

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ**

**Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту
Кафедра економіки підприємства і міжнародного бізнесу**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**здобувача вищої освіти другого
(магістерського) рівня за спеціальністю
076 “Підприємництво та торгівля”**

**на тему:
«ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ НАПРЯМКІВ ПІДВИЩЕННЯ
ПРИБУТКОВОСТІ ПРОДУКЦІЇ (НА ПРИКЛАДІ ПРАТ "ЕКОТЕКСТИЛЬ",
ЖИТОМИРСЬКА ОБЛ., М.ЖИТОМИР)»**

**Виконав: студент ДФН,
групи ПТм-61
Спеціальності 076 «Підприємництво та
торгівля»
Пахалюк А.О.
Керівник : д.е.н. Гарнага О.М.
Рецензент: проф., к.е.н. Кушнір Н.Б.**

Рівне – 2024

Кваліфікаційна робота «Економічне обґрунтування напрямків підвищення прибутковості продукції (на прикладі ПрАТ "Екотекстиль", Житомирська обл., м.Житомир)» / Пахалюк А.О. Рівне: НУВГП, 2024. 95 с.

У кваліфікаційній роботі досліджено теоретичні засади економічного обґрунтування напрямків підвищення прибутковості продукції підприємства. Розглянуто теоретичні аспекти господарської діяльності підприємства. Проведено комплексний аналіз основних економічних показників господарської діяльності. За результатами дослідження обґрунтовано заходи щодо підвищення рівня ефективності діяльності підприємства в сучасних умовах господарювання.

In the qualification work, the theoretical foundations of the economic substantiation of directions for increasing the efficiency of the company's sales activity were investigated. The theoretical aspects of the enterprise's sales activity are considered. A comprehensive analysis of the main economic indicators of economic activity was carried out. According to the results of the study, measures to increase the level of efficiency of the enterprise in modern business conditions are substantiated.

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ**

**Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту
Кафедра економіки підприємства і міжнародного бізнесу**

Пояснювальна записка

**до кваліфікаційної роботи
на тему:**

**«ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ НАПРЯМКІВ ПІДВИЩЕННЯ
ПРИБУТКОВОСТІ ПРОДУКЦІЇ (НА ПРИКЛАДІ ПРАТ "ЕКОТЕКСТИЛЬ",
ЖИТОМИРСЬКА ОБЛ., М.ЖИТОМИР)»**

**Виконав: студент ДФН,
групи ПТм-61
Спеціальності 076 «Підприємництво та
торгівля»
Пахалюк А.О.
Керівник : д.е.н. Гарнага О.М.
Рецензент: проф., к.е.н. Кушнір Н.Б.**

Рівне – 2024

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ**

Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту
Кафедра економіки підприємства та міжнародного бізнесу
Освітній ступінь магістр
Спеціальність 076 «Підприємництво та торгівля»

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Завідувач кафедри економіки
підприємства і міжнародного бізнесу
к.е.н., професор Н.Б.Кушнір
“ ” 2024 року

З А В Д А Н Н Я
ДЛЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ (ПРОЕКТУ) СТУДЕНТА
Пахалюку Андрію Олександровичу

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи (проекту) «Економічне обґрунтування напрямків підвищення
прибутковості продукції (на прикладі ПрАТ "Екотекстиль", Житомирська обл.,
м.Житомир)

керівник роботи (проекту) **Гарнага Олександр Миколайович, д.е.н., доц.**
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом університету від “24” 10 2024 року № 1410

2. Строк подання студентом роботи (проекту) 19 грудня 2024 р.
3. Вихідні дані до роботи (проекту) фінансова, бухгалтерська і статистична
звітність про результати виробничо-господарської діяльності ПрАТ
«Екотекстиль» за період 2021-2023 рр., довідкова і нормативна література за
темою дослідження

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно
розробити) Вступ. Розділ 1. Теоретико-методичні основи прибутковості
продукції підприємства. Розділ 2. Діагностика прибутковості продукції ПрАТ
«Екотекстиль». Розділ 3. Наукові підходи до зростання прибутковості продукції
ПрАТ «Екотекстиль». Висновки

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

1. Мультимедійна презентація по темі дослідження

2. Роздатковий матеріал

6. Консультанти розділів роботи (проекту)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада Консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Гарнага О.М., доц.	25.10.24	05.11.24
2	Гарнага О.М., доц.	06.11.24	06.12.24
3	Гарнага О.М., доц.	07.12.24	15.12.24

7. Дата видачі завдання 25.10.2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи (проекту)	Строк виконання етапів роботи (проекту)	Примітка
1.	Обґрунтування теми кваліфікаційної роботи	25.10 – 27.10.2024 р.	
2.	Розроблення плану кваліфікаційної роботи	28.10 – 29.10.2024 р.	
3.	Опрацювання теоретичного розділу кваліфікаційної роботи	30.10 – 06.11.2024 р.	
4.	Опрацювання аналітичного розділу кваліфікаційної роботи	07.11 – 06.12.2024 р.	
5.	Опрацювання розрахункового розділу кваліфікаційної роботи	07.12 – 14.12.2024 р.	
6.	Оформлення роботи, написання вступу, висновків, оформлення списку літератури, додатків	15.12 – 16.12.2024 р.	
7.	Розроблення електронної презентації результатів та роздаткового матеріалу	16.12. – 18.12.2024 р.	
8.	Здача кваліфікаційної роботи на кафедрі	19.12.2024 р.	
9.	Рецензування кваліфікаційної роботи	19.12. – 20.12.2024 р.	
10.	Захист кваліфікаційної роботи	22.12. – 25.12.2024 р.	

Студент _____
(підпис)

Пахалюк А.О.
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи (проекту) _____
(підпис)

Гарнага О.М.
(прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП	9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ПРИБУТКОВОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА	13
1.1 Сутність прибутковості продукції підприємства	13
1.2 Фактори та шляхи впливу на прибутковість продукції підприємства	17
1.3 Науково-методичні підходи до оцінювання прибутковості продукції підприємства	22
Висновки до розділу 1	28
РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА ПРИБУТКОВОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПРАТ «ЕКОТЕКСТИЛЬ»	29
2.1 Господарсько-правові засади функціонування ПрАТ «Екотекстиль»	29
2.2 Розкриття економічного стану ПрАТ «Екотекстиль»	34
2.3 Аналіз прибутковості продукції ПрАТ «Екотекстиль»	47
2.4 Кореляційно-регресійний аналіз прибутковості продукції ПрАТ «Екотекстиль»	53
Висновки до розділу 2	58
РОЗДІЛ 3. НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ЗРОСТАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПРАТ «ЕКОТЕКСТИЛЬ»	60
3.1 Обґрунтування шляхів зростання прибутковості ПрАТ «Екотекстиль»	60
3.2 Доцільність пропозицій щодо оптимізації структури продукції ПрАТ «Екотекстиль» в контексті зростання її прибутковості	66
3.3 Розрахунок витрат на реалізацію та вдосконалення продукції ПрАТ «Екотекстиль»	70
3.4 Оцінка ефективності впровадження вдосконалення продукції ПрАТ «Екотекстиль»	73

Висновки до розділу 3	76
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	78
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	81
ДОДАТКИ.....	86

ВСТУП

Актуальність обраної теми. В умовах ринкової економіки отримання прибутку є безпосередньо метою підприємства. Кожне підприємство перед тим як почати виготовляти продукцію визначається, який прибуток, який дохід воно може та хоче отримувати. Проте економічна нестабільність, монопольне положення товаровиробників трансформують формування прибутку як чистого доходу, призводять до бажання отримати доходи в результаті підвищення цін. Тому держава повинна виконувати ряд задач в ході здійснення економічних реформ для регулювання та врівноваження економічного балансу.

Основними факторами зростання прибутку є збільшення об'ємів реалізації, покращення асортимента продукції, підвищення ефективності виробничих фондів, запровадження нових технологій, вдосконалення системи управління виробництвом. Всі ці фактори впливають на розмір прибутку, тому саме прибуток є основним показником ефективності діяльності підприємства.

Організація ефективного управління прибутком, його формування і детальний аналіз використання створює гарантії для існування підприємства та перспективи подальшого розвитку.

Підсумовуючи вищесказане можемо зазначити, що прибутковість і реантабельність підприємства та шляхи їх підвищення – тема доволі актуальна в умовах ринкової економіки.

Ступінь розробки наукової проблеми. В ході роботи був проведений аналіз законодавства України, офіційних науково-нормативних матеріалів та дослідження видатних іноземних та вітчизняних вчених, таких як В.К. Скляренко, Н.Н. Терещенко, І.О. Бланка, Г.В. Савицька, К.А. Елисеєнко, С.С. Черниш, А.М. Лебедева та інші.

За основну мету кваліфікаційної роботи ми ставимо: дослідження прибутковості продукції, обґрунтування шляхів підвищення прибутковості продукції та розробка рекомендацій для зростання прибутковості продукції ПрАТ «Екотекстиль».

Завдання кваліфікаційної роботи. Для того, щоб досягти поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- Визначити сутність прибутковості продукції підприємства
- Встановити фактори та шляхи впливу на прибутковість продукції підприємства
- Розглянути науково-методичні підходи до оцінювання прибутковості продукції підприємства
- Дослідити прибутковість продукції ПрАТ «Екотекстиль»
- Провести кореляційно-регресійний аналіз прибутковості продукції ПрАТ «Екотекстиль»
- Виявити шляхи зростання прибутковості продукції ПрАТ «Екотекстиль»
- Оцінити ефект від пропозицій щодо оптимізації структури продукції ПрАТ «Екотекстиль» в контексті зростання її прибутковості

Об'єктом дослідження дипломної роботи є процес підвищення прибутковості продукції ПрАТ «Екотекстиль».

Предметом дослідження дипломної роботи є сукупність теоретичних, методичних і практичних положень щодо обґрунтування шляхів підвищення прибутковості продукції ПрАТ «Екотестиль».

Методи дослідження: монографічний, абстрактно-логічний, метод наукового та порівняльного аналізу, формалізації, синтезу, узагальнення, системно-структурний метод, графічний, прогнозний, метод калькуляції, кореляційно-регресійний, метод групування.

Практичне значення одержаних результатів полягає у розробці та економічному обґрунтуванні напрямів зростання прибутковості продукції. Дані результати можуть бути досягнуті за рахунок заміни старого обладнання на нове, що дозволить збільшити прибуток на 25%.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ПРИБУТКОВОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Сутність прибутковості продукції підприємства

Фінансовий показник господарської діяльності підприємства будь-якої організаційно-правової форми представлений у вигляді прибутку або збитку. Кінцевий фінансовий результат (прибуток або збиток) складається з фінансового результату від реалізації продукції (робіт, послуг), основних засобів та іншого майна підприємства і доходів від позареалізаційних операцій, які зменшені на суму витрат за цими операціями.

Метою діяльності будь-якої комерційної структури в умовах ринкової економіки є отримання прибутку, який здатен забезпечити подальший розвиток установи. Прибутковість розглядається не тільки як основна мета, але й більшою мірою як головна умова ділової активності підприємства, як результат його діяльності, ефективного здійснення своїх функцій для забезпечення потреб споживачів [1].

Теорія прибутку отримала відображення у працях всіх видатних економістів з часів становлення класичної школи.

В економічній літературі, яка присвячена питанням прибутку підприємства, поняття прибутку не має єдиного чіткого визначення. По мірі розвитку економічної думки виникло безліч спроб відшукати однозначне визначення прибутку. В таблиці 1.1 сконцентровано визначення прибутку різних авторів.

Таблиця 1.1 – Наукові погляди вітчизняних і закордонних вчених на сутність визначення «прибуток»

Автор визначення	Визначення
Дж. С. Мілль [2]	Прибуток – залишок після вирахування з доходів компанії витрат на закупівлю необхідних товарів і послуг (сировина, транспорт) і також на виплату заробітної плати персоналу.

Продовження таблиці 1.1

А. Маршал и Дж.Мак Куллох [3]	Прибуток – залишок після вирахування з доходів компанії витрат на закупівлю необхідних товарів та послуг (сировина, транспорт), на виплату заробітної плати персоналу та на виногороду за використання в конкретному виробництві капіталів.
А. Сміт, Д. Ріккардо [4]	Прибуток – «щось», що є компенсацією підприємцю за ризик, і виникає при обміні створеного товару на гроші, окрім оплати всіх витрат.
К. Маркс [5]	Прибуток – додаткова вартість або та частина всієї вартості товару, в якій втілена додаткова – або неоплачена – праця робітника.
П. Е. Самуельсон [6]	Прибуток – це безумовний дохід від факторів виробництва, це винагорода за підприємницьку діяльність і введення технологічних вдосконалень. В прибуток також входить витрачання між очікуваним і фактичним доходом у зв'язку з невизначенністю (ризиком), монополістичний дохід і т.п.
В.К. Скляренко [7]	Прибуток – кінцевий позитивний фінансовий результат організації, який представляє собою реалізовану частину чистого доходу, який створений додатковою працею.

Джерело: складено автором

Всі автори сходяться на тому, що прибуток – це різниця, залишок, який сконцентрований у виручці від продажу.

В загальному вигляді прибуток представляє собою прирощену форму доданої вартості і виступає як грошове вираження вартості доданого продукту і тієї частини необхідного продукту, яка не входить в собівартість і розподіляється через громадські фонди споживання. Прибуток як фінансовий результат діяльності підприємства представляє собою різницю між сукупними доходами і витратами, які виникають в результаті господарської діяльності.

Розрізняють два види прибутку: бухгалтерський та економічний. В діючій на підприємстві звітності розраховують та аналізують в основному бухгалтерський прибуток, який представляє собою прибуток, що залишається від загальної виручки від реалізації продукції, робіт, послуг підприємства після сплати певних витрат.

Економічний прибуток представляє собою прибуток, який залишився після вирахування з виручки від реалізації продукції, робіт, послуг всіх витрат, які включають в себе ренту, судний відсоток, нормальний прибуток і т. д. Розрахунок

економічного прибутку має велике значення при виборі найбільш оптимальних напрямлень діяльності кожного підприємства і підвищення його рентабельності.

Крім того виділяють таке поняття як номінальний прибуток, який представляє собою мінімальну плату, яка необхідна для утримання підприємця в рамках підприємства. Мінімальний прибуток є елементом внутрішніх витрат підприємства [8].

Сутність прибутку як економічної категорії виражається через його функції. Прибуток виконує п'ять основних функцій (таблиця 1.2).

Таблиця 1.2 – Функції прибутку та їх характеристики

Функція	Характеристика функції
1. Стимулююча	Перша і основна функція прибутку. Її суть полягає у стимулюванні такого розподілу ресурсами, яке б в цілому відповідало вимогам суспільства та смакам споживачів.
2. Оціночна	Інша важлива функція, яка характеризує діяльність роботи підприємства, можливість його перспектив розвитку є критерієм успішної діяльності.
3. Відтворювальна	Прибуток є джерелом самофінансування підприємства.
4. Джерело доходів бюджету всіх рівнів	Прибуток є базою для оподаткування і бере участь у формуванні доходної частини бюджету всіх рівнів.
5. Джерело винагороди	Частина прибутку поступає власникам.

Джерело: складено автором [8]

Розрізняють велику кількість видів прибутку, які класифікуються за певними ознаками, розглянемо деякі з них докладніше.

Таблиця 1.3 – Класифікація видів прибутку підприємства

Ознака класифікації	Вид прибутку
За економічною сутністю	- бухгалтерський прибуток - економічний прибуток
За джерелами походження	- прибуток зароблений за ініціативою - прибуток отриманий при сприятливих обставинах - прибуток допускаємий (який залежить в більшій мірі від договору між загальними інститутами різними інстанціями)

Продовження таблиці 1.3

За видами згідно бухгалтерського обліку	- прибуток від продаж - прибуток від оподаткування - чистий прибуток - нерозподілений прибуток
За видами згідно податкового обліку	- прибуток від реалізації - прибуток від внереалізаційних операцій
За змістом	- номінальний прибуток - реальний прибуток
За правом власності на ресурси, що використовуються	- прибуток інвесторів - прибуток власників - прибуток кредиторів
За видами діяльності	- від основного вида діяльності - від фінансової діяльності - від інвестиційної діяльності
За розміром	- мінімальний - максимальний - середній

Джерело: складено автором [8]

Прибуток є основним оціночним показником, який характеризує результат діяльності підприємства.

Ефективність застосування інвестованого капіталу, авансованих витрат проявляється в зіставленні прибутку як головного показника життєдіяльності підприємства з витратами та собівартістю. Таке зіставлення виражається відносним показником – рентабельністю, що характеризує прибутковість продукції, прибутковість використання капіталу. Зростанню рентабельності сприяють зниження собівартості продукції і зростання прибутку, а одним з протидіючих факторів є збільшення акціонерного капіталу (поряд із здешевленням елементів постійного капіталу і т.д.). Норма прибутку, як писав К. Маркс, має тенденцію до зниження (тобто протидіючі, уповільнюючі та спотворюючі чинники). Це пов'язано із зростанням органічної будови капіталу (виробництва), тобто зростанням фондоозброєності, а також з періодичним оновленням основного капіталу і продукції, яка має цикл життєдіяльності [9].

Розрізняють рентабельність розрахункову, нормативну, галузеву і народно-господарську.

Щодо показників рентабельності, то вони мають певну послідовність: спочатку визначається чистий дохід, потім вартість виробничих фондів і після цього – норма рентабельності, як відношення чистого доходу до вартості виробничих фондів. Показник рентабельності виробництва є основним показником результативності діяльності підприємства. В ринковій економіці підприємцю важливо знати, за рахунок яких виробничих компонентів досягається максимальна ефективність виробництва. Саме тому широко використовується показник прибутковості або рентабельності продукції та виробництва в цілому [10].

1.2 Фактори та шляхи впливу на прибутковість продукції підприємства

Будь-яке комерційне підприємство передбачає в якості основної цілі отримання прибутку. Необхідний рівень прибутку і рентабельності дозволяє вирішити цілий комплекс задач, які обумовлюють стабільність та ефективність для їх бізнесу. Проте можливість досягнення прибутку є доволі складною задачею, оскільки залежить від впливу багатьох факторів.

Багатогранний характер прибутку означає, що його дослідження має мати системний підхід. Такий підхід передбачає аналіз сукупності факторів утворення, взаємовпливу, розподілу і використання.

Всі фактори, які впливають на прибуток і рентабельність можуть бути розділені на дві групи:

- фактори зовнішньої середовища, або об'єктивні;
- фактори внутрішньої середовища, або суб'єктивні.

Фактори зовнішньої середовища не підвласні волі підприємства і знаходяться за межами можливості. До них відносяться:

- економічна ситуація в країні;
- рівень інфляції;
- характер і острота конкурентної боротьби в тій чи іншій сфері бізнесу;
- кон'юктура ринку або співвідношення між попитом і пропозицією на продукцію і послуги підприємства;
- податкова і кредитна політика держави і комерційних банків;
- тарифи на товари і послуги, які надають інші підприємства галузі.

Одні з цих факторів прямо впливають на прибуток, а інші опосередковано через товарообіг або витрати виробництва.

До внутрішніх факторів, що залежать від діяльності підприємства, належать:

- тип і категорія підприємства і відповідно розмір націнки на сировину, продукти і послуги, які встановлює підприємство;
- рівень технічного оздоблення підприємства;
- рівень механізації праці;
- прогресивність техніки і обладнання, які використовуються на підприємстві;
- характер технологічних процесів і їх прогресивність;
- рівень продуктивності праці;
- об'єм і склад продукції, що виготовляється, послуг і товарообігу;
- сума і рівень витрат виробництва, у тому числі і співвідношення між змінними і постійними витратами;
- об'єм активів підприємства, їх структура, віддача та інші фактори [11].

Узагальнено всі ці фактори можемо описати так, що в число факторів утворення включення виручка, яку підприємство отримує від різних видів підприємницької діяльності, в тому числі від реалізації продукції, що займає

основну питому вагу, від реалізації інших активів, основних засобів. Важлива складова утворюючих факторів – доходи від пайової участі в інших підприємствах, в тому числі дочірніх, доходи від цінних паперів, безоплатна фінансова допомога, сальдо штрафів, отриманих і уплачених.

Фактори взаємного впливу включають зовнішні фактори, які визначаються фінансово-кредитною політикою держави, в тому числі податки і податкові ставки, відсоткові ставки за позиками, в певній мірі ціни, тарифи і збори, а також внутрішні, які включають собівартість, продуктивність праці, фондівіддачу, фондоозброєність, обертаємість оборотних коштів.

Фактори розподілу складаються з платежів обов'язкового характеру в бюджет та позабюджетні фонди, в банківські та страхові фонди, платежів добровільного характеру, які включають благодійні фонди, направлення прибутку в фонди грошових коштів, які створюються на підприємствах. Фактори використання відносяться до того прибутку, який залишається на підприємствах та комерційних організаціях. Вони включають такі напрямки: споживання, накопичення, соціальний розвиток, капітальні і фінансові вкладення, покриття збитків та інших витрат [12].

Суттєвим фактором, який впливає на розмір прибутку, є вилучення частини прибутку у вигляді податків. Оподаткування можна у повній мірі віднести до системоутворюючих складових вартості підприємства. Його вплив на вартість можемо простежити за такими напрямками: стабільність оподаткування, розмір податків, порядок справляння, пільги на оподаткування. Необхідно визнати, що кожен з перерахованих напрямків сприяє зниженню сукупної вартості підприємства. Відтак, відсутність сталості просто призводить до дестабілізації вартості. Величина податків в Україні, за оцінками спеціалістів, є однією з найбільш високих в Європі, і за сукупними ставками «з'їдає» 90% прибутку. Це ставить під сумнів майбутні доходи підприємства, оскільки зберігається

можливість потрапити під план збору штрафів. Пільги на оподаткування одним підприємствам, що є, в цілому, виживанням за рахунок інших, знижують вартість останніх, хоча вартість тих, хто отримує пільги, підвищиться.

Перелічені фактори діють не ізольовано, а проявляються в комплексі, маючи опосередкований вплив на прибуток і рентабельність.

Опираючись на характер впливу та поведінку різних факторів на рівень рентабельності підприємства в перспективі можливо керувати рентабельністю підприємства та визначати шляхи її підвищення.

В якості основних напрямків підвищення рівня рентабельності підприємства можна визначити такі:

- проведення серйозних маркетингових досліджень ринку;
- прогноз кон'юктури ринку;
- визначення своєї ніші на ринку і споживачів своєї продукції та послуг;
- підвищення доходу підприємства, який має великий вплив на прибуток, даний вплив кількісно доказується за допомогою ефекта операційного важеля, який свідчить про наявність такого взаємозв'язку між об'ємом реалізації продукції та прибутком, за яким будь-яка зміна виручки від реалізації продукції призводить до більш значущої зміни прибутку;
- введення прогресивних технологій в області організації виробництва і обслуговування споживачів товарів і послуг;
- вдосконалення організації виробництва і якості обслуговування;
- підвищення технічного оздоблення підприємства і продуктивності праці;
- введення прогресивних інформаційних технологій;
- здійснення режиму економії на підприємствах;
- стимулювання збуту продукції і послуг;

- вдосконалення системи організації і оплати праці робітникам та підвищення мотивації праці [13].

Реалізація всіх цих напрямлень буде реально сприяти підвищенню рентабельності підприємства.

З урахуванням даних моментів, орієнтуються й основні напрями розшуку резервів підйому прибутковості продукції. Резерви збільшення суми прибутку визначаються по кожному виду товарної продукції. Основними їх джерелами є збільшення об'ємів реалізації продукції, зниження її собівартості, підвищення якості товарної продукції, реалізація її на більш вигідних ринках збуту і так далі [14]. Резерви збільшення суми представлені на рис. 1.1.



Рисунок 1.1 – Схема підрахунку резервів збільшення прибутку від реалізації продукції

Джерело: складено автором [14]

Після виплати податків прибуток розподіляється наступним чином: одна частина використовується на розширення виробництва (фонд накопичення), інша – на капітальні вкладення в соціальну сферу (фонд соціальної сфери), третя – на матеріальне заохочення робітників підприємства (фонд споживання). Створюється також резервний фонд підприємства [14].

Для підвищення ефективності виробництва дуже важливо, щоб при розподілі прибутку була досягнута оптимальність в задоволенні інтересів держави, підприємства і працівників. Держава зацікавлена отримати якомога більше прибутку до бюджету. Керівництво підприємства прагне направити більшу суму прибутку на розширення виробництва. Робітники зацікавлені у підвищенні оплати праці.

В процесі аналізу необхідно дослідити динаміку долі прибутку, яка йде на самофінансування підприємств та матеріальне стимулювання робітників і таких показників. При цьому досліджувати їх потрібно в тісному зв'язку з рентабельністю, сумою прибутку на одного працівника, і на одну гривню основних виробничих фондів [15].

1.3 Науково-методичні підходи до оцінювання прибутковості продукції підприємства

При проведенні аналізу стану прибутку необхідно порівняти данні прогностичних показників з фактичними, щоб визначити наскільки організації вдалося досягти запланованих показників. Порівняння цих показників необхідно проводити за певний період: рік, квартал, місяць. Так можна порівняти динаміки за структурними філіалами, які входять до складу організації. За допомогою даного аналізу можна виявити філіали, які приносять збитки організації та прийняти рішення щодо їх оптимізації. Проведення оцінки доходів і витрат дає змогу оцінити їх динаміку і тенденції до подальшого розвитку.

Метою підприємницької діяльності є не тільки отримання прибутку, а й забезпечення максимальної прибутковості.

Ефективність виробництва – це отримання максимальних вигод від ресурсів, які є в розпорядженні. При цьому вигоди і витрати потрібно постійно

прораховувати, щоб переконатись в раціональності своїх дій, в тому, що вигоди максимальні, а витрати мінімальні [15].

Сутність категорії зводиться до того, що на кожну одиницю витрат, в тому числі трудових, отримувати більший об'єм виробництва та доходу.

Основний критерій – ступінь задоволення потреб суспільства, при цьому не тільки матеріальних, а ще й соціальних та духовних. Це неможливо без грамотного розподілу ресурсів. До того ж, ефективність виробництва впливає на ефективність економічних процесів.

Для виміру ефективності виробництва використовують кількісні показники:

- продуктивність праці;
- рентабельність;
- прибутковість;
- окупність і т.д.

Аналізуючи все це приймаються рішення, як розвивати виробництво та як усувати труднощі, які виникають в процесі.

Економічно ефективним називають такий варіант виробництва, при якому випуск товару неможливо збільшити, не збільшивши при цьому витрати на ресурси. І в той же час неможливо зберегти обсяг випуску, зменшивши обсяг певних ресурсів, але не збільшивши витрат на інші. Однією з умов ефективної економіки є виробництво максимально можливого обсягу благ при наявних ресурсах.

Прибутковість – це здатність підприємства генерувати прибуток і вести рентабельну діяльність.

Показники прибутковості (рентабельності) дозволяють дати оцінку ефективності використання менеджментом підприємства його активів. Ефективність роботи менеджменту визначається співвідношенням чистого

прибутку, який визначається різними способами, до суми активів, використаних для отримання цього прибутку [16].

Дана група показників формується в залежності від фокусу дослідження ефективності.

Загальна прибутковість виробництва (ефективність виробництва) розраховується за такою формулою:

$$P_{\text{в.заг.}} = (P_{\text{реал}} / (S_{\text{сер}} + S_{\text{ноз}})) \times 100\% , \quad (1.1)$$

де $S_{\text{сер}}$ – середньорічна вартість основних виробничих засобів, грн;

$S_{\text{ноз}}$ – середньорічна вартість нормованих оборотних засобів, грн;

$P_{\text{реал}}$ – прибуток від реалізації продукції до виплати відсотків і податків, грн.

Прибуток від реалізації продукції становить:

$$P_{\text{реал}} = V_{\text{реал}} - C_{\text{реал}}, \quad (1.2)$$

де $C_{\text{реал}}$ – собівартість реалізованої продукції, грн;

$V_{\text{реал}}$ – виручка від реалізації усієї продукції, грн.

Виручку від реалізації усієї продукції можна розрахувати за такою формулою:

$$V_{\text{реал}} = \sum \Pi_i \times N_i, \quad (1.3)$$

де N_i – кількість реалізованої продукції і-того виду, шт.;

Π_i – ціна одиниці реалізованої продукції і-того виду, грн;

m – кількість видів продукції.

Сукупну собівартість реалізованої продукції можна розрахувати таким чином:

$$C_{\text{реал}} = \sum C_i \times N_i, \quad (1.4)$$

де C_i – собівартість одиниці реалізованої продукції і-того виду, грн.

У собівартість одиниці продукції включаються такі витрати:

$$C_{\text{од}} = M + Z_{\text{п}} + H_{\text{с.з.}} + A_{\text{о.ф.}} + A_{\text{нем.а.}} + B_{\text{ел.}} + I_{\text{вит.}} , \quad (1.5)$$

де M – матеріальні витрати на одиницю продукції, грн;

$Z_{\text{п}}$ – витрати на оплату праці, грн;

$H_{\text{с.з.}}$ – відрахування на соціальні заходи, грн;

$A_{\text{нем.а}}$ – відповідно амортизація основних засобів і нематеріальних активів.

$V_{\text{ел.}}$ – витрати на електроенергію, грн;

$I_{\text{вит.}}$ – інші операційні витрати, грн.

Витрати на оплату праці можна зобразити у такому вигляді:

$$Z_{\text{п}} = Z_{\text{о}} + Z_{\text{д}}, \quad (1.6)$$

де $Z_{\text{о}}$ – основна заробітна плата, грн;

$Z_{\text{д}}$ – додаткова заробітна плата, грн.

Основна заробітна плата, яка включається в собівартість одиниці продукції, називається розцінкою і розраховується в залежності від системи, форми та виду нарахування оплати. В даному випадку оплату праці нараховують за прямою відрядною системою оплати праці:

$$P = T_{\text{шт}} \times C_i, \quad (1.7)$$

де P – відрядна розцінка за виготовлення одного виробу, грн/шт.;

$T_{\text{шт.}}$ – час на виготовлення одного виробу, год.;

C_i – тарифна ставка i -го розряду, грн/год.

Тарифні ставки i -го розряду визначаються множенням тарифної ставки першого розряду (C_1) на тарифний коефіцієнт відповідного тарифного розряду (K_i):

$$C_i = K_i \times C_1, \quad (1.8)$$

де K_i – тарифний коефіцієнт відповідного тарифного розряду, який знаходиться із тарифно-кваліфікаційного довідника;

C_1 – тарифна ставка першого розряду, грн/год.

Якщо розряд є середнім, то формула 1.8 трансформується в таку:

$$C_{\text{сер}} = C_1 \times K_{\text{сер}}, \quad (1.9)$$

де $K_{\text{сер}}$ – середній тарифний коефіцієнт середнього тарифного розряду;

$K_{сер}$ – середня тарифна ставка середнього розряду, грн/год.

Середній тарифний коефіцієнт розраховується за такою формулою:

$$K_{сер} = K_{менш} + (P_{сер} - P_{менш}) \times (K_{більш} - K_{менш}), \quad (1.10)$$

де $K_{менш}$, $K_{більш}$ – відповідно менший і більший із двох суміжних тарифних коефіцієнтів, які відповідають меншому і більшому тарифному розряду;

$P_{менш}$ – менший із двох суміжних тарифних розрядів;

$P_{сер}$ – середній тарифний розряд.

Спрощені витрати на енергію та паливо на одиницю продукції можна розрахувати, використавши таку формулу:

$$B_{ел. од.} = B_{ел.} / N, \quad (1.11)$$

де $B_{ел.}$ – сума витрат на електроенергію за рік, грн;

N – річна кількість всієї реалізованої продукції, шт.

Прибутковість продукції обчислюють як відношення прибутку від реалізації до виплати процентів і податків до суми витрат на реалізовану продукцію:

$$P_{п} = П_{реал.} / C_{реал.} \times 100\%, \quad (1.12)$$

де $П_{реал.}$ – прибуток від реалізації продукції до виплати відсотків і податків, грн;

$C_{реал.}$ – собівартість реалізованої продукції, грн.

Вона показує, скільки прибутку має підприємство з кожної гривні, витраченої на виробництво і реалізацію продукції. Її можна розраховувати в цілому по підприємству, по окремих його сегментах і за видами продукції.

Прибутковість окремих видів продукції розраховується таким чином:

$$P_i = (Ц_i - C_i) / C_i \times 100\%, \quad (1.13)$$

де P – прибутковість окремих виробів, %;

$Ц$ – відпускна ціна виробу, грн;

C – повна собівартість одиниці продукції, грн;

i – вид окремого виробу [17].

Операційна рентабельність – це коефіцієнт, який використовується для оцінки операційної ефективності компанії. Цей захід дає уявлення про те, скільки прибутку отримують на одну гривню продажів після оплати змінних витрат виробництва, таких як заробітна плата і сировина, але до сплати податків. Збільшення показника вказує, що компанія розвивається більш ефективно, в той час як зниження індикатора може сигналізувати про те, що насуваються фінансові проблеми.

Рентабельність витрат – це коефіцієнт, який показує кількість отримується доходу з однієї витраченої гривні і розраховується як співвідношення чистого прибутку до сукупної суми витрат на створення і подальшу реалізацію продукції. Рентабельність обчислюється на основі даних бухгалтерського балансу і може застосовуватися як до всієї організації, так і до її окремих підрозділах.

Щоб розрахувати зміну загальної рентабельності виробництва в порівнянні з середньогалузевою потрібно скористатися такою формулою:

$$\Delta P = (P_{\text{в.заг}} - P_{\text{галуз}}) / P_{\text{в.заг}} \times 100\%, \quad (1.14)$$

де $P_{\text{галуз}}$ – середньогалузева рентабельність, %;

$P_{\text{в.заг}}$ – загальна рентабельність виробництва, % [17].

Значення показників рентабельності та прибутковості в порівнянні з аналогічними по галузі дають розуміння, наскільки підприємство здатне незалежно від масштабів бізнесу підтримувати необхідний для даної сфери діяльності рівень прибутковості, і дозволяє оцінити перспективи на обраному сегменті ринку.

Грамотно проведений аналіз фінансових результатів підприємства дозволить підвищити значимість планування та жорсткість нормативів управління, дати оцінку достовірності обліку і оперативності контролю, а також буде сприяти забезпеченню ефективної і безперебійної організації діяльності.

Висновки до розділу 1

В даному розділі ми дослідили теоретико-методичні основи прибутковості продукції підприємства, детально ознайомились з поняттями «прибуток», «прибутковість» та «рентабельність».

Було визначено, що прибуток представляє кінцевий результат господарської діяльності підприємства. Для комерційної організації прибуток є обов'язковою метою діяльності.

Рентабельність підприємства характеризує ступінь ефективності використання виробничих та фінансових ресурсів. Показник рентабельності виробництва є основним показником результативності діяльності підприємства.

Ми з'ясували, що для оцінки широко використовується показник прибутковості або рентабельності продукції та виробництва в цілому. Необхідний рівень прибутку і рентабельності дозволяє вирішити цілий комплекс задач, які обумовлюють стабільність та ефективність бізнесу.

Проте можливість досягнення прибутку є доволі складною задачею, оскільки залежить від впливу багатьох факторів.

Багатогранний характер прибутку означає, що його дослідження має бути системним, що передбачає аналіз сукупності факторів утворення, взаємовпливу, розподілу і використання. Всі зазначені фактори діють не ізольовано, а проявляються в комплексі, маючи опосередкований вплив на прибуток і рентабельність.

Також було визначено послідовність виконання аналізу прибутковості продукції та розглянуто методи кількісної оцінки даних.

РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА ПРИБУТКОВОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПРАТ «ЕКОТЕКСТИЛЬ»

2.1 Господарсько-правові засади функціонування ПрАТ «Екотекстиль»

Об'єктом дослідження даної дипломної роботи – приватне акціонерне товариство «Екотекстиль».

Код ЄДРПОУ – 00307230;

Юридична адреса – 10020, м. Житомир, проспект Миру, 16;

Зареєстрований – Житомирським міським управлінням юстиції, 19.05.2017;

Код КОАТУУ – 1810136300 (БОГУНСЬКИЙ р-н);

Керівник – Клімінський Віктор Антонович, генеральний директор.

Контактна особа – Дячук Олена Володимирівна, тел.: (0412) 405415

Електронна пошта – elena@zsocks.com / vlad@zsocks.com /
office@zsocks.com

Сайт підприємства – ztsocks.com [18]

Житомирська фабрика ПрАТ «Екотекстиль» була заснована у 1935 році, є українським виробником панчішно-шкарпеткової продукції. Компанія понад вісімдесят років виготовляє продукцію під власним брендом «Легка Хода», відомим в Україні та за її межами

Підприємство має багату історію:

З 1960 року по 1992 рік – Житомирська панчішна фабрика «Комсомолка».

У 1992 році створене АТЗТ «УКРАЇНА» шляхом приватизації фабрики.

Основою для утворення фабрики була Постанова Ради Народних Комісарів від 27 серпня 1935 року. Наявні виробничі площі колишньої шпилько-колодкової фабрики були реконструйовані з урахуванням вимог панчішно-шкарпеткового виробництва.

Урочистий пуск відбувся 7 листопада 1935 року. На кінець 1935 року кількість працюючих складала 183 особи. Кількість технологічного обладнання - 37 одиниць. Кількість видів продукції – 3, це панчохи жіночі, панчохи дитячі, шкарпетки чоловічі з бавовняної пряжі. Вироблено продукції 61480 пар. У 1938 році на фабриці працювали вже 1000 робітників, річний випуск склав 3,1 млн пар.

У період тимчасової німецько-фашистської окупації (1941 – 1943р.) фабрика була зруйнована, пошкодження складо 80%.

У 1944 році фабрика поновляє роботу, і у 1948 році досягає довоєнного рівня.

Приватне акціонерне товариство «Екотекстиль» створено до Закону України «Про господарські товариства» шляхом зміни найменування. Воно є правонаступником з усіх прав та зобов'язань Публічного акціонерного товариства «УКРАЇНА».

Протягом всього існування підприємства будувались нові корпуси цехів, постійно проводились інвестування у технічне переоснащення та реструктуризацію виробництва, механізацію, автоматизацію та комп'ютеризацію технологічних процесів [19].

Діяльність підприємства:

- Виробництво трикотажних панчішно-шкарпеткових виробів
- Оптова торгівля одягом
- Роздрібна торгівля іншими непродовольчими товарами, не віднесеними до інших групувань
- Продукція, послуги

Продукція:

- Колготки дитячі
- Колготки жіночі
- Шкарпетки дитячі

- Шкарпетки жіночі
- Шкарпетки чоловічі
- Панталони жіночі
- Півпанчохи дитячі
- Панчохи жіночі бавовняні

Про компанію:

Легка Хо́да – торгова марка приватного акціонерного товариства «Екотекстиль», під якою випускаються різні шкарпеткові вироби.

Продукція компанії Легка Хо́да є кращою у своїй ніші тому, що:

- Володіє високою якістю.
- Дуже зручна.
- Представлена у великій варіативності.
- В ній пророблений дизайн.
- Володіє невисокою вартістю.
- Продається в кожному місті України.

Вибираючи шкарпетки від даної компанії ви в першу чергу обираєте високу якість - завдяки високій якості матеріалів і досконалій технології виробництва шкарпетки торгової марки Легка Хо́да володіють вражаючою довговічністю і стійкістю до зносу.

Ще однією перевагою є дизайн шкарпеток - компанія постійно оновлює колекції, які випускає, і створює серії, виконані в різному стилі, тому кожен покупець зможе знайти собі шкарпетки, які будуть відповідати його смаку і стилю.

Компанія дуже добре пропрацювала систему дистрибуції, тому продукція, яку вона випускає продається в кожному місті нашої країни у великій кількості точок реалізації.

Види діяльності:

14.31 – Виробництво панчішно-шкарпеткових виробів

46.41 – Оптова торгівля текстильними товарами

46.49 – Оптова торгівля іншими товарами господарського призначення

47.51 – Роздрібна торгівля текстильними товарами в спеціалізованих магазинах

47.78 – Роздрібна торгівля іншими невживаними товарами в спеціалізованих магазинах

68.20 – Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна [20].

Технологія виготовлення шкарпеток на ПрАТ «Екотекстиль» доволі проста і складається з декількох основних етапів:

1. Виготовлення основи шкарпетки
2. Зашивання миска
3. Обробка виробу і формування шкарпеток
4. Маркування виробів

Таблиця 2.1 – SWOT-матриця ПрАТ «Екотекстиль»

	Можливості	Загрози
	1. Поява нових постачальників з вигідними пропозиціями. 2.Зростання темпів росту ринку. 3.Постійне покращення якості продукції, що продається.	1. Посилення конкуренції на ринку: вихід на ринок іноземних компаній. 2.Зниження покупної здібності населення. 3.Подорожчання продукції, що закупляється (сировини).
Сильні сторони	1. Покращення фінансового положення. 2.Мінімізація витрат. 3.Вдосконалення технологій.	1.Мінімізація втрат у випадку підвищення цін на матеріали від постачальників. 2.Стабільний попит на продукцію. 3.Збереження стабільного фінансового положення.

Продовження таблиця 2.1

Слабкі сторони 1.Високий рівень витрат. 2.Низька рекламна активність. 3.Висока зношуваність обладнання.	1.Зниження цін на матеріали постачальників дасть можливість знизити рівень витрат і підвищити фінансові результати. 2.Низький рівень витрат на рекламу. 3.Купівля нового обладнання.	1.Зростання цін постачальників на матеріали призведе до зниження фінансових результатів діяльності підприємства. 2.Зниження споживацької активності. 3.Зношування обладнання призведе до зниження попиту, а відповідно, до втрати конкурентних переваг.
--	---	--

Джерело: складено автором на основі даних

Зазвичай для виробництва використовується бавовна, шерсть і інші натуральні волокна, а також хімічні та синтетичні волокна і їх поєднання, в тому числі з додаванням еластану. Шкарпетки бувають чоловічими, жіночими, підлітковими і дитячими. Всі ці види розрізняються за розмірами, виду сировини, способу виготовлення, виду переплетення і забарвленням. Але найбільше підприємство виробляє та реалізує звичайні чорні довгі чоловічі шкарпетки, тому розглянемо технологію виробництва на прикладі саме таких шкарпеток.

ПрАТ «Екотекстиль» для виготовлення звичайних чорних довгих чоловічих шкарпеток в переважній більшості використовує комбіноване волокно (70% бавовни і 30% нейлону) чорного кольору.

Шкарпетки складаються з наступних частин: борт – це резинка, яка в'яжеться переплетенням ластика для придання більшої розтяжності і пружності, паголінок, п'ята (висока або низька, реверсна або кругова, класична або Y-подібна, ліва і права), сліду, кільцевого посилення і миска. Ділянка миска технічно абсолютно ідентичний ділянці п'яти.

За способом виробництва шкарпетки поділяються на: виготовлені на круглопанчішних автоматах (без шва по задній частині виробу) і на котонних (плоскочулочних) машинах (зі швом по задній частині виробу). Деякі види

виробляються на плоских фангових машинах, замість миска у них можуть робити пальці на зразок рукавичок, тільки для ніг, як для кожного окремого пальця, так і для груп, на зразок рукавиць. Більшість шкарпеток з круглопанчішних автоматів мають мисок і п'яту, відсутність або наявність миска або п'яти визначається дизайнерською ідеєю і не регламентовано державними стандартами [20].

На даному підприємстві шкарпетки виготовляються на круглопанчішних автоматах, мають стандартний вигляд з миском, без окремо виділених пальців.

Розмір шкарпетки залежить безпосередньо від діаметра робочого циліндра. Для виробництва чоловічих шкарпеток застосовуються верстати з циліндрами діаметром 3,5 дюйма, 3,75 дюйма та 4 дюйма. Для всіх цих процесів необхідно спеціальне обладнання.

2.2 Розкриття економічного стану ПрАТ «Екотекстиль»

Ключовим ресурсом будь-якої виробничої компанії є основні засоби (ОЗ), аналіз яких традиційно включає оцінку їх стану та ефективності використання.

Основні засоби (ОЗ) - це матеріальні активи, які мають такі властивості:

- беруть участь у виробничому процесі, зберігаючи свою натуральну форму;
- очікуваний строк корисного використання (експлуатації) – більше одного року.

Аналіз основних засобів (фондів) підприємства проводять за наступними напрямками:

- аналіз зміни величини (динаміки) основних засобів;
- аналіз структури основних засобів;
- аналіз стану і руху основних засобів;
- аналіз ефективності використання основних засобів [21].

Таблиця 2.2 – Динаміка суми зносу та первісної вартості основних засобів
ПрАТ «Екотекстиль»

Показник	2021	2022	2023
Первісна вартість ОЗ, тис. грн	66954	67004	67815
Знос ОЗ, тис. грн	40564	43752	47244

Джерело: складено автором на основі даних

Динаміка зміни суми зносу та первісної вартості основних засобів ПрАТ «Екотекстиль» зображено на рисунку 2.1.

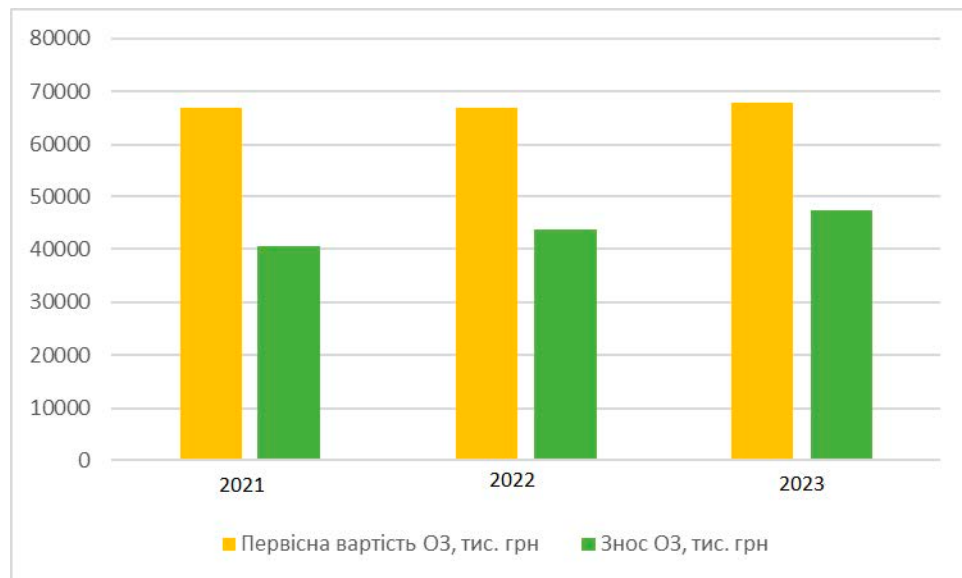


Рисунок 2.1 – Вартість основних засобів ПрАТ «Екотекстиль»

Джерело: складено автором

Як можемо прослідити, первісна вартість основних засобів ПрАТ «Екотекстиль» та їх знос зростають у період з 2021 по 2023 роки, проте швидкість зростання основних засобів вища.

Для визначення ефективності використання основних засобів застосовується певна система показників:

- узагальнюючі показники:
 - фондівдача;
 - фондомісткість;
 - фондоозброєність;

- конкретизуючі показники:

- коефіцієнт відновлення, вибуття та зносу основних засобів;
- коефіцієнти змінності роботи обладнання та завантаження обладнання;
- інтенсивний, екстенсивний та інтегральний показники використання виробничих потужностей;
- коефіцієнт оборотності оборотних засобів у цілому та основних їх груп [22].

Аналіз ефективності використання основних засобів наведено у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3 – Показники стану та ефективності використання основних засобів ПрАТ «Екотекстиль» [23]

Показник	Формула розрахунку	Рядки з балансу	Рік		
			2021	2022	2023
Фондомісткість	балансова вартість основних виробничих засобів / готова продукція	p.1011/ p.1103	2,70	4,17	4,43
Фондоозброєність	балансова вартість основних виробничих засобів/ середньооблікова кількість працівників	p.1011/ p.9070	268,89	233,46	223,08
Коефіцієнт придатності основних засобів	1-коефіцієнт зносу основних засобів	1-(p.1012/ p.1011)	0,394	0,347	0,294
Фондовіддача	готова продукція/ балансова вартість основних виробничих засобів	p.1103/ p.1011	0,370	0,240	0,229
Рентабельність ОЗ	Фінансовий результат до оподаткування: прибуток/ балансова вартість основних виробничих засобів *100%	p.2290/ p.1011×100%	18,4%	26,3%	34,3%

Продовження таблиці 2.3

Коефіцієнт реальної вартості основних засобів у майні підприємства	залишкова вартість основних засобів /М	р.1010/ р.1900	0,266	0,324	0,255
Рентабельність ОЗв	Фінансовий результат до оподаткування: прибуток / балансова вартість основних виробничих засобів *100%	р.2290/ р.1011	0,184	0,263	0,343

Джерело: складено автором на основі даних

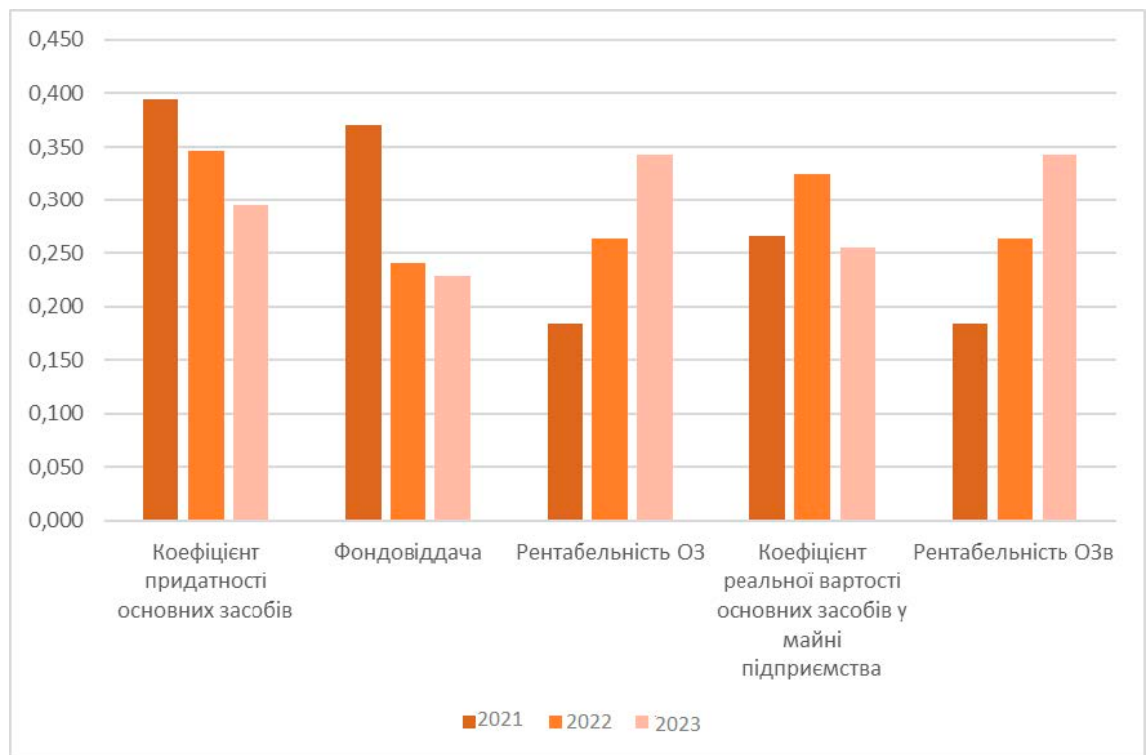


Рисунок 2.2 – Показники стану та ефективності використання основних засобів ПрАТ «Екотекстиль»

Джерело: складено автором

Аналіз ефективності використання основних засобів показав, що фондомісткість ПрАТ «Екотекстиль» поступово зростає у період з 2021 по 2023 роки з 2,70 грн вартості основних засобів на 1 грн виробленої продукції до 4,43

грн вартості основних засобів на 1 грн виробленої продукції відповідно, а фондоозброєність навпаки має тенденцію до зменшення, що пов'язано зі збільшенням кількості працівників з 249 осіб у 2021 році до 304 осіб у 2023 році.

Рентабельність основних засобів виробництва має позитивну динаміку, цей показник зростає з 0,184 у 2021 році, потім 0,263 у 2022 році, до 0,343 у 2023 році, що свідчить про позитивні тенденції діяльності ПрАТ «Екотекстиль».

Далі проведемо аналіз майнового стану ПрАТ «Екотекстиль». Для цього необхідно використати такі показники:

- коефіцієнт зносу;
- коефіцієнт оновлення.

Зазначимо також, що для коефіцієнта зносу оптимальний рівень має бути $< 0,2$.

Результати розрахунків показників майнового стану ПрАТ «Екотекстиль» наведено у табл.2.4.

Таблиця 2.4 – Аналіз майнового стану ПрАТ «Екотекстиль» [24]

Показник	Формула для розрахунку	Рік		
		2021	2022	2023
Коефіцієнт зносу	Сума зносу ОЗ /Первісну вартість ОЗ на початок періоду	0,606	0,653	0,697
Коефіцієнт оновлення ОЗ	Вартість введених ОЗ за звітний рік/ Загальну вартість ОЗ на кінець року	0,450	0,557	-
Коефіцієнт вибуття ОЗ	Вартість ОЗ які вибули/Вартість ОЗ на початок періоду	0,016	0,021	-

Джерело: складено автором на основі даних

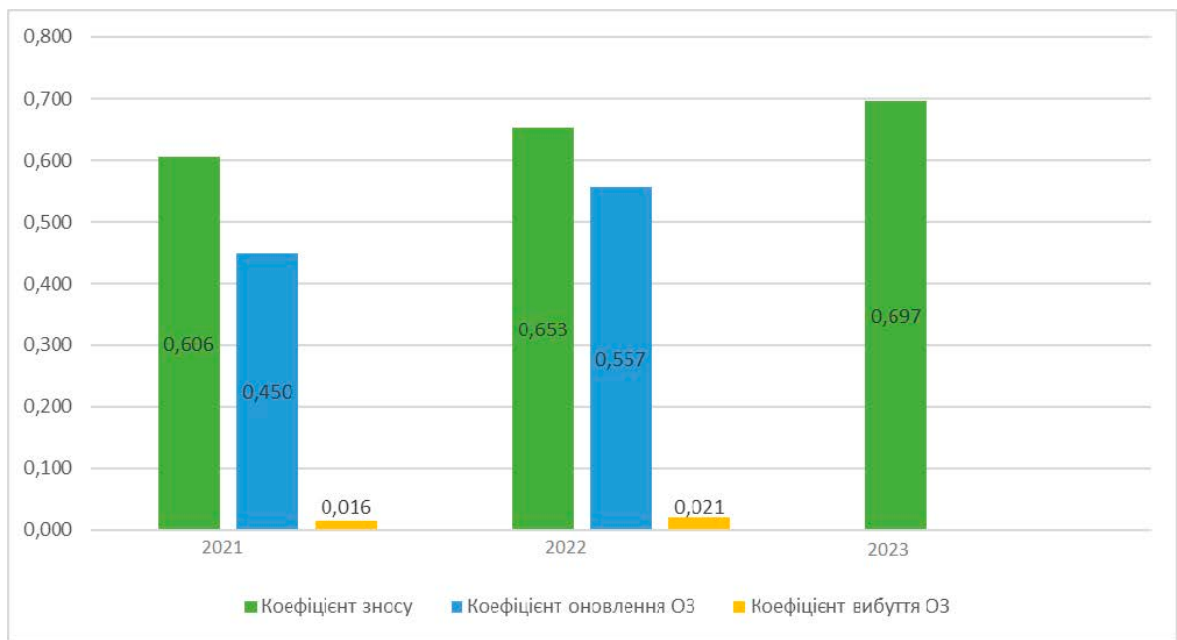


Рисунок 2.3 – - Аналіз майнового стану ПрАТ «Екотекстиль»

Джерело: складено автором

Далі розрахуємо показники ділової активності ПрАТ «Екотекстиль».

Таблиця 2.5 – Показники ділової активності ПрАТ «Екотекстиль» [25]

Показник	Формула для розрахунку	Рядки з балансу	Рік		
			2021	2022	2023
Коефіцієнт ділової активності (оборотності оборотних засобів)	Чистий дохід / Середня вартість оборотних засобів	p.2000/ (p.1300- p.1010)	1,126	1,596	1,419
Коефіцієнт оборотності запасів	Собівартість / Середньорічна вартість запасів	p.2050/p.1101	8,215	7,172	7,505
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	Чиста виручка від реалізації товарів і послуг / Середня Σ дебіторської заборгованості	p.2000/p.1125	3,743	5,424	5,216
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	Чиста виручка від реалізації товарів і послуг / Середня сума кредиторської заборгованості за товари і послуги.	p.2000/p.1615	3,985	30,888	3,843

Продовження таблиці 2.5

Коефіцієнт тривалості одного обороту	Кількість календарних днів звітного періоду / Коефіцієнт оборотності оборотних засобів	$365(6)/K_{\text{ооз}}$	324,271	228,656	257,154
Тривалість одного обороту дебіторської заборгованості	Кількість календарних днів звітного періоду / Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	$365(6)/K_{\text{одз}}$	97,522	67,297	69,977
Тривалість одного обороту кредиторської заборгованості	Кількість календарних днів звітного періоду / Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	$365(6)/K_{\text{окз 1}}$	91,603	11,817	94,976

Джерело: складено автором на основі даних

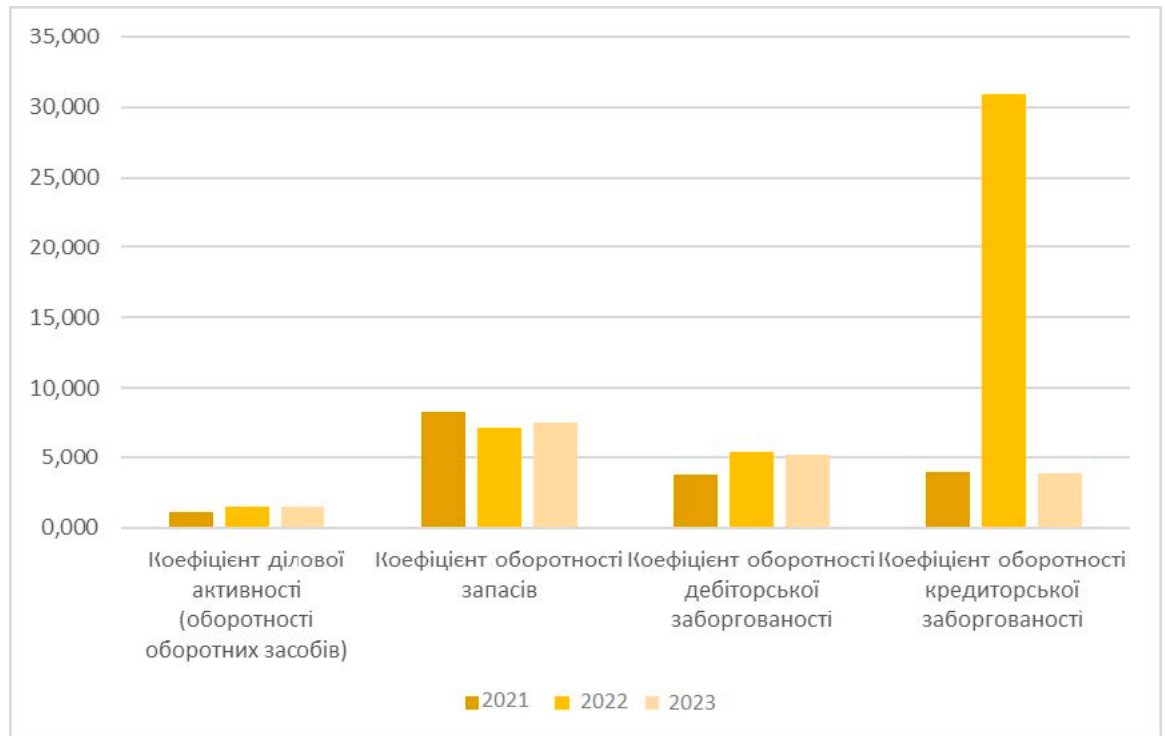


Рисунок 2.4 – Показники ділової активності ПрАТ «Екотекстиль»

Джерело: складено автором

Проаналізувавши отриманні дані можемо дійти до висновку, що показники оборотності активів мають досить нерівномірну динаміку, немає чіткої тенденції до зростання або до зменшення, кожен з 4 показників має скачкоподібний характер, що пов'язано з нестабільною економічною ситуацією.

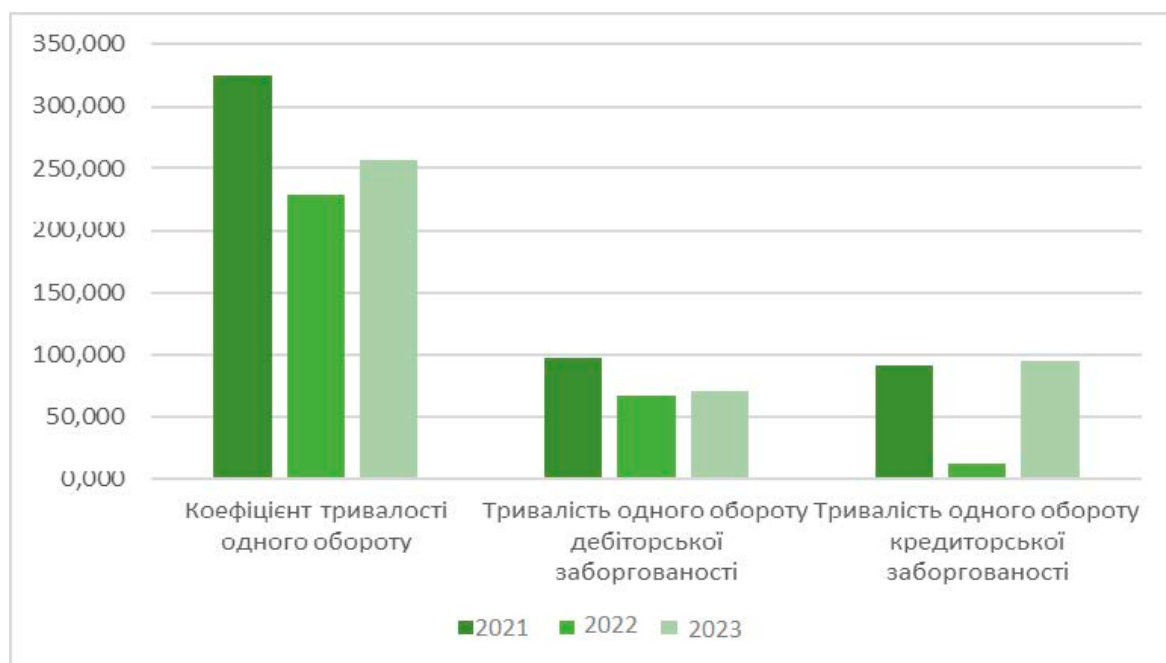


Рисунок 2.5 – Показники ділової активності ПрАТ «Екотекстиль»

Джерело: складено автором

Як можемо побачити з графіка, коефіцієнт тривалості одного обороту у 2022 році зменшився на 95,614 з 324,271 у 2021 році, проте у 2023 році він виріс на 28,498 і становив 257,154. Такі перепади пов'язані зі зміною чистого доходу, а саме з його зменшенням у 2022 році в порівнянні з 2021 роком та подальшому збільшенні у 2023 році.

Щодо тривалості обороту дебіторської та кредиторської заборгованості, то ці показники мають такі ж тенденції, що й коефіцієнт тривалості одного обороту. Такі просідання у 2022 році пов'язані зі зменшення середньої суми дебіторської заборгованості та зменшенням середньої суми кредиторської заборгованості за товари, роботи та послуги у 2022 році та подальши зростанням цих показників.

Таблиця 2.6 - Аналіз платоспроможності ПрАТ «Екотекстиль»

Показники	Розрахунок	На початок періоду	На кінець періоду	Відхилення (+;-)
1.Платіжні засоби:				
- каса і поточний рахунок (тис. грн)	1	14674	21675	7001
- готова продукція та товари	2	24783	15325	-9458
- дебіторська заборгованість	3	21947	16322	-5625
Разом платіжних засобів	4	61404	53322	-8082
2. Платіжні зобов'язання разом:	5	41785	38487	-3298
- коефіцієнт платоспроможності	$6 = 1/5$	0,351	0,563	0,212
- перевищення платіжних засобів	$7 = 4 \geq 5$	+	+	
- перевищення платіжних зобов'язань	$8 = 5 \geq 4$	-	-	

Джерело: складено автором на основі даних

Аналіз платоспроможності ПрАТ «Екотекстиль» дав змогу оцінити вплив зазначених показників у період 2021 – 2023 років. І як ми можемо побачити з таблиці 2.6, показник готової продукції та товарів зменшився за зазначений період на 9458 тис. грн, що свідчить про збільшення об'ємів реалізованої продукції та про зниження рівня залежування товарів. Щодо дебіторської заборгованості, то її рівень також зменшився за досліджуваний період, що має позитивний вплив на підприємство. Такі зміни свідчать про здатність ПрАТ «Екотекстиль» повертати заборгованість вчасно, або навіть в прискореному темпі, та при цьому виділяти кошти на власні потреби.

Таблиця 2.7 – Аналіз ліквідності ПрАТ «Екотекстиль» [25]

Показник	Формула та розрахунки	Рядки в балансі	Роки		
			2021	2022	2023
Коефіцієнт покриття	(Оборотні активи – Витрати майбутніх періодів)/ Короткострокові зобов'язання	(1195-1170)/1695	1,751	0,945	0,861
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	(Грошові кошти + Короткострокові вкладення)/ Короткострокові зобов'язання	(1165+1160)/1695	0,004	0,047	0,003
Коефіцієнт поточної ліквідності	(Оборотні активи – запаси) /поточні зобов'язання	(1195-1100)/1695	0,593	0,361	0,277

Джерело: складено автором на основі даних

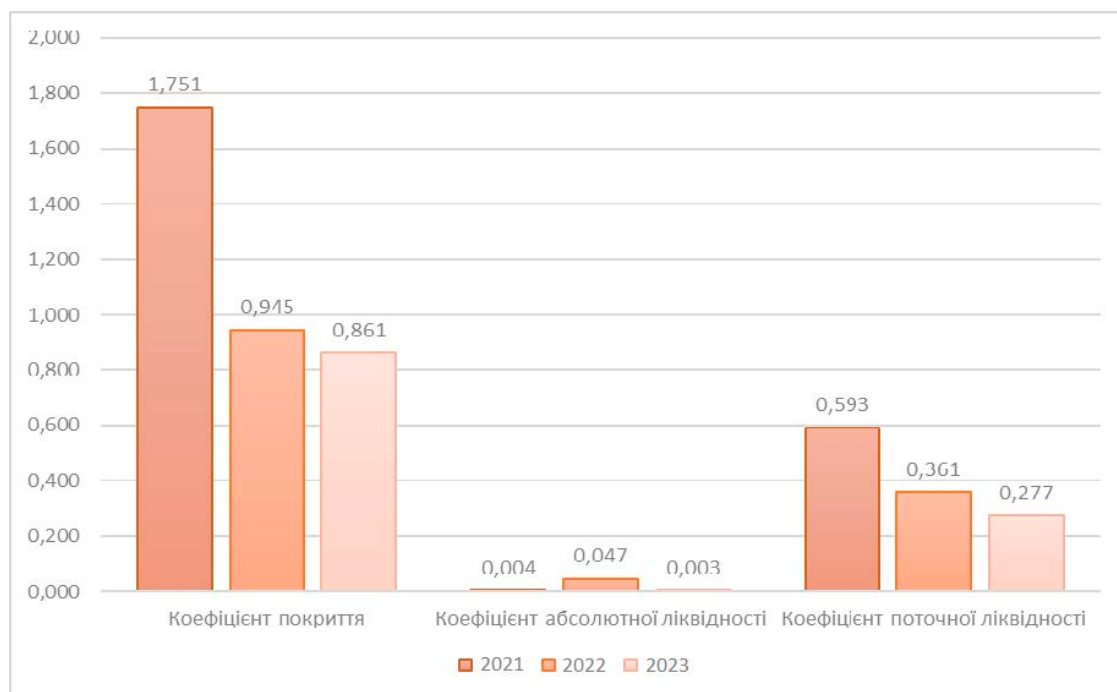


Рисунок 2.6 –Аналіз ліквідності ПрАТ «Екотекстиль»

Джерело: складено автором

Отже з вищенаведених розрахунків та діаграми можемо зробити висновок щодо ліквідності ПрАТ «Екотекстиль». Як видно з таблиці 2.7 було досліджено 3 показники: коефіцієнт покриття, коефіцієнт абсолютної ліквідності та коефіцієнт поточної ліквідності.

Коефіцієнт покриття має нормативне значення у межах 2-3. Як видно з діаграми, цей показник корислюється в межах від 1,751 до 0,861 та має тенденцію до зниження за досліджуваний період. Отже можемо дійти висновку, що у підприємства є проблеми з платоспроможністю, адже показник нижчий за норму.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності має перевищувати 0,2 – 0,3. ПрАТ «Екотекстиль» має значно нижчі значення даного опказника, що свідчить про недостатній рівень забезпечення грошовими коштами.

Нормативне значення коефіцієнта поточної лаквідності складає >1 . Так як значення цього показника менше норми та має негативну тенденцію до зменшення, можна дійти висновку, що ПрАТ «Екотекстиль» забезпечений

оборотними коштами в недостатній кількості, що може від'ємно сказатись на його господарській діяльності.

Таблиця 2.8 – Аналіз платоспроможності ПрАТ «Екотекстиль»

Показник	Формула	Рядки балансу	Роки		
			2021	2022	2023
Коефіцієнт платоспроможності (автономії)	Власний капітал/ Пасив балансу	1495/1900	0,321	0,302	0,157
Коефіцієнт фінансової стабільності	Власний капітал/ Джерела залучених коштів	$1495/\sum(1595;1600;1610-1665)$	0,806	0,534	0,309
Коефіцієнт фінансового левериджу	Довгостроков і зобов'язання/ Власний капітал	1595/1495	0,826	0,000	0,000
Коефіцієнт забезпеченості власними коштами	$(\text{Власний капітал} - \text{Вартість ОЗ}) / \text{Вартість оборотних засобів}$	$(1495-1011)/1195$	-0,487	-0,958	-0,944

Джерело: складено автором на основі даних

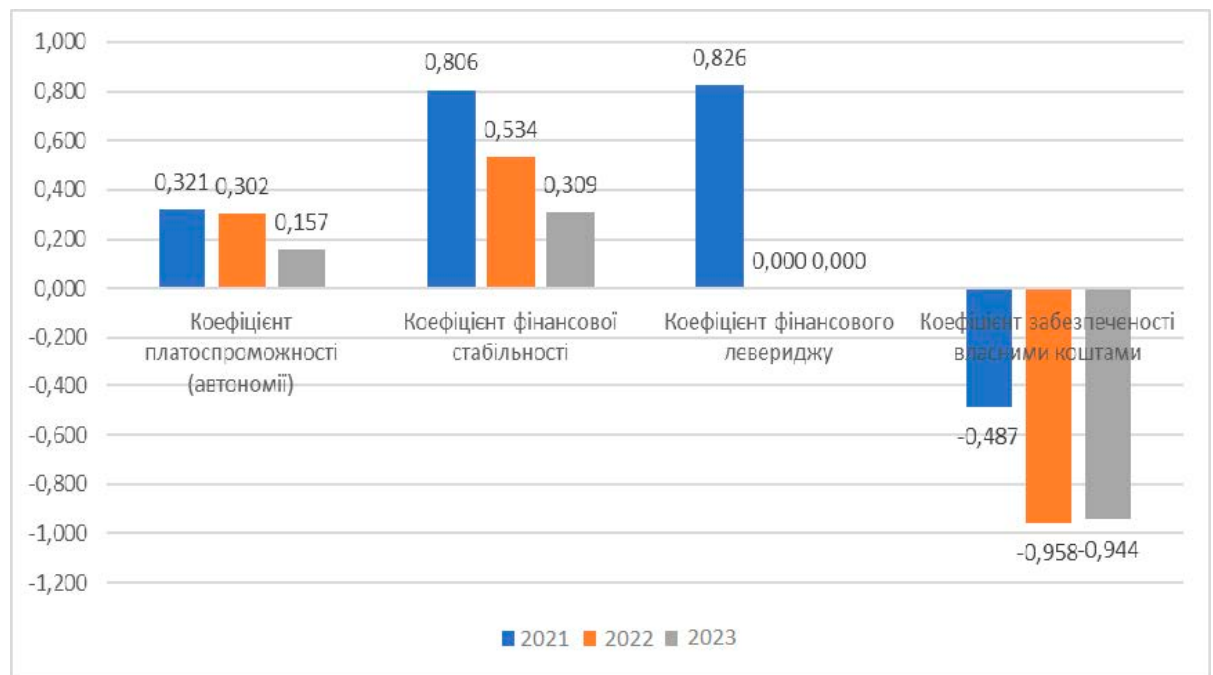


Рисунок 2.7 – Показники платоспроможності ПрАТ «Екотекстиль»

Джерело: складено автором

Отже в ході аналізу платоспроможності ПрАТ «Екотекстиль» було досліджено ряд показників: коефіцієнт платоспроможності (автономії), коефіцієнт

фінансової стабільності, коефіцієнт фінансового левериджу, коефіцієнт забезпеченості власними коштами.

Коефіцієнт платоспроможності (автономії) є оптимальним при значення менше 0,5. Як видно з таблиці 2.8 та рисунку 2.7 цей показник є в межах норми, отже підприємство має достатній ступінь автономії.

Нормативне значення коефіцієнта фінансової стабільності має знаходитись в межах від 0,67 до 1,5. У 2021 році цей показник відповідав нормі, що свідчить про фінансову стійкість підприємства та здатність відповідати за своїми зобов'язаннями. У 2022 та 2023 роках цей показник був трохи менше норми, що говорить про збільшення кількості фінансових ризиків.

Коефіцієнт фінансового левериджу має складати не більше 0,25. У 2021 році цей показник значно перевищив норму, проте у 2022 та 2023 роках компанія демонструвала повну незалежність від довгострокових зобов'язань.

Для коефіцієнта забезпеченості власними коштами нормативне значення повинно бути $>0,1$. Як можемо побачити з вищенаведених розрахунків, цей показник має від'ємні значення, що свідчить про нестачу власних коштів на підприємстві.

Таблиця 2.9 - Аналіз рентабельності ПрАТ «Екотекстиль» [26]

Показник	Розрахунок	Рядки в балансі	Роки		
			2021	2022	2023
Коефіцієнт рентабельності активів	чистий прибуток/середньорічну вартість активів	2350/ (1300 на поч./2 + 1300 на кін/2)	0,089	0,150	0,223
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	чистий прибуток/власний капітал	2350/1495	0,297	0,594	1,344
Коефіцієнт рентабельності діяльності	прибуток від реалізації/витрати на виробництво продукції	2000/2050	1,358	1,255	1,283
Коефіцієнт рентабельності продукції	чистий прибуток/загально виробничу собівартість	2350/2050	0,157	0,208	0,256

Джерело: складено автором на основі даних

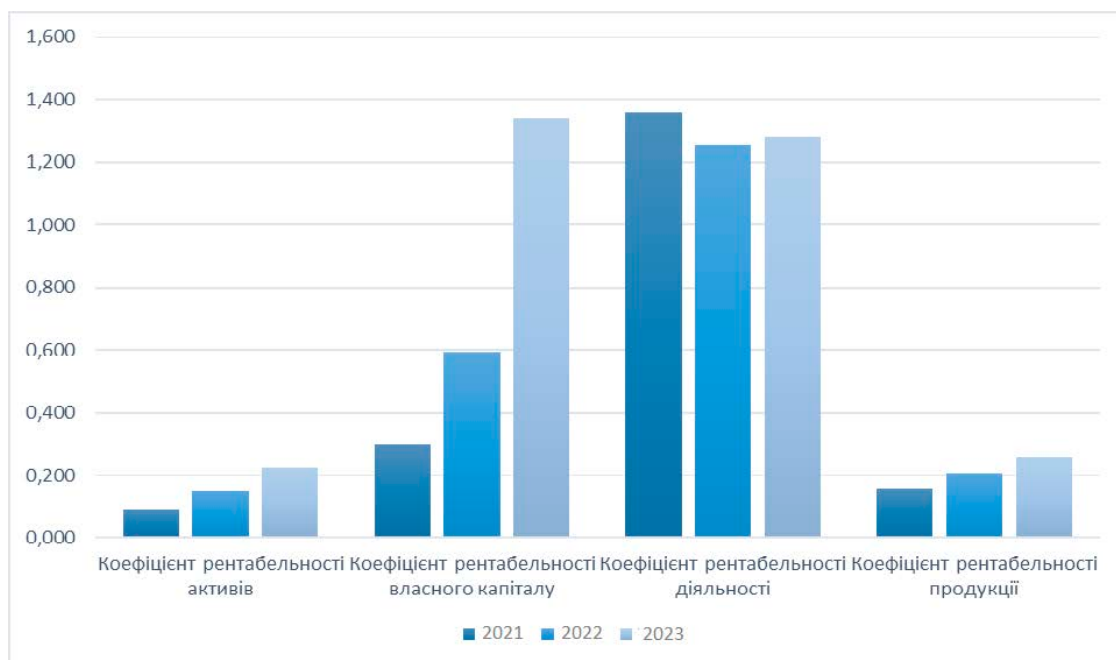


Рисунок 2.8 – Аналіз рентабельності ПрАТ «Екотекстиль»

Джерело: складено автором

Аналіз рентабельності ПрАТ «Екотекстиль», який представлений в таблиці 2.9, показав, що підприємство є доволі рентабельним. Нормативне значення всіх чотирьох показників має бути 0,2 і більше.

Коефіцієнт рентабельності власного капіталу та коефіцієнт рентабельності діяльності значно перевищують норму, що свідчить про те підприємство доволі ефективно використовує власний капітал та веде господарську діяльність.

Що стосується коефіцієнта рентабельності активів, то за досліджуваний період він має позитивну динаміку і вже у 2023 році досягає значення вище нормативу, що свідчить про зростання ефективності використання активів. Коефіцієнт рентабельності продукції за 2021 – 2023 роки зростає і вже у 2022 та 2023 роках перевищує норму, що вказує на те, що частка виручки підприємства, яка залишається після вирахування всіх витрат збільшується.

Зважаючи на всі вищезроблені розрахунки, можемо дійти до висновку, що економічна діяльність ПрАТ «Екотекстиль» має доволі неоднозначні показники. В цілому, можемо сказати, що динаміка економічної діяльності має позитивний

вектор, проте необхідно більш активно впроваджувати заходи до покращення стану, задля збереження динаміки та підвищення деяких показників.

2.3 Аналіз прибутковості продукції ПрАТ «Екотекстиль»

На даному етапі аналізу необхідно визначити прибутковість окремих видів продукції підприємства, прибуток від реалізації, ступінь виконання плану, ефективність прибутковості і так далі.

В першу чергу необхідно визначити собівартість реалізованої продукції. У господарській практиці, в тому числі і в Україні, замість категорії «витрати» частіше використовується категорія «собівартість». Собівартість відрізняється від економічних витрат. Економічні витрати - це альтернативна вартість всіх залучених у виробництво ресурсів, а в собівартості враховується частина цих ресурсів.

Собівартість продукції - це сума витрат на виробництво і реалізацію (збут) цієї продукції. Вона складається з витрат, пов'язаних з використанням у процесі виробництва основних засобів, сировини, матеріалів, палива і енергії, праці робітників та інших витрат на виробництво і реалізацію.

Собівартість продукції - ємна, різноманітна і динамічна економічна категорія. Вона є найважливішим якісним показником, який показує, у що обходиться підприємству виробництво і збут продукції. Чим нижча собівартість, тим вище прибуток і, відповідно, рентабельність виробництва [27].

Собівартість є частиною вартості продукції і показує, у скільки підприємству обійшлося виробництво продукції.

Таблиця 2.10 – Вихідні данні ПрАТ «Екотекстиль»

Види продукції	Обсяг реалізації, тис. пар., за період		Ціна за одиницю (пару), грн., за період		Собівартість одиниці продукції, грн., за період		
					звітний		попередній
	звітний	попередній	звітний	попередній	план	факт	
Шкарпетки чоловічі	1150	1100	35	30	18	20	17
Шкарпетки жіночі	1045	1005	40	35	25	24	22
Шкарпетки дитячі	880	850	25	23	15	13	12
Панчохи	680	670	55	50	38	37	35
Колготи жіночі	978	962	65	60	50	49	47
Колготи дитячі	704	700	50	48	35	35	33
Разом	5437	5287	270	246	181	178	166

Джерело: складено автором на основі даних

На базі вихідних даних (таблиця 2.10) виконаємо розрахунки показників собівартості реалізованої продукції, прибутку від реалізації продукції та рентабельності продукції.

Таблиця 2.11 – Розрахунок собівартості та прибутковості продукції ПрАТ «Екотекстиль»

Види продукції	Виручка від реалізації, тис. грн., за період		Собівартість реалізованої продукції. тис. грн., за період			Прибуток від реалізації, тис. грн., за період.		Рентабельність продукції за період	
			звітний		попередній				
	звітний	попередній	план	факт		звітний	попередній	звітний	попередній
Шкарпетки чоловічі	40250	33000	20700	23000	18700	17250	14300	0,43	0,43
Шкарпетки жіночі	41800	35175	26125	25080	22110	16720	13065	0,4	0,37
Шкарпетки дитячі	22000	19550	13200	11440	10200	10560	9350	0,48	0,48
Панчохи	37400	33500	25840	25160	23450	12240	10050	0,33	0,3

Продовження таблиці 2.11

Колготи жіночі	63570	57720	48900	47922	45214	15648	12506	0,25	0,22
Колготи дитячі	35200	33600	24640	24640	23100	10560	10500	0,3	0,31
Разом	240220	212545	159405	157242	142774	82978	69771	2,18	2,11

Джерело: складено автором на основі даних

Як можемо побачити з вищенаведених розрахунків, майже всі показники збільшились в порівнянні з минулим роком. Зросла виручка від реалізації продукції, як наслідок зріс і прибуток. Прибуток від реалізації продукції зріс на 13207 тис. грн, що складає 19%. Це свідчить про позитивну динаміку розвитку виробництва, про збільшення виготовлюваної та реалізованої продукції.

Зростання загальної суми виручки свідчить ще про збільшення витрат на виробництво, тобто підвищення собівартості продукції. Це закономірний результат при збільшенні об'ємів виробництва.

Рентабельність продукції зросла на 3%, що свідчить про підвищення прибутковості підприємства.

Виконаємо оцінку виконання плану підприємством. Оцінювання напруженості плану розраховується шляхом порівняння планового обсягу виробництва продукції з середньою потужністю:

$$K = Q_{\text{пл}} / N_{\text{пл}} \times 100\%, \quad (2.1)$$

де K – коефіцієнт напруженості планового завдання;

$Q_{\text{пл}}$ – обсяг виробництва продукції за планом;

$N_{\text{пл}}$ – планова середня виробнича потужність підприємства [28].

Для забезпечення більш повного задоволення потреб населення необхідно, щоб підприємство виконувало план не лише по загальному обсягу продукції, але і за асортиментом (номенклатурою). Особливо важливе значення має виконання контрактів на поставку товарів для державних потреб. Це гарантує підприємству збут продукції, своєчасну її оплату, пільги по податках, кредитами і т.д. [28].

Номенклатура – перелік найменувань виробів і їх кодів, встановлених для відповідних видів продукції в загальному класифікаторі промислової продукції (НПП).

Виконати асортиментний план – означає зберегти в загальному обсязі випуску товарів заплановані співвідношення між окремими їх видами. Цей момент впливає на всі економічні показники фірми: прибуток, рентабельність, виручка, обсяг випуску, собівартість продуктів і т.д. Ось чому так важливо оперативно відстежувати виконання пунктів асортиментного плану.

Асортимент – це склад однорідних товарів по їх маркам, видам, сортам. Його формування – планомірний процес, що враховує безліч різних чинників: можливості підприємства, споживчий попит, конкурентне середовище і т.д.

Під час аналітичних заходів, які здійснюються з метою оцінки виконання плану по асортименту, виконується наступний ланцюжок дій:

- обчислюється відсоток виконання плану по окремих асортиментних позицій;
- розраховується обсяг товарів, випущених в планових рамках;
- визначається відсоток виконання плану за асортиментом [29].

Якщо хоча б по одній асортиментній позиції фактичний рівень виявляється нижче планового, то загальний план вважається недовиконаним. Навіть якщо по іншим пунктам має місце перевищення нормативних величин.

Таблиця 2.12 – Аналіз виконання плану та динаміки обсягу продукції ПрАТ «Екотекстиль»

Види продукції	Ціна за одну шт (пару), грн	Виготовлено продукції, тис. шт (пар)			Обсяг продукції, тис. грн			Відхилення факту (+; -), тис. грн		Факту у % до:	
		звітний		попередній	звітний		попередній	звітний	попередній	звітний	попередній
		план	факт		план	факт					
Шкарпетки чоловічі	35	1100	1150	1100	38500	40250	33000	1750	7250	104,5%	122,0%
Шкарпетки жіночі	40	1040	1045	1005	41600	41800	35175	200	6625	100,5%	118,8%
Шкарпетки дитячі	25	880	880	850	22000	22000	19550	0	2450	100,0%	112,5%
Панчохи	55	675	680	670	37125	37400	33500	275	3900	100,7%	111,6%
Колготи жіночі	65	970	978	962	63050	63570	57720	520	5850	100,8%	110,1%
Колготи дитячі	50	700	704	700	35000	35200	33600	200	1600	100,6%	104,8%
Разом	270	5365	5437	5287	237275	240220	212545	2945	27675	101,2%	113,0%

Джерело: складено автором на основі даних

Отже в таблиці 2.12 наглядно показано аналіз виконання плану та динаміки обсягу продукції ПрАТ «Екотекстиль», за результатами якого ми можемо дійти до висновку, що за досліджуваний період в загальному виявлені план було перевиконано на суму в розмірі 2945 тис. грн. Такий результат було досягнуто шляхом виконання та перевиконання плану кожного виду асортименту продукції. Такі позитивні дані свідчать про розвиток виробництва та нарощування виробничих потужностей.

Також щоб оцінити виконання асортиментного плану та плану за структурою продукції можемо використати спосіб заліку.

Структура продукції - це співвідношення окремих видів виробів у загальному обсязі її випуску. Виконати план за структурою – означає зберегти у

фактичному випуску продукції заплановане співвідношення окремих її видів. Нерівномірний виконання плану по окремих виробах призводить до відхилень від планової структури продукції, порушуючи тим самим умови порівнюваності всіх економічних показників [30].

Спосіб заліку передбачає визначення відсотка виконання асортиментного плану та плану зі структури продукції шляхом співвідношення випуску товарної продукції (в цю величину не входять наднормативні показники) до планових величин.

Таблиця 2.13 – Аналіз виконання асортиментного плану та плану за структурою продукції ПрАТ «Екотекстиль»

Види продукції	Звітний період, тис. грн		Виконання плану, %	Зараховується у виконання плану з асортименту, тис. грн	Структура продукції, %		Фактичний обсяг продукції за плановою структурою, тис. грн	Зараховується у виконання плану структури, тис. грн	Виконання плану з асортименту, %
	План	Факт			План	Факт			
Шкарпетки чоловічі	38500	40250	104,5%	38500	16,2%	16,8%	38978	38978	100%
Шкарпетки жіночі	41600	41800	100,5%	41600	17,5%	17,4%	42116	41800	
Шкарпетки дитячі	22000	22000	100,0%	22000	9,3%	9,2%	22273	22000	
Панчохи	37125	37400	100,7%	37125	15,6%	15,6%	37586	37400	
Колготи жіночі	63050	63570	100,8%	63050	26,6%	26,5%	63833	63570	
Колготи дитячі	35000	35200	100,6%	35000	14,8%	14,7%	35434	35200	
Разом	237275	240220	101,2%	237275	100,0%	100,0%	240220	238948	

Джерело: складено автором на основі даних

Отже, як видно з аналізу, який наведено в таблиці 2.13, виробничий план було виконано на 101,2%, а асортиментний план – на 100%.

Коефіцієнт додержання планової структури становить:

$$K_{ac} = 238948 / 240220 = 0,995$$

Як висновок, план за структурою продукції ПрАТ «Екотекстиль» виконано на 99,5%. Так як відхилення є мінімальним (0,05%) можемо вважати, що план виконано.

2.4 Кореляційно-регресійний аналіз прибутковості продукції ПрАТ «Екотекстиль»

Прогнозування є важливим етапом в процесі управління підприємством. Його результати використовуються для виявлення найбільш бажаних змін, очікуваних в майбутньому стані підприємства, а також шляхів їх досягнення. Від ефективних прогнозів залежить результативність роботи підприємства в цілому. Використання різних спеціальних методів обробки, оснащених пакетами програм машинної обробки статистичної інформації, таких як регресійний і кореляційний аналізи, гарантує отримання всебічного і глибокого аналізу інформації (статистичних даних по підприємству). Кореляційно-регресійний аналіз широко застосовується для цілей аналізу і планування господарсько-економічної діяльності підприємства.

Кореляційно-регресійний аналіз – класичний метод стохастичного моделювання господарської діяльності. Він вивчає взаємозв'язки показників господарської діяльності, коли залежність між ними не є строго функціональної і спотворена впливом сторонніх, випадкових факторів. При проведенні кореляційно-регресійного аналізу будують різні кореляційні і регресійні моделі господарської діяльності. У цих моделях виділяють факторні і результативні показники.

Кореляційний аналіз ставить завдання виміряти тісноту зв'язку між змінними, які варіюються, і оцінити чинники, які дають найбільший вплив на результативну ознаку. Регресійний аналіз – призначений для вибору форми зв'язку і типу моделі для визначення розрахункових значень залежної змінної (результативної ознаки). Методи кореляційного і регресійного аналізу використовуються в комплексі [31].

Припустимо, що зв'язок між результативною і факторними ознаками описується лінійним рівнянням регресії:

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

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

x_1 – адміністративні витрати (тис. грн.),

x_2 – витрати на збут (тис. грн.),

x_3 – інші операційні витрати (тис. грн.),

a_0 – вільний член рівняння регресії,

a_i – коефіцієнти рівняння регресії, які характеризують кількісний вплив на результуючий показник зміни величини відповідного факторного показника на одиницю його виміру ($i=1,4$) [32].

Для того, щоб виявити основні фактори, що впливають на чистий прибуток діяльності підприємства, необхідно здійснити кореляційний аналіз окремих фінансових факторів діяльності підприємства.

Таблиця 2.14 – Основні фінансові показники діяльності ПрАТ «Екотекстиль» за 2018-2023 роки

Показник	Роки					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн	74896	77541	80965	82142	77375	85136
Адміністративні витрати, тис. грн	3916	2787	3991	6733	6172	7175
Витрати на збут, тис. грн	8332	9518	7175	10867	13386	17411
Інші операційні витрати, тис. грн	7284	7365	7150	7237	7300	5384

Джерело: складено автором на основі даних

В першу чергу, проведемо кореляційний аналіз. Для цього скористаємось засобами MS Excel, обираємо інструмент Data / Data Analysis / Correlation. Результати дії цього інструменту подано в таблиці 2.15.

Таблиця 2.15 – Результати кореляційного аналізу прибутковості ПрАТ «Екотекстиль»

Показник	Чистий дохід	Адміністративні витрати	Витрати на збут	Інші операційні витрати
Чистий дохід	1			
Адміністративні витрати	0,655930975	1		
Витрати на збут	0,570123537	0,784348793	1	
Інші операційні витрати	-0,751313252	-0,57512795	-0,793388278	1

Джерело: складено автором на основі розрахунків

Далі необхідно оцінити тісноту зв'язку між досліджуваними ознаками. Для цього скористаємось шкалою Чеддока.

Таблиця 2.16 – Характеристика тісноти сили зв'язку чистого доходу ПрАТ «Екотекстиль» із факторними ознаками

Показник	Адміністративні витрати	Витрати на збут	Інші операційні витрати
Чистий дохід	Помірний	Помірний	Тісний

Джерело: складено автором на основі розрахунків

Отже, за результатами кореляційного аналізу можемо зробити висновок, що між деякими фінансовими факторами діяльності підприємства, а саме між чистим доходом та адміністративними витратами, чистим доходом та витратами на збут існує помірний зв'язок, а між чистим доходом та іншими операційними витратами зв'язок тісний, але обернений.

Зважаючи на проведені дослідження, у зв'язку із наявністю явища мультиколінеарності, необхідно виключити фактор витрати на збут з моделі.

Для того, щоб встановити, які форми зв'язку наявні між вищезгаданими фінансовими факторами, скористаємось регресійним аналізом. Для цього

обираємо інструмент Data / Data Analysis / Regression. Результати проведеного регресійного аналізу представлені в таблиці 2.17 та таблиці 2.18.

Таблиця 2.17 – Регресійна статистика

Регресійна статистика	
Множинний R	0,799583403
R-квадрат	0,639333619
Нормований R-квадрат	0,398889365
Стандартна похибка	2906,24603
Дослідження	6

Джерело: складено автором на основі розрахунків

R-квадрат – коефіцієнт лінійної детермінації. Коефіцієнт є однією з найбільш ефективних оцінок адекватності регресійної R^2 моделі, мірою якості рівняння регресії в цілому (або, як кажуть, мірою якості підгонки регресійній моделі до значень, що спостерігаються) [32].

Оскільки коефіцієнт детермінації $R^2 \approx 0,639$, то можна зробити висновок, що зміна чистого доходу майже на 64% залежить від зміни обраних факторів.

Таблиця 2.18 - Результати дисперсійного аналізу

	df	SS	MS	F	Значимість F
Регресія	2	44916704,87	22458352	2,658968	0,216600021
Залишок	3	25338797,96	8446266		
Разом	5	70255502,83			

Джерело: складено автором на основі розрахунків

За результатами дисперсійного аналізу можемо визначити надійність отриманої моделі. За критерієм Фішера $F_{\text{табл.}} = 19,16$, тому $F_{\text{факт.}} = 2,659 < F_{\text{табл.}} = 19,16$, що означає, що немає підстави відхиляти нульову гіпотезу, тому знайдена оцінка рівняння регресії статистично ненадійна.

Таблиця 2.19 - Результати регресійного аналізу

	Коефіцієнти	Стандартна похибка	t-статистика	P-значення	Нижні 95%	Верхні 95%
Чистий дохід	94960,541	17362,986	5,469	0,012	39703,771	150217,31
Адміністративні витрати	0,699	0,885	0,789	0,488	-2,119	3,517
Інші операційні витрати	-2,714	2,058	-1,319	0,279	-9,262	3,835

Джерело: складено автором на основі розрахунків

За результатами регресійного аналізу можемо дійти до таких висновків, що Р-Значення – це ймовірність, що дозволяє визначити значимість коефіцієнта регресії. У випадках, коли p -значення $> 0,05$, коефіцієнт може вважатися нульовим, що означає, що відповідна незалежна змінна практично не впливає на залежну змінну. У нашому випадку обидва коефіцієнта, адміністративні витрати та інші операційні витрати, виявилися «нульовими», а значить обидві незалежні змінні не впливають на модель.

Для того, щоб здійснити оцінку статистичної значимості параметрів регресії, скористаємось t-критерієм Стьюдента, $t_{\text{табл.}} = 4,3$. Якщо значення t-статистики менше за $t_{\text{табл.}}$, то такі параметри є випадковими, якщо t-статистики більше за $t_{\text{табл.}}$, такі параметри є статистично значимими. Як бачимо з таблиці 2.19 тільки t-статистика чистого доходу є значимою.

Далі визначимо надійні інтервали для параметрів лінії регресії:

$$3,517 \leq a_1 \leq -2,119$$

$$3,835 \leq a_2 \leq -9,262$$

Рівняння множинної регресії:

$$y = 94960,541 + 0,699x_1 - 2,714x_2$$

Як висновок, збільшення адміністративних витрат на одиницю призведе до збільшення чистого доходу на 0,699 та збільшення інших операційних витрат на одиницю призведе до зменшення чистого доходу на 2,714.

Проаналізувавши результати кореляційно-регресійного аналізу фінансових факторів ПрАТ «Екотекстиль» можемо дійти висновку, що між адміністративними витратами та іншими операційними витратами і чистим доходом існує помірний зв'язок, а з іншими операційними витратами він доволі тісний. Отже, щоб збільшити ефективність господарської та фінансової діяльності підприємства необхідно детально вивчити шляхи зменшення адміністративних витрат, інших операційних витрат.

Висновки до розділу 2

В даному розділі ми провели діагностику прибутковості ПрАТ «Екотекстиль».

По-перше, було досліджено господарсько-правові засади функціонування підприємство. Ми дізналися про історію виникнення підприємства, про його управлінську структуру, організацію виробництва, про його господарську діяльність. За допомогою SWOT-аналізу дослідили сильні та слабкі сторони, можливості та загрози. Також було проаналізовано процес виготовлення панчішно-шкарпеткових виробів та використані матеріали.

Далі було виконано аналіз економічного стану ПрАТ «Екотекстиль», в ході якого були використані показники рентабельності продукції, чистого прибутку, рентабельності активів, рентабельності власного капіталу, рентабельності діяльності підприємства та ін.

Даний аналіз продемонстрував, що результати розглянутих коефіцієнтів мають неоднорідний характер, схильні до скачкоподібної динаміки. Однак оцінивши загальний стан усіх показників, можемо стверджувати, що економічний стан ПрАТ «Екотекстиль» має позитивну спрямованість, підприємство нарощує свої виробничі потужності, що є однією з причин зростання прибутковості. Звісно

є проблемні моменти, які не дають підприємству розвиватись в повній мірі, проте на стан цих показників ще можна вплинути.

Також було проведено аналіз прибутковості окремих видів продукції, прибутку від реалізації, ступеня виконання плану, ефективності прибутковості ПрАТ «Екотекстиль» і т.п.

В першу чергу ми дослідили собівартість реалізованої продукції. Собівартість продукції – це сума витрат на виробництво і реалізацію (збут) цієї продукції. Чим нижча собівартість, тим вище прибуток і, відповідно, рентабельність виробництва. За досліджуваний період собівартість продукції зросла, проте пропорційно їй зросла і виручка від реалізації продукції, і як наслідок зріс і прибуток. Це свідчить про позитивну динаміку розвитку виробництва, про збільшення виготовляємої та реалізованої продукції.

Була здійснена оцінка виконання плану підприємством. Особливе значення має виконання не тільки виробничого плану, але й асортиментного, з чим підприємство справляється на відмінно. За досліджуваний період план було не просто виконано, а й перевиконано.

Останнім пунктом розділу був кореляційно-регресійний аналіз залежності прибутковості ПрАТ «Екотекстиль» від факторів її формування. Дослідження показало, що між іншими операційними витратами та чистим доходом існує тісний зв'язок, а між адміністративними витратами, іншими операційними витратами та чистим доходом зв'язок помірний. Тому доцільно примінити способи зменшення інших операційних витрат.

РОЗДІЛ 3. НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ЗРОСТАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПРАТ «ЕКОТЕКСТИЛЬ»

3.1 Обґрунтування шляхів зростання прибутковості ПрАТ «Екотекстиль»

Текстильна промисловість – найважливіша галузь легкої промисловості, що забезпечує приблизно половину всього обсягу її виробництва, а також займає в ній перше місце за чисельністю зайнятих.

Основна її функція - випуск предметів споживання, в першу чергу тканин і трикотажу. Поряд з цим вона задовольняє своєю продукцією і багато виробничих потреби. Залежно від сировини, що використовується, текстильну промисловість зазвичай поділяють на кілька підгалузей – бавовняну, вовняну, шовкову, лляну, що випускає тканини з хімічних волокон, а також трикотажну і виробництво нетканих матеріалів.

В першу чергу, щоб максимізувати прибуток підприємства спочатку потрібно не розробляти конкретні методи, а проаналізувати ринок, конкурентів, покупців і багато іншого. Аналіз – це основа, на якій базуються будь-які дії для збільшення власного прибутку підприємства [33].

Факторів, які можуть вплинути на зростання прибутку, дуже багато. І не завжди можна точно оцінити ступінь впливу того чи іншого фактору.

В цілому, шляхи збільшення прибутку на підприємстві реалізуються в двох напрямках:

Фінансовий – сюди відноситься все, що стосується питань фінансового планування, організації фінансової системи, облікового процесу, постановки управлінського обліку і т.д.

Виробничо-економічний – тут зосереджені питання підвищення обсягів реалізації продукції, зниження собівартості, оптимізації доходів і витрат, в тому

числі по неосновним видам діяльності, удосконалення технологічних процесів на виробництві, оптимізація асортименту, інновації тощо [34].

Під господарськими резервами розуміють можливості підвищення ефективності діяльності організації на основі використання досягнень науково-технічного прогресу і передового досвіду.

З розвитком науково-технічного прогресу з'являються нові види сировини і матеріалів, нові види машин і устаткування, нові технології, більш досконалі форми організації праці, що дозволяють знижувати матеріаломісткість, трудомісткість продукції і послуг, прискорювати оборотність коштів, підвищувати рентабельність і інші показники ефективності бізнесу [35].

Як було зазначено вище, на будь-якому підприємстві, в будь-якій організації існує достатньо резервів для підвищення ефективності виробничої діяльності, в тому числі і на ПрАТ «Екотекстиль».

Для підвищення рентабельності, тобто прибутковості продукції, на аналізованому підприємстві ПрАТ «Екотекстиль» можна запропонувати наступне:

1. Для збільшення обсягу реалізації випущеної продукції і розширення ринку збуту продукції більш широко використовувати рекламу.
2. Для збільшення обсягу виробництва замінити морально і фізично застаріле обладнання на нове.
3. Придбання нового обладнання передбачити в формі фінансового лізингу.
4. Для підвищення цінової конкурентоспроможності продукції знизити собівартість виробів шляхом зменшення витрат, в тому числі за рахунок пошуку альтернативних постачальників сировини, і за рахунок заміни морально і фізично застарілого обладнання на нове.
5. Для забезпечення більшої стабільності продажів продукції, що випускається, закласти в цінову політику правило, відповідно до якого

знижки на продукцію повинні збільшуватися в період зменшення попиту.

6. Посилити контроль за якістю продукції, що випускається. Підвищити мотивацію на забезпечення якості продукції в цехах через впровадження нової системи оплати праці [19].

Розглянемо деякі пропозиції більш детально та виявимо, наскільки доцільно їх впровадження.

Грамотна фінансова політика і добре розроблена стратегія збуту – головна умова для збільшення прибутку підприємства.

Проблема залучення покупців і збуту продукції в усьому світі вирішується завдяки маркетингу. Маркетинг виступає як процес узгодження можливостей підприємства і запитів споживачів. Як правило, на підприємстві створюється служба маркетингу під керівництвом заступника керівника. Головними інструментами маркетингу є облік, прогнозування попиту, аналіз кон'юнктури ринку, реклама [36].

Організаційна структура управління підприємством в ПрАТ «Екотекстиль» передбачає службу маркетингу, це заступник директора з комерційних питань, який очолює відділ збуту. Однак, з аналізу господарської діяльності підприємства, рекламі приділялася явно недостатньо уваги. Загострення конкуренції на ринку споживчих товарів, в тому числі і суперництво підприємств різних галузей виробництва, робить основним завданням кожної фірми активізацію всіма можливими способами попиту на свою продукцію. Те, що «реклама – двигун торгівлі» – знають усі. Дійсно, без реклами товар важко продати.

Реклама – це комплекс засобів і прийомів, спрямованих для досягнення кінцевої мети – реалізації товарів і послуг і створення попиту на них. Вона передбачає встановлення контакту між продавцем і потенційним покупцем пропонованої продукції з метою спонукання останнього придбати цю продукцію.

Реклама продукції або послуг має чітку мету, для реалізації якої підбираються відповідні способи впливу на клієнта. До цілей реклами відносяться: створення і розширення ринку збуту продукції, створення іміджу підприємства, підвищення рівня власної організації виробництва (внутрішньофірмова реклама) [37].

Реклама повинна нести потенційному покупцеві аргументи на користь продукції, переконувати в необхідності її придбання і використання, демонструвати вірність рішення про придбання саме даного продукту. Найбільш поширені способи реклами: пряма поштова реклама, реклама, де вручаються особисто інформаційні листи, листівки на переговорах і презентаціях; виступи на семінарах, особисті відвідування керівників і спеціалістів підприємств; реклама в пресі, по радіо і телебаченню. Реклама вирішує не тільки торгове завдання. Вона будує фундамент поваги і довіри до фірми. Ніяка реклама не допоможе продати рекламовану продукцію вдруге, якщо в перший раз вона обдурила очікування покупця. В цьому випадку, чим більше розмах рекламної роботи, тим більші збитки [37].

Для того щоб реклама мала успіх, вона повинна бути правдивою, відповідати дійсності і виділяти тільки ті якості і гідності, якими володіє рекламований товар.

Ефективність реклами багато в чому залежить від того, як часто вона буде з'являтися у пресі, на телеекрані і т.п. Тому, як правило, перш ніж почати рекламну компанію, організація складає рекламний план на певний період. В цьому плані вказується, де і коли організація хоче розмістити свою рекламу. Далі на підставі цього плану складається кошторис рекламних витрат [38].

Для оцінки економічної ефективності реклами використовуються статистичні дані про реалізацію товарів за один і той же період на аналогічних підприємствах. Як правило, застосування рекламних акцій дозволяє збільшити обсяг реалізації панчішно-шкарпеткових виробів від 30 до 80%.

Також важливим джерелом збільшення випуску продукції, скорочення витрат і збільшення суми прибутку є оптимальний підбір обладнання. Це може бути введення в дію не встановленого обладнання, заміна і модернізація обладнання, більш інтенсивне його використання, впровадження заходів науково-технічного прогресу.

Відомо що джерелом зниження собівартості є збільшення обсягу виробництва продукції і скорочення витрат на її виробництво за рахунок підвищення рівня продуктивності праці, економного використання сировини, матеріалів, електроенергії, скорочення виробничого браку [38].

На сьогоднішній день застаріла база технологічного обладнання, оснащеність робочих місць інструментами і допоміжними матеріалами не відповідає вимогам технології і якості.

Отже, правильно підібране устаткування дозволить вирішити проблему підвищення ефективності діяльності підприємства.

Наприклад, виготовлення панчішно-шкарпеткової продукції на підприємстві здійснюється на автоматі ОЗДС, який виробляє 7 пар панчішно-шкарпеткових виробів на годину.

Для збільшення випуску панчішно-шкарпеткової продукції доцільно було б використовувати автомат італійської фірми Matex-Mono-4 з комп'ютерним набором малюнку. Завдяки новим технічним рішенням машина забезпечує в'язання виробів, які за якістю не поступаються кращим світовим зразкам. Програмне забезпечення та комп'ютерна розробка дизайну дозволяють протягом 15-20 хвилин перейти на випуск нової моделі виробу. Попередньо забарвлена пряжа в поєднанні з комп'ютерним проектуванням і управлінням дозволять в широкому діапазоні змінювати кольорову гаму виробів.

Формувальна машина SDRS-180 призначена для обробки паром панчішно-шкарпеткових виробів. Ця машина продуктивністю 4700 виробів в зміну здатна

замінити три існуючих машини при такому ж споживанні пари і значно скоротити споживання електроенергії. Постачальником машини є фірма, яка спеціалізується на виробництві обладнання для текстильної промисловості і розташована в Шанхаї (КНР). Так як ПрАТ «Екотекстиль» застосовує формувальне обладнання та у працівників підприємства є накопичений досвід його обслуговування і експлуатації, то навчання персоналу не потребуватиме додаткових витрат.

І, нарешті, принципово новим технічним підходом для ПрАТ «Екотекстиль» може стати освоєння технології забарвлення пряжі під тиском в бобінах, що дозволить виключити енергетично високозатратне забарвлення готових виробів і забезпечить широкий спектр кольорової пряжі. Для реалізації даної пропозиції підприємству необхідно придбати установки для фарбування під тиском і комплексу допоміжного обладнання. Постачальником даного обладнання є так само китайська компанія з імпорту та експорту комплексного обладнання з Шанхая.

Використання всього вищевказаного обладнання навіть при 80% завантаженні забезпечить виконання виробничої програми, при цьому формувальне і фарбувальне обладнання буде працювати в дві зміни, в'язальна машина - в три зміни.

Крім збільшення обсягу випущеної продукції використання нового обладнання відобразиться на асортименті та якості панчішно-шкарпеткових виробів. Підприємство отримає можливість урізноманітнити асортимент, розширити кольорову гамму, використовувати малюнок на виробах з вискоеластичних ниток. Висока якість в'язання панчішно-шкарпеткових виробів і більш ефективна обробка на стадії формування забезпечить стабільну фактуру виробів і привабливий зовнішній вигляд [39]. Введення в процесі в'язання у виріб еластичних ниток – еластану і лайкри забезпечить гарне облягання і збереження форми виробів, а широка кольорова гамма продукції і нанесення малюнку

особливо привабливе для дитячих і жіночих виробів. В цілому це дозволить підприємству посилити конкурентоспроможність своєї продукції.

3.2 Доцільність пропозицій щодо оптимізації структури продукції ПрАТ «Екотекстиль» в контексті зростання її прибутковості

Серед пропозицій, які були зазначені у пункті 3.1, найдоцільнішою є пропозиція заміни старого обладнання на новітнє та прогресивне. Такі зміни матимуть найбільший позитивний ефект на рентабельність продукції через те, що вони стосуються безпосередньо процесу виробництва та основних засобів підприємства.

Тому розглянемо результати заміни обладнання з економічної точки зору.

Таблиця 3.1 – Вихідні данні для розрахунку

Обладнання	Продуктивність, пар/год	Випуск, тис.пар/рік	Середня ціна, грн	Вартість, тис.грн
Автомат ОЗДС	7	5437	45	244665
Автомат Моно-4	13	10097	45	454378
Відхилення	6	4660	-	209713

Джерело: складено автором на основі даних

Для визначення резерву зростання прибутку необхідно зростання об'єму реалізації продукції помножити на фактичний прибуток в розрахунку на одиницю продукції (таблиця 3.2).

Таблиця 3.2 – Розрахунок зростання прибутку за рахунок збільшення об'єму реалізації продукції

Вид продукції	Можливий об'єм реалізації, тис. пар	Фактична сума прибутку, в тому числі:		Можлива сума прибутку, тис. грн	Резерв збільшення, тис. грн
		одиниці продукції, грн	Всього, тис. грн		
Панчішно-шкарпеткова	10097	15,26	82978	154102	71124

Джерело: складено автором на основі даних

Отже, можлива сума прибутку за умови використання нового обладнання може скласти 154102 тис. грн, що на 71124 тис. грн більше за прибуток, що ПрАТ «Екотекстиль» отримав за звітний період.

Установка нового устаткування, а саме в'язального автомату Моно-4, формувальної машини SDRS –180 та установки для окрашення під тиском з допоміжним обладнанням дозволить не тільки збільшити об'єм товарної продукції, але й знизити витрати на одиницю продукції.

Згідно з технічними характеристиками обладнання, витрати на електроенергію за одну годину роботи складають:

- автомат ОЗДС – 5 Квт/год;
- автомат Моно-4 – 5 Квт/год;
- формувальна машина – 3,6 Квт/год;
- формувальна машини SDRS -180 – 3,6 Квт/год;
- вартість 1 Квт електроенергії – 4,32 грн.

Розрахуємо витрати електроенергії на одиницю продукції:

1) В'язальний автомат ОЗДС:

$$(5\text{Квт/год} \times 4,32 \text{ грн}) / 7\text{пар} = 1,2 \text{ (грн)}$$

2) Автомат Моно-4:

$$(5\text{Квт/год} \times 4,32 \text{ грн}) / 13\text{пар} = 0,65 \text{ (грн)}$$

Відповідно, резерв зниження собівартості складає:

$$0,65 - 1,2 = -0,55 \text{ (грн.)}$$

Так як формувальна машина SDRS –180 здатна замінити три формувальні машини, які вже існують на підприємстві, то економія електроенергії складає:

$$(3,6 \times 3) - 3,6 = 7,2 \text{ Квт/год або } 12,1 \text{ грн/год}$$

На одиницю готової продукції економія електроенергії від використання формувальної машини SDRS –180 складає приблизно 0,93 грн.

В цілому від використання нового обладнання економія на електроенергії складатиме 1,48 грн. (0,55 + 0,93).

Розрахунок збільшення прибутку за рахунок зниження собівартості товарної продукції підраховуємо наступним чином: виявлений резерв зниження собівартості продукції помножимо на можливий об'єм її продажів з урахуванням резервів зростання (таблиця 3.3) [39].

Таблиця 3.3 – Розрахунок збільшення суми прибутку за рахунок зниження витрат на одиницю продукції

Вид продукції	Зниження витрат на од. продукції, грн.	Можливий об'єм реалізації продукції, тис. пар	Резерв збільшення суми прибутку, тис. грн
Панчішно-шкарпеткові вироби	1,48	10097	14944

Джерело: складено автором на основі даних

Покращення якості товарної продукції є суттєвим резервом для зростання прибутку.

Розрахуємо резерв зростання прибутковості продукції за рахунок покращення якості товарної продукції наступним чином: зміна питомої ваги кожного сорту множиться на відпускну ціну відповідного сорту, результати підсумовуються, і отримана зміна середньої ціни множиться на можливий обсяг реалізації продукції (таблиця 3.4) [40].

Таблиця 3.4 – Розрахунок збільшення суми прибутку за рахунок поліпшення якості продукції панчішно-шкарпеткових виробів

Сорт	Відпускна ціна, грн	Питома вага, %			Зміна
		Фактична	Можлива	Відхилення	
I	57	92,7	100	+7,3	+4,14
II	33	7,3		-7,3	-2,43
Разом		100	100		+1,7

Джерело: складено автором на основі даних

У зв'язку зі збільшенням питомої ваги продукції першого сорту і скорочення питомої ваги другого сорту середня ціна реалізації зросте на 1,7 грн, а сума

прибутку за можливий обсяг реалізації на 17199 тис. грн ($1,7 \times 10097$). Для розрахунку були взяті середні ціни на існуючий асортимент панчішно-шкарпеткові продукції. Оновлення асортименту та поліпшення якості продукції дадуть можливість підприємству не тільки підвищити ціни на продукцію, а й освоїти нові ринки збуту.

Узагальнимо всі показники збільшення прибутковості продукції (таблиця 3.5).

Таблиця 3.5 – Узагальнюючі результати збільшення суми прибутку

Джерело збільшення	Сума, тис. грн
Збільшення об'єму продажів	71124
Зниження собівартості продукції	14944
Підвищення якості продукції	17199
Разом	103267

Джерело: складено автором на основі даних

Так як основним джерелом підвищення рентабельності виробничої діяльності є збільшення суми прибутку від реалізації продукції та зниження собівартості товарної продукції, то для розрахунку зростання рентабельності можна скористатися формулою:

$$R_{\text{зрост}} = R_{\text{в}} - R_{\text{ф}} = ((P_{\text{ф}} + P_{\text{зрост}}) / (VPP_{\text{в}} \times C_{\text{в}}) - P_{\text{ф}} / I_{\text{ф}}) \times 100\%, \quad (3.1)$$

де $R_{\text{зрост}}$ – зростання рентабельності;

$R_{\text{в}}$ – можлива рентабельність;

$R_{\text{ф}}$ – фактична рентабельність;

$P_{\text{ф}}$ – фактична сума прибутку;

$P_{\text{зрост}}$ – зростання прибутку від реалізації продукції;

$VPP_{\text{в}}$ – можливий об'єм реалізації продукції з врахуванням виявлених резервів;

$C_{\text{в}}$ – можливий рівень собівартості;

$I_{\text{ф}}$ – фактична сума витрат від реалізованої продукції [41].

$$R_{\text{зрост}} = ((82978 + 103267) / (10097 \times (30 - 1,48)) - 82978 / 157242) \times 100\% =$$

$$= 64,68 - 52,77 = 11,91\%$$

Аналогічно розрахуємо можливу рентабельність продажу панчішно-шкарпеткових виробів:

$$R_{\text{зрост}} = R_{\text{в}} - R_{\text{ф}} = ((\Pi_{\text{ф}} + \Pi_{\text{зрост}}) / (VPP_{\text{в}} \times \Pi_{\text{в}}) - \Pi_{\text{ф}} / BP_{\text{ф}}) \times 100\%, \quad (3.2)$$

$$R_{\text{зрост}} = ((82978 + 103267) / (10097 \times (45 + 1,7)) - 82978 / 240220) \times 100\% = \\ = 39,50 - 34,54 = 4,96\%$$

Отже, як показали розрахунки, заміна одного панчішного автомата ОЗДС на італійський автомат Моно-4, трьох формувальних машин на одну формувальну машину SDRS-180 і установка обладнання для фарбування пряжі дозволить підприємству:

1. Збільшити випуск товарної продукції з 9 пар/год до 15 пар/год, в рік з 5437 до 10097 тис. пар;
2. Знизити витрати на одиницю продукції на 1,48 грн.
3. Збільшити суму прибутку з 82978 тис. грн до 103267 тис. грн.
4. Збільшити рентабельність виробництва на 11,91%.
5. Збільшити рентабельність продажу панчішно-шкарпеткової продукції на 4,96%.

Відповідно, заміна застарілого обладнання на новітнє доволі доцільна та економічно обґрунтована.

3.3 Розрахунок витрат на реалізацію та вдосконалення продукції ПрАТ «Екотекстиль»

Враховуючи те, що підприємству необхідно витратити на купівлю обладнання близько 2,5 млн грн (вартість в'язального автомату 102 тис. грн, формувальної машини – 540 тис. грн, установки для фарбування пряжі – 1,85 млн грн), то було б доцільно придбати його у формі фінансового лізингу.

Фінансовий лізинг – це різновид торгово-комісійної операції, яка виконується орендодавцем (лізинговою компанією або банком). За угодою про фінансову оренду орендодавець зобов'язується придбати у власність вказане орендарем майно у визначеного ним продавця і надати це майно за плату в тимчасове володіння або користування для підприємницьких цілей. Вартість обладнання повністю компенсується через орендну плату протягом терміну оренди. По закінченню терміну оренди орендоване майно переходить у власність орендаря (клієнта) [42].

Для клієнта (орендаря) такі лізингові відносини вигідні тим що:

По-перше, фінансовий лізинг – більш вигідний спосіб придбання обладнання та техніки в порівнянні з його купівлею за рахунок отриманого кредиту або власних коштів. Так, за оцінкою фахівців, при терміні лізингу в п'ять років економічність лізингової системи в порівнянні з кредитною становить 10,6%, а в порівнянні з купівлею за рахунок власних коштів сягає 14%. Також, лізингова схема дозволяє знизити ціну за куповуваного устаткування або техніки на 15 % у порівнянні з формою постачань у вигляді товарного кредиту.

По-друге, унікальна здатність лізингу забезпечувати цільову фінансову підтримку вітчизняним виробникам шляхом кредитування через лізингову компанію замовлень на виготовлення ними обладнання і техніки, що здається в лізинг.

По-третє, при отриманні обладнання або техніки по лізингу не потрібне додаткове забезпечення, за бажанням лізингоодержувача може встановлюватися гнучкий графік орендних виплат.

По-четверте, що теж важливо, механізм лізингу для лізингоодержувача має сприятливий податковий режим – віднесення лізингових платежів в повному обсязі на собівартість продукції. Як наслідок – менший відтік грошових коштів, ніж при придбанні основних засобів у власність [43].

Для орендодавця лізингові відносини вигідні тим, що він при лізинговій угоди отримує прибуток у вигляді передбачених договором комісійних.

Розрахуємо економічну ефективність придбання необхідної кількості обладнання і техніки з використанням механізму фінансового лізингу.

Таблиця 3.6 – Вихідні данні для розрахунку

Вартість обладнання, млн. грн	2,5
Строк лізингового договору, років	5
Ставка за лізинговим договором, %	14
Ставка податку на прибуток, %	18
Ставка амортизаційних відрахувань, %	12

Джерело: складено автором на основі даних

Розглянемо два варіанти: в першому випадку підприємство є лізингоотримувачем техніки (балансоутримувачем є лізингова компанія), у другому випадку підприємство є покупцем.

Основним фактором, що впливає на потоки грошових коштів є економія на податку на прибуток.

Включення певних статей витрат у собівартість зменшує базу оподаткування, і як наслідок, зменшує величину податку на прибуток, що підлягає сплаті. Поняття «економія на податку на прибуток» дозволяє нам оцінити, наскільки менше величина податку до сплати при відніманні певних витрат з оподатковуваної бази. Математично економія на податок на прибуток розраховується шляхом множення величини податкових відрахувань на величину податку на прибуток. Розрахунок показує, наскільки вигідніше для підприємств включення лізингових платежів до собівартість в повному обсязі, в порівнянні з витратами в разі придбання техніки [44].

Таблиця 3.7 – Результати розрахунків

Показник	Лізингоотримувач	Покупець
Річний потік грошових коштів на купівлю обладнання, тис. грн	570 $(2500+2500 \times 14\%) / 5$	2500
Включення витрат на собівартість в рік, тис. грн	570	300 $(2500 \times 12\%)$

Продовження таблиці 3.7

Економія на податку на прибуток, тис. грн :		
- 1 рік	102,6 (570×18%)	54 (300×18%)
- 5 років	513 (102,6×5)	270 (54×5)

Джерело: складено автором на основі даних

Результати розрахунки свідчать про те, що вся сума лізингових платежів віднімається з оподатковуваного прибутку, і означає, що сума податку на прибуток, яку сплачує лізингоодержувач менше тієї, яку сплачує покупець техніки на 243 тис. грн (513 тис. грн – 270 тис. грн).

Дуже важливо, що лізинг має здатність перекладати основні капітальні витрати підприємств на наступні періоди, даючи їм можливість отримати техніку та обладнання в рахунок майбутніх доходів.

3.4 Оцінка ефективності впровадження вдосконалення продукції ПрАТ «Екотекстиль»

Економічний ефект представляє кінцевий економічний результат, отриманий в процесі реалізації будь-яких заходів і приводить до поліпшення будь-яких показників роботи організації.

Поняття економічного ефекту і економічного результату близькі, але не тотожні один одному. Під економічним результатом, як правило, розуміють загальний (брутто) результат, в той час як під економічним ефектом розуміється чистий (нетто) результат. Інакше кажучи, в якості економічного результату може розглядатися виручка або дохід, а економічним ефектом в даному випадку буде виступати прибуток. Таким чином, економічний ефект є певною формою економічного результату.

Саме по собі отримання економічного ефекту незмінно пов'язане з первісним здійсненням будь-яких витрат, спрямованих на забезпечення подальшого отримання додаткового доходу від проведення певних заходів. Економічний ефект в даному випадку є додатковим доходом, отриманим завдяки вилученню додаткового прибутку, зниженню витрат (матеріальних, фінансових, трудових), зростанню обсягів виробництва або підвищенню якості продукції (робіт, послуг), які виражаються в рівні відпускних цін.

Залежно від співвідношення отриманого результату і понесених витрат економічний ефект може бути двох видів:

- позитивний економічний ефект;
- негативний економічний ефект.

У першому випадку отримані результати перевищують понесені на їх досягнення витрати, а в другому, навпаки, одержувані результати не відповідають понесених витрат.

Щодо впровадження нової техніки та технологій задля підвищення економічної ефективності підприємства, то впровадження інноваційних технологій все більше розглядається як єдиний спосіб підвищення конкурентоспроможності вироблених товарів, підтримки високих темпів розвитку і рівня прибутковості.

В умовах жорстокої конкуренції жодне підприємство не зможе довго існувати, не вносячи помітних удосконалень в свою роботу. В результаті впровадження нової техніки і технологій в діяльність підприємства підвищується якість і прогресують характеристики виробів, а також удосконалюються засоби, методи і організація виробництва. Впровадження нововведень здійснюється, як правило, за такими напрямками:

- освоєння нової продукції і модернізація продукції, що випускається;

- впровадження у виробництво нових технологій, машин, обладнання, інструментів та матеріалів;
- використання нових інформаційних технологій та нових способів виробництва продукції;
- вдосконалення і застосування нових прогресивних методів, засобів і правил організації та управління виробництвом [45].

Для того, щоб впровадження нової техніки і технології було ефективним, необхідні такі їх якості як адаптивність, гнучкість, здатність до "пристосування" в старе виробництво, можливості синергізму, чітка стратегія, наявність патентів і ліцензій на технологію, висококваліфікований персонал, адекватні організаційно-управлінські структури. Всі ці поняття неможливо звести до якогось єдиного показника, тому якість технологій визначає безпосередньо ринок, а критерієм усього різноманіття властивостей виступає економічна ефективність.

Таблиця 3.8 – Прогнозований звіт про фінансові результати ПрАТ «Екотекстиль»

Показник	Досліджуваний період	Прогнозований період	Ефект
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	149311	154656	1,04
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	66333	51389	0,77
Валовий: прибуток	82978	103267	1,25
Інші операційні доходи	3184	3184	0
Адміністративні витрати	7099	7099	0
Витрати на збут	6834	6834	0
Інші операційні витрати	5384	5384	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2670	2670	0
Фінансові витрати	950	570	0,6
Коефіцієнт рентабельності діяльності	0,256	0,287	1,12

Джерело: складено автором на основі даних

Отже, проаналізувавши зміну основних фінансових показників, можемо дійти висновку, що економічний результат від впровадження заходу з заміни

старого обладнання на нове матиме такий ефект: чистий дохід зросте на 4%, собівартість реалізованої продукції зменшиться на 23%, валовий прибуток зросте на 25%, фінансові витрати зменшаться на 40%, коефіцієнт рентабельності збільшиться на 12%.

Опираючись на тему дослідження, можемо вважати, що основним показником ефективності є розмір прибутку від реалізації продукції, отже можемо вважати, що економічний ефект від впровадженого заходу складає 25%.

Проаналізувши всі вищенаведені розрахунки, можемо дійти висновку, що впровадження пропозиції щодо заміни застарілого обладнання на нове матиме позитивний ефект на рівень прибутковості продукції підприємства ПрАТ «Екотекстиль».

Висновки до розділу 3

Даний розділ спрямований на дослідження наукових підходів до зростання прибутковості ПрАТ «Екотекстиль». Тому ми дослідили шляхи зростання прибутковості продукції, обґрунтували доцільність пропозицій щодо оптимізації структури продукції, здійснили розрахунки висунутих пропозицій та їх економічну ефективність.

Отже було виявлено, що для підвищення рентабельності, тобто прибутковості продукції, на аналізованому підприємстві ПрАТ «Екотекстиль» можна запропонувати більш широко використовувати рекламу, замінити морально і фізично застаріле обладнання на нове, використовувати фінансовий лізинг, замість просто купівлі обладнання, зменшити витрати виробництва за рахунок запровадження вищенаведених заходів, доопрацювати цінову політику підприємства та посилити контроль за якістю продукції, що випускається.

Доцільність всіх вищенаведених пропозицій підвищення прибутковості продукції була в повній мірі обгрунтована та детально описана.

Було прийнято рішення, що найефективнішою пропозицією є заміна застарілого обладнання на нове. Тому в наступному пункті було проведено детальний економічний аналіз даної запропонованої зміни, який доказав, що введення в експлуатацію нових машин матиме позитивний вплив на стан підприємства, а точніше на рівень прибутковості, прибуток може зрости з 82978 тис. грн до 103267 тис. грн.

Щодо економічного ефекту заміни старого обладнання на нове, то він складатиме 25%, що є доволі корисним результатом економічної діяльності.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У даній роботі досягнута поставлена мета і вирішені всі необхідні завдання. За підсумками вивчення методики аналізу прибутку і рентабельності на прикладі підприємства ПрАТ «Екотекстиль» необхідно зробити ряд висновків і узагальнень.

У теоретичній частині роботи було виявлено, що прибуток являє собою кінцевий фінансовий результат діяльності підприємства і є його основною метою. Разом з тим прибуток являє собою досить складну економічну категорію.

Фінансовий результат є оціночним показником і висловлює економічну ефективність діяльності організації. Цей показник визначається показником прибутку або збитку, який формується протягом календарного року і являє собою різницю від порівняння сум доходів і витрат організації.

Рентабельність підприємства характеризує ступінь ефективності використання виробничих та фінансових ресурсів. Показник рентабельності виробництва є основним показником результативності діяльності підприємства.

Багатогранний характер прибутку означає, що його дослідження має бути системним, що передбачає аналіз сукупності факторів утворення, взаємовпливу, розподілу і використання. Всі зазначені фактори діють не ізольовано, а проявляються в комплексі, маючи опосередкований вплив на прибуток і рентабельність.

На основі цих даних було визначено послідовність виконання аналізу прибутковості продукції та розглянуто методи кількісної оцінки.

Практична частина даної роботи була присвячена розгляду методики аналізу прибутку і рентабельності підприємства ПрАТ «Екотекстиль», де були застосовані коефіцієнти рентабельності продукції, чистого прибутку, рентабельності активів, рентабельності власного капіталу та рентабельності діяльності підприємства.

Основним видом діяльності підприємства є виробництво панчішно-трикотажних виробів: панчішно-шкарпеткові продукції, білизняного і верхнього трикотажу. Метою виробничої діяльності є забезпечення потреб населення в якісній, різноманітній за асортиментом, доступною за ціною продукцією, що випускається для отримання максимального прибутку. Для розрахунку показників рентабельності використовувалися дані бухгалтерських балансів і звітів про прибутки і збитки.

Також було проведено аналіз прибутковості окремих видів продукції та прибутку від реалізації. Була здійснена оцінка виконання виробничого плану підприємства та плану за асортиментом. План було не просто виконано, але й перевиконано.

Дослідження кореляційно-регресійного аналізу залежності прибутковості ПрАТ «Екотекстиль» від факторів її формування показало, що між іншими операційними витратами та чистим доходом існує тісний зв'язок, а між адміністративними витратами, іншими операційними витратами та чистим доходом зв'язок помірний. Тому доцільно застосувати способи зменшення інших операційних витрат.

Було виявлено, що для підвищення прибутковості продукції на підприємстві ПрАТ «Екотекстиль» можна запропонувати такі пропозиції: більш широко використовувати рекламу, замінити морально і фізично застаріле обладнання на нове, використовувати фінансовий лізинг, замість просто купівлі обладнання, зменшити витрати виробництва за рахунок застосування вищевказаних заходів.

Найефективнішою пропозицією є заміна застарілого обладнання на нове. Ми визначили резерви зростання об'єму продукції та резерви зростання прибутку. Випуск товарної продукції може зрости з 5437 тис. пар до 10097 тис. пар на рік, а прибуток може скласти 103267 тис. грн. замість 82978 тис. грн, які біли отримані

за звітний період, тобто останній аналізований рік. Заміна застарілого обладнання на нове доцільна та економічно обґрунтована.

Економічний ефект представляє кінцевий економічний результат, отриманий в процесі реалізації будь-яких заходів і приводить до поліпшення будь-яких показників роботи організації. Впровадження інноваційних технологій розглядається як один з способів підвищення конкурентоспроможності вироблених товарів, підтримки високих темпів розвитку і рівня прибутковості. Економічний ефект від заміни старого обладнання новим склав 1,25, отже економічна ефективність від впровадження пропозиції складатиме 25%, що є доволі корисним результатом економічної діяльності.

Після впровадження пропозицій щодо підвищення ефективності діяльності підприємства ПрАТ «Екотекстиль» рентабельність продажів і рентабельність виробничої діяльності зросте, підприємство з категорії низькорентабельних перейде в розряд високорентабельних.

В цілому всі запропоновані в роботі заходи позитивно впливатимуть на підвищення ефективності виробничої діяльності підприємства і дозволять надалі розвивати виробничу діяльність і покращувати соціальне становище працюючих.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: Навч. посіб. 3-тє вид., випр. і доп. Г.В. Савицька. К.: Знання, 2010. 668 с. (Вища освіта ХХІ століття).
2. Бабо А. Прибуток : пер. с фр. А. Бабо заг. ред. и комент. В.І. Кузнецова. К : Процес, 2010. 175с.
3. Суслова Ю.Ю. Прибуток підприємства : навч. посіб. Ю.Ю. Суслова, Н.Н.Терещенко. К, 2014. 120с.
4. Грибов В.Д. Прибуток підприємства : навч. посіб. Ж : ХУРС. 2015 448 с.
5. Абрютина, М.С. Економічний аналіз торгової діяльності : навч. посіб / М. С. Абрютина. К, 2009. 512 с.
6. Экономика і організація діяльності торгового підприємства: навч. посіб під. заг. ред. А.Н. Соломатина. К, 2015. 304 с.
7. Скляренко В.К. Економіка підприємства : посіб. . Х : ІНФРА-К, 2010. 528 с.
8. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: Навч. посіб. 3-тє вид., випр. і доп. Г.В. Савицька. К.: Знання, 2010. 668 с. (Вища освіта ХХІ століття).
9. Атамас П.Й. Управлінський облік: 2-ге вид. Навчальний посібник – К.: Центр учбової літератури, 2012. 440 с.
10. Єлісеєнко К.А. Теоретико-методичні аспекти пошуку резервів росту рентабельності. Економіка та управління: нові виклики і перспективи, 2015. № 4. с. 153-156.

- 11.Черниш С.С. Організаційно-методичні аспекти аналізу рентабельності
Черниш С.С. Інноваційна економіка 2015 р. 6[44]. с.305 – 309
- 12.Ступницька Т.М. Аналіз факторів, що впливають на зміну рентабельності основного капіталу, за методом "Дюпон" Ступницька Т.М., Гула О.С. Економіка харчової промисловості №3(19). 2015. с.21 – 23
- 13.Лебедева А. М. Методичні аспекти аналізу рентабельності діяльності підприємства Лебедева А. М. Вісник ОНУ ім.І.І.Мечникова, 2014 – Т.17 Вип.3-4. с.29-36.
14. Г. В. Савицька. Аналіз господарської діяльності підприємства Савицька В. Г. 4-е видання, перероблене і доповнене, 2001. с. 110 – 112.
- 15.Руда Р.В. Аналіз ефективної діяльності підприємства: необхідність та методика Руда Р.В. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу № 4 (20), 2014. с.109-111.
- 16.Саленко О.В. Шляхи визначення ступеню ефективності діяльності підприємства Саленко О.В. Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. 2013. № 4 (24). с.62 – 71
- 17.Нуд О.П. Аналіз методологічних підходів до оцінки ефективності Нуд О.П. Вісник Донецького університету економіки та права. 2014. № 2. с.77 – 80
18. Сайт підприємства URL: ztsocks.com.
- 19.Інформація про підприємство URL: <https://opendatabot.ua/c/00307230>.
- 20.Сервіс перевірки контрагентів URL:
https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/00307230/.

21. Нідлз Б. Принципи бухгалтерського обліку Б. Нідлз., Х. Андерсон, Д. Колдуэлл. К.: Финанси і статистика, 2015. – 496 с.
22. Свідерській Є. Удосконалення методики бухгалтерського обліку податку на прибуток згідно з Податковим кодексом України. Свідерський, Д. Свідерський Бухгалтерський облік і аудит, 2016. №3. с. 3-7.
23. Писаренко Б.А. Аналіз впливу фондівддачі на показники прибутку і рентабельності Б.А. Писаренко, Н.Б. Проценко, А.Б. Писаренко Вісник економічної науки України, 2014. № 1 (21). с. 127-130.
24. Фецович Т.Р. Аналіз прибутковості діяльності сучасного підприємства Т.Р. Фецович Культура народів Причорномор'я, 2014. № 225. С. 79-83
25. Баскакова О.В. Економіка підприємства (організацій). К.: Видавництво торгова корпорація «Дашков и К°», 2015. 372 с.
26. Жиделева В.В Экономика предприятия Жиделева В.В, Каптейн Ю.Н., Левина И.В. Учебное пособие. Сыктывкар: СЛИ, 2014. 188 с.
27. Козерод Л.А. Економіка торгового підприємства: Навчальний посібник. Харків: Вид-во ДВГУПС, 2015. 175 с.
28. Новашина Т.С. Економіка та фінанси підприємства. Учебник. К.: «Синергія», 2016. 352 с.
29. Ступницька Т.М. Аналіз факторів, що впливають на зміну рентабельності основного капіталу, за методом "Дюпон" Ступницька Т.М., Гула О.С. Економіка харчової промисловості №3(19), 2015. с.21-23.
30. Козловский В.В. Економічна теорія: Х: ХНТУ, 2013. 257 с.

31. Елохова І.В. Економіка підприємства: Навчальний посібник. Х, 2015. 58 с.
32. Черниш С.С. Економічний аналіз: Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2014. 312 с.
33. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: Навч. посіб. 3-тє вид., випр. і доп. Г.В. Савицька. К.: Знання, 2014. 668 с. (Вища освіта ХХІ століття).
34. Баліцька В.В. Рентабельність діяльності суб'єктів господарювання України: оцінювання істинних результатів Баліцька В.В. Актуальні проблеми економіки, 2014. №11(137). с. 120-130.
35. Танцюра М.Ю. Стратегія забезпечення рентабельності підприємства Танцюра М.Ю., Шихмамбетова Д.Л. Економіка Крима, 2014. №2(39). с. 113 – 116.
36. Фролова Л.В. Планування і контроль на підприємстві. Курс лекцій. Донецьк: ДоНУЕТ, 2015. 115 с.
37. Филиппова Т.А., Серебрякова Д.И., Пути повышения прибыли на предприятии. Наука и экономика, 2015. (№ 2). с. 57-59.
38. Звірько Г.П. Методичні підходи щодо аналізу прибутковості господарської діяльності суб'єкта господарювання Звірько Г.П. Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», Розділ «Технічний прогрес та ефективність виробництва», 2014. №7. с. 28 – 36.
39. Олександренко І. В. Методичні підходи до діагностики ефективності діяльності підприємства І. В. Олександренко Економічний форум, 2015. Вип. 4. с. 126-136.

40. Янковий Р. В. Шляхи підвищення продуктивності та результативності праці на підприємстві Р. В. Янковий, Т. С. Харченко Економіка: реалії часу, 2015. № 1. с. 23-26.
41. Цапук О.Ю., Система критеріїв та показників оцінювання ефективності впровадження інноваційних розробок Цапук О.Ю. Маркетинг і менеджмент інновацій, 2015. №3. с. 137-145.
42. Панова К.І. Дослідження теоретичних основ планування в системі управління промисловими підприємствами, 2015. № 2 (22). с. 84-95.
43. Слабинская И. А. Методология и организация учета налогов в системе бухгалтерского учета И. А. Слабинская Экономист, 2016. №7. с. 124-132.
44. Осипова Т.В. Теоретичні аспекти трактування прибутковості в сучасних умовах господарювання Т.В. Осипова Управління розвитком, 2014. № 1. с. 82-84.
45. Навчальний матеріал онлайн [URL: https://studopedia.info/ukr/1-578.html](https://studopedia.info/ukr/1-578.html)

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця А1 – Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31.12.2021

Актив	р.	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1		2	3	4
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:		1000	17	14
первісна вартість		1001	177	177
накопичена амортизація		1002	160	163
Незавершені капітальні інвестиції		1005	0	0
Основні засоби:		1010	31000	26390
первісна вартість		1011	67257	66954
знос		1012	36257	40564
Інвестиційна нерухомість:		1015	24	52
первісна вартість		1016	92	159
знос		1017	68	107
Довгострокові біологічні активи:		1020	0	0
первісна вартість		1021	0	0
накопичена амортизація		1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств		1030	0	0
інші фінансові інвестиції		1035	150	150
Довгострокова дебіторська заборгованість		1040	0	0
Відстрочені податкові активи		1045	864	847
Гудвіл		1050	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати		1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах		1065	0	0
Інші необоротні активи		1090	0	0
Усього за розділом I		1095	32055	27453
II. Оборотні активи				
Запаси		1100	39309	47558
Виробничі запаси		1101	6220	7362
Незавершене виробництво		1102	1778	2199
Готова продукція		1103	18554	24783
Товари		1104	12757	13214
Поточні біологічні активи		1110	0	0
Депозити перестрахування		1115	0	0
Векселі одержані		1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги		1125	28886	21947

Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	1177	1113
з бюджетом	1135	1077	680
у тому числі з податку на прибуток	1136	184	679
з нарахованих доходів	1140	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	761	246
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	9732	159
Готівка	1166	9	0
Рахунки в банках	1167	9723	137
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	572	210
Усього за розділом II	1195	81514	71913
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	113569	99366

Таблиця А2 – Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31.12.2021 р.

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	2171	2171
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	11812	11781
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	566	566
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	25534	17406
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0
Усього за розділом I	1495	40083	31924
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0

Довгострокові кредити банків	1510	20700	26059
Інші довгострокові зобов'язання	1515	967	303
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	21667	26362
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	12577	13250
Векселі видані	1605	111	111
Поточна кредиторська заборгованість:	1610	0	0
за довгостроковими зобов'язаннями			
за товари, роботи, послуги	1615	28891	20615
за розрахунками з бюджетом	1620	259	686
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	717	357
за розрахунками з оплати праці	1630	2048	1001
за одержаними авансами	1635	67	54
за розрахунками з учасниками	1640	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	347	252
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	6802	4754
Усього за розділом III	1695	51819	41080
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	113569	99366

Додаток Б

Таблиця Б1 – Баланс (Звіт про фінансовий стан) на на 31.12.2022

Актив	р.	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1		2	3	4
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:		1000	14	19
первісна вартість		1001	177	186
накопичена амортизація		1002	163	167
Незавершені капітальні інвестиції		1005	0	0
Основні засоби:		1010	26390	23252
первісна вартість		1011	66954	67004
знос		1012	40564	43752
Інвестиційна нерухомість:		1015	52	126
первісна вартість		1016	159	469
знос		1017	107	343
Довгострокові біологічні активи:		1020	0	0
первісна вартість		1021	0	0
накопичена амортизація		1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств		1030	0	0
інші фінансові інвестиції		1035	150	150
Довгострокова дебіторська заборгованість		1040	0	0
Відстрочені податкові активи		1045	847	847
Гудвіл		1050	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати		1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах		1065	0	0
Інші необоротні активи		1090	0	0
Усього за розділом I		1095	27453	24394
II. Оборотні активи				
Запаси		1100	47558	29256
Виробничі запаси		1101	7362	8596
Незавершене виробництво		1102	2199	3408
Готова продукція		1103	24783	16067
Товари		1104	13214	1185
Поточні біологічні активи		1110	0	0
Депозити перестрахування		1115	0	0
Векселі одержані		1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги		1125	21947	14266
Дебіторська заборгованість за розрахунками:				

за виданими авансами	1130	1113	458
з бюджетом	1135	680	381
у тому числі з податку на прибуток	1136	679	379
з нарахованих доходів	1140	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	246	290
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	159	2355
Готівка	1166	0	0
Рахунки в банках	1167	137	2309
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	210	324
Усього за розділом II	1195	71913	47330
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	99366	71724

Таблиця Б2 – Баланс (Звіт про фінансовий стан) на на 31.12.2022 р.

Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	2171	2171
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	11781	11781
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	566	566
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	17406	7121
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0
Усього за розділом I	1495	31924	21639
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	26059	0

Інші довгострокові зобов'язання	1515	303	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	26362	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	13250	570
Векселі видані	1605	111	111
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	39936
за товари, роботи, послуги	1615	20615	2505
за розрахунками з бюджетом	1620	686	2823
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	357	125
за розрахунками з оплати праці	1630	1001	1041
за одержаними авансами	1635	54	2640
за розрахунками з учасниками	1640	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	252	330
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	4754	4
Усього за розділом III	1695	41080	50085
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	99366	71724

Додаток В

Таблиця В1 – Баланс (Звіт про фінансовий стан) на на на 31.12.2023

Актив	р.	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1		2	3	4
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:		1000	19	550
первісна вартість		1001	186	729
накопичена амортизація		1002	167	179
Незавершені капітальні інвестиції		1005		2
Основні засоби:		1010	23252	20571
первісна вартість		1011	67004	67815
знос		1012	43752	47244
Інвестиційна нерухомість:		1015	126	123
первісна вартість		1016	469	487
знос		1017	343	364
Довгострокові біологічні активи:		1020		
первісна вартість		1021		
накопичена амортизація		1022		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств		1030		
інші фінансові інвестиції		1035	150	
Довгострокова дебіторська заборгованість		1040		
Відстрочені податкові активи		1045	847	847
Гудвіл		1050		
Відстрочені аквізиційні витрати		1060		
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах		1065		
Інші необоротні активи		1090		
Усього за розділом I		1095	24394	22093
II. Оборотні активи				
Запаси		1100	29256	39660
Виробничі запаси		1101	8596	8839
Незавершене виробництво		1102	3408	4485
Готова продукція		1103	16067	15325
Товари		1104	1185	11011
Поточні біологічні активи		1110		
Депозити перестрахування		1115		
Векселі одержані		1120		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги		1125	14266	16322

Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	458	1064
з бюджетом	1135	381	691
у тому числі з податку на прибуток	1136	379	379
з нарахованих доходів	1140		
із внутрішніх розрахунків	1145		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	290	409
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	2355	188
Готівка	1166		
Рахунки в банках	1167	2309	152
Витрати майбутніх періодів	1170		
Частка перестраховика у страхових резервах	1180		
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181		
резервах збитків або резервах належних виплат	1182		
резервах незароблених премій	1183		
інших страхових резервах	1184		
Інші оборотні активи	1190	324	125
Усього за розділом II	1195	47330	58459
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	71724	80552

Таблиця В2 – Баланс (Звіт про фінансовий стан) на на на 31.12.2023 р.

Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	2171	2171
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401		
Капітал у дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410	11781	11781
Емісійний дохід	1411		
Накопичені курсові різниці	1412		
Резервний капітал	1415	566	566
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	7121	-1877
Неоплачений капітал	1425	()	()
Вилучений капітал	1430	()	()
Інші резерви	1435		
Усього за розділом I	1495	21639	12641
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Пенсійні зобов'язання	1505		

Довгострокові кредити банків	1510		
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520		
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521		
Цільове фінансування	1525		
Благодійна допомога	1526		
Страхові резерви, у тому числі:	1530		
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітнього періоду)	1531		
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітнього періоду)	1532		
резерв незароблених премій; (на початок звітнього періоду)	1533		
інші страхові резерви; (на початок звітнього періоду)	1534		
Інвестиційні контракти;	1535		
Призовий фонд	1540		
Резерв на виплату джек-поту	1545		
Усього за розділом II	1595		
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	570	2199
Векселі видані	1605	111	
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	39936	38773
за товари, роботи, послуги	1615	2505	22153
за розрахунками з бюджетом	1620	2823	216
за у тому числі з податку на прибуток	1621		
за розрахунками зі страхування	1625	125	163
за розрахунками з оплати праці	1630	1041	1663
за одержаними авансами	1635	2640	1361
за розрахунками з учасниками	1640		
із внутрішніх розрахунків	1645		
за страховою діяльністю	1650		
Поточні забезпечення	1660	330	601
Доходи майбутніх періодів	1665		
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670		
Інші поточні зобов'язання	1690	4	782
Усього за розділом III	1695	50085	67911
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800		
Баланс	1900	71724	80552