - \text{АВ} - \text{ВЗ} - \text{ІОВ} \quad (1.2)$$

де ФРОД – фінансовий результат від операційної діяльності;

ВП – валовий прибуток (збиток);

ІОД – інші операційні доходи;

АВ – адміністративні витрати;

ВЗ – витрати на збут;

ІОВ – інші операційні витрати.

Фінансовий результат до оподаткування включає всі доходи і витрати, такі як операційний прибуток, фінансові доходи та витрати, але перед вирахуванням податків. Це загальний показник прибутковості компанії перед податковими відрахуваннями він розраховується за формулою 1.3.[1]

$$\text{ФРДО} = \text{ФРОД} + \text{ДВУ} + \text{ІФД} + \text{ІД} - \text{ФВ} - \text{ВУК} - \text{ІВ} \quad (1.3)$$

де ФРДО – фінансовий результат до оподаткування;

ФРОД – фінансовий результат від операційної діяльності;

ДУК – дохід від участі в капіталі;

ІФД – інші фінансові доходи;

ІД – інші доходи;

ФВ – фінансові витрати;

ВУК – витрати від участі в капіталі;

ІВ – інші витрати.

Чистий фінансовий результат або чистий прибуток є кінцевим показником, що залишився після вирахування всіх витрат, включаючи податки. Він відображає загальний фінансовий результат діяльності компанії за певний період і є ключовим показником для інвесторів, акціонерів і аналітиків, оскільки демонструє реальну прибутковість бізнесу.[5]

$$\text{ЧФР} = \text{ФРДО} - \text{ПП} - \text{ФРДПО} \quad (1.4)$$

де ЧФР – чистий фінансовий результат;

ФРДО – фінансовий результат до оподаткування;

ПП – витрати (дохід) з податку на прибуток;

ФРДПО – фінансовий результат від припиненої діяльності після оподаткування.

Проаналізувавши поняття, сутність, функції та види прибутку доцільно звернути увагу на не менш важливий показник для компанії – рентабельність. Якщо прибуток показує абсолютну суму зароблених грошей, то рентабельність демонструє ефективність використання ресурсів для отримання цього прибутку. Рентабельність дозволяє оцінити, наскільки вигідно компанія працює, враховуючи її активи, капітал та інші ресурси.

Поняття рентабельності відображає відношення прибутку до різних базових показників, таких як виручка, активи, власний капітал тощо. Це відносний показник, який вимірює економічну ефективність діяльності підприємства. Рентабельність є критичним індикатором для інвесторів і менеджерів, оскільки вона показує, наскільки добре компанія використовує свої ресурси для генерування прибутку. Економічна суть рентабельності полягає у

визначенні ступеня прибутковості діяльності підприємства і використанні цього показника для стратегічного планування та прийняття управлінських рішень.[6]

Функції рентабельності можна розділити на кілька основних категорій. По-перше, рентабельність виконує оцінювальну функцію, оскільки дозволяє оцінити ефективність роботи підприємства у фінансовому плані. Це важливо як для внутрішнього аналізу, так і для зовнішніх сторін, таких як інвестори і кредитори. По-друге, рентабельність виконує функцію порівняння, дозволяючи порівнювати результати діяльності різних підприємств або одного підприємства у різні періоди часу.

Крім того, рентабельність виконує стимулюючу функцію, оскільки високий рівень рентабельності може бути сигналом про доцільність подальших інвестицій та розширення діяльності. Вона також допомагає виявити потенційні проблемні зони в діяльності підприємства. Таким чином, рентабельність є універсальним інструментом для оцінки і покращення економічної діяльності компанії.[6]

На рис. 1.2 зображено види рентабельності залежно від категорії дослідження.

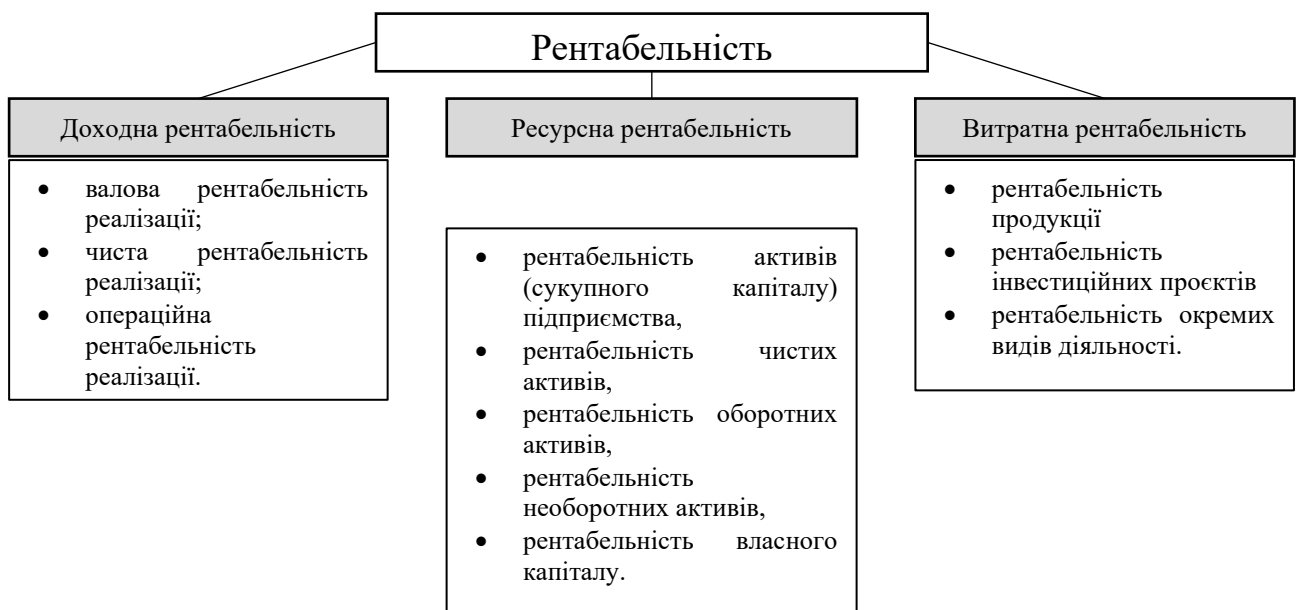


Рис. 1.2 – Види рентабельності

Для комплексного аналізу рентабельності використовують різноманітні

показники, що визначаються залежно від категорії дослідження. Витратні показники рентабельності дозволяють оцінити ефективність використання ресурсів. Витратна рентабельність охоплює рентабельність продукції, інвестиційних проєктів та окремих видів діяльності. Доходні показники визначають, яка частина прибутку припадає на кожну гривню залучених коштів, у той час як ресурсні показники рентабельності допомагають визначити ефективність використання наявних активів. Доходна рентабельність охоплює валову рентабельність реалізації, операційну та чисту. Ресурсна рентабельність включає рентабельність різних видів активів та власного капіталу. Ці показники забезпечують комплексну оцінку ефективності управління підприємством.

1.2. Фактори, що впливають на прибуток та рентабельність підприємства

Прибуток та рентабельність підприємства залежать від різноманітних факторів, які можна класифікувати на внутрішні та зовнішні. Внутрішні фактори включають всі аспекти, що знаходяться під контролем самого підприємства, такі як ефективність управління, якість продукції, рівень технологій, структура витрат, та кваліфікація персоналу. Зовнішні фактори охоплюють впливи, що не залежать від підприємства, такі як макроекономічна ситуація, законодавче регулювання, конкуренція, коливання ринкових цін, політична стабільність та глобальні економічні тенденції. Вплив цих факторів є критичним для стратегічного планування та управління підприємством, оскільки вони визначають можливості для зростання та конкурентоспроможності на ринку.[7]

Внутрішні фактори, що впливають на прибуток та рентабельність компанії безпосередньо впливають на витрати і доходи підприємства, визначаючи його здатність досягати високого рівня прибутковості та конкурентоспроможності. До внутрішніх факторів, що впливають на прибуток та рентабельність компанії, варто віднести: рівень управлінських навичок, ефективність виробничих процесів, якість продукції, використання інновацій та технологій, стратегічне планування, маркетинг та збут, кваліфікація та мотивація персоналу, управління

витратами.

Зовнішні фактори, що впливають на прибуток та рентабельність компанії, включають аспекти економічного, політичного та соціального середовища, які компанія не може контролювати, але повинна враховувати у своїй діяльності. Ці фактори визначають загальні умови функціонування ринку і можуть як позитивно, так і негативно впливати на фінансові результати підприємства. До зовнішніх факторів, що впливають на прибуток та рентабельність компанії, варто віднести: загальний економічний стан, законодавча та податкова політика, рівень конкуренції, споживчий попит, міжнародні економічні та політичні відносини, соціальні зміни, інфляційні процеси.[7]

Аналіз факторів впливу на прибуток та рентабельність є критично важливим для будь-якої компанії, оскільки він дозволяє визначити основні чинники, що впливають на фінансові результати та ефективність діяльності. Цей аналіз допомагає виявити сильні та слабкі сторони підприємства, а також можливості та загрози, що виникають у зовнішньому середовищі. Завдяки розумінню впливу як внутрішніх, так і зовнішніх факторів, компанія може розробити більш ефективні стратегії управління, оптимізувати витрати, підвищити продуктивність і, зрештою, забезпечити стабільний ріст та розвиток. Крім того, аналіз факторів впливу дозволяє прогнозувати майбутні зміни та адаптуватися до нових умов ринку, що є ключовим для довгострокового успіху та конкурентоспроможності компанії.[8]

З метою визначення розміру впливу факторів на прибуток на базі звіту про фінансовий стан компанії (форма звітності №2) в економічній теорії використовують адитивні моделі, які допомагають оцінити вплив основних показників на валовий, операційний, чистий прибуток та прибуток до оподаткування.

Перша адитивна модель оцінює вплив факторів на валовий прибуток. За формулою 1.1 валовий прибуток розраховується як різниця між чистим доходом від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) та собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг). Отже, саме від цих факторів напряду залежить

розмір валового прибутку, який отримає компанія у відповідний період. Збільшення чистого доходу від реалізації має прямий вплив, отже сприяє підвищенню валового продукту, його зменшення – зниженню. Говорячи про вплив собівартості реалізованої продукції, варто зазначити, що цей фактор має обернений вплив, отже її збільшення зменшує валовий прибуток, а зменшення навпаки сприяє підвищенню валового прибутку. З метою забезпечення постійного росту валового прибутку компанії потрібно детально стежити за тим, щоб ріст собівартості реалізованої продукції, був меншим за ріст доходу.

Друга адитивна модель дозволяє оцінити вплив факторів на фінансовий результат від операційної діяльності. Згідно з формулою 1.2 прямими факторами впливу на результуючий показник є валовий прибуток (збиток) та інші операційні доходи. Обернений вплив мають адміністративні витрати, витрати на збут та інші операційні витрати. Аналогічно до першої адитивної моделі, вплив факторів на фінансовий результат від операційної діяльності за другою адитивною моделлю розраховується, як сума зміни всіх факторів.[9]

Згідно з третьою адитивною моделлю та за формулою 1.3 прямий вплив на результуючий показник – фінансовий результат до оподаткування, мають фінансовий результату від операційної діяльності, дохід від участі капіталу та інший фінансовий дохід. Обернений вплив притаманний для факторів, що належать до витрат, а саме: фінансові витрати, витрати від участі в капіталі, інші витрати. Визначення зміни фінансового результату до оподаткування можливо визначити за сумою змін прямих та обернених факторів впливу.

Четверта адитивна модель дозволяє оцінити вплив факторів на чистий фінансовий результат. Зміна цього показника за формулою 1.4 напряму залежить від фактору фінансового результату до оподаткування та обернено від витрат (доходів) з податку на прибуток та фінансового результату від припиненої діяльності після оподаткування. Оцінку зміни показників, що впливають на чистий фінансовий результат компанії можна проводити безпосередньо за всіма доходами та витратами компанії.

Рентабельність, так само як і прибуток, потребує детального аналізу

факторів, які безпосередньо на неї впливають. Це пов'язано з тим, що рентабельність відображає ефективність використання ресурсів підприємства та його здатність генерувати прибуток. Визначення факторів, що впливають на рентабельність, дозволяє підприємству ідентифікувати внутрішні резерви для підвищення ефективності. Враховуючи ці фактори, компанія може коригувати свою стратегію, оптимізувати операційні процеси та ухвалювати більш обґрунтовані управлінські рішення для забезпечення стійкого економічного зростання та конкурентоспроможності на ринку.[7]

Рентабельність продукції – це показник, який визначає ефективність використання ресурсів для виробництва та реалізації продукції. Вона показує, скільки прибутку отримано з кожної одиниці витрат на виробництво продукції. Рентабельність продукції залежить від фактору валового прибутку (збитку) та собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) та розраховується за формулою 1.6.

$$P_{\Pi} = \frac{\text{Валовий прибуток (збиток)}}{\text{Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)}} \quad (1.6)$$

де P_{Π} – рентабельність продукції;

Чиста рентабельність реалізації – це показник, який визначає ефективність діяльності підприємства з урахуванням усіх витрат і доходів. Вона показує, скільки чистого прибутку підприємство отримує з кожної одиниці доходу від реалізації. Чиста рентабельність реалізації залежить від факторів чистого фінансового результату та чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) та розраховується за формулою 1.7.

$$ЧР_p = \frac{\text{Чистий фінансовий результат}}{\text{Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)}} \quad (1.7)$$

де $ЧР_p$ – чиста рентабельність реалізації.

Рентабельність оборотного капіталу – це показник, що визначає

ефективність використання оборотного капіталу для генерування прибутку. Вона показує, скільки прибутку підприємство отримує з кожної одиниці оборотного капіталу. Рентабельність оборотного капіталу залежить від фінансового результату від операційної діяльності та середньорічної вартості оборотних активів та розраховується за формулою 1.8.[8]

$$P_{об.к} = \frac{\text{Фінансовий результат від операційної діяльності}}{\text{Середньорічна вартість оборотних активів}} \quad (1.8)$$

де $P_{об.к}$ – рентабельність оборотного капіталу.

Рентабельність активів – це показник, що відображає ефективність використання всіх активів підприємства для отримання прибутку. Вона показує, скільки прибутку підприємство отримує з кожної одиниці активів. Рентабельність активів залежить від факторів прибутку до сплати податків та відсотків та середньорічної вартості активів та розраховується за формулою 1.9.

$$P_a = \frac{\text{Прибуток до сплати податків та відсотків}}{\text{Середньорічна вартість активів}} \quad (1.9)$$

де P_a – рентабельність активів.

Рентабельність чистих активів – це показник, що визначає ефективність використання чистих активів підприємства, тобто активів за вирахуванням зобов'язань. Вона показує, скільки прибутку підприємство отримує з кожної одиниці чистих активів. Рентабельність чистих активів залежить від факторів прибутку до сплати податків та відсотків та середньорічної вартості чистих активів та розраховується за формулою 1.10.[7]

$$P_{ч.а} = \frac{\text{Прибуток до сплати податків та відсотків}}{\text{Середньорічна вартість чистих активів}} \quad (1.10)$$

де $P_{ч.а}$ – рентабельність чистих активів.

Рентабельність власного капіталу – це показник, що визначає ефективність

використання власного капіталу підприємства для отримання прибутку. Вона показує, скільки прибутку підприємство отримує з кожної одиниці власного капіталу. Рентабельність власного капіталу залежить від факторів чистого фінансового результату та середньорічної вартості власного капіталу та розраховується за формулою 1.11.

$$P_{\text{вк}} = \frac{\text{Чистий фінансовий результат}}{\text{Середньорічна вартість власного капіталу}} \quad (1.11)$$

де $P_{\text{в.к.}}$ – рентабельність власного капіталу.

Також вплив факторів на рентабельність власного капіталу можна оцінити за моделлю Дюпона. Модель Дюпона – це аналітична модель, яка використовується для деталізації та аналізу рентабельності власного капіталу. Вона дозволяє розкласти загальну рентабельність на кілька компонентів, кожен з яких дає уявлення про окремі аспекти фінансової діяльності компанії. На рис. 1.3 представлена факторна модель дослідження рентабельності власного капіталу, що використовує підхід Дюпона. [10]

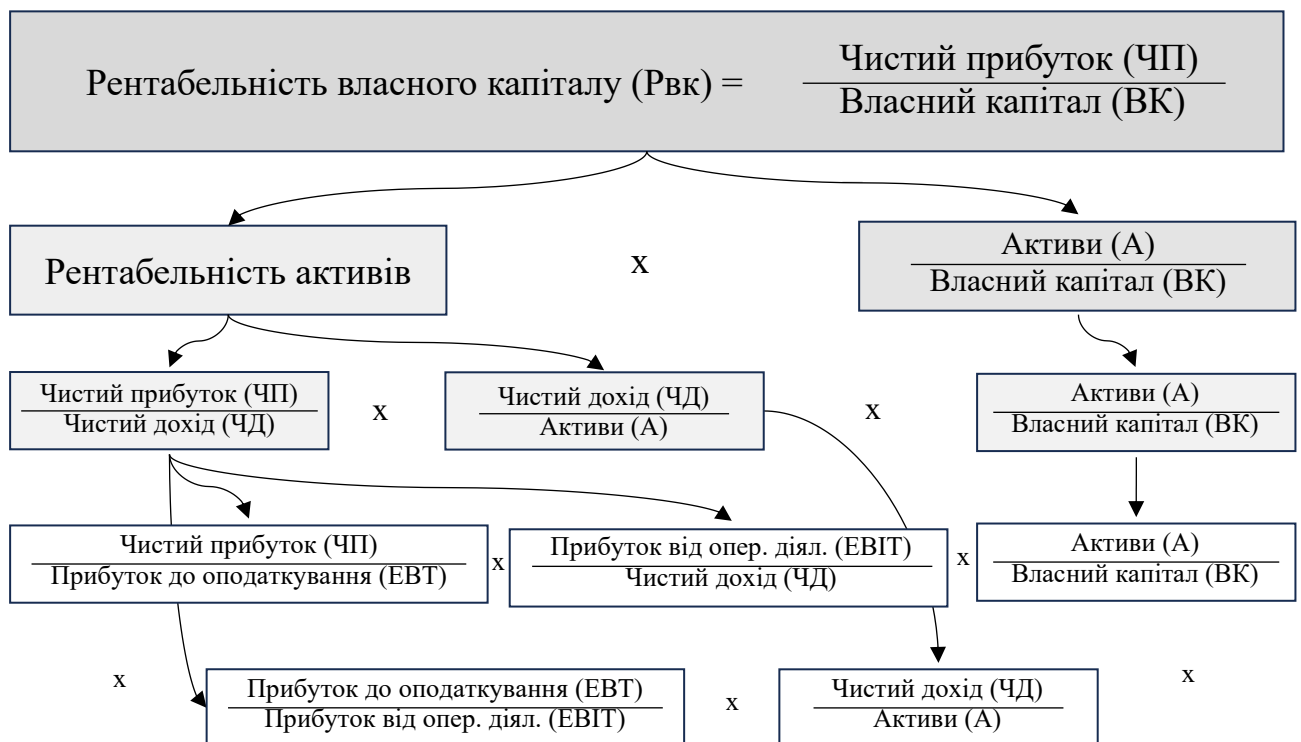


Рис. 1.3 – Факторна модель рентабельності власного капіталу

Згідно з інформацією, зображеною на рис. 1.3, першим етапом формування моделі Дюпона є формула для розрахунку рентабельності власного капіталу аналогічна до формули 1.11. Другий етап показує залежність рентабельності власного капіталу від рентабельності активів та фінансового левериджу. На третьому етапі модель складається з трьох основних компонентів: рентабельності продажів, оборотності активів та фінансового левериджу. Потім модель перетворюється на п'яти факторну та складається з: частки чистого фінансового результату у фінансовому результаті до оподаткування, співвідношення фінансового результату до оподаткування до фінансового результату від операційної діяльності, рентабельність реалізації продукції, оборотність активів та фінансового левериджу. Це дозволяє детально проаналізувати, як ефективність використання активів, управління витратами та структура капіталу впливають на показник. Розрахунки впливу факторів за моделлю Дюпона виконуються за формулою 1.12.

$$P_{\text{вк}} = \frac{\text{ЧФР}}{\text{ФРДО}} \times \frac{\text{ФРДО}}{\text{ФРОД}} \times \frac{\text{ФРОД}}{\text{ЧД}} \times \frac{\text{ЧД}}{\text{А}} \times \frac{\text{А}}{\text{ВК}} \quad (1.12)$$

де $P_{\text{в.к.}}$ – рентабельність власного капіталу;

ЧФР – чистий фінансовий результат;

ФРДО – фінансовий результат до оподаткування;

ФРОД – фінансовий результат від операційної діяльності;

ЧД – чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг);

А – активи;

ВК – власний капітал.

Визначення розміру впливу факторів на прибуток та показники рентабельності розраховується завдяки факторному аналізу. Цей метод дослідження дозволяє виділити основні компоненти, що впливають на фінансові результати компанії, і оцінити їхній вплив.

1.3. Теоретичні підходи та методи проведення факторного аналізу

Факторний аналіз – метод дослідження, який дозволяє розкрити структуру та взаємозв'язки між різними факторами, що впливають на ключові фінансові показники підприємства. Основна суть факторного аналізу полягає у виявленні та кількісній оцінці впливу різних факторів на зміну результуючих показників. Це досягається шляхом розкладання комплексного впливу на окремі складові, що дозволяє детально дослідити, які саме фактори і якою мірою впливають на фінансові результати компанії.[11]

Функції факторного аналізу є багатограними і охоплюють кілька важливих аспектів. По-перше, цей аналіз виконує діагностичну функцію, допомагаючи виявити причини змін у фінансових показниках. По-друге, факторний аналіз має прогностичну функцію, оскільки дозволяє передбачити майбутні зміни на основі вивчених тенденцій. По-третє, він виконує контролюючу функцію, сприяючи моніторингу ефективності управлінських рішень і коригуванню стратегії у відповідь на зміну умов.

Основними завданнями факторного аналізу є визначення та оцінка факторів, що впливають на прибуток та рентабельність підприємства, а також аналіз їхнього впливу. Іншими важливими завданнями є виявлення резервів для підвищення ефективності діяльності підприємства.

Для дослідження впливу різних факторів на фінансові показники використовуються способи елімінування, які допомагають визначити вплив кожного фактору на результуючий показник. Серед основних методів елімінування виділяють методи: ланцюгових підстановок, абсолютних та відносних різниць, інтегральний та індексний, метод часткової участі.[12]

Метод ланцюгових підстановок полягає у поетапній заміні одного фактору на інший, що дозволяє визначити вплив кожного окремого фактору на результуючий показник. Основний принцип методу полягає у зміні одного фактору, тоді як інші залишаються постійними. Після кожної заміни розраховується нове значення результуючого показника. Це дозволяє точно

визначити внесок кожного фактору у загальну зміну показника.

Метод абсолютних різниць базується на визначенні впливу окремих факторів шляхом обчислення різниць між початковими і кінцевими значеннями показників. Суть методу полягає у тому, що різниця між початковим і кінцевим значенням показника розподіляється на компоненти, кожна з яких відображає вплив відповідного фактору.

Метод відносних різниць передбачає обчислення впливу факторів шляхом визначення відносних змін у відсотках. Основний принцип методу полягає у вимірюванні відносних змін кожного фактору та їхнього впливу на результуючий показник. Це надає можливість порівнювати вплив різних факторів на основі їхніх відносних змін.

Індексний метод використовує індекси для визначення впливу окремих факторів. Суть методу полягає у тому, що індекси дозволяють стандартизувати різні фактори, що дає можливість порівнювати їхній вплив. Використання індексів спрощує процес аналізу, особливо при великій кількості факторів.[13]

Метод часткової участі полягає у визначенні часткового впливу кожного фактору шляхом аналізу їхньої участі в загальній зміні показника. Суть методу полягає у тому, що зміна показника розкладається на частки, які відображають внесок кожного фактору. Це дозволяє оцінити, наскільки кожен фактор вплинув на зміну у відсотковому або абсолютному вираженні.

З метою висвітлення механізму застосування методів елімінування на прикладі розглянемо умовний показник А, який залежить від факторів В та С. Значення умовного показника А визначається за формулою 1.13.

$$A = B \times C \quad (1.13)$$

де А – умовний показник;

В – перший фактор впливу на показник А;

С – другий фактор впливу на показник А.

Алгоритм застосування методів елімінування наведено у додатку А. Для

розрахунків розміру впливу використовується базисний та звітні періоди у які показники мають умовне позначення A_0 , B_0 , C_0 та A_1 , B_1 , C_1 відповідно. Зміна показників позначається умовним позначенням « Δ » - дельта, та показує на скільки змінився показник за період.

Отже, факторний аналіз є важливим інструментом для вирішення актуальних проблем підприємства, оскільки дозволяє детально розглянути і розуміти вплив різних факторів на фінансові показники та ефективність діяльності. Завдяки цьому методу, підприємство може виявити основні причини відхилень у показниках, таких як прибуток та рентабельність, і розробити ефективні стратегії для їх коригування.

1.4. Влив «зеленого курсу» на прибуток та рентабельність підприємств

Інтеграція екологічних принципів у діяльність підприємства передбачає активну участь компанії у впровадженні зеленого курсу. Це стратегія, спрямована на зниження негативного впливу на довкілля через сталий розвиток та впровадження інноваційних технологій. Завдання зеленого курсу передбачають: мінімізацію викиди парникових газів, скорочення використання невідновлюваних ресурсів, підвищення енергоефективності та підтримка біорізноманіття. У бізнесі цей підхід включає не лише екологічно відповідальне виробництво, але й створення продуктів і послуг, що сприяють екологічній стійкості.[14]

Зелений курс – це стратегічна ініціатива, спрямована на створення екологічно сталих економічних моделей, які забезпечують зростання економіки без шкоди для довкілля. В основі цієї концепції лежить принцип сталого розвитку, який передбачає баланс між економічним розвитком, соціальним благополуччям і збереженням природних ресурсів для майбутніх поколінь.

Основні цілі зеленого курсу включають боротьбу зі зміною клімату, зменшення забруднення, збереження біорізноманіття та перехід до економіки

замкнутого циклу. Ці цілі орієнтовані на досягнення кліматичної нейтральності, тобто зведення до нуля викидів парникових газів. Досягнення цих цілей передбачає інтеграцію екологічних стандартів у всі галузі економіки, підвищення енергоефективності та впровадження інноваційних рішень для зменшення екологічного сліду.

Зелений курс охоплює широкий спектр напрямків діяльності, включаючи енергетику, транспорт, будівництво, сільське господарство та промисловість. Важливим напрямком є також ритейл, зокрема продуктова торгівля. Галузь продуктового ритейлінгу активно долучається до зеленого курсу через впровадження екологічних стандартів, оптимізацію логістики та пропозицію споживачам екологічно чистих продуктів.

Однією з ключових ініціатив є перехід на екологічну упаковку, що передбачає використання біорозкладних та перероблюваних матеріалів замість пластику. Крім того, підприємства інвестують у розвиток «зелених» логістичних ланцюгів, що включають оптимізацію маршрутів доставки для зниження викидів CO₂ та використання електротранспорту. Важливим напрямком є також впровадження енергоефективних технологій у магазинах, таких як LED-освітлення та системи автоматичного регулювання температури. Підприємства також заохочують споживачів до екологічно свідомого споживання, пропонуючи продукти з екологічними сертифікатами та організовуючи програми утилізації відходів.[15]

Розвиток зелених ініціатив в Україні набуває все більшого значення у зв'язку з євроінтеграційними процесами та зобов'язаннями країни щодо зниження викидів парникових газів. Україна активно впроваджує екологічні стандарти у відповідність до вимог Європейського Союзу, що сприяє модернізації економіки та підвищенню її конкурентоспроможності. Важливу роль у цьому процесі відіграють державні програми та ініціативи, спрямовані на підтримку зелених технологій та інновацій.

Серед основних напрямків зеленого курсу в Україні варто виділити розвиток відновлюваної енергетики, підвищення енергоефективності в

промисловості та житловому секторі, а також заходи з управління відходами. Впровадження цих ініціатив сприяє зменшенню екологічного навантаження, покращенню якості життя населення та створенню нових робочих місць у галузі зеленої економіки. Однак для досягнення більш значних результатів необхідно посилити співпрацю між державним і приватним секторами та залучати міжнародні інвестиції у розвиток екологічно чистих технологій.

Підприємства, що беруть участь у зелених ініціативах, отримують значні конкурентні переваги на ринку. По-перше, вони приваблюють екологічно свідомих споживачів, які готові платити більше за продукти, що відповідають стандартам сталого розвитку. По-друге, такі підприємства можуть скористатися податковими пільгами та субсидіями, що надаються урядами для підтримки екологічних проєктів. Крім того, участь у зелених ініціативах покращує репутацію компанії, підвищує довіру з боку клієнтів і партнерів та сприяє залученню інвестицій. Ефективне управління ресурсами та енергозбереження також дозволяють знижувати операційні витрати, що підвищує загальну рентабельність підприємства.

Впровадження зеленого курсу може мати значний позитивний вплив на прибуток та рентабельність підприємств. Завдяки оптимізації ресурсів та впровадженню енергоефективних технологій компанії можуть значно знизити свої операційні витрати. Наприклад, використання відновлюваних джерел енергії дозволяє скоротити витрати на електроенергію, а перехід на екологічну упаковку може зменшити витрати на утилізацію відходів. Крім того, участь у зелених ініціативах допомагає підприємствам уникнути штрафів та санкцій за екологічні порушення, що також позитивно впливає на їх фінансові показники. Зелений курс також сприяє підвищенню рентабельності завдяки збільшенню продажів та залученню нових клієнтів.[15]

Отже, зелений курс допомагає підприємствам не лише знижувати негативний вплив на навколишнє середовище, але й отримувати значні конкурентні переваги на ринку. Завдяки впровадженню зелених ініціатив підприємства можуть знижувати операційні витрати, покращувати репутацію та

підвищувати рентабельність. Зелений курс також відкриває нові можливості для співпраці та залучення інвестицій, що сприяє довгостроковому розвитку та стійкості компаній на ринку.

Висновки до розділу 1

Під час проведення дослідження у розділі один виявлено, що прибуток та рентабельність є ключовими показниками фінансової ефективності підприємства. Прибуток відображає загальну суму доходів підприємства після вирахування всіх витрат і є основним джерелом фінансових ресурсів для подальшого розвитку. Рентабельність показує відносну ефективність використання ресурсів для отримання прибутку і відображає здатність підприємства генерувати прибуток з одиниці вкладених ресурсів.

На прибуток компанії можуть впливати як внутрішні, так і зовнішні фактори. Вплив факторів на прибуток компанії можна визначити за допомогою аналізу звіту про фінансові результати підприємства. Також кожен вид рентабельності, такий як рентабельність продукції, активів або власного капіталу, має свої фактори впливу, які потребують детального дослідження для забезпечення ефективного функціонування підприємства.

Для проведення факторного аналізу зазвичай використовують способи елімінування, які включають метод ланцюгових підстановок, метод абсолютних і відносних різниць, індексний метод, метод часткової участі. З метою дослідження впливу факторів на прибуток, використовують адитивні моделі. Такі методи дослідження допомагають визначити та зрозуміти, які саме фактори найбільше впливають на результуючі показники і як їх можна коригувати для досягнення кращих результатів.

Зелений курс – це стратегічна ініціатива, спрямована на створення екологічно сталих економічних моделей, які забезпечують зростання економіки без шкоди для довкілля. Він допомагає підприємствам отримати конкурентні

переваги через зниження витрат на енергоносії, покращення репутації серед споживачів та залучення інвестицій. Зелений курс потрібен для підвищення стійкості підприємства до зовнішніх викликів і сприяє розвитку компанії.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ПРИБУТКУ ТА ПОКАЗНИКІВ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ТОВ «АТБ-МАРКЕТ»

2.1. Загальна характеристика діяльності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ»

Товариство з обмеженою відповідальністю ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» (далі – «ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» або «Компанія») є однією з найбільших українських мереж супермаркетів, яка станом на кінець 2023 року налічувала понад 1100 магазинів та штат з понад 44 тис. осіб. Компанія почала свою діяльність ще у 1993 році, відкривши низку гастрономів у м. Дніпро. Це стало початком розвитку великого ритейлера. У 1998 році компанія отримала назву для своїх магазинів від аббревіатури «АгроТехБізнес», яка зберіглась і до сьогодні та стала найбільш пізнаваним українським брендом. З тих часів усі відкриті магазини компанії працюють під однією назвою «АТБ».[16]

За 25 років активної діяльності на українському ринку, ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» виросла з шести магазинів у Дніпрі до найбільшої мережі супермаркетів, що є в кожній області країни. Ретельно розроблені та адаптивні підходи до ведення бізнесу дозволяють компанії тримати свої позиції та залишатись найбільшою мережею у галузі по товарообігу, кількості покупців та сплатою податків. Щоденно до супермаркетів торгової мережі «АТБ» заходить понад 4 млн. відвідувачів, що дозволяє у 2023 році створювати чистий дохід від реалізації на рівні 181 млрд. грн. на рік.

Основною діяльністю ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» є роздрібна торгівля продуктами харчування та непродовольчими товарами (47.11). Проте компанія також займається додатковими видами діяльності, що забезпечують додаткові прибутки. До них належить: виробництво хліба та хлібобулочних виробів (10.71), оптова торгівля напоями (46.34) та тютюновими виробами (46.35), діяльність ресторанів та надання послуг мобільного харчування (56.10) та ін.

Статутний капітал компанії станом на кінець 2023 року становить 9 930 148,65 грн. та залучений за рахунок внесків власників. Розподіл статутного капіталу між власниками розглянемо за відомостями наведеними на рис. 2.1.

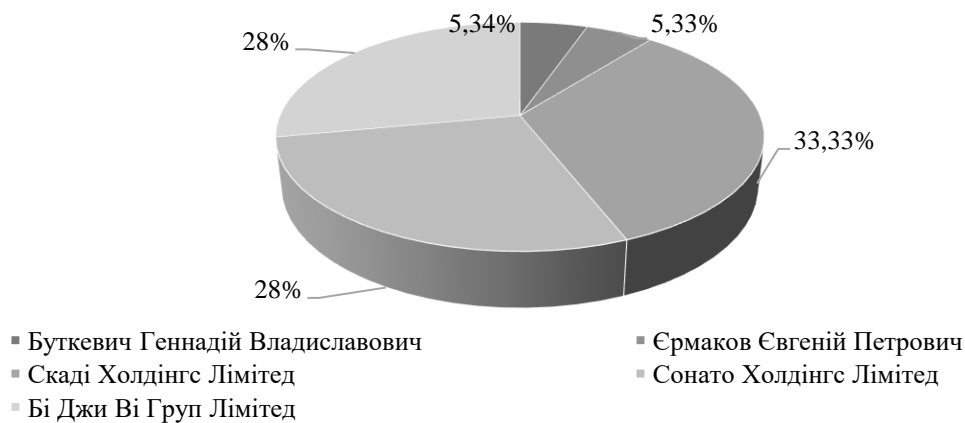


Рис. 2.1 – Структура статутного капіталу ТОВ «АТБ-МАРКЕТ»

Згідно з інформацією на рис. 2.1 власниками ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» є Буткевич Геннадій Владиславович - розмір внеску: 530 269.97 грн., або 5.34%, Єрмаков Євгеній Петрович - розмір внеску: 529 276.81 грн., або 5.33%, Скаді Холдінгс Лімітед - розмір внеску: 3 309 718.67 грн., або 33.33%, Сонато Холдінгс Лімітед - розмір внеску: 2 780 441.60 грн., або 28%, Бі Джи Ві Груп Лімітед - розмір внеску: 2 780 441.60 грн., або 28%. Згідно з даними, що наведені у табл. 2.1 можна детально ознайомитись з загальною характеристикою ТОВ «АТБ-МАРКЕТ».[17]

Таблиця 2.1 – Загальна характеристика підприємства ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» [17]

Назва	Характеристика
1	2
Повна назва	Товариство з обмеженою відповідальністю ТОВ «АТБ-МАРКЕТ»
Організаційно-правова форма	Товариство з обмеженою відповідальністю
Код ЄДРПОУ	30487219
Адреса розташування	49000, Дніпропетровська область, місто Дніпро, проспект Олександра Поля, будинок 40
Керівник	Шаповалова Наталія Анатоліївна

Продовження табл. 2.1

1	2
Розмір статутного капіталу	9 930 148.65 грн.
Дата реєстрації	19.07.1999
Місія	Забезпечувати українців якісними продуктами харчування та непродовольчими товарами за доступними цінами.
Пропозиція компанії	Це широкий асортимент товарів, низькі ціни, якість продукції, зручну мережу магазинів та якісне обслуговування.
Цільова аудиторія	Широка аудиторія українців, зокрема сім'ї з низьким та середнім доходом, пенсіонерів, студентів, людей, які шукають вигідні ціни, а також тих, хто цінує якість.

Щороку ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» пропонує для споживачів не лише широкий та доступний за цінами асортимент, а ще й проводить безліч благодійних ініціатив з метою розвитку соціальних заходів в Україні та допомоги потребуючим. Проекти, що втілює компанія, спрямовані на підтримку ветеранів, дітей-сиріт, людей з інвалідністю, екології та благодійності. Наймасштабніші з них це «Об'єднуємо зусилля задля перемоги», благодійний проєкт «Нечужі долі», національний мистецький проєкт «АРТПЕРЕМІР'Я». [16]

Також ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» має чимало нагород та відзнак за свою діяльність. У 2022 році компанія отримала нагороду «Найкращий роботодавець України» і була визнана «Найкращим супермаркетом України», а також нагороджена за «Найкращий бренд України». Всі ці аспекти спонукають компанію розвиватись кожного дня та ставати кращим для свого споживача.

2.1.1. Організаційна структура ТОВ «АТБ-МАРКЕТ»

Управління великою компанією потребує чимало зусиль та логічно вибудованої системи, що дозволить ефективно виконувати поточні завдання та швидко реагувати на вплив зовнішніх факторів. Розглянемо організаційну структуру ТОВ «АТБ-МАРКЕТ», наведену у додатку Г.[18]

Організаційна структура ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» є багаторівневою та ієрархічною. На вершині структури знаходиться генеральний директор, який

відповідає за загальну стратегію та управління компанією. Генеральному директору підпорядковуються заступник генерального директора та директор служб та керівників відділів, які відповідають за окремі напрямки діяльності компанії. Директор служб та керівників відділі регулює роботу служби економіки та фінансів, служби закупок, служби маркетингу, служби безпеки, служби інформаційних технологій та інші. Заступнику генерального директора підпорядковується директор служб та керівників відділів. Він відповідає за роботу підрозділів, які входять до складу, такі як: аналітичний відділ, відділ контролю якості продукції, технічна служба та інші. Керівники відділів відповідають за роботу окремих структурних підрозділів відповідно до свого направлення.

Організаційна структура ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» має як переваги, так і недоліки. До переваг відносяться чіткий розподіл повноважень та відповідальності, що дозволяє кожному співробітнику ефективно виконувати свої обов'язки, ефективна система підпорядкування, яка дозволяє генеральному директору контролювати роботу всієї компанії, швидкість прийняття рішень та ефективна система комунікації, що забезпечує швидкий та безперешкодний обмін інформацією.[18]

При всіх перевагах структури, представленої у додатку Г, також виявлені і її недоліки. До них можна віднести жорстку ієрархію, призводить до бюрократизації та уповільнення процесу прийняття рішень, оскільки рішення часто приймаються на вищих рівнях управління, що затримує реакцію на зміни та знижує оперативність компанії. Це може бути особливо критичним в умовах швидко змінюваного ринкового середовища, де необхідно швидко реагувати на нові виклики та можливості. Недостатня гнучкість є ще одним важливим недоліком. Крім того, така ієрархія обмежує можливості для кар'єрного росту співробітників, що знижує їх мотивацію та залученість. Відсутність перспектив для професійного розвитку призводить до відтоку талановитих кадрів, що вимушені будуть шукати більш динамічні та прогресивні робочі середовища.

Отже, організаційна структура ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» має свої переваги та

недоліки. Для підвищення ефективності компанії важливо враховувати ці аспекти та розглядати можливості для вдосконалення структури, доцільно також буде розглянути моделі організаційної структури колег за межами України та проаналізувати їх досвід.

2.1.2. Конкурентна позиція ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» на профільному ринку

У сучасних умовах ринок швидко змінюється, і конкуренти не сплять, постійно впроваджуючи нові стратегії та інновації. Компаніям важливо знати своє становище на ринку, щоб ефективно конкурувати та адаптуватися до змін. Визначення конкурентної позиції дозволяє компанії зрозуміти, яке місце вона займає серед інших учасників ринку, оцінити свої сильні та слабкі сторони, а також визначити можливості для зростання та розвитку. Це необхідно для прийняття обґрунтованих управлінських рішень, формування ефективних стратегій та забезпечення стійкості бізнесу.

Конкурентне середовище – це сукупність усіх зовнішніх факторів, які впливають на діяльність компанії та визначають її позицію на ринку. Аналіз конкурентного середовища включає вивчення діяльності конкурентів, їхніх стратегій, ринкових тенденцій та споживчих вподобань, а також визначення охоплення ринку. Для компанії проведення такого аналізу є критично важливим, оскільки дозволяє ідентифікувати основних конкурентів, оцінити рівень конкуренції, визначити ринкові можливості та загрози. Розуміння свого поточного місця у конкурентному середовищі допомагає компанії розробляти стратегії для підвищення конкурентоспроможності, оптимізації витрат, покращення якості продуктів та послуг, а також ефективного реагування на виклики ринку.[19]

Щороку ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» розвивається, аби дарувати своїм клієнтам найкращі враження від відвідування супермаркетів. Безумовно таке прагнення до вдосконалення підсилюється на фоні стрімкого розвитку галузі на ринку

України. Тому компанія має постійно проводити аналітичні дослідження аби не втрачати клієнтську базу та свої прибутки.

З метою дослідження конкурентного середовища на ринку України розглянемо та проведемо аналіз виручки найбільших торгових мереж України за 2019-2023 рр. та визначимо тенденції їх розвитку (рис. 2.2). До вибірки проведення дослідження увійшли компанії: ТОВ «АТБ-МАРКЕТ», ТОВ «СІЛЬПО ФУД», ТОВ «МЕТРО КЕШ ЕНД КЕРІ Україна», ТОВ «ФОРА», ТОВ «АШАН Україна ГІПЕРМАРКЕТ», ТОВ «ОМЕГА», ТОВ «НОВУС УКРАЇНА», ТОВ «ЕКО».

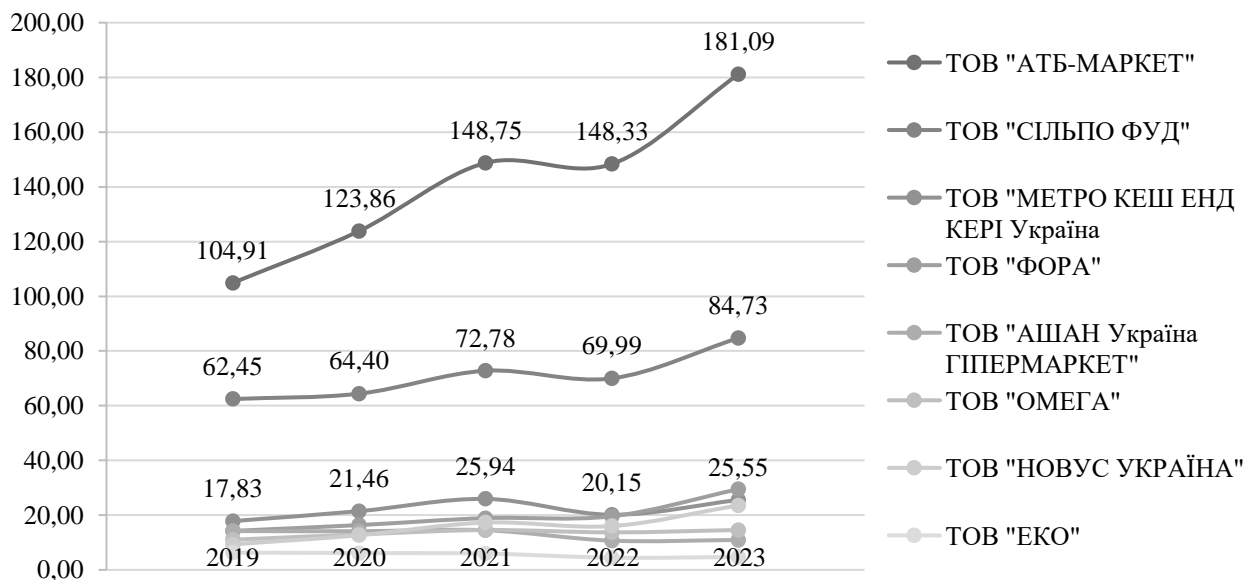


Рис. 2.2 – Аналіз виручки ТОП-8 найбільших торговельних компаній України за 2019-2023 рр.

Згідно з даними рис. 2.2, протягом 2019-2023 років ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» зберігало лідерство за рівнем виручки, досягнувши в 2023 році 181,09 млрд. грн., що майже вдвічі більше за найближчого конкурента – ТОВ «СІЛЬПО ФУД». ТОВ «СІЛЬПО ФУД» демонструвало стійке зростання виручки протягом цього періоду, досягнувши 84,73 млрд. грн. у 2023 році, що на 35,7% більше, ніж у 2019 році.

Інші ритейлери також зазнали змін у своїх позиціях на ринку. ТОВ

«МЕТРО КЕШ ЕНД КЕРІ Україна», яке у 2019 році займало третє місце за рівнем виручки, у 2023 році опустилося на четверте місце, тоді як ТОВ «ФОРА», навпаки, піднялося з четвертого місця у 2019 році на третє місце у 2023 році. Загалом, ринок продуктивних ритейлерів України за ці п'ять років продемонстрував незначне зростання, досягнувши загальної виручки 374,69 млрд. грн. у 2023 році, що на 55,92% більше порівняно з 2019 роком.

Отже, динаміка прибутків ритейлерів протягом 5 років не є однорідною. Проте, не зважаючи на це ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» протягом 5 років демонструє стійке зростання прибутку, за винятком показника 2022 року. Ймовірний спад доходу у цей період свідчить про вплив початку повномасштабної війни на території всієї України, та втрати значної кількості точок збуту. Всі інші компанії протягом 5 років змінювали свої позиції на ринку, що підтверджує динамічний характер ринку та необхідність для ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» постійно аналізувати своє становище.

З метою більш глибокого аналізу ринку та позиції ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» на ньому, розглянемо структуру ринку у 2019 та 2023 році (рис. 2.3).

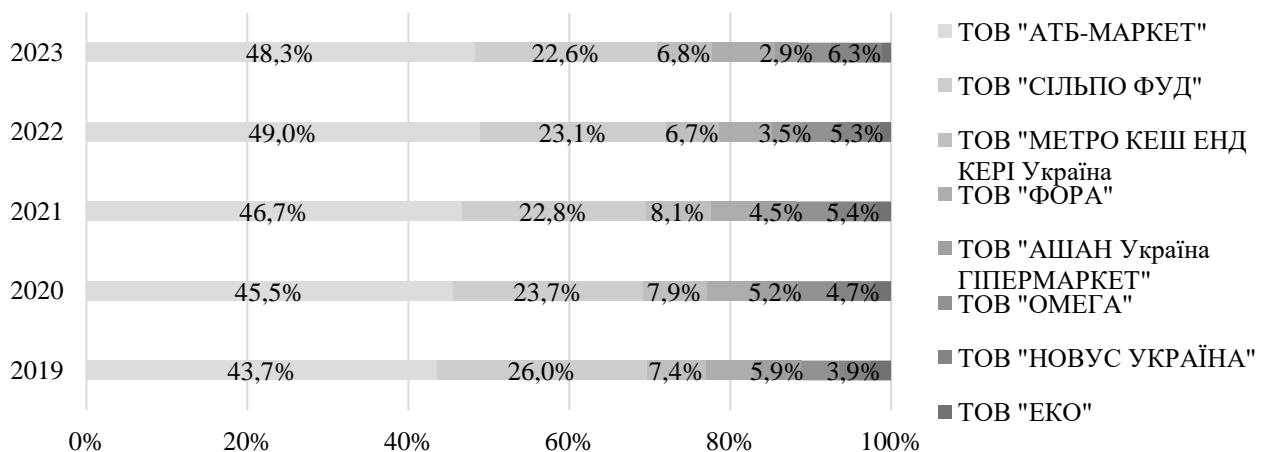


Рис. 2.3 – Структура розподілу чистого доходу між ТОП-8 найбільших продуктивних ритейлерів України (за обігом) 2019-2023 рр.

Динаміка, зображена на рис. 2.3, демонструє, що ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» міцно утримує лідируючі позиції на ринку продуктивних ритейлерів України,

збільшуючи свою частку від 44% у 2019 році до 48% у 2023 році. Це зростання свідчить про ефективність управлінських стратегій компанії та її конкурентні переваги. Зростання частки ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» вказує на високий рівень довіри споживачів і відіграє ключову роль у подальшій стратегії розвитку компанії.

На тлі успіху ТОВ «АТБ-МАРКЕТ», інші великі ритейлери, такі як ТОВ «СІЛЬПО ФУД» та ТОВ «МЕТРО КЕШ ЕНД КЕРІ Україна», показують тенденцію до зниження своїх часток. Це може бути пов'язано зі зміною уподобань споживачів або більшою конкуренцією на ринку. ТОВ «СІЛЬПО ФУД» скоротив свою частку з 26% до 23%, а ТОВ «МЕТРО КЕШ ЕНД КЕРІ Україна» з 7,4% до 6,8% у вказаний період 2019-2023 років. Ці зміни в структурі ринку вказують на необхідність адаптації стратегій цими компаніями для збереження конкурентоспроможності.

З метою дослідження взаємозв'язку між отриманим доходом від реалізації та часткою ринку, що займає компанія та кількістю точок збуту проаналізуємо інформацію, зображену на рис. 2.4.

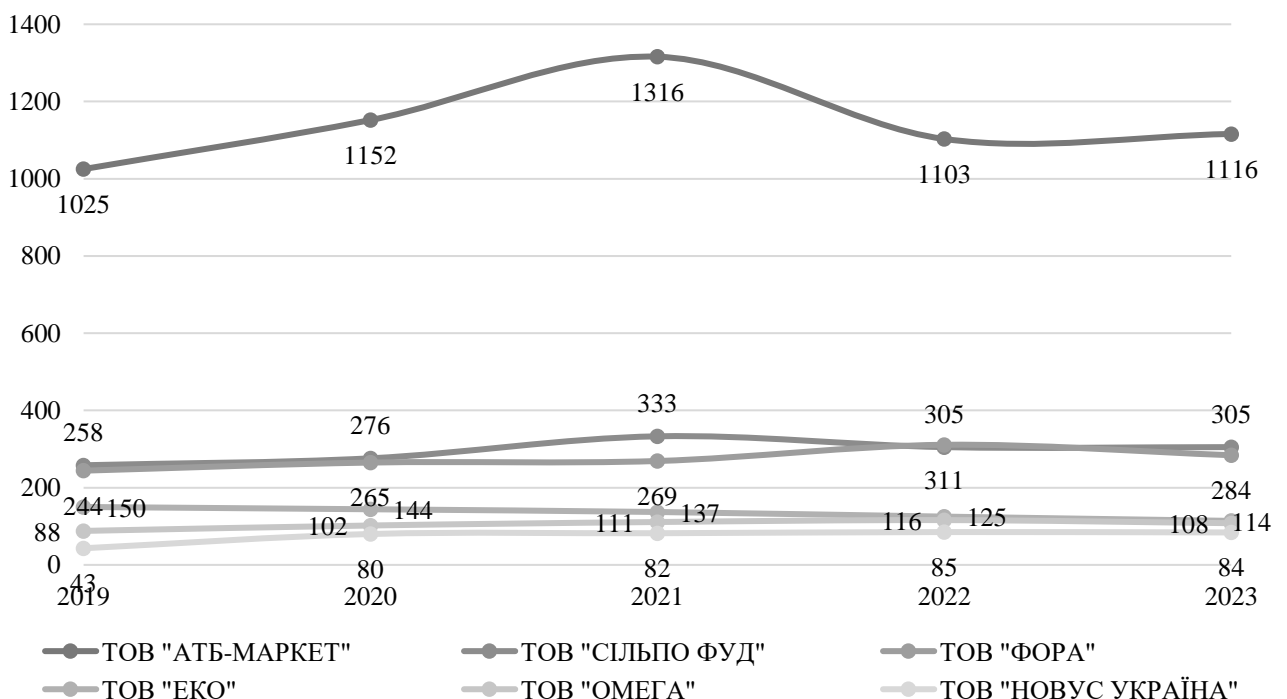


Рис. 2.4 – Аналіз працюючих магазинів провідних торгових мереж України за 2019-2023 рр.

Проаналізувавши дані, наведені на рис. 2.4, можна зробити висновок про лідерством ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за кількістю магазинів та як результатом обсягом доходів. Число магазинів зросло з 1 025 у 2019 до 1 116 у 2023 році. Згідно з інформацією, представленою на рис. 2.2, дохід також зріс із 104,91 млрд. грн. у 2019 році до 181,07 млрд. грн. у 2023 році. Збільшення числа точок збуту корелює з підвищенням частки ринку та доходів, підкреслюючи їх ефективну експансію та здатність залучати клієнтів. Також не зважаючи на успіхи компанії протягом 2019-2021 років слід відзначити, що у 2022 році кількість магазинів ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» знизилась на 216 супермаркетів та коштувала недоотриманням прибутку у розмірі 412,39 млрд. грн. У 2023 р. компанія трохи відновила та відкрила ще 13 магазинів. Вдала маркетингова стратегія та інноваційні підходи допомогли збільшити прибутки на 22,1% у 2023 році.

ТОВ «СІЛЬПО ФУД», згідно з відомостями представленими на рис. 2.2, має підвищення доходу з 62,45 млрд. грн. у 2019 до 84,93 млрд. грн. у 2023 році, що відбувається на тлі зростання кількості магазинів (з 258 у 2019 до 305 у 2023 році). ТОВ «ФОРА» показує позитивний тренд у збільшенні кількості магазинів з 244 у 2019 р. до 284 у 2023 р., що сприяло зростанню доходів згідно з даними, наведеними на рис. 2.2, до 29,49 млрд. грн. на кінець період. ТОВ «ЕКО», ТОВ «ОМЕГА» та ТОВ «НОВУС УКРАЇНА» мають найменшу кількість магазинів та нижчі доходи порівняно з лідерами. Ці компанії показують змішані результати щодо доходів і кількості точок, з деякими коливаннями в доходах протягом років, але загалом менший обсяг торговельних точок має тенденцію до кореляції з нижчими доходами.

Отже, ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» займає домінуючу конкурентну позицію на ринку продуктивних ритейлерів України, що підтверджується як зростанням кількості магазинів, так і обсягом доходів. Стабільне зростання кількості магазинів з 1025 у 2019 році до 1116 у 2023 році демонструє активну експансійну стратегію компанії та її здатність утримувати лідерські позиції на ринку. Дохід компанії також зростає, що вказує на високу ефективність її бізнес-моделі, забезпечуючи їй перевагу над конкурентами.

Крім того, ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» відрізняється високим ступенем адаптивності до ринкових умов, що дозволяє компанії ефективно реагувати на зміни попиту та вподобань споживачів. Зростання частки ринку з 44% у 2019 році до 48% у 2023 році свідчить про збільшення лояльності клієнтів та підвищення їхнього вподобання до бренду «АТБ». Це забезпечує компанії стратегічну перевагу і підкреслює її здатність не лише залучати нових покупців, але й утримувати існуючих клієнтів, що є ключовим фактором у її довгостроковому успіху на ринку.

2.1.3. SWOT-аналіз діяльності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ»

Мінливість сучасного світу вимагає від компаній постійної адаптації та аналізу власних сил. Аналіз конкурентного середовища допомагає визначити можливості конкурентів, виявити їх помилки та не повторити їх у власній справі. Проте компанія має добре знати й досліджувати своє становище аби ефективно та своєчасно приймати важливі управлінські рішення. SWOT-аналіз є необхідним інструментом стратегічного планування, який допомагає компаніям оцінити свої внутрішні сильні та слабкі сторони, а також зовнішні можливості та загрози. Проведення SWOT-аналізу дозволяє організації глибше зрозуміти свою позицію на ринку та визначити ключові фактори, що впливають на її успіх. Це сприяє прийняттю обґрунтованих рішень та розробці ефективних стратегій для досягнення довгострокових цілей.[20]

З метою аналізу поточного стану ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» проведемо SWOT-аналіз діяльності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ», наведений на рис. 2.5, та оцінку діяльності компанії. Сильні сторони, такі як багаторічний досвід, широка мережа магазинів, сильний бренд, різноманіття асортименту та доступні ціни, забезпечують стабільний дохід та високу маржинальність, що сприяє зростанню прибутку. Наявність власних торгових марок та постійний контроль якості продукції дозволяють знижувати витрати та підтримувати високу

рентабельність.



Рис. 2.5 – SWOT-аналіз діяльності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ»

Однак, слабкі сторони, такі як порушення логістичних ланцюгів, кволий розвиток онлайн-торгівлі, закриття магазинів на окупованих територіях та орієнтація на цільову аудиторію з середнім та низьким доходом, мають негативний вплив на прибуток та рентабельність компанії. Ці фактори призводять до зниження доходів та зростання витрат, що негативно позначиться на прибутковості.

Аналізуючи можливості, такі як розвиток онлайн-продажів, партнерство з новими постачальниками, розширення мережі магазинів за межі України та розвиток за принципами зеленого підприємництва або принципів ESG, можна зробити висновок, що вони сприяють підвищенню фінансових результатів компанії та дозволять залучити нових інвесторів, наприклад з заходу, які дуже цінують компанії з великою соціальною відповідальністю. Така співпраця сприятиме зростанню прибутків ТОВ «АТБ-МАРКЕТ», що дуже важливо для

реабілітації компанії в воєнний час. Впровадження нових технологій та розширення ринків збуту допоможе залучити нових клієнтів та збільшити обсяги продажів. Проте, існують і загрози. Залежність від імпорту, наростаюча конкуренція в сегменті продуктового ритейлу, нестабільна економічна та безпекова ситуація, зміна курсу валют та швидкі інфляційні процеси, зміна споживчих уподобань, збільшення нормативно-правового тиску негативно впливають на фінансові показники компанії.

Таким чином, SWOT-аналіз показав, що ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» має значний потенціал для зростання прибутку та покращення показників рентабельності завдяки своїм сильним сторонам та можливостям. Однак, існують також серйозні виклики та загрози, які можуть негативно вплинути на фінансові результати компанії. Для забезпечення стабільного розвитку та підвищення рентабельності компанії необхідно постійно адаптуватися до змін на ринку, розробляти нові стратегії та ефективно управляти ризиками. Вузькі місця, такі як залежність від економічної ситуації та змін курсу валют, а також зростаюча конкуренція в онлайн-торгівлі, потребують особливої уваги при прогнозуванні діяльності компанії у майбутньому.

2.2. Дослідження фінансового стану ТОВ «АТБ-МАРКЕТ»

Дослідження фінансового стану ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» є важливою складовою аналізу його діяльності, оскільки дозволяє оцінити прибутковість, ліквідність, ефективність використання активів та фінансову стійкість компанії. Метою такого дослідження є не лише виявлення поточного фінансового стану підприємства, але й ідентифікація основних тенденцій і змін, що відбуваються у фінансових показниках за певний період. Також аналіз дозволяє виявити проблемні зони у фінансовій діяльності компанії та визначити шляхи їх вирішення. Такий тип дослідження дає можливість детально дослідити вплив різних факторів на фінансові результати компанії. Ідентифікація основних

чинників, що впливають на зміну прибутковості та рентабельності, таких як зміни у витратах, обсягах продажів, структурі активів. Це надає можливість зробити якісне планування та пропозиції необхідних заходів, спрямовані на покращення фінансових результатів та конкурентоспроможності.[21]

2.2.1. Вертикальний та горизонтальний аналіз звіту про фінансовий стан ТОВ «АТБ-МАРКЕТ»

Під час дослідження фінансового стану підприємства важливо провести горизонтальний аналіз, оскільки він дозволяє оцінити динаміку змін основних фінансових показників протягом певного періоду. Основні функції горизонтального аналізу включають оцінку абсолютних і відносних змін фінансових показників, виявлення тенденцій і закономірностей розвитку підприємства, а також визначення факторів, що впливають на ці зміни. Проведемо горизонтальний аналіз активів звіту про фінансовий стан ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 роки, який був розроблений на базі даних додатку Б.[17]

В горизонтальному аналізі, наведеному у додатку Д, виявлено суттєві зміни в ряді показників необоротних активів ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 роки. Нематеріальні активи зросли на 2 364 тис. грн. протягом 2019-2020 років і мали подальше зростання. Проте у період 2022-2023 років вони зменшились на 44 272 тис. грн або 43,43%. Це свідчить про значні інвестиції в нематеріальні активи протягом 2020-2022 років з наступним зменшенням, що спричинено списанням або амортизацією. Загалом протягом 2019-2023 років стаття нематеріальних активів зменшилась на 27,19%.

Основні засоби зазнали суттєвих змін за аналізований період. 3 7 490 058 тис. грн. у 2019 році вони зросли до 23 489 667 тис. грн. у 2021 році, після чого знизилась до 22 384 988 тис. грн. у 2023 році. Такі показники співпадають з розширенням мережі супермаркетів ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» та модернізацією наявних супермаркетів. Ріст основних засобів протягом 2019-2023 років

колосальний та становить 198,86%.

Незавершені капітальні інвестиції також зросли до піку у 2020 році на рівні 2 307 660 тис. грн., але знизилися до 1 780 720 тис. грн. у 2023 році, що вказує на завершення більшості інвестиційних проектів. Інвестиційна нерухомість з'явилася у 2021 році з обсягом 586 227 тис. грн., але знизилася до 195 327 тис. грн. у 2023 році. Такі зміни спричинені продажем частини нерухомості або її переоцінкою. Відстрочені податкові активи зростали з 65 819 тис. грн. у 2019 році до 234 035 тис. грн. у 2022 році, що показує накопичення податкових активів, ймовірно, через збільшення податкових відстрочок або податкових зобов'язань у зв'язку з початком війни. Загальна вартість необоротних активів зросла з 8 427 256 тис. грн. у 2019 році до 24 655 291 тис. грн. у 2023 році або на 192,57%, демонструючи значне збільшення інвестицій у необоротні активи, що може бути наслідком стратегії розвитку компанії.

Дослідження оборотних активів ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 роки показало значну динаміку змін. Запаси збільшилися з 5 011 855 тис. грн. у 2019 році до 8 370 136 тис. грн. у 2023 році, що свідчить про зростання на 67,01% або на 3 358 281 тис. грн. Зростання запасів ймовірно обумовлене збільшенням обсягів продажу та розширенням асортименту товарів. Виробничі запаси також зросли з 69 378 тис. грн. до 116 723 тис. грн., що відображає підвищення на 68,24%. Основна частка приросту припадає на товари, що збільшилися на 66,99% за цей період.

Дебіторська заборгованість за виданими авансами зросла з 170 414 тис. грн. у 2019 році до 419 864 тис. грн. у 2023 році, що демонструє зростання на 146,38%. Це демонструє збільшення авансових платежів постачальникам та підрядникам. Дебіторська заборгованість з розрахунками з бюджетом зросла на 162%, а за нарахованими доходами - на 26,12%. Однак, інша поточна дебіторська заборгованість знизилася з 6 311 250 тис. грн. у 2019 році до 9 343 тис. грн. у 2023 році. Це пов'язано з покращенням умов розрахунків або змінами у кредитній політиці компанії.

Стаття грошей та їх еквівалентів показує суттєве збільшення. Загальна

сума грошей зросла з 3 599 527 тис. грн. у 2019 році до 13 515 622 тис. грн. у 2023 році, що становить приріст на 275,48%. Готівка збільшилася на 15,78%, а рахунки в банках – на 302,56%. Загалом, баланс компанії зріс з 23 864 416 тис. грн. у 2019 році до 47 507 642 тис. грн. у 2023 році, що відображає загальне збільшення на 99,07%. Таке зростання балансу вказує на значне розширення фінансових можливостей компанії, що дозволяє їй ефективніше управляти своїми активами та зобов'язання.

Провівши горизонтальний аналіз активів балансу ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 роки, який показав суттєве зростання як необоротних, так і оборотних активів компанії, перейдемо до аналізу пасивів балансу, представленого у додатку Е. Аналіз пасивів дозволить нам глибше зрозуміти структуру фінансування компанії, включаючи зміни у власному капіталі, довгострокових і поточних зобов'язаннях.

Аналізуючи показники, розраховані у додатку Е, – Горизонтальний аналіз розділу пасиву балансу ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 роки, можна зробити ґрунтовні висновки та дослідити динаміку основних змін кожного розділу.

У розділі 1 стаття зареєстрований (пайовий) капітал залишався незмінним протягом усього періоду і становив 9 930 тис. грн. Нерозподілений прибуток зріс з 1 723 467 тис. грн. у 2019 році до 4 536 068 тис. грн. у 2023 році, що відображає зростання на 163,19%. Така динаміка є показником стабільного накопичення прибутку, що позитивно впливає на фінансову стійкість компанії. Загальна сума власного капіталу збільшилася на 2 812 601 тис. грн. або на 162,26%.

Довгострокові зобов'язання і забезпечення також зазнали змін. Відстрочені податкові зобов'язання залишалися на нульовому рівні протягом усього аналізованого періоду. Проте інші довгострокові зобов'язання значно збільшилися з 2 496 856 тис. грн. у 2019 році до 8 672 402 тис. грн. у 2023 році, що демонструє зростання на 247,33%. Основний приріст відбувся у 2020 році, що є наслідком залучення довгострокових фінансових ресурсів для інвестиційних проектів або рефінансування існуючих боргів. Слід зазначити, що основний «стрибок» статті «інші довгострокові зобов'язання» виявлено у 2020

році, майже на 299,16% у 2021-2022 роках показник поступово зменшувався, проте дуже кволим темпом. Це показує необхідність залучення додаткових фінансових зобов'язань компанії, що пов'язано з розширенням бізнесу та необхідністю залучення додаткового капіталу.

Аналізуючи зміни у розділі пасиву балансу ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 роки, звернемо увагу на поточні зобов'язання і забезпечення. Короткострокові кредити банків мали нульове значення протягом всього аналізованого періоду, що показує відсутність короткострокових банківських боргів. Поточна кредиторська заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями збільшилася з 2 284 858 тис. грн. у 2019 році до 2 816 036 тис. грн. у 2021 році, після чого знизилася на 828 690 тис. грн. або на 29,47% у 2022 році, але знову зросла до 2 865 394 тис. грн. у 2023 році, що відображає складні фінансові умови, можливо, під впливом кризових ситуацій, таких як COVID-19.

Поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги зросла на 14,14% з 2019 року по 2020 рік і продовжила ріст у 2021 році досягнувши значення 16 637 705 тис. грн. У 2022 році вона знизилася на 20,54% та станом на кінець 2023 року становила 18 232 758 тис. грн., що на 25,41% вище за значення 2019 року. Кредиторська заборгованість за розрахунками з бюджетом зменшилася з 887 973 тис. грн. у 2019 році до 474 805 тис. грн. у 2023 році, що демонструє зменшення майже в половину, а саме на 46,53% та є результатом змін у податковій політиці або умовах оподаткування на фоні розгортання повномасштабної війни на всій території України. Поточна кредиторська заборгованість протягом 2019-2023 збільшилась за: розрахунками зі страхування на 39,02%, розрахунками з оплати праці на 36,41%, одержаними авансами на 128,33%. При цьому відбулось значне зменшення поточної кредиторської заборгованості за розрахунками з учасниками на 61,53% з 2019 по 2023 рр. Також слід відзначити різке збільшення «інших поточних зобов'язань» на 1 431,68% протягом 2019-2023 років. Загальна сума поточних зобов'язань і забезпечень збільшилася з 19 634 163 тис. грн. у 2019 році до 34 289 242 тис. грн. у 2023 році, що демонструє зростання на 74,64%.

Горизонтальний і вертикальний аналізи є двома важливими методами фінансового аналізу, які використовуються для оцінки фінансового стану та ефективності підприємства. На відміну від проведеного раніше горизонтального аналізу, вертикальний аналіз, полягає у вивченні структури фінансових звітів за один період, аналізуючи кожен елемент у відсотковому відношенні до загальної суми відповідного розділу.

Вертикальний аналіз – це метод фінансового аналізу, який використовується для оцінки структури фінансових звітів. Він полягає у визначенні частки кожного елемента звіту у загальній сумі відповідного розділу. Основною функцією вертикального аналізу є виявлення структурних змін у фінансових показниках підприємства та оцінка їхнього впливу на загальний фінансовий стан. Цей метод дозволяє виявити, які елементи мають найбільший вплив на фінансові результати та як змінюється їхня частка з часом.[17]

Дослідження вертикального аналізу активу звіту про фінансовий стан ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 роки проведемо на базі даних, наведених на рис. 2.6. Визначимо структурні зміни розділів активів: необоротні активи, оборотні активи та необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття.

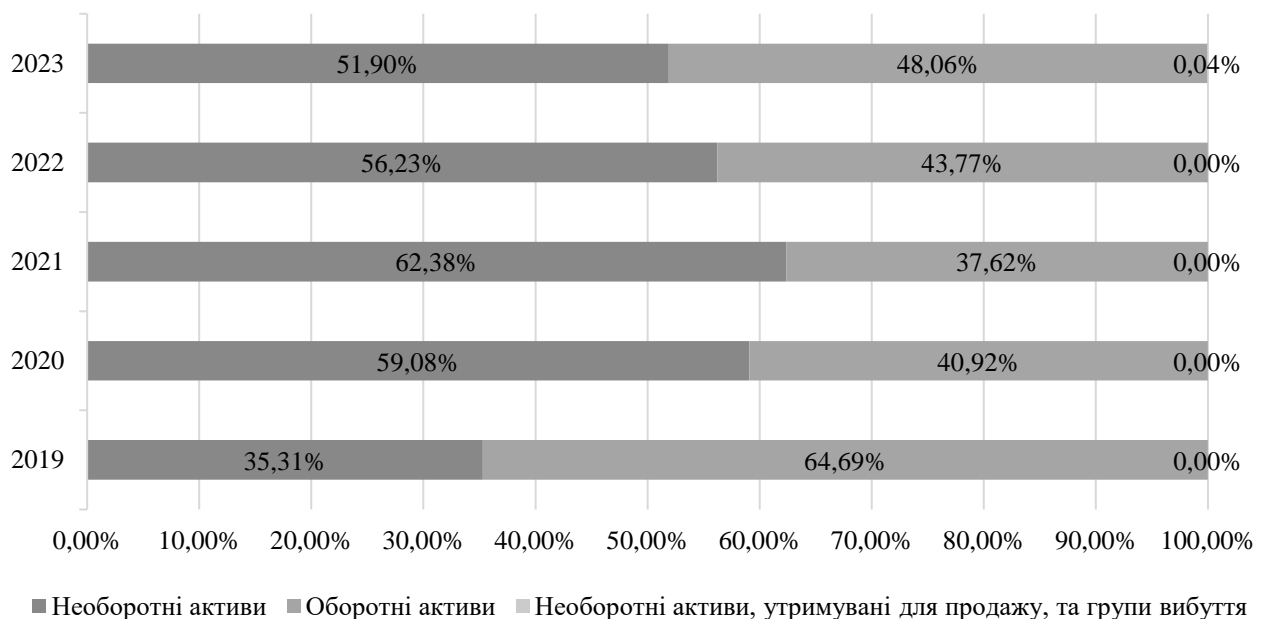


Рис. 2.6 – Вертикальний аналіз за розділами активу звіту про фінансовий стан ТОВ «АТБ МАРКЕТ» за 2019-2023 рр.

За період 2019-2023 років ТОВ «АТБ МАРКЕТ» зазнало суттєвих змін у структурі своїх активів. Спостерігається значне збільшення питомої ваги необоротних активів з 35,31% у 2019 році до 62,38% у 2021 році, після чого частка дещо зменшується до 51,90% у 2023 році. Оборотні активи, навпаки, зменшували свою частку з 64,69% у 2019 році до 48,06% у 2023 році. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття залишалися стабільно нульовими до 2023 року, коли їхня частка становила 0,04%.

Збільшення частки необоротних активів свідчить про значні інвестиції в довгострокові активи, що сприяє підвищенню виробничих потужностей та конкурентоспроможності. Однак це також призводить до зростання витрат на амортизацію та збільшення фінансових ризиків. Зменшення частки оборотних активів у 2021 році вплинуло на ліквідність компанії, але подальше зростання цієї частки до 2023 року демонструє покращення ситуації. Такі зміни позитивно впливають на прибуток та рентабельність, оскільки збільшення необоротних активів сприяє довгостроковому розвитку, тоді як достатній рівень оборотних активів забезпечує оперативну фінансову стабільність.

З метою проведення більш глибокого аналізу проведемо вертикальний аналіз розділу 1 активів звіту про фінансовий стан ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 рр., представлений на рис. 2.7.

Загалом, вертикальний аналіз необоротних активів ТОВ «АТБ МАРКЕТ» за 2019-2023 роки показує, що структурні зміни в цьому розділі хоч і відбувались, проте вони не були значними. Основні засоби зберігають найбільшу частку серед необоротних активів, зростаючи з 88,88% у 2019 році до 90,79% у 2023 році. Незавершені капітальні інвестиції зросли з 9,40% у 2019 році до 10,96% у 2020 році, але згодом їх частка знизилася до 7,22% у 2023 році. Нематеріальні активи показали спад, знизившись з 0,94% у 2019 році до 0,23% у 2023 році. Відстрочені податкові активи зазнали зростання з 0,78% у 2019 році до 1,19% у 2022 році, після чого знову зменшилися до 0,95% у 2023 році. Інвестиційна нерухомість з'явилася у 2021 році з часткою 2,22% та зменшилася до 0,79% у 2023 році.

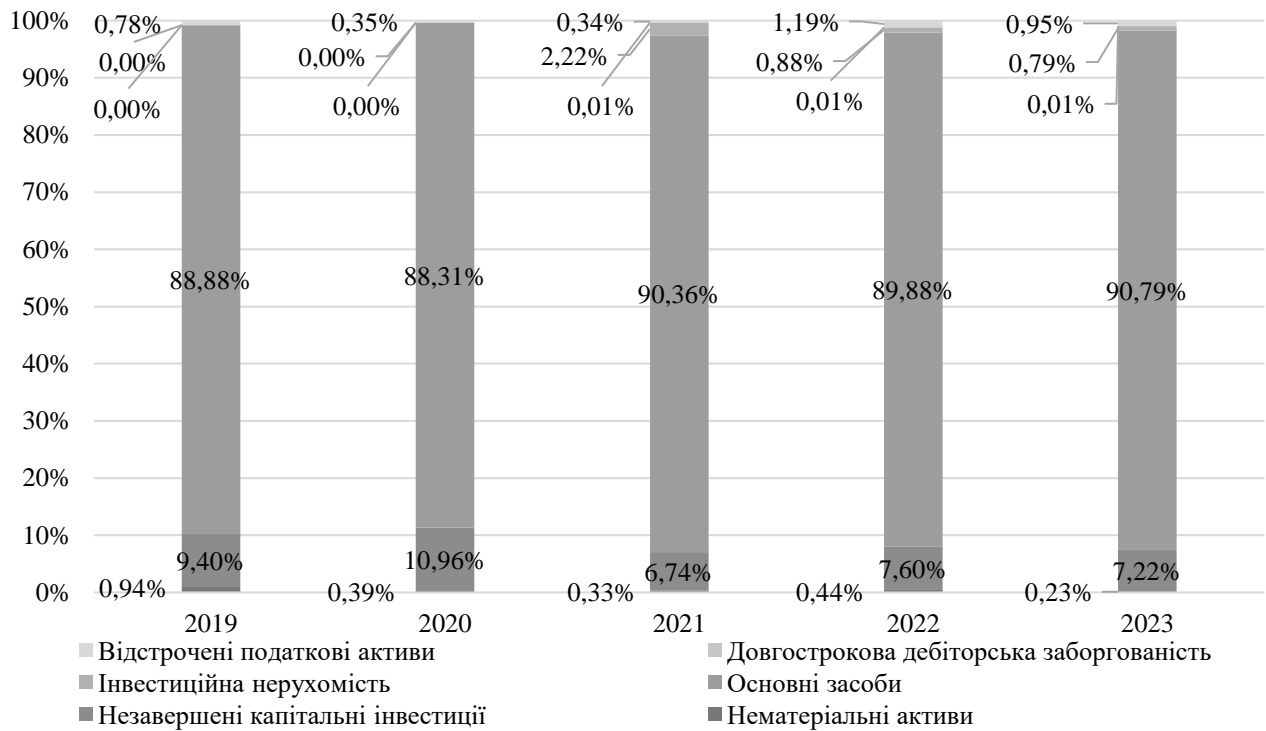


Рис. 2.7 – Вертикальний аналіз розділу 1, звіту про фінансові результати (активи) - Необоротні активи ТОВ «АТБ МАРКЕТ» за 2019-2023 рр.

Зростання частки основних засобів показує збільшення інвестицій у виробничі потужності та позитивно впливає на прибуток і рентабельність у довгостроковій перспективі. Зниження частки незавершених капітальних інвестицій вказує про завершення значних проектів або зниження нових інвестицій. Під час початку коронавірусної хвороби у 2020 році та початку війни у 2022 році компанія, ймовірно, зіткнулася з викликами, що відобразилось на зміні структурних показників. Зменшення частки нематеріальних активів вказує на меншу увагу до інновацій або нематеріальних інвестицій. Збільшення відстрочених податкових активів під час пандемії та війни є наслідком фінансових стратегій для оптимізації податкових витрат. Загалом, такі зміни свідчать про адаптацію компанії до економічних викликів та стратегічні кроки для збереження фінансової стабільності.

Проведемо вертикальний аналіз розділу 2 – оборотні активи, звіту про фінансові результати ТОВ «АТБ МАРКЕТ» за 2019-2023 рр., проаналізувавши дані на рис. 2.8, та визначимо структурні зміни основних статей.

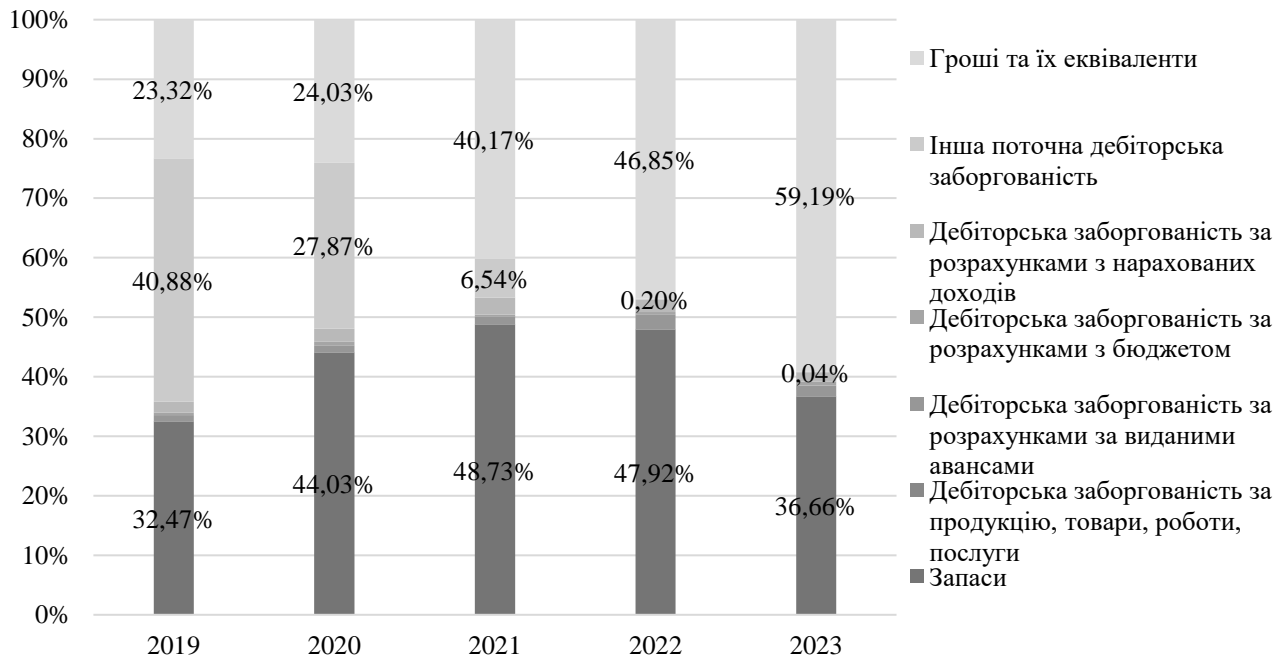


Рис. 2.8 – Вертикальний аналіз розділу 2, звіту про фінансові результати (активи) - оборотні активи ТОВ «АТБ МАРКЕТ» за 2019-2023 рр.

Вертикальний аналіз оборотних активів ТОВ «АТБ МАРКЕТ» за 2019-2023 роки виявив великі структурні зміни у розділі 2 – оборотні активи. Найбільші структурні зміни відбулись у статті гроші та їх еквіваленти та інша поточна дебіторська заборгованість. Питома вага перших (гроші та їх еквіваленти) значно зросла з 23,32% у 2019 році до 59,19% у 2023 році, що є найсуттєвішим зростанням серед всіх показників. Це наслідок прагнення компанії забезпечити високу ліквідність у відповідь на економічну кризу, спричинену пандемією та війною. Інша поточна дебіторська заборгованість, зменшилась з 40,88% у 2019 році до 0,04% у 2023 році. Зниження цієї статті демонструє ефективне управління дебіторською заборгованістю та покращення фінансової дисципліни компанії. Такі зміни позитивно вплинули на прибуток і рентабельність, оскільки компанія має більше фінансових ресурсів для оперативного реагування на виклики.

Запаси зросли з 32,47% у 2019 році до 48,73% у 2021 році, після чого їх частка знизилася до 36,66% у 2023 році. Зростання частки запасів до 2021 року свідчить про накопичення товарів для забезпечення стабільної роботи під час

непередбачуваних обставин, але зменшення частки у 2023 році є заходом направленим на оптимізацію запасів та покращення логістики.

Вертикальне дослідження розділу 3 – необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття є недоцільним, оскільки джерелом його формування є одна стаття, яка протягом періоду 2019-2022 років трималась на позначці 0. Дослідивши структурні зміни активів звіту про фінансові результати, розглянемо зміни у пасивах. Проаналізуємо динаміку показників, наведених на рис. 2.9.



Рис. 2.9 – Вертикальний аналіз за розділами пасиву звіту про фінансовий стан ТОВ «АТБ МАРКЕТ» за 2019-2023 рр.

За результатами аналізу за розділами пасиву звіту про фінансовий стан ТОВ «АТБ МАРКЕТ» за 2019-2023 роки, динаміка власного капіталу показала значні коливання. У 2019 році частка власного капіталу становила 7,26%, а в 2020 році вона знизилася до 5,33%, що пов'язане з впливом пандемії COVID-19, яка вимагала додаткових витрат та спровокувала втрату доходів. Проте у 2021 році власний капітал зріс до 10,69%, а у 2022 році досягнув 12,12%, що вказує на стабілізацію та покращення фінансових результатів. Зниження до 9,57% у 2023 році є наслідком адаптації до економічних викликів.

Довгострокові зобов'язання і забезпечення значно зросли з 10,46% у 2019 році до 27,95% у 2020 році, що показує потребу у залученні в додаткових фінансових ресурсів для підтримки діяльності під час кризи. Згодом, частка довгострокових зобов'язань почала знижуватися, досягнувши 23,29% у 2021 році, 21,57% у 2022 році та 18,25% у 2023 році. Така динаміка демонструє поступове погашення боргів. Поточні зобов'язання і забезпечення знизилися з 82,27% у 2019 році до 66,02% у 2021 році через зниження потреби в короткострокових кредитах на фоні кризових умов, але згодом ця частка зростає до 72,18% у 2023 році, що свідчить про збільшення операційної діяльності та необхідність у короткостроковому фінансуванні для підтримки обігових коштів. Дослідження допоможе визначити структурні зміни між джерелами формування першого розділу пасивів – власний капітал, структура якого зображена на рис. 2.10.

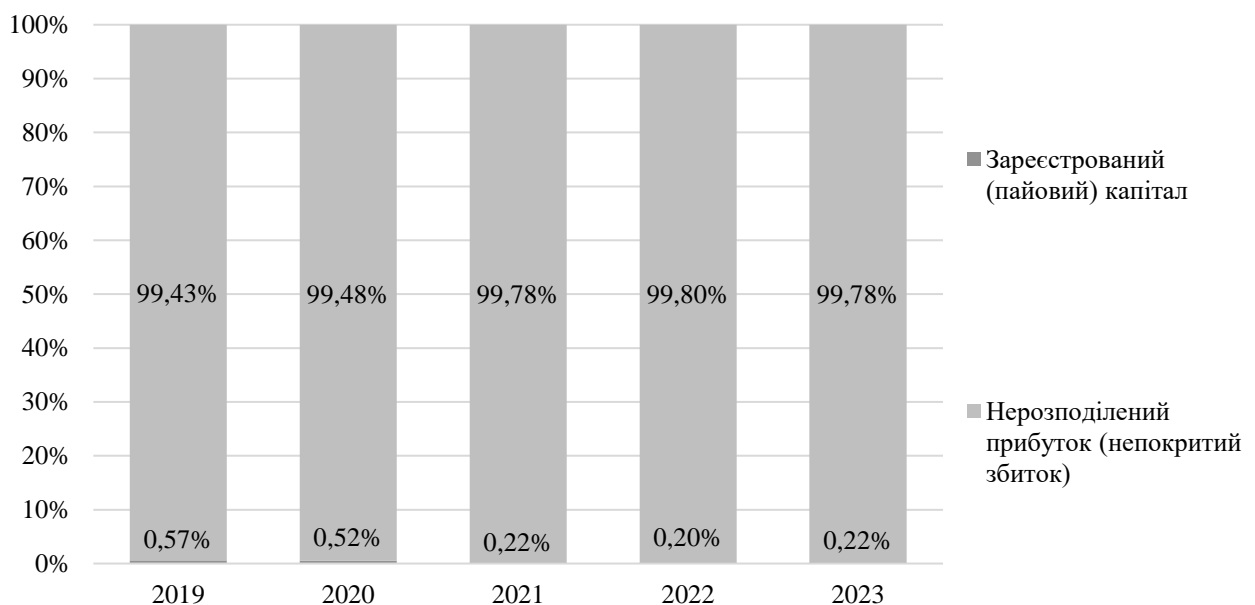


Рис. 2.10 – Вертикальний аналіз розділу 1, звіту про фінансовий стан (пасиви) - Власний капітал ТОВ «АТБ МАРКЕТ» за 2019-2023 рр.

Структурні зміни у розділі 1 – власний капітал ТОВ «АТБ МАРКЕТ» за 2019-2023 роки показують, що частка зареєстрованого (пайового) капіталу в

структурі власного капіталу зменшилася з 0,57% у 2019 році до 0,22% у 2023 році. Проте згідно з результатами дослідження показників, що представлені у додатку Е, ця стаття залишалась незмінною протягом 2019-2023 рр. на рівні 9 930 тис. грн. Тож це зниження обумовлено зростанням нерозподіленого прибутку, який збільшив свою частку з 99,43% у 2019 році до 99,78% у 2023 році. Така динаміка демонструє, що компанія накопичувала значні прибутки, які не розподілялися серед акціонерів.

Аналіз другого розділу пасиву звіту про фінансовий стан, представлений у додатку Е, виявив, що основним компонентом є інші довгострокові зобов'язання. Тому вертикальний аналіз цього розділу буде показувати 100% питомої ваги, яка припадає на цю статтю. Тож перейдемо до дослідження вертикального аналізу розділу 3 – поточні зобов'язання і забезпечення пасиву звіту про фінансовий стан, що представлений на рис. 2.11.

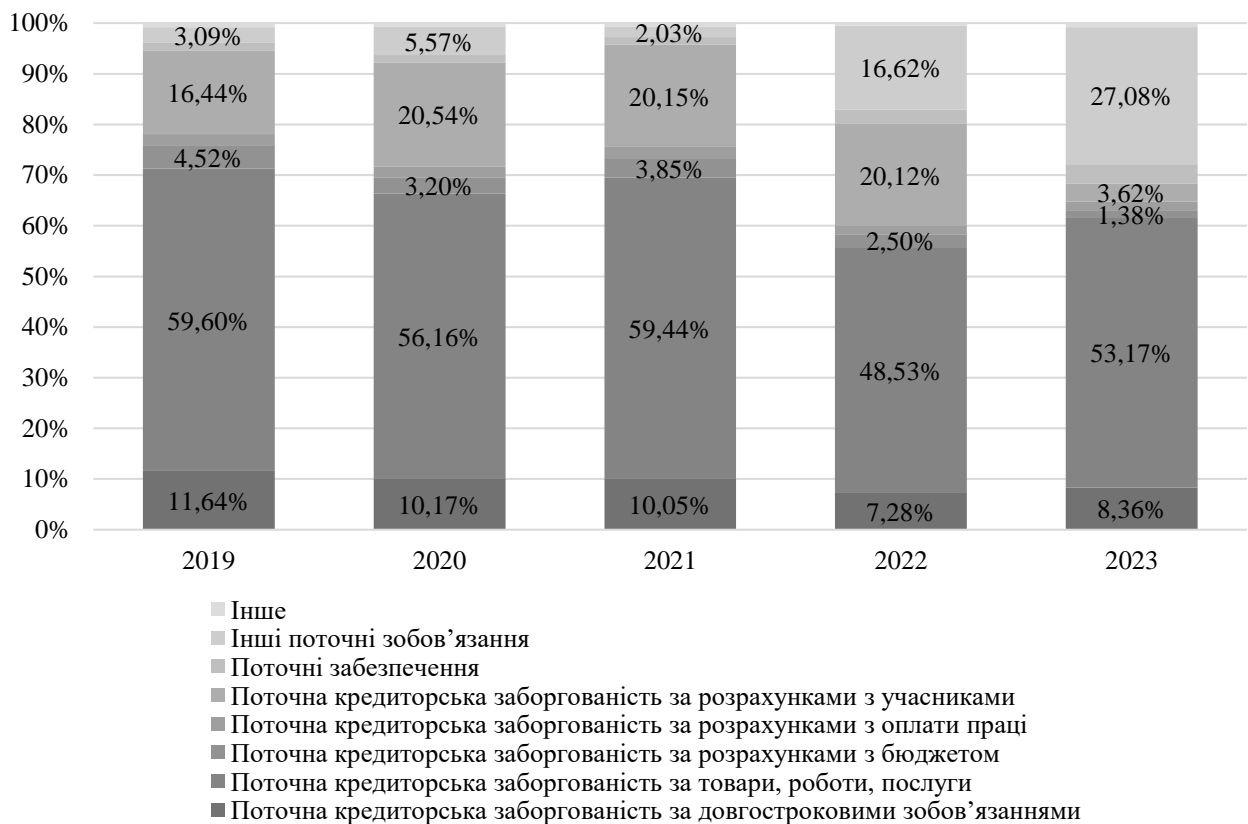


Рис. 2.11 – Вертикальний аналіз розділу 3, пасиву звіту про фінансовий стан (пасиви) – власний капітал ТОВ «АТБ МАРКЕТ» за 2019-2023 рр.

Згідно з даними на рис. 2.11 найбільші зміни спостерігаються в статті інші поточні зобов'язання. Вони показали різке збільшення з 3,09% у 2019 році до 27,08% у 2023 році, що вказує на зростання інших короткострокових зобов'язань через фінансові або операційні потреби. Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками зросла з 16,44% у 2019 році до 20,54% у 2020 році, але різко впала до 3,62% у 2023 році, внаслідок зміни структури фінансування компанії. Поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги, знизилася з 59,60% у 2019 році до 53,17% у 2023 році. Це обумовлено оптимізацією закупівельної політики компанії або покращенням умов розрахунків з постачальниками.

Основна динаміка показників також включає зниження поточної кредиторської заборгованості за розрахунками з бюджетом з 4,52% у 2019 році до 1,38% у 2023 році, що пов'язано з ефективнішим податковим плануванням. Поточна кредиторська заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями знизилася з 11,64% у 2019 році до 8,36% у 2023 році. Ці зміни в структурі пасивів демонструють адаптацію компанії до змінних економічних умов та покращення управління фінансовими зобов'язаннями, що сприяє підвищенню фінансової стійкості та гнучкості.

Четвертий та п'ятий розділи пасиву звіту про фінансовий стан не мали впливу на загальну структуру пасивів, оскільки їх значення протягом всього періоду дорівнювали нулю. Тож вертикальний аналіз розділу «Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття» та розділу «Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду» є недоцільними.

2.2.2. Визначення показників рентабельності та дослідження динаміки

Рентабельність є одним із ключових показників фінансової ефективності підприємства, що відображає співвідношення між отриманим прибутком та

витраченими ресурсами. Вона вимірює здатність компанії генерувати прибуток з використанням своїх активів, капіталу чи продажів. Високий рівень рентабельності свідчить про ефективне управління та конкурентні переваги, тоді як низький рівень може вказувати на необхідність оптимізації діяльності або перегляду бізнес-стратегії. Аналіз рентабельності також допомагає виявити тенденції та зміни у фінансових показниках за певний період, що є основою для прийняття обґрунтованих управлінських рішень та розробки стратегічних планів розвитку. [6]

З метою визначення динаміки показників рентабельності перейдемо до аналізу даних, представлених у додатку Ж, що містить інформацію про рентабельність ТОВ «АТБ МАРКЕТ» за 2019-2023 роки. Аналіз проведено на основі розрахунків: коефіцієнту валової рентабельності реалізації, коефіцієнту операційної рентабельності реалізації, коефіцієнту чистої рентабельності реалізації, коефіцієнту рентабельності продукції, коефіцієнту рентабельності активів, коефіцієнту рентабельності оборотного капіталу, коефіцієнту рентабельності чистих активів, коефіцієнту рентабельності власного капіталу.

Аналіз показників рентабельності ТОВ «АТБ МАРКЕТ» за 2019-2023 роки демонструє зміни в різних аспектах фінансової ефективності компанії. Коефіцієнт валової рентабельності реалізації зріс з 0,242 у 2019 році до 0,264 у 2023 році, що демонструє підвищення валового прибутку на 9,35%. Це позитивний сигнал, оскільки компанія змогла підвищити ефективність своєї основної діяльності. Проте коефіцієнт операційної рентабельності реалізації суттєво знизився з 0,058 у 2019 році до 0,003 у 2023 році, що відображає зменшення операційного прибутку на 94,09%. Це вказує на збільшення операційних витрат та інші проблеми у внутрішньому управлінні.

Коефіцієнт чистої рентабельності реалізації також знизився з 0,042 у 2019 році до -0,002 у 2023 році, що свідчить про негативний вплив на чистий прибуток і зниження показника на 105,71%. Коефіцієнт рентабельності продукції зріс з 0,319 у 2019 році до 0,359 у 2023 році, відображаючи зростання на 12,71%, що показує ефективне управління витратами на збут продукції. Однак коефіцієнт

рентабельності активів значно знизився з 0,317 у 2019 році до 0,049 у 2023 році, показуючи зниження на 84,52%, що вказує на зниження ефективності використання активів компанії.

Коефіцієнт рентабельності оборотного капіталу також суттєво знизився з 0,256 у 2019 році до 0,013 у 2023 році, показує зменшення на 94,87% ефективності використання оборотних активів. Коефіцієнт рентабельності чистих активів знизився з 1,788 у 2019 році до 0,176 у 2023 році, відображаючи зниження майже у 10 разів, та вказує на зменшення здатності генерувати прибуток з власних активів. Нарешті, коефіцієнт рентабельності власного капіталу знизився з 2,542 у 2019 році до -0,096 у 2023 році, показуючи загальне зниження на 2,638. Це показує негативний вплив та значні виклики, з якими стикалася компанія, та необхідність покращення управління власним капіталом.

З метою дослідження динаміки показників доходної та витратної рентабельності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 рр. проаналізуємо їх тенденції на рис. 2.12 та зробимо відповідні висновки.

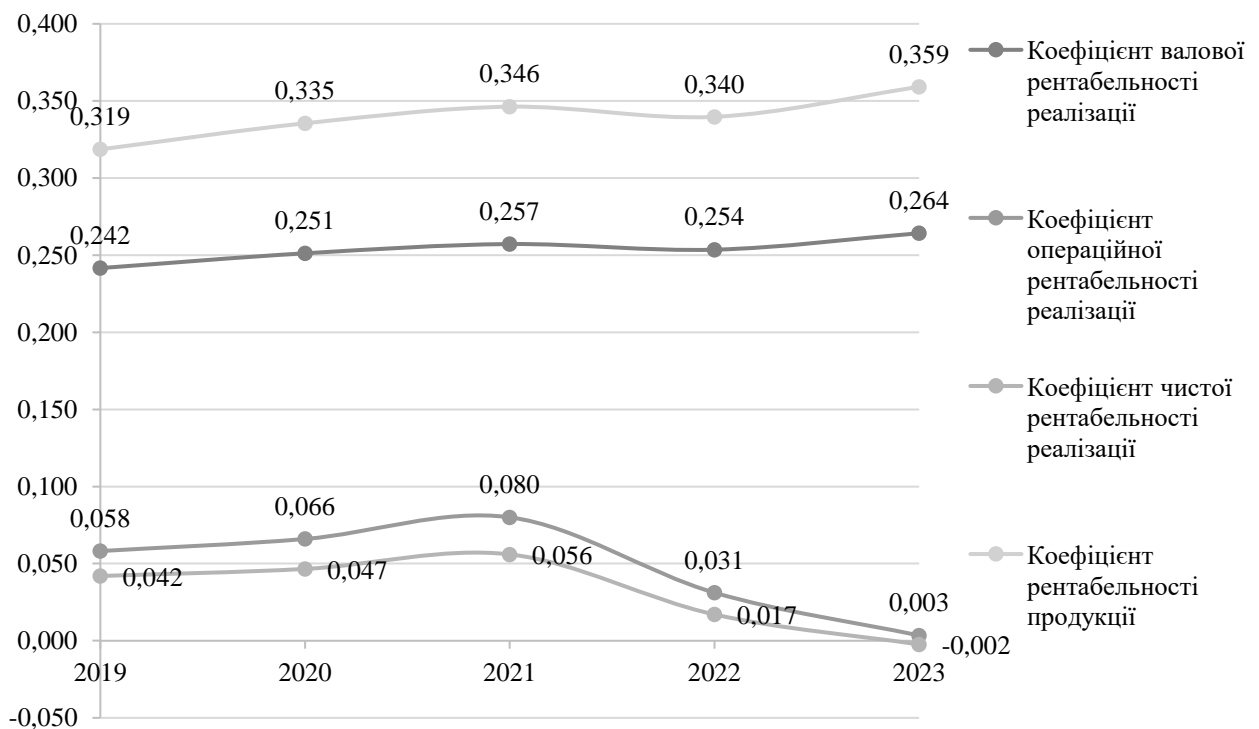


Рис. 2.12 – Аналіз динаміки показників доходної та витратної рентабельності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 рр.

Аналізуючи динаміку зміни показників доходної та витратної рентабельності ТОВ «АТБ МАРКЕТ» за 2019-2023 роки, можна відзначити значні коливання у рентабельності. Коефіцієнт валової рентабельності реалізації демонструє поступове зростання та на початку дослідження становив 0,242 у 2019 році. У 2020 році цей показник зріс до 0,251, у 2021 році до 0,257, у 2022 році він знизився до 0,254, але зрештою зріс до 0,264 у 2023 році. Зростання валової рентабельності реалізації показує здатність компанії ефективніше контролювати собівартість реалізованої продукції, що є позитивним сигналом.

Коефіцієнт операційної рентабельності реалізації показав суттєві коливання за аналізований період. У 2019 році він становив 0,058, у 2020 році зріс до 0,066, а у 2021 році досягнув найвищого значення 0,080. Однак, у 2022 році він знизився до 0,031, а у 2023 році впав до найнижчого значення 0,003. Така динаміка характерна при збільшенні операційних витрат. Падіння операційної рентабельності реалізації після 2021 року є наслідком зростання адміністративних витрат та економічних викликів.

Коефіцієнт чистої рентабельності реалізації також зазнав зниження з 0,042 у 2019 році до -0,002 у 2023 році, з найвищим значенням 0,056 у 2021 році та найнижчим -0,002 у 2023 році. Фактором, що спричинив таку динаміку є отримання збитку у 2023 році. У 2020 році цей показник зріс до 0,047, у 2021 році до 0,056, але потім знизився до 0,017 у 2022 році і до -0,002 у 2023 році. Коефіцієнт рентабельності продукції показує позитивну динаміку, збільшившись з 0,319 у 2019 році до 0,359 у 2023 році. У 2020 році він становив 0,335, у 2021 році зріс до 0,346, у 2022 році знизився до 0,340, але зрештою зріс до 0,359 у 2023 році. Це вказує на покращення ефективності управління витратами під час реалізації продукції. Зниження операційної та чистої рентабельності може бути спричинено різними факторами, такими як зростання витрат, економічні виклики, зокрема, криза COVID-19, що значно вплинуло на операційну діяльність та чистий прибуток компанії. Розглянемо динаміку зміни показників ресурсної рентабельності, зображену на рис. 2.13.

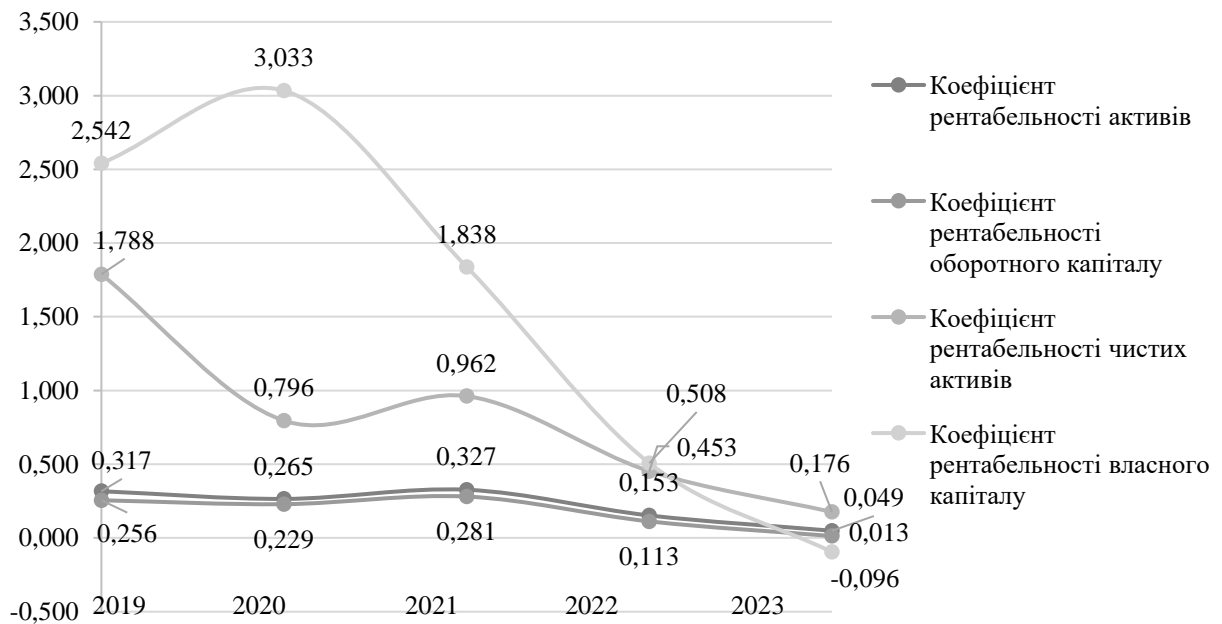


Рис. 2.13 – Аналіз динаміки показників ресурсної рентабельності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 рр.

Аналізуючи зміни в ресурсній рентабельності ТОВ «АТБ МАРКЕТ» за 2019-2023 роки, видно значні коливання в різних показниках рентабельності. Коефіцієнт рентабельності власного капіталу показав неймовірне зниження, впавши з піку 3,033 у 2020 році до 0,508 у 2022 році та далі до -0,096 у 2023 році. Це показує значне погіршення здатності компанії генерувати прибуток з інвестицій власників, що є наслідком підвищених витрат та зменшення прибутковості.

Коефіцієнт рентабельності активів також показує зниження з 0,317 у 2019 році до 0,049 у 2023 році, вказуючи на зменшення ефективності використання активів компанії для генерації прибутку. Коефіцієнт рентабельності оборотного капіталу зазнав подібних коливань, спочатку зростаючи, а потім знижуючись до 0,013 у 2023 році. Така динаміка вказує на зміни в управлінні оборотними активами та їх ефективності. Це, у свою чергу, пов'язано зі змінами в операційній діяльності та загальною економічною ситуацією, яка вплинула на прибутковість.

Коефіцієнт рентабельності чистих активів знизився від 1,788 у 2019 році до 0,176 у 2023 році, що також вказує на значне зниження прибутковості від усіх активів компанії. Ці зміни спричинені збільшенням витрат та економічними

викликами, які вплинули на фінансові результати компанії в цей період. В цілому, ці показники рентабельності відображають загальну тенденцію до зниження фінансової ефективності ТОВ «АТБ МАРКЕТ», що потребує уваги для виявлення причин та запровадження відповідних заходів для їх виправлення.

2.2.3. Аналіз прибутку ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» та його видів

Аналіз прибутку ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» та його видів був розроблений на базі даних, представлених у додатку В та є важливим етапом дослідження фінансової діяльності підприємства. Прибуток є ключовим показником, що відображає ефективність управління ресурсами, здатність компанії генерувати доходи та забезпечувати фінансову стійкість. Різні види прибутку, такі як валовий, операційний, прибуток до оподаткування та чистий прибуток, дозволяють оцінити діяльність.[17]

Перейдемо до розгляду показників наведених у додатку З, що містить горизонтальний аналіз звіту про фінансові результати ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 роки. Це дозволяє оцінити динаміку зміни основних фінансових показників компанії протягом останніх п'яти років. Це дослідження є необхідним для формування повної картини фінансового стану ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» та визначення напрямків для покращення його діяльності.

Горизонтальний аналіз звіту про фінансові результати ТОВ «АТБ МАРКЕТ» за 2019-2023 роки показує значну динаміку основних фінансових показників. Чистий дохід від реалізації продукції зріс з 104 910 343 тис. грн. у 2019 році до 181 089 665 тис. грн. у 2023 році, що показує збільшення на 72,61%. Основні коливання спостерігалися у 2020 та 2021 роках, де приріст був стабільним, за винятком незначного спаду у 2022 році. Це зростання обумовлене розширенням ринку збуту, збільшенням обсягів продажів та підвищенням цін на продукцію на фоні зростання споживчої інфляції.

Валовий прибуток зріс з 25 349 642 тис. грн. у 2019 році до 47 849 818 тис.

грн. у 2023 році, що становить приріст на 88,76%. Найбільше зростання спостерігалося у 2021 році, однак у 2022 році прибуток зменшився на 1,69% через зменшення отриманого чистого доходу на 0,28% та збільшення собівартості реалізованої продукції на 0,21%. Фінансовий результат від операційної діяльності показав коливання, зростаючи з 6 102 438 тис. грн. у 2019 році до 11 906 670 тис. грн. у 2021 році, але значно знизившись до 622 989 тис. грн. у 2023 році. Це зниження спричинене збільшенням адміністративних витрат та витрат на збут, які досягли свого піку у 2022-2023 роках.

Фінансовий результат до оподаткування і чистий фінансовий результат зазнали суттєвих змін протягом аналізованого періоду. У 2019 році фінансовий результат до оподаткування становив 5 358 123 тис. грн., зріс до 10 156 687 тис. грн. у 2021 році, але знизився до збиткового результату 191 088 тис. грн. у 2023 році, що свідчить про значні витрати. Чистий фінансовий результат показав подібну динаміку, зростаючи з 4 405 437 тис. грн. у 2019 році до 8 328 888 тис. грн. у 2021 році, але знизився до збитку у розмірі 434 253 тис. грн. у 2023 році.

Проаналізуємо та виявимо вплив зміни чистого доходу від реалізації та собівартості реалізації продукції на показник валового прибутку зображені на рис. 2.14.

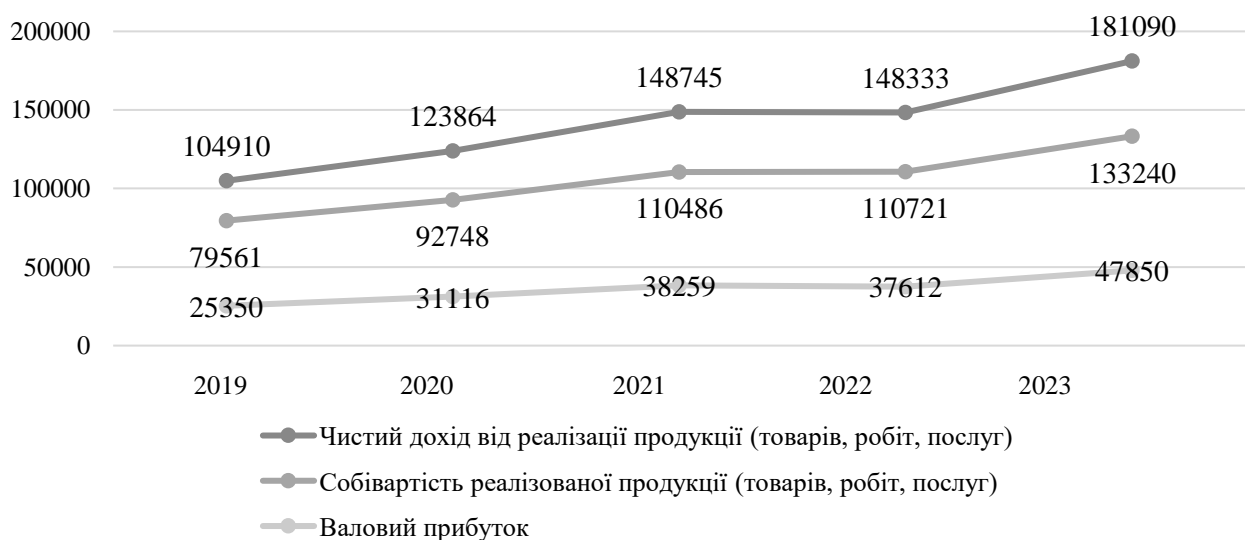


Рис. 2.14 – Аналіз динаміки факторів, що впливають на валовий прибуток ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 рр.

Аналізуючи динаміку, наведену на рис. 2.14, можна побачити, що зростання собівартості реалізованої продукції у 2020 році на 16,58% сприяло зниженню валового прибутку на 13 187 млн. грн. Це свідчить про те, що зростання собівартості було компенсовано збільшенням чистого доходу від реалізації продукції, який зріс з 104 910 млн. грн. у 2019 році до 123 864 млн. грн. у 2020 році. Валовий прибуток зріс з 25 350 млн. грн. у 2019 році до 31 116 млн. грн. у 2020 році, що відображає здатність компанії ефективно управляти витратами та збільшувати прибуток.

Зростання собівартості реалізованої продукції на 19,13% у 2021 році сприяло зменшенню валового прибутку на 17 738 млн. грн. Паралельне збільшення обсягу чистого доходу на 24 881 млн. грн. вказує на те, що збільшення собівартості у цьому періоді було повністю компенсовано зростанням доходів, що призвело до збільшення валового прибутку на 22,95%. Валовий прибуток знизився з 38 259 млн. грн. у 2021 році до 37 612 млн. грн. у 2022 році. Під впливом фактору зменшення чистого доходу на 0,28% та збільшення собівартості реалізованої продукції на 0,21%. У 2023 році чистий дохід від реалізації продукції зріс до 181 090 млн. грн., а собівартість до 133 240 млн. грн., результатом цього є ріст валового прибутку до 47 850 млн. грн. Загалом ріст валового прибутку з 2019 по 2023 рік під впливом фактору собівартості реалізованої продукції та чистого доходу від реалізації демонструє приріст на 88,76%. Це вказує на ефективне управління витратами та здатність компанії адаптуватися до змін ринкових умов.

Проаналізуємо вплив фактору валового прибутку, інших операційних доходів, адміністративних витрат, витрат на збут та інших операційних витрат на прибуток від операційної діяльності, що представлені на рис. 2.15.

Аналіз свідчить про зростання валового прибутку на 22,75% у 2020 році, що сприяло підвищенню прибутку від операційної діяльності на 5 767 млн. грн. Паралельне зниження інших операційних доходів на 1,55% негативно вплинуло на фінансові результати, зменшивши прибуток від операційної діяльності.

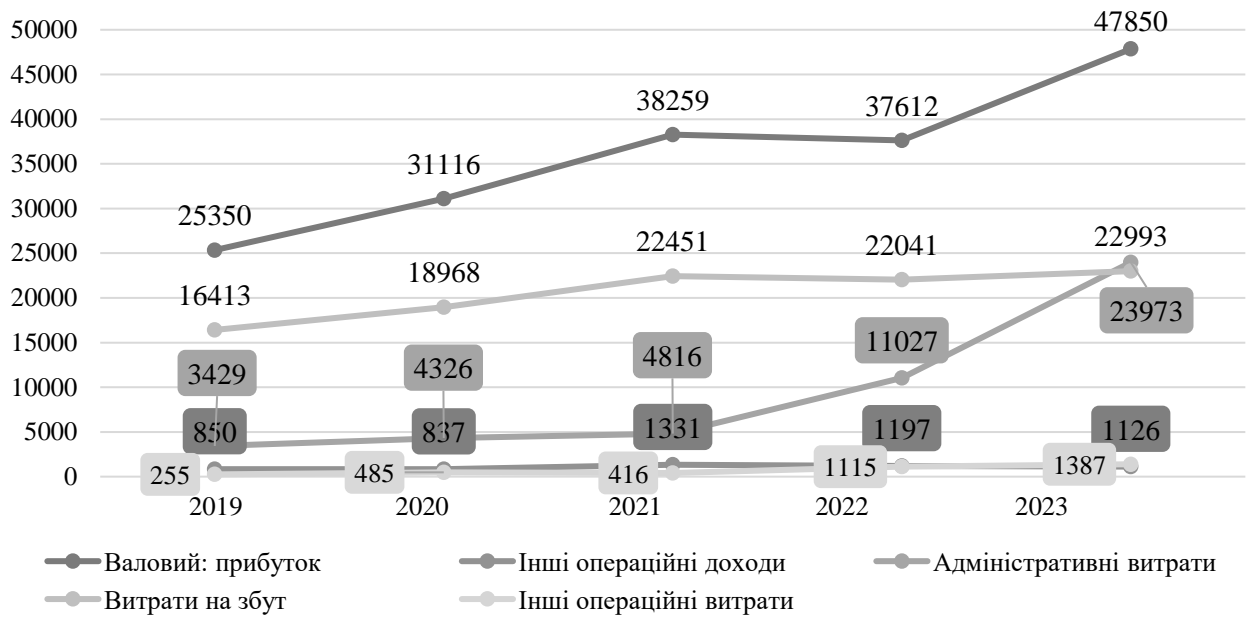


Рис. 2.15 – Аналіз динаміки факторів, що впливають на прибуток від операційної діяльності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 рр.

Значне зростання адміністративних витрат на 26,16% та витрат на збут на 15,57% частково нівелювало цей позитивний ефект. Витрати на збут зросли на 3 483 млн. грн., що призвело до зменшення прибутку від операційної діяльності. У підсумку, прибуток від операційної діяльності зріс з 6 102 млн. грн. у 2019 році до 8 175 млн. грн. у 2020 році, що становить приріст на 33,96%.

У 2021 році продовжилося зростання валового прибутку на 22,95%, що збільшило прибуток від операційної діяльності на 7 143 млн. грн. Проте, у 2022 році відбулося значне зниження прибутку від операційної діяльності на 61,15%, що зумовлено збільшенням адміністративних витрат на 128,97% та інших операційних витрат на 168,05% при паралельному зменшенні валового прибутку на 1,69% та інших операційних витрат на 10,07%. У 2023 році, попри зростання валового прибутку на 27,22%, прибуток від операційної діяльності знизився на 86,53%, досягнувши лише 623 млн. грн. Загалом, динаміка прибутку від операційної діяльності з 2019 по 2023 рік під впливом факторів демонструє зменшення майже у 10 разів під впливом колосального збільшення адміністративних витрат на 599,18% та інших операційних витрат на 443,69%.

Проведемо дослідження впливу факторів на прибуток до оподаткування

згідно з адитивною моделлю 3 та за даними наведеними на рис. 2.16.

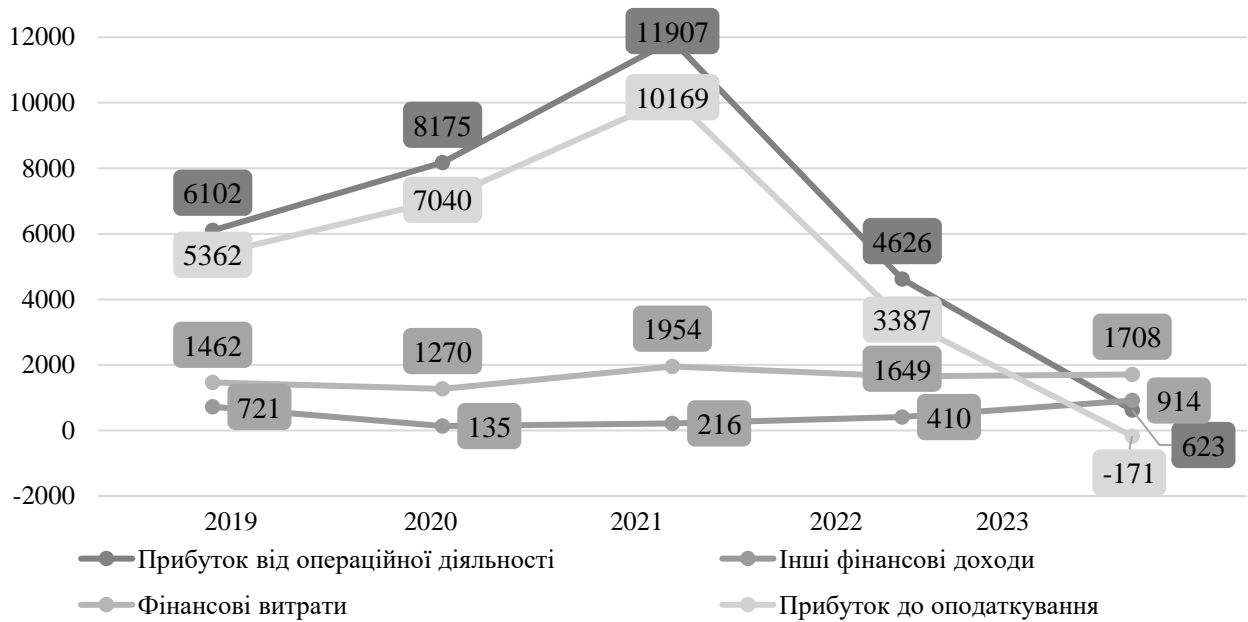


Рис. 2.16 – Аналіз динаміки факторів, що впливають на прибуток до оподаткування ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 рр.

Зростання прибутку від операційної діяльності на 33,96% у 2020 році сприяло підвищенню прибутку до оподаткування на 2 072 млн. грн. Це збільшення показує успішне управління операційними витратами та здатність компанії ефективно генерувати прибуток з основної діяльності. Зменшення інших фінансових доходів на 81,28% частково нівелювало цей позитивний ефект, оскільки зниження фінансових доходів обмежило додаткові надходження, що могли б підсилити загальний прибуток. Однак, зменшення фінансових витрат на 13,13% сприяло додатковому збільшенню прибутку до оподаткування, зменшуючи тиск на фінансові ресурси компанії. У підсумку, прибуток до оподаткування зріс з 5 362 млн. грн. у 2019 році до 7 040 млн. грн. у 2020 році, що становить приріст на 31,30%.

У 2021 році продовжилося зростання прибутку від операційної діяльності на 45,65%, що збільшило прибуток до оподаткування на 3 732 млн. грн. Проте, у 2022 році відбулося значне зниження прибутку до оподаткування на 66,70%, що зумовлено зменшенням прибутку від операційної діяльності на 61,15% та

зменшенням фінансових витрат на 15,61%. У 2023 році, попри значне зниження прибутку від операційної діяльності на 86,53%, зростання інших фінансових доходів на 123,09% не змогло компенсувати вплив негативних факторів, що призвело до зниження прибутку до оподаткування на 105,05%, досягнувши значення -171 млн. грн. Загалом, динаміка прибутку до оподаткування з 2019 по 2023 рік мала негативну тенденцію під впливом факторів прибутку від операційної діяльності та інших фінансових доходів, фінансових витрат. Це демонструє значні коливання, вказуючи на необхідність більш ефективного управління витратами для стабілізації фінансових результатів.

Зміну чистого прибутку проаналізуємо на базі даних, наведених на рис. 2.17 та визначимо вплив факторів собівартості реалізованої продукції, адміністративних витрат, витрат на збут, фінансових витрат, чистого доходу від реалізації, інших операційних та фінансових доходів та інших витрат.

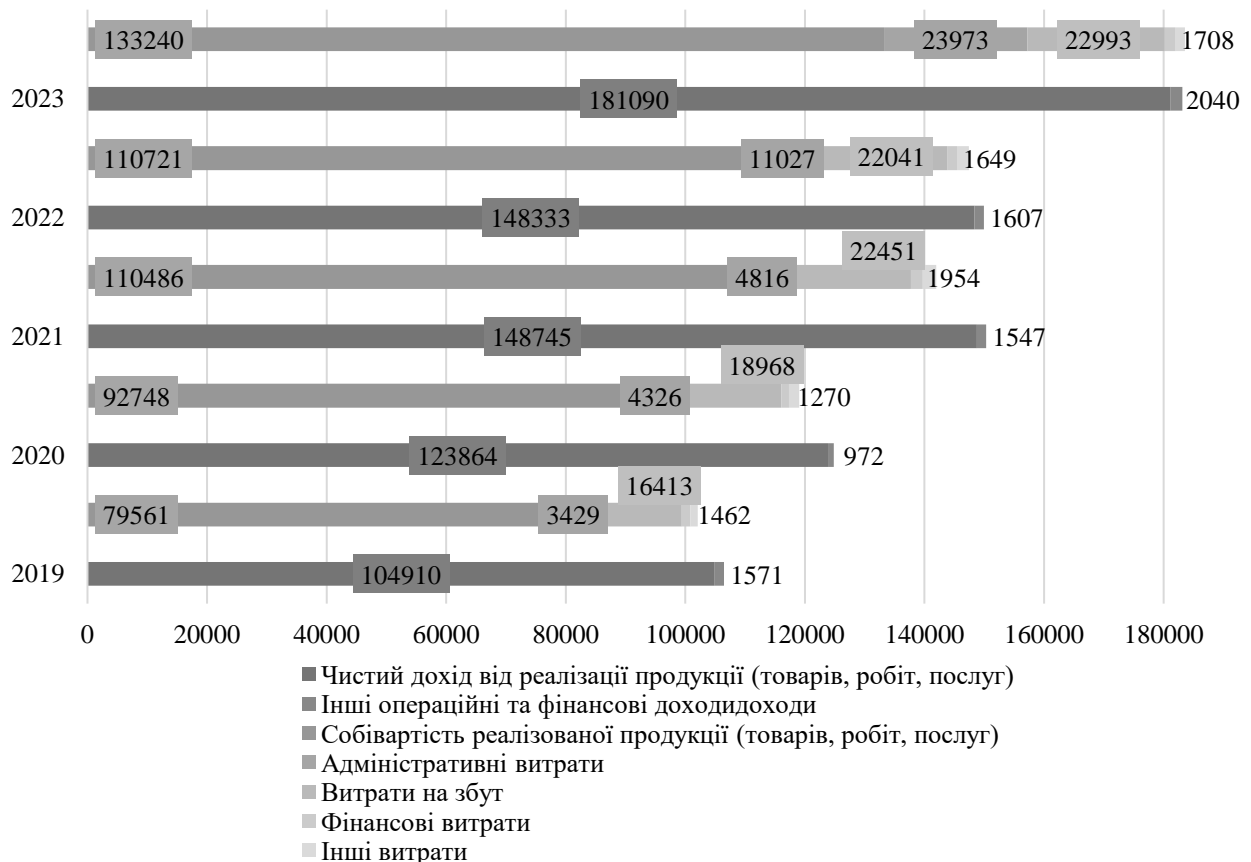


Рис. 2.17 – Аналіз динаміки факторів, що впливають на чистий прибуток ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 рр.

Аналізуючи рис. 2.17, можна побачити, що чистий дохід від реалізації продукції зріс з 104 910 млн. грн. у 2019 році до 181 090 млн. грн. у 2023 році, що становить приріст на 72,61%. Це позитивно вплинуло на чистий прибуток компанії. Зростання інших операційних та інших фінансових доходів на 29,86% сприяло підвищенню чистого прибутку на 469 млн. грн. відповідно. Збільшення доходів свідчить про успішну діяльність компанії у збільшенні обсягів продажів та підвищенні ефективності управління фінансовими ресурсами.

З іншого боку, значне зростання собівартості реалізованої продукції на 67,47% негативно вплинуло на чистий прибуток. Збільшення адміністративних витрат на 599,18% та витрат на збут на 40,09% суттєво знизило фінансові результати компанії. Фінансові витрати зросли на 16,89%, а інші витрати, включаючи інші операційні витрати та витрати на податок на прибуток, зросли на 36,16%. Ці збільшення витрат значно зменшили чистий прибуток компанії, вказуючи на те, що компанія стикається зі значними викликами у сфері витрат.

Загалом, чистий прибуток знизився з 4 405 млн. грн. у 2019 році до збитку у розмірі 434 млн. грн. у 2023 році, що становить зниження на 109,86%. Така динаміка свідчить про те, що, незважаючи на зростання доходів, значне збільшення витрат перевищило приріст доходів, що призвело до негативного чистого прибутку. Це демонструє необхідність перегляду та оптимізації витрат, а також пошуку шляхів підвищення операційної ефективності для відновлення прибутковості компанії.

Зміну динаміки структури доходів, які безпосередньо впливають на чистий дохід проведемо на базі інформації, зображеної на рис. 2.18. Під час проведення дослідження буде визначено структурні зміни між чистим доходом від реалізації, іншими фінансовими та операційними доходами.

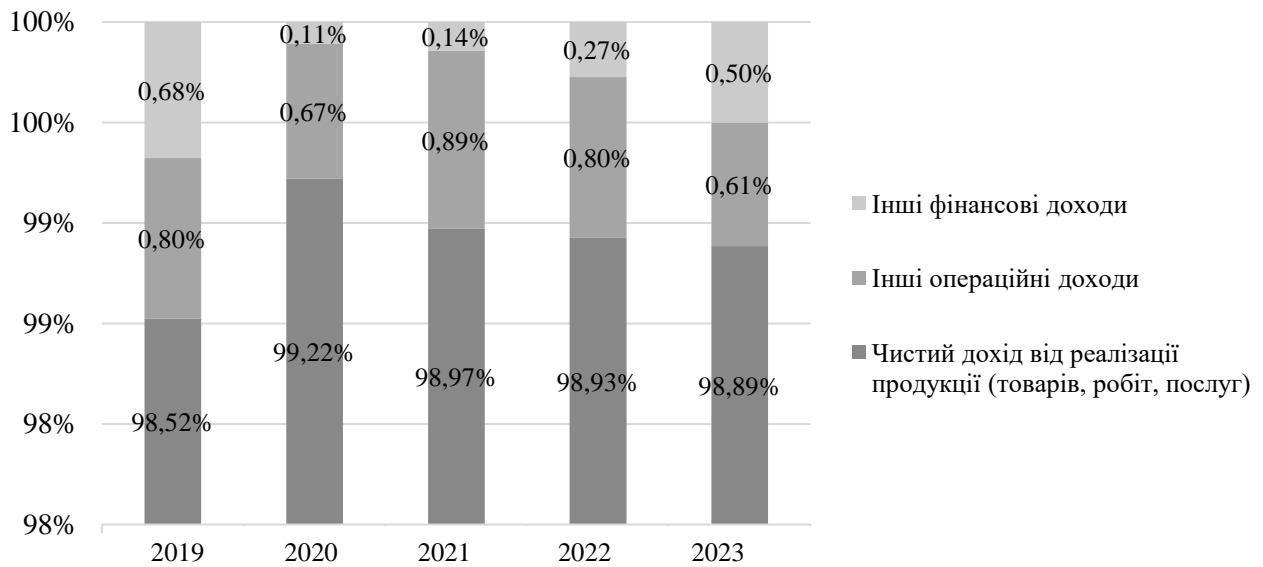


Рис. 2.18 – Аналіз динаміки структури доходів
ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 рр.

Аналізуючи динаміку доходів ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за період 2019-2023 років, можна відзначити, що основну частину доходів компанії стабільно складає чистий дохід від реалізації продукції. Його частка зросла з 98,52% у 2019 році до 99,22% у 2020 році, після чого спостерігалось незначне зниження до 98,97% у 2021 році та 98,93% у 2022 році. У 2023 році частка чистого доходу від реалізації становила 98,89%. Загалом, частка чистого доходу від реалізації залишалася стабільно високою протягом аналізованого періоду, що свідчить про сильну основну діяльність компанії та стабільний ринок збуту.

Інші операційні доходи та фінансові доходи демонструють більшу варіативність. Частка інших операційних доходів зменшилася з 0,80% у 2019 році до 0,67% у 2020 році, проте зросла до 0,89% у 2021 році. У 2022 та 2023 роках цей показник знову знизився до 0,80% та 0,61% відповідно. Інші фінансові доходи показали зниження з 0,68% у 2019 році до 0,11% у 2020 році, потім незначне зростання до 0,14% у 2021 році та подальше збільшення до 0,27% у 2022 році та 0,50% у 2023 році. Зменшення частки інших операційних та фінансових доходів спричинене нестабільністю на фінансових ринках та змінами у структурі доходів компанії, тоді як їх збільшення в окремі роки є наслідком

успішних інвестиційних рішень або одноразових доходів.

Визначимо динаміку зміни структури витрат ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» протягом 2019-2023 рр., зображену на рис. 2.19.

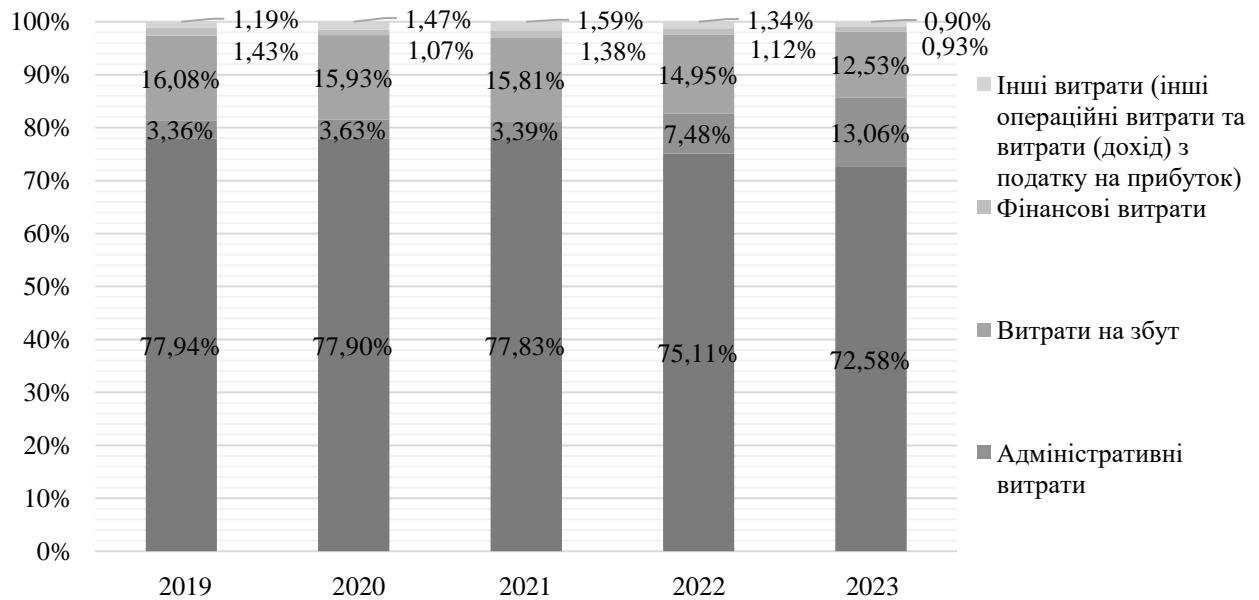


Рис. 2.19 – Аналіз структури витрат ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 рр.

Аналізуючи динаміку витрат ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за період 2019-2023 років, можна відзначити значні зміни в структурі витрат. Собівартість реалізованої продукції зменшилася з 77,94% у 2019 році до 72,58% у 2023 році. Це зниження вказує на ефективніше управління виробничими витратами або покращення умов закупівель. Зменшення собівартості сприяло покращенню валової рентабельності компанії, що є позитивним сигналом для її фінансової стійкості.

Адміністративні витрати показали значне зростання з 3,36% у 2019 році до 13,06% у 2023 році. Це суттєве збільшення пов'язане зі збільшенням витрат на управлінські функції, підвищенням професійної кваліфікації працівників. Витрати на збут зменшилися з 16,08% у 2019 році до 12,53% у 2023 році, що показує оптимізацію маркетингових та логістичних витрат. Фінансові витрати зменшилися з 1,43% у 2019 році до 0,93% у 2023 році, що є результатом зниження процентних ставок або рефінансування боргу на вигідніших умовах. Інші

витрати, включаючи інші операційні витрати та витрати на сплату податку на прибуток, зменшилися з 1,19% у 2019 році до 0,90% у 2023 році, що вказує на загальну оптимізацію операційних витрат.

Загальна динаміка витрат ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 роки свідчить про покращення управління витратами та ефективність заходів з оптимізації витрат. Зниження частки собівартості реалізованої продукції та витрат на збут демонструє зменшення операційних витрат, що позитивно вплинуло на фінансові результати компанії. Однак, суттєве зростання адміністративних витрат вимагає уваги та аналізу, щоб визначити можливі причини та розробити стратегії для їх оптимізації в майбутньому.

2.2.4. Аналіз фінансової стабільності та стійкості ТОВ «АТБ-МАРКЕТ»

Сучасна ситуація в Україні характеризується високою мінливістю та невизначеністю, що спричиняє значні виклики для функціонування компаній. Економічна нестабільність, політичні ризики, вплив пандемії COVID-19 та поточна військова агресія з боку Росії значно ускладнюють ведення бізнесу. Компанії змушені швидко адаптуватися до змін умов ринку, регуляторного середовища та забезпечення безперервності операцій. Вживання та розвиток підприємств в таких умовах вимагають ефективного управління ризиками та стратегічного планування.[22]

Аналіз фінансової стабільності та стійкості є ключовим інструментом для оцінки здатності компанії підтримувати свою діяльність у довгостроковій перспективі. Він включає оцінку фінансових показників, таких як ліквідність, платоспроможність та фінансову залежність. Метою аналізу є виявлення фінансових проблем на ранніх стадіях. Цей аналіз є необхідним, оскільки допомагає зрозуміти компанії її здатність виконувати зобов'язання.[23]

Для більш детального дослідження фінансової стабільності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» перейдемо до аналізу показників ліквідності та платоспроможності

компанії за 2019-2023 роки, представлених у табл. 2.2.

Таблиця 2.2 – Аналіз показників ліквідності та платоспроможності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 рр.

Період	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	Коефіцієнт швидкої ліквідності	Коефіцієнт загальної ліквідності	Коефіцієнт платоспроможності	Коефіцієнт критичної ліквідності	Коефіцієнт покриття запасів
2019	0,1833	0,7143	0,7862	0,1833	0,6975	3,0801
2020	0,1474	0,4907	0,6134	0,1474	0,4323	2,2711
2021	0,2289	0,5211	0,5698	0,2289	0,4212	2,0522
2022	0,3092	0,6530	0,6600	0,3092	0,4980	2,0869
2023	0,3942	0,8159	0,6659	0,3942	0,5315	2,7302
Норматив	≥0,2	≥0,7	≥1,0	≥0,1	≥1,0	≥1,0
Абсолютне відхилення, в тис. грн.						
2020-2019	-0,0359	-0,2236	-0,1729	-0,0359	-0,2653	-0,8091
2021-2020	0,0815	0,0304	-0,0436	0,0815	-0,0110	-0,2188
2022-2021	0,0803	0,1319	0,0902	0,0803	0,0768	0,0347
2023-2022	0,0849	0,1630	0,0059	0,0849	0,0334	0,6433
2023-2019	0,2108	0,1016	-0,1204	0,2108	-0,1661	-0,3499
Відносне відхилення, в %						
2020-2019	-19,59	-31,30	-21,98	-19,59	-38,03	-26,27
2021-2020	55,28	6,19	-7,10	55,28	-2,55	-9,64
2022-2021	35,08	25,31	15,82	35,08	18,24	1,69
2023-2022	27,47	24,96	0,89	27,47	6,71	30,82
2023-2019	115,00	14,23	-15,31	115,00	-23,81	-11,36

Дослідження показників, представлених у табл. 2.2, показало нестабільну динаміку ліквідності та платоспроможності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» протягом 2019-2023 років. Коефіцієнт абсолютної ліквідності зріс з 0,1833 у 2019 році до 0,3942 у 2023 році, що показує зростання здатності компанії покривати свої поточні зобов'язання за рахунок найбільш ліквідних активів. Коефіцієнт швидкої ліквідності також показав позитивну динаміку, підвищившись з 0,7143 у 2019 році до 0,8159 у 2023 році, що вказує на збільшення здатності компанії швидко конвертувати свої оборотні активи в гроші для покриття зобов'язань.

Коефіцієнт загальної ліквідності зменшився з 0,7862 у 2019 році до 0,6659 у 2023 році. Така динаміка показує зниження загальної здатності компанії покривати свої короткострокові зобов'язання за рахунок усіх оборотних активів.

Згідно з аналізом показників, розрахованих у додатку Е, зниження спричинено збільшенням зобов'язань. Однак, покращення інших показників ліквідності частково компенсує це зниження. Коефіцієнт платоспроможності зріс з 0,1833 у 2019 році до 0,3942 у 2023 році, що вказує на зростання здатності компанії виконувати свої довгострокові зобов'язання.

Коефіцієнт критичної ліквідності знизився з 0,6975 у 2019 році до 0,5315 у 2023 році, демонструючи погіршення в управлінні оборотними активами. Коефіцієнт покриття запасів знизився з 3,0801 у 2019 році до 2,7302 у 2023 році, що вказує на оптимізацію управління запасами. Загалом, поліпшення показників ліквідності та платоспроможності свідчить про зростаючу фінансову стабільність ТОВ «АТБ-МАРКЕТ», що позитивно впливає на здатність компанії забезпечувати свої операційні потреби та виконувати зобов'язання перед кредиторами та інвесторами. З метою більш глибокого аналізу проаналізуємо динаміку зміни показників ліквідності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» протягом 2019-2023 років, представлену на рис. 2.20.

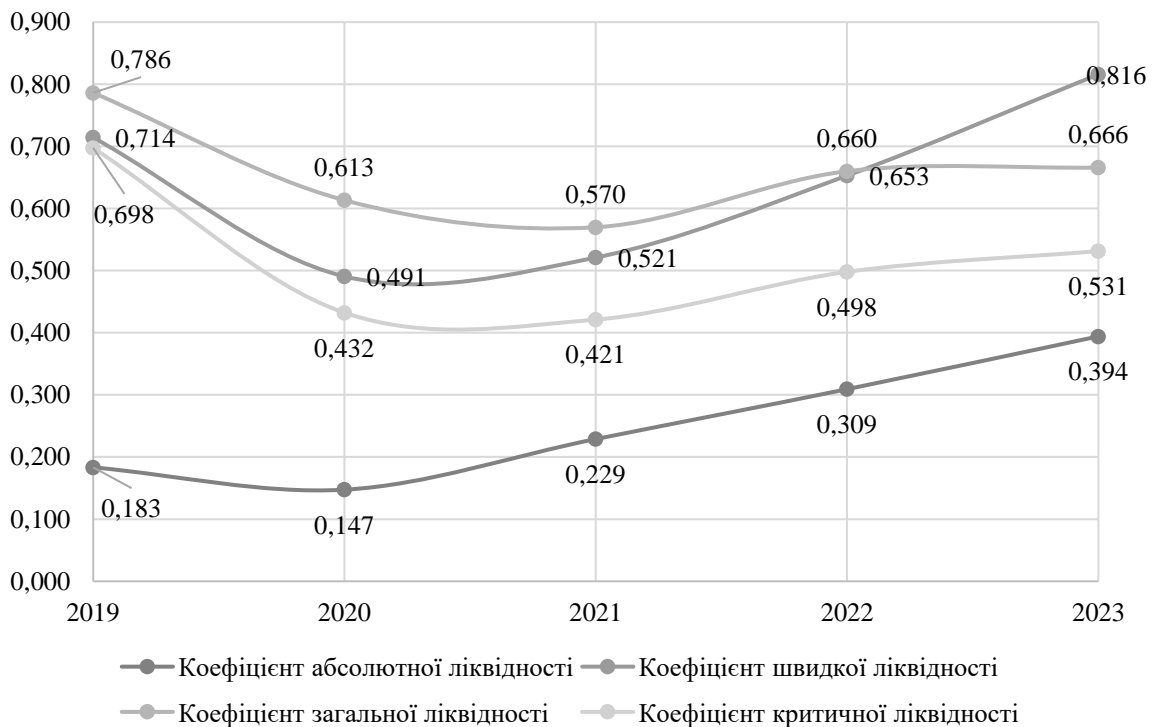


Рис. 2.20 – Аналіз коефіцієнтів абсолютної, загальної, швидкої та критичної ліквідності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 рр.

Аналізуючи динаміку показників ліквідності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за період 2019-2023 років, відзначено певні зміни в значеннях кожного показника щороку. Коефіцієнт абсолютної ліквідності у 2019 році становив 0,183, у 2020 році знизився до 0,147, після чого у 2021 році він зріс до 0,229. У 2022 році спостерігалось подальше зростання до 0,309, і в 2023 році він досягнув 0,394. Коефіцієнт швидкої ліквідності у 2019 році становив 0,714, а у 2020 році знизився до 0,491. У 2021 році він зріс до 0,521, у 2022 році — до 0,653, і в 2023 році досягнув 0,816. Коефіцієнт загальної ліквідності у 2019 році був на рівні 0,786, у 2020 році знизився до 0,613, у 2021 році зменшився до 0,570, у 2022 році знову підвищився до 0,660 і в 2023 році трохи збільшився до 0,666. Це показує коливання в здатності компанії покривати свої короткострокові зобов'язання за рахунок усіх оборотних активів. Коефіцієнт критичної ліквідності у 2019 році становив 0,698, у 2020 році знизився до 0,432, у 2021 році знизився до 0,421, у 2022 році досягнув 0,498, і в 2023 році зберігся на рівні 0,531.

Загалом, ліквідність ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» протягом 2019-2023 років демонструвала тенденцію до зростання. Це демонструє те, що компанія стає більш стійкою до короткострокових фінансових труднощів. Однак, коефіцієнти ліквідності все ще знаходяться на рівні, який можна вважати задовільним, але не високим. Це означає, що компанії слід продовжувати працювати над покращенням своєї ліквідності, наприклад, шляхом оптимізації запасів та дебіторської заборгованості.

З метою дослідження фінансової незалежності проаналізуємо дані табл. 2.3 та визначимо зміну основних показників: коефіцієнту фінансової незалежності, коефіцієнту фінансової залежності, коефіцієнту концентрації позичкового капіталу, коефіцієнту фінансового ризику, коефіцієнту фінансової стабільності, коефіцієнту довгострокової заборгованості, коефіцієнту фінансової незалежності капіталізованих джерел та коефіцієнту маневреності власного капіталу.[24]

Таблиця 2.3 – Аналіз показників фінансової незалежності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 рр.

Період	Коефіцієнт фінансової незалежності	Коефіцієнт фінансової залежності	Коефіцієнт концентрації позичкового капіталу	Коефіцієнт фінансового ризику	Коефіцієнт фінансової стабільності	Коефіцієнт довгострокової заборгованості	Коефіцієнт фінансової незалежності капіталізованих джерел	Коефіцієнт маневреності власного капіталу
2019	0,0726	13,7674	0,9274	12,7674	0,0783	0,5902	0,4098	-2,4213
2020	0,0533	18,7454	0,9467	17,7454	0,0564	0,8397	0,1603	-4,8346
2021	0,1069	9,3572	0,8931	8,3572	0,1197	0,6855	0,3145	-2,6574
2022	0,1212	8,2487	0,8788	7,2487	0,1380	0,6401	0,3599	-1,8597
2023	0,0957	10,4504	0,9043	9,4504	0,1058	0,6561	0,3439	-2,5201
Абсолютне відхилення, в тис. грн.								
2020-2019	-0,0193	4,9779	0,0193	4,9779	-0,0220	0,2495	-0,2495	-2,4134
2021-2020	0,0535	-9,3882	-0,0535	-9,3882	0,0633	-0,1543	0,1543	2,1772
2022-2021	0,0144	-1,1084	-0,0144	-1,1084	0,0183	-0,0453	0,0453	0,7977
2023-2022	-0,0255	2,2017	0,0255	2,2017	-0,0321	0,0159	-0,0159	-0,6604
2023-2019	0,0231	-3,3170	-0,0231	-3,3170	0,0275	0,0658	-0,0658	-0,0989
Відносне відхилення, в %								
2020-2019	-26,56	36,16	2,08	38,99	-28,05	42,27	-60,89	99,67
2021-2020	100,33	-50,08	-5,65	-52,91	112,34	-18,37	96,26	-45,03
2022-2021	13,44	-11,85	-1,61	-13,26	15,29	-6,62	14,42	-30,02
2023-2022	-21,07	26,69	2,91	30,37	-23,30	2,49	-4,43	35,51
2023-2019	31,74	-24,09	-2,49	-25,98	35,10	11,16	-16,07	4,08

Аналізуючи зміну показників фінансової незалежності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за період 2019-2023 років, визначено суттєві коливання у їх значеннях. Коефіцієнт фінансової незалежності зріс з 0,0726 у 2019 році до 0,0957 у 2023 році, що становить абсолютне відхилення +0,0231 та відносне +31,74%. Це є сигналом покращення здатності компанії забезпечувати свою діяльність власними коштами. Відповідно, коефіцієнт фінансової залежності знизився з 13,7674 у 2019 році до 10,4504 у 2023 році (абсолютне відхилення - 3,3170, відносне -24,09%), що відображає зменшення залежності від зовнішніх джерел фінансування.

Коефіцієнт концентрації позичкового капіталу показав незначне зниження з 0,9274 у 2019 році на 0,0231 або на 2,49% досягнувши результату 0,9043 у 2023

році. Коефіцієнт фінансового ризику знизився з 12,7674 у 2019 році до 9,4504 у 2023 році абсолютне відхилення за період становить -3,3170, а відносно -25,98%. Коефіцієнт фінансової стабільності зріс з 0,0783 у 2019 році до 0,1058 у 2023 році, отже можна стверджувати про підвищення здатності компанії підтримувати стабільний фінансовий стан.

Коефіцієнт довгострокової заборгованості зріс з 0,5902 у 2019 році до 0,6561 у 2023 році збільшившись на 11,16% за період. Така тенденція підтверджується висновками за показниками розрахованими у додатку Е і характеризується збільшення частки довгострокових зобов'язань у структурі капіталу. Коефіцієнт фінансової незалежності капіталізованих джерел знизився з 0,4098 у 2019 році до 0,3439 у 2023 році, що показує зменшення частки власних капіталізованих коштів. Коефіцієнт маневреності власного капіталу показав незначне зниження з -2,4213 у 2019 році до -2,5201 у 2023 році, сигналізуючи про погіршення гнучкості у використанні власного капіталу.

Дослідження проведено на базі даних, зображених на рис. 2.21, допоможе визначити зміну динаміки показників фінансової незалежності та фінансового ризику.

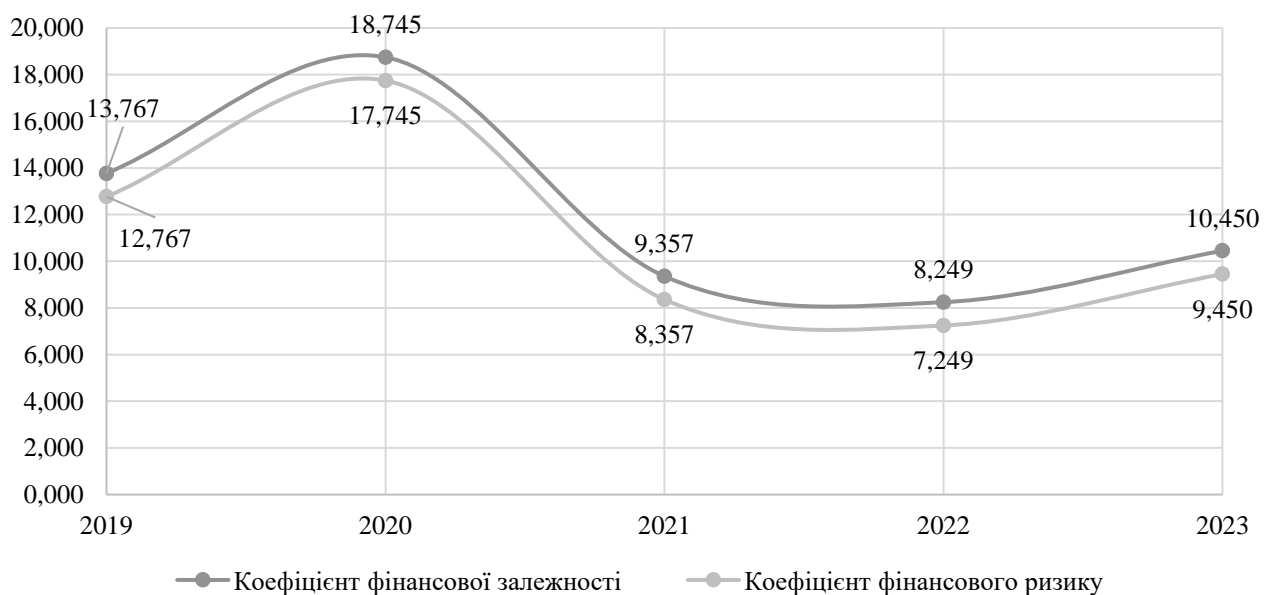


Рис. 2.21 – Аналіз динаміки коефіцієнту фінансової залежності та фінансового ризику ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 рр.

Аналіз даних рис. 2.21 допоміг визначити тенденції зміни показників фінансової залежності та фінансового ризику. Коефіцієнт фінансової залежності зріс з 13,767 у 2019 році до 18,745 у 2020 році, а потім різко знизився до 9,357 у 2021 році та 8,249 у 2022 році, після чого у 2023 році показник становив 10,450. Коефіцієнт фінансового ризику, який у 2019 році становив 12,767, зріс до 17,745 у 2020 році, але потім знизився до 8,357 у 2021 році та 7,249 у 2022 році, з подальшим зростанням до 9,450 у 2023 році. Це відображає зміни в структурі капіталу та зобов'язань компанії. Загалом, фінансова залежність ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» протягом 2019-2023 років демонструвала тенденцію до зниження. Отже, компанія стає менш залежною від залучених коштів та більше використовує власні кошти для фінансування своєї діяльності.

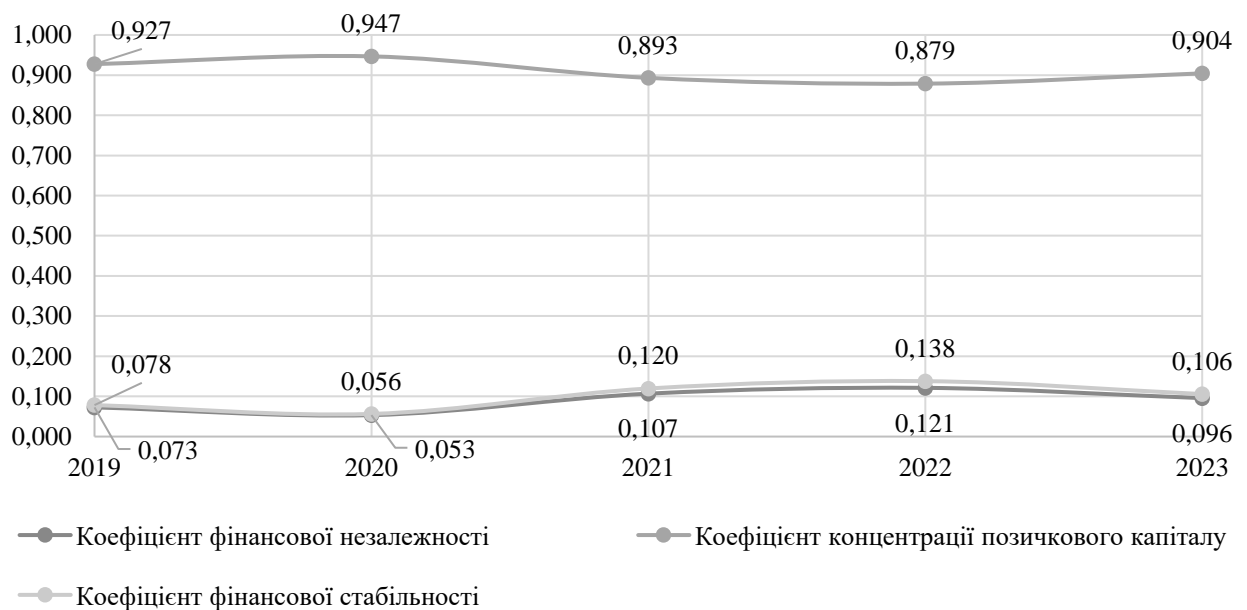


Рис. 2.22 – Аналіз коефіцієнтів фінансової незалежності та стабільності, концентрації позичкового капіталу ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 рр.

Дослідження коефіцієнтів, тенденції яких зображено на рис. 2.22, показало подібну динаміку між показниками фінансової незалежності та фінансової стабільності що характеризується зростанням, водночас коефіцієнт концентрації позичкового капіталу мав динаміку до зменшення. Коефіцієнт фінансової незалежності знизився з 0,073 у 2019 році до 0,053 у 2020 році, але потім показав

стабільне зростання до 0,107 у 2021 році, 0,121 у 2022 році, і 0,096 у 2023 році. Коефіцієнт концентрації позичкового капіталу показав незначні зміни, зокрема зменшився з 0,927 у 2019 році до 0,904 у 2023 році, з незначними коливаннями протягом цього періоду. Коефіцієнт фінансової стабільності зріс з 0,078 у 2019 році до 0,106 у 2023 році, що свідчить про покращення здатності компанії підтримувати фінансову рівновагу. Незважаючи на деякі коливання, фінансова незалежність та стабільність ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» протягом 2019-2023 років демонстрували тенденцію до покращення, що показує зростання стійкості компанії навіть під впливом економічних криз.

Також при оцінці фінансового стану ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» варто розглянути показники формування прибутку підприємств та визначити динаміку їх зміни. Для цього проаналізуємо показники, наведені у табл. 2.4.

Таблиця 2.4 – Аналіз показників формування прибутку підприємства ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 рр.

Період	Коефіцієнт дохідності авансових вкладень	Коефіцієнт валового прибутку	Коефіцієнт операційного прибутку	Коефіцієнт чистого прибутку	Коефіцієнт окупності власного капіталу
2019	14,0066	0,2416	0,0582	0,0420	60,5230
2020	6,6590	0,2512	0,0660	0,0466	65,1260
2021	6,2248	0,2572	0,0800	0,0560	32,8297
2022	7,1439	0,2536	0,0312	0,0170	29,7842
2023	8,0898	0,2642	0,0034	-0,0024	39,8350
Абсолютне відхилення, в тис. грн.					
2020-2019	-7,3477	0,0096	0,0078	0,0046	4,6030
2021-2020	-0,4342	0,0060	0,0140	0,0094	-32,2963
2022-2021	0,9191	-0,0036	-0,0489	-0,0390	-3,0455
2023-2022	0,9459	0,0107	-0,0277	-0,0194	10,0507
2023-2019	-5,9168	0,0226	-0,0547	-0,0444	-20,6880
Відносне відхилення, в %					
2020-2019	-52,46	3,97	13,46	10,91	7,61
2021-2020	-6,52	2,39	21,29	20,23	-49,59
2022-2021	14,77	-1,42	-61,04	-69,57	-9,28
2023-2022	13,24	4,21	-88,97	-114,07	33,75
2023-2019	-42,24	9,35	-94,09	-105,71	-34,18

Аналізуючи показник, розраховані у табл. 2.4, можна зробити висновок, що ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за період 2019-2023 років відчуло значні зміни при

формуванні прибутку компанії. Коефіцієнт дохідності авансових вкладень знизився з 14,0066 у 2019 році до 8,0898 у 2023 році, що становить абсолютне відхилення -5,9168 та відносне -42,24%. Тож очевидне зменшення ефективності використання авансових коштів компанією. Коефіцієнт валового прибутку зріс з 0,2416 у 2019 році до 0,2642 у 2023 році або на 9,35%, що вказує на деяке покращення показника.

Інші показники, наведені в табл. 2.4, показали значне погіршення. Коефіцієнт операційного прибутку знизився з 0,0582 у 2019 році до 0,0034 у 2023 році, що становить зниження майже на 95% та демонструє серйозне зниження операційної ефективності компанії. Коефіцієнт чистого прибутку знизився з 0,042 до -0,0024, тож можна говорити про перехід від прибуткової до збиткової діяльності. Коефіцієнт окупності власного капіталу також знизився з 60,523 у 2019 році до 39,835 у 2023 році, тож ефективність використання власного капіталу компанії знизилась.

Проаналізуємо зміни коефіцієнтів валового, операційного та чистого прибутків та визначимо їх динаміку, зображену на рис. 2.23.

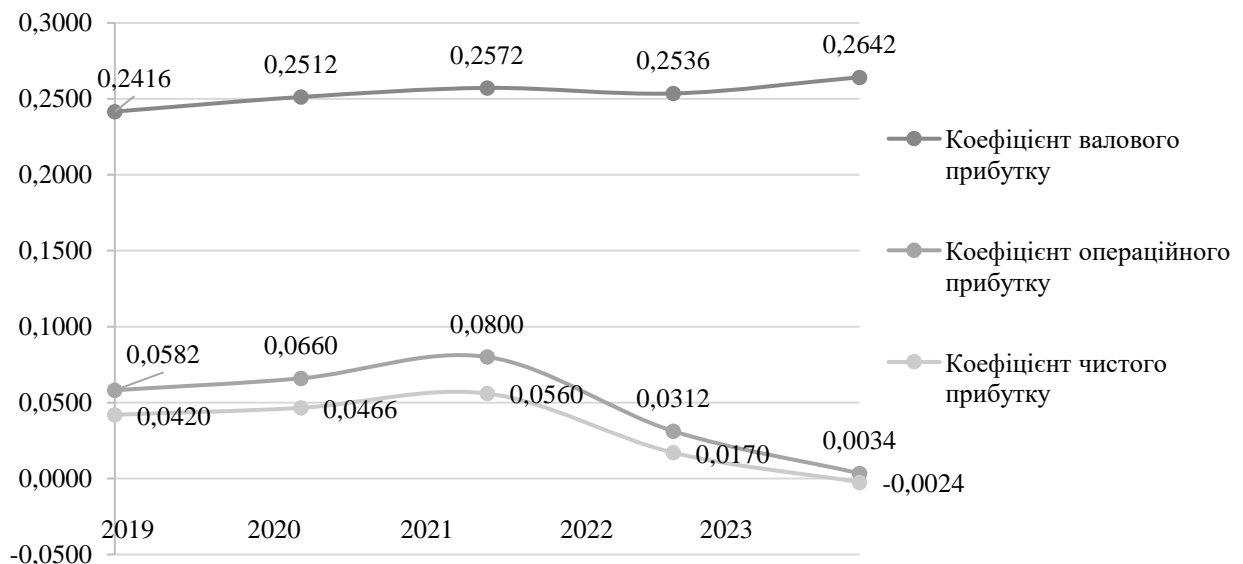


Рис. 2.23 – Аналіз динаміки коефіцієнтів валового, операційного, чистого прибутків ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 рр.

Аналізуючи динаміку, представлену на рис. 2.23, визначено, що коефіцієнт

валового показав стабільне зростання, починаючи з 0,2416 у 2019 році до 0,2512 у 2020 році. У 2021 році цей показник зріс до 0,2572, але в 2022 році незначно знизився до 0,2536. У 2023 році коефіцієнт валового прибутку знову зріс до 0,2642, що показує загальне підвищення валового прибутку за 2019-2023 рр.

Коефіцієнт операційного прибутку зазнав значних коливань. У 2019 році він становив 0,0582, зростаючи до 0,066 у 2020 році та до 0,080 у 2021 році. Проте, у 2022 році відбулося різке зниження до 0,0312, а у 2023 році коефіцієнт опустився до 0,0034, що вказує на серйозне погіршення операційної ефективності. Щодо коефіцієнта чистого прибутку, у 2019 році він складав 0,0420, зростаючи до 0,0466 у 2020 році та до 0,0560 у 2021 році. У 2022 році показник різко знизився до 0,0170, а у 2023 році став від'ємним і склав -0,0024, що також свідчить про збиток компанії у цей період.

2.3. Факторний аналіз рентабельності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ»

Факторний аналіз рентабельності полягає у виявленні та кількісній оцінці впливу різних факторів на зміну показників рентабельності. Цей аналіз дозволяє зрозуміти, які саме чинники сприяли зростанню або зниженню рентабельності, і оцінити їх відносний вклад у загальні зміни. Завдяки цьому методу можна виявити слабкі місця в управлінні компанією та визначити можливості для підвищення ефективності її діяльності.[25]

У додатку II наведено розрахунки факторного аналізу показників рентабельності методом абсолютних та відносних різниць. Це допоможе визначити, які саме фактори вплинули на зміну рентабельності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за аналізований період, та оцінити їх вплив на фінансові результати компанії. Такий підхід дасть можливість отримати більш глибоке розуміння причин змін рентабельності та прийняти рішення для покращення фінансових показників.

Аналізуючи вплив факторів валового прибутку та собівартості на показник

рентабельності продукції, виявлено, що у 2019-2020 роках рентабельність продукції зросла на 0,0169 завдяки позитивному впливу валового прибутку (+0,0725) та негативному впливу собівартості (-0,0556). У 2022-2023 роках рентабельність зросла на 0,0194 через зростання валового прибутку (+0,0925) та зменшення собівартості (-0,0730). Досліджуючи вплив факторів чистого доходу та прибутку на чисту рентабельність реалізації, виявлено, що у 2019-2020 роках чиста рентабельність реалізації зросла на 0,0046 завдяки позитивному впливу чистого прибутку (+0,0130) та негативному впливу чистого доходу (-0,0084). У 2022-2023 роках чиста рентабельність знизилася на 0,0194 через зменшення чистого прибутку (-0,0200) та незначний вплив чистого доходу (+0,0005).

Вплив факторів операційного доходу та середньорічної вартості оборотних активів на рентабельність оборотного капіталу показав, що у 2019-2020 роках рентабельність зменшилася на 0,0264 через негативний вплив середньорічної вартості оборотних активів (-0,1133) та позитивний вплив операційного доходу (+0,0868). У 2022-2023 роках рентабельність оборотного капіталу зменшилася на 0,0995 через негативний вплив операційного доходу (-0,0974) та середньорічної вартості оборотних активів (-0,0021). Аналізуючи вплив факторів середньорічної вартості активів та прибутку до сплати податків та відсотків на рентабельність активів, виявлено, що у 2019-2020 роках рентабельність активів зменшилася на 0,0521 через позитивний вплив прибутку до сплати податків та відсотків (+0,0788) та негативний вплив середньорічної вартості активів (-0,1308). У 2022-2023 роках рентабельність активів зменшилася на 0,1037 через негативний вплив прибутку до сплати податків та відсотків (-0,0960) та середньорічної вартості активів (-0,0077).

Вплив прибутку до сплати податків та відсотків та середньорічної вартості чистих активів на рентабельність чистих активів показав, що у 2019-2020 роках рентабельність зменшилася на 0,9923 через значний негативний вплив середньорічної вартості чистих активів (-1,4368) та позитивний вплив прибутку до сплати податків та відсотків (+0,4445). У 2022-2023 роках рентабельність чистих активів знизилася на 0,2770 через негативний вплив прибутку до сплати

податків та відсотків (-0,2849) та незначний позитивний вплив середньорічної вартості чистих активів (+0,0079). Аналіз впливу факторів на рентабельність власного капіталу показав, що з 2019 по 2020 рік рентабельність зросла на 0,4916 завдяки позитивному впливу чистого прибутку (+0,7864). З 2022 по 2023 рік рентабельність знизилася на 0,6031 через негативний вплив як чистого прибутку (-0,5947), так і середньорічної вартості власного капіталу (-0,0083).

Динаміка зміни показників рентабельності під впливом факторів свідчить про значний вплив валового прибутку, собівартості, операційного доходу, середньорічної вартості активів і чистого прибутку на всі види рентабельності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ». Позитивний вплив валового прибутку та чистого прибутку забезпечив зростання рентабельності продукції та чистої рентабельності реалізації, тоді як негативний вплив собівартості стримував цей ріст. Рентабельність оборотного капіталу та активів значно залежала від середньорічної вартості активів та операційного доходу, де останній фактор мав як позитивний, так і негативний вплив на різні періоди. Проте, найбільший вплив на рентабельність власного капіталу мали середньорічна вартість власного капіталу та чистий прибуток, де негативний вплив цих факторів призвів до зниження рентабельності в останні роки.

З метою більш глибокого дослідження та проведення факторного аналізу показників рентабельності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» проведемо аналіз рентабельності власного капіталу за моделлю Дюпона за формулою 1.12. Вихідні дані для розрахунку впливу факторів наведено у додатку К. Розрахунки впливу факторів на рентабельність власного капіталу наведено у табл. 2.5.

Таблиця 2.5 – Факторний аналіз рентабельності власного капіталу методом абсолютних різниць ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 рр.

Показник	2020-2019	2021-2020	2022-2021	2023-2022
1	2	3	4	5
Зміна показника рентабельності власного капіталу, у тому числі за рахунок:	0,4916	-1,1948	-1,3307	-0,6031
- частки чистого прибутку у прибутку від звичайної діяльності до оподаткування	-0,0058	-0,0010	-0,1503	1,0242

Продовження табл. 2.5

1	2	3	4	5
- співвідношення прибутку від звичайної діяльності до оподаткування від реалізації продукції	-0,0514	-0,0254	-0,2520	-2,1791
- рентабельності реалізації продукції	0,3344	0,6401	-0,8766	0,5760
- оборотності активів	-0,5911	0,0360	0,0163	-0,0040
- фінансового левериджу	0,8054	-1,8444	-0,0682	-0,0201

Аналізуючи значення показників табл. 2.5 та додатку К, визначено вплив різних факторів на рентабельність власного капіталу. Спад частки чистого прибутку у прибутку від звичайної діяльності до оподаткування на 0,0019 в періоді 2020-2019 мала незначний негативний вплив на рентабельність власного капіталу у розмірі -0,0058, у 2021-2020 та 2022-2021 цей вплив залишався незначним, але знову негативним -0,0010 та -0,1503 відповідно. Проте, у 2023-2022 спостерігається значний позитивний вплив 1,0242, за рахунок росту фактору на 176,4%, що вказує на підвищенню рентабельності власного капіталу.

Співвідношення прибутку від звичайної діяльності до оподаткування до реалізації продукції також мало помітний негативний вплив на рентабельність власного капіталу. Зокрема, зменшення показника на 2,02% у 2020-2019 сприяло зниженню рентабельності власного капіталу на -0,0514, а у 2021-2020 і 2022-2021 негативний вплив збільшився до -0,0254 та -0,2520 відповідно. У 2023-2022 різке зменшення показника, зменшило рентабельність на -2,1791, що є найвищим негативним впливом серед усіх факторів у цей період.

Рентабельність реалізації продукції мала різноспрямований вплив на рентабельність власного капіталу. У 2020-2019 та 2021-2020 спостерігався позитивний вплив на результуючий показник +0,3344 та + 0,6401 відповідно, що свідчить про збільшення рентабельності власного капіталу. Проте, у 2022-2021 рентабельність реалізації продукції зменшилась на 0,0489, що відповідно зменшило рентабельність власного капіталу на -0,8766. У 2023-2022 вплив знову став позитивним, склавши 0,5760.

Оборотність активів і фінансова залежність також відіграли значну роль у

зміні рентабельності власного капіталу. Оборотність активів мала переважно негативний вплив у 2020-2019, а саме $-0,5911$, але вплив цього фактору зменшувався в наступні періоди, стаючи позитивним у 2021-2020 та 2022-2021 році, а саме $+0,0360$ та $+0,0163$ відповідно. Фінансова залежність мала значний позитивний вплив у 2020-2019 у розмірі $+0,8054$, але 2021-2020 вплив став негативним $-1,8444$, зберігаючи незначний негативний тренд у наступні періоди $-0,0682$ та $-0,0201$.

Загальна зміна показника рентабельності власного капіталу під впливом фактору частки чистого прибутку у прибутку від звичайної діяльності до оподаткування, співвідношення прибутку від звичайної діяльності до оподаткування від реалізації продукції, рентабельність реалізації продукції, оборотність активів та фінансового левериджу з 2019-2023 рік становить – $2,6370$.

Розглянемо та визначимо динаміку зміни впливу факторів, визначених у табл. 2.5 та ілюстрованих на рис. 2.24, на рентабельність власного капіталу.

Аналізуючи динаміку зміни впливу різних факторів на рентабельність власного капіталу, можна помітити суттєві коливання за період 2019-2023 років. Найбільш значний позитивний вплив на рентабельність власного капіталу мала частка чистого прибутку у прибутку від звичайної діяльності до оподаткування, яка досягла піку в 2023 році з показником $1,0242$, у той час як у 2019-2022 роках вплив цього фактору був мінімальним і навіть негативним. Це вказує на значні коливання у чистому прибутку компанії протягом досліджуваного періоду. Співвідношення прибутку від звичайної діяльності до оподаткування до реалізації продукції показало найменший вплив у 2023 році ($-2,179$), що демонструє негативний вплив фактору на рентабельність власного капіталу.

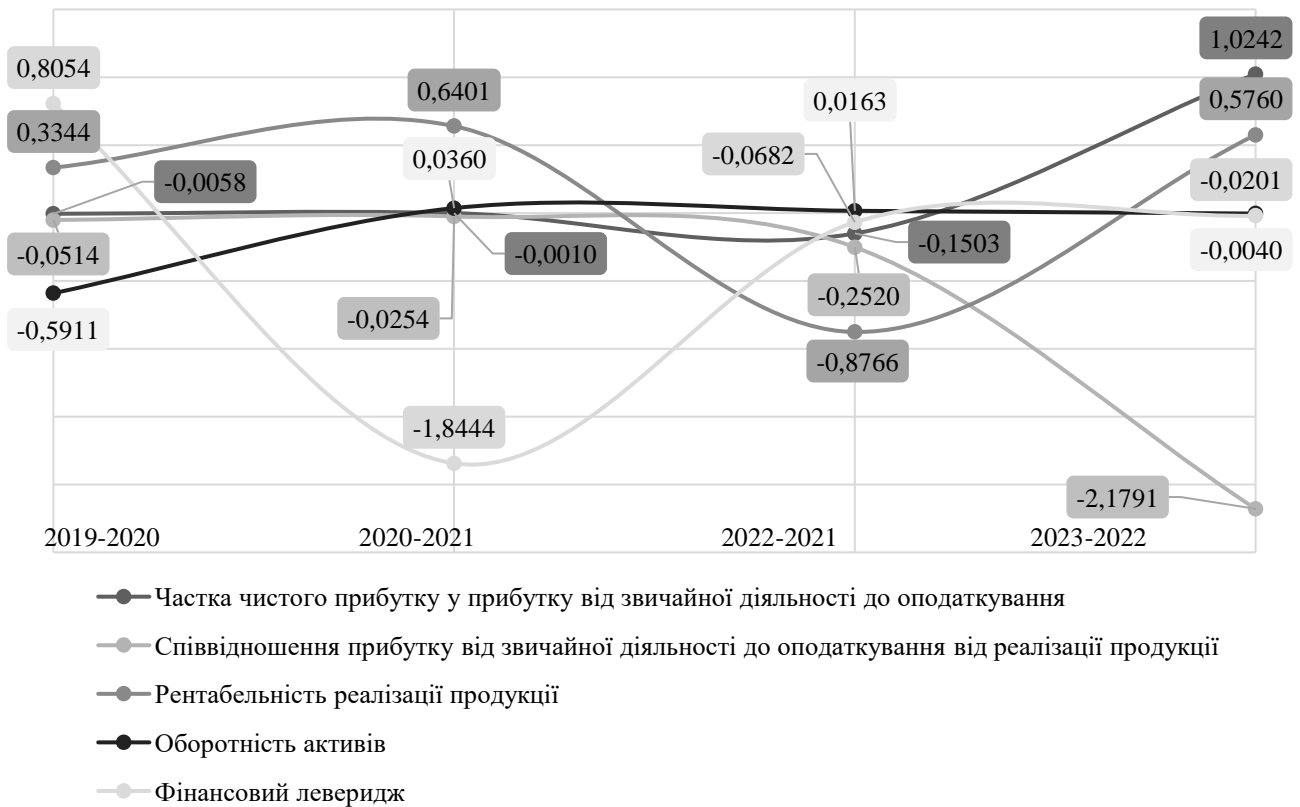


Рис. 2.24 – Аналіз динаміки впливу факторів на рентабельність власного капіталу ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 рр.

Рентабельність реалізації продукції мала позитивний вплив у 2019-2020 роках 0,3344 та 0,6401 відповідно, але вплив різко знизився у 2021 році, на рівні -0,8766, демонструючи відновлення до 2023 року, а саме 0,5760. Оборотність активів мала стабільний майже позитивний вплив: найнижчий у 2019-2020 роках, зі значенням -0,5911, найвищий у 2021-2022 роках 0,0360 та 0,0163 відповідно. Фінансовий леверидж показав найбільші значні коливання: позитивний вплив у 2019-2020 роках, а саме 0,8054, значне зниження у 2021 році та негативний вплив на рівні -1,8444, і мінімальний вплив у наступні роки. Це підкреслює, як зміни у фінансовій структурі компанії вплинули на її рентабельність власного капіталу.

Висновки до розділу 2

ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» займає провідну позицію на конкурентному ринку роздрібною торгівлі в Україні завдяки своїй розгалуженій організаційній

структурі та стратегії розвитку. Організація має значний вплив на профільний ринок, що підтверджується її стабільним зростанням та сильною конкурентною позицією та охопленням майже половини ринку (44-49%). SWOT-аналіз діяльності компанії виявив її сильні сторони, такі як широкий асортимент товарів, сильний бренд та велика мережа магазинів, що забезпечують конкурентні переваги. Проте, є й слабкі сторони, які необхідно враховувати для подальшого розвитку.

Фінансовий аналіз ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» показав позитивні результати у динаміці основних показників, незважаючи на складні економічні умови в країні. Вертикальний та горизонтальний аналіз балансу і звіту про фінансові результати виявили значне зростання чистого доходу на 72,61% та валового прибутку на 88,76% з 2019 р. по 2023 р., що свідчить про ефективне управління витратами та доходами. Дослідження показників рентабельності та їх динаміки показало стабільне зростання, що підтверджує ефективність діяльності компанії. Аналіз фінансової стабільності та стійкості компанії також показав позитивні тенденції.

Серед основних тенденцій що були виявлені під час дослідження варто звернути увагу на різке зростання адміністративних витрат до 13,06% 2023 році у загальній структурі витрат. Також помічено різкий спад чистого прибутку, який у 2023 році перетворився на збиток з показником 434 млн. грн. Зменшення чистого прибутку потягнуло за собою відповідне зменшення рентабельності реалізації до рівня -0,0024 та рентабельності власного капіталу – 0,0955.

Факторний аналіз рентабельності, проведений за допомогою методу абсолютних та відносних різниць, виявив ключові фактори, що впливають на прибутковість компанії. Зокрема, було визначено, що рентабельність власного капіталу найбільше залежить від чистого прибутку та оборотності активів. Виявлені фактори та їх вплив на показники рентабельності допомогли глибше зрозуміти механізми формування прибутковості компанії та окреслити напрями для подальшого підвищення ефективності її діяльності.

РОЗДІЛ 3

ПЛАНУВАННЯ ПРИБУТКУ ТА ПОКАЗНИКІВ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ТОВ «АТБ-МАРКЕТ»

3.1. Оцінка впливу факторів на прибуток та показники рентабельності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ»

За результатами дослідження, проведеного у розділі 2, визначено, що зміна рівня прибутку ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 роки напряму залежала від кількох ключових факторів, які суттєво вплинули на зміну зазначеного показника. Серед факторів, який має найбільший позитивний вплив, став чистий дохід від реалізації продукції, а саме його зростання у періоді. За цей час він зріс на 76 179 млн. грн. (72,61%). Це збільшення доходу позитивно вплинуло на валовий прибуток, який зріс з 25 350 млн. грн. у 2019 році до 47 850 млн. грн. у 2023 році, що становить приріст на 22 500 млн. грн. (88,76%).

Збільшення прибутку ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» безпосередньо пов'язане з початком впровадження зелених ініціатив з 2019 року. Компанія активно працює над зниженням негативного впливу на навколишнє середовище, впроваджуючи різноманітні екологічні проекти. Зокрема, «АТБ-МАРКЕТ» здійснює заходи щодо зменшення використання пластику, перехід на енергоефективні технології в магазинах, а також впроваджує програми з переробки відходів. Однією з ініціатив стало заміщення звичайних пластикових пакетів на біорозкладні, що значно зменшує забруднення навколишнього середовища. Ці заходи не лише допомогли підвищити репутацію компанії серед споживачів, що сприяло збільшенню прибутку компанії завдяки зростанню лояльності клієнтів і привабливості нових споживачів, які цінують сталий розвиток.

Згідно з проведеним аналізом очевидно, що протягом періоду 2019-2023 років валовий прибуток та чистий дохід зростав, як результат можна говорити що ці фактори та фактор зміни собівартості продукції не мали значного впливу

на прибуток. Отже проблема різкого зменшення чистого прибутку починаючи з 2022 року та отримання збиткового чистого фінансового результату у 2023 році у розмірі 423 млн. грн. криється більш глибоко. Аналізуючи прибуток від операційної діяльності спостерігаються перші проблеми, адже динаміка показника доволі неоднозначна. Спостерігається збільшення операційного прибутку з 6 102 млн. грн. у 2019 до 11 907 млн. грн. у 2021 році, що становить приріст на 95,11%, при цьому починаючи з 2022 року та до кінця 2023 року він невпинно зменшувався до рівня 623 млн. грн., що у 19 разів менше за значення 2021 року. Аналіз факторів, що вплинули на таку зміну у підрозділі 2.2.3. виявив пряму залежність від різкого зростання адміністративних витрат.

Адміністративні витрати зросли з 3 429 млн. грн. у 2019 році до 23 973 млн. грн. у 2023 році, що становить приріст на 20 544 млн. грн. (599,18%). Таке значне зростання витрат частково нівелювало позитивний ефект від збільшення доходів. Крім того, витрати на збут також збільшилися на 6 580 млн. грн. (40,09%), що додатково знизило загальний прибуток компанії. В результаті цих змін, чистий прибуток ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» знизився з 4 405 млн. грн. у 2019 році до -434 млн. грн. у 2023 році або на -109,86%, що свідчить про суттєве погіршення фінансових показників компанії за аналізований період.

Зменшення чистого прибутку на фоні збільшення адміністративних витрат мало негативний вплив на рентабельність ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» у період з 2019 по 2023 рік. Це зменшення чистого прибутку на пряму вплинуло на зниження рентабельності власного капіталу, яка зменшилася на 0,0989 (4,08%), та рентабельності чистих активів, яка знизилася на 0,2770 (-25,98%). Високі адміністративні витрати поглинали значну частину доходів компанії, що обмежувало можливість реінвестування в розвиток і зростання. Відповідно, зниження чистого прибутку в умовах зростання витрат значно погіршило фінансові показники рентабельності.

Збільшення адміністративних витрат компанії – це не сезонне явище, воно на пряму пов'язане зі зміною стратегії компанії, під впливом зовнішніх факторів. У 2022 році ТОВ «АТБ-МАРКЕТ», згідно з даними, наведеними на рис. 2.4,

втратив 213 точок збуту, які були на окупованих територіях та в місцях з активними бойовими діями. Така тенденція очевидно негативно впливала на розвиток компанії, тому було прийняте рішення про підвищення кваліфікації працівників, та зміну орієнтиру на адміністративні витрати.

Також компанія мала велику кількість працівників у 2021 році близько 60 тис. осіб, частина яких є чоловіки призовного віку. У 2022 році вони пішли захищати країну у лавах Збройних сил України. Як результат кількість працівників, які залишились на кінець 2022 року становила 48 872 особи або на 27,46%. З метою залучення додаткового персоналу та продовженню активного функціонування компанії на ринку продуктового ритейлінгу України ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» було вимушене збільшувати заробітну платню та додаткові пільги, які надаються працівникам з метою швидкого залучення необхідних кадрів. Наразі ситуація з залученням додаткових кадрів на фоні мобілізаційних процесів трохи стабілізувалась, оскільки компанія почала бронювати своїх співробітників. Говорячи про те, що ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» по суті є об'єктами критичної інфраструктури, оскільки забезпечують життєво важливі потреби населення у всіх областях України.[26]

Додатково починаючи з 2022 року ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» почала активно впроваджувати нові ІТ рішення в роботу компанії. Таким чином з'явився сайт (<https://www.atbmarket.com>), де покупці можуть замовити собі необхідні товари, з асортиментом аналогічним у магазині, та забрати їх самостійно на касі супермаркету або замовити доставку. Аналогічні можливості доступні і новому додатку «АТБ-МАРКЕТ». Також компанія почала співпрацювати з провідними банками України, такими як Райффайзен Банк, Монобанк, А-Банк, Ощадбанк, Укргазбанк та Sense Bank. Разом вони розробили продукт «Картка АТБ», яка дає можливість покупцям придбати товари з додатковими знижками та за унікальними пропозиціями. Такі дії також потягнули за собою додаткове збільшення адміністративних витрат з метою розробки та впровадження перелічених продуктів. [27]

Визначимо, які витрати понесла та що отримала компанія з 2022 року,

змінивши стратегію функціонування на ринку, що представлені на рис. 3.1.

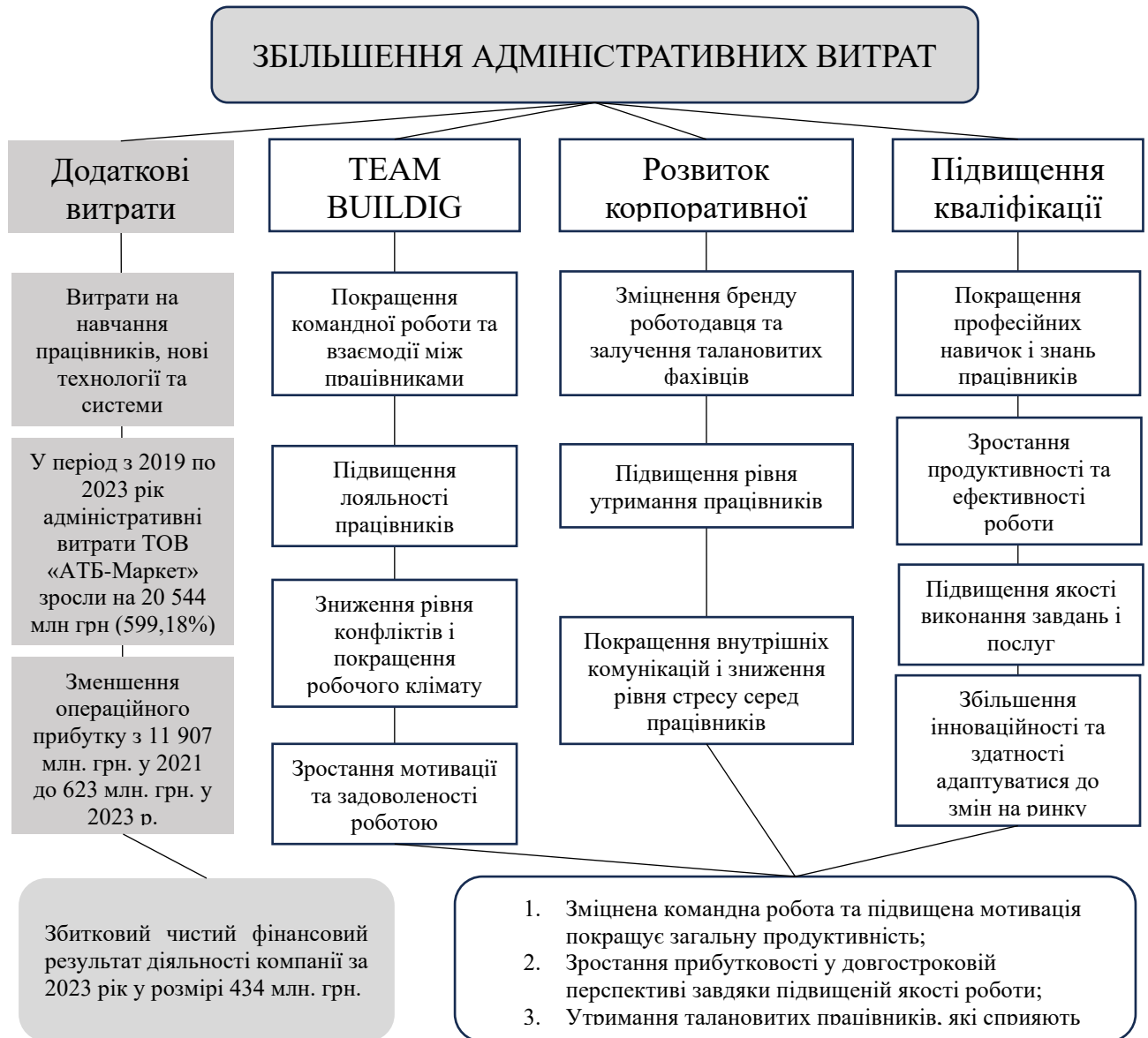


Рис. 3.1 – Вплив адміністративних витрат на функціонування ТОВ «АТБ-МАРКЕТ»

Аналіз витрат та надбань, наведених на рис. 3.1, демонструє вплив збільшення адміністративних витрат на функціонування ТОВ «АТБ-МАРКЕТ». Основні напрямки додаткових витрат включають навчання працівників, впровадження нових технологій та систем, підвищення кваліфікації працівників, розвиток корпоративної культури та командної роботи. Це сприяє підвищенню професійних навичок працівників, покращенню командної роботи, зниженню

рівня конфліктів та покращенню робочого клімату. Крім того, залучення та утримання талановитих фахівців зміцнює бренд роботодавця і підвищує рівень утримання працівників.

Збільшення адміністративних витрат ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» на 20 544 млн. грн. (599,18%) у період з 2019 по 2023 рік призвело до зменшення операційного прибутку з 11 907 млн. грн. у 2021 році до 623 млн. грн. у 2023 році, що призвело до збиткового чистого фінансового результату в розмірі 434 млн. грн. Незважаючи на це, такі інвестиції можуть покращити загальну продуктивність та прибутковість компанії у перспективі.

Аналізуючи вигоди, які отримала компанія ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» від збільшення адміністративних витрат, варто зазначити, що стратегія принесе свої результати в довгостроковому періоді. Інвестиції в навчання працівників і покращення корпоративної культури забезпечують підвищення продуктивності, зниження рівня конфліктів, та покращення мотивації. Всі ці фактори сприяють стабільному зростанню ефективності роботи компанії, що є основою для майбутнього збільшення прибутковості.

Очікується, що вплив цих заходів буде більш помітним у 2025-2026 роках, коли з моменту введення новацій пройде хоча б три роки. Це дозволить краще оцінити результативність вкладених інвестицій у розвиток працівників та інновації. Для більш детального прогнозування змін прибутку ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» варто дослідити вплив подібної стратегії на вже існуючому прикладі інших компаній. Це допоможе отримати більш точні дані та зробити висновки щодо можливих майбутніх фінансових результатів компанії.

3.2. Дослідження досвіду впливу фактору адміністративних витрат на прибуток закордонних компаній

Результати від заходів, спрямованих на підвищення кваліфікації працівників та розвиток корпоративної культури, часто проявляються у

довгостроковій перспективі. Оскільки ці зміни впроваджуються поступово і їх вплив на продуктивність та прибутковість компанії може зайняти кілька років, важливо враховувати довготривалий характер таких інвестицій. Наразі важко повністю оцінити всі ефекти від впроваджених заходів у ТОВ «АТБ-МАРКЕТ», оскільки з моменту їх введення пройшло недостатньо часу для повного аналізу.

Для більш детального прогнозування майбутніх змін прибутковості та рентабельності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» варто звернутися до досвіду закордонних компаній, які вже мають результати від подібних заходів. Наприклад, аналіз діяльності компанії, яка реалізувала стратегії підвищення кваліфікації працівників і розвитку корпоративної культури, може надати корисні інсайти та допомогти у прогнозуванні потенційних результатів для ТОВ «АТБ-МАРКЕТ».

Одним із прикладів компанії, яка успішно впровадила подібні заходи щодо збільшення адміністративних витрат з метою підвищення прибутковості, є Tesco PLC, великий ритейлер продуктів харчування у Великобританії.

Tesco PLC – одна з найбільших роздрібних компаній у світі, що спеціалізується на продажу продуктів харчування та товарів широкого вжитку. Компанія була заснована в 1919 році Джеком Коеном у Великобританії. Спочатку Tesco починала як невелика торгова лавка на вулицях Лондона, але згодом перетворилася на роздрібного гіганта. Сьогодні Tesco працює в багатьох країнах, включаючи Ірландію, Польщу, Чехію та Угорщину. Головний офіс компанії знаходиться в Хартфордширі, Великобританія.[28]

На сьогоднішній день Tesco управляє понад 6800 магазинами по всьому світу. Компанія відома своєю сильною корпоративною культурою та увагою до потреб клієнтів. Tesco пропонує широкий асортимент продукції, включаючи продукти харчування, одяг, електроніку та товари для дому. На рис. 3.2 представлено логотип компанії Tesco PLC.



Рис. 3.2 – Логотип PLC «TESCO»[28]

Tesco PLC розпочала впровадження заходів щодо збільшення адміністративних витрат та підвищення кваліфікації працівників у 2019 році. Ці заходи були спрямовані на поліпшення ефективності роботи компанії та підвищення продуктивності працівників. Основні кроки включали збільшення витрат на навчання та розвиток персоналу, розвиток корпоративної культури, а також впровадження нових технологій та систем управління.

Метою цих заходів було забезпечення довгострокової стабільності та зростання компанії в умовах змінюваного ринкового середовища. Інвестиції у навчання та розвиток працівників мали на меті підвищення рівня їхньої професійної кваліфікації, покращення командної роботи та загальної продуктивності. Результати цих ініціатив стали помітними через кілька років, коли компанія змогла значно підвищити свій операційний прибуток та покращити фінансові показники загалом. Розглянемо динаміку показників, представлених на рис. 3.3, та визначимо вплив зміни адміністративних витрат на прибутки компанії.[29]

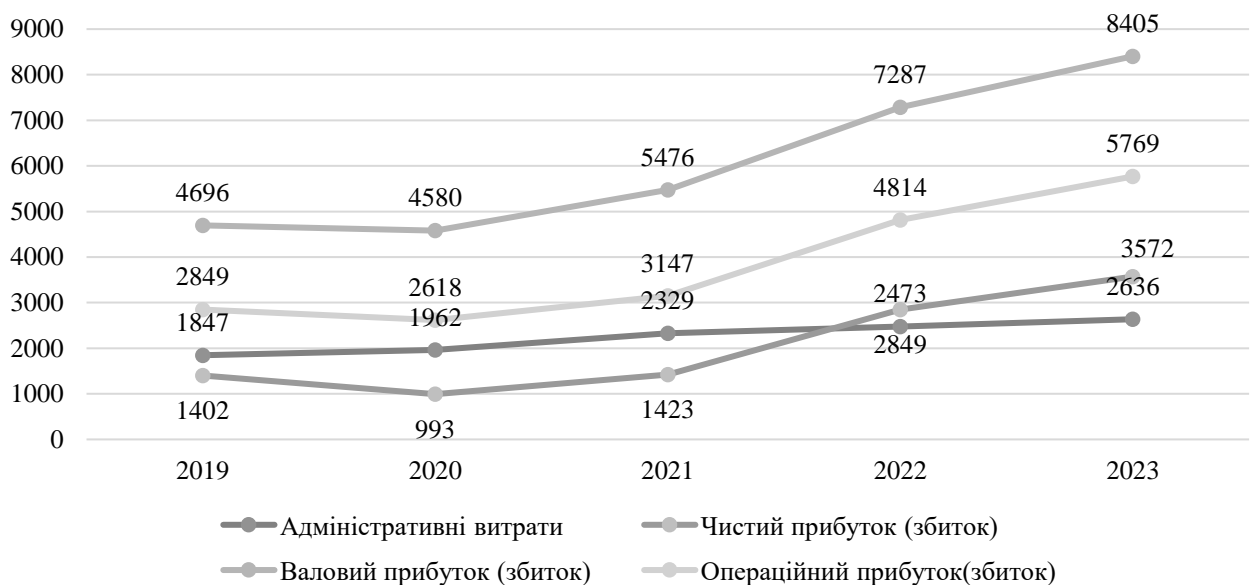


Рис. 3.3 – Динаміка адміністративних витрат та чистого прибутку Tesco PLC

Отже, можна відзначити, що адміністративні витрати компанії Tesco PLC за період 2019-2023 років поступово зростали. Зокрема, у 2019 році ці витрати становили 1 847 млн. £, а в 2023 році зросли до 2 636 млн. £, що свідчить про

відносне відхилення 42.71%. Це підвищення відображає стратегічне інвестування компанії в розвиток корпоративної інфраструктури, підвищення кваліфікації працівників, впровадження нових технологій та покращення умов праці, що потенційно сприяє збільшенню ефективності роботи та загальної продуктивності.

Щодо чистого прибутку, то можна помітити значні коливання протягом аналізованого періоду. У 2019 році чистий прибуток становив 1402 млн. £, не зважаючи на зменшення у 2020 році, вже у 2023 році досяг 3572 млн. £, що показує значне зростання на 34,90%. Валовий та операційний прибуток компанії також збільшувався у період 2019-2023 років. Перший мав ріст з 4 696 млн. £ до 8 405 млн. £, другий зріс на 21,20% та досяг значення 5 769 млн. £. Це свідчить про позитивний вплив інвестицій в адміністративні витрати на фінансові результати компанії.

Аналізуючи зміни прибутку розрахуємо середній темп приросту чистого прибутку Tesco PLC за формулою:

$$T_{\text{пр.}} = \left(\frac{X_n}{X_0} \times 100\% \right) - 100\%, \quad (3.1)$$

де $T_{\text{пр.}}$ – темп приросту;

X_n – значення досліджуваного показника в n-му періоді;

X_0 – значення досліджуваного показника в n-му періоді.

Проведемо розрахунки темпу приросту чистого прибутку:

2020-2019: $(993/1402) \cdot 100\% - 100\% = -29,15\%$

2021-2020: $(1423/993) \cdot 100\% - 100\% = 43,29\%$

2022-2021: $(2849/1423) \cdot 100\% - 100\% = 100,17\%$

2023-2022: $(3572/2849) \cdot 100\% - 100\% = 25,38\%$

Середній темп приросту: $(-29,15\% + 43,29\% + 100,17\% + 25,38\%) / 4 = 42,71\%$

Проведемо розрахунки темпу приросту операційного прибутку:

2020-2019: $(2618/2849) \cdot 100\% - 100\% = -8,11\%$

2021-2020: $(3147/2849)*100\%)-100\% = 20,20\%$

2022-2021: $(4814/3147)*100\%)-100\% = 52,98\%$

2023-2022: $(5769/4814)*100\%)-100\% = 19,84\%$

Середній темп приросту: $(-8,11\%+20,20\%+52,98\%+19,84\%)/4 = 21,20\%$

Проведемо розрахунки темпу приросту валового прибутку:

2020-2019: $(4580/4696)*100\%)-100\% = -2,47\%$

2021-2020: $(5476/4580)*100\%)-100\% = 19,56\%$

2022-2021: $(7287/5476)*100\%)-100\% = 33,07\%$

2023-2022: $(8405/7287)*100\%)-100\% = 15,34\%$

Середній темп приросту: $(-2,47\%+19,56\%+33,07\%+15,34\%)/4 = 16,40\%$

Отже, середній ріст чистого прибутку компанії Tesco PLC становить 42,71%, операційного прибутку +21,20%, валового прибутку +16,40. Проаналізуємо дані табл. 3.1 та визначимо, як ріст чистого прибутку вплинув на ріст показників рентабельності компанії: рентабельності продукції, валової та операційної рентабельності, коефіцієнту рентабельності поточних витрат. Також до табл. 3.1 додано стовпчик «Середній темп приросту, %» розрахований за формулою 3.1.

Таблиця 3.1 – Аналіз показників рентабельності Tesco PLC

Назва рядка	2019	2020	2021	2022	2023	Відносне відхилення, %				Середній темп приросту, %
						2019-2020	2021-2020	2022-2021	2023-2022	
Рентабельність продукції	0,079	0,076	0,091	0,120	0,133	-4,03	19,47	31,93	11,16	14,63
Чиста рентабельність реалізації	0,022	0,015	0,022	0,042	0,050	-30,08	41,23	93,30	19,41	30,97
Валова рентабельність	0,073	0,071	0,083	0,107	0,118	-3,75	17,84	28,51	9,85	13,11
Операційна рентабельність	0,045	0,040	0,048	0,071	0,081	-9,31	18,47	47,73	14,13	17,75

Проаналізувавши показники, що представлено у табл. 3.1, бачимо, що у

зміні рентабельності Tesco PLC за 2019-2023 роки, можна відзначити кілька важливих тенденцій. Рентабельність продукції знизилася з 0,079 у 2019 році до 0,076 у 2020 році, а потім почала поступово зростати до 0,133 у 2023 році. Середній приріст за цей період склав 14,63%. Чиста рентабельність реалізації також показала подібну динаміку, знизившись до 0,015 у 2020 році з подальшим значним зростанням до 0,050 у 2023 році, що свідчить про зростання ефективності після початкового спаду.

Валова рентабельність показала позитивну динаміку, зростаючи з 0,073 у 2019 році до 0,118 у 2023 році, при цьому відносне відхилення за цей період становило 60,12%. Операційна рентабельність також збільшилася з 0,045 у 2019 році до 0,081 у 2023 році, з приростом на 81,14%. Це свідчить про покращення операційної ефективності компанії. Загалом, Tesco PLC змогло покращити свої показники рентабельності після початкового спаду, що відображає успішні стратегії управління витратами та підвищення ефективності бізнесу.

Отже, для подальшого аналізу будуть використані середні значення темпу приросту за період 2019-2023 років показників рентабельності Tesco PLC: рентабельність продукції становить + 14,63%, чиста рентабельність реалізації в середньому приріст +30,97%, валова рентабельність складає +13,11 та операційна рентабельність у цей період мала середній приріст 17,75%.

На базі проведених розрахунків можна спрогнозувати діяльність ТОВ «АТБ МАРКЕТ» на майбутній період. Проте під час прогнозування варто врахувати фактори, що можуть впливати на розвиток компанії в Україні та відрізняються від ринкової системи де працює Tesco PLC.

3.3. Прогноз зміни прибутку ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» на прикладі досвіду закордонних компаній

Аналіз темпів зростання компанії Tesco PLC, яка протягом кількох років успішно реалізувала заходи зі збільшення адміністративних витрат, можна

ефективно використати для прогнозування діяльності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» на період 2024-2025 років. Зокрема, досвід Tesco PLC показав, що інвестиції в підвищення кваліфікації працівників, розвиток корпоративної культури та впровадження нових технологій сприяли стабільному зростанню прибутків та підвищенню рентабельності компанії. Використання аналогічних стратегій дозволить ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» не лише зберегти конкурентні позиції, але й покращити фінансові показники, що позитивно вплине на рентабельність та загальну ефективність компанії у довгостроковій перспективі.

На відміну від британської компанії Tesco PLC, українська компанія ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» функціонує в умовах значної нестабільності, зокрема через вплив війни та економічних викликів, що пов'язані з цим. Враховуючи ці фактори, перед тим як прогнозувати прибутки та показники рентабельності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ», визначений середній темп росту компанії Tesco PLC потрібно скоригувати відповідно до сьогоденних реалій. Першим етапом коригування є врахування рівня інфляції, який суттєво впливає на фінансову стабільність і витрати компанії. Це дозволить більш точно передбачити фінансові результати компанії у поточних умовах. Коригування темпів росту проведемо за формулою:

$$T_{\text{пр.р.}} = \frac{1+T_{\text{пр.о.}}}{1+I_p} - 1 \quad (3.2)$$

де $T_{\text{пр.р.}}$ – реальний темп приросту;

$T_{\text{пр.о.}}$ – номінальний темп приросту;

I_p – індекс споживчої інфляції.

Для прогнозування діяльності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» на період 2024-2025 років доцільно використовувати споживчий індекс інфляції (CPI). Споживчий індекс інфляції відображає зміни вартості товарів і послуг, які купує населення, що робить його найбільш релевантним для оцінки впливу інфляції на фінансові показники компанії. Для розрахунків використаємо прогнозне значення інфляції на 2024 рік від Національного банку України, який має збільшуватись в

порівнянні з показником 2023 року та становити 8,2%. [30]

Проведемо коригування за індексом інфляції для темпу росту показників:

Чистого прибутку:

$$T_{\text{пр.р.}} = ((1+0,3490)/(1-0,082))-1 = 0,2470 \text{ або } 24,70\%$$

Операційного прибутку:

$$T_{\text{пр.р.}} = ((1+0,2120)/(1-0,082))-1 = 0,1204 \text{ або } 12,04\%$$

Валового прибутку:

$$T_{\text{пр.р.}} = ((1+0,1640)/(1-0,082))-1 = 0,0756 \text{ або } 7,56\%$$

Рентабельності продукції:

$$T_{\text{пр.р.}} = ((1+0,1463)/(1-0,082))-1 = 0,1345 \text{ або } 13,45\%$$

Чистої рентабельності реалізації:

$$T_{\text{пр.р.}} = ((1+0,3097)/(1-0,082))-1 = 0,2854 \text{ або } 28,54\%$$

Валової рентабельності:

$$T_{\text{пр.р.}} = ((1+0,1311)/(1-0,082))-1 = 0,1204 \text{ або } 12,04\%$$

Операційної рентабельності:

$$T_{\text{пр.р.}} = ((1+0,1775)/(1-0,082))-1 = 0,1633 \text{ або } 16,33\%$$

Отже, під час першого етапу коригування показників визначено, що коригований темп приросту буде становити для чистого прибутку +24,70%, для операційного прибутку +12,04%, для валового прибутку +7,56%, для рентабельності продукції +13,45%, для чистої рентабельності реалізації +28,54%, для валової та операційної рентабельності 12,04% та 16,33% відповідно.

Другий етап коригування показників середнього темпу приросту буде під впливом макроекономічних умов (за ВВП), військових ризиків (за прямими збитками) та коригування на валютні ризики (за курсом гривні до долару). Це дозволить врахувати всі можливі фактори, що можуть впливати на фінансові показники ТОВ «АТБ-МАРКЕТ». Коригування буде виконано за двома прогнозами: оптимістичним та песимістичним. Оптимістичний прогноз передбачає покращення економічних умов та стабілізацію ситуації в країні, що позитивно вплине на рентабельність та прибутковість компанії. Песимістичний прогноз враховує можливі негативні впливи, такі як загострення військових дій

та посилення економічної нестабільності, що може призвести до зниження фінансових показників. Розглянемо інформацію, наведену у табл. 3.2, та визначимо вплив критеріїв.

Таблиця 3.2 – Вплив факторів для коригування темпу приросту

Критерії	Оптимістичний прогноз		Песимістичний прогноз	
Макроекономічні умови (за ВВП)	У 2022 році номінальний ВВП України в млн. грн. зменшився на 4,9%, проте у 2023 році він зріс на 25,9% в порівнянні з 2022 роком. [31]			
	Нехай, рівень ВВП у 2024 та 2025 роках збільшиться на середнє значення росту ВВП у 2023 році, тобто на 12,95%.	12,95%	Припустимо, що рівень ВВП у 2024 та 2025 роках почне зменшуватись з тим же темпом що у 2022 році, тобто на 4,9%.	-4,90%
Військові ризики (за прямим збитками)	Згідно з даними Української Ради Торгових Центрів за 2023 рік, виторг продуктивних ритейлерів України становив приблизно 390 млн. грн. з них сума прямих збитків від військових дій становить 50,7 млн. грн., що становить 13% від доходу.[32]			
	Припустимо, що вплив військових ризиків у 2024 та 2025 роках буде зменшено вдвічі, тому прямі збитки від військових дій будуть становити 6,50%.	-6,50%	Нехай ризики від військових дій зростуть у 2024-2025 роках на 2%. Тож загальний вплив буде становити -15%.	-15,0%
Валютні ризики (курс гривні до долару)	Станом на 31.12.2023 курс обміну гривні на долар становив 38,02 грн., станом на 12.06.2024 він становить 40,51 грн. Тобто відбулось зростання на 6,55%.			
	За прогнозом Міжнародного валютного фонду курс долара станом на кінець 2024 року 41 грн.	-7,84%	За прогнозом Міністерства Економіки України долара до гривні станом на кінець 2024 року 41,67%.	-9,60%

Оцінивши розмір впливу факторів, наведених у табл. 3.2, які можуть відобразитись на прибутку та рентабельності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ», проведемо другий етап коригування показників темпу росту під впливом факторів макроекономічних умов, військових та валютних ризиків за оптимістичним прогнозом:

Темп приросту чистого прибутку:

$$T_{\text{пр.р.}} = 0,2470 + (0,2470 * 0,1295) + (0,2470 * (-0,650)) + (0,2470 * (-0,784)) = 24,35\%$$

Темп приросту операційного прибутку:

$$T_{\text{пр.р.}} = 0,1204 + (0,1204 * 0,1295) + (0,1204 * (-0,650)) + (0,1204 * (-0,784)) = 11,87\%$$

Темп приросту валового прибутку:

$$T_{\text{пр.р.}} = 0,0756 + (0,0756 * 0,1295) + (0,0756 * (-0,650)) + (0,0756 * (-0,784)) = 7,45\%$$

Темп приросту рентабельності продукції:

$$T_{\text{пр.р.}} = 0,1345 + (0,1345 * 0,1295) + (0,1345 * (-0,650)) + (0,1345 * (-0,784)) = 13,26\%$$

Темп приросту чистої рентабельності реалізації:

$$T_{\text{пр.р.}} = 0,2854 + (0,2854 * 0,1295) + (0,2854 * (-0,650)) + (0,2854 * (-0,784)) = 28,15\%$$

Темп приросту валової рентабельності:

$$T_{\text{пр.р.}} = 0,1204 + (0,1204 * 0,1295) + (0,1204 * (-0,650)) + (0,1204 * (-0,784)) = 11,88\%$$

Темп приросту операційної рентабельності:

$$T_{\text{пр.р.}} = 0,1633 + (0,1633 * 0,1295) + (0,1633 * (-0,650)) + (0,1633 * (-0,784)) = 16,11\%$$

Визначимо темп приросту показників за песимістичним прогнозом:

$$T_{\text{пр.р.}} = 0,2470 + (0,2470 * (-0,490)) + (0,2470 * (-0,150)) + (0,2470 * (-0,960)) = 17,41\%$$

Темп приросту операційного прибутку:

$$T_{\text{пр.р.}} = 0,1204 + (0,1204 * (-0,490)) + (0,1204 * (-0,150)) + (0,1204 * (-0,960)) = 8,49\%$$

Темп приросту валового прибутку:

$$T_{\text{пр.р.}} = 0,0756 + (0,0756 * (-0,490)) + (0,0756 * (-0,150)) + (0,0756 * (-0,960)) = 5,33\%$$

Темп приросту рентабельності продукції:

$$T_{\text{пр.р.}} = 0,1345 + (0,1345 * (-0,490)) + (0,1345 * (-0,150)) + (0,1345 * (-0,960)) = 9,48\%$$

Темп приросту чистої рентабельності реалізації:

$$T_{\text{пр.р.}} = 0,2854 + (0,2854 * (-0,490)) + (0,2854 * (-0,150)) + (0,2854 * (-0,960)) = 20,12\%$$

Темп приросту валової рентабельності:

$$T_{\text{пр.р.}} = 0,1204 + (0,1204 * (-0,490)) + (0,1204 * (-0,150)) + (0,1204 * (-0,960)) = 8,48\%$$

Темп приросту операційної рентабельності:

$$T_{\text{пр.р.}} = 0,1633 + (0,1633 * (-0,490)) + (0,1633 * (-0,150)) + (0,1633 * (-0,960)) = 11,51\%$$

Отже, за результатами проведеного коригування визначено, що за оптимістичним прогнозом чистий прибуток ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» прогнозується зрости на 24,35%. Операційний прибуток зросте на 11,87% та валовий прибуток зросте на 7,45%. Також рентабельність продукції зросте на 13,26%, а чиста рентабельність реалізації — на 28,15%, що свідчить про високу ефективність продажів та управління витратами., а операційна рентабельність — на 16,11%. Валова рентабельність очікується збільшиться на 11,88%.

За песимістичним прогнозом показники також зростають, але на значно менші відсотки. Чистий прибуток зростає на 17,41%, що є позитивним, але значно нижчим, ніж за оптимістичним. Операційний прибуток зростає на 8,49%, що також вказує на позитивні зміни, хоча й менш виразні. Валовий прибуток зростає на 5,33%. Рентабельність продукції прогнозується збільшитись на 9,48%, а чиста рентабельність реалізації — на 20,12%, що є значними, але менш вражаючими змінами. Валова рентабельність зростає на 8,48%, а операційна рентабельність — на 11,51%.

За проведеними розрахунками зробимо прогноз чистого, операційного та валового прибутку ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» на 2024-2025 рр., розглянувши планування, зображене на рис. 3.4 за оптимістичним прогнозом.

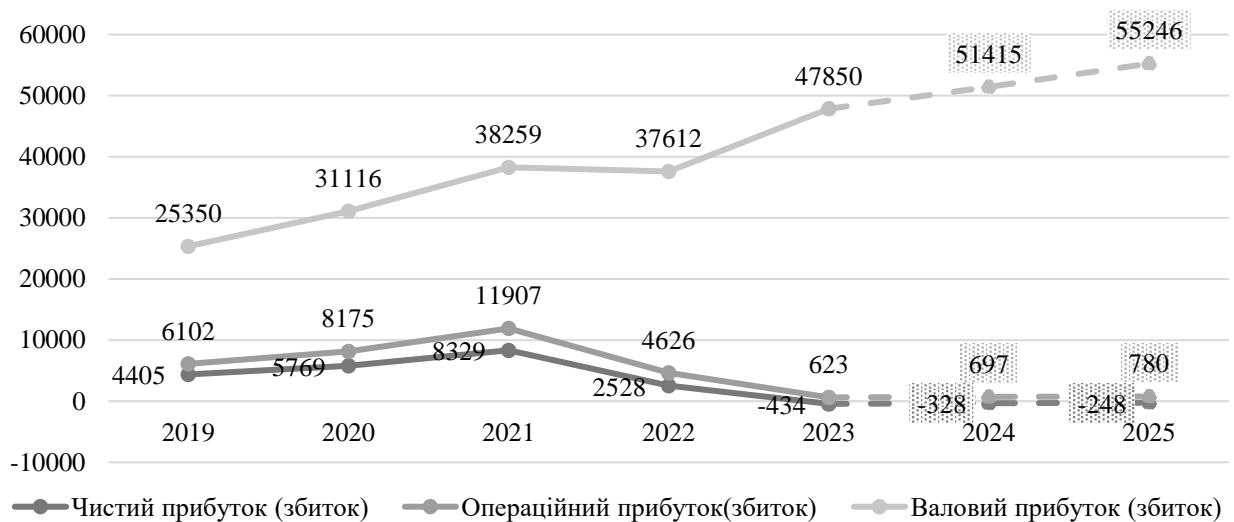


Рис. 3.4 – Прогнозування валового, операційного та чистого прибутку ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» на 2024-2025 роки за оптимістичним прогнозом

Аналізуючи динаміку показників чистого, валового та операційного прибутку ТОВ «АТБ-Маркет» на період 2024-2025 років, можна відзначити наступне. Планування за оптимістичним прогнозом показує, що операційний прибуток у 2024 році збільшиться до 697 млн. грн., а у 2025 році до 780 млн. грн. Валовий прибуток також має позитивну динаміку, збільшуючись з 47 850 млн. грн. у 2023 році до 51 415 млн. грн. у 2024 році та 55 246 млн. грн. у 2025 році.

Чистий прибуток, який був негативним у 2023 році, очікується що залишиться негативним проте на меншому рівні та зросте до 2025 року буде -248 млн. грн.

Ця позитивна динаміка є реалістичною за умови поточної економічної ситуації в Україні, відсутності нових глобальних криз та продовження реалізації ефективних управлінських рішень всередині компанії. Така динаміка значить для компанії суттєве покращення фінансових показників та підвищення її прибутку, що позитивно вплине на її стійкість та конкурентоспроможність на ринку. Проте важливо врахувати, що для точнішого прогнозування необхідно постійно моніторити актуальні економічні та політичні тенденції. Проведемо планування фінансових результатів діяльності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» на 2024-2025 роки за песимістичним прогнозом (рис. 3.5).

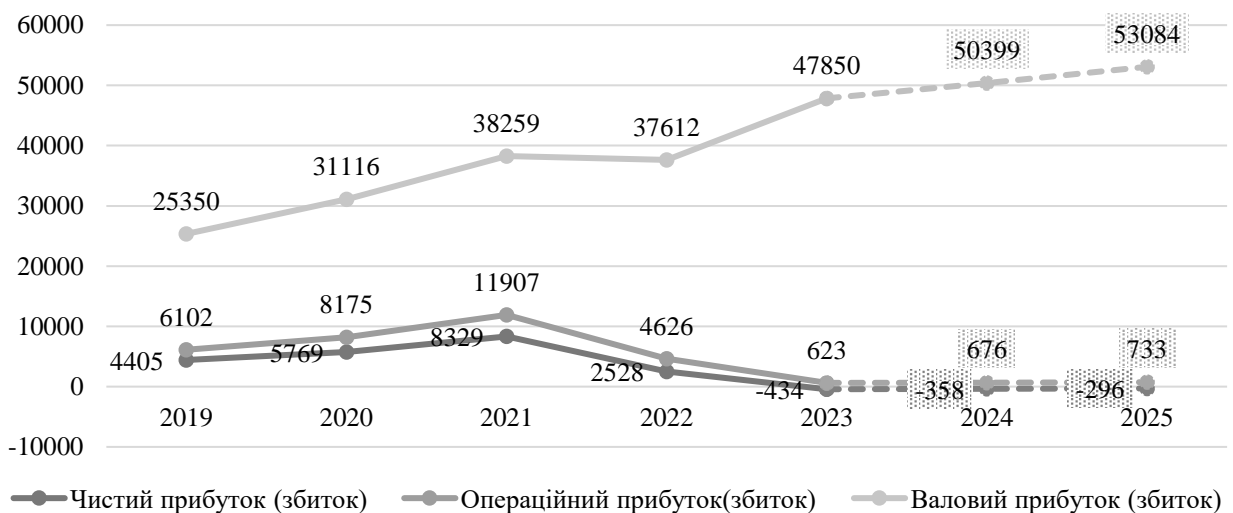


Рис. 3.5 – Прогнозування валового, операційного та чистого прибутку ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» на 2024-2025 роки за песимістичним прогнозом

Аналізуючи отримані дані за 2019-2025 роки розраховані за песимістичним прогнозом, можна помітити, що валовий прибуток ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» показує позитивну динаміку, зростаючи з 25 350 млн. грн. у 2019 році до прогнозованих 53,084 млн. грн. у 2025 році. Валовий прибуток стабільно зростав навіть у важкі для компанії роки, такі як 2020, що свідчить про високий рівень адаптивності та стійкості до ринкових змін та реалістичність прогнозів.

Чистий прибуток, який значно коливався протягом 2019-2023 років,

показує позитивну динаміку в плановому періоді 2024-2025 рр. Після значного падіння до -434 млн. грн. у 2023 році, очікується стабільне зростання до -296 млн. грн. у 2025 році. Це зменшення збиткового результату спричинене значними внесками компанії у підвищення кваліфікації та розробці нових ІТ продуктів. Операційний прибуток, також демонструє позитивну динаміку, та за прогнозами має досягти 733 млн. грн. у 2025 році, що є значним покращенням у порівнянні з 623 млн. грн. у 2023 році.

Прогнозна динаміка показників за 2024-2025 роки є реалістичною, враховуючи поточні зусилля компанії щодо підвищення ефективності та адаптації до умов ринку. Важливо зазначити, що це планування зроблене за песимістичним прогнозом, але все ж демонструє поступове відновлення та зростання компанії.

Проаналізуємо планові значення показників рентабельності, що зображені на рис. 3.6, за оптимістичним прогнозом.

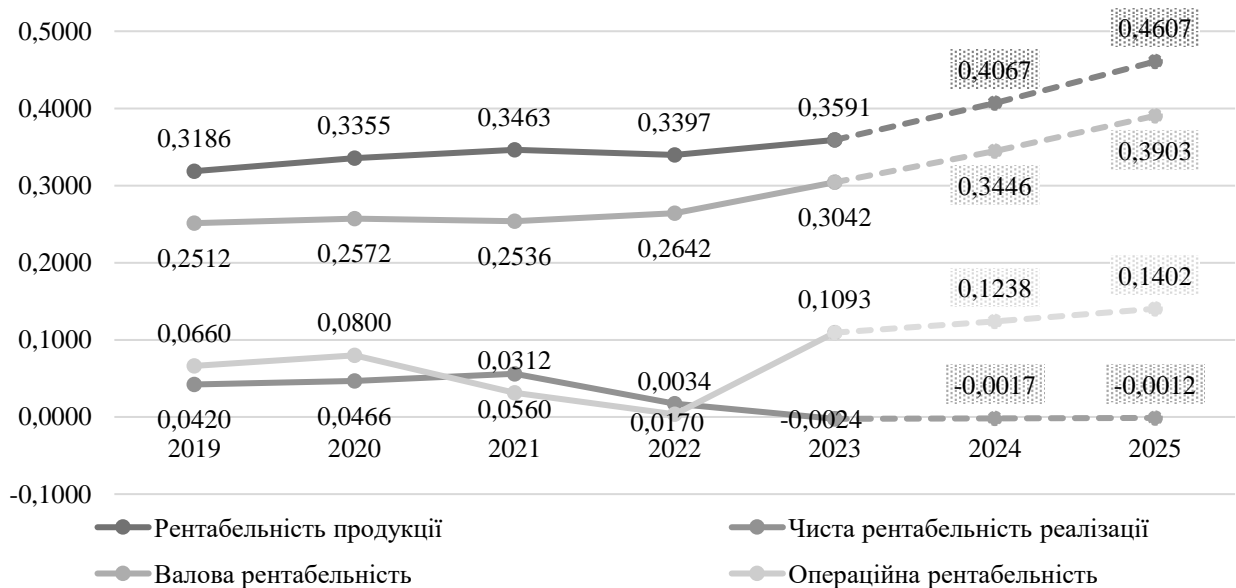


Рис. 3.6 – Прогнозування показників рентабельності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» на 2024-2025 роки за оптимістичним прогнозом

Аналізуючи планові показники рентабельності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» на 2024-2025 роки за оптимістичним сценарієм, видно позитивну динаміку для всіх основних показників. Рентабельність продукції зростає з 0,3591 у 2023 році до

0,4067 у 2024 році і до 0,4607 у 2025 році, що свідчить про ефективне використання ресурсів і зростання прибутковості. Чиста рентабельність реалізації демонструє ріст до -0,0012 у 2025 році. Валова рентабельність зберігає стабільне зростання, підвищуючись з 0,3042 у 2023 році до 0,3903 у 2025 році. Операційна рентабельність, зростає до 0,1402 до 2025 року.

Ці позитивні зміни показників рентабельності вказують на те, що ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» обрало правильну стратегію. Це дозволить компанії залишатися конкурентоспроможною на ринку та забезпечити стабільне зростання прибутковості. З огляду на позитивні прогнози, компанії варто продовжувати реалізацію поточної стратегії, зосереджуючи увагу на інноваціях та підвищенні кваліфікації персоналу.

Проаналізуємо значення рентабельності в умовах песимістичного прогнозу, представлених на рис. 3.6.

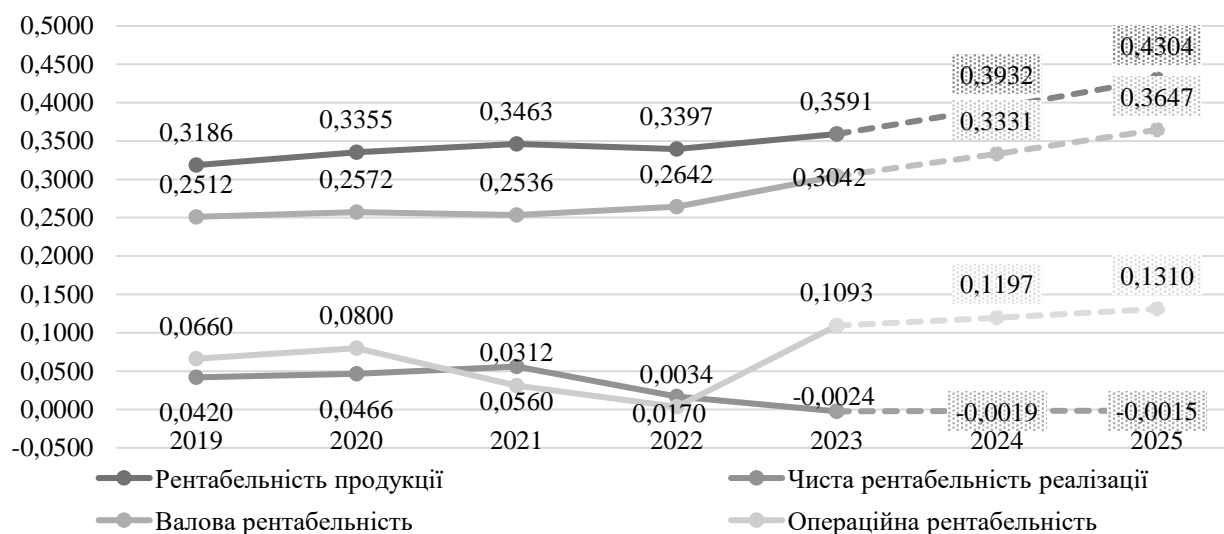


Рис. 3.6 – Прогнозування показників рентабельності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» на 2024-2025 роки за песимістичним прогнозом

На основі песимістичного прогнозу, показники рентабельності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» демонструють певні позитивні тенденції у 2024-2025 роках. Рентабельність продукції зростає з 0,3591 у 2023 році до 0,3932 у 2024 і до 0,4304 у 2025 році. Валова рентабельність залишається стабільною, зі зростанням з 0,3042 у 2023 році до 0,3331 у 2024 році і подальшим зростанням до 0,3647 у 2025

році. Чиста рентабельність реалізації демонструє зростання з -0,0024 у 2023 році до -0,0015 у 2025 році. Операційна рентабельність також має позитивну динаміку і коливається, з 0,1093 у 2023 році до 0,1310 у 2025 році.

Основна тенденція показує стабільність та незначне зростання рентабельності, що свідчить про можливість подальшого розвитку компанії, але з певними ризиками і викликами. Враховуючи вплив песимістичного прогнозу, ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» варто продовжувати поточну стратегію, але з акцентом на оптимізацію витрат і підвищення ефективності процесу формування прибутку, щоб знизити вплив негативних факторів.

На базі проведеного планування у розділі узагальнимо проведені розрахунки та сформуємо табл. 3.3, де наведено зміну показників прибутку та рентабельності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2024-2025 роки.

Таблиця 3.3 – Планування прибутку та показників рентабельності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» на 2024-2025 рр.

Показник	Поточні значення показників на 2023 р.	Планування за:			
		Оптимістичним прогнозом		Песимістичним прогнозом	
		2024	2025	2024	2025
Чистий прибуток (збиток), млн. грн.	-434	-328	-248	-358	-296
Операційний прибуток(збиток), млн. грн.	623	697	780	676	733
Валовий прибуток (збиток), млн. грн.	47850	51415	55246	50399	53084
Рентабельність продукції, %	0,3591	0,4067	0,4607	0,3932	0,4304
Чиста рентабельність реалізації, %	-0,0024	-0,0017	-0,0012	-0,0019	-0,0015
Валова рентабельність, %	0,3042	0,3446	0,3903	0,3331	0,3647
Операційна рентабельність, %	0,1093	0,1238	0,1402	0,1197	0,1310

Загальні тенденції, виявлені при аналізі показників у табл. 3.3, вказують на позитивну динаміку розвитку ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» на 2024-2025 роки. Зростання валового та операційного прибутку свідчить про ефективність впроваджених заходів та стратегій, спрямованих на підвищення продуктивності та кваліфікації працівників та запровадження нових ІТ продуктів. Навіть за песимістичним сценарієм компанія демонструє зростання ключових фінансових показників, що підкреслює її стійкість та адаптивність до мінливих умов ринку.

Це означає, що компанія має потенціал для подальшого розвитку і зміцнення своїх позицій на ринку, завдяки чому зможе ефективно конкурувати та забезпечувати стабільний фінансовий результат.

Висновки до розділу 3

Згідно з дослідженнями, що були проведені у розділі 3 виявлено слабкі місця ТОВ «АТБ-МАРКЕТ», визначено досвід компанії з подібною стратегією та прогнозовано прибуток та рентабельність компанії на 2024-2025 роки. Основні проблеми, з якими стикнулося ТОВ «АТБ-МАРКЕТ», включають зменшення чистого та операційного прибутку, а також зниження показників рентабельності. Зокрема, чистий збиток компанії у 2023 році становив 434 млн. грн. Однією з причин цих негативних змін є збільшення адміністративних витрат, які зросли з 3 428 млн. грн. у 2019 році до 23 972 млн. грн. у 2023 році, що вплинуло на зниження прибутковості компанії.

Для порівняння та аналізу було взято досвід компанії Tesco PLC, яка також дотримується стратегії інвестування в навчання персоналу. Аналіз фінансових результатів Tesco PLC показав, що завдяки цим заходам, чистий прибуток компанії зріс у 2,5 рази за 2019-2023 роки. Такий позитивний результат свідчить про ефективність інвестування в розвиток працівників, що сприяє підвищенню їх прибутковості та покращенню фінансових показників компанії.

На основі аналізу досвіду Tesco PLC було прогнозовано діяльність ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» на 2024-2025 роки за умов продовження інвестування в своїх робітників. За оптимістичним прогнозом, чистий прибуток у 2024 році становитиме 106 млн. грн., а у 2025 році – 132 млн. грн. Операційний прибуток прогнозується на рівні 697 млн. грн. у 2024 році та 780 млн. грн у 2025 році. За песимістичним прогнозом, ці показники будуть меншими, але все ж позитивними, що свідчить про доцільність продовження стратегії інвестування в адміністративні витрати для покращення фінансових результатів у майбутньому.

ВИСНОВКИ

Наразі економіка України є дуже мінливою, що створює доволі складні умови для діяльності компаній. Економічна нестабільність, спричинена війною, інфляційними процесами та іншими викликами, змушує підприємства адаптуватися і знаходити нові стратегії для збереження своєї конкурентоспроможності. Основна мета будь-якого бізнесу – це отримання прибутку від своєї діяльності. Прибуток є ключовим показником фінансової успішності підприємства, який дозволяє не лише забезпечити стійкість, але й інвестувати в розвиток та інновації. Рентабельність, у свою чергу, відображає ефективність використання ресурсів для отримання прибутку. Для кожної компанії, включаючи ТОВ «АТБ-МАРКЕТ», важливо постійно аналізувати результати своєї діяльності, з метою утримання лідируючих позицій на ринку.

Для проведення такого аналізу існують різні методи, зокрема адитивні моделі, які допомагають визначити вплив факторів на валовий прибуток, фінансовий результат від операційної діяльності, фінансовий результат до оподаткування та чистий фінансовий результат. Для дослідження факторів впливу на рентабельність часто використовують способи елімінування, які допомагають всебічно визначити вплив окремих факторів. Ці методи є незамінними інструментами при фінансовому аналізі.

ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» є однією з найбільших торговельних мереж в Україні, основний вид діяльності якої – роздрібна торгівля продуктами харчування та товарами широкого вжитку. Компанія займає лідируючі позиції на ринку, завдяки розгалуженій мережі магазинів, що охоплює всю територію України. «АТБ-МАРКЕТ» відомий своєю стратегією постійного розширення та модернізації, що дозволяє йому залишатися конкурентоспроможним у динамічному ринковому середовищі. В умовах сучасних економічних викликів, компанія активно впроваджує інноваційні рішення та здійснює постійний аналіз своєї діяльності, щоб адаптуватися до змін і забезпечувати стабільний ріст.

Чистий дохід від реалізації продукції ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» зростає

протягом 2019-2023 років та станом на кінець 2023 року досягнув 181,09 млрд. грн. та загальний приріст з 2019 року у розмірі 72,61%. Валовий прибуток також мав позитивну динаміку та збільшувався щорічно не зважаючи на кризу 2020 року та початком повномасштабної війни у 2022 році. Загалом приріст валового прибутку становив 22,5 млрд. грн. або 88,76%. Така динаміка вказує що фактор чистого доходу мав більший позитивний вплив на результуючий показник, а саме збільшив його на 76,18 млрд. грн., ніж негативний вплив фактору собівартості який зменшував показник на 53,68 млрд. грн. Отже можна стверджувати, що ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» ефективно управляє основою витратної частини – собівартістю, та основою доходної частини – чистим доходом.

Аналізуючи фінансовий результат від операційної діяльності, з'являється перший сигнал про наявність проблем. А саме це підтверджується зменшенням показника з 11,91 млрд. грн. у 2021 р. до 0,62 млрд. грн. у 2023 р. Під час дослідження у розділі 2 визначено, що основний фактор впливу на такі результати – це різке збільшення адміністративних витрат з 4,82 млрд. грн. у 2021 році до 23,97 млрд. грн. у 2023 році. Інші фактори, такі як витрати на збут, та інші операційні витрати хоч зросли протягом 2019-2023 років проте їх ріст був помірним без значних коливань. В середньому на рік витрати на збут зростали на 14,72% та інші операційні витрати на 0,49%, тому можна казати про те що їх вплив не був основним на фінансовий результат від операційної діяльності.

Фінансовий результат до оподаткування та чистий фінансовий результат мали динаміку подібну до фінансового результату від операційної діяльності, оскільки мали пряму залежність від нього. Як результат ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» отримала збитковий чистий фінансовий результат у 2023 році у розмірі 0,43 млрд. грн. Фактори, які мають обернений вплив на фінансовий результат до оподаткування та чистий фінансовий результат збільшувались протягом періоду не більше ніж на 1%, а найбільший ріст з них мали фінансові витрати. Отже, зважаючи на проведений аналіз можна говорити, що основним елементом який вплинув на збитковий чистий фінансовий результат ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» є збільшення адміністративних витрат.

Аналізуючи вплив факторів на показники рентабельності можна зробити висновок про те що найбільше протягом періоду коливались та досягли незадовільних значень у 2023 році: рентабельність чистих активів (0,1764), рентабельність власного капіталу (-0,0955), чиста рентабельність реалізації (-0,0024) та рентабельність активів (0,0491). Зменшення цих факторів найбільше було пов'язане зі зменшення фінансового результату до оподаткування та чистого фінансового результату. Отже, висновком з проведеного факторного аналізу є визначення головного фактору що мав негативний вплив – адміністративні витрати.

Збільшення адміністративних витрат було пов'язане як зі стратегічними змінами всередині компанії, так і з зовнішніми факторами. Під впливом війни та втрат майже 20% точок збуту, ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» вирішило збільшувати прибутки компанії шляхом підвищення продуктивності праці працівників та їх навчанням, впровадженням нових допоміжних продуктів для клієнтів. До таких заходів належать створення сайту та додатку, де можна зробити замовлення не виходячи з дому, а також розробка картки «АТБ» спільно з банками-партнерами. Ці заходи потребували значних витрат на даний момент, проте їх вплив є доволі довгостроковим, оскільки вони сприяють підвищенню лояльності клієнтів і розширенню ринку збуту.

Щоб планувати фінансові результати діяльності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» на 2024-2025 роки, було використано досвід британської компанії Tesco PLC. Аналіз їх прибутків та рентабельності допоміг зрозуміти, який саме темп зростання показників прибутків та рентабельності можна очікувати від впровадження раніше зазначених заходів. Зважаючи на різність ринків, де працюють продуктові ритейлери ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» та Tesco PLC, розрахований темп приросту було скориговано під впливом факторів макроекономічного середовища, військових та валютних ризиків. Це дозволяє більш точно прогнозувати фінансові результати та планувати стратегію розвитку на майбутні періоди.

Розроблене планування результатів діяльності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» на

2024-2025 років включало оптимістичний та песимістичний прогноз. Згідно з ними валовий та операційний прибуток компанії буде рости. За оптимістичним прогнозом ріст валового прибутку планується до 51,42 млрд. грн. у 2024 році та до 55,25 млрд. грн. у 2025 році з темпом росту 24,35% на рік. За песимістичним прогнозом також передбачається ріст на 17,41%, тож до 2025 року компанія має отримати валовий прибуток у розмірі 53,08 млрд. грн. Операційний прибуток за умови зростання адміністративних витрат за оптимістичним прогнозом буде становити 0,78 млрд. грн. за песимістичним 0,73 млрд. грн.

Очевидно, що отримати одразу чистий прибуток у 2024 та 2025 роках ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» не вдасться, проте відбудеться зменшення збитку у цьому періоді. За умови продовження вибраної стратегії чисті збитки компанії зменшаться у 2024 році за оптимістичним прогнозом до 0,33 млрд. грн., за песимістичним до 0,36 млрд. грн. У 2025 році прогнозується отримання чистого збитку у розмірі 0,25 млрд. грн. за оптимістичним прогнозом та 0,3 млрд. грн. за песимістичним прогнозом.

Планування показників рентабельності показує їх збільшення у 2024-2025 році, зокрема під впливом збільшення прибутку. Таким чином за оптимістичним прогнозом рентабельність продукції зростатиме на 13,26%, чиста рентабельність реалізації на 28,15%, валова та операційна рентабельність на 11,88% та 16,11% відповідно. Песимістичний прогноз передбачає менші темпи росту показників рентабельності, проте також сприяє їх збільшенню.

Отже, прогнозні значення свідчать про позитивну тенденцію в діяльності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ», навіть за умов песимістичного прогнозу. Це підтверджує, що поточні інвестиції в адміністративні витрати та інновації це необхідна міра та вони дадуть компанії позитивний ефект довгостроковій перспективі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Толпегіна О. А. Аналіз прибутку: теорія та практика досліджень / О. А. Толпегіна // Економічний аналіз: теорія та практика. – 2019. – № 2. – С. 35- 44.
2. Вовк О. М. Прибуток та рентабельність як детермінанти розвитку підприємства. [Електронний ресурс] / О.М. Вовк, А.М. Ковальчук, Я.І. Комісаренко, А.В. Джулай // Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics». – 2020. - №21 (37-44). – Режим доступу: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/7840>
3. Господарський кодекс України: Прийнятий Верховною Радою України 16.01.2003 р. №436 на // Відомості Верховної Ради України. – 2003. - №18. – Ст 144. – (Зі змін. та допов.)
4. Гурбик, Ю. Ю. Сутність та зміст поняття «Прибуток підприємства» у вітчизняній науці [Електронний ресурс] / Ю. Ю. Гурбик // Сучасний рух науки: матеріали VI міжнар. наук.-практ. інтерн.-конф. - Дніпро, 2019. С. 286-290.
5. Майборода О.Є. Теоретична сутність категорії «прибуток підприємства» [Електронний ресурс] / О.Є. Майборода, Г.О. Сукрушева, Є.В. Куліш // Економіка і суспільство. – 2022. - №10. – С. 310-313.
6. Кобилецький В. Р., Рентабельність. Сутність та показники/ Онлайн-журнал «Financial Analysis online» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://analizua.com/metodyka-rozrakhunku-2/229-rentabelnist>
7. Круглова, О. Уплив економічних та неекономічних чинників на рентабельність підприємства./ О. Круглова, В. Козуб, С. Козуб, Т. Наумова, Н. Акімова// Financial and credit activity problems of theory and practice – 2023. - №1(48). С. 193-205.
8. Савіна Г.Г. Фактори зовнішнього та внутрішнього впливу на рівень ефективності управління підприємством / Г. Г. Савіна, Т. І. Скібіна // Ефективна економіка. – 2019. - № 12. С. 26-35.
9. Андрющенко І. Є. Використання факторного моделювання в діагностиці фінансової діяльності [Електронний ресурс] / І. Є. Андрющенко, В.

В. Омельченко // Ефективна економіка. – 2020. – № 10. Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2020/3.pdf

10. Добровольська О. В. Оцінка інноваційно-інвестиційного розвитку сільськогосподарського підприємства з використанням моделі Дюпона [Електронний ресурс] / О. В. Добровольська, В. А. Шрамко // Ефективна економіка. – 2020. – № 9. – Режим доступу: <http://dspace.dsau.dp.ua/jspui/handle/123456789/5959>

11. Тютюнник С.В. Факторно-фінансові оцінки у стратегічному управлінні прибутковістю суб'єктів малого підприємництва : монографія / С. В. Тютюнник, Ю. М. Тютюнник // Київ : Талком, – 2020. – С. 216-228.

12. Адлер О. О. Аналіз основних прийомів детермінованого факторного аналізу [Електронний ресурс] / О.О. Адлер, І.Л. Соломонюк // матеріали VI міжнар. наук.-практ. конф. - Вінниця. 2023. С. 195-198.

13. Prakhar Gajendrakar. Factor Analysis [Електронний ресурс] / Prakhar Gajendrakar, Collins Enosh, Ashish Kumar Srivastav // WallStreetMojo. – 2023. Режим доступу: <https://www.wallstreetmojo.com/factor-analysis/>.

14. Кірносорова, М. В. Green-стратегії в маркетинговій товарній політиці виробників: екологічний та етичний аспекти/ М.В. Кірносорова// МАРКЕТИНГ І ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ – 2023. №7(4). – С. 53-62.

15. Нагієва, А. І. Бізнес-орієнтація на зелений маркетинг як інструмент забезпечення сталого розвитку [Електронний ресурс] / А.І. Нагієва// Економічний простір. – 2023. – №1(184). Режим доступу: <https://typeset.io/pdf/business-orientation-on-green-marketing-as-a-tool-for-23yzde84.pdf>

16. Офіційний сайт ТОВ «АТБ-МАРКЕТ», 2024. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.atb.ua/page/atb_market

17. Товариство з обмеженою відповідальністю "АТБ-МАРКЕТ" [Електронний ресурс] / Clarity Project. – 2024. Режим доступу: <https://clarity-project.info/edr/30487219>

18. Окрема фінансова звітність відповідно Товариство з обмеженою відповідальністю «АТБ-МАРКЕТ» [Електронний ресурс]. АТБ-МАРКЕТ 2022. Режим доступу: https://src.zakaz.atbmarket.com/files/company_info/indiv2021.pdf?t=1679907167
19. Конкурентний аналіз у кризовий час: методи та рекомендації [Електронний ресурс] / Promodo. – 2023. Режим доступу: <https://www.promodo.ua/blog/konkurentniy-analiz-u-krizoviy-chas-metodichnirekomendaciyi-ta-poradi>
20. Шиманська К.В. SWOT-аналіз національного бренду в контексті конкурентоспроможності України на світових ринках [Електронний ресурс] / К.В. Шиманська, М.А. Миронюк // Агросвіт. – 2021. – №4. Режим доступу: http://www.agrosvit.info/pdf/4_2021/4.pdf
21. Добрянська Н.А. Бухгалтерський баланс та його аналіз / Н.А. Добрянська, Т.С. Поліщук // Ефективна економіка. – 2020. – №10. С.56-59.
22. Шуміло О. С. Ліквідність і платоспроможність підприємства та методи їх аналізу [Електронний ресурс] / О.С. Шуміло, А. С. Курочка А. С. // Бізнесінформ. – 2023. - №4. Режим доступу: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-4-105-111>
23. Левкович О.В. Фінансова стійкість як передумова інноваційного розвитку підприємства [Електронний ресурс] / О.В. Левкович, Ю. М. Калашнікова // Ефективна економіка. – 2021. - № 4. Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8776>
24. Вівчар, О. Сучасні методи оцінювання фінансової стійкості підприємства [Електронний ресурс] / О. Вівчар, Т. Кос // Молодий вчений. – 2023. - №4 (116). Режим доступу: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2023-4-116-23>
25. Кошельок Г.В. Факторний аналіз рентабельності власного капіталу підприємства / Г.В. Кошельок, В.С. Малишко // Економіка і суспільство. – 2016. - № 7. Режим доступу: https://economyandsociety.in.ua/journals/7_ukr/61.pdf
26. В «АТБ» прокоментували бронювання працівників від мобілізації [Електронний ресурс] / Українська рада Торгових Центрив. – 2024. Режим

доступу: <https://www.ucsc.org.ua/v-atb-prokomentuvaly-bronyuvannya-praczivnykiv-vid-mobilizacziyi/>

27. Картка «АТБ» від банків партнерів [Електронний ресурс]. АТБ-МАРКЕТ 2022. Режим доступу: <https://www.atbmarket.com/kartka-atb>

28. Офіційний сайт Tesco PLC, 2024. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.tescopl.com/>

29. TESCO Annual Report & Financial Statements 2023[Електронний ресурс] / TESCO. 2024. Режим доступу: <https://www.tescopl.com/media/u1wlq2qf/tesco-plc-annual-report-2023.pdf>

30. Інфляція залишатиметься помірною, а економіка відновлюватиметься [Електронний ресурс]/ Інфляційний звіт НБУ. – 2024. Режим доступу: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/inflyatsiya-zalishatimetsya-pomirnoyu-a-ekonomika-vidnovlyuvatimetsya--inflyatsiyniy-zvit-nbu>

31. Валовий внутрішній продукт (ВВП) в Україні 2024[Електронний ресурс]/ Мінфін. 2024. Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/>

32. Біроваш М. Трансформація ритейлу [Електронний ресурс]/ Київстар бізнес. 2022. Режим доступу <https://hub.kyivstar.ua/articles/czina-zmin-transformacziya-rozdribnoyi-torgivli-pid-chas-vijny>.

ДОДАТКИ

Додаток А

Алгоритм застосування способів елімінування

Метод	Алгоритм застосування
Ланцюгових підстановок	<p>Розрахунок 1: $A_0 = B_0 \times C_0$</p> <p>Розрахунок 2: $A_{ум.} = B_1 \times C_0$</p> <p>Розрахунок 3: $A_1 = B_1 \times C_1$</p> <p>Вплив фактору В на умовний показник А: $\Delta A_B = A_{ум.} - A_0$</p> <p>Вплив фактору С на умовний показник А: $\Delta A_C = A_1 - A_{ум.}$</p> <p>Перевірка розрахунків: $\Delta A = \Delta A_B + \Delta A_C = A_1 - A_0$</p>
Абсолютних різниць	<p>Вплив фактору В на умовний показник А: $\Delta A_B = (B_1 - B_0) \times C_0$</p> <p>Вплив фактору С на умовний показник А: $\Delta A_C = B_1 \times (C_1 - C_0)$</p> <p>Перевірка розрахунків: $\Delta A = \Delta A_B + \Delta A_C = A_1 - A_0$</p>
Інтегральний	<p>Вплив фактору В на умовний показник А: $\Delta A_B = \frac{1}{2} \times \Delta B \times (C_0 + C_1)$</p> <p>Вплив фактору С на умовний показник А: $\Delta A_C = \frac{1}{2} \times \Delta C \times (B_0 + B_1)$</p> <p>Перевірка розрахунків: $\Delta A = \Delta A_B + \Delta A_C = A_1 - A_0$</p>
Відносних різниць	<p>Розрахунок індексу А: $I_A = I_B \times I_C$</p> <p>Розрахунок індексу В: $I_B = \frac{B_1}{B_0}$</p> <p>Розрахунок індексу С: $I_C = \frac{C_1}{C_0}$</p> <p>Вплив фактору В на умовний показник А: $\Delta A_B = (I_B - 1) \times A_0$</p> <p>Вплив фактору С на умовний показник А: $\Delta A_C = (I_A - I_B) \times A_0$</p> <p>Перевірка розрахунків: $\Delta A = \Delta A_B + \Delta A_C = A_1 - A_0$</p>
Індексний	<p>Розрахунок індексу В: $I_B = \frac{\sum B_1 C_0}{\sum B_0 C_0}$</p> <p>Розрахунок індексу С: $I_C = \frac{\sum B_1 C_1}{\sum B_0 C_1}$</p> <p>Вплив фактору В на умовний показник А: $\Delta A_B = \sum B_1 C_0 - \sum B_0 C_0$</p> <p>Вплив фактору С на умовний показник А: $\Delta A_C = \sum B_1 C_1 - \sum B_0 C_1$</p> <p>Перевірка розрахунків: $\Delta A = \Delta A_B + \Delta A_C = A_1 - A_0$</p>
Часткової участі	<p>Частка приросту умовного показника А за рахунок зміни В: $d\Delta A_B = \frac{\Delta A_B}{\Delta A}$</p> <p>Частка приросту умовного показника А за рахунок зміни С: $d\Delta A_C = \frac{\Delta A_C}{\Delta A}$</p> <p>Процент приросту умовного показника А за рахунок зміни В: $I\Delta A_B = \frac{\Delta A_B}{\Delta A}$</p> <p>Процент приросту умовного показника А за рахунок зміни С: $d\Delta A_C = \frac{\Delta A_C}{\Delta A}$</p>

Баланс (Звіт про фінансовий стан) ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 рр.

Назва рядка	Код рядка	2019	2020	2021	2022	2023
I, Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	79 209	81 573	86 689	101 948	57 676
первісна вартість	1001	320 094	392 195	357 915	313 033	285 827
накопичена амортизація	1002	240 885	310 622	271 226	211 085	228 151
Незавершені капітальні інвестиції	1005	792 110	2 307 660	1 782 972	1 755 082	1 780 720
Основні засоби	1010	7 490 058	18 601 181	23 895 667	20 763 561	22 384 988
первісна вартість	1011	15 020 957	29 875 858	39 237 613	40 243 974	45 638 804
знос	1012	7 530 899	11 274 677	15 341 946	19 480 413	23 253 816
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0	586 227	203 790	195 327
первісна вартість	1016	0	0	600 421	597 248	597 247
знос	1017	0	0	14 194	393 458	401 920
інші фінансові інвестиції	1035	60	60	60	60	60
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	3 705	3 247	2 485
Відстрочені податкові активи	1045	65 819	72 971	90 903	273 884	234 035
Усього за розділом I	1095	8 427 256	21 063 445	26 446 223	23 101 572	24 655 291
II, Оборотні активи Запаси	1100	5 011 855	6 423 708	7 771 596	8 615 062	8 370 136
Виробничі запаси	1101	69 378	96 394	98 930	120 060	116 723
Товари	1104	4 942 477	6 327 314	7 672 665	8 495 002	8 253 413
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	793	1 192	1 477	1 836	1 705
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	170 414	183 950	213 226	460 855	419 864
з бюджетом	1135	61 179	87 344	60 896	73 338	160 290
з нарахованих доходів	1140	282 142	319 747	451 286	369 331	355 841
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	6 311 250	4 066 482	1 043 345	35 109	9 343
Гроші та їх еквіваленти	1165	3 599 527	3 506 283	6 407 400	8 423 611	13 515 622
Готівка	1166	339 846	361 233	366 310	377 030	393 483
Рахунки в банках	1167	3 259 681	3 145 050	6 041 090	8 046 581	13 122 139
Усього за розділом II	1195	15 437 160	14 588 706	15 949 226	17 979 142	22 832 801
III, Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0	0	0	19 550
Усього за розділом III	1200	0	0	0	0	19 550
Баланс	1300	23 864 416	35 652 151	42 395 449	41 080 714	47 507 642

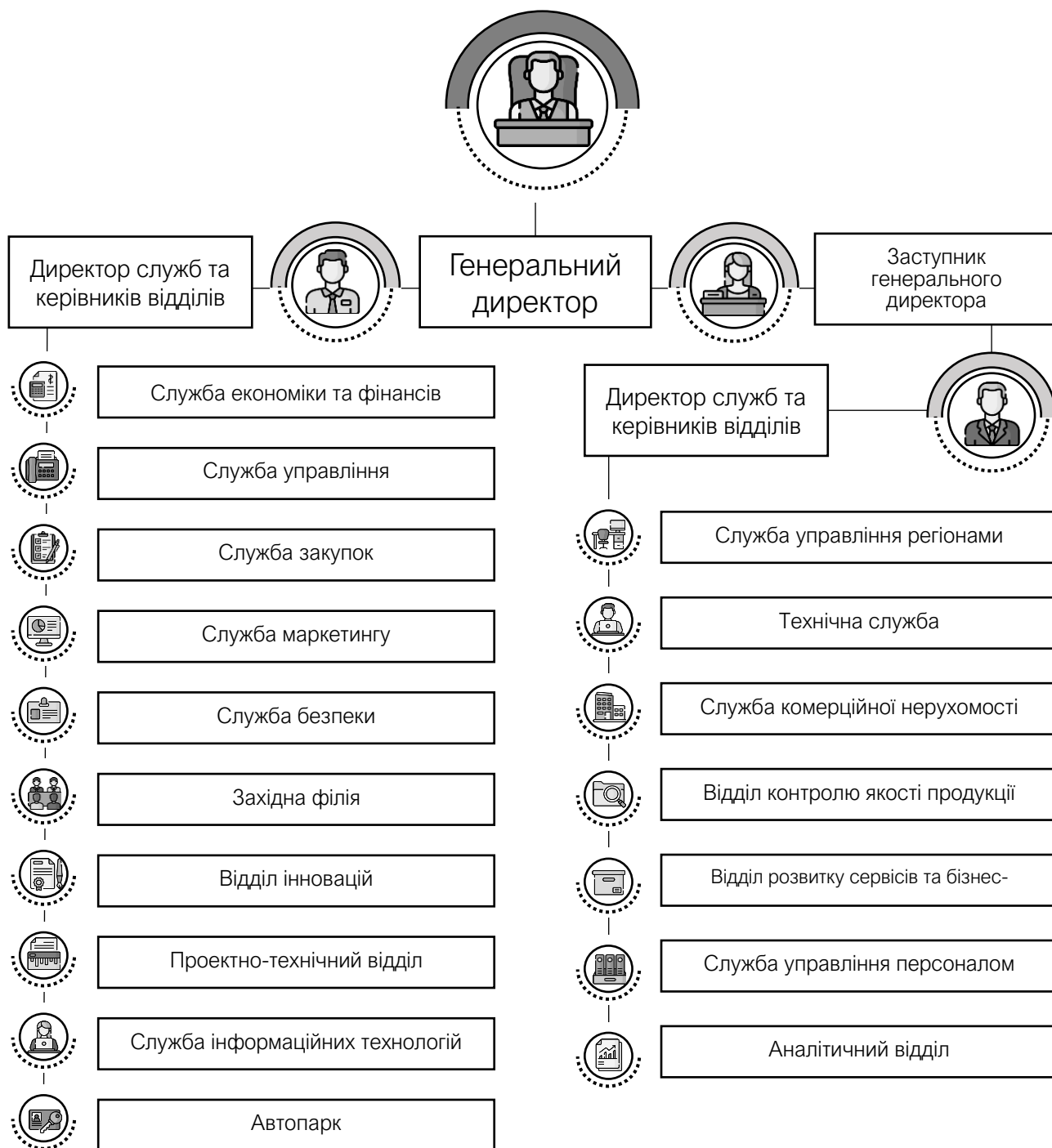
Продовження додатка Б

Назва рядка	Код рядка	2019	2020	2021	2022	2023
I, Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	9 930	9 930	9 930	9 930	9 930
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	1 723 467	1 891 989	4 520 877	4 970 321	4 536 068
Усього за розділом I	1495	1 733 397	1 901 919	4 530 807	4 980 251	4 545 998
II, Довгострокові зобов'язання і забезпечення Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0	0	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	2 496 856	9 966 470	9 875 245	8 859 351	8 672 402
Усього за розділом II	1595	2 496 856	9 966 470	9 875 245	8 859 351	8 672 402
III, Поточні зобов'язання і забезпечення Короткострокові кредити банків	1600	0	0	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	2 284 858	2 418 069	2 812 036	1 983 346	2 865 394
товари, роботи, послуги	1615	11 702 870	13 357 721	16 637 705	13 220 201	18 232 758
розрахунками з бюджетом	1620	887 973	761 213	1 077 782	681 239	474 805
у тому числі з податку на прибуток	1621	334 113	335 744	546 077	0	84 066
розрахунками зі страхування	1625	106 931	117 805	144 542	93 539	148 652
розрахунками з оплати праці	1630	460 031	509 268	626 140	452 264	627 523
за одержаними авансами	1635	51 160	50 895	55 468	41 006	116 815
за розрахунками з учасниками	1640	3 228 516	4 885 844	5 639 313	5 481 022	1 242 029
із внутрішніх розрахунків	1645	84	310	339	2 249	4 363
Поточні забезпечення	1660	305 546	357 141	426 475	760 040	1 292 167
Доходи майбутніх періодів	1665	15	15	15	15	15
Інші поточні зобов'язання	1690	606 179	1 325 481	569 582	4 526 191	9 284 721
Усього за розділом III	1695	19 634 163	23 783 762	27 989 397	27 241 112	34 289 242
IV, Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0	0	0	0
V, Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0	0	0	0
Баланс	1900	23 864 416	35 652 151	42 395 449	41 080 714	47 507 642

Звіт про фінансові результати ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 рр.

Назва рядка	Код рядка	2019	2020	2021	2022	2023
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	104 910 343	123 864 393	148 745 255	148 332 869	181 089 665
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	79 560 701	92 747 990	110 486 259	110 721 024	133 239 847
Валовий: прибуток	2090	25 349 642	31 116 403	38 258 996	37 611 845	47 849 818
Інші операційні доходи	2120	850 000	836 833	1 330 685	1 196 654	1 125 896
Адміністративні витрати	2130	3 428 695	4 325 613	4 815 775	11 026 796	23 972 873
Витрати на збут	2150	16 413 463	18 968 340	22 451 209	22 040 993	22 993 202
Інші операційні витрати	2180	255 046	484 528	416 027	1 115 154	1 386 650
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	6 102 438	8 174 755	11 906 670	4 625 556	622 989
Інші фінансові доходи	2220	721 077	135 000	216 069	409 851	914 341
Інші доходи	2240	48	106	14	6	0
Фінансові витрати	2250	1 461 512	1 269 616	1 953 681	1 648 708	1 708 397
Інші витрати	2270	3 928	8 035	12 385	29 941	20 021
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	5 358 123	7 032 210	10 156 687	3 356 764	0
збиток	2295	0	0	0	0	191 088
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-952 686	-1 263 544	-1 827 799	-829 120	-243 165
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	4 405 437	5 768 666	8 328 888	2 527 644	0
збиток	2355	0	0	0	0	434 253

Організаційна структура ТОВ «АТБ-МАРКЕТ»



Додаток Д

Горизонтальний аналіз активів звіту про фінансовий стан ТОВ АТБ-МАРКЕТ за 2019-2023 рр.

Назва рядка	Абсолютне відхилення, в тис. грн.					Відносне відхилення, в %				
	2020-2019	2021-2020	2022-2021	2023-2022	2023-2019	2020-2019	2021-2020	2022-2021	2023-2022	2023-2019
I. Необоротні активи	2 364	5 116	15 259	-44 272	-21 533	2,98	6,27	17,60	-43,43	-27,19
Нематеріальні активи										
первісна вартість	72 101	-34 280	-44 882	-27 206	-34 267	22,52	-8,74	-12,54	-8,69	-10,71
накопичена амортизація	69 737	-39 396	-60 141	17 066	-12 734	28,95	-12,68	-22,17	8,08	-5,29
Незавершені капітальні інвестиції	1 515 550	-524 688	-27 890	25 638	988 610	191,33	-22,74	-1,56	1,46	124,81
Основні засоби	11 111 123	5 294 486	-3 132 106	1 621 427	14 894 930	148,34	28,46	-13,11	7,81	198,86
первісна вартість	14 854 901	9 361 755	1 006 361	5 394 830	30 617 847	98,89	31,34	2,56	13,41	203,83
знос	3 743 778	4 067 269	4 138 467	3 773 403	15 722 917	49,71	36,07	26,97	19,37	208,78
Інвестиційна нерухомість	0	586 227	-382 437	-8 463	195 327	-	-	-65,24	-4,15	-
первісна вартість	0	600 421	-3 173	-1	597 247	-	-	-0,53	0,00	-
знос	0	14 194	379 264	8 462	401 920	-	-	2 672,00	2,15	-
інші фінансові інвестиції	0	0	0	0	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Довгострокова дебіторська заборгованість	0	3 705	-458	-762	2 485	-	-	-12,36	-23,47	-
Відстрочені податкові активи	7 152	17 932	182 981	-39 849	168 216	10,87	24,57	201,29	-14,55	255,57
Усього за розділом I	12 636 189	5 382 778	-3 344 651	1 553 719	16 228 035	149,94	25,56	-12,65	6,73	192,57
II. Оборотні активи										
Запаси	1 411 853	1 347 888	843 466	-244 926	3 358 281	28,17	20,98	10,85	-2,84	67,01
Виробничі запаси	27 016	2 536	21 130	-3 337	47 345	38,94	2,63	21,36	-2,78	68,24
Товари	1 384 837	1 345 351	822 337	-241 589	3 310 936	28,02	21,26	10,72	-2,84	66,99
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	399	285	359	-131	912	50,32	23,91	24,31	-7,14	115,01

Продовження додатка Д

Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	13 536	29 276	247 629	-40 991	249 450	7,94	15,92	116,13	-8,89	146,38
з бюджетом	26 165	-26 448	12 442	86 952	99 111	42,77	-30,28	20,43	118,56	162,00
з нарахованих доходів	37 605	131 539	-81 955	-13 490	73 699	13,33	41,14	-18,16	-3,65	26,12
Інша поточна дебіторська заборгованість	-2 244 768	-3 023 137	-1 008 236	-25 766	-6 301 907	-35,57	-74,34	-96,63	-73,39	-99,85
Гроші та їх еквіваленти	-93 244	2 901 117	2 016 211	5 092 011	9 916 095	-2,59	82,74	31,47	60,45	275,48
Готівка	21 387	5 077	10 720	16 453	53 637	6,29	1,41	2,93	4,36	15,78
Рахунки в банках	-114 631	2 896 040	2 005 491	5 075 558	9 862 458	-3,52	92,08	33,20	63,08	302,56
Усього за розділом II	-848 454	1 360 520	2 029 916	4 853 659	7 395 641	-5,50	9,33	12,73	27,00	47,91
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	0	0	0	19 550	19 550	-	-	-	-	-
Усього за розділом III	0	0	0	19 550	19 550	-	-	-	-	-
БАЛАНС	11 787 735	6 743 298	-1 314 735	6 426 928	23 643 226	49,39	18,91	-3,10	15,64	99,07

Горизонтальний аналіз пасивів звіту про фінансовий стан ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 рр.

Назва рядка	Абсолютне відхилення, в тис. грн.					Відносне відхилення, в %				
	2020-2019	2021-2020	2022-2021	2023-2022	2023-2019	2020-2019	2021-2020	2022-2021	2023-2022	2023-2019
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	0	0	0	0	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	168 522	2 628 888	449 444	-434 253	2 812 601	9,78	138,95	9,94	-8,74	163,19
Усього за розділом I	168 522	2 628 888	449 444	-434 253	2 812 601	9,72	138,22	9,92	-8,72	162,26
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення Відстрочені податкові зобов'язання	0	0	0	0	0	-	-	-	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	7 469 614	-91 225	-1 015 894	-186 949	6 175 546	299,16	-0,92	-10,29	-2,11	247,33
Усього за розділом II	7 469 614	-91 225	-1 015 894	-186 949	6 175 546	299,16	-0,92	-10,29	-2,11	247,33
III. Поточні зобов'язання і забезпечення Короткострокові кредити банків	0	0	0	0	0	-	-	-	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	133 211	393 967	-828 690	882 048	580 536	5,83	16,29	-29,47	44,47	25,41
товари, роботи, послуги	1 654 851	3 279 984	-3 417 504	5 012 557	6 529 888	14,14	24,55	-20,54	37,92	55,80
розрахунками з бюджетом	-126 760	316 569	-396 543	-206 434	-413 168	-14,28	41,59	-36,79	-30,30	-46,53
у тому числі з податку на прибуток	1 631	210 333	-546 077	84 066	-250 047	0,49	62,65	-100,00	-	-74,84
розрахунками зі страхування	10 874	26 737	-51 003	55 113	41 721	10,17	22,70	-35,29	58,92	39,02
розрахунками з оплати праці	49 237	116 872	-173 876	175 259	167 492	10,70	22,95	-27,77	38,75	36,41

Продовження додатка Е

за одержаними авансами	-265	4 573	-14 462	75 809	65 655	-0,52	8,99	-26,07	184,87	128,33
за розрахунками з учасниками	1 657 328	753 469	-158 291	-4 238 993	-1 986 487	51,33	15,42	-2,81	-77,34	-61,53
із внутрішніх розрахунків	226	29	1 910	2 114	4 279	269,05	9,35	563,42	94,00	5 094,05
Поточні забезпечення	51 595	69 334	333 565	532 127	986 621	16,89	19,41	78,21	70,01	322,90
Доходи майбутніх періодів	0	0	0	0	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Інші поточні зобов'язання	719 302	-755 899	3 956 609	4 758 530	8 678 542	118,66	-57,03	694,65	105,13	1 431,68
Усього за розділом III	4 149 599	4 205 635	-748 285	7 048 130	14 655 079	21,13	17,68	-2,67	25,87	74,64
IV, Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	0	0	0	0	0	-	-	-	-	-
V, Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	0	0	0	0	0	-	-	-	-	-
БАЛАНС	11 787 735	6 743 298	-1 314 735	6 426 928	23 643 226	49,39	18,91	-3,10	15,64	99,07

Аналіз показників рентабельності ТОВ «АТБ МАРКЕТ» за 2019-2023 рр.

Назва рядка	2019	2020	2021	2022	2023	Абсолютне відхилення, в тис. грн.					Відносне відхилення, в %				
						2020-2019	2021-2020	2022-2021	2023-2022	2023-2019	2020-2019	2021-2020	2022-2021	2023-2022	2023-2019
Коефіцієнт валової рентабельності реалізації	0,242	0,251	0,257	0,254	0,264	0,010	0,006	-0,004	0,011	0,023	3,97	2,39	-1,42	4,21	9,35
Коефіцієнт операційної рентабельності реалізації	0,058	0,066	0,080	0,031	0,003	0,008	0,014	-0,049	-0,028	-0,055	13,46	21,29	-61,04	-88,97	-94,09
Коефіцієнт чистої рентабельності реалізації	0,042	0,047	0,056	0,017	-0,002	0,005	0,009	-0,039	-0,019	-0,044	10,91	20,23	-69,57	-114,07	-105,71
Коефіцієнт рентабельності продукції	0,319	0,335	0,346	0,340	0,359	0,017	0,011	-0,007	0,019	0,041	5,30	3,21	-1,90	5,72	12,71
Коефіцієнт рентабельності активів	0,317	0,265	0,327	0,153	0,049	-0,052	0,062	-0,174	-0,104	-0,268	-16,42	23,41	-53,28	-67,87	-84,52
Коефіцієнт рентабельності оборотного капіталу	0,256	0,229	0,281	0,113	0,013	-0,026	0,052	-0,168	-0,099	-0,243	-10,33	22,48	-59,91	-88,35	-94,87
Коефіцієнт рентабельності чистих активів	1,788	0,796	0,962	0,453	0,176	-0,992	0,166	-0,509	-0,277	-1,612	-55,50	20,91	-52,88	-61,10	-90,14
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	2,542	3,033	1,838	0,508	-0,096	0,492	-1,195	-1,331	-0,603	-2,637	19,34	-39,39	-72,39	-118,82	-103,76

Додаток 3

Горизонтальний аналіз звіту про фінансові результати ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 рр.

Назва рядка	Абсолютне відхилення, в тис. грн.					Відносне відхилення, в %				
	2020-2019	2021-2020	2022-2021	2023-2022	2023-2019	2020-2019	2021-2020	2022-2021	2023-2022	2023-2019
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	18 954 050	24 880 862	-412 386	32 756 796	76 179 322	18,07	20,09	-0,28	22,08	72,61
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	13 187 289	17 738 269	234 765	22 518 823	53 679 146	16,58	19,13	0,21	20,34	67,47
Валовий: прибуток	5 766 761	7 142 593	-647 151	10 237 973	22 500 176	22,75	22,95	-1,69	27,22	88,76
Інші операційні доходи	-13 167	493 852	-134 031	-70 758	275 896	-1,55	59,01	-10,07	-5,91	32,46
Адміністративні витрати	896 918	490 162	6 211 021	12 946 077	20 544 178	26,16	11,33	128,97	117,41	599,18
Витрати на збут	2 554 877	3 482 869	-410 216	952 209	6 579 739	15,57	18,36	-1,83	4,32	40,09
Інші операційні витрати	229 482	-68 501	699 127	271 496	1 131 604	89,98	-14,14	168,05	24,35	443,69
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2 072 317	3 731 915	-7 281 114	-4 002 567	-5 479 449	33,96	45,65	-61,15	-86,53	-89,79
Інші фінансові доходи	-586 077	81 069	193 782	504 490	193 264	-81,28	60,05	89,69	123,09	26,80
Інші доходи	58	-92	-8	-6	-48	120,83	-86,79	-57,14	-100,00	-100,00
Фінансові витрати	-191 896	684 065	-304 973	59 689	246 885	-13,13	53,88	-15,61	3,62	16,89
Інші витрати	4 107	4 350	17 556	-9 920	16 093	104,56	54,14	141,75	-33,13	409,70
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	1 674 087	3 124 477	-6 799 923	-3 356 764	-5 358 123	31,24	44,43	-66,95	-100,00	-100,00
збиток	0	0	0	191 088	191 088	-	-	-	-	-
Витрати (дохід) з податку на прибуток	-310 858	-564 255	998 679	585 955	709 521	32,63	44,66	-54,64	-70,67	-74,48
Чистий фінансовий результат: прибуток	1 363 229	2 560 222	-5 801 244	-2 527 644	-4 405 437	30,94	44,38	-69,65	-100,00	-100,00
збиток	0	0	0	434 253	434 253	-	-	-	-	-

Факторний аналіз показників рентабельності методом абсолютних та відносних різниць ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 рр.

Показник	Влиw факторів оцінений за методом:							
	абсолютних різниць				відносних різниць			
	2020-2019	2021-2020	2022-2021	2023-2022	2020-2019	2021-2020	2022-2021	2023-2022
Зміна показника рентабельності продукції, у тому числі за рахунок	0,0169	0,0108	-0,0066	0,0194	0,0169	0,0108	-0,0066	0,0194
- валового прибутку	0,0725	0,0770	-0,0059	0,0925	0,0725	0,0770	-0,0059	0,0925
- собівартості	-0,0556	-0,0662	-0,0007	-0,0730	-0,0556	-0,0662	-0,0007	-0,0730
Зміна показника чистої рентабельності реалізації, у тому числі за рахунок	0,0046	0,0094	-0,0390	-0,0194	0,0046	0,0094	-0,0390	-0,0194
- чистого прибутку	0,0130	0,0207	-0,0390	-0,0200	0,0130	0,0207	-0,0390	-0,0200
- чистого доходу	-0,0084	-0,0112	0,0000	0,0005	-0,0084	-0,0112	0,0000	0,0005
Зміна показника рентабельності оборотного капіталу, у тому числі за рахунок	-0,0264	0,0516	-0,1683	-0,0995	-0,0264	0,0516	-0,1683	-0,0995
- операційного доходу	0,0868	0,1047	-0,1717	-0,0974	0,0868	0,1047	-0,1717	-0,0974
- середньорічної вартості оборотних активів	-0,1133	-0,0531	0,0035	-0,0021	-0,1133	-0,0531	0,0035	-0,0021
Зміна показника рентабельності активів, у тому числі за рахунок	-0,0521	0,0620	-0,1742	-0,1037	-0,0521	0,0620	-0,1742	-0,1037
- прибутку до сплати податків та відсотків	0,0788	0,1239	-0,1789	-0,0960	0,0788	0,1239	-0,1789	-0,0960
- середньорічної вартості активів	-0,1308	-0,0618	0,0047	-0,0077	-0,1308	-0,0618	0,0047	-0,0077
Зміна показника рентабельності чистих активів, у тому числі за рахунок	-0,9923	0,1664	-0,5088	-0,2770	-0,9923	0,1664	-0,5088	-0,2770
- прибутку до сплати податків та відсотків	0,4445	0,3721	-0,5266	-0,2849	0,4445	0,3721	-0,5266	-0,2849
- середньорічної вартості чистих активів	-1,4368	-0,2057	0,0178	0,0079	-1,4368	-0,2057	0,0178	0,0079
Зміна показника рентабельності власного капіталу, у тому числі за рахунок	0,4916	-1,1948	-1,3307	-0,6031	0,4916	-1,1948	-1,3307	-0,6031
- чистого прибутку	0,7864	1,3461	-1,2804	-0,5947	0,7864	1,3461	-1,2804	-0,5947
- середньорічної вартості власного капіталу	-0,2949	-2,5409	-0,0503	-0,0083	-0,2949	-2,5409	-0,0503	-0,0083

Додаток К

Дані для факторний аналізу рентабельності власного капіталу ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» за 2019-2023 рр. за моделлю

Дюпона

Показник	2019	2020	2021	2022	2023	Абсолютне відхилення, в тис. грн.				Відносне відхилення, в %			
						2020-2019	2021-2020	2022-2021	2023-2022	2020-2019	2021-2020	2022-2021	2023-2022
Чистий дохід, млн. грн.	104910	123864	148745	148333	181090	18954	24881	-412	32757	18,07	20,09	-0,28	22,08
Власний капітал, млн. грн.	1 733	1 902	4 531	4 980	4 546	169	2629	449	-434	9,72	138,22	9,92	-8,72
Активи, млн. грн.	23 864	35 652	42 395	41 081	47 508	11788	6743	-1315	6427	49,39	18,91	-3,10	15,64
Прибуток до оподаткування, млн. грн.	5 358	7 032	10 157	3 357	-191	1674	3124	-6800	-3548	31,24	44,43	-66,95	-105,69
Прибуток від операційної діяльності, млн. грн.	6 102	8 175	11 907	4 626	623	2072	3732	-7281	-4003	33,96	45,65	-61,15	-86,53
Чистий прибуток (збиток), млн. грн.	4 405	5 769	8 329	2 528	-434	1363	2560	-5801	-2962	30,94	44,38	-69,65	-117,18
Частка чистого прибутку у прибутку від звичайної діяльності до оподаткування	0,822	0,820	0,820	0,753	2,273	-0,002	0,000	-0,067	1,520	-0,23	-0,03	-8,18	201,80
Співвідношення прибутку від звичайної діяльності до оподаткування від реалізації продукції	0,878	0,860	0,853	0,726	-0,307	-0,018	-0,007	-0,127	-1,032	-2,03	-0,84	-14,93	-142,27
Рентабельність реалізації продукції	0,058	0,066	0,080	0,031	0,003	0,008	0,014	-0,049	-0,028	13,46	21,29	-61,04	-88,97
Оборотність активів	4,396	3,474	3,509	3,611	3,812	-0,922	0,034	0,102	0,201	-20,97	0,99	2,91	5,57
Фінансова залежність	13,767	18,745	9,357	8,249	10,450	4,978	-9,388	-1,108	2,202	36,16	-50,08	-11,85	26,69
Рентабельність (збитковість) власного капіталу,%	2,542	3,033	1,838	0,508	-0,096	0,492	-1,195	-1,331	-0,603	19,34	-39,39	-72,39	-118,82