

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «ПРИВАТНИЙ ВИЩИЙ
НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД «ЗАПОРІЗЬКИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ТА
ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ»

Кафедра підприємництва, менеджменту та туризму

ДО ЗАХИСТУ ДОПУЩЕНА

Зав.кафедрою
к.е.н., доцент Панкова М.О.

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ
ПІДПРИЄМСТВА

Виконав

ст. гр. ПТБ-219

Веселова Ю.О.

Науковий керівник

к.е.н., доцент

Волошина К.А.

Запоріжжя

2024

ПрАТ «ПВНЗ «ЗАПОРІЗЬКИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ
ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ»

Кафедра підприємництва, менеджменту та туризму

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедрою

к.е.н., доцент Панкова М.О.

«___» _____ 2024 р.

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ БАКАЛАВРСЬКУ РОБОТУ

Студентці гр. ПТБ-219 спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Веселовій Юлії Олександрівні

1. Тема: Напрямки удосконалення управління рентабельністю підприємства

затверджена наказом по інституту № 02-36 від 29.12.2023 р.

2. Термін здачі студентом закінченої роботи: 15.06.2024 р.

3. Перелік питань, що підлягають розробці:

1. Провести теоретичні дослідження в області визначення економічної сутності рентабельності підприємства.

2. Надати характеристику видів та показників рентабельності підприємства.

3. Вивчити методи управління рентабельністю підприємства.

4. Надати характеристику підприємства ПрАТ «Криворізька швейна фабрика».

5. Провести аналіз фінансової діяльності та фінансового стану ПрАТ «Криворізька швейна фабрика».

6. Провести аналіз рентабельності ПрАТ «Криворізька швейна фабрика».

7. Визначити напрями підвищення рентабельності підприємства.

8. Визначити шляхи зростання рентабельності продажів.

9. Обґрунтувати напрями поліпшення управління рентабельністю ПрАТ «Криворізька швейна фабрика».

10. Оформити звіт за результатами роботи.

КАЛЕНДАРНИЙ ГРАФІК
 підготовки кваліфікаційної бакалаврської роботи
 здобувачами освіти інституту ЗІЕІТ *заочної* форми навчання
 гр. ПТБ-210 П.І.Б. Веселовій Юлії Олександрівні
 2023-2024 навчальний рік

№ етапу	Зміст	Терміни виконання	Готовність по графіку %, підпис керівника	Підпис керівника про повну готовність етапу, дата
1.	Збір практичного матеріалу за темою кваліфікаційної бакалаврської роботи	29.01.24-24.02.24		
2.	Корегування теми кваліфікаційної бакалаврської роботи	26.02.24-01.03.24		
3.	I атестація I розділ кваліфікаційної бакалаврської роботи	25.03.24-30.03.24		
4.	II атестація II розділ кваліфікаційної бакалаврської роботи	22.04.24-27.04.24		
5.	III атестація III розділ кваліфікаційної бакалаврської роботи, висновки та рекомендації, додатки, реферат	20.05.24-25.05.24		
6.	Перевірка кваліфікаційної бакалаврської роботи на оригінальність	06.05.24-08.06.24		
7.	Доопрацювання кваліфікаційної бакалаврської роботи, підготовка презентації, отримання відгуку керівника і рецензії	27.05.24-08.06.24		
8.	Попередній захист кваліфікаційної бакалаврської роботи	10.06.24-15.06.24		
9.	Подача кваліфікаційної бакалаврської роботи на кафедру	за 3 дні до захисту		
10.	Захист кваліфікаційної бакалаврської роботи	17.06.24-24.06.24		

Дата видачі завдання: ____ . ____ . ____ р.

Керівник кваліфікаційної бакалаврської роботи

_____ (підпис)

_____ (прізвище та ініціали)

Завдання отримав до виконання

_____ (підпис студента)

_____ (прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна бакалаврська робота містить 96 сторінок, 18 таблиць, 111 найменування використаних джерел.

Об'єктом дослідження є рентабельність підприємства та ефективність управління рентабельністю.

Предметом дослідження є управління рентабельністю діяльності підприємства з метою підвищення ефективності його розвитку.

Метою кваліфікаційної бакалаврської роботи є обґрунтування напрямів вдосконалення управління рентабельністю діяльності підприємства.

У вступі визначено актуальність теми, визначено основну мету роботи, підходи щодо її вирішення, специфіка проведених досліджень.

У першому розділі проведено теоретичні дослідження в області визначення сутності рентабельності підприємства, надано характеристику видів та показників рентабельності підприємства та методи управління.

У другому розділі роботи наведена загальна характеристика функціонування ПрАТ «Криворізька швейна фабрика», проведено аналіз виробничої діяльності та фінансового стану, організаційної структури та стану управління рентабельністю.

Третій розділ присвячений розробці напрямів удосконалення управління рентабельністю, визначенню шляхів її зростання та шляхів зростання продажів, напрямів зростання прибутку та зниження собівартості.

За результатами досліджень проведено аналіз проблем управління рентабельністю в сучасних умовах та визначені шляхи їх вирішення.

АНАЛІЗ, ОЦІНКА, РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ, ЕКОНОМІЧНА РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ, ФІНАНСОВА РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ, ЕФЕКТИВНІСТЬ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ

I ТЕРМІНІВ

Скорочення	Повна назва	Вживання
ЕР	Економічна рентабельність	За текстом
ДСТУ	Державні стандарти України;	За текстом
Л/год.	Людино-години	За текстом
Млн.	Мільйони	За текстом
ПДВ	Податок на додану вартість	За текстом
Р.р.	Роки	За текстом
Тис. грн.	Тисячі гривень	За текстом
ФР	Фінансова рентабельність	За текстом
ЧФР	Чистий фінансовий результат	За текстом

ЗМІСТ

	Стор.
ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	10
1.1 Економічна сутність рентабельності підприємства	10
1.2 Прибуток та рентабельність як основні характеристики прибутковості підприємницької діяльності	16
1.3. Методи управління рентабельністю підприємства	24
РОЗДІЛ 2. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПрАТ «КРИВОРІЗЬКА ШВЕЙНА ФАБРИКА» ТА АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОЇ І ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	31
2.1 Загальна характеристика підприємства ПрАТ «Криворізька швейна фабрика»	31
2.2 Аналіз фінансової діяльності та фінансового стану ПрАТ «Криворізька швейна фабрика»	38
2.3 Аналіз управління рентабельністю ПрАТ «Криворізька швейна фабрика	42
РОЗДІЛ 3. ОБГРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ПОЛІПШЕННЯ УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ ПрАТ «КРИВОРІЗЬКА ШВЕЙНА ФАБРИКА»	51
3.1 Напрями підвищення рентабельності підприємства	51
3.2 Шляхи зростання рентабельності продажів	58
3.3 Обґрунтування напрямів поліпшення управління рентабельністю ПрАТ «Криворізька швейна фабрика»	61
ВИСНОВКИ	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	79
ДОДАТКИ	89

ВСТУП

Актуальність дослідження. У успішному функціонуванні будь-якого підприємства однією з основних цілей господарювання є забезпечення високого рівня рентабельності. Саме тому організація управління рентабельністю є актуальним питанням.

Показники рентабельності відображають результативність виробничо-господарської діяльності, його доцільність та стан продуктивності праці.

Стан та механізми управління рентабельністю діяльності кожного підприємства є напрямком уваги управлінців для забезпечення ефективної організаційно-планової роботи, результатом якої має бути забезпечення інтересів власників, інвесторів, персоналу та споживачів.

Управління рентабельності на підприємстві є досить складним процесом, який включає ефективне використання ресурсів підприємства (трудових, матеріальних, фінансових, енергетичних) та урахування впливу зовнішніх факторів (ціноутворення, конкурентного середовища тощо). Процес управління рентабельністю може бути успішним лише при урахуванні та узгодженості всіх факторів впливу на процес господарювання.

Управлінці мають володіти сучасними теоретичними і методичними підходами до оцінки й результативності управління рентабельністю, визначення своїх дій в умовах ринкового середовища, за науковими підходами аналізувати ефективність розподілу власних фінансових ресурсів.

За сучасних умов розвитку української економіки, для успішної господарської діяльності підприємства рентабельність слугує важливим показником ефективності дій управлінців. Питання управління рентабельністю підприємства завжди залишається актуальним, потребує постійного аналізу та пошуку методів її покращення, тобто удосконалення методичних підходів до оцінки результативності дій.

Дослідженнями щодо сутності процесу управління рентабельністю діяльності господарюючих суб'єктів викладені у працях багатьох науковців,

серед яких М. О. Багорка, І. А. Білоткач, О. Г. Біла, І. А. Бланк, О. Г. Богданович, Т. Ю. Власенко, Т. А. Говорушко, О. М. Дзюбенко, І. Ю. Спіфанова, Г. П. Звір'яко, Н. В. Кудренко, О. А. Підлісна, О. О. Яцух та інші.

Вивчення наукових напрацювань надає можливості можливість узагальнити теоретико-методологічні підходи, проте залишає широке поле щодо вивчення системи управління рентабельністю, пошуку шляхів та підходів до оцінювання результативності управління рентабельністю.

Метою кваліфікаційної бакалаврської роботи є обґрунтування напрямів вдосконалення управління рентабельністю діяльності підприємства.

В процесі досліджень вивчені та розглянуті наступні питання:

- досліджена економічна сутність процесу управління рентабельністю підприємства;
- досліджена система управління рентабельністю досліджуваного підприємства та її результативність щодо ефективного господарювання;
- вивчені методичні підходи щодо оцінювання рентабельності діяльності підприємства;
- надана загальна характеристика виробничо-господарської діяльності досліджуваного підприємства;
- виконано аналіз фінансово-економічного стану підприємства;
- здійснена оцінка ефективності управління рентабельністю діяльності;
- проаналізовано результати впливу факторів на управління рентабельністю діяльності підприємства;
- вивчені та проаналізовані проблеми управління рентабельністю запропоновані шляхи їх вирішення.

Предметом дослідження є стан управління рентабельністю діяльності підприємства та шляхи його покращення.

Об'єктом дослідження є рентабельність підприємства та ефективність управління рентабельністю.

Методи дослідження. Методологічною основою дослідження слугували загальнонаукові та спеціальні економічні методи, серед яких: метод систематизації, метод аналізу та синтезу, метод узагальнення для оцінки

показників фінансово-економічного стану підприємства; статистичний метод, системно-структурний,

Наукове значення отриманих результатів полягає у визначенні сутності управління рентабельністю як комплексу управлінських рішень та дій, направлених на отримання вищого фінансового результату, зростання ефективності управління витратами, підвищення продуктивності праці. Запропонований підхід, який базується на використанні системи показників діагностування ефективності управління рентабельністю

Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості суб'єктів господарювання підвищити ефективність управління рентабельністю підприємства з застосуванням запропонованих підходів.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Економічна сутність рентабельності підприємства

Головною метою функціонування підприємства є отримання прибутку. Результати діяльності підприємства оцінюються абсолютними та відносними показниками. Важливим показником оцінки є рентабельність. Рентабельність означає прибутковість підприємства. Прибутковість розглядається як кінцевий результат виробничої діяльності. Прибуток підприємства це позитивна різниця між сумарними доходами та витратами на виробництво та збут продукції. Іншими словами, це свідчення про повернення вкладень у будь-якому обсязі [5].

У процесі розрахунку та аналізу рентабельності слід чітко визначити показники, котрі є ключовими у розрахунковому процесі:

- виручка або оборот, це максимальна кількість усіх грошових коштів, котрі підприємство отримало від своїх клієнтів;
- собівартість продукції це сума усіх витрат на виробництво й реалізацію продукції;
- валовий прибуток є різницею між виручкою та собівартістю проданої продукції без урахування податку на прибуток та відсотків за кредитами підприємства;
- чистий прибуток це різниця між виручкою та усіма витратами, включаючи податки й комісії, знаходиться у власності підприємства;
- активи це вартість усього майна та грошових ресурсів підприємства.

У науковій літературі виділяється багато трактовок поняття рентабельності.

У словниковій літературі економічних термінів віддається перевага наступному визначенню рентабельності - це показник, що характеризує міру прибутковості чи збитковості виробництва, підприємства в цілому або окремих видів продукції. Рентабельність означає доходність, прибутковість [84].

На основі показників рентабельності визначається економічна ефективність виробництва. Вони комплексно характеризують ефективність використання матеріальних, трудових та грошових ресурсів й натурального середовища.

На основі вищевикладеного можна стверджувати, що рентабельність відображає доходність від використаних ресурсів у виробничому процесі, що фактично означає ефективність діяльності підприємства.

Національні вчені - економісти дотримуються думки, що показники рентабельності є одними з основних характеристик ефективності господарської діяльності підприємства, тобто їх економічний зміст зводиться до прибутковості виробничої діяльності [5, 10, 18].

Доцільно виділити думку науковців, котрі визначають рентабельність як міру прибутковості бізнесу, бо підкреслюється, що показники рентабельності характеризують ефективність роботи підприємства в цілому, дозволяють оцінити вигідність виробництва продукції та послуг [22, 23, 24].

Вчені економісти відзначають, що під рентабельністю потрібно розуміти відношення прибутку до власного, загального чи оборотному капіталу, що є важливим масштабом оцінки величини доходів підприємства [26, 27, 31].

На підставі узагальнення теоретичних підходів до визначення сутності рентабельності, можна стверджувати, що рентабельність є відносним показником, котрий характеризує доходність підприємства, ефективність його діяльності.

Актуальність вивчення сутності рентабельності обґрунтовується тим, що вона є основним критерієм оцінки виробничо-господарської діяльності підприємства. Зростання рентабельності є основною метою підприємства, що функціонує в ринкових умовах. Підвищення рентабельності спричиняє зростанню економічної стійкості підприємства.

Рентабельність це економічний показник, котрий визначає як ефективно використовуються наявні ресурси: сировина, матеріали, праця, гроші, так й інші матеріальні й нематеріальні активи.

Рентабельність розраховують з метою визначення ефективності обраних бізнес-стратегій, вкладення інвестицій та діяльності підприємства. Цей показник можна використовувати у відношенні усіх ресурсів підприємства. Простий та корисний розрахунок надає умови для вирішення різних проблем бізнесу, а саме, скоригувати тактику менеджменту та наявність фінансових потоків у раціональному напрямку [10].

Рентабельність це показник окупності засобів, котрі вкладені в бізнес. На її основі виявляють відсоток прибутку чи збитку відносно вкладених ресурсів.

На основі розрахунку показників рентабельності робляться висновки:

- щодо вигідності від відкриття бізнесу або окремого проекту;
- щодо прогнозування доходності в наступному періоді;
- щодо планування чи коригування стратегії розвитку підприємства;
- проведення ефективності роботи підрозділів підприємства;
- запевнення інвестора вкласти кошти у розвиток бізнесу підприємства;
- порівняння своїх результатів з темпами зростання конкурентів.

Збільшення рівня рентабельності передбачає отримання вищого результату при мінімальних витратах

З метою узагальнення ефективності бізнесу виділяють наступні припущення: якщо показник рентабельності вищий від нуля, то бізнес можна вважати рентабельним; якщо показник нижчий від нуля, то бізнес є нераціональним й потребує негайного коригування [22].

Рекомендована оцінка бізнесу за рівнем рентабельності наведена в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1. Розподілення рівнів рентабельності

Рівень рентабельності	Характеристика рентабельності
<6%	дуже низька;
6-21%	середнього рівня;
21-31%	високого рівня;
> 31%	– дуже висока.

На основі інформації таблиці 1.1 можна виснувати про доцільність збільшення показника рентабельності на підприємстві.

На рентабельність підприємства мають вплив низка факторів, котрі можуть бути внутрішніми та зовнішніми. Їх перелік наведений у таблиці 1.2.

Таблиця 1.2. Фактори впливу на рентабельність підприємства

Зовнішні фактори	Внутрішні фактори
- податкова політика уряду;	- умови праці;
- нові закони	- логістична система;
- політичний стан у державі;	- якість менеджменту;
- світові тенденції;	- кваліфікація персоналу;
- географічне розташування підприємства;	- репутація підприємства;
- рівень конкуренції в галузі;	- обсяги виробництва;
- кон'юнктура ринку.	- рекламне просування.

Із таблиці 1.2 можна відзначити наступне: володіючи інформацією про фактори впливу на рентабельність можна здійснювати прогнозування рівня доходів та витрат та проводити коригування стратегії підприємства.

Зовнішні фактори є неконтрольованою підприємством силою, котрі впливають на рішення менеджерів та їх дії, на внутрішню структуру та процеси підприємства. Це перш за все конкуренти, споживачі, комерційні банки, постачальники сировини, комплектуючих виробів, матеріалів, інфраструктура, державні організації та органи влади, міжнародні фактори.

Внутрішні фактори це обставини, котрі виникають безпосередньо на підприємстві [3]. Джерелами інформації для розрахунку рентабельності є:

- бухгалтерський баланс та інші документи;
- звіт про фінансовані результати;
- звіти про прибутки від продажів;
- розрахунки собівартості продукції;
- інформація управлінського обліку;
- аналітична інформація.

Отже, рентабельність це відносний показник економічної ефективності, розраховується як співвідношення прибутку до активів або потоків, котрі її формують. Показники рентабельності зазвичай відображаються у відсотках.

Таким чином, у загальному понятті рентабельність показує відносний рівень прибутковості, що дозволяє приймати управлінські рішення, направлені на покращення дій щодо обсягів та структури виробництва.

У практичній діяльності потрібно визначати сутність прибутку та рентабельності й відмінності між даними категоріями.

Прибуток це різниця між доходами й втратами підприємства. Доходи можуть відображатись у грошовому й товарному еквіваленті, це виручка від продажів та послуг. У витрати включають вартість закупівлі товарів, оплату праці персоналу, податки, оренду приміщень, оплату за комунальні послуги тощо. Отже, прибуток можна визначати як кількість засобів, отриманих внаслідок здійснення підприємницької діяльності за певний терміновий період з урахуванням усіх витрат [15].

Рентабельність це економічна ефективність підприємства, відображається у відсотках та визначає рівень доцільності використання грошових і матеріальних ресурсів. Вона визначає відсоток прибутку від одиниці вкладених засобів, який отримує підприємство протягом певного термінового періоду [18].

Різниця між прибутком і рентабельністю полягає в наступному.

Прибуток можна підрахувати у точних цифрових значеннях.

Методика розрахунку рентабельності єдина, прибуток можна розрахувати із використанням різних підходів.

Таким чином:

- якщо доходи підприємства дорівнюють витратам, то прибуток відсутній;
- якщо доходи перевищують витрати, то формується прибуток;
- якщо доходи підприємства є нижчими, ніж витрати, формуються збитки.

Рентабельність визначає здатність підприємства накопичувати капітал, тобто стабільно отримувати прибуток. Найчастіше проводиться оцінка рентабельності продажів, на основі якої проводиться контроль доходів і витрат та здійснення управління ними [31].

Кожне підприємство має власну стратегію зростання прибутку та рентабельності за певні періоди. Відповідно й оцінки рентабельності підприємства можуть відрізнятися. Рівні показники прибутку й витрат в один і той же час можуть спричинити різні показники рентабельності [41].

Коефіцієнт рентабельності потрібно розраховувати з урахуванням усіх періодів. Лише за таких умов можна визначити ефективність підприємства.

Таким чином, рентабельність і прибуток є основними показниками, що створюють умови провести оцінку ефективності діяльності підприємства.

Однак рентабельність на відміну від прибутку є відносною характеристикою, котра визначає ефективність використання основних виробничих і невиробничих фондів.

Розрахунок показника використовується для оцінки фінансового стану підприємства.

1.2. Характеристика видів та показників рентабельності підприємства

Показником ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства є наявність доходів, що отримані внаслідок вкладення засобів. Цей коефіцієнт називають фінансовою рентабельністю.

Фінансова рентабельність визначає ефективність інвестицій власників підприємства, котрі надають підприємству ресурси або залишають у його розпорядження всю чи частину прибутку, котрий їм належить [42].

Під фінансовою рентабельністю розуміють рентабельність власного капіталу, тобто визначається, яку частину прибутку отримує підприємство з кожної використаної грошової одиниці.

Загалом аналіз фінансового стану бізнесу проводиться із використанням відносних та абсолютних показників. Фінансова рентабельність показує ефективність засобів, котрі інвестовані в бізнес. Вона є одним із основних параметрів, що використовуються при визначення прибутку підприємства. Чим вищим є її значення, тим більший дохід втримується від вкладених коштів [43].

Фінансова рентабельність це відношення чистого прибутку до вартості власного капіталу. Результати розрахунку фінансової рентабельності за даним підходом дають можливість визначити ефективність вкладених коштів та здатність підприємства розпоряджатися наявними активами в рамках отримання фінансової вигоди.

Фінансову рентабельність не має сенсу розраховувати тоді, коли підприємство не має у своїй власності позитивних активів, тобто власного капіталу оскільки отримане від'ємне значення не матиме користі для аналізу.

Фінансова рентабельність підприємства визначається на основі інформації, що міститься у фінансових документах.

Фінансова рентабельність показує ефективність використання власного капіталу, визначає величину прибутку, котрий був отриманий від кожної грошової одиниці залучених власних коштів.

Отримані результати розрахунку рентабельності власного капіталу за відповідні термінові період показують тенденцію формування прибутковості. Цілком зрозумілою буде тенденція збільшення даного показника, оскільки це вказує на відносне зростання чистого прибутку, отриманого від незмінної величини капіталу [45].

Треба відзначити, що наявність боргу може спричинити зростання показника, що обумовлено залученням кредитних ресурсів на заміну власних на фінансування потреб підприємства. Якщо ефективність діяльності підприємства залишається незмінною, то зменшення величини власного капіталу може спричинити зростання рентабельності власного капіталу. Окрім того, зменшення витрат спричиняє зростання чистого прибутку, збільшення рентабельності власного капіталу.

Рентабельність власного капіталу розраховується як співвідношення чистого прибутку до середньорічної вартості власного капіталу [47].

Факторний аналіз рентабельності власного капіталу проводиться за формулою Дюпон:

$$РВК = ЧП/ВК \times 100\% = (ЧП/ВР \times ВР/А \times А/ВК) \times 100\% \quad (1)$$

де РВК - рентабельність власного капіталу;

ЧП - чистий прибуток;

ВР - виручка від реалізації;

А - середня величина активів.

Або:

$$РВК = РП \times ОА \times МВК \times 100\% \quad (2)$$

де РП - рентабельність продажів;

ОА - оборотність сукупних активів;

МВК - мультиплікатор власного капіталу.

Мультиплікатор власного капіталу - це відношення загальної величини активів підприємства до суми власного капіталу. Показник використовується для визначення розміру того, яким чином власний капітал застосується для покриття всіх видів активів підприємства [94]

Отже, рентабельність власного капіталу заходиться в залежності від структури капіталу, оборотності активів та рентабельності продажів. Важливість цих показників пояснюється тим, що вони узагальнюють усі сторони діяльності підприємства: поточну, фінансову, інвестиційну, а також статистику та динаміку.

Зауважимо, що формула Дюпона була розроблена хімічною корпорацією DuPont та вперше була використана у фінансовому аналізі у двадцяті роки минулого століття.

У загальному випадку прибутковість власного капіталу при одній і тій же рентабельності залежить від джерел фінансування. Якщо ведення бізнесу здійснюється без боргів, то зростання доходів сприяє зростанню чистого прибутку. У випадку, коли використовуються власні й позикові кошти, дохід до оподаткування знижується внаслідок виплати відсоткових ставок за кредитами. Відповідно, величина податку на прибуток зменшується, а рентабельність власного капіталу зростає. Отже, використання позик спричиняє зростання фінансової рентабельності. В результаті таких дій виникає ефект фінансового важеля або лівереджу, тобто здатність позикового капіталу генерувати додатковий дохід від вкладень власного капіталу. У деяких випадках він

приймає від'ємне значення, що спричиняє зниження рентабельності власного капіталу [53].

Ефект фінансового важеля є об'єктивним фактором, що характеризує результативність використання позикового капіталу з урахуванням його розмірів та вартості [59].

Для розрахунку ефекту фінансового важеля використовують формули:

- за чистим прибутком:

$$ЕФВ=(РЕ — СЗВПК) \times (1—Коп) \times ПК/ВК \quad (3)$$

- за прибутком до оподаткування;

$$ЕФВ=(РЕ— СЗВПК) \times ПК/ВК \quad (4)$$

де РЕ - економічна рентабельність активів;

СЗВПК - середньозважена вартість позикового капіталу;

Коп - коефіцієнт оподаткування;

ПК - позиковий капітал;

ВК - власний капітал.

Ефект фінансового важеля показує, що РВК зазвичай перевищує економічну рентабельність.

Отже, фінансова рентабельність може використовуватись для оцінки ефективності управління капіталом. Можна виснувати, що ЕФВ надає умови визначити міру фінансового ризику, тобто можливість зниження рентабельності та втрати прибутку внаслідок надмірного залучення кредитів. Найбільша питома вага власного капіталу або високий рівень фінансової незалежності може бути забезпечена зі стабільним надходженням грошових коштів.

Аналіз рентабельності власного капіталу дозволяє виявити тенденції у кількісній зміні складових використаного капіталу. Якщо при веденні бізнесу залучається багато позикових коштів, то буде визначатись висока залежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування. Доцільною умовою для підприємства вважається, що позикових коштів має бути у 2 рази менше, ніж власних. Достатньо стійким є співвідношення: $ПК/ВК = 1:1$, але за умови виконання необхідних показників доходності [93].

Таким чином, можна висувати, що розрахунок фінансової рентабельності має велике значення для оцінки ефективності ведення бізнесу. На основі даного показника можна проаналізувати ризики підприємства та можливість генерування прибутку за рахунок використання наявних ресурсів.

Економічна рентабельність це показник, котрий дозволяє провести оцінку ефективності використання ресурсів та інвестицій в бізнес. Він показує наскільки успішно підприємство генерує прибуток від своєї діяльності.

Основними компонентами економічної рентабельності є доходи, витрати та інвестиції. Доходи це сума грошових коштів, що отримані внаслідок реалізації товарів і послуг. Витрати включають в себе усі витрати, що пов'язані з виробництвом та реалізацією товарів чи послуг. Інвестиції це засоби, що вкладені в розвиток і розширення виробництва [89].

Виділяють декілька методів розрахунку економічної рентабельності. Найбільш розповсюдженим є метод ROI. Це фінансовий коефіцієнт, котрий показує рівень прибутковості або збитковості бізнесу із урахуванням суми інвестицій в бізнес. Він розраховується як співвідношення прибутку та інвестицій.

Він розраховується за формулою:

$$ROI = (\text{дохід} - \text{собівартість}) / \text{собівартість} \quad (5)$$

ROI це показник ефективності, котрий показує ефективність вкладень, спрямованих на покриття поточних витрат. Це коефіцієнт повернення інвестицій [3].

Для того, щоб коефіцієнт був корисним для підприємства потрібно постійно проводити аналіз його результатів. За його допомогою можна визначити динаміку зміни показника в різних ринкових умовах. Це дозволить виявити нераціональні статті витрат та перерозподілити бюджет на напрямки, що приносять прибутки

Інший метод це розрахунок NPV, котрий враховує дисконтування майбутніх грошових потоків й дозволяє провести оцінку інвестицій.

Розрахунок економічної рентабельності надає підстави підприємству провести оцінку ефективності своєї діяльності та прийняти рішення щодо оптимізації витрат, зростання доходів та поліпшення інвестиційної політики. Він є важливим інструментом для планування та управління бізнесом, котрий допомагає досягти фінансової стабільності та економічного зростання [9].

Аналіз факторів, що впливають на економічну рентабельність є важливим етапом для розуміння та поліпшення фінансових показників бізнесу. Ці фактори можуть бути розподілені на макроекономічні, внутрішні та зовнішні [83].

Макроекономічні фактори мають вплив на рентабельність бізнесу в цілому. Вони включають тенденції ринку, податкову політику, інфляцію та відсоткові ставки.

Внутрішні фактори включають рівень продуктивності, ефективність використання ресурсів, якість продукції та управління витратами.

Зовнішні фактори включають в себе конкуренцію, клієнтську базу, репутацію бренду та зміни у споживчому попиті.

Аналіз та врахування цих факторів дозволяє бізнесу визначити які аспекти його діяльності можуть бути оптимізовані для поліпшення рентабельності. Це може включати зміну стратегії, поліпшення виробничих процесів, розвиток нових продуктів чи послуг, а також адаптацію до змінних ринкових умов.

В системі показників ефективності діяльності підприємства важливе значення належить показникам рентабельності. Рентабельність являє собою таке використання засобів, при якому підприємство не лише покриває витрати доходами але й отримує прибуток.

Доходність або прибутковість підприємства може оцінюватися із використанням як абсолютних, так і відносних показників. Абсолютні показники вимірюються у вартісному вираженні і відображають прибуток. Відносні показники характеризують рентабельність, вимірюються у відсотках або у вигляді коефіцієнтів [16].

Показники рентабельності зазнають значно меншого впливу інфляції, ніж величини прибутку, оскільки вони визначаються різними співвідношеннями прибутку та авансованих засобів, або прибутку і виробничих витрат.

При проведенні аналізу рентабельності використовуються наступні її показники

Рентабельність активів визначається як співвідношення прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства та середньої величини активів і множиться на 100%:

$$P_a = (\text{ЧП} / \text{СЗА}) \times 100\% \quad (6)$$

де ЧП - чистий прибуток;

СЗА - середньозважена величина активів.

Цей показник характеризує прибуток, що отриманий підприємством з кожної грошової одиниці, авансованої на формування активів.

В аналізі окрім показників рентабельності усієї сукупності активів розраховують також показники рентабельності основних і оборотних засобів.

Рентабельність основних виробничих засобів або показник фондорентабельності розраховується як співвідношення прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства та середньої величини основних засобів і множиться на 100%.

Рентабельність оборотних активів розраховується як співвідношення прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства та середньої величини оборотних активів і множиться на 100%.

Рентабельність інвестицій відображає ефективність використання засобів, вкладених у розвиток підприємства.

Рентабельність власного капіталу, методика розрахунку була надана вище.

За умов порівняння рентабельності активів і рентабельності власного капіталу можна визначити міру використання підприємства фінансових важелів

(позик і кредитів) з метою підвищення рівня доходності, оцінки віддачі власного капіталу за умови [19].

Показник різниці між рентабельністю власного капіталу та рентабельності загальної величини капіталу називають ефектом фінансового важеля. Це важливий показник для оцінки рішень щодо управління рентабельністю.

Для того, щоб отримати зростання прибутку за рахунок використання кредиту необхідно, щоб рентабельність активів за вирахуванням відсотків за використання кредиту, мала позитивне значення, тобто була більшою від нуля. За таких умов економічний ефект, отриманий в результаті використання кредиту, буде перевищувати витрати на залучення позикових джерел [23].

Узагальнюючим показником, що відображає ефективність використання загальної величини капіталу, що є у розпорядженні підприємства, є рентабельність сукупних вкладень капіталу. Вона розраховується за формулою: витрати, пов'язані із залученням позикових джерел плюс прибуток, що залишається у розпорядженні підприємства множиться на 100% і ділиться на величину сукупного використаного капіталу.

Наступним показником є рентабельність продукції, вона розраховується як співвідношення прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства та повної собівартості реалізованої продукції і множиться на 100%. У чисельнику цієї формули може бути прибуток від реалізації продукції. Цей показник визначає яку величину прибутку має підприємство з кожної грошової одиниці, що витрачена на виробництво й реалізацію продукції. У ряді випадків рентабельність продукції може бути розрахована як співвідношення прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства, та суми виручки від реалізації продукції.

Рентабельність продукції, що розрахована в цілому по підприємству, знаходиться у залежності від факторів змін структури реалізованої продукції в тенденції заміни на більш рентабельні; зростання питомої ваги більш рентабельних видів продукції; зміни середнього рівня цін реалізації; зміна собівартості продукції, що є зворотнім впливом на її рівень.

Одним із найбільш розповсюджених показників рентабельності є рентабельність продажів. Цей показник розраховується як співвідношення прибутку від реалізації продукції та виручки від реалізацій продукції і множиться на 100%.

Рентабельність продажів характеризує питому вагу прибутку у складі виручки від реалізації продукції. Цей показник називають нормою прибутковості. Якщо рентабельність продажів має тенденцію до зниження, то це вказує на зниження конкурентоспроможності продукції на ринку, так як свідчить про зниження попиту на продукцію.

1.3. Методи управління рентабельністю підприємства

Управління рентабельністю є важливим аспектом успішного управління бізнесом. Виділяються певні методи та інструменти, котрі можуть бути використані для поліпшення показників рентабельності.

Одним із основних методів управління рентабельністю є використання показників і систем контролю.

Ці показники включають:

- ROS - рентабельність продажів. Цей коефіцієнт показує, яку суму операційного прибутку одержує підприємство з кожної гривні проданої продукції.

- ROA - рентабельність активів, фінансовий коефіцієнт, що характеризує ефективність використання всіх активів підприємства.

Саме на основі цих показників можна провести оцінку використання ресурсів та генерацію прибутку.

Система контролю рентабельності дає підставу визначати та аналізувати фінансові показники на регулярній основі, що дозволяє виявити проблемні питання та запровадити заходи щодо їх уникнення [25].

Доцільно виділити стратегію й тактику для зростання показників рентабельності. Вони включають наступне:

- зниження витрат. Це аналіз та оптимізація витрат на матеріали, трудові ресурси, адміністративні витрати та інші фактори, котрі можуть бути зменшені без ущербу для якості й продуктивності;

- зростання цін, бо зростання цін на продукцію та послуги спричинятиме зростання рентабельності. Це може бути здійснено шляхом запровадження нових функцій чи поліпшення якості продукції;

- зростання обсягу продажів. Розвиток маркетингових стратегій та тактик для залучення нових клієнтів сприятиме зростанню продажів та залучення нових клієнтів. Це може включати поліпшення реклами, розширення клієнтської бази, розробка нових видів продукції чи послуг;

- оптимізація виробничих процесів внаслідок автоматизації, поліпшення логістики, оптимізації використання ресурсів.

З метою успішного управління рентабельністю важливо застосовувати інструменти й методи у відповідності з конкретними потребами та характеристиками бізнесу [26].

Рекомендації щодо використання інструментів і методів зводяться до наступного:

- аналіз і планування, тобто проведення аналізу поточної ситуації та розробка плану дій для поліпшення рентабельності, що може включати визначення цілей, вибір показників, розробку стратегій;

- моніторинг і контроль, тобто регулярний моніторинг та контроль фінансових показників для відслідження прогресу та виявлення проблемних питань, це сприятиме процесу запровадження заходів щодо поліпшення рентабельності;

- навчання та розвиток, тобто навчання працівників та розвиток їх навичок в області управління рентабельністю дозволить сформувати команду, котра буде формувати та запроваджувати заходи щодо підвищення рентабельності;

- інновації та адаптація, тобто викоистаня інновацій та адаптація до змінних ринкових умов дозволить бізнесу стати конкурентоспроможним та збільшити рентабельність.

Використання названих методів та інструментів надасть умови бізнесу поліпшити свою рентабельність та досягти фінансового успіху. Однак важливо враховувати, що кожний бізнес має свої особливості та потребує спеціального підходів до управління рентабельністю [84].

Однак для будь-яких умов ключовим фактором буде запровадження інновацій, ефективне управління ресурсами та адаптація до змінних ринкових умов. Вивчення цих обставин допоможе бізнесу використовувати найліпші стратегії та підходи для досягнення високого рівня рентабельності [10].

Доцільно розглянути сучасні тренди та виклики, із якими стикається підприємство в області рентабельності. Вони впливають на показники рентабельності та потребують прийняття відповідних заходів для оптимізації результатів.

Сучасні тренди в області рентабельності включають наступні аспекти:

- цифровізація та автоматизація процесів. З розвитком технології підприємства все більше запроваджують цифрові рішення та автоматизують свої бізнес-процеси. Це дозволяє знизити витрати, підвищити продуктивність та поліпшити якість продукції чи послуг;

- забезпечення стійкого розвитку. Все більше підприємств ставлять мету досягнення стійкого розвитку та зниження негативних впливів на навколишнє середовище. Це включає зниження викидів, енергоспоживання та використання екологічно чистих матеріалів. Стійкий розвиток може спричинити зниження витрат та поліпшення репутації підприємства;

- персоналізація продуктів і послуг. Сучасні споживачі все більше очікують персоналізованих продуктів та послуг. Підприємства, котрі можуть запропонувати індивідуальні рішення можуть залучити більше клієнтів та підвищити свою рентабельність.

Сучасні виклики та можливості в області рентабельності включають наступні аспекти:

- глобалізація й конкуренція. В умовах глобалізації підприємства стикаються з посиленням конкуренції на ринку, що потребує пошуку нових способів підвищення рентабельності;

- зміна споживчих переваг. Споживачі постійно змінюють свої переваги та вимоги. Підприємства повинні адаптуватись до цих змін та пропонувати продукцію, що відповідає новим потребам;

- зростання витрат. Зростання витрат на матеріальні, енергетичні й трудові ресурси має негативний вплив на рентабельність підприємства. У цьому зв'язку необхідно виявляти способи зниження витрат та оптимізації виробничих процесів.

Для подолання викликів та оптимізації рентабельності необхідно використовувати різні стратегії та інструменти. Це передбачає зосередження на інноваціях, поліпшенні продуктивності, зниженні витрат та поліпшення якості продукції. Крім того, підприємства можуть здійснювати пошук нових ринків і клієнтів, а також розвивати партнерські відносини з іншими підприємствами для сумісного використання ресурсів та зниження витрат [14].

В цілому, сучасні тренди й виклики в області рентабельності потребують від підприємства сучасної гнучкості та постійного удосконалення усіх процесів.

Доцільно вивчити основні помилки та проблеми, із якими стикається підприємство при управлінні рентабельністю, бо однією із помилок, що може бути допущена на підприємстві, є неправильна оцінка рентабельності. Це може відбутися через неправильний розрахунок доходів і витрат чи неправильного вибору методу розрахунку рентабельності, котрий не враховує усі фактори впливу на рентабельність.

Підприємства весь час зустрічаються з рядом проблем в управлінні рентабельністю, які можуть негативно впливати на її показники. На ведемо деякі із них:

- неефективне використання ресурсів, як неправильне планування й управління ресурсами може призвести до виникнення збиткових витрат та зниження рентабельності;

- низький рівень продуктивності може бути причиною низької рентабельності, якщо це наслідки неефективних процесів виробництва, недостатньої мотивації працівників чи недостатність використання технологій.

Неправильне управління цінами може призвести до втрати прибутку та зниження рентабельності. Для попередження та виправлення помилок та проблем в управлінні рентабельністю потрібно використовувати наступні методи:

- досконалий аналіз і розрахунок рентабельності із урахуванням усіх доходів і витрат та вибір правильного методу розрахунку;- оптимізація використання ресурсів з метою зниження витрат та зростання рентабельності;
- раціональне управління цінами із урахуванням конкурентної ціни, вартості виробництва, споживчого попиту.

Отже, попередження та виправлення помилок та проблем в управлінні рентабельністю потребує від підприємства правильного аналізу, оптимізації процесів та раціонального управління ресурсами.

Відзначимо, що управління прибутком і рентабельністю є важливою складовою успішного функціонування підприємства. Прибуток і рентабельність є ключовими показниками діяльності підприємства, на їх основі проводиться оцінка фінансового стану підприємства.

Управління прибутком і рентабельністю включає в себе розробку та реалізацію стратегій і тактик, що спрямовані на максимізацію прибутку та зростання рентабельності. Це включає оптимізацію процесу виробництва та реалізації продукції, контроль на витратами, управління цінами, аналіз та планування фінансових показників [16].

Мета та задачі управління прибутком і рентабельністю наведені в таблиці 1.3.

Таблиця 1.3. Мета та задачі управління прибутком і рентабельністю підприємства

Показники	Сутність показників
1. Мета управління	Досягнення максимальних результатів при мінімальних витратах на основі ефективного використання ресурсів, оптимізації бізнес-процесів, аналізу і прогнозуванні фінансових результатів.
2. Задачі управління	Аналіз і контроль фінансових результатів.
	Оптимізація процесу виробництва та реалізації продукції.
	Управління цінами.
	Контроль і зниження витрат.
	Аналіз і прогнозування фінансових результатів.

На основі інформації таблиці 1.3 можна відзначити, що управління прибутком і рентабельністю є частиною планування підприємства. Воно дозволяє визначити пріоритети та напрямки розвитку і приймати обґрунтовані управлінські рішення на основі фінансової інформації. Методи управління прибутком і рентабельністю наведені в таблиці 1.4.

Таблиця 1.4. Методи управління прибутком і рентабельністю підприємства

Методи управління	Зміст методів
1. Метод управління витратами	Полягає у проведенні постійного контролю та оптимізації витрат підприємства. Керівництво повинне аналізувати всі витрати та здійснювати пошук напрямів зниження витрат на основі запровадження ефективної технології та раціоналізації процесів виробництва.
2. Метод управління цінами	Полягає в аналізі ринкової ситуації та встановлення оптимальних цін. Формування раціональної цінової політики.
3. Метод управління обсягами продажів	Полягає в розробленні стратегій, що спрямовані на зростання продажів на основі пошуку нових ринкових сегментів та формування маркетингової активності
4. Метод управління якістю продукції	Полягає у проведенні постійного контролю та поліпшенні якості продукції, забезпечення зворотного зв'язку з клієнтами, запровадження інноваційних технологій.

На основі інформації таблиці 1.4 можна відзначити, що потрібно обирати той метод, котрий є найбільш доцільним для підприємства та є найбільш ефективним для підприємства та його ситуації на ринку.

Управління прибутком і рентабельністю відіграє важливе значення у стратегічному плануванні підприємства, воно допомагає визначити ціль та задачі, сформувавши стратегію та прийняти рішення, що спрямовані на досягнення цілей.

Таким чином, можемо стверджувати наступне.

Виходячи з того, що мета функціонування будь-якого підприємства – це прибутку, важливим показником оцінки є рентабельність. Рентабельність означає прибутковість підприємства. Прибутковість розглядається як кінцевий результат виробничої діяльності.

Рентабельність означає доходність, прибутковість.

Рентабельність визначається як міра доходності, вигідності, прибутковості бізнесу. Показники рентабельності характеризують ефективність

роботи підприємства в цілому, доходність різних напрямків діяльності, вигідність виробництва окремих видів продукції та послуг.

Показником ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства є наявність доходів, що отримані внаслідок вкладення засобів - фінансова рентабельність. Розрахунок фінансової рентабельності має велике значення для оцінки ефективності ведення бізнесу, бо на його основі можна проаналізувати ризики підприємства та можливість генерування прибутку за рахунок використання наявних ресурсів.

Економічна рентабельність це показник, котрий дозволяє провести оцінку ефективності використання ресурсів та інвестицій в бізнес.

Узагальнюючим показником, є рентабельність сукупних вкладень капіталу.

Важливим показником є рентабельність продукції. Одним із найбільш розповсюджених показників рентабельності є рентабельність продажів, який характеризує питому вагу прибутку у складі виручки від реалізації продукції. Його називають нормою прибутковості.

Управління рентабельністю є важливим аспектом успішного управління бізнесом. Виділяються певні методи та інструменти, котрі можуть бути використані для поліпшення показників рентабельності.

Відзначимо, що управління прибутком і рентабельністю є важливою складовою успішного функціонування підприємства. Прибуток і рентабельність є ключовими показниками діяльності підприємства, на їх основі проводиться оцінка фінансового стану підприємства.

Управління прибутком і рентабельністю відіграє важливе значення у стратегічному плануванні підприємства, воно допомагає визначити ціль та задачі, сформулювати стратегію та прийняти рішення, що спрямовані на досягнення цілей.

РОЗДІЛ 2. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПрАТ «КРИВОРІЗЬКА ШВЕЙНА ФАБРИКА» ТА АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОЇ І ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

2.1. Загальна характеристика підприємства ПрАТ «Криворізька швейна фабрика»

ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» зареєстровано ще як державне підприємство 20.09.1995 р. На даний час статутний капітал підприємства складає 500000 грн. Середня кількість працівників 210 осіб. На підприємстві здійснюється випуск швейної продукції.

Керівництвом ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» підтримуються затверджені процедури поводження, зберігання, переробки та утилізації відходів. Робота на підприємстві побудована відповідно до стандартів безпеки, підтримується політика енергоефективності та енергозбереження.

Велика увага приділяється контролю якості продукції та відповідності міжнародним стандартам. Контроль управління якістю на фабриці підтверджений сертифікатом ISO 9001:2015, ISO 9001:2018 та Сертифікатом екологічного управління ISO 14001:2015.

При виробництві продукції використовуються тільки високоякісні натуральні матеріали та забезпечується тривале партнерство з постачальниками.

ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» замовляє тканини та сировинні ресурси від українських та європейських виробників з багаторічним досвідом та високими стандартами якості. Основною перевагою фабрики на ринку є висока якість виробів.

На даний час ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» займається пошиттям верхнього чоловічого та жіночого одягу, у тому числі форменого одягу для Міністерства оборони України, Національної поліції України,

Національної гвардії України, Держприкордонслужби України та інших військових формувань.

Виробнича структура ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» включає: експериментальну дільницю, підготовчо-розкрійний цех та цехи волого-теплової обробки, п'ять швейних цехів, учбовий клас та склад для зберігання готової продукції.

Основні цехи виробництва ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» це 4 швейних та один вишивальний цехи.

До допоміжних цехів відносяться підготовчо-розкрійний цех; складські приміщення для сировини та готової продукції; адміністративні приміщення; побутові та приміщення загального користування.

На виробничих дільницях використовується сучасне устаткування світових фірм.

ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» має лінійно-функціональну організаційну структуру підприємства.

Організаційна структура фабрики репрезентується керівником підприємства, менеджером операційної діяльності та бухгалтером, головним менеджером в підпорядкуванні якого є маркетолог, HR-менеджером, керівником виробництва. Керівнику виробництва підпорядковуються майстри, інженер з охорони праці та конструктор.

З метою виявленні стану фабрики та вибору стратегічного напрямку розвитку проводиться SWOT-аналіз. Цей інструмент допомагає проаналізувати внутрішні фактори (сильні та слабкі сторони), які впливають на роботу фабрики, і зовнішні фактори (можливості та загрози), які можуть мати вплив на підприємство..

Застосування SWOT-аналізу підприємства дає підстави для оцінки свого становища на ринку та розробки стратегії розвитку. Аналіз сильних та слабких сторін допомагає визначити, на що треба звертати увагу для досягнення конкурентних переваг.

Оцінка сильних та слабких сторін ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» наведена в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1. Оцінка сильних та слабких сторін ПрАТ «Криворізька швейна фабрика»

S - Сильні сторони	W - Слабкі сторони
- висока якість виробництва; -	- зростаюча конкуренція у цій галузі
- конкурентні ціни;	- недостатній контроль якості праці;
- наявність великої кількості сучасного обладнання;	- не налагодженні тісні зв'язки з іншими регіонами;
- постійність кадрового складу;	- відносно далеке розташування відносно інших країн.
- висока репутація підприємства	
- великі виробничі потужності.	
O - Можливості	T - Загрози
- реклама та просування послуг на закордонних ринках;	- стартапи компаній-конкурентів;
- розширення асортименту продукції;	- високі стандарти в ЄС;
- співпраця з рекламними агенціями, юридичними компаніями.	- нестабільність попиту в сучасному кризовому період.

В результаті аналізу, що наведений в таблиці 2.1, було виявлено, що сильними сторонами підприємства вважаються висока якість виробництва, конкурентні ціни, наявність сучасне обладнання, стабільність кадрового складу, висока репутація, суттєві виробничі потужності.

Серед можливостей підприємства є просування та вихід на закордонний ринок. На підприємстві слід розвивати зв'язки з громадськістю шляхом поліпшення роботи PR-відділу, поліпшити різні канали комунікації з метою підвищення позитивного іміджу серед клієнтів.

Головним завданням розвитку зв'язків з громадськістю в бізнесі ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» має бути формування позитивної суспільної думки серед клієнтів, також доцільно розширювати рекламну компанію. Реклама має бути звернена до масового споживача. Використання можливостей фабрики сприятиме розширенню виробництва.

Слабкі сторони підприємства представлені у вигляді зростаючої конкуренції та недостатньому рівні контролю праці, тому задля забезпечення стабільності контролю виробництва треба поліпшити саму систему контролю. Також однією з основних слабких сторін підприємства можна назвати слабкі зв'язки з іншими регіонами.

Головними загрозами для підприємства є стартапи компаній-конкурентів. Також доцільно сформувавши стратегію зв'язків з громадськістю для просування товару на ринку на основі співпраці з цільовою аудиторією.

Однак існують зовнішні фактори - загрози, на які підприємство не може впливати. Тому слід управлінцям мати чітко сформований антикризовий менеджмент на реагування на кризові періоди, коливання кількості та фінансової стабільності клієнтів, налаштування бізнесу та робота з іноземними замовниками.

На даний час керівництвом підприємства значна увага приділяється оновленню і модернізації основних фондів, інвестовано значні капітальні вкладення, здійснено капітальний ремонт виробничих та офісних приміщень, технічне переоснащення та розширення виробництва, поліпшено умови роботи працівників.

З метою оцінки сучасного стану фабрики проводиться аналіз фінансових та економічних показників.

Об'єктом аналізу виступає економічна та фінансова діяльність підприємства.

Суб'єктами фінансового та економічного аналізу є зацікавлені в діяльності підприємства користувачі інформації й, насамперед, власники підприємства, банки, контрагенти, податкові органи, аудиторські фірми тощо.

Аналіз фінансових та економічних показників підприємства може проводитись з метою оцінки поточного фінансового стану підприємства; прийняття рішень щодо коригування поточної діяльності; оцінки діяльності відповідальних за певні напрямки роботи осіб; виявлення напрямів та перспектив для планування подальшої діяльності підприємства.

На основі результатів аналізу формується стратегія розвитку фабрики.

Аналіз основних показників діяльності ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» наведений в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2. Аналіз основних показників діяльності ПрАТ «Криворізька швейна фабрика»

Показники	Періоди, роки			Зміни			
	2021	2022	2023	абсолютні		відносні	
				2022/ 2021	2023/ 2022	2022/ 2021	2023/ 2022
1. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис.грн	191271	81 183	75 946	-110088	-5236	-57,6	-6,5
2. Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	149023	73 566	67 324	-75457	-6242	-50,6	-8,5
3. Валовий: прибуток, тис. грн	42248	7 617	8 622	-34631	+1005	-81,9	+13,2
4. Чистий фінансовий результат, тис. грн	4785	1 359	351	-3424	-1008	-71,6	- 73,2
5. Чисельність персоналу, осіб	222	220	216	-2	-4	-0,9	-1,8
6. Продуктивність праці, тис. грн/особу	861,6	369,0	351,6	-492,6	-17,4	-57,2	-4,7
7. Середня заробітна плата, грн	7550	8100	8500	+550	+400	+10,7	+4,9
8. Активи, тис. грн	12150	29 259	55 909	+17109	+26650	+140,8	+91,1
9. Власний капітал, тис. грн	7726	13 870	14 222	+6144	+352	+79,5	+2,5
10. Дебіторська заборгованість, тис. грн	1685	2 579	15 915	+894	+13336	+53,1	+6,2 разів
11. Кредиторська Заборгованість, тис. грн	614	3 066	12 702	+2452	+9636	+5 разів	+4,1 разів
12. Знос основних засобів, %	42,1	29,4	31,5	-12,7	+2,1		

Із таблиці 2.2 можна зробити наступні висновки.

Чистий дохід від реалізації продукції за період 2021-2023 рр має тенденцію до зниження. Однак, темпи зниження показника у 2023р були зменшені, якщо у 2022р проти 2021р зниження складало 57,6%, то у 2023р проти 2022р воно становило 6,5%.

Чистий дохід це дохід від реалізації товарів (робіт, послуг), розрахований без урахування акцизного податку, мита, податку на додану вартість, інших непрямих податків та зборів. Зменшення показника обумовлено зменшенням продажів продукції внаслідок зниження ринкового попиту.

Відзначається зменшення собівартості реалізованої продукції. Темпи зниження у 2022р становили 50,6%, у 2023р вони склали 8,5%.

Темпи зниження собівартості реалізованої продукції у 2022р обумовлені зниженням виробничої собівартості, у 2023р зниження відбулося внаслідок зменшення наднормативних виробничих витрат.

Валовий прибуток у 2022р був зменшений на 81,9%, що спричинено зниженням доходу від реалізації продукції, однак у 2023р цей показник був збільшений на 13,9% за рахунок зниження собівартості реалізованої продукції.

На підприємстві відзначається стрімке падіння чистого фінансового результату, у 2022р воно складало 71,6%, у 2023р воно становило 73,2%.

Чистий фінансовий результат це сума чистого прибутку, який визначається як алгебраїчна сума прибутку (збитку) до оподаткування, податку на прибуток та прибутку (збитку) від припиненої діяльності після оподаткування.

Однією із причин є зниження чистого доходу від реалізації продукції, для виявлення впливу інших доходів і витрат у подальшому проведемо аналіз фінансових результатів підприємства.

На підприємстві визначається зменшення продуктивності праці за причини зниження чистого доходу від реалізації продукції. У 2022р це зниження становило 57,2%, у 2023р - 4,7%.

Величини середньої заробітної плати за роками зростає відповідно на 10,7% і 4,9%.

Перевищення темпів зростання заробітної плати порівняно із продуктивністю праці не вважається позитивним, що вказує на проблеми в управлінні персоналом.

На підприємстві відзначається збільшення величини активів. Активи – це всі ресурси, які підприємство використовує для виробництва продукції або певної діяльності з метою отримання прибутку. Збільшення активів вказує на поліпшення виробничого потенціалу підприємства.

Результати аналізу вказують на зростання величини власного капіталу. так, у 2022р це зростання становило 79,5%. у 2023р - воно зменшилось і склало 2,5%.

Власний капітал підприємства відтворений у підсумку першого розділу пасиву балансу, це перевищення балансової вартості активів підприємства над його зобов'язаннями. Власний капітал підприємства був збільш зниження чистого доходу від реалізації продукції. У 2022р це зниження ений внаслідок збільшення нерозподіленого прибутку на 5,5%.

Аналіз показав, що на підприємстві було збільшено дебіторську заборгованість у 2022р на 53,1%, а у 2023р вона зросла у 6,2 разів.

Дебіторська заборгованість це суми, які нараховуються підприємству від покупців за товари або послуги, продані в борг. Значне зростання дебіторської заборгованості пов'язане з низькою платоспроможністю покупців продукції. Такий стан не можна вважати позитивним й погребує розробки заходів щодо поліпшення управління дебіторською заборгованістю.

Кредиторська заборгованість представлена короткостроковими зобов'язаннями підприємства перед кредиторами з урахуванням предметів постачання та матеріалів, що купуються на умовах кредиту. На підприємстві цей показник у 2022р був збільшений у 5 разів, а у 2023р у 4,1 разів. Це пояснюється тим, що на підприємстві недостатньо коштів для розрахунку зі своїми боргами.

Знос основних засобів виражається поступова втрата основними засобами своєї споживчої вартості внаслідок експлуатації, інтенсивність якого залежить від характеру і умов експлуатації. Коефіцієнт фізичного зносу розраховується за формулою:

$$Кзн = \sum Зн / Сп,$$

де $\sum Зн$ - сума зносу основних фондів, грн.; $Сп$ - первісна вартість усіх або окремих видів груп основних фондів, грн. Фізичний знос основних фондів частково відновлюється шляхом ремонту, реконструкції та модернізації.

На ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» знос основних засобів у 2022р зменшився на 12,7% внаслідку придбання нових виробничих засобів, а у 2023р він зріс на 2,1%. Загалом виробничі засоби зношені у 2023р на 31,5%.

Таким чином, можна зробити висновки, що за період аналізу ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» є прибутковим підприємством, однак, відмічається зниження ефективності виробничо-господарської діяльності.

2.2. Аналіз фінансової діяльності та фінансового стану ПрАТ «Криворізька швейна фабрика»

На початковому етапі проведемо аналіз фінансових результатів підприємства.

Фінансовий результат господарювання підприємства розкриває сутність його операційної, інвестиційної, фінансової діяльності й виступає критерієм визначення обсягу та структури реалізації або виробництва продукції, програм оптимізації витрат, інвестиційних проектів, фінансових вкладень тощо.

Наявність прибутку свідчить про певну стабільність та стійкість підприємств, здатність швидко приймати управлінські рішення й адаптуватись до умов зовнішнього середовища. Фінансові результати мають аналізуватись управлінцями, показник результативності господарської діяльності організації для управлінців є приводом для вчасного прийняття управлінських рішень. Виконуються зіставлення доходів та витрат, динаміка прибутку чи збитку, тому що цей критерій відображає у вигляді відповідного показника – прибутку або збитку.

В сучасному розумінні ефективності господарювання прибуток є головною метою та основним стимулом розвитку виробничої діяльності. Розрахунково це позитивна різниця між сукупними доходами та витратами виробництва та обігу.

Фінансовий результат від операційної діяльності знаходиться у прямому співвідношенні із реалізацією продукції, так як отримані підприємством кошти

з обороту формують умови відшкодування витрат, сплати податків до бюджету, повернення банкам кредитних коштів, здійснювати розрахунки з постачальниками та з робітниками.

Звіт про фінансовий результат показує слугує основою оцінки стану управління фінансами, дає підставу прогнозувати його можливості його покращення надалі.

Для визначення фінансових результатів підприємства за звітний період потрібно порівнювати результати звітного періоду, які були понесені для одержання доходів, з минулими періодами.

Аналіз фінансових результатів ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» наведено в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3. Аналіз фінансових результатів ПрАТ «Криворізька швейна фабрика»

Показники	Періоди, роки			Зміни			
	2021	2022	2023	абсолютні		відносні	
				2022/ 2021	2023/ 2022	2022/ 2021	2023/ 2022
1. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	191271	81 183	75 946	-110088	-5236	-57,6	-6,5
2. Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	149023	73 566	67 324	-75457	-6242	-50,6	-8,5
3. Валовий: прибуток, тис. грн	42248	7 617	8 622	-34631	+1005	-81,9	+13,2
4. Інші операційні доходи, тис. грн	549	3 342	383	+2793	-2259	+6 разів	-88,5
5. Адміністративні витрати, тис. грн	5578	7 071	6 529	1493	-542	+26,8	-6,3
6. Витрати на збут, тис. грн	497	89	431	-408	+342	-82,1	+5 разів
7. Інші операційні витрати, тис. грн	30901	2 445	1 736	-28456	-709	-92,1	-28,9
8. Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток, тис. грн	5821	1 354	309	-4467	-1045	-7,7	-77,2

9. Інші доходи, тис.грн	14	5	43	-9	+38	-64,3	+9 разів
10. Фінансовий результат до оподаткування: прибуток, тис.грн	5835	1 359	352	-3376	-1007	-76,6	-74,1
11. Витрати (дохід) з податку на прибуток, тис. грн	1050	0	-1	-1050	-1	-100,0	-100,0
12. Чистий фінансовий результат: прибуток, тис. грн	4785	1 359	351	-3424	-1008	-71,6	- 73,2

Із таблиці 2.3 можна зробити наступні висновки.

Валовий прибуток фабрики був зменшений у 2022р на 51,9, але у 2023р він збільшився на 13,2%. Таки зміни обумовлені показниками чистого доходу від реалізації продукції та собівартістю реалізованої продукції, оскільки він розраховується як різниця між доходом та собівартістю.

Інші операційні доходи у 2022р були збільшені у 6 разів, однак, у 2023р вони зменшились на 88,5%.

Слід зауважити, що до інших операційних доходів відносяться і доходи від реалізації іноземної валюти, доходи від операційної оренди активів, доходи від операційної курсової різниці, суми штрафів, пені, санкцій, але більша частина цих статей не є складовими фінансової діяльності ПрАТ «Криворізька швейна фабрика».

Адміністративні витрати у 2022р були збільшені на 26,8%, у 2023р відзначається їх зменшення на 6,3%.

Адміністративні витрати представлені загальногосподарськими витратами, до складу яких входять витрати на утримання управлінського персоналу, витрати на відрядження, на утримання основних засобів загального користування та інші матеріальні не обігові активи загального призначення (амортизація, ремонт, комунальні послуги тощо).

Витрати на збут у 2023р зросли у 5 разів внаслідок збільшення витрат на реалізацію продукції, витрат на доставку продукції споживачам.

Інші операційні витрати (вартість робіт, послуг сторонніх підприємств, сума зборів, втрати від курсових різниць, знецінення запасів, псування

цінностей, списання та уцінки активів, сума фінансових санкцій тощо) були зменшені у 2022р на 92,1%; у 2023р це зменшення склало 28,9%.

Внаслідок таких змін фінансовий результат до оподаткування був у 2022р зменшений на 76,6%. у 2023р це зменшення становило 74,1%. Зменшення чистого фінансового результату у 2022р складало 71,6%, у 2023р - 73,2%.

Таким чином, на основі аналізу фінансових результатів ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» можна відзначити зниження ефективності виробничо-господарської діяльності, хоча фабрика знаходиться у прибутковій зоні й має 351 тис. грн чистого прибутку у 2023 році.

Надалі проведемо аналіз основних показників фінансового стану, а саме показників стійкості та платоспроможності.

Результати аналізу наведені в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4. Аналіз показників стійкості та платоспроможності ПрАТ «Криворізька швейна фабрика»

Показники	Рекомендована межа	Періоди, роки			Зміни	
		2021	2022	2023	2022/ 2021	2023/ 2022
Фінансова автономія	0,4- 0,6.	0,63	0,47	0,25	- 0,16	- 0,22
Поточна ліквідність	В рамках 1-3, однак, більш бажаним є значення 2-3.	1,34	0,59	0,74	- 0,75	+ 0,15

Із таблиці 2.4 видно, що коефіцієнт фінансової автономії має знижувальну тенденцію за період аналізу. У 2022р він був зменшений на 0,16 пунктів, у 2023р це зниження склало 0,23 пункти, й у цьому році показник не відповідає рекомендованому значенню.

Аналіз показав, що питома вага власного капіталу у загальній величині усіх джерел зменшується. Це вказує на збільшення фінансової залежності від

зовнішніх джерел фінансування, підприємство знижує свою фінансову стійкість.

Поточна ліквідність фабрики має змінний характер. У 2022р вона була зменшена на 0,75 пункти, у 2023р показник збільшився на 0,15 пунктів.

Поточна ліквідність у 2022-2023 рр не відповідає рекомендованій межі. Величина оборотних активів зменшується, що вказує на погіршення платоспроможності підприємства, у розпорядженні фабрики є недостатня величина оборотних активів для погашення короткострокових зобов'язань.

Таким чином, можна відзначити, що за період аналізу фінансовий стан ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» в цілому погіршується.

З метою уникнення такого стану доцільно запровадити низку коригуючих заходів в управлінні фінансовою та економічною діяльністю.

2.3. Аналіз рентабельності ПрАТ ПрАТ «Криворізька швейна фабрика»

Проведемо аналіз економічної рентабельності ПрАТ «Криворізька швейна фабрика».

Найбільш розповсюдженим є метод розрахунку ROI. Це фінансовий коефіцієнт, котрий показує рівень прибутковості або збитковості бізнесу із урахуванням суми інвестицій в бізнес.

Він розраховується за формулою $ROI = (\text{дохід} - \text{собівартість}) / \text{собівартість}$.

ROI як показник ефективності показує ефективність вкладень, спрямованих на покриття поточних витрат. Це коефіцієнт повернення інвестицій.

Економічна рентабельність - це фінансовий показник, що відображає скільки прибутку отримує підприємство на одиницю витрачених ресурсів.

Економічна рентабельність - це загальний коефіцієнт, що показує наскільки ефективно працює підприємство, враховуючи всі фінансові й виробничі ресурси незалежно від джерел їх надходження.

Аналіз економічної рентабельності ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» наведений у таблиці 2.5.

Таблиця 2.5. Аналіз економічної рентабельності ПрАТ «Криворізька швейна фабрика»

Показники	Періоди, роки			Зміни абсолютні		Зміни відносні	
	2021	2022	2023	2022/ 2021	2023/ 2022	2022/ 2021	2023/ 2022
1. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт послуг), тис. грн	191271	81 183	75 946	-110088	-5236	-57,6	-6,5
2. Собівартість реалізованої продукції, тис. грн	149023	73 566	67 324	-75457	-6242	-50,6	-8,5
3. Економічна рентабельність, %	28,3	10,4	12,8	- 17,9	+2,4		

Із таблиці 2.5 видно, що економічна рентабельність має змінний характер. Так, у 2022 р вона була зменшена на 17,9% проти 2021 р. У 2023р цей показник був збільшений на 2,4% за рахунок зменшення собівартості реалізованої продукції. Це означає, що ефективність вкладень, спрямованих на покриття поточних витрат, поліпшилась.

Проведемо аналіз фінансової рентабельності фабрики.

Фінансова рентабельність визначає ефективність інвестицій власників підприємства, котрі надають підприємству ресурси або залишають у його розпорядження всю чи частину прибутку, котрий їм належить.

Під фінансовою рентабельністю розуміють рентабельність власного капіталу. Вона характеризує за змістом ефективність використання власного капіталу.

Рентабельність власного капіталу розраховується проводиться за формулою: $PVK = \frac{ЧП}{ВК} \times 100\%$,

де ЧП - чистий прибуток;

ВК - власний капітал.

Розрахунок фінансової рентабельності ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» наведено в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6. Аналіз фінансової рентабельності ПрАТ «Криворізька швейна фабрика»

Показники	Періоди, роки			Зміни абсолютні		Зміни відносні	
	2021	2022	2023	2022/ 2021	2023/ 2022	2022/ 2021	2023/ 2022
1. Чистий прибуток, тис. грн	4785	1 359	351	-3424	-1008	-71,6	- 73,2
2. Власний капітал, тис. грн	7726	13 870	14 222	+6144	+352	+79,5	+2,5
3. Фінансова рентабельність, %	61,9	9,8	2,5	- 52,1	- 7,3		

Із таблиці 2.6 видно, що фінансова рентабельність за період аналізу знижується, так у 2022р проти 2021р це зниження складало 52,1%, у 2023р воно становило 7,3%. Це означає, що частина прибутку, яку отримує підприємство з кожної грошової одиниці використаного капіталу, зменшується, що негативно впливає на фінансовий стан підприємства.

Рентабельність активів визначається як співвідношення прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства, та середньої величини активів і множиться на 100%: $R_a = (ЧП / СЗА) \times 100\%$,

де ЧП - чистий прибуток;

СЗА - середньозважена величина активів.

Цей показник характеризує прибуток, що отриманий підприємством з кожної грошової одиниці, авансованої на формування активів. Цей показник визначає ефективність капіталу підприємства.

Аналіз рентабельності активів наведено в таблиці 2.7.

Таблиця 2.7. Аналіз рентабельності активів ПрАТ «Криворізька швейна фабрика»

Показники	Періоди, роки			Зміни абсолютні		Зміни відносні	
	2021	2022	2023	2022/ 2021	2023/ 2022	2022/ 2021	2023/ 2022
1. Чистий прибуток, тис. грн	4785	1 359	351	-3424	-1008	-71,6	- 73,2
2. Активи, тис. грн	12150	29 259	55 909	+17109	+26650	+140,8	+91,1
3. Рентабельність активів, %	39,4	4,6	0,7	- 34,8	- 3,9		

Із таблиці 2.7 видно, що у 2022-2023 рр значно зменшується рентабельність активів підприємства за причини зменшення чистого прибутку.

В аналізі окрім показників рентабельності усієї сукупності активів розраховують також показники рентабельності основних і оборотних засобів.

Рентабельність оборотних активів розраховується як співвідношення прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства та середньої величини оборотних активів і множиться на 100%.

Аналіз показників рентабельності основних і оборотних засобів ПрАТ наведено в таблиці 2.8.

Таблиця 2.8. Аналіз показників рентабельності основних і оборотних засобів ПрАТ «Криворізька швейна фабрика»

Показники	Періоди, роки			Зміни абсолютні		Зміни відносні	
	2021	2022	2023	2022/ 2021	2023/ 2022	2022/ 2021	2023/ 2022
1. Рентабельність необоротних активів, %	48,7	6,7	1,4	- 42,0	- 5,3	-11,2	-1,2
2. Рентабельність оборотних активів, %	104,9	15,0	1,1	- 89,9	- 13,9	-13.2	-12.1

Із таблиці 2.8 видно, що за період аналізу відзначається зниження рентабельності як необоротних, так і оборотних активів.

Наступним показником є рентабельність продукції, вона розраховується як співвідношення прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства та повної собівартості реалізованої продукції і множиться на 100%. У чисельнику цієї формули може бути прибуток від реалізації продукції. Цей показник визначає яку величину прибутку має підприємство з кожної грошової одиниці, що витрачена на виробництво й реалізацію продукції. У ряді випадків рентабельність продукції може бути розрахована як співвідношення прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства, та суми виручки від реалізації продукції.

Аналіз рентабельності продукції ПрАТ наведений у таблиці 2.9.

Таблиця 2.9. Аналіз рентабельності продукції ПрАТ «Криворізька швейна фабрика»

Показники	Періоди, роки			Зміни абсолютні		Зміни відносні	
	2021	2022	2023	2022/ 2021	2023/ 2022	2022/ 2021	2023/ 2022
1. Чистий прибуток, тис. грн	4785	1 359	351	-3424	-1008	-71,6	- 73,2
2. Собівартість реалізованої продукції, тис. грн	149023	73 566	67 324	-75457	-6242	-50,6	-8,5
3. Рентабельність продукції, %	3,2	1,8	0,5	- 3,2	- 1,3		

Із таблиці 2.9 видно, що рентабельність продукції за період аналізу має знижувальну тенденцію.

Одним із найбільш розповсюджених показників рентабельності є рентабельність продажів. Цей показник розраховується як співвідношення прибутку від реалізації продукції та виручки від реалізації продукції і множиться на 100%.

Рентабельність продажів характеризує питому вагу прибутку у складі виручки від реалізації продукції (норму прибутковості). Якщо рентабельність продажів має тенденцію до зниження, то це вказує на зниження конкурентоспроможності продукції на ринку, так як відображає зниження попиту на продукцію.

Аналіз рентабельності продажів наведений у таблиці 2.10.

Таблиця 2.10. Аналіз рентабельності продажів ПрАТ «Криворізька швейна фабрика»

Показники	Періоди, роки			Зміни абсолютні		Зміни відносні	
	2021	2022	2023	2022/ 2021	2023/ 2022	2022/ 2021	2023/ 2022
1. Валовий прибуток, тис. грн	42248	7 617	8 622	-34631	+1005	-81,9	+13,2
2. Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	149023	73 566	67 324	-75457	-6242	-50,6	-8,5
3. Рентабельність продажів, %	71,6	10,4	12,8	-61,2	+ 2.4		

Із таблиці 2.10 видно, що рентабельність продажів була зменшена на 61,2% у 2022 р. порівняно з 2021 р., однак, у 2023 р порівняно із 2022 р вона зросла на 2,4%. Така зміна пояснюється зростання валового прибутку та зниженням собівартості у 2023 р.

У проблеми падіння рентабельності є досить важливі причини.

Так, збільшення оплати праці є однією із причин зниження рентабельності.

Звичайно причиною падіння рентабельності є негативні зовнішні умови, такі як зниження попиту на продукцію та зростання конкуренції. Ці умови мають вплив на зниження прибутку підприємства. Однак крім продажів на прибуток мають вплив витрати. Саме тут виявляється основна проблема.

Так, на ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» відзначається зростання середньої заробітної плати у 2022р на 10,7%, у 2023р на 4,9%.

У той же час зниження продуктивності праці у 2022р становило 57,2%, у 2023р 4,7%.

Отже, відзначається більш швидке зростання оплати праці, ніж продуктивності. Хоча закони економіки вказують, що зростання заробітної плати повинне відставати від зростання продуктивності. Як показав аналіз, на ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» відбувається все навпаки: зростання оплати праці перевищує зростання продуктивності праці. Саме цей факт є причиною зниження рентабельності.

Загалом в Україні щороку року зменшується кількість населення працездатного віку, в результаті виникає конкуренція на робочу силу. З метою утримання працівників на підприємстві постійно проводиться зростання розміру оплати праці. Однак, зростання оплати праці повинне супроводжуватись більш високим зростанням продуктивності праці. Низький рівень продуктивності праці є однією із проблем ПрАТ «Криворізька швейна фабрика».

Зростання фонду оплати праці при відсутності потрібного зростання продуктивності праці може призвести до стагнації підприємства.

Отже, виникає необхідність зростання продуктивності праці. При цьому можуть бути використані такі стратегії зростання прибутку:

- вироблення такої ж кількості продукції при меншій кількості працівників; збільшити продуктивність праці можливе при зменшенні кількості персоналу та виробляти таку ж кількість продукції; за рахунок зменшення фонду оплати праці може бути збільшена рентабельність;

- випуск більшого обсягу продукції при незмінній кількості працівників.

Збільшуючи продуктивність праці можна зменшити собівартість та збільшити рентабельність, може з'явитися можливість встановити ціни на продукцію нижчі, ніж ринкові, що спричинить зростання кількості покупців та розширення ринку збуту.

На даний час основною задачею менеджменту ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» є задоволення потреб споживачів в одязі високої якості та різноманітного асортименту. Тут важливе значення відводиться технологічному процесу.

Однією із важливих проблем фабрики є наявність високої питомої ваги імпортової продукції та присутність нелегального імпорту.

Відсутність сировинної бази також є причиною зниження рентабельності фабрики.

Продукція фабрики утримується на ринку завдяки утримання цін при зростаючих витратах. Недостатня величина оборотних засобів для закупівлі сировини спричиняє зменшення обсягів випуску продукції, що призводить до зниження рентабельності. Вирішення проблеми пов'язане зі зростанням якості продукції, що потребує запровадження інноваційних технологій.

Таким чином, виникає необхідність запровадження заходів, що пов'язані з поліпшенням управління рентабельністю.

Як висновок, можемо підсумувати наступне.

Чистий дохід від реалізації продукції ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» за період 2021-2023 рр має тенденцію до зниження, хоча меншими темпами, ніж у попередні роки.

Відзначається зменшення собівартості реалізованої продукції. Відмічається також зменшення валового прибутку, в основному, за рахунок зниження собівартості продукції.

На ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» відзначається стрімке падіння чистого фінансового результату. Однією із причин є зниження чистого доходу від реалізації продукції.

На підприємстві визначається також зменшення продуктивності праці.

На підприємстві відзначається збільшення величини активів, що вказує на поліпшення виробничого потенціалу підприємства.

Власний капітал ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» за останні роки був збільшений внаслідок збільшення нерозподіленого прибутку.

Таким чином, можна підсумувати, що за період аналізу ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» знижує ефективність своєї виробничої діяльності.

Аналіз фінансових результатів показав зростання за останній рік валового прибутку. Таки зміни обумовлені показниками чистого доходу від реалізації продукції та собівартістю реалізованої продукції, оскільки він розраховується як різниця між доходом та собівартістю.

Загальний фінансовий результат зменшився, можна відзначити зниження ефективності виробничо-господарської діяльності, хоча ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» знаходиться у прибутковій зоні й має суттєвий чистий прибуток.

На ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» коефіцієнт фінансової автономії має знижувальну тенденцію і не відповідає рекомендованому значенню.

Аналіз показав, зменшення питомої ваги власного капіталу у загальній величині усіх джерел. Це вказує на збільшення фінансової залежності від зовнішніх джерел фінансування, підприємство знижує свою фінансову стійкість.

Загалом, за період аналізу фінансовий стан ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» погіршується.

З метою уникнення такого стану доцільно запровадити низку коригуючих заходів в управлінні фінансової та економічної діяльності.

Фінансова рентабельність за період аналізу знижується. Це означає, що частина прибутку, що отримує підприємство з кожної грошової одиниці використаного капіталу, зменшується, що негативно впливає на фінансовий стан підприємства.

За останні три роки значно зменшується рентабельність активів підприємства за причини зменшення чистого прибутку, відзначається зниження рентабельності як необоротних, так і оборотних активів.

Рентабельність продукції за період аналізу також має знижувальну тенденцію.

Рентабельність продажів зменшується за рахунок зростання валового прибутку та зниженням собівартості у останньому році.

У проблем падіння рентабельності є досить важливі причини, і у тому числі збільшення розміру оплати праці. Відзначається більш швидке зростання оплати праці, ніж продуктивності. Саме цей факт є причиною зниження рентабельності. Зростання фонду оплати праці при відсутності потрібного зростання продуктивності праці може призвести до стагнації підприємства.

Звичайно, суттєвою причиною падіння рентабельності є негативні зовнішні умови, зокрема такі як зниження попиту на продукцію та зростання конкуренції. Однак, крім продажів на прибуток мають вплив витрати. Виявляється основна проблема необхідності покращення управління витратами.

Отже, для ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» є необхідність покращення управлінських дій щодо зростання продуктивності праці.

Таким чином, для ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» виникає необхідність запровадження заходів, що пов'язані з поліпшенням управління рентабельністю.

РОЗДІЛ 3. ОБГРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ПОЛІПШЕННЯ УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ ПрАТ «КРИВОРІЗЬКА ШВЕЙНА ФАБРИКА»

3.1. Напрями підвищення рентабельності підприємства

Різновиди показників рентабельності визначають альтернативність пошуку шляхів її зростання. При аналізі шляхів зростання рентабельності необхідно розділити вплив зовнішніх і внутрішніх факторів. Однією із умов ефективного розвитку підприємстві є розширення ринку збуту продукції за рахунок зниження цін, але на практиці це не завжди є виправданим. Тому увага до цього фактору є менш важливою, ніж збільшення обсягів виробництва, зниження собівартості, зростання віддачі засобів виробництва.

Для підвищення ефективності розвитку ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» фактори, що впливають на цей процес, слід розглядати та аналізувати виробничо-господарські фактори у комплексі та взаємозв'язку. Цей комплекс має включати: рівень організації виробництва і управління; структуру капіталу та джерел його формування; рівень використання виробних ресурсів; обсяг і якість продукції; витрати на виробництво та собівартість виробів; всі статті формування прибутку.

Вже підкреслювалось, що рентабельність є складною категорією, бо характеризує комплекс показників і показує наскільки прибутковою є діяльність підприємства.

Фактори зростання рентабельності виробництва можна визначити наступним чином: чим більшим є доход підприємства і чим з меншою вартістю основних і оборотних засобів він досягається і чим більш ефективно вони використовуються, тим вищою є рентабельність виробництва.

Варіанти та умови пошуку шляхів підвищення рентабельності визначаються різновидом їх характеристик. При детальному розгляді умов, що впливають на рентабельність, їх доцільно розподілити на зовнішні та внутрішні.

До зовнішніх умов насамперед відносяться умови розширення ринку збуту за рахунок зниження цін на продукцію. Внутрішні умови є більш значними, це зростання обсягів виробництва, зниження собівартості продукції, поліпшення віддачі основних засобів тощо.

Основою зростання рівня рентабельності має бути запровадження інновацій, це дозволить виробляти нові види продукції з поліпшеною якістю, Доцільно також розширювати ринку збуту, запроваджувати організаційні управлінські нововведення.

Підприємство за цільовим змістом свого функціонування має намагатись розвивати свою діяльність. Зростання та розвиток підприємства повинне ґрунтуватись на дослідженнях та реалізації стратегії й тактики управління процесом формування та підвищення рентабельності.

Одним із підходів щодо підвищення рентабельності є управління факторами, що характеризують рентабельність:

- прискоренням товарної оборотності;
- скорочення величини витрат;
- зростанням норми рентабельності за рахунок зростання вартості.

В сучасних ринкових умовах господарювання значення показника рентабельності має осучаснене трактування як запорука для забезпечення прибутковості та стабільності розвитку підприємства.

Ключовими шляхами зростання рентабельності є зростання абсолютної суми прибутку та зниження витрат на виробництво продукції. Для цього необхідно використовувати досягнення науково-технічного прогресу, що забезпечить зростання продуктивності та зменшення вартості одиниці ресурсів, які застосовуються у виробництві.

Виділимо основні заходи зростанні рентабельності. Вони наведені в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1. Основні заходи зростанні рентабельності підприємства

Заходи зростанні рентабельності підприємства.
1. Удосконалення ресурсозбереження.
2. Зростання обсягів випуску продукції.
3. Підвищення конкурентоспроможності продукції.
4. Підвищення продуктивності праці.
5. Зниження умовно-постійних витрат.
6. Зниження витрат на оплату праці.
7. Розробка системи знижок на продукцію.

Зробимо деякі пояснення щодо інформації, що наведена в таблиці 3.1.

Стосовно першого напряму, неефективне планування використання ресурсів для виробництва стає наслідком перевитрат ресурсів, призводить до зростання собівартості продукції та зростання витрат підприємства. Заходи з ресурсозбереженні мають бути спрямовані на поліпшення планування ресурсів що буде спричиняти зниження витрат. Підприємств отримає можливість виробити більше продукції та поліпшити її конкурентоспроможність за рахунок зниження витрат. Це буде позитивно впливати на збільшення рентабельності.

Зростання обсягу реалізації продукції буде спричиняти зростання доходів підприємства, ефективними будуть заходи щодо просування продукції на діючих сегментах ринку та засвоєння нових.

Стосовно третього напрямку, на конкурентоспроможність мають вплив фактори зниження собівартості, поліпшення використання ресурсів, ефективно планування виробництва, маркетингова діяльність. Зростанні конкурентоспроможності призведе до зростання привабливості продукції для споживачів, спричинить зростання попиту на продукцію, що матиме позитивний вплив на рентабельність.

Показник продуктивності праці характеризує результативність праці як кількість виробленої продукції за одиницю часу. Низька продуктивність праці свідчить про неефективне використання ресурсів, внаслідок чого відбувається скорочення обсягів виробництва, питомої ваги ринку та конкурентоспроможності. Для ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» вже підкреслювалась необхідність зростання продуктивності праці, що

забезпечить зниження собівартості, збільшення прибутку та тим самим підвищення рентабельності. На продуктивність праці мають вплив використання кадрів, техніки й технології. Запровадження заходів, спрямованих на зростання продуктивності праці, будуть запорукою зростання прибутку та рентабельності.

Заходи зі зниження умовно-постійних витрат будуть ефективним методом зниження витрат на продукцію, що призведе до зростання рентабельності.

Для підвищення ефективності використання трудових ресурсів необхідне є запровадження заходів щодо зниження витрат на оплату праці, що забезпечить зниження собівартості що призведе до зростання рентабельності.

Розроблення системи скидок буде ефективним методом стабільності продажів, буде забезпечена стабільність отримання доходів.

Таким чином, запровадження запропонованих заходів буде забезпечувати зростання рентабельності.

Основним фактором, що впливає на рентабельність підприємства є прибуток. Зростання прибутку є важливою задачею керівників і менеджерів підприємства. Від його величини залежить успішність та ефективність підприємства.

Поняття прибутку пов'язане з поняттям фінансового результату, що є основою здійснення будь-якої виробничої діяльності, є її метою, запорукою економічного розвитку, джерелом формування фінансових результатів, що забезпечують розвиток підприємства, джерелом приросту ринкової вартості підприємства.

В умовах функціонування ПрАТ «Криворізька швейна фабрика перед його керівництвом постають задачі, спрямовані на швидку та ефективну реалізацію своїх наступних стратегічних цілей:

- забезпечення досягнення максимально можливого розміру прибутку, впершу чергу за рахунок раціонального поєднання ресурсного потенціалу та з умовами ринкової кон'юнктури;

- забезпечення умов збереження оптимальної пропорції між рівнем прибутку рівнем ризику;
- забезпечення рівня прибутку як резерву зростання підприємства;
- забезпечення ефективності дії інвестованого капіталу.

Величину прибутку формують собівартість продукції, обсяги реалізації та рівень цін.

Найвпливовішим фактором є собівартість, яка у структурі ціни займає значну питому вагу, що має вплив на зростання прибутку. Усі фактори зростання прибутку можна сформулювати за наступними основними групами:

- зростання обсягів випуску продукції, окрім явного ефекту від зростання обсягів продажів підприємство отримує додатковий економічний за рахунок зниження питомої ваги в кожній одиниці продукції;

- зниження собівартості продукції, при зниженні витрат на виробництво, яке не дуже вагомо впливає на якість продукції та не призводить до зміни ціни, коли на підприємстві зростає маржа з кожної проданої одиниці продукції, або на підприємстві знижується ціна з метою залученні нових покупців;

- поліпшення якості продукції і як наслідок зростання ціни;

- удосконалення асортименту і номенклатури продукції, сутність полягає в зміні структури випуску продукції, метод спрямований на зростання тієї категорії продукції, що приносить більше прибутку.

Не менш важливим фактором впливу на величину рентабельності є собівартість продукції. Проблема зниження собівартості залишається основною для успішного функціонування підприємства, бо забезпечує отримання найбільшого ефекту з найменшими витратами, економію трудових, матеріальних і фінансових ресурсів. Собівартість продукції є одним із важливих показників діяльності підприємства. Для її зниження необхідно розробити ряд заходів.

Основними проблемами зростання собівартості продукції є:

- застаріле обладнання та використання затратних технологій,
- недосконала організація праці та виробництва;

- низький рівень продуктивності праці.

Важливою умовою зниження собівартості продукції є запровадження досягнень технічного та технологічного прогресу, а саме: запровадження сучасної техніки, механізація і автоматизація виробничих процесів, удосконалення технології, використання нових матеріалів.

Зниження собівартості продукції забезпечується зростанням продуктивності праці за рахунок зниження витрат праці в розрахунку на одиницю продукції.

Основною умовою зниження витрат сировини і матеріалів на виробництва одиниці продукції залишається удосконалення технології виробництва, покращення методів організації праці, оптимізація норм витрат сировини.

Керівництву ПрАТ «Криворізька швейна фабрика слід пропадити заходи зниження сум цехових та загальнозаводських витрат в цілому по підприємству, що теж в результаті сприяє зниженню собівартості.

При управлінні діяльністю зі зниження собівартості продукції необхідно виявляти виробничі і поточні резерви. Оптимальність використання виробничих резервів знижує ризики виробничих збоїв, враховує зміни цін на сировину й матеріали.

Поточні резерви виявляються в процесі функціонування підприємства шляхом динамічного співставлення фактичних та запланованих результатів. До них відносять: скорочення втрат ресурсів і робочого часу, ліквідацію простоїв, ліквідацію нераціонального використання сировини.

Основні напрями економії матеріальних витрат є:

- скорочення відходів і втрат;
- ліквідація браку;
- запровадження нових видів матеріалів;
- зменшення повернених відходів;
- зниження витрат на основну заробітну плату;
- збільшення обсягу випуску продукції, що призводить до зменшення умовно-постійних витрат;

- правильний вибір потужності обладнання;
- зменшення витрат на ремонт обладнання шляхом вибору прогресивних методів ремонту;
- зниження цехових і загально виробничих витрат в результаті скорочення адміністративно-управлінського персоналу.

В економії матеріальних ресурсів важливе значення належить переходу на ресурсозберігаючу техніку та прогресивну технологію виробництва, забезпеченню безвідходних способів обробки.

Виявлення та використання резервів зниження матеріальних витрат доцільно вести на основі побудови балансу витрат матеріальних ресурсів за усіма складовими.

Таким чином, можна виснувати, що в собівартості як узагальнюючому економічному показнику, знаходять відображення усі сторони діяльності підприємства: рівень технологічного оснащення виробництва, освоєння технологічних процесів, рівень організації виробництва та праці, рівень використання виробничих потужностей, економічність використання матеріальних і трудних ресурсів та інші умови, що характеризують виробничо-господарську діяльність підприємства.

Із цього можна зробити висновок, що якщо собівартість продукції постійно зростає і її неможливо зменшити, то це свідчить, що виробничо-господарська діяльність ПрАТ «Криворізька швейна фабрика знаходиться у кризовому стані. Для того, щоб вийти із кризи та знизити собівартість продукції необхідно запровадити низку заходів для досягнення бажаного результату. Вони можуть бути наступними.

1. Підвищення технічного та технологічного рівня виробництва за рахунок запровадження більш прогресивних технологій; автоматизації виробничих процесів; поліпшення використання запасів; зміна технічних характеристик виробів за умов постійного аналізу змін впливу на собівартість;

2. Удосконалення організації виробництва за рахунок змін в організації праці та за умов розвитку спеціалізації виробництва; удосконалення управління і скорочення відповідних управлінських; впровадження заходів

щодо поліпшення використання основних фондів; скорочення транспортних витрат; оптимізація управлінських рішень.

3. Зміни обсягу і структури продукції, що призведе до зменшення умовно-постійних витрат, поліпшення асортименту продукції та якості.

4. Введення нових структурних підрозділів і процесів, об'єднання суміжних виробництв, налагодження випуску комплектуючих виробів власними силами дозволять суттєво знизити собівартість готової продукції.

Таким чином, запровадження наведених факторів зниження собівартості продукції буде спричиняти зростання ефективності виробництва та сприятиме зростання рентабельності підприємства.

3.2. Шляхи зростання рентабельності продажів

Рентабельність продажів це показник прибутковості бізнесу, що визначає який відсоток чистого прибутку отримує підприємство від загального обсягу продажів. Розрахунок рентабельності характеризує ефективність розвитку бізнесу. Кожне підприємство повинне контролювати рентабельність, оскільки цей показник дає уяву про прибутковість, витрати, стабільність роботи.

При самій сприятливій тенденції витрати повинні знижуватись, а виручка збільшуватись. Це може бути досягнуте внаслідок зростання цін, зміни асортименту продукції, перегляду норм витрат та ефективного управління. Це означає, що підприємства реалізує продукцію за ціною, що перевищує собівартість, це позитивно впливає на рентабельність продажів.

Низький рівень рентабельності вказує на те, що потрібно переглянути ціноутворення, витрати на виробництво, а також стратегію управління.

Рентабельність продажів розраховується як співвідношення чистого прибутку та виручки. Це дозволяє визначити скільки прибутку отримує підприємство від кожної гривні загальної виручки.

Рентабельність продажів можна збільшити за рахунок: підвищення ціни на продукцію; мотивації відділу продажів; зниження собівартості,

підвищення чеку клієнта, розширення каналів збуту. Для визначення найліпшого способу зростання рентабельності продажів потрібно виявити причини зниження кожного показника.

Підвищення ціни на продукцію здається самим простим способом. Однак, реакція клієнтів залежить від того, як давно підприємство функціонує на ринку, чи є воно авторитетним, чи має воно кредит довіри. Постійні та лояльні клієнти не відмовляться від продукції внаслідок незначного зростання ціни. Однак треба надати пояснення зростання ціни. Для початку треба збільшити ціну на саму популярну продукцію. Однак, щоб зростання ціни не було вразливим для покупців можна запровадити вигідні пропозиції, наприклад, запропонувати деяку короткотермінову знижку, доставку продукції безкоштовно.

Для зниження собівартості потрібно провести аналіз всіх витрат і прийняти рішення які можна зменшити. Для цього можна використати наступні заходи. По-перше, це скорочення персоналу, що передбачає перегляд ролі кожного працівника, звільнення тих, які не виконують план і винагородження тих, які приносять найбільший прибуток. Також можна запровадити оплату праці за кількість виконаної роботи.

Другим важелем зниження собівартості є зниження витрат на сировину за рахунок надання переваги більш дешевому матеріалу або пошук поставника з більш низькими цінами та скидками на більший обсяг закупівель.

Також важелем зниження собівартості є оптимізація витрат на склад, логістику, комунальні послуги. Використання складу має бути прорахованим, оптимальним. Треба використовувати більш економні технології, клієнти можуть забирати продукцію самостійно, можна використовувати ресурс інтернет-пересилань.

З метою зниження собівартості продукції доцільно проводити мотивацію працівників відділу продажів. Для цього потрібно проводити винагородження персоналу, виплачувати премії за виконання й перевиконання плану. Потрібно проводити навчання персоналу, регулярно надсилати працівників на тренінги та конференції для підвищення їх кваліфікації.

Підвищити рентабельність продажі можна на основі підвищення чеку клієнта. Середній чек - це сума виручки від усіх купівель, поділена на їх кількість. Він визначає ефективність маркетингової стратегії.

Підвищення чеку клієнта можна здійснити на основі апселу та перехресних продажів.

Апсел - це схема продажів, котра підвищує вартість замовлення шляхом пропонування клієнтам продукції дорожче, ніж вони планували. Він допомагає збільшити прибуток шляхом пропонування клієнту більш модернізованого і дорогого товару, ніж обраний спочатку.

Метод перехресних продажів допомагає заставити клієнта купити більше продукції, ніж він планував, наприклад, пропонуючи супутні товари.

Збільшити рентабельність продажів можна за рахунок генерації більше лідів. Лід - це потенційний клієнт, якій виявив зацікавленість до продукції підприємства. Застосування маркетингових стратегій дозволяє перетворити лідів в клієнтів та здійснювати купівлі.

Для того, щоб сформувати широку базу клієнтів, необхідно вишукати потенційних клієнтів.

Генерація нових лідів – це стратегія яка дозволяє зосередитися на тільки на зацікавлених лідах. Це досить новий сучасний підхід оптимізації клієнтури.

Слід розрізняти холодних лідів як таких, що ще не готові придбати продукцію. Робота з ними полягає у ознайомленні їх з продуктом, його перевагам, працювати на сайті та в соцмережах.

Теплі ліди це люди, які є потенційними клієнтами, основна робота з ними - переконати, що пропонує мій продукт є найкращим рішенням, показати його переваги, застосовувати всі можливі маркетингові прийоми.

До сучасних стратегій залучення лідів відноситься блог.

Поширеним видом залучення покупців є контекстна реклама, яка базується на ключових словах сайту, на який заходить потенційний клієнт.

При роботі з лідами потрібно використовувати персоналізацію з конкретними пропозиціями з повним набором методів використання соцмереж.

Потенційно позитивним є застосування реферальних програми заохочення лідів.

Для створення великої бази лояльних необхідно генерувати лідів.

Підвищити рентабельність продажів можна шляхом просування продукції на різних каналах.

Якщо рентабельність знизилась внаслідок зниження продажів, то необхідно поліпшити маркетингову стратегію, збільшити кошти в просування продукції. Це призведе до збільшення продажів та допоможе побудувати стійкі взаємовідносини з клієнтами.

В SendPulse можна просунути бренд безкоштовно через email підприємства без будь-яких технічних навичок, без технічних навиків.

Застосування прийомів маркетингу дозволить суттєво підвищити рентабельність продажів та фінансову рентабельність.

Маючи досить сильні перспективи, ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» має всі підстави покращити систему управління рентабельністю.

3.3. Обґрунтування напрямів поліпшення управління рентабельністю ПрАТ «Криворізька швейна фабрика»

На даний час ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» відчуває багатократну конкуренцію на ринку, виникає потреба знижувати витрати та підвищувати ефективність. Як показав аналіз, рентабельність на підприємстві стала виражатись знижувальною тенденцією. За таких умов складно очікувати глобальних інвестицій в бізнес та отримання бажаної величини прибутку.

Керівництву ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» насамперед потрібно суттєво збільшувати продуктивність та ефективність персоналу. Такий стан потребує негайного запровадження системи управління виробництвом.

Виникає потреба знизити націнку на продукцію при всьому тому, що ціни на ресурси зростають, бо вони вже досягли світового рівня на фоні зниження купівельної спроможності населення. Ці фактори потребують від підприємства суттєвого зростання ефективності з метою забезпечення хоча б прийнятної рентабельності.

На сьогодні локальні заходи зниження витрат вже вичерпали себе. Потрібно забезпечити комплексний системний підхід щодо зростання рентабельності та прибутку.

Для цього управлінцям ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» потрібно сформувати власну виробничу систему управління рентабельністю. Потрібно спрямовувати зусилля на зростання продуктивності та залучати персонал до управління бізнесом.

Ключові проблеми поліпшення управління рентабельністю підприємства наведені в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2. Ключові проблеми поліпшення управління рентабельністю підприємства

Проблеми	Сутність вирішення проблем
1. Підвищення ефективності	Застосування важелів зростання рентабельності Використання важелів зростання оборотності активів
2. Зростання продуктивності	Забезпечення зростання продажів Забезпечення залучення персоналу в управління
3. Зниження цін	Максимальне зниження витрат в процесі виробництва Оптимізація ключових бізнес-процесів
4. Забезпечення конкурентоспроможності на рівні лідерів ринку	Формування стратегії та довгострокових цілей Вибір цільових сегментів та забезпечення їх задоволення Бічмаркет та використання кращих світових практик
5 Відсутність власної комплексної виробничої системи управління підприємством	Запровадження власної виробничої системи Запровадження системи результативного управління Використання ключової системи результативного управління Навчання власного менеджменту на усіх рівнях управління

Проблеми, що наведені в таблиці 3.2, пропонується вирішувати із використання більш результативного управління.

Воно передбачає прийняття та реалізацію рішень для бізнесу щодо забезпечення конкурентоспроможності та ефективності зростання прибутку й рентабельності.

Потрібно забезпечити зростання ефективності у досить невеликі терміни, це можна забезпечити за рахунок запровадження власної комплексної виробничої системи управління. Система результативне управління включає елементи ефективності, кожен із яких спричиняє приріст ефективності сам по собі.

Основні цілі запровадження системи результативного управління наведені в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3. Основні цілі запровадження системи результативного управління

Основні цілі запровадження системи результативного управління
1. Багатократне підвищення конкурентоспроможності та ефективності підприємства.
2. Забезпечення високого рівня обслуговування клієнтів та забезпечення з ними довготривалого співробітництва збільшуючи цінність клієнтів для підприємства.
3. Формування управлінців-лідерів світового рівня.
4. Зниження втрат.
5. Забезпечення залучення персоналу в управління підприємством.
6. Забезпечення залучення корисних пропозицій персоналу.
7. Удосконалення внутрішньої організації виробництва

Система управління повинна мати здатність підтримувати процеси перетворень, перетворювати її в постійно працюючий механізм, що призначений забезпечувати довгострокові переваги підприємства за ефективністю.

У результаті реалізації системи раціонального управління менталітет працівників буде зазнавати змін, з'являться цілеспрямованість та націленість на постійне поліпшення, контроль ефективності та оптимізацію витрат. Внаслідок цього поліпшиться якість продукції та зросте продуктивність праці.

Система раціонального управління повинна ґрунтуватися на кращих світових практиках управління бізнесом, котрі запроваджуються на

підприємстві з урахування його особливостей та можливостей. Дана система ґрунтується на системі збалансованих показників та напрацювань в системі проектного управління світових практик.

Раціональне управління передбачає можливість і необхідність поєднання організаційно-розпорядницьких та економічних методів з урахуванням конкретних обставин і цілей, котрі мають бути досягнуті.

При формуванні підходів до раціонального управління підприємство необхідно забезпечити раціональне управління трудовими ресурсами та раціональне управління матеріально-технічними засобами.

Управління, при якому раціонально використовуються всі види ресурсів називають раціональним.

До елементів систем результативного управління відносять такі, що наведені в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4. Елементи системи результативного управління

Елементи системи результативного управління
Формування стратегії розвитку, ринкової мети та формування розвитку для досягнення високого рівня ефективності.
Стратегічна трансформація результатів.
Формування цілей вищого рівня для керівників підрозділів та менеджерів, зв'язок цілей бізнесу й працівників, забезпечення мотивації.
Забезпечення стратегічного напрямку розвитку бізнесу
Формування умов оперативного вирішення проблем
Запровадження кращих практик менеджменту з метою забезпечення зростання, ефективності й конкурентоспроможності.
Забезпечення ефективного керівництва.
Формування управлінської команди.
Аналіз ринку, запровадження бічмаркінгу.
Управління ефективністю.
Оцінка та диференціація.
Ліквідація втрат.
Запровадження інновацій.

Система результативного управління повинна включати наступні напрями.

1. Цілі: бачення та стратегія розвитку підприємства, формування моделі, що досягатиме вищого професійного рівня.
2. Реалізація проекту трансформацій.

3. Формування каскаду цілей.
4. Формування команд трансформації, пріоритетних напрямів.
5. Формування системи оперативного вирішення проблем.
6. Пошук та запровадження кращих практик менеджменту.
7. Формування системи результативного управління.
8. Розвиток системи пошуку, розвиток талантів та формування команди.
9. Динамічний аналіз ринку та конкурентів.
10. Розвиток менеджменту.
11. Управління ефективністю, оцінка та диференціація.
12. Удосконалення оперативної системи, формування стандартних процедур.
13. Удосконалення організації робочих місць.
14. Формування системи інновацій.
15. Оперативне удосконалення бізнес-процесів, закріплення цільових сегментів ринку.

Трансформація підприємства повинна здійснюватись за трьома терміновими напрямками:

- розвиток ключових напрямів бізнесу, їх захист від конкурентів;
- створення нових напрямів діяльності;
- створення реальних можливостей для майбутнього зростання підприємства.

При цьому на підприємстві має формуватися особний план запровадження системи. За кожним напрямком трансформації потрібно формувати стратегічні проекти:

- проект 1 як трамплін - вихідний пункт: постановка цілей, напрями розвитку, стратегічні напрями розвитку бізнесу;
- проект 2 як точка зростання: формування клієнтів, напрямів зростання продажів;

- проект 3 - клієнти: встановлення цільових сегментів, забезпечення зростання доходів за сегментами, зростання рівня задоволення клієнтів, формування стратегії роботи з клієнтами;

- проект 4 - розвиток інновацій;

- проект 5 - система управління, формування ефективної системи управління керівника;

- проект 6 - удосконалення процесів;

- проект 7 - розвиток кар'єри;

- проект 8 - ліквідація витрат;

- проект 9 - постійні поліпшення.

Після реалізації кожного проекту потрібно проводити аудит запровадження проекту та проводити оцінку ефективності підприємства.

Система результативного управління повинна реалізуватися за наступними напрямками:

- зростання доходів;

- зниження витрат і втрат.

Максимальної ефективності ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» може досягти за рахунок запровадження поліпшення за декількома ключовими параметрами та стратегічно важливими напрямками.

Провідною задачею ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» має бути забезпечення зростання доходів за кожним перспективним сегментом ринку, за цим напрямком має бути зосереджена увага керівництва та менеджменту підприємства.

Для пошуку можливостей зростання ефективності та оптимізації витрат потрібно проводити аналіз витрат за бізнес процесами з метою виявлення тих, що дають максимальний ефект при оптимізації.

При цьому важливим є не лише зниження витрат, але й визначення переваг системи для внутрішньовиробничої діяльності підприємства.

На підприємстві доцільно виявити важелі підвищення прибутку та рентабельності. Кожен важіль привносить свій вклад в інтегрований результат запровадження системи результативного управління. Для цього потрібно

проводити аналіз ключових важелів зростання ефективності, забезпечити систему мотивації для кожного підрозділу підприємства та напрями відповідальності.

Приймаючи до уваги, що найважливішою задачею кожного керівника є отримання максимального ефекту бізнесу, потрібно забезпечити залучення усього персоналу до розвитку системи результативного управління та забезпечити відповідальність працівників.

Доцільним буде визначення глобальних точок зростання підприємства та визначити відповідальних працівників за забезпечення позитивних результатів, вони можуть бути наступними:

- точка зростання 1 - виявлення найбільш перспективних сегментів продажів;
- точка 2 - визначення перспективних каналів збуту продукції;
- точка 3 - виявлення найбільш перспективних клієнтів;
- точка 4 - виявлення найбільш перспективних видів продукції.

Розглянемо фактори підвищення ефективності управління рентабельністю. До них відносять наступні:

- зниження собівартості продукції;
- здійснення оперативного контролю за виробничо-господарською діяльністю підприємства;
- неперервність процесу ліквідації нерентабельних активів;
- планове удосконалення діяльності підприємства;
- складання декількох бюджетів господарчої діяльності підприємства;
- пошук «вузьких місць» діяльності підприємства;
- регулярне проведення аналізу резервів підвищення рентабельності підприємства.

Таким чином для ПрАТ «Криворізька швейна фабрика процес управління рентабельністю має складати систему, за якої синергуються цільові показники, критерії їх ефективності та розроблені моделі впливу.

Одним із важливих моментів для підвищення рентабельності підприємства є взаємозв'язок цілей самого підприємства з цілями всіх учасників: менеджерів, акціонерів, маркетологів, співробітників.

Для ПрАТ «Криворізька швейна фабрика найбільш реальним варіантом зростання показника рентабельності є зниження собівартості продукції за рахунок наступних факторів:

- поліпшення технології виробництва;
- технічного переоснащення виробництва;
- удосконалення роботи обслуговуючого виробництва;
- підвищення рівня професіоналізму працівників;
- удосконалення організації праці;
- пошук сучасних ефективних виробничих ресурсів.

Для підвищення рентабельності на основі виявлених впливів визначають величину витрат, виявляють резерви зниження витрат.

При управлінні рентабельністю повинні запроваджуватись заходи, що пов'язані із ціноутворенням, оптимізацією структури активів, джерел фінансування, контролем за роботою структурних підрозділів з застосуванням електронної системи документообігу; контролем за всіма плановими та фактичними показниками.

Окрім того, потрібно запроваджувати зміни в організації виробництва, розробляти ці напрями за кожним структурним підрозділом з урахування заходів щодо модернізації виробництва.

Для того, щоб показники рентабельності демонстрували стійке зростання повинне бути забезпечене постійне запровадження інновацій в господарчі процеси підприємства.

Доцільним буде складання двох бюджетів планування фінансової діяльності підприємства:

- звичайний бюджет, що являє собою кошторис доходів і витрат, котрі необхідні для планування звичайної діяльності:

- «інноваційний бюджет» - кошторис доходів і витрат за процесами, що спрямовані для перспективного розвитку підприємства, ці кошти повинні спрямовуватись на розробку нової продукції, оновлення технологій.

Важливим буде пошук причин зниження рентабельності.

Також необхідно проводити пошук резервів підвищення рентабельності за напрямками:

- зростання обсягів випуску продукції;
- підвищення ефективності ресурсних витрат;
- зниження витрат обігу.

Фінансовою стадією аналізу рентабельності повинне бути проведення фінансового контролю за досягнення поставлених цілей та значень контрольних показників.

Управління рентабельністю повинне бути одним із напрямів управління виробничою діяльністю підприємства. Тому керівництво повинне фокусувати свою увагу на даному напрямі роботи фінансових служб.

За своєю сутністю управління рентабельністю являє собою досягнення бажаної динаміки показників рентабельності. Відповідно, при управленні рентабельністю необхідно не лише фокусувати увагу на показниках прибутку, але й проводити аналіз структури активів, джерел фінансування, постійно здійснювати пошук шляхів підвищення ефективності та резервів зростання рентабельності.

Наведемо прогнозні показники розвитку ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» (таблиця 3.5).

Таблиця 3.5. Прогнозні показники розвитку ПрАТ «Криворізька швейна фабрика»

Показники	Варіанти		Зміни	
	базовий	прогнозний	абсолютні	відносні
1. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис.грн	75 946	77030	+ 1084	+ 1.4
2. Собівартість реалізованої продукції, тис. грн	67 324	66500	- 824	- 1.2
3. Валовий: прибуток, тис. грн	8 622	10530	+ 1908	+ 22,1

4. Чистий фінансовий результат, тис. грн	351	1130	+ 779	+220,0
Економічна рентабельність, %	12,8	15,8	+ 2,7	
Фінансова рентабельність, %	2.5	8.4	+ 5,9	

Розрахунки, що наведені в таблиці 3.5, вказують на доцільність запропонованих заходів, оскільки спричиняють зростання економічної та фінансової рентабельності.

Таким чином, рекомендовано спочатку при аналізі шляхів зростання рентабельності розділити вплив зовнішніх і внутрішніх факторів.

Фактори зростання рентабельності виробництва ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» можна визначити наступним чином: чим більшим є дохід підприємства і чим з меншою вартістю основних і оборотних засобів він досягається і чим більш ефективно вони використовуються, тим вищою є рентабельність виробництва.

Рекомендовані підходи щодо підвищення рентабельності зводяться до управління факторами, що характеризують рентабельність: прискоренням товарної оборотності; скорочення величини витрат; зростанням норми рентабельності за рахунок зростання вартості.

Відзначимо чергово, що ключовими шляхами зростання рентабельності є зростання абсолютної суми прибутку та зниження витрат на виробництво продукції. Зростання прибутку є важливою задачею керівників і менеджерів підприємства. Від його величини залежить успішність та ефективність підприємства.

Для ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» перед його керівництвом постають задачі, спрямовані на ефективність реалізації наступних стратегічних цілей: забезпечення оптимального розміру прибутку, оптимізація ресурсного потенціалу, оцінка в динаміці ринкової кон'юнктури, постійний контроль прибутку та рівня ризиків, стратегічне використання прибутку як резерву зростання підприємства.

Проблема зниження собівартості залишається основною для успішного функціонування ПрАТ «Криворізька швейна фабрика». Для її зниження необхідно розробити ряд заходів, у тому числі інвестиційних для припинення використання застарілого обладнання та затратних технологій. Потребує вдосконалення організація праці та виробництва з метою підвищення продуктивності праці, що забезпечить зниження витрати праці в розрахунку на одиницю продукції, тим самим реалізується зменшення питомої ваги заробітної плати в структурі собівартості.

Загальнооб'єктивною є рекомендація щодо зниження витрат сировини і матеріалів на виробництво одиниці продукції, запровадження є можливим за рахунок удосконалення технології виробництва, використання прогресивних методів організації праці, запровадження технічно обґрунтованих норм витрат сировини.

На основі проведеного аналізу виникають рекомендації щодо скорочення відходів і втрат; ліквідації браку; запровадження нових видів матеріалів; зменшення повернених відходів; зниження витрат на основну заробітну плату; збільшення обсягу випуску продукції; зниження цехових і загально виробничих витрат в результаті скорочення адміністративно-управлінського персоналу.

Як висновок з проведеного аналізу, ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» нагально потрібно збільшувати рентабельність продажів. Показано, що при самій сприятливій тенденції витрати повинні знижуватись, а виручка збільшуватись.

З точки зору обґрунтування напрямів поліпшення управління рентабельністю ПрАТ «Криворізька швейна фабрика», управлінцям наразі потрібно суттєво збільшувати продуктивність та ефективність персоналу. Такий стан потребує негайного запровадження системи управління виробництвом.

Визначено, що ключові проблеми поліпшення управління рентабельністю та умови їх вирішення зводяться до наступного: підвищення ефективності за рахунок використання важелів зростання рентабельності,

використання важелів зростання оборотності активів; зростання продуктивності за рахунок забезпечення зростання продажів, залучення персоналу в управління; зниження цін за рахунок ліквідація втрат в процесі виробництва, оптимізація ключових бізнес-процесів; забезпечення конкурентоспроможності на рівні лідерів ринку; запровадження власної комплексної виробничої системи управління підприємством за рахунок запровадження системи результативного управління, використання ключової системи результативного управління, навчання власного менеджменту на усіх рівнях управління.

Раціональне управління передбачає можливість і необхідність поєднання організаційно-розпорядницьких та економічних методів з урахуванням конкретних обставин і цілей, котрі мають бути досягнуті.

При формуванні підходів до раціонального управління підприємством необхідно забезпечити раціональне управління трудовими ресурсами та раціональне управління матеріально-технічними засобами.

В якості елементів системи результативного управління ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» доцільно застосовувати: формування стратегії розвитку, ринкової мети та формування розвитку для досягнення високого рівня ефективності; стратегічну трансформація результатів; формування цілей вищого рівня для керівників підрозділів та менеджерів; зв'язок цілей бізнесу й працівників; забезпечення мотивації; забезпечення стратегічного напрямку розвитку бізнесу; формування умов оперативного вирішення проблем; запровадження кращих практик менеджменту з метою забезпечення зростання, ефективності й конкурентоспроможності; забезпечення ефективного керівництва; формування управлінської команди; аналіз ринку, запровадження бічмаркінгу; управління ефективністю; оцінка та диференціація; ліквідація втрат; запровадження інновацій.

Рекомендованими факторами зростання показника рентабельності внаслідок зниження собівартості продукції можна назвати поліпшення технології виробництва, тобто технічне переоснащення виробництва; удосконалення роботи обслуговуючого виробництва; підвищення кваліфікації

та рівня професіоналізму працівників; поліпшення організації праці; пошук альтернативних виробничих ресурсів.

Окрім того, потрібно запроваджувати зміни в організації виробництва, розробляти ці напрями за кожним структурним підрозділом з урахування заходів щодо модернізації виробництва.

ВИСНОВКИ

Будь-яке підприємство функціонує з метою отримання прибутку. Результати діяльності підприємства оцінюються абсолютними та відносними показниками. Важливим показником оцінки є рентабельність. Рентабельність означає прибутковість підприємства. Прибутковість розглядається як кінцевий результат виробничої діяльності.

У науковій літературі виділяється багато трактовок поняття рентабельності. Рентабельність визначається як міра доходності, вигідності, прибутковості бізнесу. Науковцями визначається, що під рентабельністю потрібно розуміти відношення прибутку до власного, загального чи оборотному капіталу, що є важливим масштабом оцінки величини доходів підприємства.

На підставі узагальнення теоретичних підходів до визначення сутності рентабельності, можна стверджувати, що рентабельність є відносним показником, котрий характеризує доходність підприємства, ефективність його діяльності.

Під фінансовою рентабельністю розуміють рентабельність власного капіталу, тобто це показник тієї частини прибутку який отримує підприємство з кожної грошової одиниці використаного капіталу.

Фінансова рентабельність показує ефективність використання власного капіталу, визначає величину прибутку, котрий був отриманий від кожної грошової одиниці залучених власних коштів.

Таким чином, можна висувати, що розрахунок фінансової рентабельності має велике значення для оцінки ефективності ведення бізнесу. На основі даного показника можна проаналізувати ризики підприємства та можливість генерування прибутку за рахунок використання наявних ресурсів.

Економічна рентабельність має розглядатись як показник, котрий дозволяє провести оцінку ефективності використання ресурсів та інвестицій в бізнес. Він показує наскільки успішно підприємство генерує прибуток від своєї діяльності.

Основними компонентами економічної рентабельності є доходи, витрати та інвестиції.

Узагальнюючим показником, що відображає ефективність використання загальної величини капіталу, що є у розпорядженні підприємства, є рентабельність сукупних вкладень капіталу.

Одним із найбільш розповсюджених показників рентабельності є рентабельність продажів.

Управління рентабельністю є важливим аспектом успішного управління бізнесом. Виділяються певні методи та інструменти, котрі можуть бути використані для поліпшення показників рентабельності.

Відзначимо, що управління прибутком і рентабельністю є важливою складовою успішного функціонування підприємства. Прибуток і рентабельність є ключовими показниками діяльності підприємства, на їх основі проводиться оцінка фінансового стану підприємства.

На досліджуваному підприємстві ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» за останні роки відзначається стрімке падіння чистого фінансового результату, однією із причин чого є зниження чистого доходу від реалізації продукції. Разом з тим, ПрАТ залишається прибутковим підприємством, однак, знижує ефективність своєї виробничої та виробничо-господарської діяльності.

За останні три роки у ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» також зменшилась рентабельність активів підприємства за причини зменшення чистого прибутку, відзначається зниження рентабельності як необоротної, так і оборотних активів, зменшення рентабельності продажів.

Рекомендовано при аналізі шляхів зростання рентабельності розділити вплив зовнішніх і внутрішніх факторів. Не доцільно відірвано розглядати вплив окремих факторів як на рівень, так і динаміку показників рентабельності, оскільки не неї впливає вся сукупність виробничо-господарських факторів.

Визначено, що основою зростання рівня рентабельності має бути запровадження інновацій. Пропонується виробляти нові види продукції з поліпшеною якістю, розширювати ринку збуту, запроваджувати організаційні управлінські нововведення.

Рекомендовано підходи щодо підвищення рентабельності, що зводиться до управління факторами, що характеризують рентабельність: прискоренням товарної оборотності; скорочення величини витрат; зростанням норми рентабельності за рахунок зростання вартості.

Відзначено, що ключовими шляхами зростання рентабельності є зростання абсолютної суми прибутку та зниження витрат.

Рекомендовано основні заходи зростання рентабельності: удосконалення ресурсозбереження, збільшення обсягу випуску продукції та підвищення її конкурентоспроможності, підвищення продуктивності праці, зниження витрат, у тому числі на оплату праці.

Визначено, що важливим фактором, що впливає на рентабельність є собівартість продукції. Враховуючи те, що собівартість продукції є одним із важливих показників діяльності підприємства, для її зниження необхідно розробити ряд заходів, насамперед – інноваційних: запровадження сучасної техніки, удосконалення технології виробництва, використання прогресивних видів матеріалів.

Рекомендовано зниження витрат сировини і матеріалів на виробництва одиниці продукції запровадити за рахунок удосконалення технології виробництва, використання прогресивних методів організації праці, запровадження технічно обґрунтованих норм витрат сировини.

Рекомендовано при управлінні діяльністю зі зниження собівартості продукції виявляти резерви, які потрібні для цього.

Рекомендовано основні напрями економії матеріальних витрат: скорочення відходів і втрат; ліквідація браку; запровадження нових видів матеріалів; зниження витрат на основну заробітну плату; збільшення обсягу випуску продукції, що призведе до зменшення умовно-постійних витрат; правильний вибір потужності обладнання; зменшення витрат на ремонт

обладнання шляхом вибору прогресивних методів ремонту; зниження цехових і загально виробничих витрат в результаті скорочення адміністративно-управлінського персоналу.

Доведено, що потрібно збільшувати рентабельність продажів, бо це показник прибутковості бізнесу, що визначає який відсоток чистого прибутку отримує підприємство від загального обсягу продажів за рахунок: підвищення ціни на продукцію; мотивації відділу продажів; зниження собівартості; підвищення чеку клієнта; розширення лідів, тобто потенційних покупців; розширення каналів збуту.

Пропонуються напрями поліпшення управління рентабельністю ПрАТ «Криворізька швейна фабрика», основним з яких є суттєве збільшення продуктивності та ефективності персоналу.

Рекомендовано сформувати власну виробничу систему управління рентабельністю. Потрібно спрямовувати зусилля на зростання продуктивності та залучати персонал до управління бізнесом. Пропонується запровадження власної комплексної виробничої системи управління підприємством за рахунок запровадження системи результативного управління, використання ключової системи результативного управління, навчання власного менеджменту на усіх рівнях управління.

Рекомендовано для ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» основні цілі запровадження системи результативного управління зводити до наступного: багатократне підвищення конкурентоспроможності та ефективності підприємства; забезпечення високого рівня обслуговування клієнтів та забезпечення з ними довготривалого співробітництва збільшуючи цінність клієнтів для підприємства; формування управлінців-лідерів світового рівня; зниження втрат; забезпечення залучення персоналу в управління підприємством; забезпечення залучення корисних пропозицій персоналу; удосконалення внутрішньої організації виробництва.

Рекомендовано використовувати як елементи системи результативного управління: формування стратегії розвитку, ринкової мети та формування розвитку для досягнення високого рівня ефективності; стратегічна

трансформація результатів; формування цілей вищого рівня для керівників підрозділів та менеджерів; зв'язок цілей бізнесу й працівників; забезпечення мотивації; забезпечення стратегічного напрямку розвитку бізнесу; формування умов оперативного вирішення проблем; забезпечення зростання, ефективності й конкурентоспроможності; забезпечення ефективного керівництва; формування управлінської команди.

Для ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» рекомендовані певні фактори підвищення ефективності управління рентабельністю: зниження собівартості продукції; здійснення оперативного контролю за виробничо-господарсько діяльністю підприємства; неперервність процесу ліквідації нерентабельних активів; планове удосконалення діяльності підприємства; складання декількох бюджетів господарчої діяльності підприємства; пошук «вузьких місць» діяльності підприємства; регулярне проведення аналізу резервів підвищення рентабельності підприємства.

Також необхідно проводити пошук резервів підвищення рентабельності за напрямками: зростання обсягів випуску продукції; підвищення ефективності ресурсних витрат; зниження витрат обігу.

Управління рентабельністю повинне бути одним із напрямів управління виробничою діяльністю підприємства. Тому керівництво ПрАТ «Криворізька швейна фабрика» повинне фокусувати свою увагу на даному напрямі роботи фінансових служб. Відповідно, при управленні рентабельністю необхідно не лише фокусувати увагу на показниках прибутку, але й проводити аналіз структури активів, джерел фінансування, постійно здійснювати пошук шляхів підвищення ефективності та резервів зростання рентабельності.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонюк Р.Р. Прибутковість сільськогосподарських підприємств: природа категорії. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства. 2019. № 126. С. 50–55.
2. Андросова Т.В., Круглова О.А., Козуб В.О. Світовий та вітчизняний досвід визначення фінансового результату як об'єкта моніторингу на торговельному підприємстві. Проблеми економіки. 2020. № 3. С. 194–201.
3. Базилінська О. Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика : навч. посіб. Київ : ЦУЛ. 2018. 328 с.
4. Болюх М. А. Економічний аналіз: навч. посібник. М. А. Болюх, В. З. Бурчевський, М. І. Горбатов та ін.; За ред. акад. НАНУ, проф. М. Г. Чумаченка вид. 3–ге, перероб. і доп. К.: КНЕУ. 2019. 556 с.
5. Бочкарьова Т.О., Кулинич Р.О., Пігуль Н.Г. Показники рентабельності підприємств різних галузей України та шляхи підвищення їх рівня. Економіка і суспільство. 2017. №10. С. 188–193. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/10_ukr/35.pdf
6. Балабанова Л. В. SWOT–аналіз – основа формування маркетингових стратегій: навчальний посібник. 2-ге вид., випр. і доп. К.: Знання. 2015. 301 с.
7. Бойчик І. М. Економіка підприємства : навч. посіб. К. : Атака. 2019. 480 с.
8. Берницька Д.І. Стратегічний аналіз зовнішнього середовища підприємства методом PEST/ STEEP аналізу. Економічний аналіз : зб. наук. праць каф. екон. аналізу Терноп. нац. екон. ун-ту. Тернопіль. 2012. Вип. 11, ч. 2. С. 41-45.
9. Бояркова В.В. Проблемні питання аналізу рентабельності підприємства. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. 2015. № 1(2). С. 16-20.
10. Бержанір І. А. Рентабельність як основний показник оцінки діяльності підприємства. І. А. Бержанір, Н. І. Гвоздей, Ю. В. Улянич. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. 2015. № 1(2). С. 58-62. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pirpr_2015_1%282%29

11. Бець М. П. Планування рентабельності виробництва. Економіка України. – 2017. №2. С. 40-45.
12. Василенко В. О., Ткаченко Т. І. Стратегічне управління: навчальний посібник. Київ.: ЦУЛ. 2018. 396 с.
13. Васильшський Д. М. Система корпоративного управління промисловими холдингами. Економка тасуспльство. 2018. Вип. 14. С. 292-300. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/14_ukr/41.pdf
14. Вахович І.М. До питання управління фінансово-економічними результатами підприємства. І.М. Вахович, Ю.В. Волинчук. Економічний форум. 2015. № 3. С. 125.
15. Веселова А. С., Дерев'янка Н. М. Прибуток підприємства в сучасних умовах. Економіка і управління: проблеми науки та практики: збірник матеріалів міжнародної науково-практичної інтернет- конференції, 3-4 грудня 2018 р., м. Київ. Дніпропетровськ : «Герда». 2019. С. 159-160.
16. Власова Н. О., Круглова О. А., Безгінова Л. І. Фінанси підприємств: навчальний посібник. К.: ЦУЛ. 2017. 271 с.
17. Васильєв В.В. Шляхи підвищення результативності українських підприємств. Фондовий ринок. 2017. №12. с. 11-14.
18. Гавалешко С.В. Рентабельність підприємства та шляхи його підвищення. Економікс. 2019. № 10. С. 141–152.
19. Гринькова В.М., Корда В.О. Фінанси підприємств. К.: Знання-прес, 2006. 424 с.
20. Гугля І. Відновлення споживання: що купують українці. Альфа: БізнесДайджест. 2017. № 6 (червень). С. 6 - 9.
21. Гаватюк Л. С., Перегіняк Н. М. Шляхи підвищення рівня прибутковості вітчизняних підприємств у сучасних умовах господарювання. Економіка та суспільство. 2017. № 9. С. 363-367. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/9_ukr/62.pdf
22. Єпіфанова І.Ю. Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності. Єпіфанова І.Ю., Гуменюк В.С. Випуск №3. 2016. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/3_ukr/33.pdf

23. Економіка підприємства: навчальний посібник. Т.М. Серіков, Є.П. Кожанова, В.І. Мельник, Г.М. Шумська. Х.: ВД «ІНЖЕК». 2019. 304 с.
24. Економіка підприємств: підручник. Ф.В. Горбонос, Г.В. Черевко, Н.Ф. Павленчик. К.: Знання. 2017. 463 с.
25. Економіка підприємства: магістерський курс: підручник. М.В. Загірняк, П.Г. Перерва, О.І. Маслак. Кременчук: ТОВ «Кременчуцька міська друкарня». 2015. 218 с.
26. Економіка підприємства : навч. посібник. Є.В. Мішенін, Є.О. Балацький, О.М. Дутченко. За заг.ред.д-ра екон.наук, проф. Є.В. Мішеніна. Суми: «Диса плюс». 2015. 311 с.
27. Донченко Т.В. Теоретичні основи управління рентабельністю підприємства. Економічні науки. 2015. № 5. С. 63–76.
28. Донець Л. І. Управління формуванням прибутку підприємства в умовах ринкових умов формування господарювання: монографія. Л. І. Донець, С. М. Баранцева. 2016. Донецьк : Вид-во ДНУЕТ. 255 с
29. Думенков В. В. Формування і розподіл прибутку на підприємстві. В. В. Думенков. Економіка та управління: історії, реалії та перспективи. 2016. Вип. №1. С. 256-277.
30. Демиденко С.Л.. Особливості стратегічного аналізу середовища підприємства. Ефективна економіка. 2019. №9 . URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2015/21.pdf.
31. Духновська Л. М. Прибутковість підприємства: сутність та ефективність управління. Духновська Л. М., Павлов В. С. Науковий вісник. 2018. № 17. С. 100-103. URL: http://www.visnykeconom.uzhnu.uz.ua/archive/17_1_2018ua/24.pdf.
32. Дослідження факторів впливу на прибутковість підприємства та пошук резервів збільшення прибутку. А. В. Гречко, О. М. Мельникова. Ефективна економіка. 2017. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5862>
33. Дослідження особливостей формування прибутку організації в сучасних умовах господарювання. В. Я. Гавран, Х. Т. Середняцька. 2016. № 847. С. 55-

60. URL: <http://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2017/jun/2744/visnyk2016-55-60.pdf>
34. Довжик О.О., Гаркуша С.А. Управління витратами як чинник підвищення прибутковості і рентабельності сільськогосподарських підприємств. Економічний аналіз. 2016. Том 23. № 2. С. 37-44.
35. Іванюк О.В. Економічні засади використання біомаси для енергозабезпечення сільських територій: монографія Житомир: В.Б. Котвицкий. 2017. 192 с.
36. Кадацька А. М. Методика формування фінансових результатів підприємствами. Вісник Сумського національного аграрного університету. 2017. № 2. С. 86-89.
37. Кальмук Н. В., Дуда С. Т. Управління прибутком підприємства в сучасних умовах. Науковий вісник національного лісотехнічного університету України : збірник науково-технічних праць. Львів : РВВ НЛТУ України. 2015. Вип. 15.. С. 254- 256.
38. Кільницька О.С., Ткачук В.І., Єжова Л.В. Вплив цін сільськогосподарської продукції на її рентабельність у сільськогосподарських підприємствах України. Ефективна економіка. 2022. №11. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=734445>
39. Кісіль М.І. Критерії і показники економічної ефективності малого і середнього бізнесу. Економіка АПК. 2018. №8. С.59-64.
40. Костирко А. Г. Економічна складова формування фінансового потенціалу підприємств. Розвиток бухгалтерського обліку, аналізу і контролю в умовах Інтеграційних процесів : матеріали Всеукраїнської інтернет-конференції 15 травня 2014 р. Миколаїв : МДАУ. 2019. С. 101-103.
41. Кравченко О. В. Стратегічний потенціал підприємства. Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Фінанси і кредит». Суми : СНАУ. 2017. № 2. С. 249-252.
42. Кулішов В.В. Економіка підприємства: теорія і практика: навчальний посібник. К.: Ніка–Центр. 2019. 212с.

43. Куліванов В.В. Фінанси підприємства: навчальний посібник. К.: Ніка–Центр. 2018. 317 с.
44. Корбутяк А. Г., Сокровольська А. Г. Особливості планування рівня рентабельності вітчизняних підприємств у сучасних умовах. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2017. № 16. С. 153-157.
45. Короткевич О. В. Рентабельність господарської діяльності підприємств. Економіка і прогнозування. 2018. №3. С. 61-69
46. Колота Ю.Ю. Розвиток фінансів в умовах хаотично структурованої економіки: V Міжнародна науково-практична конференція молодих вчених та студентів: тези доповідей, Дніпропетровськ, 18 березня 2015 р. За заг. ред. С.А. Кузнецової. Дніпропетровськ: Університет Альфреда Нобеля. 2015. С. 21.
47. Котвіцький О. Дослідження економічної сутності поняття «рентабельність». Матеріали науково-практичної конференції «Проблеми розвитку потенціалу підприємства в глобальних економічних умовах». К.: НАУ. 2016. С. 10.
48. Кузьменко Є.В. Методи підвищення прибутковості підприємства. Матеріали науково-практичної конференції «Проблеми розвитку потенціалу підприємства в глобальних економічних умовах». К.: НАУ. 2016. С. 11–13.
49. Линник О.І. Облік прибутку та визначення резервів забезпечення прибутковості підприємства. І. Линник, О.С. Задорожна. Вісник Нац. техн. ун-ту «ХП»: зб. наук. пр. Темат. вип.: Технічний прогрес і ефективність виробництва. Харків: НТУ «ХП». 2019. № 26 (1135). С. 58.
50. Лихацька Н.С. Значення показників рентабельності для підприємства. Матеріали науково-практичної конференції «Проблеми розвитку потенціалу підприємства в глобальних економічних умовах». К.: НАУ. 2016. С. 13. 157 Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство
51. Лойко В.В. Шляхи збільшення обсягу прибутку та підвищення дієвості управління прибутком промислового підприємства в сучасних умовах

господарювання. В.В. Лойко, Є.С. Несенюк. Міжнародний науковий вісник (International Scientific Journal). 2015. № 7. С. 89.

52. Ледян А.В. Удосконалення методики розрахунку показників рентабельності. Формування ринкової економіки. Зб. наук. праць. Спец. випуск: Удосконалення економічної роботи на сільськогосподарських підприємствах в умовах перехідної економіки. К.: КНЕУ. 2020. С. 194-197

53. Мелень О.В. Актуальні питання прибутковості підприємства та шляхи її збільшення. О.В. Мелень, Ю.Ю. Холондач. Вісник Нац. техн. ун-ту «ХП»: зб. наук. пр. Темат. вип.: Технічний прогрес і ефективність виробництва. Харків: НТУ «ХП». 2015. № 25 (1134). С. 123–126.

54. Міщенко К.Г. Шляхи підвищення прибутковості підприємства. К.Г. Міщенко, С.В. Брус. Економіка інноваційної діяльності підприємств, "Економіка підприємства" –

URL:https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/7706/1/NRMSE2017_V3_P021_022.pdf

55. Мацола С. М. Модель планування і управління діяльністю підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Хм. 2015. № 4. Т. 3. С. 48-51.

56. Мелень О.В. Актуальні питання прибутковості підприємства та шляхи її збільшення. О.В. Мелень, Ю.Ю. Холондач. Вісник Національного технічного університету «ХП». Серія «Технічний прогрес та ефективність виробництва». 2017. № 25. С. 123–126.

57. Мартиненко В.П., Кушик І.Л. Управління рентабельністю сільськогосподарських підприємств. Глобальні та національні проблеми економіки. Випуск 17. 2017. С. 370-374.

58. Мазур В.А., Томчук О.Ф., Браніцький Ю.Ю. Методика аналізу фінансового стану підприємства відповідно до вимог внутрішніх і зовнішніх користувачів. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2017. № 3. С.7-20.

59. Непочатенко О. О. Фінанси підприємств : підруч. для студ. вищ. навч. закл.] О. О. Непочатенко, Н. Ю. Мельничук. 2-е вид., розшир. та доповн. Київ: Центр учбової літератури. 2019. 504 с.
60. Осипова Т.В. Теоретичні аспекти трактування прибутковості в сучасних умовах господарювання. Управління розвитком. 2018. №1. С. 82–84.
61. Орехова А.І. Економічна сутність категорії прибуток. Науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». №7. 2018. с. 313- 316.
62. Ольшевський Л.Б. Рентабельність як показник ефективності функціонування підприємства. Подільський науковий вісник. 2017. № 1.С.1–3.
63. Особливості факторного аналізу прибутковості підприємства. І.Ф. Полещук, Ю.В. Волощук, І.В. Галкіна. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://intkonf.org/kpredn-poleschukif-voloschuk-yuv-galkina-ivosoblivosti-faktornogo-analizupributkovosti-pidpriemstva>.
64. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Електронний ресурс. Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.
65. Партола А. С. Шляхи підвищення прибутковості підприємства. Розвиток європейського простору очима молоді: економічні, соціальні та правові аспекти. 2017. С. 679-684. URL: <http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/16483>
66. Проблеми розвитку потенціалу підприємства в глобальних економічних умовах». 2018. К : НАУ. С. 8-10.
67. Погорелов С.М., Матяж О.А. Дослідження шляхів підвищення ефективності діяльності підприємства. Вісник НТУ «ХПІ». 2015. № 26.С.76–82.
68. Писаревський І.М. Підвищення ефективності використання ресурсів у плануванні виробничих процесів. Фінанси України. 2018. №10. С.91-100.
69. Покропивний С.Ф., Калош В.М. Підприємництво, стратегія, організація, ефективність: навч. посібник. К.: КНЕУ. 2017. 244 с.
http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/01/Arch_zor_zb.htm
70. Перфілова О. Є. Проблеми та особливості впровадження SWOT-аналізу в практику стратегічного управління вітчизняних підприємств. Вісник

- Національного університету «Львівська політехніка». 2018. № 624 : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. С. 77–84. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/1954/1/13.pdf>
71. Побережна Н.М. Фінансова звітність у системі управління підприємством. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2017. Вип. 6 (11). С. 335–340.
72. Поліщук Н.В. Результативність діяльності суб'єктів господарювання: сутність, оцінка, основи регулювання: Монографія. К.: Київський національний торговельно-економічний університет. 2015. 252с.
73. Правдюк Н.Л. Обліково-аналітичне забезпечення управління рентабельністю операційної діяльності підприємства. Європейський вектор розвитку бухгалтерського обліку, фінансів та оподаткування в аграрному секторі економіки: матеріали XI Міжнар. наук.-практ. конф. (7 грудня 2018 р., м. Київ). Відпов. за вип. Ю.С. Бездушна. К.: ННЦ “ІАЕ”. 2018. С.65-67.
74. Правдюк Н.Л. Обліково-аналітичне забезпечення управління прибутком підприємства. Н.Л.Правдюк. Облік і фінанси. 2015. № 4 (70). С.53-60.
75. Пасенко Н.С. Організація обліково-аналітичного забезпечення управління фінансовими результатами підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. № 17. С. 854-859. Referen
76. Пасхавер Б.Й. Прибутковість і рентабельність сільськогосподарських підприємств у інфляційному процесі . Економіка і прогнозування. 2016. № 3.С. 66-76.
77. Пігуль Н.Г., Бочкарьова Т.О., Кулинич Р.О. Показники рентабельності підприємств різних галузей України та шляхи підвищення їх рівня. Економіка і суспільство. Випуск 10. 2017. С.188-193.
78. Рижкова Г.А. Систематизація факторів внутрішнього і зовнішнього середовища торговельного підприємництва для подальшого аналізу / Бюлетень міжнародного нобелівського економічного форуму. 2021. №1(4). С. 339-345.
79. Романова Т.В. Чинники, що впливають на збільшення прибутку підприємств України в сучасних умовах. Т.В. Романова, Є.О. Даровський. Ефективна економіка. 2015. № 4. 13 с.

80. Статистичний щорічник України – 2023 : сайт Державної служби статистики України
81. Семенова О.М. Резерви підвищення рентабельності підприємства на основі факторного моделювання. О.М. Семенова, І.В. Середа. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2014. № 1(63). С. 162–167.
82. Трачук Г. О. Ефективність і результативність як підходи до визначення економічного результату діяльності підприємства. Соціально- економічні аспекти розвитку підприємств: матеріали наук.-практ. конф. 16- 17 січня 2015 р. Дніпропетровськ: «Герда». 2015. С. 154-156.
83. Тешева Л. В. Основні засади формування механізму управління рентабельністю підприємства. Л. В. Тешева, В. В. Титаренко. Причорноморські економічні студії. 2018. Вип. 27. С. 31–35
84. Фінансовий словник-довідник. М.Я.Демяненко, Ю.А.Лузан, П.Т. Саблук та ін. К.:ІАЕ УААН. 2013. 555 с.
85. Шляга О.В., Шипуля Л.І. Прибуток та рентабельність як основні показники ефективності виробництва. Фінанси України. 2018. № 2. С. 75–81.
86. Шахно А.Ю., Царенко В.О. Основні напрями оптимізації витрат на підприємстві. Актуальні економіко-правові, соціальні та екологічні аспекти розвитку промисловості та суспільства: матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (Кривий Ріг, 1–31 березня 2020 року). Кривий Ріг: КНУ, 2020. С.52-56.
87. Шегда А. В. Стратегічний аспект управління розвитком суб'єктів господарювання. Теоретичні та практичні питання економіки. 2019. Вип. 27. Т. 5. С. 22-31.
88. Черничко, Т. В. Аналіз фінансових результатів діяльності підприємств України. Т. В. Черничко, Є. І. Кізман. Економіка та суспільство : електронний науковий фаховий журнал. Мукачево. 2016. №5. С.400-404. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/5_ukr/71.pdf
89. Чигріна К.О. Рентабельність підприємства та шляхи її підвищення. Науковий огляд. 2019. Том 2. № 12.

90. Череп А. В. Удосконалення управління фінансовими ресурсами з метою підвищення результативності діяльності суб'єктів господарювання. Формування ринкових відносин в Україні. 2015. № 7 (50). С. 44 -48.
91. Чухно А. А., Юхименко П. І., Леоненко П. М. Сучасні економічні теорії : підручник К. : Знання, 2017. 878 с.
92. Черниш С. С. Організаційно-методичні аспекти аналізу рентабельності / С. С. Черниш. Інноваційна економіка. 2017. № 6. С. 305-309.
93. Чигринська О.С., Власюк Т.М. Теорія економічного аналізу: Навч. посіб. – К.: Центр навчальної літератури. 2018. 100 с.
94. Шваб Л.І. Економіка підприємства: навчальний посібник. 2-ге вид. К.: Каравела1 2005. 568 с.
95. Шляга О.В. Прибуток та рентабельність як показники ефективності виробництва. О.В. Шляга, Л.І. Шипуля. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2017. № 8. С. 75.
96. Цілі сталого розвитку: Україна. Національна доповідь 2022. Київ : Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. 2022. 58 с.
97. Феняк Л. А. Порухення цінового паритету та шляхи його подолання в економіці України. Ефективна економіка. 2018. № 5. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6358>
98. Фаріон В.Я. Аналітична оцінка ділової активності та рентабельності підприємств. Інноваційна економіка. Науково-виробничий журнал. 2017. № 10. С. 27-33.
99. Уолш К. Фінансові показники. Аналіз та управління розвитком підприємства. Пер. з англ. Київ : Наукова думка. 2016. 367 с.

ДОДАТОК А

ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «КРИВОРІЗЬКА ШВЕЙНА
ФАБРИКА»

Фінансова звітність за 2022-2023 рік

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
Основні засоби	1010	20 203.00	25 265.00
первісна вартість	1011	28 611.00	36 871.00
знос	1012	8 408.00	11 606.00
Усього за розділом I	1095	20 203.00	25 265.00
II. Оборотні активи Запаси	1100	2 383.00	12 074.00
Виробничі запаси	1101	211.00	8 732.00
Готова продукція	1103	3 342.00	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	2 579.00	15 915.00
з бюджетом	1135	13.00	4.00
у тому числі з податку на прибуток	1136	7.00	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	727.00	1 117.00
Гроші та їх еквіваленти	1165	2 593.00	123.00
Рахунки в банках	1167	2 593.00	123.00
Інші оборотні активи	1190	761.00	1 411.00
Усього за розділом II	1195	9 056.00	30 644.00
Баланс	1300	29 259.00	55 909.00

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	500.00	500.00
Додатковий капітал	1410	6 883.00	6 883.00
Резервний капітал	1415	75.00	75.00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	6 412.00	6 764.00
Усього за розділом I	1495	13 870.00	14 222.00
товари, роботи, послуги	1615	3 066.00	12 702.00
розрахунками з бюджетом	1620	927.00	1 750.00
розрахунками зі страхування	1625	174.00	671.00
розрахунками з оплати праці	1630	654.00	2 527.00
Інші поточні зобов'язання	1690	10 568.00	24 037.00
Усього за розділом III	1695	15 389.00	41 687.00
Баланс	1900	29 259.00	55 909.00

ДОДАТОК Б

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

Фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	75 946.00	81 183.00
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	67 324.00	73 566.00
Валовий: прибуток	2090	8 622.00	7 617.00
Інші операційні доходи	2120	383.00	3 342.00
Адміністративні витрати	2130	6 529.00	7 071.00
Витрати на збут	2150	431.00	89.00
Інші операційні витрати	2180	1 736.00	2 445.00
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	309.00	1 354.00
Інші доходи	2240	43.00	5.00
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	352.00	1 359.00
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-1.00	
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	351.00	1 359.00

Сукупний дохід

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	351.00	1 359.00

Елементи операційних витрат

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Матеріальні затрати	2500	25 375.00	10 230.00
Витрати на оплату праці	2505	27 770.00	19 202.00
Відрахування на соціальні заходи	2510	6 251.00	4 357.00
Амортизація	2515	11 606.00	8 408.00
Інші операційні витрати	2520	1 736.00	5 571.00
Разом	2550	72 738.00	47 768.00

ДОДАТОК В

Бухгалтерська звітність за 2020-2021 рр.

Назва показника	Код	2020	2021
Незавершені капітальні інвестиції	1005	559	2225
Основні засоби	1010	13126	7590
первісна вартість	1011	19697	13112
знос	1012	6571	5522
I.Всього необоротних активів	1095	13685	9815
Запаси	1100	3936	0
Виробничі запаси	1101	151	0
Готова продукція	1103	1983	0
Товари	1104	1802	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	2438	1685
з бюджетом	1135	4	29
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	25
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	6490	336
Гроші та їх еквіваленти	1165	6524	55
Рахунки в банках	1167	6524	55
Інші оборотні активи	1190	466	230
II.Всього оборотних активів	1195	19858	2335
БАЛАНС	1300	33543	12150

Бухгалтерський баланс (Звіт про фінансовий стан). Пасиви

Назва показника	Код	2020	2021
Зареєстрований (пайовий капітал)	1400	500	500
Додатковий капітал	1410	6883	6883
Резервний капітал	1415	75	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	5053	343
I.Всього власного капіталу	1495	12511	7726
Інші довгострокові зобов'язання	1515	7844	2678
II.Всього довгострокових зобов'язань і забезпечень	1595	7844	2678
товари, роботи, послуги	1615	6766	614
розрахунками з бюджетом	1620	1355	239
у тому числі з податку на прибуток	1621	889	42
розрахунками зі страхування	1625	262	345
розрахунками з оплати праці	1630	880	425
Інші поточні зобов'язання	1690	3925	123
III.Всього поточних зобов'язань і забезпечень	1695	13188	1746
БАЛАНС	1900	33543	12150

ДОДАТОК Д

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

Назва показника	Код	2021	2020
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	191271	160923
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	149023	1286
Валовий: прибуток	2090	42248	159637
Інші операційні доходи	2120	549	843
Адміністративні витрати	2130	5578	4478
Витрати на збут	2150	497	126
Інші операційні витрати	2180	30901	155638
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	5821	238
Інші доходи	2240	14	29
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	5835	267
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	1050	48
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	4785	219
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	0	0
Назва показника	Код	2021	2020
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	4785	219
Операційні витрати			
Назва показника	Код	2021	2020
Матеріальні затрати	2500	8067	9289
Витрати на оплату праці	2505	17925	12890
Відрахування на соціальні заходи	2510	3984	2881
Амортизація	2515	1049	597
Інші операційні витрати	2520	41803	137158
Разом	2550	72828	162815
Інші дані			
Назва показника	Код	2021	2020
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0	0

