

29  
06.06.2024

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»**

**ФАКУЛЬТЕТ БІЗНЕСУ ТА СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ**

**КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ, БІЗНЕСУ ТА МАРКЕТИНГОВИХ  
ТЕХНОЛОГІЙ**

**ШЕГЕДА Олександр Сергійович**  
(студент групи ПВ-5)

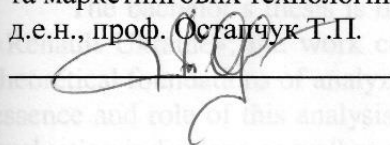


**БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

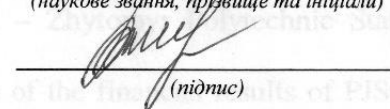
**АНАЛІЗ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ  
ПАТ «РЕНО УКРАЇНА»**

(представлена на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»  
галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності  
076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»)

Допущено до захисту  
протокол № 5  
від 03.06.2024  
зав. кафедри менеджменту, бізнесу  
та маркетингових технологій  
д.е.н., проф. Остапчук Т.П.

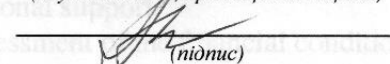


Керівник роботи:  
к.е.н., доц. Вигівська І.М.  
(наукове звання, прізвище та ініціали)



(підпис)

Рецензент:  
к.е.н., доц. Ткачук Г.Ю.  
(наукове звання, прізвище та ініціали)



(підпис)

Житомир, 2024

## Анотація

Шегеда О.С. Аналіз фінансових результатів діяльності ПАТ «Рено Україна». – Рукопис.

Бакалаврська кваліфікаційна робота представлена на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр», галузі знань 07 »Управління та адміністрування» спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». – Державний університет «Житомирська політехніка», Житомир, 2024.

Бакалаврська робота присвячена аналізу фінансових результатів діяльності ПАТ «Рено Україна»; робота складається з двох розділів. У першому розділі розглянуто теоретичні основи аналізу фінансового стану підприємства, включаючи сутність та роль цього аналізу, систему управління фінансовими результатами, показники оцінки ефективності, а також нормативно-правове та інформаційне забезпечення.

Другий розділ присвячений аналітичній оцінці фінансового стану ПАТ «Рено Україна». В ньому представлено організаційно-економічну характеристику підприємства, діагностику фінансово-економічного стану, оцінку існуючої системи управління фінансовими результатами та напрями удосконалення аналізу фінансових результатів діяльності підприємства.

Робота містить рекомендації щодо покращення фінансового стану підприємства та підвищення ефективності управління його фінансовими ресурсами.

**Ключові слова:** фінансові результати, аналіз, аналіз діяльності, ефективність.

## Annotation

Shegeda O.S. Analysis of the financial results of PJSC Renault Ukraine. – Manuscript.

The bachelor's qualification work is presented for obtaining the degree of higher education «bachelor», field of knowledge 07 «Management and administration» specialty 076 «Entrepreneurship, trade and exchange activity». – Zhytomyr Polytechnic State University, Zhytomyr, 2024.

The bachelor's thesis is dedicated to the analysis of the financial results of PJSC «Renault Ukraine»; the work consists of two sections. The first section examines the theoretical foundations of analyzing the financial condition of an enterprise, including the essence and role of this analysis, the financial results management system, performance evaluation indicators, as well as regulatory and informational support.

The second section is devoted to the analytical assessment of the financial condition of PJSC «Renault Ukraine». It presents the organizational and economic characteristics of the enterprise, the diagnosis of its financial and economic condition, the assessment of the existing financial results management system, and the directions for improving the analysis of the financial results of the enterprise.

The thesis includes recommendations for improving the financial condition of the enterprise and enhancing the efficiency of managing its financial resources.

**Keywords:** financial results, analysis, performance analysis, efficiency.



## ЗМІСТ

|                                                                                                                                              |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <i>Вступ</i> .....                                                                                                                           | 4  |
| <i>Розділ 1. Теоретичні основи аналізу фінансового стану діяльності підприємства</i> .....                                                   | 6  |
| 1.1. Сутність та роль аналізу фінансового стану діяльності підприємства .....                                                                | 6  |
| 1.2. Система управління аналізу фінансових результатів діяльності підприємства .....                                                         | 14 |
| 1.3. Система показників оцінки ефективності аналізу фінансових результатів діяльності підприємства .....                                     | 21 |
| 1.4. Нормативно-правове та інформаційне забезпечення аналізу фінансових результатів діяльності підприємства .....                            | 29 |
| <i>Розділ 2. Аналітична оцінка стану та напрями удосконалення аналізу фінансового стану діяльності підприємства ПАТ «Рено Україна»</i> ..... | 38 |
| 2.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства .....                                                                              | 38 |
| 2.2. Діагностика фінансово-економічного стану діяльності підприємства ....                                                                   | 55 |
| 2.3. Оцінка існуючої системи управління діяльністю підприємства за темою дослідження: аналіз фінансового стану діяльності підприємства ..... | 67 |
| 2.4. Напрями удосконалення аналізу фінансових результатів діяльності підприємства .....                                                      | 78 |
| <i>Висновки</i> .....                                                                                                                        | 86 |
| <i>Список використаних джерел</i> .....                                                                                                      | 88 |
| <i>Додатки</i> .....                                                                                                                         | 96 |

## ВСТУП

**Актуальність роботи.** Аналіз фінансових показників компанії завжди мав велике значення в сфері бізнесу та економіки. Незалежно від галузі або ринку, на якому працює компанія, ретельний аналіз її фінансових показників є ключовим елементом успішного управління. Це особливо актуально в умовах постійних змін у світовій економіці, регуляторних вимог та конкуренції. Дослідження в цій сфері дозволяють компаніям визначити свої сильні та слабкі сторони, виявити тенденції у фінансових показниках та оцінити свою фінансову стабільність і прибутковість. Це корисно для власників та менеджерів компаній, які мають приймати стратегічні рішення, а також для інвесторів, банків, регуляторів та інших зацікавлених сторін, які оцінюють фінансове різноманіття та потенціал. Дослідження в цій галузі включають аналіз таких фінансових показників, як прибутковість, ліквідність, платоспроможність, оборотність активів і структура капіталу. З огляду на швидкозмінне бізнес-середовище, такий аналіз може допомогти компаніям адаптуватися до нових умов і залишатися конкурентоспроможними.

Метою аналізу фінансових результатів діяльності підприємства є зрозуміння його фінансового стану та виявлення ключових факторів, які впливають на його успішність.

**Об'єктом дослідження** у бакалаврській кваліфікаційній роботі виступає аналіз фінансового стану діяльності підприємства.

**Предметом** – теоретичні, методичні та прикладні засади підвищення рентабельності господарської діяльності підприємства.

**Методи дослідження.** Для аналізу фінансових результатів діяльності підприємства використовуються різноманітні методи та інструменти, які допомагають зрозуміти його фінансовий стан, ефективність та стійкість. Горизонтальний аналіз дозволяє порівнювати фінансові показники підприємства протягом кількох періодів, щоб виявити тенденції та зміни в часі. Вертикальний аналіз допомагає визначити структуру фінансів підприємства, порівнюючи різні

компоненти фінансових звітів (наприклад, відносну величину активів, зобов'язань та власного капіталу). Використання різних показників, таких як рентабельність активів, рентабельність власного капіталу, рентабельність продажів тощо, для оцінки ефективності використання ресурсів та генерації прибутку. Аналіз здатності підприємства виконувати свої поточні зобов'язання шляхом порівняння поточних активів з поточними зобов'язаннями. Аналіз показників заборгованості та оборотності включає аналіз часу обороту запасів, періоду оплати кредиторської заборгованості, а також періоду оплати боргової заборгованості, що допомагає зрозуміти ефективність управління оборотним капіталом. Фінансове планування та прогнозування. Розробка фінансових планів та прогнозів на майбутнє на основі історичних даних та урахування різних сценаріїв розвитку подій.

Ці методи можуть використовуватися окремо або в поєднанні з іншими для отримання комплексної оцінки фінансового стану підприємства. Важливо враховувати конкретні потреби та цілі дослідження при виборі методів.

**Інформаційною базою дослідження** виступили наукові фахові, навчальні та методичні публікації провідних вітчизняних та зарубіжних вчених, чинне законодавство України, статистичні дані, дані фінансової та управлінської звітності досліджуваного підприємства.

**Практичне значення одержаних результатів.** Практичне значення результатів аналізу фінансових результатів діяльності підприємства може бути значущим для різних зацікавлених сторін, включаючи власників, керівників, інвесторів, кредиторів, урядові органи та інші зацікавлені сторони. Результати аналізу фінансових результатів допомагають керівництву підприємства приймати обґрунтовані рішення з питань стратегічного та оперативного управління. Отже, аналіз фінансових результатів діяльності підприємства має велике практичне значення для прийняття рішень, визначення стратегій розвитку та забезпечення фінансової стабільності та успішності підприємства.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

### **1.1. Сутність та роль аналізу фінансового стану діяльності підприємства**

Фінансовий аналіз – це процес вивчення діяльності компанії в контексті її промисловості та економічного середовища з метою прийняття рішень, або рекомендацій. Часто рішення та рекомендації, розглянуті фінансовими аналітиками, стосуються надання капіталу компаніям – зокрема, чи інвестувати в боргові або акціонерні цінні папери, та за якою ціною. Боргові цінні папери — це фінансові активи, які визначають умови позики між емітентом (позичальником) та інвестором (кредитором). Умови боргового цінного паперу зазвичай включають основну суму, що має бути повернута після настання терміну погашення позики, виплати процентної ставки та дату погашення або дату поновлення. Інвестори, зазвичай стурбовані тим, чи здатне підприємство виплачувати відсотки, та погашати основний кредит. Інвестор в акціонерні цінні папери є власником з залишковими відсотками в компанії і стурбований здатністю компанії виплачувати дивіденди, а також чи зросте вартість акції. В цілому, центральним напрямком фінансового аналізу є оцінка здатності компанії отримувати прибуток від свого капіталу, який принаймні дорівнює вартості цього капіталу, щоб вигідно зростати, а не лише для того, щоб повернути вкладені кошти.. З точки зору кредитора оборотні кошти завжди з перших показників, які необхідно враховувати. Аналізуючи фінансову звітність компанії, можна зробити висновок про її фінансовий стан і те, як вона діяла в періоди, за які проводиться аналіз і які майбутні тенденції для цього підприємства. Використовуючи різні показники ліквідності, можна передбачити, чи зможуть компанії виконати свої короткострокові зобов'язання, використовуючи наявні у них оборотні активи. Коефіцієнти ліквідності мають велику перевагу бути відносно точними щодо їх компонентів, оскільки в короткостроковій перспективі в системі обліку доступні

більш реалістичні дані, ніж для аналізу довгострокових активів і джерел. При певних сферах діяльності ступінь ліквідності може відрізнятися сезонно. Кредитор зацікавлений в ліквідності, тому що вона «захищає» його від небажаної ситуації нестачі готівки. Зазвичай фінансовий аналіз починається з інформації, знайденої у фінансових звітах компанії. Ці фінансові звіти включають перевірену фінансову звітність, додаткові документи, для кращого розкриття інформації, що вимагаються контролюючими органами, а також коментарі керівництва. Базовий аналіз фінансової звітності – забезпечує основу, яка дозволяє аналітику краще зрозуміти інформацію, зібрану у фінансових звітах, та вже на основі цієї інформації робити висновки, щодо подальших інвестицій, або їх припинення. Фінансовий аналіз відіграє вирішальну роль в успіху бізнесу, надаючи уявлення про фінансовий стан компанії. Аналіз фінансової звітності є ключовим компонентом фінансового аналізу, який дозволяє підприємствам оцінювати свої показники, визначати сфери для поліпшення та приймати обґрунтовані рішення. Цей звіт досліджує вадливість фінансового аналізу для бізнесу, включаючи те, як він допомагає з інвестиціями та проведенням акцій, планами, рішеннями та управліннями, наданням кредитів та оцінкою фінансового стану компанії. Методи аналізу фінансової звітності, включаючи аналіз коефіцієнтів, аналіз тенденцій та порівняльний аналіз, також обговорюються в цьому звіті. В цілому фінансовий аналіз є критичним інструментом для бізнесу для прийняття обґрунтованих рішень, ефективного розподілу ресурсів та досягнення фінансових цілей.

В умовах подальшого розвитку ринкових відносин в Україні важливе значення для успішної виробничо-господарської діяльності має аналіз фінансових результатів. Проблеми організації та методики аналізу фінансових результатів на підприємствах досліджували, зокрема, видатні вітчизняні та зарубіжні вчені. Проблеми організації та методики аналізу фінансових результатів на підприємствах досліджували, зокрема, видатні вітчизняні та зарубіжні вчені: М.І. Баканов, С.Б. Бернгольд, Л.А. Бернстайн, В.М. Івахненко, К.В. Ізмайлова, І.І. Каракоз, В.В. Ці автори всебічно висвітлюють методологію, основні принципи та етапи проведення організаційного аналізу. Вони всебічно висвітлюють

методологію, основні принципи та етапи проведення організаційного аналізу. Все це залишається основною базою для наукових досліджень та для подальшого вдосконалення досліджень, аналізу та практики і реалізуються на практиці. Однак навіть теоретично правильні методи не завжди мають практичне застосування в діяльності підприємств.

Метою даної роботи є розробка методики аналізу та поглиблення аналізу фінансових результатів ринкової економіки. Інформаційною базою для аналізу фінансових результатів є фінансова звітність підприємства. Залежно від мети дослідження деякі статті звіту можуть бути замінені або розділені, можуть бути консолідовані, але тільки в тому випадку, якщо це відповідає розміру чистого прибутку за звітний рік.

Аналіз фінансових результатів включає в себе: горизонтальний аналіз, вертикальний аналіз, трендовий аналіз та факторний аналіз.

Горизонтальний аналіз. Вивчення динаміки окремих абсолютних і відносних показників за ряд років. Горизонтальний аналіз оцінює тенденції відношення значень. Якщо ви інвестор, який розглядає можливість інвестування в компанію, переглянути тільки звіт про баланс або звіт про прибуток на кінець року буде недостатньо, щоб судити про компанію, чи варто в неї інвестувати. Потрібно подивитися на декілька років діяльності цього підприємства, щоб бути впевненим. А ще краще, побачити багаторічні баланси та декларації про доходи та порівняти їх. Завдяки горизонтальному аналізу фінансової звітності можна побачити фактичні дані за кілька років, що дасть змогу порівняти кожен пункт. І виходячи з цього можна прогнозувати майбутнє і розуміти тенденцію. Не потрібні спеціальні фінансові навички, щоб з'ясувати різницю між даними попереднього та минулого року. Увага до деталей та логіка, дозволить розшифрувати, чому відбуваються зміни. Горизонтальний аналіз дозволяє порівнювати фінансові дані з часом, виділяючи тенденції, закономірності та зміни продуктивності. Це допомагає визначити області зростання або зниження, оцінити ефективність стратегій і приймати обґрунтовані рішення. Це дозволяє підприємствам відстежувати прогрес, оцінювати фінансову стабільність та визначити потенційні

ризика, або можливості.

**Вертикальний аналіз.** Вертикальний аналіз – це визначення питомої ваги кожного показника в загальному обсязі. Вертикальний аналіз, який часто називають загальним коефіцієнтним аналізом, є важливим фінансовим інструментом, що використовується в діловому та фінансовому світі для оцінки відносних пропорцій різних статей фінансової звітності. Метод виражає кожну статтю фінансової звітності у відсотках до ключового показника, як правило, загального доходу (для звітів про прибутки і збитки) або загальних активів (для балансів). Це дозволяє зацікавленим сторонам, таким як інвестори, аналітики та менеджмент, отримати цінну інформацію про фінансову структуру та результати діяльності компанії. У сфері фінансів вертикальний аналіз може допомогти порівняти структуру доходів і витрат у часі та в порівнянні з аналогами. Перетворення цифр у відсотки нормалізує фінансові дані та полегшує виявлення тенденцій, закономірностей і проблемних областей. Цей аналіз показує, чи правильно компанії розподіляють доходи і витрати.

**Трендовий аналіз.** Трендовий аналіз дозволяє дослідити темпи зростання (темпів приросту) показника за кілька років. Трендовий аналіз – це аналітичний метод, який зазвичай використовується для інтерпретації будь-якої закономірності в наборі даних. Він широко використовується в економіці, фінансах і маркетингу. За допомогою цього методу аналітики змінюють напрямок і величину того, що відбувається, щоб приймати обґрунтовані рішення і прогнози. «Аналіз ринкових тенденцій – це ваш друг» – добре відома приказка в індустрії трейдингу. Трейдери отримують прибуток, слідуючи трендам, але аналіз трендів – це нелегка робота. Аналіз тенденцій в бухгалтерському обліку може бути використаний менеджерами та аналітиками для прогнозування майбутніх фінансових звітів. Без належного аналізу минулих подій небезпечно сліпо слідувати їм. Історична структура набору даних в аналізі ринкових тенденцій надає багато інформації за допомогою трендового аналізу. Для виробничої компанії аналіз тенденцій є найбільш корисним, коли існує послідовна схема даних протягом тривалого періоду. Однак, якщо компанія нещодавно

розширилася в новій галузі, аналіз трендів може бути менш цінним, оскільки може бути недостатньо даних для запису моделей або тенденцій.

**Факторний аналіз.** Оцінка факторів, що впливають на значення результативних показників. Факторний аналіз широко використовується в сегментаційних дослідженнях. Він може бути використаний для безпосереднього сегментування покупців або клієнтів або слугувати проміжним етапом для мінімізації кількості змінних і підготовки до сегментування. Після мінімізації кількості змінних і спрощення ситуації корисним є факторний аналіз. При проведенні що включають значну кількість питань за шкалою Лайкерта, можна керувати великою кількістю змінних. Спрощуючи дані за допомогою факторного аналізу, аналітики можуть краще зосередитися на результатах і зрозуміти їх. Досліджуючи задоволеність споживачів продуктом, дослідники зазвичай використовують анкету, щоб поставити низку запитань про продукт, про який йдеться. Ці запитання охоплюють низку тем, пов'язаних з продуктом, таких як характеристики продукту, простота придбання, використання, ціна та привабливість. Вони регулярно піддаються кількісній оцінці. Тим часом дослідники шукають «фактори» або існуючі характеристики, які сприяють загальному добробуту споживачів. Більшість з них є ментальними та емоційними реакціями на продукт і не можуть бути виміряні однозначно. Факторний аналіз використовує змінні, отримані в результаті дослідження, щоб вивести фактори обхідним шляхом.

Дослідження сутності поняття «фінансовий результат», установлення його ролі у системі управління підприємством представляє значний науковий та практичний інтерес. Кожне підприємство використовує відповідну кількість трудових, матеріальних, фінансових та інформаційних ресурсів відповідно до своєї місії та цілей. Мета підприємства полягає в тому, щоб використовувати ці ресурси на високому рівні та ефективно, щоб підприємство могло в кінцевому підсумку досягти хороших фінансових результатів. Фінансові результати підприємства – це підсумок його фінансової діяльності, тобто прибутковість, платоспроможність, можливості економічного зростання,

конкурентоспроможність і, зрештою, ринкова вартість підприємства. Тому важливим науково-практичним питанням є аналіз сутності поняття «фінансовий результат» та визначення його ролі в системі корпоративного управління. Будучи одним з центральних показників діяльності підприємства, фінансові результати також використовуються як показник, що відображає напрямок розвитку підприємства. У сучасних умовах господарювання зростає самостійність і відповідальність підприємств у розробці та прийнятті управлінських рішень, спрямованих на забезпечення ефективної діяльності підприємства. Ефективність фінансової, інвестиційної та виробничої діяльності підприємства відображається в отриманих фінансових результатах. Фінансові результати є важливим результативним показником, який інтегрує всю фінансову діяльність підприємства і дозволяє пов'язати її з іншими економічними показниками. Виробнича та фінансова діяльність підприємства пов'язана зі значними вкладеннями грошових, трудових і матеріальних ресурсів. Метою будь-якого підприємства є раціональне використання залучених ресурсів, що в кінцевому підсумку відображається на фінансових результатах його діяльності. Всі без винятку організації приділяють особливу увагу процесу формування фінансових результатів. Фінансові результати як універсальна економічна категорія дозволяють врахувати дві основні цілі господарської діяльності – максимізацію доходів і мінімізацію витрат. Інформація про доходи і витрати збирається безперервно і послідовно за допомогою систем внутрішньогосподарського контролю. Багато науковців поділяють таке розуміння фінансових результатів діяльності організації. Однак існують значні розбіжності у трактуванні цього поняття. Фахівці в галузі економіки, фінансів, бухгалтерського обліку та права акцентують увагу на специфічних характеристиках та змісті фінансових результатів. Зрозуміло, що управління фінансовими результатами передбачає вивчення і використання факторів, які найбільше впливають на результат господарсько-фінансової діяльності підприємства, а також прийняття і реалізацію рішень, які, з одного боку, збільшують доходи, а з іншого – зменшують витрати. Для досягнення першого завдання – збільшення доходів – необхідно планувати,

оцінювати та аналізувати наслідки диверсифікації діяльності, цінову політику, динаміку виконання поставлених завдань і продажів, ритмічність продажів, вплив різних факторів (змінності, завантаження потужностей, цінової політики, фондоозброєності, персоналу тощо), сезонність виробництва (продажів), значні обсяги виробництва (продажів) за видами продукції (послуг). Результати планово-аналітичних розрахунків зазвичай подаються у вигляді таблиць, що відображають фактичні (базові) та планові (прогнозні) обсяги продажів і відхилення від них у грошовому, натуральному та відсотковому вираженні. У цьому випадку пошук і акумулювання факторів, що сприяють збільшенню доходів, є обов'язком вищого керівництва компанії, а також маркетингової служби. Роль фінансового відділу зводиться переважно до обґрунтування збалансованої цінової політики, оцінки економічної ефективності та доцільності нових джерел доходів, а також контролю за дотриманням внутрішньої директивної системи показників рентабельності для існуючих і нових видів продукції.

Основна роль фінансового аналізу полягає в наданні керівництву корисної інформації для прийняття бізнес-рішень. Керівництво розглядає інвестиційні можливості, аналізує економічні умови, результати діяльності компанії та основу для прогнозування майбутніх показників, а також рекомендують дії, такі як купівля та продаж акцій, виходячи із загальної перспективи та очікуваних результатів діяльності компанії. Фінансову звітність можна читати по-різному. По-перше, фінансову звітність можна порівняти з попередніми періодами, щоб краще зрозуміти зміни з часом. Фінансову звітність також можна читати, порівнюючи її з показниками конкурентів та інших гравців галузі. Порівнюючи фінансову звітність з іншими компаніями, аналітики можуть краще зрозуміти, які компанії працюють найкраще, а які відстають від галузі. Фінансовий аналіз може допомогти вам зрозуміти фінансовий стан вашої компанії, визначити її кредитоспроможність, прибутковість і здатність генерувати прибуток, а також глибше зрозуміти, наскільки ефективно ви працюєте у своїй компанії. Таким чином, цей аналіз є цінною перевіркою для кращого розуміння потреб вашої компанії. Більш повне розуміння податкової ситуації вашої компанії може

допомогти оптимізувати управління, що в кінцевому підсумку призведе до збільшення прибутку та фінансової стабільності.

Він також розглядає потенційні ризики, які можуть вплинути на ринок. Це допоможе розробити ефективну бізнес-стратегію та мінімізувати вплив цих ризиків. Фінансовий аналіз вивчає та інтерпретує фінансову інформацію для оцінки результатів діяльності, стабільності та потенціалу окремих осіб, організацій та інвестицій. Він оцінює фінансові звіти, коефіцієнти та інші відповідні дані, щоб отримати уявлення про фінансовий стан, прибутковість, ліквідність і платоспроможність організації. Аналіз цих показників сприяє прийняттю обґрунтованих рішень, оцінці ризиків та стратегічному плануванню. Він забезпечує комплексне розуміння фінансового стану компанії та допомагає визначити тенденції, потенційні ризики та можливості для зростання. Фінансовий аналіз є важливим інструментом для зацікавлених сторін для прийняття обґрунтованих фінансових рішень на основі об'єктивної оцінки. Послідовний аналіз фінансових даних дає уявлення про прибутковість, ліквідність, платоспроможність та ефективність. Це дозволяє оцінити інвестиційні можливості, управляти ризиками та оптимізувати ресурси. Аналіз також допомагає встановлювати реалістичні цілі, розробляти стратегії та підтримувати прозорість із зацікавленими сторонами. Він також забезпечує дотримання стандартів бухгалтерського обліку, нормативних актів і вимог до звітності та сприяє етичній фінансовій практиці.

Крім того, цей вид аналізу також дуже корисний, якщо потрібно залучити кошти або подати заявку на отримання кредиту. Більшість фінансових установ вимагають баланс, включаючи фінансовий аналіз, щоб визначити здатність вашої компанії погасити кредит. Нарешті, фінансовий аналіз може виявити позицію вашої компанії по відношенню до її галузі і дозволить стежити за вашими конкурентами.

## **1.2. Система управління аналізу фінансових результатів діяльності підприємства**

Система управління аналізом фінансових результатів діяльності підприємства – це сукупність інструментів, методів та засобів, спрямованих на оцінку, аналіз та контроль фінансових результатів діяльності підприємства з метою прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Основними цілями таких систем є забезпечення ефективного використання фінансових ресурсів, максимізація прибутку та мінімізація ризиків. Управління аналізом фінансової діяльності передбачає збір, обробку та інтерпретацію фінансової інформації, визначення фінансових показників і порівняння їх з попередніми періодами або галузевими стандартами.

Система управління описує спосіб, у який бізнес організовує свої структури та процеси для забезпечення систематичних дій, безперебійних процесів та досягнення запланованих результатів. Сучасні системи менеджменту часто слідують циклу: плануй – роби – перевіряй – дій. Ефективні системи управління базуються на структурованих та оптимізованих процесах і керуються ними. Таким чином, вони забезпечують систематичний і безперервний розвиток організації за допомогою чітких правил, ролей і процесів. Системи управління можуть використовуватися в усіх секторах, залежно від сфери діяльності компанії та цілей, яких вона хоче досягти. Це може бути конкретний сектор, наприклад, транспорт і логістика, автомобільна промисловість або охорона здоров'я, або навіть міжгалузевий сектор. Сучасні системи менеджменту, засновані на стандартах ISO, дотримуються тієї ж логіки, так званої структури високого рівня, але охоплюють різні аспекти. Найпоширенішим є всесвітньо відомий стандарт системи управління якістю ISO 9001.

Основними компонентами системи управління аналізом фінансових результатів є фінансова звітність, бюджетування, планування та прогнозування, контроль витрат, оцінка ризиків та прийняття управлінських рішень на основі зібраної інформації. Вона є важливою складовою стратегічного управління компанією і дає можливість компанії досягати поставлених цілей і забезпечувати

сталий розвиток.

Фінансова звітність – це процес документування та передачі інформації про фінансову діяльність та результати діяльності за певний період часу, зазвичай на кварталній або річній основі. Компанії використовують фінансову звітність для організації бухгалтерського обліку та звітування про свій поточний фінансовий стан. Фінансова звітність також важлива для прогнозування майбутньої прибутковості, позиції та зростання галузі, і багато фінансових звітів є загальнодоступними. Існує низка ключових звітів, які слід використовувати при поданні фінансових даних, і інформація в цих документах відповідає багатьом важливим цілям фінансової звітності.

Відстеження грошового потоку це процес фінансового менеджменту, який аналізує надходження та вибуття грошових коштів для оцінки ліквідності, фінансового стану та здатності компанії виконувати свої фінансові зобов'язання. Цей аналіз допомагає компаніям визначити сфери, в яких вони можуть покращити свої грошові потоки та вжити превентивних заходів для ефективного управління фінансами. Аналіз грошових потоків важливий для компаній, оскільки розуміння часу та обсягів надходжень і відтоку грошових коштів може вплинути на їхню здатність оплачувати рахунки, виконувати свої фінансові зобов'язання та розвивати фінанси. Аналіз грошових потоків дозволяє компаніям виявляти потенційний дефіцит або надлишок грошових коштів, відповідно коригувати свої фінансові стратегії та приймати обґрунтовані рішення щодо інвестування в нові проекти та варіанти фінансування. Крім того, аналіз грошових потоків може допомогти виявити недоліки в бізнесі та вжити заходів для скорочення витрат і підвищення прибутковості. Звіт про рух грошових коштів – це фінансовий звіт, який показує надходження та вибуття грошових коштів за певний період часу. Він містить підсумок грошових надходжень і виплат компанії за цей період.

Оцінка активів і зобов'язань: Кожна компанія має фінансовий план для досягнення успіху, і баланс є ідеальним його відображенням. Баланс – це, по суті, рівняння, яке підсумовує всі активи з одного боку і балансує зобов'язання і власний капітал з іншого боку, даючи точну картину розвитку бізнесу. Активи

дорівнюють сумі зобов'язань та власного капіталу. Підприємства повинні знаходити креативні способи фінансування своїх активів. Запозичуючи або випускаючи акціонерний капітал, компанії можуть отримати ресурси, необхідні для успішного зростання і розвитку. Кредит від банку збільшить активи та пасиви компанії. Додаткове вливання капіталу від інвесторів у формі акціонерного капіталу ще більше збільшить портфель активів і резерви власного капіталу. Ефективне управління фінансами гарантує, що доходи, отримані поза витратами, реінвестуються у відповідні рахунки – готівку, пайові фонди, запаси та інші корпоративні активи – і що всі аспекти здорового розвитку бізнесу є збалансованими. Щоб зрозуміти фінансову поведінку галузі, дуже важливо проаналізувати та порівняти баланси подібних підприємств фактори ризику, характерні для підходу кожного сектору до фінансування. Це кращого розуміння варто мати уявлення про те що таке активи, та зобов'язання.

Ефективна система управління аналізом фінансових результатів діяльності підприємства має бути цілісною, систематизованою і динамічною. Система управління може включати в себе такі елементи: визначення цілей, вибір ключових показників, збір і аналіз даних, моніторинг та оцінка, звітність та комунікація, постійне вдосконалення.

Визначення цілей, це першочерговий етап, де визначаються конкретні фінансові цілі, які підприємство прагне досягти. Ці цілі повинні бути спрямовані на досягнення стратегічних пріоритетів підприємства. Наприклад, цілі можуть включати збільшення рентабельності, оптимізацію використання ресурсів або зниження фінансового ризику. Для ефективного управління аналізом фінансових результатів підприємства важливо, щоб цілі були чітко сформульовані та відповідали стратегічним завданням організації. Перш ніж почати аналіз, необхідно визначити, які аспекти фінансових операцій є найбільш важливими для успіху в конкретних ринкових і галузевих умовах. Потреби різних зацікавлених сторін, таких як власники, менеджмент, інвестори та кредитори, можуть бути враховані при встановленні цілей аналізу. Наприклад, якщо компанія прагне залучити нових інвесторів, однією з цілей аналізу може бути підвищення її

інвестиційної привабливості шляхом демонстрації стабільної прибутковості та ефективності управління ризиками. Ключові акціонери, топ-менеджмент, інвестори та фахівці покладаються на актуальні фінансові дані для прийняття рішень, бюджетного планування та моніторингу ефективності. Важливість відкритої комунікації та прозорості є життєво-важливою для підтримки збору коштів, інвестиційних можливостей та фінансового аналізу. Багато інвесторів та фінансових установ покладаються на інформацію, що міститься у фінансовій звітності компаній, для оцінки прибутковості, ризиків та майбутніх доходів. Фінансова звітність має вирішальне значення для проведення аналізу та прийняття бізнес-рішень. Використання фінансової звітності підвищує підзвітність і допомагає аналізувати ключові фінансові дані. Такі документи, як звіти про прибутки і збитки та баланси, надають інформацію в режимі реального часу, яку можна використовувати для відстеження минулих результатів діяльності, визначення ключових статей витрат і складання більш точних прогнозів. Завдяки вдосконаленим моделям даних і детальному фінансовому аналізу звітність допомагає компаніям оцінювати поточну діяльність і приймати рішення щодо майбутнього розвитку. Крім того, цілі аналітики можуть змінюватися з часом залежно від змін у корпоративній стратегії та зовнішніх факторів, що впливають на бізнес-операції. Наприклад, під час зростання компанія може прагнути збільшити частку ринку, а під час економічної невизначеності — зменшити витрати та збільшити ліквідність. Визначення мети аналізу фінансових результатів компанії є важливим кроком у визначенні фокусу та напрямку аналізу, а також допомагає забезпечити відповідність аналізу стратегічним потребам і місіям організації.

Після визначення цілей аналізу фінансових результатів діяльності підприємства наступним важливим кроком є вибір ключових фінансових показників, які будуть використовуватися для вимірювання прогресу досягнення цих цілей. Ось кілька ключових показників, які можуть бути використані: рентабельність, ліквідність, фінансова стійкість, оборотність активів. Рентабельність, цей показник вимірює ефективність використання ресурсів

підприємства та його здатність генерувати прибуток. Включає такі показники, як валовий прибуток, чистий прибуток, рентабельність активів і рентабельність власного капіталу. Ліквідність, цей показник вказує на здатність підприємства виконувати свої поточні зобов'язання. Включає такі показники, як поточне співвідношення, швидке співвідношення та коефіцієнт оборотності запасів та заборгованості. Фінансова стійкість, цей показник вимірює рівень ризику, пов'язаного з фінансовими зобов'язаннями підприємства. Включає такі показники, як коефіцієнт покриття відсотків і коефіцієнт заборгованості. Оборотність активів, цей показник вимірює ефективність використання активів підприємства для генерації прибутку. Включає такі показники, як коефіцієнт оборотності активів та коефіцієнт оборотності запасів. Вибір правильних ключових показників є критичним для успішного аналізу фінансових результатів і досягнення стратегічних цілей підприємства. Ці показники надають важливу інформацію про фінансове здоров'я та ефективність управління, що допомагає у прийнятті обґрунтованих рішень для подальшого розвитку і успіху підприємства.

Налаштування системи збору та аналізу фінансових даних є важливим кроком у процесі управління та аналізу фінансових результатів компанії. Щоб забезпечити ефективний збір та аналіз даних, необхідно розгортати сучасні технології та інформаційні системи для автоматизації цього процесу. Першим кроком у впровадженні системи є вибір правильної інформаційної системи для обліку та звітності. Ці системи повинні бути гнучкими і відповідати потребам конкретного бізнесу. Вони повинні надавати можливість збирати, зберігати та обробляти фінансові дані з різноманітних джерел, таких як бухгалтерські документи, банківські виписки та інші фінансові документи. Далі необхідно налаштувати процес автоматичного збору даних з цих джерел та їх інтеграції в обрану інформаційну систему. Це може включати встановлення API для зв'язку з іншими програмними продуктами та базами даних, а також розробку спеціалізованих інтеграційних рішень. Після збору даних необхідно проаналізувати дані за допомогою відповідних аналітичних інструментів і методів. Це може включати використання фінансових моделей, обчислення

ключових показників і створення діаграм і звітів. Важливим аспектом є забезпечення безпеки та безпеки фінансових даних під час збору, зберігання та обробки. Тому для передачі фінансової інформації необхідно використовувати захищені канали зв'язку та захист даних. Загалом, створення системи збору та аналізу фінансових даних є важливим кроком у процесі управління фінансовими результатами компанії, що допомагає забезпечити доступність, точність і надійність інформації для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Регулярний моніторинг та оцінка фінансових результатів є важливим кроком у системі управління фінансовим аналізом компанії. Цей процес вимагає систематичного аналізу фінансових даних для виявлення будь-яких відхилень від запланованих цілей і стандартів. Перш за все, необхідно визначити періодичність моніторингу – це може бути щоденний, щотижневий, місячний або кварталний аналіз, залежно від потреб компанії та специфіки її діяльності. Під час моніторингу важливо перевіряти фактичні фінансові показники, такі як прибуток, витрати та доходи, із запланованими значеннями та стандартами ефективності. У разі виявлення невідповідностей потрібно швидко вжити заходів щодо їх усунення. Це може включати перегляд стратегій, зміну бюджетів, оптимізацію процесів або переналаштування ресурсів. Крім того, під час моніторингу важливо враховувати зміни зовнішнього середовища, такі як зміни ринкових умов, конкуренції, законодавства тощо, які можуть вплинути на фінансові результати. Усі ці дії допомагають забезпечити стабільність та ефективність фінансової діяльності компанії та забезпечити її довгостроковий успіх.

Правильно налагоджена система звітності та ефективна інформація про фінансові результати є важливим аспектом управління фінансовим аналізом компанії. Це забезпечує прозорість, доступність і розуміння фінансової інформації для різних зацікавлених сторін. Перш за все, необхідно розробити систему звітності, включаючи підготовку різних типів звітів, таких як баланси, звіти про результати діяльності, звіти про готовність платити, а також інші звіти, додаткові аналізи, якщо це необхідно. Ці звіти мають бути чіткими, конкретними та зрозумілими для громадськості. Після підготовки звітів необхідно представити

їх різним зацікавленим сторонам. Комунікація фінансових результатів може відбуватися через зустрічі, презентації, електронні звіти або веб-конференції, залежно від потреб і можливостей компанії та її аудиторії. Ключові зацікавлені сторони, такі як керівництво, акціонери, інвестори та співробітники, повинні отримувати своєчасну та регулярну фінансову інформацію, щоб бути в курсі фінансових показників і стану компанії. Ефективна звітність та повідомлення про фінансові результати підвищує довіру до компанії, забезпечує стабільність і привабливість для інвесторів, а також підтримує внутрішню мотивацію та ефективну співпрацю співробітників.

Важливим аспектом забезпечення ефективності та конкурентоспроможності є постійне вдосконалення системи управління аналізом фінансових результатів компанії. Це вимагає постійного оновлення аналітичних методів, процесів та інструментів з урахуванням змін в економічному середовищі та стратегії компанії. Одним з аспектів постійного вдосконалення є оновлення методів аналізу фінансових результатів. Це може включати використання найновіших аналітичних інструментів і моделей для отримання більш точних і глибоких результатів аналізу. Наприклад, використання штучного інтелекту та машинного навчання для прогнозування фінансових показників і визначення тенденцій. Крім того, важливо постійно оновлювати системи збору та обробки фінансових даних для підвищення їх якості, доступності та швидкості обробки. Це може включати впровадження нових програмних продуктів і технологій, автоматизацію процесів і вдосконалення систем захисту даних. Також важливо постійно контролювати ефективність системи управління фінансовим аналізом і вносити корективи, якщо необхідно. Це допомагає швидко виявляти та вирішувати проблеми, а також покращувати процеси та підвищувати ефективність управління фінансами. Зрештою, постійне вдосконалення системи управління, яка аналізує фінансові результати компанії, є ключовим фактором для забезпечення успіху та стійкості компанії в динамічному економічному середовищі.

### **1.3. Система показників оцінки ефективності аналізу фінансових результатів діяльності підприємства**

Виходячи з того, що загальний розвиток і добробут суспільства є багатовимірним явищем і має бути виміряний корпоративними показниками, на основі фінансових показників. Вимірювання ефективності діяльності компанії також включає в себе вимірювання ефективності. При розробці системи вимірювання ефективності нові інформаційні технології є фактором, що уможливорює «революцію у вимірюванні» та вимірювання ефективності в режимі реального часу. Сучасна інформатизація змінює основні передумови для належного функціонування підприємства, вводячи нові вимоги до вимірювання певних показників і систем управління та нові вимоги до систем управління. Конкурентний успіх підприємств залежить від їхньої здатності впроваджувати та ефективно використовувати нематеріальні ресурси. Сучасні компанії можуть бути успішними лише тоді, коли вони змінюються. Традиційні системи вимірювання ефективності та системи корпоративного управління базувалися на фінансових та бухгалтерських системах підприємств. Для того, щоб відповідати вимогам успішного управління бізнесом, були розроблені різні системи, які можна назвати сучасними системами.

Оцінка ефективності аналізу фінансових результатів діяльності підприємства є важливим етапом в управлінні бізнесом. Необхідно використовувати різні показники, щоб отримати загальну картину фінансового стану та результатів діяльності компанії. Система показників для такої оцінки може розглядатися з різних точок зору, включаючи фінансову стійкість, прибутковість, ліквідність та інші важливі аспекти. По-перше, важливо визначити показники фінансової стійкості. До них відносяться співвідношення власного і позикового капіталу, співвідношення поточних і довгострокових зобов'язань до активів, а також здатність суб'єкта господарювання вчасно погашати свої зобов'язання. По-друге, важливим є визначити показники прибутковості. До них відносяться рентабельність активів, рентабельність власного капіталу та рентабельність

продажів. Ці показники показують ефективність використання ресурсів та здатність генерувати прибуток. По-третє, показники ліквідності, які показують здатність підприємства конвертувати активи в грошові кошти або короткострокові ресурси для виконання поточних зобов'язань. Показники ліквідності включають відношення поточних активів до поточних зобов'язань, тобто коефіцієнт поточної ліквідності. Крім того, система показників включає також ефективність використання ресурсів, наприклад, оборотність активів, оборотність запасів та оборотність боргу. Ці показники показують, наскільки ефективно компанія використовує свої активи та ресурси для отримання прибутку. Для того, щоб всебічно оцінити ефективність аналізу фінансових результатів, можна також провести порівняльний аналіз з попередніми періодами та порівняння з іншими компаніями в тій самій галузі. Це дає змогу виявити тенденції та визначити потенційні проблеми і можливості для компаній. Важливо зазначити, що жоден окремий показник не може дати повної картини фінансового стану компанії. Комплексна система показників забезпечує більш об'єктивну загальну картину і дає аналітикам і менеджерам інформацію, необхідну для прийняття обґрунтованих бізнес-рішень.

Валова рентабельність продажів визначає прибутковість фірм, перш ніж розглядати операційні витрати. Термін валова рентабельність прибутку відноситься до фінансової метрики, яку аналітики використовують для оцінки фінансового стану компанії. Валова маржа прибутку – це прибуток після вирахування собівартості реалізованих товарів. Простіше кажучи, валова маржа прибутку компанії – це гроші, які вона заробляє після обліку витрат на ведення бізнесу. Цей показник зазвичай виражається як відсоток продажів і також може бути відомий як коефіцієнт валової маржі. Валовий прибуток – це загальний прибуток компанії після вирахування витрат на ведення бізнесу. Простіше кажучи, валовий прибуток – це загальний обсяг продажів або виручка компанії за вирахуванням її витрат. Валова маржа прибутку, з іншого боку, це прибуток, яку компанія робить виражена у відсотках, використовуючи наведену вище формулу. Це один з ключових показників аналітики та інвестори дивляться, як це допомагає їм визначити, чи є

компанія фінансово здоровою. Компанії також можуть використовувати його, щоб побачити, де вони можуть зробити поліпшення за рахунок скорочення витрат і/або поліпшення продажів. Висока рентабельність валового прибутку бажана і означає, що компанія працює ефективно, а низька маржа свідчить про те, що є області, які потребують поліпшення. Його формула така:

$$\text{ВРП} = (V - \text{СПТ}/V) \times 100, \quad (1.1)$$

де  $V$  це виручка; СПТ – собівартість проданих товарів.

Коефіцієнт чистого прибутку або вимірює, скільки чистого доходу або прибутку генерується у відсотках від доходу. Це відношення чистого прибутку до доходів для компанії або бізнес-сегменту. Маржа чистого прибутку зазвичай виражається у відсотках, але також може бути представлена у десятковій формі. Маржа чистого прибутку ілюструє, скільки кожного долара доходу, зібраного компанією, перетворюється на прибуток. Маржа чистого прибутку є одним з найважливіших показників фінансового стану компанії. Відстежуючи збільшення або зменшення маржі чистого прибутку, компанії можуть оцінити, чи працює їхня поточна бізнес-практика, і спрогнозувати прибуток, що базується на виручці. Оскільки компанії виражають чистий прибуток у відсотках, а не у грошовому еквіваленті, можна порівнювати прибутковість двох або більше підприємств, незалежно від їхнього розміру.

Коефіцієнт чистого прибутку – ще один показник фінансової ефективності. Він вимірює прибутковість фірм після вирахування всіх витрат з валового прибутку. Вона оцінюється наступним чином:

$$\text{Ч} = (\text{Ч}/\text{Д}) \times 100, \quad (1.2)$$

де  $\text{Ч}$  – це чистий прибуток;  $\text{Д}$  – дохід.

Рентабельність капіталу – це показник фінансових показників, що розраховується шляхом ділення чистого доходу на власний капітал акціонерів.

Оскільки власний капітал акціонерів дорівнює активам компанії за вирахуванням її боргу, вважається прибутковістю чистих активів. Також вважається показником прибутковості корпорації і того, наскільки ефективно вона приносить прибуток. Чим вище, тим більш ефективним є управління компанією для отримання доходу та зростання від фінансування власного капіталу. Коефіцієнт рентабельності капіталу: Це показник прибутковості, який визначає здатність фірми генерувати прибуток від власного капіталу, який був придбаний у акціонерів. Він представлений:

$$\text{КРК} = \text{Ч} \div (\text{Чп} + \text{Чк}) \div 2, \quad (1.3)$$

де Ч – чистий прибуток; Чп – початковий капітал; Чк – кінцевий капітал.

Рентабельність активів, цей коефіцієнт прибутковості визначає здатність фірми ефективно використовувати активи для отримання прибутку. Термін рентабельність активів відноситься до фінансового співвідношення, яке вказує на те, наскільки прибутковою є компанія по відношенню до своїх загальних активів. Корпоративне управління, аналітики та інвестори можуть використовувати, щоб визначити, наскільки ефективно компанія використовує свої активи для отримання прибутку. Показник зазвичай виражається у відсотках, використовуючи чистий дохід компанії та її середні активи. Більш високий показник означає, що компанія є більш ефективною і продуктивною в управлінні своїм балансом для отримання прибутку, тоді як більш низький вказує на те, що є місце для поліпшення. Його формула така:

$$\text{КРК} = \text{Ч} \div (\text{Ап} + \text{Ак}) \div 2, \quad (1.4)$$

де Ч – чистий прибуток; Ап – активи на початок періоду; Ак – активи на кінець періоду.

Швидкий коефіцієнт це показник ліквідності. Він аналізує здатність фірм очищати короткострокові зобов'язання, використовуючи грошові кошти та їх

еквіваленти. Швидкий коефіцієнт, також відомий як кислотний тест або коефіцієнт ліквідності, вимірює здатність бізнесу платити свої короткострокові зобов'язання, маючи активи, які легко конвертуються в готівку. Цими активами є, а саме, грошові кошти, товарні цінні папери, дебіторська заборгованість. Ці активи відомі як «швидкі» активи, оскільки їх можна швидко конвертувати в готівку. Швидке співвідношення є показником короткострокової ліквідності компанії і вимірює здатність компанії виконувати свої короткострокові зобов'язання з найбільш ліквідними активами. Оскільки це вказує на здатність компанії миттєво використовувати свої майже грошові активи (активи, які можна швидко конвертувати в готівку) для погашення своїх поточних зобов'язань, це також називається коефіцієнтом кислотного тесту. «Кислотний тест» – це термін для швидкого тесту, призначений для отримання миттєвих результатів. Його формула така:

$$\text{Шк} = (\text{АП} - \text{З}) \div \text{ПЗ}, \quad (1.5)$$

де АП – поточні активи; З – запаси; ПЗ – поточні зобов'язання.

Поточний коефіцієнт вимірює ліквідність фірм. Він оцінює здатність фірми погасити короткострокові зобов'язання (використовуючи поточні активи). Коефіцієнт поточної ліквідності показує здатність бізнесу виконувати свої короткострокові зобов'язання. Ці зобов'язання зазвичай оплачуються за рахунок поточних активів. Коефіцієнт поточної ліквідності розраховується шляхом ділення поточних активів на поточні зобов'язання. Активи вважаються поточними, якщо вони можуть бути конвертовані в грошові кошти протягом одного року. Поточні зобов'язання – це зобов'язання, які, як очікується, будуть сплачені протягом одного року. Інвестори можуть використовувати ці коефіцієнти ліквідності для порівняння з аналогами та конкурентами. Таким чином, коефіцієнти поточної ліквідності допомагають інвесторам зрозуміти здатність компанії покривати свої короткострокові зобов'язання поточними активами. Коефіцієнт поточної ліквідності можна розрахувати, поділивши загальну суму поточних активів

компанії на загальну суму її поточних зобов'язань. Знову ж таки, поточні активи – це ресурси, які можуть бути негайно конвертовані в грошові кошти протягом року. До них відносяться грошові кошти, дебіторська заборгованість та запаси. Визначається вона наступним чином:

$$Пк = АП \div ПЗ, \quad (1.6)$$

де АП – поточні активи; З – запаси; ПЗ – поточні зобов'язання.

Оборотний капітал дає огляд операційної ліквідності компанії – чи є фірма ефективною в управлінні бізнес-операціями. Оборотною капітал визначається як різниця між поточними активами компанії (грошові кошти, дебіторська заборгованість, сировина, товари та готова продукція) та поточними зобов'язаннями (кредиторська заборгованість та інші поточні зобов'язання). Цей показник відображає ліквідність, операційну ефективність та короткостроковий фінансовий стан підприємства. Позитивні значення свідчать про здатність компанії погашати борги, розвиватися та інвестувати. Негативне значення вказує на те, що компанія не в змозі погасити існуючі борги, що може призвести до відстрочки платежів або банкрутства. Звичайно, ліквідність дебіторської заборгованості та запасів також необхідно ретельно оцінювати. У деяких випадках поточні активи можуть виглядати чудово на папері, але в реальності існують проблеми з дебіторами та неліквідними запасами готової продукції. Вона оцінюється наступним чином:

$$Ок = Ао - ПЗ, \quad (1.7)$$

де Ок – оборотний капітал; Ао – активи оборотні ; ПЗ – поточні зобов'язання.

Коефіцієнт боргових активів, це коефіцієнт кредитного плеча. Він вимірює здатність фірми виконувати свої короткострокові зобов'язання, довгострокові зобов'язання та борги. Коефіцієнт боргу, або сукупний борг до загальних активів, розраховується шляхом ділення загальної заборгованості компанії на її загальні активи. Це також називається відношення боргу до активів. Це коефіцієнт

кредитного плеча, який визначає, скільки боргу компанія несе в порівнянні з вартістю активів, якими вона володіє. Використовуючи цей показник, аналітики можуть порівняти важелі однієї компанії з важелями інших компаній тієї ж галузі. Ця інформація може відображати, наскільки фінансово стабільна компанія. Чим вище співвідношення, тим вище ступінь важеля. Залежно від середніх показників для галузі може бути більший ризик інвестування в цю компанію порівняно з іншою. Обчислюється наступним чином:

$$КБА = Зз \div А, \quad (1.8)$$

де коефіцієнт боргових активів; Зз – загальні зобов’язання; А – загальні активи.

Коефіцієнт боргу до власного капіталу: це показник ліквідності; вона оцінюється як частка зовнішньої відповідальності перед внутрішнім капіталом. Коефіцієнт боргу до власного капіталу використовується для оцінки фінансового плеча компанії і розраховується шляхом ділення загальних зобов’язань компанії на її акціонерний капітал. Співвідношення є важливою метрикою в корпоративних фінансах. Це міра ступеня, в якій компанія фінансує свої операції з боргом, а не з власними ресурсами. Обчислюється наступним чином:

$$КБА = Зз \div Зк, \quad (1.9)$$

де коефіцієнт боргових активів; Зз – загальні зобов’язання; Зк – загальний капітал.

Коефіцієнт акцій – це частка активів у акціонерному капіталі. У ньому вказується, скільки власного капіталу і боргу було використано для покупки того чи іншого активу.

$$КБА = За \div Зк, \quad (1.10)$$

де коефіцієнт боргових активів;  $Z$  – загальні активи;  $Z_k$  – загальний капітал.

Щоб компенсувати одновимірний характер кожного індикатора, необхідно створити систему індикаторів, тобто узгоджений набір індикаторів, який дає достовірну загальну картину стану певної системи, а не спеціальний набір наявних статистичних даних. В ідеалі система індикаторів надає інформацію про те, як окремі компоненти індикаторів поєднуються для отримання загального ефекту. Іншими словами, політична та інтерпретаційна цінність всієї інформації з системи індикаторів є більшою, ніж сума її частин. Щоб представити цю загальну картину, обрані індикатори повинні бути пов'язані між собою логічно або емпірично. Ці зв'язки повинні ґрунтуватися на моделі або концепції, яка пояснює, як працює система освіти. Сама модель дозволяє ширше оцінити зв'язки.

Сучасні системи вимірювання організаційної ефективності, як правило, є всеосяжними та комплексними. Це комплексний підхід до дуже складної бізнес-системи. Вона працює в складному і мінливому середовищі і будучи дуже складною системою, вони, як правило, застосовують комплексний і повний підхід. Їм потрібно досягти різноманітних цілей та інтересів. Стандарти мають ще одну економічну цінність. Вони базуються на вартості (вимірювання на основі вартості). Ці вартісно-орієнтовані стандарти з'явилися завдяки акціонерному підходу, який має на меті відобразити інтереси власників капіталу та компанії. Вони прагнуть відображати інтереси власників капіталу та бізнесу. Враховуючи, що недостатня капіталізація є проблемою для багатьох компаній, для бізнесу дуже важливо встановити такий стандарт. Враховуючи, що недостатня капіталізація є проблемою для багатьох компаній, компанії повинні знаходити способи залучення додаткового капіталу та залучення акціонерів. Компанії повинні знайти способи залучення додаткового капіталу та акціонерів. Найкращими способами залучення нових акціонерів є досягнення цілей існуючих акціонерів, Це знаходить своє відображення в фінансовому звіті.

Основним фактором, що впливає на ефективність діяльності будь-якого підприємства, є співвідношення між доходами та витратами, а в умовах переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності, це співвідношення може

збільшитися через вибір різної облікової політики (як амортизувати основні засоби, як формувати резерви сумнівної дебіторської заборгованості), несправедливу винагороду топ-менеджменту та основного персоналу, збільшення витрат на різноманітні послуги, такі як аудиторські, юридичні та ін.

#### **1.4. Нормативно-правове та інформаційне забезпечення аналізу фінансових результатів діяльності підприємства**

Регулювання організації бухгалтерського обліку фінансових результатів бізнесу є одним з важливих аспектів фінансового менеджменту, метою якого є забезпечення точності, надійності та відповідності бухгалтерської інформації стандартам і нормативним вимогам. Оскільки фінансова звітність є важливим інструментом для прийняття рішень різними зацікавленими сторонами, такими як інвестори, кредитори та державні установи, регуляторне регулювання має вирішальне значення для забезпечення його надійності та порівнянності. Перш за все, нормативні акти визначають основні принципи і стандарти, якими повинен керуватися бізнес при обліку своїх фінансових результатів. Ці принципи включають такі принципи, як неупередженість, надійність, своєчасність та порівнянність, які забезпечують чіткість та надійність фінансової звітності. Крім того, нормативні акти засновані на міжнародних стандартах фінансової звітності і національних стандартах, розроблених з урахуванням міжнародних вимог і конкретних вимог регулюючих органів або секторів економіки. Інвестори повинні розуміти управлінські рішення, що стоять за важливими видатками на розвиток компанії. Компанії прагнуть надати інвесторам корисну інформацію, хоча існують ризики втрати у наданні певної інформації, особливо комерційно конфіденційної інформації, яка може бути використана конкурентами. Крім того, нормативні акти встановлюють процедури і вимоги до внутрішнього контролю за визнанням фінансових результатів в бізнесі. Це включає регулярні перевірки рахунків, перевірки внутрішнього контролю та інші заходи щодо запобігання помилкам та шахрайству. Не менш важливим є визначення відповідальності за порушення

нормативних вимог до обліку фінансових результатів. Це може включати штрафи, адміністративну відповідальність, цивільні або кримінальні справи, адже нормативне регулювання організації, що враховує фінансові результати діяльності підприємства, сприяє забезпеченню прозорості, надійності і стабільності фінансової системи. Це важливий інструмент для забезпечення ефективного функціонування ринкової економіки та захисту інтересів усіх зацікавлених сторін.

Регулювання організації бухгалтерського обліку фінансових результатів бізнесу регулювання – це складний і багатогранний процес, який включає в себе різні аспекти і аспекти його реалізації. Перш за все, нормативні акти включають встановлення стандартів бухгалтерського обліку, які визначають методології та процедури ведення бухгалтерського обліку компаніями та підготовки фінансової звітності. Ці стандарти можуть бути широко визнані, наприклад, міжнародні стандарти фінансової звітності або національні стандарти, розроблені з урахуванням національних та регіональних деталей. Він охоплює різні аспекти бухгалтерського обліку, такі як класифікація активів та зобов'язань, оцінка, звітність про доходи та витрати. В абзаці першого пункту 44.2 статті 44 в редакції Закону № 71-VIII від 28.12.2014 платники податку, які відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» застосовують міжнародні стандарти фінансової звітності, ведуть облік доходів і витрат та визначають об'єкт оподаткування з податку на прибуток за такими стандартами з урахуванням положень цього Кодексу. Такі платники податку при застосуванні положень цього Кодексу, в яких міститься посилання на положення (стандарти) бухгалтерського обліку, застосовують відповідні міжнародні стандарти фінансової звітності. Згідно пункт 44.2 статті 44 доповнено абзацом п'ятим згідно з Законом № 2970-IX від 20.03.2023, іноземні компанії, визначені підпунктом 133.1.5 пункту 133.1 статті 133 цього Кодексу, [32] ведуть облік доходів і витрат та визначають об'єкт оподаткування з податку на прибуток підприємств за міжнародними стандартами фінансової звітності з урахуванням положень цього Кодексу. Такі платники податку під час застосування положень

цього Кодексу, в яких міститься посилання на положення (стандарт) бухгалтерського обліку, застосовують відповідні міжнародні стандарти фінансової звітності.

Другий важливий аспект-забезпечення дотримання встановлених норм і вимог. Для цього ви можете скласти рекомендації щодо механізмів та процедур управління, а також внутрішнього аудиту та саморегулювання. Він також може організувати навчальні заходи та тренінги для персоналу, щоб покращити розуміння та дотримання стандартів бухгалтерського обліку. Національне П(С)БО1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» (наказ Міністерства № 73 7.02.13 р.

Третє це регулювання звітності та розкриття інформації. Правила можуть встановлювати вимоги до змісту та форми фінансової звітності, а також до рівня деталізації інформації. Крім того, можуть бути встановлені вимоги до регулярності звітності та термінів її публікації. Це допомагає забезпечити прозорість та достовірність фінансової інформації для зацікавлених сторін.

Четвертий аспект це механізм контролю та відповідальності. Правила можуть передбачати зовнішній аудит фінансової звітності для забезпечення надійності та відповідності фінансової звітності стандартам. Також можуть бути встановлені процедури внутрішнього контролю та механізми відповідальності за порушення нормативних вимог. Класифікація доходів, що визначає методологічну основу їх формування бухгалтерська інформація про доходи підприємства як розкриття інформації про них у фінансовій звітності. Положення про бухгалтерський облік № 17 «прибутковий податок» (стандарт) (Наказ Мінфіну України від 28.12.2000 № 353) визначити методологічну основу для створення бухгалтерської інформації, що стосується корпоративного оподаткування, відстрочені податкові активи та зобов'язання, а також їх розкриття у фінансовій звітності (ф.1) Баланс). Положення про бухгалтерський облік (стандарт) 35 «податкові відмінності» визначає методологічну основу для створення інформації про податкові відмінності в бухгалтерському обліку та надає фінансову звітність.

Фінансова звітність, включаючи звіти про прибутки та збитки, баланси та звіти про рух грошових коштів, є необхідними інструментами для оцінки фінансових показників компанії. Ці звіти містять детальну інформацію про фінансовий стан, прибутковість та ліквідність компанії. Звіт про прибутки і збитки показує доходи і витрати за певний період, допомагає проаналізувати прибутковість і фінансові результати бізнесу. Баланс відображає фінансовий стан компанії на певну дату, включаючи її активи, зобов'язання та капітал. Звіт про рух грошових коштів показує виробництво і використання грошових коштів підприємством протягом звітного періоду.

Аудиторські звіти є важливим фактором забезпечення надійності та достовірності фінансової звітності компанії. Аудитори проводять об'єктивний огляд фінансової звітності, щоб визначити відповідність встановленим стандартам і принципам бухгалтерського обліку. Аудиторський звіт передбачає оцінку та підтвердження достовірності фінансової інформації третьою стороною, щоб допомогти інвесторам, кредиторам та іншим зацікавленим сторонам приймати обґрунтовані рішення. Важливість аудиторських звітів в контексті фінансового менеджменту та аналізу діяльності компанії важко переоцінити. Ці звіти становлять важливий компонент фінансової та корпоративної документації, забезпечують надійну основу для управлінських рішень та гарантують взаємну довіру між учасниками ринку та зацікавленими сторонами. По-перше, аудиторський звіт забезпечує достовірність фінансової звітності компанії. Вони стежать за тим, щоб інформація, представлена у фінансовій звітності, відповідала встановленим стандартам бухгалтерського обліку та відображала фактичний стан бізнесу. Це дозволяє інвесторам, кредиторам та іншим зацікавленим сторонам впевнено приймати рішення щодо співпраці та інвестицій. По-друге, аудиторський звіт виконує функцію раннього виявлення потенційних ризиків і проблем у фінансовому управлінні бізнесом. Цей аудит допомагає виявити слабкі місця в системах управління та контролю, а також потенційні загрози фінансовій стабільності. Це дозволяє компаніям своєчасно вживати заходів щодо усунення проблем і запобігання кризових ситуацій. Він також служить цінним джерелом

інформації для аудиторських звітів, управлінського аналізу та прийняття стратегічних рішень. Вони надають керівникам глибоке розуміння фінансових результатів та результатів діяльності компанії та допомагають визначити потенційні можливості для вдосконалення та розвитку. Крім того, аудиторські звіти допомагають гарантувати, що компанія відповідає вимогам законодавчих та регуляторних органів. Вони забезпечують прозорість і відкритість у фінансовій діяльності, що важливо для підтримки довіри споживачів, інвесторів та інших учасників ринку.

Отже, аудиторські звіти відіграють важливу роль у фінансовому управлінні та аналізі діяльності компанії, забезпечуючи надійну основу для прийняття стратегічних рішень та забезпечення сталого розвитку. Їх важливість полягає в здатності забезпечити об'єктивну оцінку фінансового стану бізнесу і сприяти підвищенню довіри до ринку.

Звіти та опитування фінансового аналізу надають додаткову інформацію та детальне розуміння фінансових результатів компанії. Вони можуть включати детальний аналіз фінансових показників, порівняльний аналіз з іншими компаніями та інші аналітичні дані, які допомагають зробити об'єктивні висновки щодо фінансової діяльності. Фінансові бази даних та портали надають доступ до широкого спектру фінансової інформації та інструментів аналізу. Вони дозволяють проводити порівняльний аналіз бізнесу з використанням різних фінансових показників і показників.

Наукові журнали та публікації є джерелом актуальної інформації та досліджень щодо сучасних тенденцій фінансового аналізу та сприяють вдосконаленню та вдосконаленню методів та підходів фінансового аналізу в нашій діяльності. Метою фінансової звітності є надання інформації про зміни у фінансовому становищі, ця інформація буде корисною для широкого кола користувачів фінансової звітності щоб приймати правильні бізнес-рішення. Також корисно знати фінансові аспекти минулих подій.

Будь-який ефект транзакції та інші події розпізнаються в міру їх виникнення. Коли грошові кошти або їх еквіваленти отримані або оплачені, і вони

відображаються в бухгалтерському обліку та розкриваються у звітах за відповідний період. Сюди входить інформація про будь-які події, а також інформація про минулі події. Майбутні зобов'язання по виплаті грошових коштів за ресурси, що забезпечують майбутні грошові надходження. У сучасному діловому світі, де динамізм та невизначеність стали нормою, управління майбутніми зобов'язаннями є важливим аспектом фінансового планування та стратегічного розвитку компанії. Майбутні зобов'язання є дуже важливим аспектом фінансового аналізу та враховують майбутні зобов'язання компанії, такі як позики, бонуси працівникам, пенсійні зобов'язання, податкові відстрочки та інші фінансові зобов'язання, які мають бути погашені в майбутньому. Одним з найважливіших аспектів управління майбутніми зобов'язаннями є збалансоване планування та управління. Варто чітко розуміти майбутні зобов'язання і забезпечувати відповідний рівень ліквідності для їх виконання. Ефективне управління майбутніми зобов'язаннями включає аналіз поточних та майбутніх фінансових потреб бізнесу, розробку стратегії фінансового планування та вжиття заходів для забезпечення належного фінансового становища. Доцільність управління майбутніми зобов'язаннями проявляється не тільки в запобіганні фінансових криз, але і в підвищенні довгострокової стабільності і конкурентоспроможності компаній. Ретельно плануючи та керуючи майбутніми зобов'язаннями, компанія може ефективно використовувати ресурси, зменшувати ризики та максимізувати власну вартість. Відповідна фінансова звітність та документація також є невід'ємною частиною управління майбутніми зобов'язаннями. Компанія повинна точно відображати свої майбутні зобов'язання у своїй фінансовій звітності та дотримуватися всіх вимог щодо розкриття інформації відповідно до встановлених стандартів фінансової звітності. Належним чином керуючи майбутнім боргом, компанія може підтримувати стабільне фінансове становище, забезпечувати виконання своїх зобов'язань перед зацікавленими сторонами та забезпечувати основу для подальшого розвитку та зростання. Отже, вивчення, аналіз та належне управління майбутніми зобов'язаннями слід розглядати як необхідні фактори для успішного фінансового

управління бізнесом.

Аналіз діяльності та фінансового стану компанії має бути ретельним, з урахуванням усіх показників, та факторів. Відповідна інформація що надається, має бути перевіреною. Переглянувши поточні чи майбутні події чи попередні прогнози, варто враховувати, доцільність тих, чи інших даних, що вказані. Інформація про минулі транзакції та інші події також варто зазначати. Минулі транзакції – це записи про фінансові транзакції, які раніше мали місце між різними сторонами. Це може включати покупки, продажі, перекази, оплату рахунків та інші подібні операції. Інформація про минулі операції зазвичай зберігається в банківських системах, електронних платіжних системах, бухгалтерських програмах та інших системах фінансового обліку. Звичайно, в кожній транзакції є багато деталей: сума, дата, час, місце (для покупок в магазинах або інших установах), інформація про сторони, що беруть участь в транзакції. Наприклад, для придбання товару це може бути назва продавця чи компанії, номер картки чи рахунку, інформація про товар тощо можливо. Інформація про минулі операції має вирішальне значення для багатьох аспектів фінансового менеджменту. Наприклад, бухгалтерський облік, бюджетне планування, виявлення шахрайства, аналіз споживчих звичок тощо. Для доступу до інформації про минулі транзакції часто використовуються різні джерела. Найбільш очевидним джерелом є особиста фінансова звітність. Це може бути журнал власної бухгалтерської системи, виписка з банку, онлайн-банкінг або будь-який інший фінансовий звіт, наданий фінансовою установою. Існують також різні інструменти аналізу транзакцій, які дозволяють користувачам детальніше переглядати та аналізувати свої фінансові операції. Це мобільні додатки, програми для управління фінансами, послуги онлайн-банкінгу та інші інструменти. Однак важливо пам'ятати, що доступ до інформації про минулі транзакції може бути обмежений з точки зору конфіденційності та безпеки даних. Фінансові установи та служби, як правило, дотримуються суворих правил захисту особистої інформації клієнтів і можуть вимагати автентифікації перед наданням доступу до цієї інформації. Загалом, інформація про минулі операції відіграє

важливу роль у фінансовому управлінні та плануванні та допомагає людям ефективніше та уважніше керувати своїми фінансами.

## Висновки до розділу 1

Отже аналіз фінансового стану підприємства є невід'ємною частиною процесу управління. Його суть полягає в систематичному пошуку та оцінці фінансових показників, що відображають фінансовий стан і результати діяльності підприємства. Такий аналіз допомагає виявляти потенційні проблеми, робити прогнози та приймати обґрунтовані бізнес-рішення. Ефективність аналізу фінансових результатів діяльності підприємства залежить від належної організації системи управління цим процесом. Система управління повинна включати чітко визначені процедури збору, обробки та інтерпретації фінансової інформації, а також механізми надання цієї інформації відповідним управлінським структурам. Для оцінки ефективності аналізу фінансових результатів використовуються певні показники, які відображають якість аналізу та його вплив на прийняття управлінських рішень. До таких показників належать час, витрачений на проведення аналізу, кількість управлінських рішень, прийнятих за результатами аналізу, та покращення фінансових результатів діяльності підприємства після впровадження управлінських заходів, визначених за результатами аналізу. Належне проведення аналізу фінансового стану підприємства також залежить від належного нормативно-правового та інформаційного забезпечення. Нормативно-правове середовище має включати вимоги до фінансової звітності, які дозволяють проводити порівняльний аналіз різних періодів діяльності компанії та з іншими суб'єктами господарювання. Інформаційне забезпечення передбачає систематичне та своєчасне отримання фінансової інформації для аналізу, а також її належну повноту та достовірність. Аналіз фінансового стану та результатів діяльності підприємства є важливим інструментом управління для прийняття обґрунтованих рішень та досягнення стратегічних цілей. Його ефективність залежить від належної організації системи управління, використання відповідних показників для оцінки результатів, а також належного нормативно-правового та інформаційного забезпечення. Компанії, які активно використовують аналіз фінансових показників, часто досягають більшої стійкості та конкурентоспроможності на своїх ринках. Основними завданнями аналізу

фінансових показників є визначення сильних і слабких сторін компанії, виявлення потенційних ризиків і можливостей, а також розробка стратегій для оптимізації фінансових показників. Це дозволяє керівництву та зацікавленим сторонам приймати обґрунтовані рішення щодо інвестицій, фінансування, розвитку бізнесу та інших аспектів діяльності компанії. На основі результатів аналізу можуть бути вжиті різні заходи для поліпшення фінансового стану підприємства. Серед них – оптимізація фінансово-господарської діяльності, реорганізація виробничих процесів, вдосконалення стратегій управління запасами, підвищення ефективності маркетингу і продажів, поліпшення систем управління і контролю. Слід також пам'ятати, що фінансовий аналіз є динамічним процесом і повинен проводитися регулярно та адаптуватися до змін в економічному середовищі та стратегічних цілей компанії. Регулярне оновлення методів і підходів до аналізу та врахування останніх досягнень у сфері фінансового менеджменту забезпечить високу ефективність цього процесу. Таким чином, аналіз фінансового стану та результатів діяльності компанії є невід'ємною частиною управління, що дозволяє ефективно виявляти ризики та управляти ними, формувати стратегії розвитку та забезпечувати стійкість підприємства. Впровадження належної системи аналітичного управління, використання відповідних показників оцінки та врахування регуляторного середовища є ключовими елементами для успішного виконання цього завдання.

## **РОЗДІЛ 2**

# **АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА СТАНУ ТА НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ПАТ «РЕНО УКРАЇНА»**

### **2.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства**

Організація будується за допомогою організаційного проектування, який реалізується топ-менеджментом на основі сформульованого стратегічного плану, місії компанії та поставлених цілей. Компанія вирішує, які види діяльності будуть виконуватися лінійними підрозділами, а які штаб-квартирою. При цьому керівництво визначає порядок роботи команд і, за необхідності, ділить їх на менші організаційні одиниці з метою більш ефективного використання експертних знань і уникнення перевантаження керівництва. В результаті організаційного дизайну формується організаційна структура управління. Вона характеризує взаємозв'язок між структурою, внутрішньою формою системи та факторами, які гарантують функціонування і розвиток організації в цілому. Організаційна структура – це регулярний рух ресурсів у виробничих підрозділах і виробничій системі, а також організація управління та їх специфічні взаємозв'язки, які гарантують досягнення стратегічних цілей підприємства. Ця структура тісно пов'язана з такими елементами, як управлінські підрозділи на всіх рівнях, цілі, функції та процеси управління, чисельність і професійна кваліфікація працівників, ступінь централізації та децентралізації управлінських функцій та інформаційні зв'язки. В рамках організаційної структури проходять інформаційні потоки і приймаються управлінські рішення за участю менеджерів усіх рівнів, категорій і професій. Організаційна структура будується поетапно. На першому етапі, етапі ініціації, встановлюються цілі організації, визначаються методи їх вирішення і проектується системи комунікацій. На другому етапі – координації, визначаються необхідні види діяльності, визначається виконавча структура і встановлюється система мотивації. На третьому етапі, управлінському, делегуються повноваження та гарантується їх виконання.

Діяльність компанії здійснюється в Україні. Політична та економічна ситуація в Україні є нестабільною. Українська економіка перебуває в довгостроковій кризі, яка поглиблюється військовою агресією Російської Федерації проти України та тимчасовою окупацією її території. Як наслідок, бізнес в країні наражається ризику, які не мають аналогів в інших країнах. Військова агресія Російської Федерації проти України. Російська Федерація розпочала незаконне військове вторгнення в Україну 24 лютого 2022 року після тривалого конфлікту на сході України, що розпочався у 2014 році. Російська Федерація розпочала неспровоковану тотальну військову окупацію України. Території, які продовжують залишатися ареною інтенсивних бойових дій або тимчасово окуповані 10 жовтня – кінець грудня 2022 року з 10 жовтня до кінця грудня 2022 року російські війська застосували тактику ракетних ударів для знищення енергетичної інфраструктури України. Ракетні обстріли з метою знищення енергетичної інфраструктури України призвели до тривалих відключень електроенергії по всій Україні.

Хоча керівництво вважає, що воно вжило належних заходів для підтримки стійкості бізнесу Компанії в поточних умовах, подальша нестабільність операційного середовища може мати негативний вплив на результати діяльності та фінансовий стан Компанії. Майбутнє операційне середовище може відрізнятись від оцінки керівництва.

Таблиця 2.1

### Реєстраційна картка підприємства

|                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------|
| 1.Приватне акціонерне товариство «Рено Україна»                                 |
| 2.Акціонерне товариство                                                         |
| 3. Україна, 01033, м. Київ, вул. Гайдара, 58/10                                 |
| 4.+380444906832                                                                 |
| 5. <a href="mailto:relation.client@renault.com">relation.client@renault.com</a> |
| 6.Код ЄДРПОУ 33552751                                                           |
| 7. <a href="http://www.renault.ua">www.renault.ua</a>                           |

*Джерело: Складено за інформацією з офіційного сайту підприємства*

ТОВ «Рено Україна» було створено у 2005 році як дочірнє підприємство французької компанії «Renault SAS», що входить до складу всесвітньо відомої Групи Renault. Станом на 31 грудня 2022 року 100% акцій Компанії належать

материнській компанії Renault SAS. Уповноваженою особою є Філіп Даніель. Компанія займається імпортом та закупівлею транспортних засобів і запасних частин, а також усіма супутніми видами діяльності, включаючи логістику, митне оформлення, складування та оптову торгівлю. Здійснює всю пов'язану з цим діяльність, включаючи митне оформлення, складування, оптовий продаж дилерам та просування продукції, просування продукції в Україні, визначення збутової політики та надання післяпродажної технічної підтримки. Юридична адреса компанії знаходиться за адресою: м. Київ, вул.: Україна, м. Київ, вул. Гайдара, 58/10. Організаційно-правова форма емітента – Акціонерне товариство. Має міжміський номер – +380444906832, офіційний сайт – [www.renault.ua](http://www.renault.ua), де розміщена загальна інформація, а також електронну поштову адресу [relation.client@renault.com](mailto:relation.client@renault.com). Компанія створена з метою дистрибуції автомобілів та запасних частин на території України.

Види діяльності:

Основний:

- 45.11 Торгівля автомобілями та легковими автотранспортними засобами

Інші:

- 45.19 Торгівля іншими автотранспортними засобами
- 45.20 Технічне обслуговування та ремонт автотранспортних засобів
- 52.21 Допоміжне обслуговування наземного транспорту

Уповноваженою особою є Філіп Даніель.

Модельний ряд Renault в Україні у 2022 році:

- Кросовери Кросовери: \* Duster, Sandero Stepway, Captur, Kadjar, Koleos;
- Легкові автомобілі Легкові автомобілі: Logan, Sandero, Lodgy, Megane Sedane, Arkana, Express;
- Комерційні автомобілі Комерційні автомобілі: Фургони Traffic, Master, Express.

Внаслідок тотальної військової агресії Росії ринок нових легкових

автомобілів скоротився на 62% порівняно з 2021 роком. У 2021 році завдяки зусиллям в Україні було реалізовано 44,4 тис. нових легкових і легких комерційних автомобілів, що на 62% менше, ніж у довоєнному 2021 році. У 2022 році компанія посіла друге місце за обсягом продажів з 4,7 тис. реалізованих автомобілів. З 13,9% у 2021 році до 10,5% у 2022 році.

Український авторинок пережив значний спад продажів у березні 2022 року: навесні та влітку 2022 року майже всі автомобілі, імпортовані до початку повномасштабної війни, навесні та влітку 2022 року були вивезені назад, але нових авто не завозили. Це пов'язано з побоюваннями автовиробників та логістичними проблемами. Така ситуація склалася через побоювання автовиробників і проблеми з логістикою. Рівень попередніх замовлень та передоплат за нові автомобілі значно зріс. У квітні-травні ринок дещо стабілізувався і з червня по вересень демонстрував стабільні показники. У червні-вересні 2022 року вони досягли стабільних показників, хоча й обмежених через брак транспортних засобів, доступних для постачання. Відновлення поставок автомобілів у грудні 2022 року призвело до зростання ринку на 36% щомісяця. Це відбулося, незважаючи на постійні відключення електроенергії та авіаудари, і очікується, що ринок відновиться щонайменше до 60 тис. автомобілів.

Добре організована організаційна структура є важливим фактором успіху будь-якого бізнесу. Організаційна структура визначає, як керівництво і менеджери взаємодіють один з одним і як управляються бізнес-процеси. У цьому звіті розглядається організаційна структура ієрархічної компанії, зокрема, відділ продажів і відділ розвитку дилерської мережі. Важливим елементом розуміння діяльності компанії є організаційна структура Компанії (діаграма додається в Додатки. Додаток А).

У розглянутій тут організаційній структурі голові ради директорів підпорядковуються різні фахівці, кожен з яких має свої завдання та обов'язки. Така структура допомагає забезпечити ефективну роботу компанії та досягнення її стратегічних цілей. На вершині ієрархічної структури компанії знаходиться Голова Ради директорів. Ця посада уособлює стратегічне керівництво компанією і

відповідає за прийняття стратегічних рішень, спрямованих на досягнення цілей компанії та забезпечення успішного розвитку компанії. Йому безпосередньо підпорядковується департамент продажів та розвитку дилерської мережі, департамент маркетингу, департамент по роботі з клієнтами сервісного обслуговування, інженер з охорони праці, менеджер персоналу, PR-менеджер, фінансовий відділ, департамент інформаційних технологій та бухгалтерський відділ. Департамент продажів та розвитку дилерської мережі підпорядковується безпосередньо Голові Ради директорів. Цей відділ відповідає за стратегічне планування продажів і розвиток дилерської мережі. Він шукає нові можливості для розширення ринку збуту та розвитку партнерських відносин з дилерами. Відділ продажів і розвитку дилерської мережі очолює директор, який керує всіма аспектами його діяльності. Директор відповідає за реалізацію стратегічного порядку денного, визначеного Головою Ради директорів, та забезпечує досягнення відділом поставлених цілей.

Менеджер з розвитку дилерської мережі допомагає Директору у розробці та реалізації стратегії розвитку дилерської мережі. Він відповідає за пошук нових дилерів та підписання контрактів.

Менеджер з регіонального розвитку відповідає за розвиток і підтримку регіональних ринків та реалізацію конкретних проектів, спрямованих на розвиток дилерської мережі в кожному регіоні.

Керівники проектів відповідають за управління та координацію конкретних проектів у сфері продажів та розвитку дилерської мережі для досягнення конкретних цілей та результатів. До їхніх основних завдань належить планування проекту. Керівник проекту визначає обсяг, цілі, програму та ресурси для кожного проекту. Він розробляє плани дій та робочі програми, необхідні для досягнення поставлених цілей. Також організація робочих груп організовує проектні групи, підбирає відповідних експертів і забезпечує розуміння кожним членом групи своїх завдань і обов'язків. Управління ресурсами забезпечує ефективне використання людських, фінансових та матеріальних ресурсів, необхідних для виконання проекту.

Менеджер з продажу відповідає за управління процесом продажу товарів та послуг компанії. До його обов'язків та відповідальності входить Розробка стратегії продажів. Менеджер з продажу визначає стратегію і тактику для досягнення цілей компанії з продажу. Він аналізує ринок, конкурентну ситуацію та потреби клієнтів для розробки ефективного плану продажів. Менеджер з продажу мотивує та наставляє персонал відділу продажів. Сюди входить підбір, навчання, моніторинг та оцінка торгових представників. Також займається управлінням взаємовідносинами з клієнтами, встановлює та підтримує вигідні відносини з клієнтами, вирішує їхні запити та проблеми, а також надає консультацій щодо продуктів та послуг.

Регіональні менеджери з продажу відповідають за управління та координацію продажів своїх продуктів або послуг у певному регіоні. Їхні обов'язки та відповідальність включають управління продажами. Менеджер з продажу розробляє стратегію продажів для ввіреного регіону, беручи до уваги ринкову та конкурентну ситуацію. Він планує та організовує діяльність відповідальної команди для досягнення цілей продажів. Також визначає нові ринкові можливості, аналізує потреби клієнтів і конкурентів та впроваджує стратегії для розширення клієнтської бази і збільшення продажів. Управління персоналом відділу продажів Регіональні менеджери з продажу відповідають за керівництво та мотивацію регіональних відділів продажів. Вони також надають підтримку, проводять навчання та допомагають розвивати навички та компетенції торгових представників.

Регіональні менеджери з післяпродажного обслуговування відповідають за те, щоб клієнти отримували якісне обслуговування після придбання продукту або послуги в компанії. Їхні обов'язки та відповідальність включають управління командою післяпродажного обслуговування. Регіональний менеджер післяпродажного обслуговування керує командою післяпродажного обслуговування у своєму регіоні. Він визначає політику та процедури обслуговування, забезпечує дотримання стандартів обслуговування та контролює якість обслуговування. Розвиток сервісної мережі. Відповідає за розвиток і

підтримку мережі сервісних центрів у кожному регіоні. Це включає розширення мережі, набір і навчання персоналу, а також забезпечення необхідним обладнанням і технічною підтримкою. Також до його обов'язків входить вирішення проблем та суперечок. Регіональні менеджери з післяпродажного обслуговування вирішують проблеми та суперечки, які виникають під час надання послуг клієнтам у зоні їхньої відповідальності. Вони забезпечують ефективне та результативне вирішення різних ситуацій.

Відділ маркетингу підпорядковується безпосередньо Голові Ради директорів. Цей відділ відповідає за розробку та реалізацію маркетингової стратегії та плану компанії, спрямованих на збільшення продажів та впізнаваності бренду. Відділ маркетингу очолює директор, який керує всіма аспектами роботи відділу. Ця людина розробляє маркетингову стратегію, ставить цілі та завдання, а також керує роботою різних відділів всередині підрозділу. Основна мета відділу маркетингу – допомогти компанії генерувати якомога більше продажів. Для цього вона фокусується на основних завданнях. Це розробляти маркетингові стратегії для залучення та залучення клієнтів, поставляти продукти, які задовольняють потреби і бажання клієнтів, будувати довгострокові відносини з клієнтами. До складу відділу маркетингу також входить головний продакт-менеджер. Цей фахівець відповідає за стратегічне лідерство в управлінні продукцією компанії. Він працює з іншими відділами, такими як дизайн, виробництво та маркетинг, щоб реалізувати продуктову стратегію.

Менеджер з реклами відповідає за планування, розробку та реалізацію рекламних стратегій та кампаній для підвищення впізнаваності бренду, залучення нових клієнтів та збільшення продажів. Основні обов'язки та відповідальність менеджера з реклами полягають стратегічному плануванні, розробці рекламних стратегій відповідно до цілей компанії та сприяння досягненню бізнес-цілей. Дослідження цільових аудиторій, їхніх потреб та поведінки, а також аналіз конкурентів для розробки ефективних рекламних стратегій також входить до обов'язків менеджера з реклами. Також менеджер з реклами відповідає за розробку креативної концепції та створення оригінальних та цікавих рекламних

концепцій.

Також безпосередньо директору підпорядковується керівник відділу логістики. Цей співробітник відповідає за управління логістичними процесами компанії, включаючи складування, транспорт, закупівлі та управління ланцюгами поставок. Менеджер з логістики відповідає за управління всіма аспектами наших логістичних процесів та ефективне управління потоками матеріалів, інформації та фінансових ресурсів. Основними обов'язками та відповідальністю на цій посаді є планування та координація. Менеджер з логістики планує та координує різні аспекти логістичних операцій, включаючи закупівлі, транспортування, зберігання та управління запасами. Також в його обов'язки входить оптимізація ланцюжка поставок: менеджер з логістики розробляє стратегії для задоволення потреб у матеріалах і компонентах та підвищення ефективності ланцюжка поставок. Менеджер з логістики відповідає за ефективне управління складськими приміщеннями, включаючи приймання, зберігання, транспортування та управління запасами товарів. Вибір постачальників, менеджер з логістики обирає постачальників товарів і послуг та управляє ними, веде переговори щодо умов постачання та контролює якість і своєчасність поставок.

Голові правління підпорядковується департамент по роботі з клієнтами. Цей відділ відповідає за забезпечення задоволеності клієнтів та надання післяпродажного обслуговування. Відділи обслуговування клієнтів є важливою частиною кожного бізнесу, оскільки вони відповідають за забезпечення задоволеності клієнтів та надання якісних послуг. У цьому звіті розглядається, чим займається відділ обслуговування клієнтів і наскільки він важливий для успіху бізнесу. Основною метою відділу обслуговування клієнтів є забезпечення задоволеності клієнтів. Це передбачає розуміння потреб та очікувань клієнтів і забезпечення їх задоволення. Це включає відповіді на запитання, вирішення проблем та надання рекомендацій і підтримки. Відділ обслуговування клієнтів також відповідає за управління відносинами з клієнтами. Це включає в себе встановлення та підтримку хороших відносин з клієнтами, розробку програм лояльності, підвищення впізнаваності бренду серед клієнтської бази та залучення

нових клієнтів. Однією з основних функцій відділу по роботі з клієнтами є обробка запитів та замовлень клієнтів. Це включає в себе прийом та реєстрацію замовлень, їх обробку та моніторинг, а також вирішення проблем, що виникають під час обробки. Відділ по роботі з клієнтами активно працює над підвищенням лояльності клієнтів. Цього можна досягти за допомогою програм лояльності, знижок і спеціальних пропозицій для постійних клієнтів та надання персоналізованого сервісу. Відділ також відповідає за збір та аналіз інформації про клієнтів. Це допомагає краще зрозуміти потреби та побажання клієнтів і розробити більш ефективні стратегії обслуговування та маркетингові кампанії.

Керівник відділу з маркетингу та логістики запасних частин також підпорядковується безпосередньо голові правління. Він відповідає за планування та координацію маркетингової діяльності та оптимізацію логістичних процесів закупівлі запасних частин. Керівник з маркетингу та логістики відповідає за розробку, координацію та реалізацію маркетингової та логістичної стратегії для досягнення стратегічних цілей компанії. Основними обов'язками та функціями цього менеджера є розробка маркетингової стратегії. Менеджер з маркетингу та логістики відповідає за розробку маркетингових стратегій, які відповідають цілям і потребам компанії. Це включає аналіз ринку, визначення цільових аудиторій, позиціонування продукту та вибір маркетингових каналів. Також керівник відповідає за планування та реалізацію маркетингових кампаній для привернення уваги клієнтів, включаючи рекламні заходи, просування в соціальних мережах та email-маркетинг. Менеджер з маркетингу та логістики відповідає за управління корпоративним брендом, його позиціонування на ринку, формування та підтримку корпоративного іміджу та захист від негативних впливів.

Продакт-менеджери відповідають за стратегічний напрямок і розробку продуктів і послуг компанії від концепції до запуску, а також за управління ними протягом усього життєвого циклу продукту. Основними обов'язками та функціями продакт-менеджера є формулювання стратегії продукту. Продакт-менеджер працює з внутрішніми та зовнішніми зацікавленими сторонами над визначенням цілей продукту, формулюванням стратегії розвитку та

позиціонуванням продукту на ринку, також аналізує ринки, займається дослідженням ринку, включаючи аналіз потреб клієнтів, оцінку конкурентів та визначення можливостей розвитку продукту. Продукт-менеджери визначають функціональні та нефункціональні вимоги до продукту, які необхідно враховувати під час розробки та впровадження.

Керуючому директору департаменту також безпосередньо підпорядковується фахівець з обслуговування та фахівець з логістики. Цей фахівець відповідає за планування та координацію процесів обслуговування клієнтів та управління логістичними питаннями. Всі ці відділи тісно співпрацюють між собою і функціонують як важливий механізм у досягненні загальних цілей компанії. Така організаційна структура дозволяє компанії ефективно реагувати на зміни на ринку, забезпечувати високу якість продукції та послуг і досягати своїх стратегічних цілей.

Голові правління безпосередньо підпорядковується інженер з охорони праці та техніки безпеки. Його основним завданням є забезпечення безпечних і здорових умов праці для працівників. Він відповідає за розробку та впровадження політики з охорони праці, навчання працівників правилам техніки безпеки та контроль за дотриманням стандартів безпеки. Інженер з охорони праці підпорядковується безпосередньо директору з технічного обслуговування. Цей менеджер відповідає за планування та організацію технічного обслуговування обладнання та механізмів компанії. У підпорядкуванні інженера з технічного обслуговування знаходиться технік, який відповідає за безперебійну роботу та ремонт технічного обладнання.

Менеджер з ОТС (приймання, транспортування та зберігання) відповідає за управління процесами приймання, транспортування та зберігання матеріалів, товарів і послуг на підприємстві. Основними обов'язками та функціями, які виконує ОТС-менеджер, є закупівля матеріалів і товарів. Менеджер ОТС відповідає за організацію постачання матеріалів і товарів, необхідних для виробництва або задоволення потреб клієнтів. Також до його безпосередніх обов'язків управління, поповнення та оптимізація складських запасів з метою

уникнення дефіциту та затоварення. Менеджер ОТС визначає оптимальний логістичний потік, щоб максимізувати ефективність і мінімізувати транспортні та складські витрати.

Менеджер з гарантійного обслуговування також підпорядковується безпосередньо керівнику. Він відповідає за організацію та управління процесом надання післяпродажного гарантійного обслуговування. Крім того, голові підпорядковується безпосередньо менеджер з сертифікації. Цей фахівець відповідає за отримання та підтримку сертифікатів якості, необхідних для діяльності компанії. Організаційна структура компанії відображає розподіл завдань та обов'язків між різними підрозділами..

Директор з персоналу підпорядковується безпосередньо Голові Ради директорів. Його основним завданням є управління людськими ресурсами компанії. Він відповідає за підбір персоналу, збір кадрової інформації, навчання та розвиток співробітників, управління заробітною платою та створення сприятливого робочого середовища.

Директору з персоналу також підпорядковується керівник системи якості. Його основне завдання – забезпечити відповідність продукції або послуг компанії встановленим стандартам якості. Він відповідає за впровадження та підтримку системи управління якістю, проведення аудитів та контроль якості продукції.

Крім того, менеджеру персоналу підпорядковується спеціаліст по роботі з клієнтами (дикрет). Цей фахівець відповідає за забезпечення ефективної взаємодії з нашими клієнтами. Він розробляє стратегії залучення та утримання клієнтів, вирішує запити та проблеми клієнтів, підвищує рівень їхньої задоволеності та забезпечує лояльність до бренду.

Голові Правління підпорядковується PR менеджер з громадськістю та пресою. До функцій PR менеджера входить формування іміджу, також створення та підтримку позитивного іміджу компанії. Він розробляє стратегії та кампанії, спрямовані на підвищення впізнаваності бренду та покращення репутації компанії в очах громадськості. Також PR менеджер займається комунікаціями зі ЗМІ, клієнтами, партнерами та іншими зацікавленими сторонами. Він планує та

реалізує низку комунікаційних заходів, включаючи прес-релізи, прес-конференції та соціальні мережі.

Голові правління підпорядковується фінансовий відділ, в якого в свою чергу є директор. Цей відділ відповідає за управління фінансовими аспектами діяльності компанії, включаючи бухгалтерський облік, фінансове планування, аналіз та звітність. Основним завданням фінансового директора є управління фінансовою стратегією компанії та забезпечення фінансової стабільності.

Бізнес-менеджер підпорядковується безпосередньо фінансовому директору. Він відповідає за розробку та реалізацію стратегії розвитку бізнесу, аналіз ринку та конкурентної ситуації, планування проектів та інвестицій.

Старший фінансовий контролер відповідає за управління фінансовими операціями, аналіз ефективності використання ресурсів та виявлення можливих фінансових ризиків.

В межах фінансового департаменту є фінансовий контролер та адміністративні працівники підпорядковуються безпосередньо Голові Правління. Фінансовий контролер відповідає за фінансовий аналіз, дотримання бюджету та контроль витрат. Адміністративний працівник надає організаційну та канцелярську підтримку, включаючи управління адміністративними процедурами, документообігом та іншими адміністративними завданнями.

Голові правління підпорядковується департамент інформаційних технологій. Цей відділ відповідає за розробку, впровадження та підтримку інформаційних технологій в компанії. В ІТ-відділі є два менеджери ІТ-проектів. Вони відповідають за управління різними ІТ-проектами, від планування до впровадження та реалізації. До функцій менеджерів ІТ-проектів входить планування проектів. менеджери ІТ-проектів розробляють стратегії та плани впровадження нових інформаційних систем або вдосконалення існуючих. Також вони займаються управлінням проектами, координують команди та ресурси, щоб забезпечити успішне та своєчасне завершення проектів. До безпосередніх обов'язків входить моніторинг та звітність. Вони відстежують хід проекту та витрати і готують звіти для вищого керівництва.

Головний бухгалтер відповідає за роботу бухгалтерії. Він відповідає за всі аспекти бухгалтерського обліку, фінансової звітності та забезпечення дотримання фінансових стандартів. Заступник головного бухгалтера підпорядковується заступнику головного бухгалтера, який допомагає в управлінні бухгалтерією та забезпечує належне функціонування всіх бухгалтерських процесів.

Окрім головного бухгалтера та заступника головного бухгалтера, в бухгалтерії працюють інші бухгалтери, які відповідають за окремі ділянки бухгалтерського обліку, такі як оперативний облік, податкова звітність та нарахування заробітної плати.

Таким чином, організаційна структура компанії базується на ієрархічному принципі, що дозволяє чітко розподілити відповідальність і контроль на різних рівнях. Така структура допомагає ефективно управляти та координувати діяльність різних підрозділів компанії. Основна мета такої структури – забезпечити ефективне виконання менеджерами всіх рівнів своїх функцій і досягнення стратегічних цілей компанії. Департамент продажів і розвитку дилерської мережі відображає стратегічну важливість продажів і розвитку для компанії. Розподіляючи відповідальність на кожному рівні, відділ може зосередитися на реалізації таких стратегій, як розвиток ринків збуту, укладання угод про співпрацю та підтримання відносин з клієнтами. Успішна реалізація стратегії залежить від чіткого розподілу обов'язків та ефективної комунікації між різними відділами. Кожен член команди має свою роль і відповідальність та робить свій внесок у спільне досягнення поставлених цілей. Організаційна структура компанії є не лише основою для управління внутрішніми процесами, але й інструментом для адаптації до змін у зовнішньому середовищі. Наприклад, зміна кон'юнктури ринку може вимагати розширення дилерської мережі або зміни стратегії продажів. Гнучка організаційна структура дозволяє компаніям швидко реагувати на такі зміни, залишаючись при цьому конкурентоспроможними.

В компанії «Рено Україна» також є постачальник автомобільних комплектуючих в Україні. [Avto.pro](https://avto.pro) – спеціалізований онлайн-майданчик, де

продаються виключно автомобільні комплектуючі. При цьому Автопро не тільки платформа, що поєднує покупців продавців в одному місці, а професійний інструмент, який налагоджує маркетингові процеси та створює ефективні стратегії масштабування бізнесу продавців.

Приватне акціонерне товариство «Рено Україна» має в Україні ряд великих конкурентів. Одним з них є бренд Toyota представлений іноземною компанією «Тойота Україна», яка є офіційним імпортером та дистриб'ютором автомобілів Toyota та Lexus. «Тойота Україна» була створена у 2003 році. З того часу компанія динамічно росте і розвивається, дотримуючись принципу Кайдзен, що в перекладі з японської означає «безперервне вдосконалення». З 2004 року мережа офіційних дилерів Toyota в Україні реалізувала понад 100 000 автомобілів Toyota; у 2009 році офіційні дилери Toyota стали лідерами серед імпортерів за обсягами продажів автомобілів. Сьогодні офіційна дилерська мережа «Тойота Україна» налічує понад 30 дилерських центрів і СТО Toyota по всій Україні, а також п'ять дилерів і п'ять СТО Lexus у різних регіонах країни. Компанія Toyota декламує ряд переваг порівняно з іншими компаніями:

- Легальність та чесність угод
- Японська якість автомобілів
- Гарантія від виробника 3 роки або 100 000 км пробігу;
- Ремонт автомобілів за стандартами Toyota;
- Офіційна сервісна історія;
- Служба допомоги на дорогах Toyota;
- Унікальний клієнтський сервіс
- Широкий асортимент оригінальних запасних частин
- Кредитна програма
- Тест-драйв усіх моделей.

Завдяки заводській гарантії, офіційній сервісній історії, унікальній програмі допомоги на дорозі «Toyota Assistance» та іншим перевагам, залишкова вартість вашого автомобіля залишиться високою при наступному продажі.

«Автомобільний Дім Україна – Мерседес-Бенц» є найбільшим офіційним

дилером «Мерседес-Бенц» у Києві та області. Понад 28 років дилерський центр представляє бренд і пропонує широкий спектр послуг, пов'язаних з продажем і обслуговуванням автомобілів. Мерседес-Бенц продає легкові та легкі комерційні автомобілі. Мерседес-Бенц декламує ряд переваг порівняно з іншими компаніями:

- Єдиний в Україні AMG Performance Centre;
- Широкий вибір тест-драйвів дозволяє в повній мірі оцінити автомобілі;
- Можливість придбати автомобіль на вигідних умовах;
- Індивідуальний підхід до кожного клієнта, консультанти підбирають автомобіль відповідно до ваших побажань;
- Найкращі умови фінансування автомобіля, включаючи кредитні, лізингові та страхові програми;
- Підбір автомобіля з урахуванням індивідуальних потреб кожного клієнта;
- Співпраця з більш ніж 30 страховими компаніями;

ПрАТ «Автокапітал» (Генеральне представництво «Мерседес-Бенц Груп АГ» в Україні). Компанія сумлінно ставиться до сервісного обслуговування автомобілів.

Дилерський центр Opel «Ірта Львів», розташований на вулиці Городоцькій, 288, відкрив свої двері для клієнтів у травні 2019 року. Це один з перших офіційних автоцентрів, що запрацював в Україні після повного перезапуску відомого німецького бренду у 2018 році». «Опель Центр Ілта Львів» – це автосалон 3S (Sales, Service and Spare Parts), що пропонує основні та додаткові послуги відповідно до найсучасніших стандартів Opel. Компанія Opel декламує ряд переваг своєї компанії поміж інших:

- Широкий вибір моделей автомобілів.
- Різні варіанти фінансування, такі як отримання кредиту або підписання договору лізингу, що робить покупку більш доступною та зручною.
- Програми trade-in: Компанія пропонує програму trade-in, яка дозволяє клієнтам обміняти свій старий автомобіль на новий і доплатити лише різницю,

таким чином спрощуючи процес заміни транспортного засобу.

- Спеціалізовані консультанти завжди готові відповісти на будь-які питання та надати необхідну підтримку при виборі автомобіля та супутніх послуг.
- Авторизовані сервісні центри компанії пропонують повний спектр послуг з технічного обслуговування.
- Обслуговування автомобілів відбувається досвідченими спеціалістами.
- Оригінальні та альтернативні запчастини.
- Клієнти можуть спостерігати за ходом робіт у затишному залі очікування, що забезпечує приємне та комфортне перебування під час автосервісу.

Важливо, що в рамках перезапуску наша країна стала першою в східноєвропейському регіоні, де було представлено вдосконалений Opel. Цього року також виповнилося 120 років з дня випуску першого автомобіля німецького виробника. Головна мета компанії це підвищити економічну ефективність діяльності з метою максимізації прибутку. Ця стратегія спрямована на довгострокове зростання бізнесу, розширення дилерської мережі та збільшення продажів комерційних автомобілів Renault. 14 січня 2021 року генеральний директор Renault Group Лука де Мео оголосив про новий стратегічний план Renaultolution, який має на меті трансформувати бізнес-стратегію Renault Group. Компанія оголосила про свій новий план. Цей стратегічний план має працювати над тим, щоб зробити групу Renault лідером у новому ланцюжку створення вартості мобільності.

Стратегія складається з трьох етапів, які будуть розпочаті паралельно:

- «Відродження»: реалізовуватиметься до 2023 року і зосереджуватиметься на відновленні прибутковості та грошових коштів
- «Оновлення», що охоплює період до 2025 року, призведе до оновлення та розвитку продуктової лінійки, що дозволить збільшити прибутковість бренду.
- «Революція» (з 2025 року), яка трансформує бізнес-модель у бік технологій, енергії та мобільності і перетворить Групу Renault на бренд.

План «Революція» відновить конкурентоспроможність Групи Renault. Впровадження плану до 2022 року в усьому світі, подальші кроки до підвищення

ефективності через інжиніринг та виробництво, скорочення постійних та змінних витрат. Скорочення постійних і змінних витрат використання наявних промислових активів групи та її лідерства в галузі електромобілів у Європі. Скорочення постійних витрат в свою чергу включає: створення альянсів для розширення доступу до продуктів, бізнесу та технологій, активне прискорення діяльності у сферах мобільності, енергетики та передачі даних, підвищення прибутковості за рахунок чотирьох диференційованих бізнес-ліній, заснованих на сильних брендах.

Оскільки нова організація зосереджена на прибутковості, компанія більше не буде вимірювати свою діяльність з точки зору частки ринку або обсягу продажів. Основна увага буде зосереджена на прибутковості, генеруванні грошових коштів та ефективності інвестицій.

Група Renault встановила нові фінансові цілі:

- Група Renault планує досягти операційної маржі на рівні не менше 3% і загальної операційної маржі близько 3 млрд євро до 2023 року.

- До 2023 року Група Renault планує досягти близько 8% від обсягу продажів.

- До 2025 року Група Renault прагне досягти операційної маржі щонайменше 5%, а сукупний операційний вільний грошовий потік від автомобільних операцій (2021-2023 рр.) – близько 6 млрд євро.

Згенерувати операційний вільний грошовий потік від автомобільної діяльності (2021-2025) порівняно з 2019 роком.

План Renault забезпечить стійку прибутковість Групи Renault і в той же час виконає її зобов'язання щодо досягнення нульового рівня викидів CO<sub>2</sub> в Європі до 2050 року.

План Renault забезпечить стійку прибутковість Групи Renault і в той же час виконає її зобов'язання щодо досягнення нульового рівня викидів CO<sub>2</sub> в Європі до 2050 року.

## **2.2. Діагностика фінансово-економічного стану діяльності підприємства**

В умовах поглиблення економічних дисбалансів, важливим є своєчасний та якісний аналіз фінансового стану українських суб'єктів господарювання, оцінка їх ліквідності та платоспроможності. Важливим є також пошук шляхів покращення та зміцнення економічної безпеки суб'єкта господарювання. Особливе значення має оцінка потенціалу суб'єкта господарювання. Правильна діагностика фінансово-економічного стану діяльності підприємства дозволить посилити конкурентні переваги, підвищити економічну безпеку і, як наслідок, прибутковість. Саме цим зумовлена необхідність проведення аналізу фінансового стану суб'єкта господарювання, адже використання аналітичного інструментарію для його діагностики є основою інформаційно-аналітичного забезпечення не тільки його стабільного розвитку, а й зміцнення економічної безпеки. Діяльність підприємств у ринковому середовищі внаслідок діагностики передбачає зусилля по відшкодуванню всіх витрат, понесених у зв'язку з прийняттям неефективних рішень. У цьому контексті проведення фінансової діагностики з чіткими цілями є необхідним кроком у цьому процесі. Фінансова діагностика з чіткими цілями покликана створити інформаційну систему, яка забезпечить створення інформаційної системи, яка підтримує прийняття управлінських рішень на основі всіх аспектів діяльності підприємства. Проблема ефективності систем управління підприємствами є одною з найактуальніших проблем розвитку науки управління на сучасному етапі. Така робота з побудови системи корпоративного управління

повинна проводитися одночасно в усіх сферах діяльності. Це також залежить від Кращого розуміння та узгодження складових механізму діагностики фінансового стану підприємства, що сприяє досягненню цілей управління.

Інвесторів найчастіше цікавлять провідні індикатори, так як правильно розміщений провідний індикатор може точно прогнозувати майбутні тенденції. Провідні індикатори є важливими для інвесторів, оскільки вони надають ключову інформацію для прогнозування майбутніх тенденцій на фінансових ринках. Інвестори часто використовують ці індикатори для прийняття рішень щодо своїх інвестиційних портфелів. Правильно розміщений провідний індикатор може допомогти інвесторам зрозуміти, куди рухатимуться ціни акцій, валют або товарів у майбутньому. Наприклад, інвестори можуть використовувати такі провідні індикатори, як зростання ВВП, рівень безробіття, індекс споживчої довіри тощо, для оцінки стану економіки країни і прогнозування руху цін на фондовому чи валютному ринках.

Крім того, провідні індикатори можуть вказувати на можливі зміни у фінансових умовах, які можуть вплинути на інвестиційні стратегії. Наприклад, зміна ставок Центрального банку може бути провідним індикатором для зміни ставок на ринку. Усе це підкреслює важливість аналізу провідних індикаторів для успішного інвестування і необхідність постійного вивчення ринкових трендів та економічних показників для прийняття обґрунтованих інвестиційних рішень.

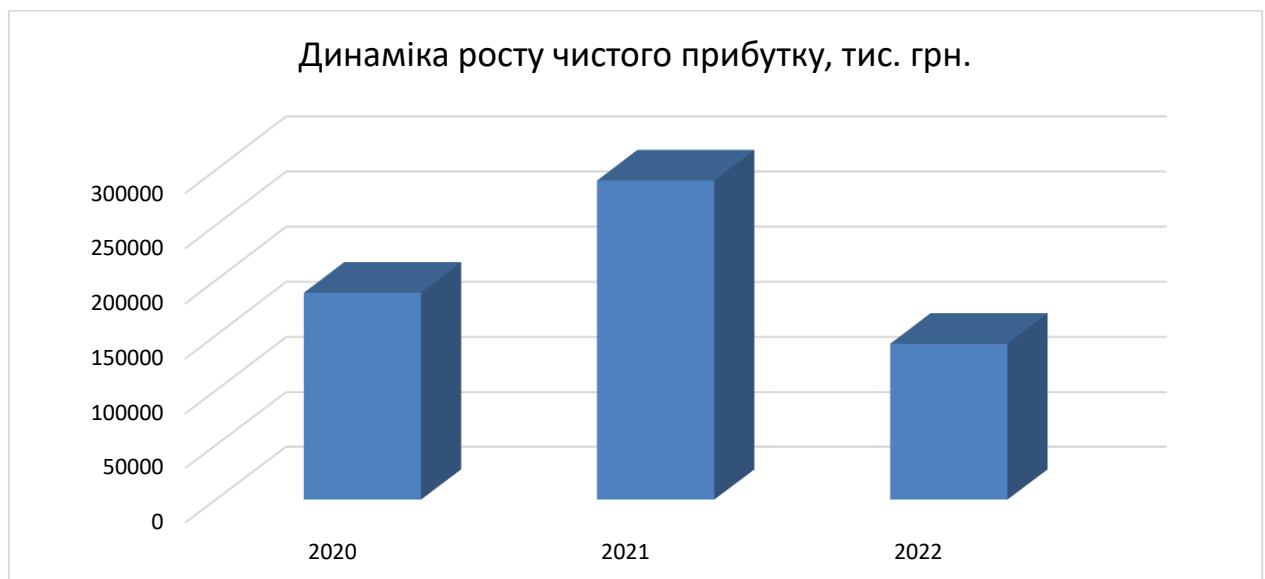


**Рис. 2.1. Динаміка чистого прибутку за 2020-2022р. в тис. грн.**

*Джерело: Власна розробка автора.*

Багато інвесторів відстежують перспективні криві прибутковості, щоб спроектувати, як майбутні процентні ставки можуть диктувати ефективність акцій або облігацій. Цей аналіз спирається на історичні дані. Виходячи з того, що за даними гістограми, чітко прослідковується суттєве зниження чистого доходу, можна дійти до висновку, що компанії варто переглянути свою стратегію розвитку на наступні роки. Економічний показник – це частина економічних даних, зазвичай макроекономічного масштабу, яка використовується аналітиками для інтерпретації поточних або майбутніх інвестиційних можливостей. Ці показники також допомагають судити про загальний стан економіки.

*Таблиця 2.1*

**Основні економічні показники діяльності підприємства**

| №<br>з/п | Показник                                                        | Роки    |         |         | Відхилення<br>2022 р.<br>до 2020 р. |       |
|----------|-----------------------------------------------------------------|---------|---------|---------|-------------------------------------|-------|
|          |                                                                 | 2020    | 2021    | 2022    | +/-                                 | %     |
| 1.       | Чистий дохід, тис. грн.                                         | 6616399 | 7377691 | 2822951 | -3793448                            | -43   |
| 2.       | Валовий прибуток, тис. грн.                                     | 515579  | 568215  | 480418  | -35161                              | -7    |
| 3.       | Чистий прибуток, тис. грн.                                      | 188570  | 290340  | 142325  | -46245                              | -25   |
| 4.       | Середньорічна вартість активів, тис. грн.                       | 1121576 | 1129854 | 1066832 | -549744                             | -5    |
| 5.       | Середньорічна вартість необоротних активів, тис. грн.           | 79658   | 77219   | 60915   | -18743                              | -23   |
| 6.       | Середньорічна вартість оборотності власного капіталу, тис. грн. | 783273  | 727306  | 971401  | 188128                              | 24    |
| 7.       | Середньорічна вартість оборотних активів, тис. грн.             | 1041919 | 1052635 | 1005917 | -36002                              | -4    |
| 8.       | Середньооблікова чисельність працівників, осіб                  | 66      | 71      | 62      | -4                                  | -6    |
| 9.       | Фондовіддача                                                    | 360     | 430     | 279     | -81                                 | -22   |
| 10.      | Фондомісткість                                                  | 0.002   | 0.002   | 0.003   | 50                                  | 0.001 |
| 11.      | Фондоозброєність, тис. грн /ос.                                 | 379     | 242     | 163     | -103                                | -32   |
| 12.      | Продуктивність праці, тис. грн. /ос.                            | 100240  | 103843  | 45532   | -54708                              | -46   |
| 13.      | Коефіцієнт оборотності оборотних активів                        | 5.16    | 8.97    | 2.38    | -2.78                               | -54   |

*Джерело: Власна розробка автора*

Чистий дохід після сплати податків є обліковим терміном і найчастіше

зустрічається в квартальних і річних фінансових звітах компанії. У 2022 році чистий дохід зменшився доволі суттєво, на 43%, або на 3793448 тис. грн порівняно з 2020, це пов'язано з початком повномасштабної війни, що розпочала Російська Федерація. Як наслідок, знизився чистий прибуток на 25%, або на - 46245 тис. грн.

За 2020-2022 знизилась середньорічна вартість активів на 5%, або -549744 тис. грн. Зменшення обсягу активів сталося через продаж частини активів або їх відчуження. Компанія реалізовувала деякі об'єкти нерухомості та машини, це призвело до зменшення загальної вартості активів. Враховуючи той факт, що компанія або опинилася в умовах спаду економіки, це призвело до зменшення вартості їх активів. Компанія прийняла рішення про зміну стратегії, яка може включати відмову від деяких активів. Також кількість активів в компанії знизилась внаслідок окупації частини території України.

Станом на 2022 рік, середньорічна вартість оборотності власного капіталу збільшилась на 24%, або на 188128 тис. грн. Збільшення використання зобов'язань також може збільшити ризик для компанії, особливо в умовах зниження чистого прибутку. Підвищений рівень зобов'язань може зробити компанію більш чутливою до змін в процентних ставках або економічних умовах загалом. Фондовіддача знизилась на 22%. Головна причина зниження фондіввіддачі – неефективне використання основних фондів: простої обладнання, недовикористання виробничих потужностей, низький коефіцієнт змінності, наявність невстановленого обладнання і тощо.

За даними розрахунків фондомісткість за 2022 рік, зросла на 50%, що свідчить про ефективність використання основних фондів компанії. В 2022 році також суттєво знизилась продуктивність праці, на 46%, або на -54708 тис. грн, це сталося внаслідок економічної нестабільності в країні.

Коефіцієнт оборотності оборотних активів знизився майже в три рази, що може свідчити про те, що компанія накопичила більше товарів на складі. Це обумовлено стратегією запасів на періоди збільшення попиту, і внаслідок політичної та економічної нестабільності в країні.

Характеристика майна підприємства та джерел його формування є важливою для розуміння фінансового стану та потенціалу підприємства. Характеристика майна підприємства та джерел його формування може допомогти оцінити фінансову стійкість на підприємстві, допомогти краще керувати ризиками, планувати чи в майбутньому інвестувати в дану компанію, та дати чітке розуміння чи компанія розвивається, чи занепадає.

Таблиця 2.2

**Характеристика майна підприємства  
та джерел його формування за балансом**

| Показники                                          | На<br>31.12.2020 | На<br>31.12.2021 | На<br>31.12.2022 | Відхилення 2022 р.<br>до 2020 р. |      |
|----------------------------------------------------|------------------|------------------|------------------|----------------------------------|------|
|                                                    | тис. грн.        | тис. грн.        | тис. грн.        | +, -                             | %    |
| <b>АКТИВИ</b>                                      |                  |                  |                  |                                  |      |
| 1. Необоротні активи:                              | 81486            | 72952            | 48877            | -32609                           | -40  |
| в т.ч. основні засоби                              | 18393            | 17148            | 10128            | -8265                            | -45  |
| 2. Оборотні активи                                 | 1282660          | 822610           | 1189224          | -93436                           | -7   |
| в т.ч. запаси                                      | 680463           | 175460           | 205674           | -474789                          | -30  |
| Торгівельна<br>дебіторська<br>заборгованість       | 265363           | 117811           | 120892           | -144471                          | -56  |
| грошові кошти                                      | 336834           | 529339           | 862658           | 525824                           | 2,56 |
| <b>ПАСИВИ</b>                                      |                  |                  |                  |                                  |      |
| 1. Власний капітал                                 | 312768           | 414538           | 556863           | 244095                           | 22   |
| в т.ч. зареєстрований<br>капітал                   | 3186             | 3186             | 3186             | 0                                | 0    |
| нерозподілений<br>прибуток                         | 266468           | 411352           | 553677           | 287209                           | 2,07 |
| 2. Довгострокові<br>зобов'язання і<br>забезпечення | 0                | 0                | 0                | 0                                | 0    |
| 3. Поточні<br>зобов'язання і<br>забезпечення       | 481024           | 1051378          | 658203           | 177179                           | 37   |
| БАЛАНС:                                            | 1364146          | 895562           | 1238101          | -126045                          | -10  |

*Джерело: Власна розробка автора.*

Станом на 31 грудня 2022 року, частка необоротних активів знизилась на 40%, або на 32609 тис. грн, це свідчить про суттєве погіршення виробничого потенціалу підприємства і може бути результатом виведення з експлуатації об'єктів, що до цього слугували з метою розширення діяльності підприємства. Також основні засоби скоротилися на 45%, або на 8265 тис. грн.

За 2022 рік, порівняно з 2020 роком, частка оборотних активів знизилась на 7%, або на 93436 тис. грн. Це може свідчити про те, що компанії необхідно менше ресурсів для фінансування своїх оборотних активів. В тому числі запаси підприємства скоротилися на 30%, або 474789 тис. грн, що може свідчити про бажання компанії, скоротити свої запаси, в зв'язку з воєнними подіями, а також з

економічним нестабільним станом на підприємстві.

Грошові кошти на підприємстві в 2022 році, зросли в 2,54 рази, це пов'язано з бажанням підприємства, перевести запаси в готівку, щоб знизити ризик понести ще більші втрати. В 2022 році, порівняно з 2020, зросла вартість власного капіталу, на 22%, або на 244095 тис. грн, чим більшим є власний капітал тим вищою, є його кредитоспроможність. Нерозподілений прибуток – це частина чистого прибутку, який залишається в розпорядженні компанії після виплати доходів власникам у вигляді дивідендів. В 2022 році нерозподілений прибуток зріс в 2,07 рази, або на 287209 тис. грн. Станом на 2022 рік, довгострокових зобов'язань у підприємства немає. Також частка поточних зобов'язань зросла на 37%, або на 177179 тис. грн. Збільшення поточних зобов'язань призводить до зростання фінансового ризику підприємств, оскільки вони стають більш залежними від короткострокового фінансування. Це може зробити їх більш вразливими до неочікуваних фінансових труднощів, таких як збільшення витрат або зменшення прибутку.

Таблиця 2.3

### Механізм формування фінансових результатів діяльності підприємства

| Показники                                                         | Роки    |         |         | Відхилення 2022<br>р. до 2020 р. |      |
|-------------------------------------------------------------------|---------|---------|---------|----------------------------------|------|
|                                                                   | 2020    | 2021    | 2022    |                                  |      |
|                                                                   |         |         |         | +, -                             | %    |
| Чистий дохід від реалізації<br>продукції (товарів, робіт, послуг) | 6616399 | 7377691 | 2822951 | -3793448                         | -43  |
| Собівартість реалізованої продукції<br>(товарів, робіт, послуг)   | 6100820 | 6809476 | 2342533 | -378287                          | -62  |
| Валовий: прибуток (збиток)                                        | 515579  | 568215  | 480418  | -35161                           | -7   |
| Інші операційні доходи                                            | 7381    | 14300   | 3700    | -3681                            | -50  |
| Адміністративні витрати                                           | 57055   | 58843   | 42690   | -14365                           | -25  |
| Витрати на збут                                                   | 209261  | 183529  | 89883   | -119378                          | -58  |
| Інші операційні витрати                                           | 39817   | 991     | 181616  | 141799                           | 4,56 |
| Фінансовий результат від<br>операційної діяльності:               | 216827  | 339152  | 69929   | -46898                           | -22  |
| Фінансові витрати                                                 | 1340    | 626     | 0       | -1340                            | -    |
| Інші витрати                                                      | 0       | 0       | 0       | 0                                | 0    |
| Фінансовий результат до<br>оподаткування: прибуток (збиток)       | 223342  | 346065  | 200179  | -23163                           | -10  |
| Чистий фінансовий результат:<br>прибуток (збиток)                 | 188570  | 290340  | 142325  | -46245                           | -25  |

*Джерело: Власна розробка автора.*

Механізм формування фінансових результатів діяльності підприємства визначається різними факторами і процесами, які відбуваються у внутрішніх і зовнішніх середовищах підприємства. Цей механізм відображає, які елементи діяльності підприємства впливають на його фінансові результати та як ці результати формуються.

За даними показників в 2022 році, порівняно з 2020 роком, чистий дохід від реалізації продукції знизився на 43%, або на 3793448 тис. грн, а собівартість реалізованої продукції знизилась на 62%, або на 378287 тис. грн. Зниження чистого доходу є безумовно негативним фактором, проте враховуючи те, що собівартість реалізованої продукції суттєво знизилась, компанії вдало вдається впоратись з фінансовою ситуацією, що сталась на підприємстві. Загалом валовий прибуток компанії знизився на 7%, або на 35161 тис. грн, і загалом становить 480418 тис. грн, що свідчить про те, що діяльність компанії є прибутковою.

З 2020 року порівняно з 2022 роком, інші операційні доходи підприємства, суттєво знизились, на 50%, що є негативним фактором в діяльності підприємства.

Станом на 2022 рік зменшення адміністративних витрат на 25% на підприємстві може свідчити про стратегічні зміни, що відбулися на підприємстві.

В 2020-2022 роках, витрати на збут суттєво знизились, на 58%, або на 119378 тис. грн, що може свідчити про ефективне управління запасами та складськими запасами, також компанія зменшила надмірні та неефективні витрати, такі як рекламні витрати, комісійні виплати агенти, та витрати на обслуговування клієнтів.

В 2022 році інші операційні витрати зросли в 4,56 рази порівняно з 2020 роком. Значне зростання інших операційних витрат також може свідчити про неефективне управління витратами підприємства. Це може бути наслідком недостатньої контролю над витратами, втрати фокусу на стратегічних цілях або недостатньої оптимізації операційних процесів.

Також чистий фінансовий результат в поточному році знизився на 25%, або на 46245 тис. грн, порівняно з 2020 роком. Зниження фінансового результату

може бути результатом зниження прибутковості підприємства, також зниження фінансового результату може бути наслідком збільшення витрат, такі як адміністративні, збутові чи загальні операційні витрати.

Залежно від ступеня ліквідності активи підприємства поділяються на такі групи: А1 – активи з високою ліквідністю: грошові кошти та поточні фінансові інвестиції; А2 – активи швидкої ліквідності: вся дебіторська заборгованість, що підлягає погашенню відповідно до договірних умов; А3 – активи повільної ліквідності: запаси, оборотні активи, інші оборотні активи, витрати майбутніх періодів; А4 – необоротні активи, які важко реалізувати, та необоротні активи, утримувані для продажу та групи вибуття. Пасиви балансу групуються за строками погашення: П1 – найбільш термінові – поточні зобов'язання; П2 – короткострокові – короткострокові кредити банків; П3 – довгострокові – довгострокові зобов'язання та гарантії; П4 – постійні – зобов'язання перед власниками, з формування капіталу та зобов'язання, пов'язані з основними засобами.

Таблиця 2.4

### Баланс ліквідності підприємства

| Група активу | Роки            |        |                 |        |                 |        |
|--------------|-----------------|--------|-----------------|--------|-----------------|--------|
|              | 2020            |        | 2021            |        | 2022            |        |
|              | Сума, тис. грн. | %      | Сума, тис. грн. | %      | Сума, тис. грн. | %      |
| A1           | 336834          | 25     | 529339          | 59     | 862658          | 70     |
| A2           | 265363          | 19     | 117811          | 13     | 120892          | 10     |
| A3           | 680463          | 50     | 175460          | 20     | 205674          | 16     |
| A4           | 81486           | 6      | 72952           | 8      | 48877           | 4      |
| x            | 1364146         | 100,00 | 895562          | 100,0  | 1238101         | 100,00 |
| Група пасиву | Роки            |        |                 |        |                 |        |
|              | 2020            |        | 2021            |        | 2022            |        |
|              | Сума, тис. грн. | %      | Сума, тис. грн. | %      | Сума, тис. грн. | %      |
| П1           | 5351            | 0      | 0               | 0      | 0               | 0      |
| П2           | 960103          | 75     | 404682          | 49     | 168131          | 23     |
| П3           | 0               | 0      | 0               | 0      | 0               | 0      |
| П4           | 312768          | 25     | 414538          | 51     | 556863          | 77     |
| x            | 1278222         | 100,00 | 819220          | 100,00 | 724994          | 100,00 |

Джерело: Власна розробка автора.

Для визначення ліквідності балансу підприємства необхідно зіставити розрахунки за групами активів і зобов'язань. Баланс буде вважатися ліквідним за умови дотримання таких співвідношень між групами активів і зобов'язань:

$$A1 \geq P1$$

$$A2 \geq P2$$

$$A3 \geq P3$$

$$A4 \geq P4$$

Згідно з даними таблиці, можемо дійти висновку, що  $A1 > P1$ ,  $A2 < P2$ ,  $A3 > P3$ ,  $A4 < P4$ . За поданими даними з таблиці можна зробити висновки.

$A1 > P1$ : Активи з високою ліквідністю перевищують найбільш термінові зобов'язання перед кредиторами. Це може свідчити про те, що підприємство має достатньо грошових коштів та легко конвертовані фінансові інвестиції, щоб погасити свої поточні зобов'язання.

$A2 < P2$ : Активи швидкої ліквідності менше, ніж короткострокові зобов'язання перед банками. Це може вказувати на те, що підприємство може мати проблеми зі сплатою своїх короткострокових кредитів банкам у разі потреби.

$A3 > P3$ : Активи повільної ліквідності перевищують довгострокові зобов'язання та гарантії. Це може бути позитивним сигналом, оскільки це означає, що підприємство має достатньо оборотних активів та інших ресурсів для покриття своїх довгострокових зобов'язань.

$A4 < P4$ : Необоротні активи, які важко реалізувати, та необоротні активи, утримувані для продажу та групи вибуття, менше, ніж зобов'язання перед власниками та іншими зобов'язаннями з формування капіталу та основними засобами. Це може бути показником того, що підприємство має велику кількість зобов'язань, пов'язаних з основними засобами та іншими необоротними активами.

Динаміка показників оцінки фінансового стану підприємства є ключовим інструментом для аналізу та визначення тенденцій у фінансовому здоров'ї компанії. Враховуючи дані даної таблиці можна зрозуміти чи стабільним є фінансовий стан підприємства, також тенденцію показників за кілька років, та виявити причини змін. Динаміка показників може також відображати результати

стратегічних рішень, прийнятих підприємством.

Таблиця 2.5

**Динаміка показників оцінки фінансового стану підприємства**

| Показники                                     | Роки   |        |        | Відхилення<br>2022 р до<br>2020 р. |
|-----------------------------------------------|--------|--------|--------|------------------------------------|
|                                               | 2020   | 2021   | 2022   |                                    |
|                                               |        |        |        | +, -                               |
| 1. Коефіцієнт загальної ліквідності           | 1,17   | 1,64   | 1,74   | 0,57                               |
| 2. Коефіцієнт абсолютної ліквідності          | 0,31   | 1,05   | 1,26   | 0,95                               |
| 3. Чистий оборотний капітал                   | 231282 | 341586 | 531021 | 299739                             |
| 4. Коефіцієнт автономії                       | 0,23   | 0,46   | 0,45   | 0,22                               |
| 5. Коефіцієнт фінансової стабільності         | 1,29   | 1,86   | 1,88   | 0,59                               |
| 6. Коефіцієнт забезпеченості власними коштами | -1,25  | -4,49  | -7,13  | -5,88                              |
| 7. Коефіцієнт оборотності активів             | 5,90   | 6,53   | 2,64   | -3,26                              |
| 8. Коефіцієнт оборотності власного капіталу   | 8,45   | 10,14  | 2,91   | -5,54                              |
| 9. Рентабельність господарської діяльності, % | 10,25  | 16,93  | 14,05  | 3,8                                |
| 10. Рентабельність власного капіталу, %       | 0,60   | 0,70   | 0,25   | -0,35                              |

*Джерело: Власна розробка автора.*

Значення загальної ліквідності  $>1$  свідчить про капіталізацію компанії і достатність короткострокової платоспроможності. Підприємство достатньо легко знаходить кошти для покриття своїх поточних зобов'язань. Загалом коефіцієнт загальної ліквідності збільшився на 0,57 в 2022 році порівняно з 2020, що може свідчити про те, що підприємству легко виплачувати свої поточні зобов'язання без необхідності реалізації основних активів, або залучення додаткового фінансування.

Значення абсолютної ліквідності  $>1$ , підприємство має достатньо готівки для погашення своїх найбільш термінових зобов'язань без продажу інших активів. Показник значення якого більше 1 є позитивним, і свідчить про фінансову стійкість, а також, що підприємство здатне функціонувати без перешкод у разі виникнення непередбачуваних обставин та кризових ситуацій. Загалом коефіцієнт абсолютної ліквідності збільшився з 0,31 до 1,26 в 2022 році.

Також за даними таблиці, з 2020 року по 2022 рік, чистий оборотний капітал збільшився на 299739 тис. грн, що може свідчити про неефективне управління запасами, або про недооцінки потреб у запасах. Це може призвести до зростання витрат на зберігання та зниження прибутковості.

Коефіцієнт автономії свідчить про фінансову стійкість на підприємстві. Загалом він зріс на 0,22 в 2022 році, порівняно з 2020. Чим вищим є цей коефіцієнт тим більш стійким є фінансовий стан підприємства.

Нормальним значення для показника фінансової стабільності є в межах: 0,67 – 1,5, де мінімальне значення свідчить про високі ризики, а максимальне значення, про те, що компанія має достатню кількість додаткових резервів. Загалом станом на 2022 рік, коефіцієнт фінансової стабільності зріс на 0,59, порівняно з 2020 роком і становить 1,88.

За 2022 рік коефіцієнт забезпечення власними засобами становить -7,13, що свідчить про те, що в підприємства можуть бути фінансові труднощі та проблеми в платіжній здатності підприємства.

Станом на 2022 рік, порівняно з 2020 роком, зниження коефіцієнту обороту активів становить 3,26, це може свідчити про зниження попиту на продукцію даного підприємства. В 2022 році цей коефіцієнт становить 2,64, що може свідчити про зменшення оборотності готової продукції.

В 2020 році коефіцієнт оборотності власного капіталу становив 8,45, а в 2022 році він вже становить 2,91, що може свідчити про зміни у фінансовій структурі. Зниження коефіцієнту оборотності власного капіталу на 5,54, може свідчити про погіршення ефективності використання капіталу. А також це свідчить про зміни в стратегії підприємства.

Коефіцієнт рентабельності господарської діяльності станом на 2022 рік становить 14,05, і загалом динаміка з 2020 року, в якому він становив 10,25 свідчить про те, що компанія збільшила ефективність управління. Це сталося через те, що компанія більш ефективно використовує ресурси.

В 2022 році коефіцієнт рентабельності власного капіталу знизилась на 0,35, що може свідчити про зниження прибутковості інвестицій, які здійснюються підприємством. Це може свідчити про зростання витрат, недооцінку ризиків.

Компанія «Рено Україна» здійснює свою діяльність в умовах економічної та політичної нестабільності. Також компанія ризикує втратити свої активи в зв'язку з воєнними подіями, що відбуваються в Україні. Попри все це компанія має стійку

фінансову базу. Проведений фінансово-економічний аналіз підприємства надав важливу інформацію щодо його стану та перспектив розвитку. Результати аналізу вказують на кілька ключових аспектів, які потребують уваги та додаткових заходів для забезпечення стабільного фінансового положення.

Зниження чистого прибутку на 25% в 2022 році порівнянні з 2020 роком свідчить про певні труднощі які можуть виникнути у діяльності підприємства. Важливо проаналізувати причини цього зниження і розробити стратегії для його вирішення.

Зниження фондівіддачі на 22% може вказувати на проблеми у використанні оборотних засобів. Це свідчить про те, що виникли затримки у реалізації продукції, і є необхідність розробити заходи для оптимізації цього процесу.

Коефіцієнт загальної ліквідності на рівні 1,74 та коефіцієнт фінансової стабільності 1,88 свідчать про те, що підприємство має достатню ліквідність та стійкість, але варто тримати під контролем рівень зобов'язань та оптимізувати структуру капіталу для збільшення ефективності фінансів.

Збільшення рентабельності на 3,8 пунктів свідчить про позитивні зміни в фінансовій діяльності підприємства. Варто продовжити вдосконалювати стратегії управління витратами та оптимізувати прибутковість.

У цілому, фінансово-економічний аналіз підприємства вказує на певні проблеми та виклики, які потребують уважної уваги та додаткових заходів для забезпечення стабільного та успішного функціонування. Необхідно продовжувати моніторити фінансовий стан, аналізувати його причини та вживати відповідні заходи для вирішення проблем та досягнення поставлених цілей.

### **2.3. Оцінка існуючої системи управління діяльністю підприємства за темою дослідження: аналіз фінансового стану діяльності підприємства**

Система управління – це організаційне складне ціле, що складається з безлічі взаємодіючих елементів, у тому числі об'єкта й суб'єкта управління. Аналіз — одна з основних функцій управління. Він являє собою процес всебічного дослідження системи управління, внутрішнього і зовнішнього середовища її функціонування. Аналіз є обов'язковим інструментом пізнавальної діяльності керівника. Аналіз системи управління проводиться з метою пошуку в системі відхилень, та вдосконалення слабких сторін управління.

В умовах ринкових відносин здатність до ефективної діяльності та конкурентну перевагу сільськогосподарських підприємств може гарантувати лише ефективна система управління виробництвом. Сьогодні компанія сама повинна визначити та передбачити параметри зовнішнього середовища, асортимент продукції та послуг, ціни, постачальників, ринки збуту тощо, маючи можливість швидко і, головне, точно реагувати на будь-які зміни. Одним із нових і надзвичайно важливих підходів до управління бізнесом є операційний менеджмент як вирішальний фактор ефективного виробництва.

Актуальність теми дослідження зумовлена ще й тим, що в динамічних умовах сучасного виробництва і суспільства менеджмент повинен перебувати в стані безперервного розвитку, який сьогодні не може бути гарантований іншим шляхом можливостей, не вибираючи варіантів і напрямків розвитку.

Аналіз включає сукупність прийомів формування і обробки інформації про досліджувану систему управління, що дозволяють дати достовірну оцінку її діяльності, стану та тенденцій розвитку. При підготовці до аналізу необхідно, насамперед, зробити діагностику керуючої системи, виявити її переваги та недоліки. Потім слід визначити цілі і напрямки діяльності по вдосконаленню управління, виявити фактори, що ускладнюють цю роботу, незатребувані можливості підвищення її якості. У міру розвитку і ускладнення, організаційних структуру управління зростає значення аналізу, розширюється коло прийомів і

методів, використовуваних для діагностики системи управління, вибору і аргументації найбільш раціональних шляхів її адаптації до умов зовнішнього і внутрішнього середовища. Аналіз може бути комплексним, тобто охоплювати всі базові елементи системи управління (організаційна структура, кадри, інформація, технології виконання функцій управлінської праці, документообіг, методи управління). Залежно від мети аналізу процес пізнання може поширюватися або на окремі елементи системи управління, або на всю їх сукупність. Комплексний аналіз відрізняється повнотою дослідження керуючої системи. Він здійснює її системне дослідження в тісному взаємозв'язку всіх властивих їй елементів, усіх підрозділів та аспектів діяльності. В силу своїх властивостей комплексний аналіз, порівняно із звичайним, дає підставу розраховувати на більш об'єктивну оцінку результатів діяльності системи управління. Але комплексний аналіз трудомісткий і далеко не завжди доцільний. У зв'язку з котрим нерідко обмежуються вибіркоким аналізом елементів системи управління, обумовлюють по якійсь причині необхідність спеціального дослідження (наприклад, стан департаменталізації, розподіл повноважень та відповідальності по ієрархії управління). В залежності від періоду, на який поширюється аналіз, прийнято розрізняти перспективний, поточний і оперативний аналіз системи управління. Крім того аналіз може бути систематичним, що проводяться регулярно, через певні проміжки часу, або епізодичним, що проводяться по мірі виникнення потреби. Рекомендації, розроблені за матеріалами аналізу системи управління, слід адресувати зацікавленим підрозділам і конкретним виконавцям. При цьому обов'язково має бути встановлено відповідальність виконавців за своєчасне виконання рекомендацій. Бажано, щоб на підприємствах, особливо 10 великих, аналіз системи управління здійснювався спеціальним підрозділом, що діє під безпосереднім керівництвом директора або його першого заступника. При аналізі системи управління особливу увагу має бути приділено вивченню потоків інформації, що циркулює по комунікаційним каналам системи. Разом з тим при всьому значенні і корисності цієї роботи, її необхідно розглядати з точки зору вирішення тих завдань, які стоять перед досліджуваною організацією. Аналізу

повинна піддаватися і організаційна структура управління. Необхідно переконатися в тому, що вона відрізняється узгодженістю і внутрішньою впорядкованістю і що діяльність працюючих в ній людей координується спільними інтересами, прагненням до досягнення як особистих, так і загальноорганізаційних цілей. Важливо також оцінити, наскільки ретельно продумана структура організації. Аналіз власне організаційних структур управління включає в себе, перш за все визначення або уточнення цілей і завдань функціонування системи, детальне обстеження існуючої структури, виявлення характеру та обсягу функцій, які вона повинна виконувати, а також визначення методів та засобів їх здійснення. Це допомагає встановити склад структурних підрозділів, їх ієрархію і взаємозв'язок в процесі управління. У зв'язку з цим необхідно проаналізувати ієрархію структур, співвідносність і динамічність окремих елементів, обґрунтованість прийнятих рішень і результативність їх виконання. При цьому повинні враховуватися не тільки кількісні характеристики, але і якісну різноманітність існуючих між елементами оргструктури зв'язків, механізм їх виникнення і розвитку. У ході аналізу встановлюється роль кожного структурного підрозділу шляхом вивчення, виконуваних ним функцій, а також його зв'язки як всередині, так і поза системою. Матеріали аналізу служать базою для побудови моделей процесів, притаманних даній системі, виявлення повноважень, якими повинні володіти органи управління різного рівня і для 11 розрахунку потоків інформації, забезпечує розроблення та виконання відповідних рішень. У процесі аналізу корисно встановити, чи немає на підприємстві тенденції відтворювати (з причини слабого знайомства з проблемами оргструктур), копіювати оргструктуру управління більш високого рівня. Щоб уникнути подібних спотворень, слід виходити з передумови унікальності кожної структури і створювати її у відповідності з розглянутими вище принципами управління. Органами управління і контролю підприємства є загальні збори акціонерного товариства, правління та ревізор. Загальні збори є вищим органом компанії. Повноваження загальних зборів, передбачені внутрішніми документами, а також чинним законодавством України. Чергові загальні збори проводяться щороку не

пізніше 30 квітня наступного за звітним роком.

Оскільки компанія піклується про те, щоб складання фінансової звітності, та обрахунків ключових показників було здійснено незалежно та неупереджено, використовуються послуги незалежної аудиторської фірми. Аналіз фінансового результату компанії «Рено Україна» здійснює ТОВ «Аудиторська фірма «Мазар Україна».

Компанія застосовує практику щодо оцінки імпортованих товарів, використовуючи валютний курс, який діяв на дату митного декларування товарів, замість дати, на яку Компанія отримує контроль над цими товарами, коли вони ще знаходяться у транзиті (закордоном). Зазначена практика призводить до викривлення собівартості імпортованих запасів. Компанія провела коригування балансової вартості товарів станом на 31 грудня 2022 та 31 грудня 2021 років, але не відкорегувала собівартість реалізованих товарів та прибутки/збитки від курсових різниць, які відносяться до товарів, реалізованих протягом років, які закінчилися 31 грудня 2022 та 31 грудня 2021 років. На наш погляд, вказана облікова політика є відхиленням від вимог МСБО 21 «Вплив змін валютних курсів», який вимагає відображення операцій з використанням валютного курсу на дату здійснення операції. Вплив даного відхилення на собівартість реалізованих товарів та прибутки/збитки від курсових різниць за роки, що закінчилися 31 грудня 2022 та 31 грудня 2021 років, не були визначені.

Компанія оцінює імпортовані товари, використовуючи валютний курс, який діяв на дату митного декларування товарів, замість дати, на яку Компанія отримує контроль над цими товарами, коли вони ще знаходяться у транзиті (закордоном). Зазначена практика призводить до викривлення собівартості імпортованих запасів. Компанія провела коригування балансової вартості товарів станом на 31 грудня 2022, але не відкорегувала собівартість реалізованих товарів та прибутки/збитки від курсових різниць, які відносяться до товарів, реалізованих протягом років, які закінчилися 31 грудня 2022 та 31 грудня 2021 років. На погляд аудиторської фірми, вказана облікова політика не відповідає вимогам МСБО 21 «Вплив змін валютних курсів», який вимагає відображення операцій з

використанням валютного курсу на дату здійснення операції. Вплив даного відхилення на собівартість реалізованих товарів та прибутки/збитки від курсових різниць за роки, що закінчилися 31 грудня 2022 та 31 грудня 2021 років, не були визначені.

Для компанії важливим є з'ясування таких питань як: ризик шахрайства щодо доходу від реалізації продукції(товарів, робіт, послуг). Проаналізувавши дані, можна зробити висновок, що дохід від реалізації продукції не є завищеним, немає ризиків шахрайства в результаті тиску управлінського персоналу щодо досягнення певних цільових показників.

Забезпечення гарантійних зобов'язань є важливим для фінансової звітності. Для цього можна оцінити облікову політику компанії стосовно оцінки забезпечень гарантійних зобов'язань на предмет відповідності МСБО 37 «Забезпечення, умовні зобов'язання та умовні активи». Провівши аналіз розрахунку забезпечень гарантійних зобов'язань та оцінивши ключові припущення, використані при аналізі забезпечень гарантійних зобов'язань, можна дійти до висновку, що суттєвих відхилень стосовно розрахунку забезпечень гарантійних зобов'язань не виявлено. На дату початку оренди компанія фіксує право користування та орендні зобов'язання. Право користування активами компанія визнає право користування активами з дати початку оренди (тобто з дати, коли актив стає доступним для використання). Активи у формі права користування оцінюються за первісною вартістю за вирахуванням накопиченої амортизації та накопичених збитків від знецінення, скоригованих під час переоцінки зобов'язання з оренди. Первісна вартість активу у формі права користування включає суму визнаного зобов'язання по оренді, понесені початкові прямі витрати та орендні платежі, сплачені на дату початку оренди або до неї, за вирахуванням отриманих пільгових орендних платежів. Первісна вартість базового активу також включає оцінку витрат, понесених орендарем у зв'язку з демонтажем і поверненням базового активу, переміщенням або відновленням базового активу. Зобов'язання орендаря щодо цих витрат виникають на дату початку оренди або після того, як актив використовувався протягом визначеного

періоду. Активи у формі права користування амортизуються прямолінійним методом протягом найкоротшого з наступних періодів: протягом терміну оренди або очікуваного строку корисного використання активу. Компанія визначила строк корисного використання активів на праві користування таким чином: активи на праві користування офісні приміщення – від 3 до 10 років; активи від інших прав користування нерухомим майном – від 3 до 10 років. Якщо наприкінці терміну оренди право власності на орендований актив переходить до компанії або якщо вартість активу відображає реалізацію права на купівлю, актив амортизується протягом очікуваного терміну корисного використання. Землекористування також підлягають перевірці амортизації. На дату початку оренди Компанія зафіксувала поточну вартість орендних зобов'язань у розмірі майбутніх платежів протягом терміну оренди. Орендні платежі включають фіксовані платежі (практично всі фіксовані платежі) за вирахуванням заохочувальної орендної плати до отримання та змінних орендних платежів залежно від індексу або обмінного курсу та суми, яку очікується сплатити за ліквідаційну вартість. Орендні платежі також включають ціну виконання опціону на купівлю, якщо є достатня впевненість, що Компанія скористається опціоном, і штраф за розірвання оренди, якщо термін оренди відображає здатність Компанії скористатися опціоном на розірвання оренди. Змінні орендні платежі, незалежно від індексу чи ставки, списуються на витрати (крім , коли вони понесені для виробництва запасів) у періоді, у якому сталася подія або умова, що призвела до цих платежів. Під час розрахунку поточної вартості майбутньої оренди Компанія використовує середньозважену ринкову ставку банківських позик, що діє на дату оренди, якщо відсоткова ставка не вказана чітко в оренді. Після первісного визнання сума зобов'язання з оренди збільшується до на суму дисконтованої амортизації та зменшується на суму сплаченої орендної плати. Крім того, Компанія переоцінює балансову вартість орендного зобов'язання у разі модифікації, зміни терміну орендного договору, зміни ціни оренди або зміни вартості опціону на придбання базового активу.

Інвентар включає імпортні автомобілі та запчастини для продажу, та інші

матеріали. Запаси обліковуються за найменшою з двох величин: собівартістю або чистою вартістю реалізації. Чиста вартість реалізації — це очікувана вартість реалізації в ході звичайної діяльності за вирахуванням будь-яких очікуваних майбутніх витрат, пов'язаних із підготовкою та реалізацією продукту. Компанія оцінює продаж товарів (автомобілів) за визначеним методом собівартості, при цьому питоми витрати визначаються з використанням заданих запасних одиниць. Вибуття запасних частин та інших матеріалів оцінюється Компанією за методом ФІФО: товарно-матеріальні одиниці придбані або виготовлені першими, одиниці продані першими, а одиниці, що залишилися в запасах на кінець періоду, є одиницями, придбаними або виготовленими першими.

Фінансові активи та фінансові зобов'язання визначаються у звіті про фінансовий стан у момент, коли Компанія стає стороною в договірних відносинах щодо відповідного інструменту. Усі операції з купівлі чи продажу фінансових активів, що вимагають поставки активів у строк, визначений законом, або згідно з правилами, що застосовуються на відповідному ринку (операції за стандартними умовами), обліковуються на дату виконання. Фінансові активи, класифіковані при первісному визнанні, — це активи, які згодом оцінюються за амортизованою вартістю, за справедливою вартістю через капітал або за справедливою вартістю через прибуток або збиток. Класифікація фінансових активів при первісному визнанні залежить від: договорів, встановлених контракт, характеристики грошових потоків та економічну модель управління залученими фінансовими активами. За винятком торговельної дебіторської заборгованості, яка не має істотного фінансового компонента, Компанія оцінює фінансовий актив за справедливою вартістю плюс активи, які в подальшому оцінюються за амортизованою вартістю або за справедливою вартістю, що дорівнює іншим факторам. Щоб фінансовий актив класифікувався та оцінювався за амортизованою собівартістю або справедливою вартістю через власний капітал, він має генерувати грошові потоки на певні дати, які сплачують лише основну суму та відсотки на частину залишку основної суми. Фінансові активи, які не відповідають критеріям «грошового потоку», класифікуються за справедливою

вартістю через прибуток або збиток незалежно від економічної моделі. Фінансові активи, класифіковані за амортизованою собівартістю, утримуються як частина бізнес-моделі з метою утримання фінансових активів для отримання договірних грошових потоків, тоді як фінансові активи класифікуються за справедливою вартістю через капітал, утримуваний у рамках економічної моделі з метою досягнення як за вартістю договірних грошових потоків, так і за вартістю продажу фінансових активів. Фінансові зобов'язання при первісному визнанні класифікуються як фінансові зобов'язання, оцінені за справедливою вартістю через прибуток або збиток, отримані кредити та позики, кредиторська заборгованість та похідні інструменти є ефективними інструментами хеджування ризиків. Компанія класифікувала фінансові борги відповідно до початкового визнання. Усі фінансові зобов'язання при первісному визнанні оцінюються за справедливою вартістю за вирахуванням боргів, отриманих кредитів і позик, прямих операційних витрат.

Визнання фінансового активу припиняється тоді і тільки тоді, коли: договірні права на грошовий потік від цього фінансового активу закінчується або Компанія передає договірне право на отримання грошових потоків від цього фінансового активу або зобов'язується виплатити грошові потоки від цього фінансового активу в повному обсязі третій стороні та без суттєвої затримки відповідно до «перехідної» угоди;

а) Компанія передає практично всі ризики та винагороди, пов'язані з правом власності на фінансовий актив, або

(b) Компанія не передає або зберігає за собою практично всі ризики та винагороди, пов'язані з правом власності на цей фінансовий актив, але передає контроль над цим фінансовим активом.

Передані активи та відповідні зобов'язання оцінюються на основі, яка відображає права та зобов'язання, якими володіє компанія. Компанія припиняє визнання фінансового зобов'язання (або частини фінансового зобов'язання), коли воно погашено (скасовано), тобто коли договірне зобов'язання виконано, скасовано або коли закінчився термін дії контракту.

Якщо існуючий фінансовий борг замінюється іншим боргом від того самого кредитора на суттєво змінених умовах, або якщо умови існуючого боргу згодом змінюються, борг.

Відповідна заміна або зміна умов визнається як припинення визнання початкового фінансового зобов'язання і визнання. З метою подальшої оцінки фінансові активи поділяються на чотири категорії:

Таблиця 2.6

### Подальша оцінка фінансових активів

|                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Фінансові активи, що оцінюються за амортизованою собівартістю (боргові інструменти)                                                                                       | Фінансові активи за справедливою вартістю через інший сукупний дохід з перекласифікацією накопиченого прибутку або збитку (боргові інструменти) |
| Фінансові активи за справедливою вартістю через інший сукупний дохід без перекласифікації накопиченого прибутку або збитку при припиненні визнання (інструменти капіталу) | Фінансові активи за справедливою вартістю через прибуток або збиток                                                                             |

*Джерело: Власна розробка автора.*

Компанія оцінює фінансові активи за амортизованою собівартістю, якщо виконуються такі умови: актив утримується в рамках бізнес-моделі з метою отримання договірних грошових потоків та договірні положення майна дають право на отримання грошових потоків у певні дати, сплату лише основної суми та відсотки на несплачену частину основної суми.

Фінансові активи, обліковані за амортизованою вартістю, після первісного визнання оцінюються з використанням методу ефективної процентної ставки та перевіряються на знецінення.

Прибутки або збитки внаслідок припинення визнання, модифікації або знецінення визнаються у звіті про фінансові результати (звіті про сукупний дохід).

Фінансові активи Компанії на звітну дату представлені в основному грошовими коштами та їх еквівалентами, грошові кошти, використання яких обмежено 12 місяцями від звітної дати, обліковуються як частина довгострокових

активів, а торгова дебіторська заборгованість оцінюється за амортизована вартість.

Фінансові зобов'язання розраховані за амортизованою вартістю. Це найбільш важлива заборгованість для Компанії. Це фінансове зобов'язання в основному включає комерційні борги та зобов'язання з оренди активів, оцінені за амортизованою вартістю з використанням методу ефективної процентної ставки. Прибутки та збитки від цих фінансових зобов'язань визнаються у складі доходів наприкінці визнання та амортизуються за методом ефективної процентної ставки. Амортизовані витрати розраховуються з урахуванням дисконтів або премій при придбанні, а також комісійних або винагород, які є невід'ємною частиною ефективної процентної ставки. Амортизація дисконту або премії за ефективною процентною ставкою включена до фінансових витрат.

Номінальна вартість фінансових активів і зобов'язань зі строком погашення один рік або менше, за вирахуванням скоригованої вартості, вважається їхньою справедливою вартістю.

Ієрархія справедливої вартості включає три рівні вхідних даних:

- Рівень 1: ринкові котирування (без коригувань) ідентичних активів або зобов'язань працюють на різних ринках.
- Рівень 2: модель оцінки, у якій усі вхідні дані, які мають значний вплив на справедливу вартість, визначаються як такі, що знаходяться на найнижчому рівні в ієрархії та покладаються прямо чи опосередковано на ринкові дані.
- Рівень 3: моделі оцінки, які використовують вхідні дані, які мають значний вплив на визначення справедливої вартості, утворюють найнижчий рівень в ієрархії та не розкриваються публічно.

Компанія використовує методи оцінки, які відповідають обставинам, і має достатньо даних для оцінки справедливої вартості, максимального використання спостережуваних вхідних даних і мінімізації використання неспостережуваних вхідних даних.

Знецінення нефінансових активів. На кінець кожного звітного періоду Компанія визначає наявність показників зносу нефінансових активів. Якщо такі

індикатори існують або якщо потрібне щорічне тестування на зменшення корисності, Компанія оцінить суму відшкодування активів. Сума очікуваного відшкодування активу – це більша з двох величин: справедлива вартість активу або одиниця, що генерує грошові кошти, за вирахуванням витрат на продаж або вартість використання активу. Сума відшкодування визначається для кожного окремого активу, за винятком випадків, коли актив генерує грошові потоки, які значною мірою не залежать від грошових потоків, створених іншими активами Компанії. Якщо балансова вартість активу перевищує суму очікуваного відшкодування, актив вважається знеціненим і обліковується за сумою очікуваного відшкодування. При оцінці вартості використання майбутні грошові потоки дисконтуються за ставкою дисконту до оподаткування, яка відображає поточну ринкову оцінку вартості грошей у часі та ризик, притаманний вартості використання. При визначенні справедливої вартості за вирахуванням витрат на продаж слід використовувати відповідну модель оцінки. Ці розрахунки базуються на коефіцієнтах оцінки, біржових котируваннях компаній, акції яких вільно продаються на відкритих фондових ринках, або інших доступних індексах справедливої вартості. Розрахунок збитків Компанії базується на детальних оцінках і прогнозних розрахунках, виконаних для підрозділу Компанії, що генерує грошові кошти, на рівні Компанії. Оцінки та прогнозні розрахунки зазвичай виконуються протягом п'ятирічного періоду.

Для більш тривалих періодів розраховується довгостроковий темп зростання, який використовується для прогнозування майбутніх грошових потоків після п'ятого року. Збитки від знецінення, включаючи збитки від знецінення запасів, визнаються у звіті про сукупний дохід у складі категорій витрат, що відповідають функції активу, корисність якого зменшилася. Наприкінці кожного звітного періоду для всіх активів визначається, чи є ознаки того, що раніше визнаний збиток від знецінення активу більше не існує або був зменшений. Якщо такі ознаки є, компанія розраховує очікуване відшкодування активу або одиниці, що генерує грошові кошти. Лише якщо відбулася зміна в припущеннях, використаних для визначення суми відшкодування активу з

моменту визнання останнього зменшення вартості. Відновлення обмежено таким чином, щоб балансова вартість активу не перевищувала очікувану суму відшкодування, а також не могла перевищувати балансову вартість, за вирахуванням амортизації, за якою цей актив обліковуватиметься, якщо така є. Не було зареєстровано збитків, пов'язаних зі скороченням комунальних послуг у попередні роки. Це сторнування реєструється у звіті про фінансові результати (звіт про прибутки та збитки).

#### **2.4. Напрями удосконалення аналізу фінансових результатів діяльності підприємства**

У наш час, коли існує сильний вплив зовнішнього середовища на діяльність підприємств та з економічними, соціальними та політичними змінами, що впливають на їх діяльність, як у позитивному, так і в негативному плані, аналіз діяльності підприємства, ефективні дії та прийняття рішень необхідне підприємству, щоб уникнути неплатоспроможності. Аналіз зовнішнього середовища проводиться за такими напрямками:

- Дослідження динаміки цін на товари та послуги;
- Податкові ставки та процентні ставки за банківськими кредитами та депозитами, ставка випущених акцій;
- Конкуренція на товарному та фінансовому ринках.

Аналіз діяльності підприємства відіграє важливу роль в управлінні підприємством. Метою аналізу, з одного боку, є визначення ефективності виконання підприємства за звітний період і проти поставлених цілей, і, з іншого боку, це встановити потенційні напрямки діяльності підприємства на поточний період і в перспективу з урахуванням необхідних матеріальних, фінансових і трудових ресурсів. Важливим є проведення цілеспрямованого аналізу, щоб виявити можливі резерви підприємства, які б забезпечували оптимальне використання наявних ресурсів. Аналіз діяльності підприємства є не тільки однією з функцій управління, а й спосіб мислення, для якого потрібна певна база даних. Крім того, якість аналізу залежить від загального рівня підприємства та

якості фінансового обліку звітності та наскільки наведені в ній цифри правдиві та справедливі. Фактичне становище підприємства по відношенню до середовища, в якому воно знаходиться відображається в аналізі портфеля та основній стратегії підприємства обраній за його концепцію. Аналіз портфеля показує конкурентоспроможність підприємства (позицію його виробництва).

Звітність компанії «РЕНО УКРАЇНА» має декілька недоліків, є деяка неточність в складенні розрахунків, а також в зручності її читання. Недоліки у звітності компанії можуть мати різні причини, але основні з них зазвичай включають в себе неправильний аналіз даних, недостатню увагу до деталей при складанні звіту та недоліки у використанні зручних інструментів для представлення інформації. Існує кілька можливих причин і способів їх виправлення. Оскільки під час складання звіту були припущені деякі деталі, або зроблені помилки в розрахунках, важливим є використання системи перевірки на помилки під час складання звіту. Також звіт є недостатньо зрозумілим та важким для прочитання для акціонерів, для виправлення цього недоліку, можна використати простіше візуальне оформлення для представлення даних, можливим є використання графіків, діаграм та таблиць. Цьому потрібно приділяти більше уваги і більше професійний рівень до планування, прогнозування, оцінки ризиків (не тільки інтуїтивно зрозумілий, а й аналітичні), довгострокові фінансові рішення, що підвищують цінність для власника інвестицій.

Для збільшення прибутків компанії важливо враховувати, що розвиток компанії сповільнюється на етапі зрілості, ринок значно насичений і конкурентоспроможність визначається найнижчою ціною. Підприємство повинно знижувати ціни, шукати ділових партнерів, щоб утриматися на ринку. Споживачі стали ще більш вимогливими, а отже і якість обслуговування набуває більшого значення, а також має бути обсяг продажів споживачам збільшився. Також мають бути проведені активні процедури управління персоналом, перш за все, навчання, оскільки часто буває, що інші ресурси, потенціал працівників, було вичерпано. Підприємство має припинити закупівлю продукції, яка не приносить очікуваного прибутку, таким чином зменшивши витрати та зосередивши увагу та активи

повністю на конкурентоспроможності продуктів.

Оскільки процес глобалізації неможливо зупинити, необхідність глобалізації є продиктована потребою виживання. Виходячи з цього спостерігається посилення конкуренції в світового ринку, консолідація конкуренції, тобто злиття підприємств, що працюють в одній галузі та сама галузь. За таких умов конкуренції недостатньо просто здійснювати аналіз діяльності та фінансового стану підприємства реагувати на зміни. Підприємства повинні активно впливати на навколишнє середовище. Щоб успішно вирішити проблеми та діяти стратегічно правильно необхідно враховувати галузь, в якій працює підприємство, у зв'язку з тим, що кожна галузь може характеризуватися своїми специфічними особливостями. Завжди можна аналізувати продукти та послуги, оскільки можна конкурувати з обома за рахунок кращої якості продуктів і нижчих цін, а також за рахунок більш ефективного обслуговування клієнтів.



**Рис. 2.2. Основні конкурентні стратегії та конкурентні переваги**

Розробник сучасної теорії конкуренції Майкл Портер у своїй підкреслює, що конкурентоспроможність можна підвищити двома способами:

- Менші витрати – в сенсі дешевшої організації праці і в коротші терміни виконання робіт, ніж у конкурентів, починаючи з розвитку товарів аж до продажу кінцевим споживачам.

- Спеціалізація.

Аналіз конкурентоспроможності підприємства слід починати з дослідження структуру галузі за допомогою моделі п'яти сил, розробленої М. Портером для цього призначення (див. рисунок нижче).

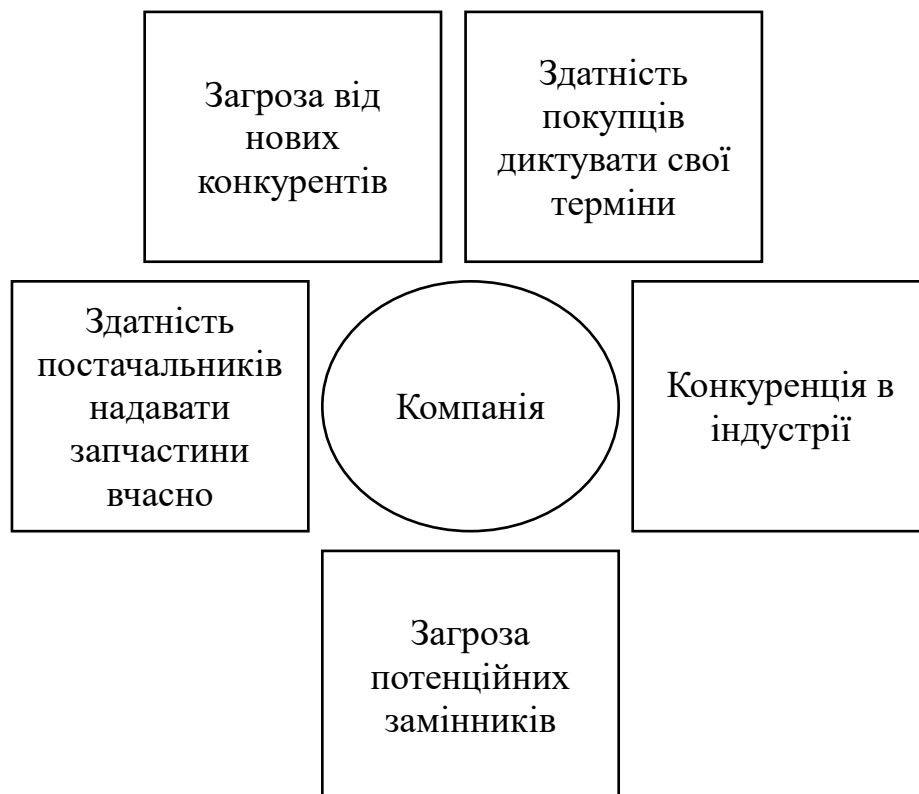


*Рис. 2.3. П'ять сил, які впливають на конкуренцію в галузі*

Проаналізувавши конкуренцію, М. Потер виділив п'ять факторів, що впливають на внутрішню привабливість ринку з точки зору довгострокового отримання прибутку компаніями. Кожен із цих факторів несе в собі потенційні загрози, якщо їх не врахувати або якщо інформація не збирається на регулярній основі.

Проаналізувавши галузь, можна дійти висновку, що немає єдиного визнаного лідера, тобто є конкуренція. Підприємство може здійснювати

поглинання слабших конкурентів, приносячи найвищу вигоду для підприємства, а, крім того, це може мати місце і при значно низькій ціні. Важливим фактором розвитку компанії є конкурентоспроможність. Конкурентоспроможність є економічно ефективною силою підвищення якості обслуговування клієнтів. Конкурентоспроможність – це умовна, динамічна концепція, яка безпосередньо залежить від конкретних обставини, сформовані на будь-якому конкретному ринку (структура ринку, доступність, виду товару, умови продажу та умови оплати). У загальному значенні конкурентоспроможність – це здатність перевершувати інших у досягненні цілей, поставлених в ході зміцнення своїх позицій у внутрішньому і зовнішньому ринку.

Влада покупця спрямована на отримання нижчих цін, кращої якості та кращого обслуговування. Сила постачальника спрямована на підвищення цін на власну продукцію та впровадження більш вигідні умови доставки. Найкраще це виражається тоді, коли виробництво постачальників є життєво важливим для підприємства.

Загроза заміників спрямована на зниження економічної ефективності галузі шляхом зниження кількості покупців і ціни товарів. Це можна виразити таким чином:

- Покупці можуть замість певного товару вибрати інший, інший
- Новий продукт може призвести до того, що існуючий продукт стане непотрібним і негідним в очах покупця
- Новий продукт може задовольнити декілька потреб клієнтів.

У бізнесі підприємство, яке порівняно з іншими підприємствами володіє більш точною інформацією про те, як і чиї потреби задовольняються, є більш конкурентоспроможною. Не достатньо просто знати, які послуги пропонує підприємство, які товари воно виробляє, оскільки товари та послуги сприяють бізнесу лише за наявності попиту на них з метою задоволення бажань і потреб людей. Не існує конкурентоспроможність, а бізнесу без попиту не буває.

Проаналізувати проблеми на підприємстві допоможе складення SWOT-аналізу. SWOT-аналіз – це оцінка як зовнішнього, так і внутрішнього середовища,

що дозволяє визначити сильні та слабкі сторони підприємства, можливості та загрози, що існують у ньому зовнішнє середовище, а також його конкурентоспроможність. Щоб виміряти конкурентоспроможність підприємства необхідно враховувати кілька факторів. Важливо визначити чинники внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства. Потенційні сильні та слабкі сторони підприємства, а також потенціал загрози та можливості, що існують у зовнішньому середовищі, окреслено в таблиці факторів внутрішнього середовища.

Таблиця 2.7

## SWOT-аналіз

| Сильні сторони                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Слабкі сторони                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Має важливе різноманіття компетенції</li> <li>• Володіє великою часткою ринку</li> <li>• Збільшення кількості споживачів і лояльність клієнтів</li> <li>• Хороший моніторинг ринку</li> <li>• Учасник сильної стратегічної групи</li> <li>• Учасник швидко зростаючого ринку сегменти</li> <li>• Продукти сильно диференційовані економічний ефект</li> <li>• Прибуток вище середнього рівня галузі</li> <li>• Кращі інновації та технології в промисловість</li> <li>• Можливість використовувати можливості</li> <li>• Персонал лояльний до цілей компанії, зацікавлені в отриманні максимального доходу</li> <li>• Еластичність цін і знижок</li> <li>• Хороша співпраця з транспортом, страхування та інші фірми</li> <li>• Значний досвід у галузі</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Конкуренти беруть на себе ініціативу</li> <li>• Слабкий ринок набирає потенціал</li> <li>• Нездатність протистояти зовнішнім загрозам</li> <li>• Високі витрати на обслуговування</li> <li>• Нестача сертифікованих фахівців з логістики для розробки нових проектів</li> </ul>                                         |
| Можливості                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Загрози                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Можливості для розширення на нові ринки</li> <li>• Адаптація продукції до нового клієнта потреби</li> <li>• Можливість розширити виробництво на ринковий рівень попиту</li> <li>• Впровадження нових технологій</li> <li>• забезпечення стабільного обсягу вантажопотоку</li> <li>• Корпоративні послуги</li> <li>• Можливості для придбання нових ринків</li> <li>• Використання бренду і розвиток основного бізнесу</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Поява більш низьких цін конкурентів на ринку</li> <li>• Поява продуктів-замінників в ринок</li> <li>• Загроза валюти</li> <li>• Запроваджено цінове регулювання</li> <li>• Збільшення впливу постачальників та покупців</li> <li>• Зміни смаку і потреб покупців</li> <li>Підвищення зарплат та інших витрат</li> </ul> |

*Джерело: Власна розробка автора.*

Відповідно до наведеної в таблиці інформації рекомендується порівняти підприємство своїм основним конкурентам у відповідній галузі шляхом оцінки його сильних сторін і слабкі місця та зміни в рамках стратегії, що реалізується. Це є важливим виконати для вдалого порівняння, беручи до уваги наступні заходи:

якість послуг, обслуговування клієнтів, задоволеність клієнтів, фінансове становище, завод і обладнання, базові навички, кваліфікація та лояльність персоналу. А також взаємозв'язок зовнішнього і внутрішнього середовища і підприємства.

Сильні та слабкі сторони проілюстровано в матриці SWOT, яка пропонує наступні чотири різні стратегії:

1. Стратегія сильних сторін і можливостей – розробляти стратегії, які базуються на внутрішній силі – це використання зовнішніх можливостей, що виникли.

2. Стратегія слабких сторін і можливостей – встановити стратегії, які використовують зовнішні можливості для подолання внутрішніх слабкостей.

3. Стратегія сильних сторін і загроз – для створення стратегій, які використовують внутрішні сильні сторони, щоб уникнути зовнішніх загроз.

4. Стратегія слабких сторін і загроз – для встановлення стратегій, які мінімізують внутрішні слабкості та дозволяють уникнути загроз.

Визначаючи відповідну стратегію, підприємство визнає своє місце і можливості розвитку на ринку, що дозволяє підвищити його конкурентоспроможність. Застосуємо стратегію слабких сторін і загроз для компанії «РЕНО УКРАЇНА» можна врахувати той факт, що частка Компанії на ринку корпоративних продажів в Україні в 2022 році склала 19,3%, що вивело Компанію на перше місце серед корпоративних продажів, але оскільки конкуренти беруть на себе ініціативу, а також є зміна у вподобаннях клієнтів, варто приділити більшу увагу збільшення різноманітності асортименту.

## **Висновки до розділу 2**

Аналітична оцінка стану та напрями удосконалення аналізу фінансового стану діяльності підприємства ПАТ «Рено Україна» дозволить навіть в кризових ситуаціях зберегти можливість отримувати прибуток.

На основі проведеного аналізу можна зробити висновок, що були виявлені як позитивні, так і негативні аспекти фінансового стану компанії. До позитивних аспектів можна віднести стабільність фінансових показників, ефективне використання ресурсів та високу прибутковість. Однак є і недоліки, такі як недостатня ліквідність, низька рентабельність окремих операцій та валютні розрахунки. Важливо зазначити, що аналіз фінансового стану не є самоціллю, а спрямований на виявлення можливостей для подальшого покращення та оптимізації фінансової діяльності компанії. На основі виявлених тенденцій та проблем можуть бути розроблені конкретні стратегії та заходи, спрямовані на забезпечення сталого фінансового розвитку компанії. Одним з можливих шляхів покращення аналізу фінансового стану є вдосконалення систем збору та обробки фінансової інформації. Використання сучасних програмних засобів та автоматизованих систем може значно спростити цей процес і забезпечити більш точні та своєчасні результати аналізу. Крім того, важливо підвищувати кваліфікацію фахівців, які здійснюють фінансовий аналіз, і забезпечувати їм доступ до сучасної інформації та методик. Це дозволить робити більш об'єктивні та професійні висновки і швидше реагувати на зміни у фінансовому середовищі. Щоб підвищити стійкість до кризових ситуацій і зберегти здатність генерувати прибуток, важливо вдосконалювати системи управління ризиками та розробляти стратегії, спрямовані на зменшення впливу негативних факторів на фінансовий стан компанії. Це включає в себе диверсифікацію продукції, освоєння нових ринків, оптимізацію витрат і підвищення фінансової стійкості.

Таким чином, аналітична оцінка фінансового стану підприємства та напрямки вдосконалення аналітики є ключовими для забезпечення стабільності та прибутковості компанії. Постійне вдосконалення процесу аналізу та впровадження ефективних стратегій забезпечить успішний фінансовий розвиток

компанії.

## ВИСНОВКИ

### М

Отже, аналіз фінансових результатів діяльності підприємства передбачає вивчення його фінансової звітності з метою визначення його фінансової ефективності та стабільності. Цей процес дає змогу зрозуміти розподіл ресурсів компанії, отримання прибутку, розподіл фінансових потоків і фактори, які впливають на її фінансовий стан. Оцінка фінансових результатів охоплює вивчення різних показників, включаючи, але не обмежуючись цим, прибуток, рентабельність, ліквідність, платоспроможність та оборотність активів. Ці показники дають цінну інформацію про ефективність управління підприємством, його конкурентоспроможність на ринку, а також про ризики та перспективи майбутнього зростання. Виходячи з цього, перевірка фінансових результатів підприємства є ключовим інструментом у прийнятті управлінських рішень, розробці стратегій і визначенні шляхів майбутнього зростання.

Розгляд практичних питань аналізу фінансових результатів діяльності свідчить про те, що необхідно прийняти рішення, і тільки здібні менеджери зможуть впоратися з цією проблемою використовувати теоретичні та практичні методи. Але в той же час це завжди необхідно особлива увага приділяється способу збору інформації, її обробці та аналізу.

Головною метою будь-якого комерційного підприємства є досягнення поставлених цілей, які визначається акціонерами. Зазвичай вони повинні приносити прибуток. Загалом валовий прибуток компанії знизився на 7%, внаслідок кризових обставин що вплинули на діяльність підприємства, або на 35161тис. грн, і загалом становить 480418тис. грн, що свідчить про те, що діяльність компанії є прибутковою. Зниження валового прибутку в 2020 – 2022 рр. свідчить про зниження фінансового потенціалу підприємства ПАТ «Рено Україна». Кінцеві фінансові результати діяльності підприємства є найбільш важливими показниками, що відображають можливості підприємства. Чистий прибуток формується під впливом рішень акціонерів, прийнятих під час аналізу.

Чистий дохід після сплати податків є обліковим терміном і найчастіше зустрічається в квартальних і річних фінансових звітах компанії. У 2022 році

чистий дохід зменшився доволі суттєво, на 43%, або на 3793448 тис. грн порівняно з 2020, це пов'язано з початком повномасштабної війни, що розпочала Російська Федерація. Як наслідок, знизився чистий прибуток на 25%, або на - 46245 тис. грн.

Також компанія зіткнулась з нездатністю здійснення аналізу на деяких точках реалізації автомобілів. Військові конфлікти призводять до захоплення бізнесу ворогом, що призводить до суттєвого обмеження власності та аналітичних можливостей для власників бізнесу. Одним із головних недоліків такої ситуації є втрата контролю над даними, процесами та ресурсами компанії, що може спричинити значні втрати та репутаційну шкоду. Крім того, захоплені підприємства можуть використовуватися ворогами як джерело фінансування для подальших військових дій або як засіб впливу на економіку країни. Загалом неспроможність компаній проаналізувати захоплені підприємства підкреслює важливість розробки стратегій управління ризиками та захисту активів у геополітичних конфліктах.

Тому аналітична оцінка фінансового стану АТ «Рено Україна» визначена як ключовий елемент забезпечення стабільності та прибутковості підприємства. Аналіз фінансових показників необхідний для виявлення потенційних ризиків і можливостей, які впливають на фінансову діяльність підприємства. Одним із напрямків удосконалення аналізу є розширення діапазону використовуваних методів і аналітичних інструментів. Поєднання новітніх технологій, таких як штучний інтелект і машинне навчання, може значно полегшити процес аналізу та допомогти виявити складні закономірності та тенденції у фінансових даних. Крім того, важливо зосередитися на постійному вдосконаленні аналітичного процесу. Це може включати оновлення методології оцінки, постійне навчання персоналу з аналітичних і фінансових питань, а також впровадження найкращих практик, рекомендованих у світовій практиці. Застосування ефективних стратегій також відіграє важливу роль у фінансовому розвитку компанії. Це може включати оптимізацію фінансових процесів, управління оборотним капіталом, диверсифікацію інвестиційних портфелів і розробку гнучких фінансових стратегій, які враховують мінливі умови ринку.

Загалом постійне вдосконалення процесу аналізу та впровадження

ефективних стратегій допоможе АТ «Рено Україна» забезпечити успішний фінансовий розвиток навіть у складних економічних ситуаціях.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз ефективності формування витрат на підприємстві. *Pidru4niki*. URL:

[https://pidru4niki.com/92640/buhgalterskiy\\_oblik\\_ta\\_audit/analiz\\_efektivnosti\\_formuvannya\\_vitrat\\_pidpriyemstvi](https://pidru4niki.com/92640/buhgalterskiy_oblik_ta_audit/analiz_efektivnosti_formuvannya_vitrat_pidpriyemstvi).

2. АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ РУХУ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ | Ж М Балабанюк | Ефективна економіка №8 2011. *Журнал «Ефективна економіка» – наукове фахове видання з питань економіки*. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=650#:~:>.

3. Аналіз взаємозв'язку «витрати-обсяг-прибуток. *Elib LNTU*. URL: [https://elib.lntu.edu.ua/sites/default/files/elib\\_upload/Тлучкевич%202/page13.html](https://elib.lntu.edu.ua/sites/default/files/elib_upload/Тлучкевич%202/page13.html).

4. Безбородова Т. В. Сутність та необхідність аналізу фінансового стану / Т. В. Безбородова. // Економіка. Управління. Інновації. Серія : Економічні науки. – 2014. – № 1. – С. 66-74.

5. Бержанір І. А. Діагностика показників ліквідності підприємства. Фінансове забезпечення сталого розвитку економіки України / І. А. Бержанір – 2016. – 156 с.

6. Білик М.Д. Сутність і оцінка фінансового стану підприємств // Фінанси України. – 2005. – № 3. – С. 117–128.

7. Близнюк О.П. Управління фінансовими ресурсами підприємств роздрібної торгівлі: монографія / О.П. Близнюк. – Харків: Іванченко І. С., 2016. – 253 с.

8. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ БАЛАНС ТА ЙОГО АНАЛІЗ | Н А Добрянська | Ефективна економіка №10 2015. *Журнал «Ефективна економіка» – наукове фахове видання з питань економіки*. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4367>.

9. Вік Партнер. Вік-Партнер | Офіційний дилер імпортера АТ «Рено

Україна» в м. Рівне. URL: <https://www.renault-rivne.com/uk/nashi-partneri>.

10. Готра В. В. Діагностика фінансового стану підприємства та шляхи його покращення [Текст] / В. В. Готра, В. В. Ріпич, А. В. Дячок // Економіка і суспільство. – 2017. – №8. – С. 219–223.

11. Громова А. Є. Аналіз фінансового стану підприємства з огляду ефективного використання фінансових ресурсів / А. Є. Громова, К. В. Крамаренко, Т. О. Рудик // Молодий вчений. – 2016. – № 5. – С. 44-47.

12. Дем'яненко М.Я. Фінансовий словник-довідник / М.Я. Дем'яненко, Ю.Я. Лузан, П.Т. Саблук. – К.: ІАЕУААН, 2003. – 507 с.

13. Дудукало Г.В., Аналіз методів оцінювання ефективності управління діяльністю підприємства Ефективна економіка №3 2012. Журнал «Ефективна економіка» – наукове фахове видання з питань економіки. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1031>.

14. Ефективність використання основних фондів. Головна – Бібліотека BukLib.net. URL: <https://buklib.net/books/32653/>.

15. Животок Е. Б. Фінансовий стан підприємства та шляхи його покращення [Текст] / Е. Б. Животок // Фінанси, страхування і біржова діяльність. – 2017. – № 1. – С.36 -39.

16. ІПС ЛІГА:ЗАКОН – система пошуку, аналізу та моніторингу нормативно-правової бази. LIGA 360. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/BZ009199>

17. Замула І. Бухгалтерський облік екологічної діяльності у забезпеченні стійкого розвитку економіки : монографія. URL: [https://learn.ztu.edu.ua/pluginfile.php/29733/mod\\_resource/content/1/Замула.pdf](https://learn.ztu.edu.ua/pluginfile.php/29733/mod_resource/content/1/Замула.pdf).

18. Карачарова, К. А. Сутність та особливості управління фінансовим станом підприємства [Текст] / Катерина Анатоліївна Карачарова, Людмила Віталіївна Наливайко // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол. : В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2016. – Том 23. – № 2. – С. 126-

130.

19. Кобилецький В.О., Коефіцієнт оборотності оборотних активів. *Фінансовий аналіз та висновок*. URL: <https://analizua.com/slovnik-ekonomichnikh-terminiv/292-oborotnist-oborotnikh-aktiviv>.

20. Кобилецький В.О., Коефіцієнт фондovіддачі. *Фінансовий аналіз та висновок*. URL: <https://analizua.com/slovnik-ekonomichnikh-terminiv/345-pokaznik-fondoviddachi>.

21. Коефіцієнт фінансової автономії (Коефіцієнт фінансової незалежності). *Фінансовий аналіз та висновок*. URL: <https://analizua.com/slovnik-ekonomichnikh-terminiv/346-pokaznik-finansovoji-avtonomiji-pokaznik-finansovoji-nezalezhnosti>.

22. Коломієць Н.О. Методологічні аспекти оцінки фінансового стану як основи ефективного управління підприємством / Н.О. Коломієць, О.П. Коломієць [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journals.uran.ua/index.php/wissn021/article/viewFile/99627/94703>.

23. Крамаренко Г.О. Фінансовий аналіз : [підручник] / Г.О. Крамаренко, О.Є. Чорна. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 392 с.

24. Ладунка І. С. Шляхи покращення фінансового стану підприємства в сучасних економічних умовах [Текст] / І. С. Ладука , Є. А. Кучеренко// Економіка і суспільство. – 2016. – № 5. – С.185-188.

25. Методичні рекомендації по аналізу фінансово-господарського стану підприємств та організацій [Електронний ресурс]: Лист Державної податкової адміністрації України від 27.01.1998 р. № 759/10/20-2117. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>.

26. ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА. *WEB-ресурс науково-практичних конференцій | Наукові, науково-практичні конференції та публікації, новини науки*. URL: [https://confcontact.com/2014\\_04\\_25\\_ekonomika\\_i\\_menedgment/tom4/28\\_Lyznova.htm](https://confcontact.com/2014_04_25_ekonomika_i_menedgment/tom4/28_Lyznova.htm).

27. Отенко І. П Фінансовий аналіз / І. П. Отенко, Г. Ф. Азаренков, Г. А. Іващенко. – Х. : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. – 156 с.
28. Павленко О.І. Вдосконалення механізму оцінки фінансового стану підприємства / О.І. Павленко // Бізнеснавігатор. – 2010. – № 2(19). – С. 72–78.
29. Панасюк Б. М. Оцінка та шляхи покращення фінансового стану підприємства [Текст] / Б. М. Панасюк , Ю. В. Шулик // Науковий блог. – 2019. – № 3. – С. 141–148.
30. Петренко В. С. Оцінка та шляхи покращення фінансового стану підприємства / В. С. Петренко, О. П. Квасова // Міжнародний науковий журнал. – 2015. – №8. – С. 139-142.
31. Побережна Н.М. Шляхи підвищення платоспроможності та ліквідності сучасного промислового підприємства / Н.М. Побережна, О.О. Цапун // Наукові дослідження розвитку світової економіки: пропозиції, теорії : зб. наук. пр. з актуальних проблем екон. наук. – Дніпропетровськ : ВД «Гельветика», 2015. – Ч. 2. – С. 72-76.
32. Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи : Закон України від 28.12.2014 р. № 71-VIII : станом на 1 січ. 2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/71-19#Text>.
33. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» : Наказ М-ва фінансів України від 07.02.2013 р. № 73 : станом на 3 січ. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text>.
34. Розрахунок коефіцієнтів ліквідності за балансом, урахування фінансових і виробничих особливостей підприємства під час здійснення коефіцієнтного аналізу ліквідності. *Головна.* URL: [https://economyandsociety.in.ua/journals/15\\_ukr/139.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/15_ukr/139.pdf).
35. Рентабельність підприємства. *Школа бізнесу.* URL: <https://online.novaposhta.education/blog/rentabelnist-pidpriemstva>.
36. Содома Р. І., Громик Н.А., Особливість банківського кредитування

сільськогосподарських підприємств : thesis. 2018. URL:  
[http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/10396/1/Tezy\\_Uni\\_280918.pdf](http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/10396/1/Tezy_Uni_280918.pdf).

37. Стригуль Л.С. Актуальні проблеми системного підходу до організації обліку доходів, витрат і фінансових результатів діяльності підприємств / Л.С. Стригуль, В.П. Остапенко// Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Темат. вип. :Актуальні проблеми розвитку українського суспільства. – Харків : НТУ «ХПІ». – 2014. – № 37 (1080). – С. 116-120.

38. Тютюнник Ю. М. Фінансовий аналіз : [навч. посіб. для дистанц. навчання] / Ю. М. Тютюнник. – Полтава : ПДАА, 2007. – 296 с.

39. Тянь Р. Б. Структурний аналіз грошових потоків із метою підвищення надійності їх прогнозування / Р. Б. Тянь, О. В. Лисенко // Фінанси України. – Київ, 2012. – № 5. – 110–120.

40. Фінансово-економічний аналіз : [підручник] / [П. Ю. Буряк , М. В. Римар , М. Т. Бець та ін.] ; під заг. ред. П. Ю. Буряка, М. В. Римара. – Київ : ВД «Професіонал», 2004. – 528 с

41. Фінансова звітність, регулярна та особлива інформація. URL:  
<https://www.renault.ua/financing-solutions/finance-report.html>.

42. Фучеджи В. І. Характеристика методів та моделей діагностики кризового стану підприємства / В. І. Фучеджи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua>

43. Чистий прибуток (збиток) у фінзвітності | Журнали online – «Дебет-Кредит». *Журнали online* – «Дебет-Кредит». URL:  
<https://online.dtkr.ua/2013/23/51641>.

44. Що таке система управління?. DQS. URL:  
<https://www.dqsglobal.com/uk-ua/navchajtesya/centr-znan'-dqs/scho-take-sistema-upravlinnya>.

45. Як обчислити точку беззбитковості • FactorAcademy. *FactorAcademy*. URL: <https://factor.academy/blog/yak-obchisliti-tochku-bezzbitkovosti/>.

46. Юридична інформація (Рено Україна) | Офіційний імпортер Renault в Україні. Renault Ukraine | Офіційний імпортер Renault в Україні | Купити Рено в

Україні. URL: <https://www.renault.ua/terms-and-conditions.html>.

47. Яцишин Н. А. Методика аналізу фінансового стану підприємства [Текст] / Н. А. Яцишин // Економічний аналіз. – 2015. – № 10. – С.441 – 445.

48. Яцух О. О. Фінансовий стан підприємства та методика його оцінки / О. О. Яцух, Н. Ю. Захарова // Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Економіка і управління. – 2018. – Т. 29(68), № 3. – С. 173-180.

49. Analysis of the operation and financial condition of the enterprise. [https://www.bcci.bg/projects/latvia/pdf/2\\_FA\\_Course\\_ENG\\_Final.pdf](https://www.bcci.bg/projects/latvia/pdf/2_FA_Course_ENG_Final.pdf)

50. Bloomenthal A. Gross profit margin: formula and what it tells you. *Investopedia*. URL: [https://www.investopedia.com/terms/g/gross\\_profit\\_margin.asp#:~:text=Gross%20profit%20margin%20is%20the,as%20the%20gross%20margin%20ratio](https://www.investopedia.com/terms/g/gross_profit_margin.asp#:~:text=Gross%20profit%20margin%20is%20the,as%20the%20gross%20margin%20ratio).

51. Bubleová A. Regionální analýza dopadů realizovaných projektů z OP Praha -- Adaptabilita : master's thesis. 2013. URL: <http://www.nusl.cz/ntk/nusl-191888>.

52. Cash Flow Analysis: Definition and Tips for Tracking | Allianz Trade. *Corporate*. URL: [https://www.allianz-trade.com/en\\_global/news-insights/business-tips-and-trade-advice/hub/cash-flow-analysis-definition-and-tips-for-tracking.html](https://www.allianz-trade.com/en_global/news-insights/business-tips-and-trade-advice/hub/cash-flow-analysis-definition-and-tips-for-tracking.html).

53. Company losses due to internal control weakness. *Small Business – Chron.com*. URL: <https://smallbusiness.chron.com/company-losses-due-internal-control-weakness-64965.html>.

54. CORE – Aggregating the world's open access research papers. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/161789403.pdf>.

55. Current ratio: what it is and how to calculate it | bankrate. *Bankrate*. URL: <https://www.bankrate.com/investing/current-ratio/#:~:text=You%20can%20calculate%20the%20current,cash,%20accounts%20receivable%20and%20inventories>.

56. DSpace at West Ukrainian National University: Головна сторінка. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/jspui/bitstream/316497/1018/8/Додаток%206.pdf>.

57. Ehrhardt M., Brigham E. Corporate Finance: A Focused Approach – New

Jersey, 2018. – 805 p.

58. Equity Multiplier. *Corporate Finance Institute*. URL: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/valuation/equity-multiplier/#:~:text=What%20is%20Equity%20Multiplier?,by%20the%20total%20shareholder%20equity.>
59. Financial Analysis: Meaning, importance & Functions | Hero Vired. *Hero Vired*. URL: <https://herovired.com/learning-hub/blogs/financial-analysis/>.
60. Financial Analysis: What is it, Types, Objectives, Limitations & Tools. *Happay*. URL: <https://happay.com/blog/financial-analysis/>.
61. Financial Controls. *Corporate Finance Institute*. URL: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/career-map/sell-side/risk-management/financial-controls/>.
62. Financing smart solutions in cities: smart financing / C. Carrasco et al. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, 2019. URL: <https://doi.org/10.15581/018.op-325>.
63. Hrčak portal hrvatskih znanstvenih i stručnih časopisa – Hrčak. URL: <https://hrcak.srce.hr/file/188677>.
64. Higgins, Robert C. Analysis for Financial Management. / Robert C. Higgins. – Edition: 10th. – McGraw-Hill, 2019. – 480 p.
65. IFRS – IASB consults on proposals to improve reporting of acquisitions. *IFRS – Home*. URL: <https://www.ifrs.org/news-and-events/news/2024/03/iasb-consults-on-proposals-to-improve-reporting-of-acquisitions/>.
66. Kaempfer E. H. D. Briefe 1683 – 1715 /. 2001. URL: <http://www.gbv.de/dms/goettingen/339955473.pdf>.
67. Legal & Regulatory Compliance Advisory. *PwC*. URL: <https://www.pwc.com/rw/en/services/tax-services/legal-regulatory-compliance.html>.
68. Marketing Department: Definition & Example | StudySmarter. *StudySmarter* UK. URL: <https://www.studysmarter.co.uk/explanations/marketing/marketing-management/marketing-department/>.

69. Martin S. Fridson, Fernando Alvarez *Financial Statement Analysis: A Practitioner's Guide*. – New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken. 2017. – 597 p.
70. McClure B. How To Analyze A Company's Financial Position [Internet resource] / Ben McClure // Investopedia. – Access mode: <http://www.investopedia.com/articles/fundamental/04/063004.asp>
71. Murphy C. B. Financial Statements: List of Types and How to Read Them. *Investopedia*. URL: <https://www.investopedia.com/terms/f/financial-statements.asp>.
72. Profit margin in manufacturing. *Flintfox*. URL: [https://www.flintfox.com/how-to-increase-profit-margin-in-manufacturing/#:~:text=Gross%20Profit%20Margin%20=%20\(Net%20Sales%20-%20COGS\)%20/%20Net%20Sales&](https://www.flintfox.com/how-to-increase-profit-margin-in-manufacturing/#:~:text=Gross%20Profit%20Margin%20=%20(Net%20Sales%20-%20COGS)%20/%20Net%20Sales&)
73. Repository Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/24215/1/2020-Мартіянова%20М%20П.pdf>.
74. Shareholder's Equity (Definition) – Ownership Value in Corporations. Free Invoice Generator with Invoice Templates. URL: <https://www.genio.ac/glossary/shareholder-s-equity-definition/>.
75. Steven R. *Entrepreneurial Finance: Finance and Business Strategies for the Serious Entrepreneur* / Rogers Steven. – New Jersey: RR Donnelley, 2016. – 380 p.
76. Stevens Z. A., *Assessing Business Performance Through Financial Performance and KPIs* [Електронний ресурс] / Zane Stevens – Режим доступу до ресурсу: <https://proteafinancial.com/assessing-business-performance-through-financial-performance-and-kpis/>.
77. Team T. I. Economic indicator: definition and how to interpret. *Investopedia*. URL: [https://www.investopedia.com/terms/e/economic\\_indicator.asp](https://www.investopedia.com/terms/e/economic_indicator.asp).
78. Thomas R. Ittelson *Financial Statements: A Step-by-Step Guide to Understanding and Creating Financial Reports* Paperback – New Jersey: The Career Press, Inc., 2019. – 285 p.
79. The role of balance sheet in financial analysis. *Innovature BPO*. URL: <https://innovatureinc.com/the-role-of-balance-sheet-in-financial-analysis/>.

80. Understanding Profitability | Ag Decision Maker. *Homepage | Iowa State University Extension and Outreach Home.* URL: <https://www.extension.iastate.edu/agdm/wholefarm/html/c3-24.html>.
81. Vertical analysis formula. *WallStreetMojo.* URL: <https://www.wallstreetmojo.com/vertical-analysis-formula/>.
82. 4 types of financial indicators you need to track. *BDC.ca.* URL: <https://www.bdc.ca/en/articles-tools/money-finance/manage-finances/5-key-indicators-monitor>.