КРИВОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет економіки та управління бізнесом
Кафедра економіки, організації та управління підприємствами

Пояснювальна записка
до кваліфікаційної (бакалаврської) роботи

на тему: Ефективність діяльності підприємства та обґрунтування напрямів з її підвищення

Виконав: студент 4 курсу, групи ПТБ-22-1ск
спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Комаров І. О.
(прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник Поліщук І. Г.
(прізвище, ім'я, по батькові)

Рецензент Турило А. А.
(прізвище, ім'я, по батькові)

м. Кривий Ріг – 2024 р.

Криворізький національний університет

Факультет економіки та управляння бізнесом
Кафедра економіки організації та управління підприємствами
Ступінь вищої освіти бакалавр
Спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Завідувач кафедри ЕОУП
професор, докт. економ. наук,
Шахно А. Ю.

_____

“___”_____ 2024 р.

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну (бакалаврську) роботу
Комарова Івана Олександровича
(прізвище, ім’я, по батькові)

1.Тема роботи Ефективність діяльності підприємства та обґрунтування напрямів з її підвищення
керівник роботи к.е.н., доцент Поліщук Ірина Георгіївна
(прізвище, ім’я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)
затверджена наказом по університету від « 02 » 04 2024 р. № 282с
2.Термін здачі студентом закінченої роботи 10.06.2024 р.
3.Вихідні дані до роботи: статистична фінансова звітність підприємства ПрАТ «Оболонь» за 2018-2022рр (баланс, звіт про фінансові результати), поточна внутрішня звітність підприємства
4.Зміст розрахунково–пояснювальної записки: сутність сталого розвитку суб’єкта господарювання; методи оцінювання ефективності діяльності підприємства, техніко-економічні показники діяльності підприємства ПрАТ «Оболонь»; фактори, що впливають на ефективність діяльності підприємства; обґрунтування пропозицій щодо покращення збутової політики підприємства, оцінити ефективність запропонованих заходів.
5.Перелік демонстраційного матеріалу: Основні види ефективності; Частки ринку виробників пива у 2021 році, %; Аналіз техніко-економічних показників господарської діяльності ПрАТ «Оболонь» за 2018-2022 роки; Динаміка фінансових результатів діяльності підприємства ПрАТ «Оболонь» за 2018-2022рр.; Очікувані результати від відкриття фірмового магазину..

6.Консультанти по роботі із зазначенням розділів, що стосуються їх

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 1	к.е.н., доцент Поліщук І.Г.	29.03.24	10.04.24
Розділ 2	к.е.н., доцент Поліщук І.Г.	11.04.24	23.04.24
Розділ 3	к.е.н., доцент Поліщук І.Г.	24.04.24	24.05.24
Нормоконтроль	к.е.н., доцент Поліщук І.Г.	07.06.2024	

7.Дата видачі завдання 01.03.2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Співбесіда зі студентом за тематикою роботи, видача переліку рекомендованої нормативної, інструктивної бази та учбової літератури	20.02.2024р	виконано
2	Збір матеріалів до кваліфікаційної роботи	27.02. - 06.03.2024р	виконано
3	Групування та аналіз зібраного матеріалу, уточнення завдань кваліфікаційної роботи	07.03 -28.03.2024р	виконано
4	Підготовка І розділу кваліфікаційної роботи та подання його консультанту	29.03 -10.04.2024р	виконано
5	Підготовка ІІ розділу кваліфікаційної роботи та подання його консультанту	11.04 -23.04.2024р	виконано
6	Підготовка ІІІ розділу кваліфікаційної роботи та подання його керівнику	24.04 -24.05.2024р	виконано
7	Підготовка вступної частини	25.05 -30.05.2024р	виконано
8	Перевірка роботи керівником та доопрацювання роботи	31.05 -07.06.2024р	виконано
9	Отримання відгуку керівника та рецензії	10.06.2024р	виконано
10	Попередній захист роботи	12.06.2024р	виконано
11	Захист роботи в ЕК	20.06.2024р	

Здобувач _____ І.О. Комаров
(підпис)

Науковий керівник _____ І.Г. Поліщук
(підпис)

РЕФЕРАТ

на кваліфікаційну (бакалаврську) роботу

«Ефективність діяльності підприємства та обґрунтування напрямів з її підвищення»

Кваліфікаційна робота: 88 с., 28 табл., 27 рис., 13 формул, 59 джерел, 4 додатки.

Об’єкт дослідження: ефективність діяльності підприємства ПрАТ «Оболонь».

Мета роботи: розробка методів управління ефективністю на підприємстві харчової промисловості.

Предмет дослідження: обґрунтування напрямів з підвищення ефективності діяльності підприємства.

Методи дослідження: системний аналіз, статистичний, аналітичний, економіко-математичний, факторний аналіз.

У випускній кваліфікаційній роботі проведено аналіз наукової літератури з питань ефективності діяльності підприємства. На прикладі ПрАТ «Оболонь» здійснено аналіз його виробничо-господарської діяльності та техніко-економічних показників. Здійснено фінансово-економічний аналіз діяльності підприємства за 2018-2022 роки. Проведено аналіз показників ефективності діяльності ПрАТ «Оболонь» та конкурентоспроможності підприємства. В роботі запропоновано заходи покращення збутової політики підприємства ПрАТ «Оболонь».

ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ, АНАЛІЗ, ПЛАНУВАННЯ, ЧИСТИЙ ДОХІД, ВАЛОВИЙ ПРИБУТОК, ЧИСТИЙ ПРИБУТОК, РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ, РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА, ЗБУТОВА ПОЛІТИКА.

ЗМІСТ

ВСТУП 5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ 8
1.1. Значення та наукові підходи до визначення сутності ефективності діяльності підприємства 8
1.2. Методичні підходи до оцінювання ефективності діяльності підприємства 18

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ПРАТ«ОБОЛОНЬ» 28
2.1. Організаційно-економічна характеристика ПрАТ «Оболонь» та аналіз його діяльності 28
2.2. Аналіз показників ефективності діяльності підприємства 49

РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ ШЛЯХІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ«ОБОЛОНЬ» 57
3.1. Факторний аналіз показників ефективності діяльності підприємства 57
3.2. Обґрунтування пропозицій щодо підвищення ефективності діяльністю ПрАТ «Оболонь» 67

ВИСНОВКИ 79
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 84
ДОДАТКИ 88

ВСТУП

Проблема забезпечення ефективності діяльності є актуальною вже багато років не лише для окремих підприємств, але й для національної економіки в цілому. В цілому, категорію «стійкий розвиток» можна відобразити як антикризовий, невпинний, стабільний процес, що має на меті підвищення економічної ефективності діяльності підприємства з одночасним зростанням рівня відповідальності перед партнерами та клієнтами, а також сформованими заходами щодо збереження довкілля та покращення якості життя нинішнього та майбутнього покоління. Головною характеристикою ефективності діяльності є можливість контролю усіх процесів на основі використання системного підходу і сучасних інформаційних технологій.

Отже, в сучасних умовах ринку забезпечення ефективності діяльності є одним із основних пріоритетів, що передбачає ефективність бізнес-діяльності. Це зумовлене тим, що саме сталість діяльності надає ряд переваг, таких як підвищення рівня організаційного управління та соціальної відповідальності, нові ринкові можливості та зростання інвестиційної та інноваційної привабливості, новаторських управлінських процесів, мінімізація ризиків та скорочення витрат, а також створення сприятливих умов для розвитку майбутніх поколінь за рахунок раціонального розподілу і використання ресурсів.

На сьогоднішній день, існують різні підходи до визначення феномену ефективності діяльності та трактування його особливостей, механізмів забезпечення. Спочатку в наукових працях, визначення ефективності діяльності ґрунтувалося на положенні «конкуруючих цілей», за якого сталість суб’єкта передбачала збереження довкілля та раціональне використання природних ресурсів, економічне зростання чи задоволення потреб суспільства. Поняття «сталий розвиток» вперше згадується 1987 року в доповіді Г. Х. Брунтланда «Наше спільне майбутнє», де було зазначено, що серед головних механізмів забезпечення змін є: створення

перспектив для покращення існування населення та навколишнього середовища, а також розв’язання проблем розвитку промисловості, енергетики, регіональних та міжнародних відносин. Тобто йдеться про розвиток, що задовольняє потреби суспільства в наш час, проте не ставить під загрозу можливість майбутніх поколінь забезпечувати власні потенційні потреби, а саме мінімізація несприятливих наслідків виснаження природних ресурсів та екологічного забруднення в результаті швидкого соціально-економічного розвитку людства задля майбутнього [1].

Впровадження ефективності діяльності суб’єктом господарювання можливе за допомогою реалізації планових дій, що сприяють вирішенню завдань та досягнення цілей. Такі дії формують наступні етапи:

1. Створення основи управління ефективністю діяльності підприємства.
2. Проведення аналізу факторів впливу середовища.
3. Оцінка вагомих факторів та порівняння їх з плановими умовами розвитку.
4. Діагностика та оцінка стійкості підприємства
5. Формування пропозиції та прийняття рішень щодо підвищення ефективності діяльності підприємства.

Метою випускної кваліфікаційної роботи є: виявлення чинників впливу на ефективність діяльності підприємства.

Для досягнення мети у випускній кваліфікаційній роботі були вирішені наступні задачі:

- проведено аналіз наукової літератури з питань ефективності діяльності підприємства;
- виявлено фактори впливу на ефективність діяльності підприємства харчової промисловості;
- на прикладі ПрАТ «Оболонь» здійснено аналіз його виробничо-господарської діяльності та техніко-економічних показників;
- здійснено аналіз показників ефективності діяльності підприємства;
- обґрунтовані напрями підвищення ефективності діяльності підприємства.

Об’єкт дослідження: підприємствj ПрАТ «Оболонь», та ефективність його діяльності.

Предмет дослідження: обґрунтування напрямів підвищення ефективності діяльності підприємства ПрАТ «Оболонь».

Методи дослідження: системний аналіз, статистичний, аналітичний, економіко-математичний, факторний аналіз.

При написанні кваліфікаційної роботи використовувалася законодавча та нормативна база, інструктивний матеріал, наукова та спеціальна література, публікації, статистичні та первинні бухгалтерські документи підприємства. Методичною базою дослідження є положення економічної теорії, наукових праць провідних вітчизняних і зарубіжних учених-економістів з питань фінансів підприємств та фінансового менеджменту. Інформаційною базою дослідження є річна фінансова звітність ПрАТ «Оболонь» за 2018-2022 роки

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ

1.1. Значення та наукові підходи до визначення сутності ефективності діяльності підприємства.

Тенденції розвитку економіки України свідчать про наявність серйозних загроз для стабільного розвитку підприємств. Нівелювання зростаючих загроз потребує створення внутрішнього механізму управління потенціалом підприємства відповідно до потреб ринку та з урахуванням цілей довгострокового соціального та екологічного розвитку.

У сучасному світі концепція ефективності діяльності набуває все більшого значення в управлінні підприємством. Вона передбачає створення такої системи управління, яка збалансовано узгоджує економічний, екологічний та соціальні напрями розвитку підприємства.

Проблему ефективності діяльності досліджували в своїх працях як зарубіжні, так і вітчизняні вчені: Г.Е. Дейлі, В.М. Степанов, Л.Г. Мельник, В.Я. Шевчук, А.І. Бурда, В.Г. Поліщук, О.В. Жаданос, В.М. Боголюбов, І.О. Тарасенко, Е.Г. Петров [3–13]. На думку Л.Г. Мельника, сталий розвиток забезпечується постійним виходом системи із рівноважного стану [5, с. 42]. За словами В.Я. Шевчука, сталий розвиток є гармонійним процесом, який забезпечує збалансоване економічне зростання, задоволення потреб суспільства із збереження природо-ресурсного потенціалу [6, с. 44]. А.І. Бурда визначає потенціал ефективності діяльності як сукупність ресурсів і можливостей, що забезпечують збалансований еколого-соціально-економічний розвиток підприємства [7, с. 5]. В.Г. Поліщук розглядає сталий розвиток як «процес постійного перетворення якісних та кількісних характеристик системи, спрямований на досягнення рівноваги між

суспільством, економікою та довкіллям» [8, с. 6]. Концепція ефективності діяльності визначена як розвиток, який задовольняє потреби розвитку нинішнього покоління без шкоди для можливості майбутніх поколінь реалізовувати власні потреби [2]. Проте нині відсутні комплексні дослідження, в яких розкрито методичний підхід до забезпечення ефективності діяльності підприємства з урахуванням впливу сукупності внутрішніх та зовнішніх факторів. Мета дослідження. Метою дослідження є аналіз теоретико-методичних засад ефективності діяльності промислових підприємств. Це зумовлює постановку низки завдань: – уточнення поняття ефективності діяльності як концепції управління підприємством; – розроблення методичного підходу до оцінювання потенціалу ефективності діяльності. – розроблення моделі управління сталим розвитком підприємства.

На авторський погляд, сталий розвиток – це концепція управління підприємством, яка в умовах складності та багатофакторності зовнішнього середовища, обмеженості природних ресурсів, зростання ролі людського потенціалу передбачає вплив на нарощування економічного потенціалу підприємства та рівень соціального розвитку з одночасним забезпеченням природо зберігаючих технологій. Визначимо основні ознаки ефективності діяльності підприємства [8; 11]:

– рівноважність та стійкість систем;

– здатність системи зберігати свою структуру та функціональність за зміни параметрів зовнішнього середовища;

– адаптивність та витривалість – можливість системи відновлювати функціональні якості за відхилення умов зовнішнього середовища від оптимальних;

– збалансованість показників (якісних та кількісних): зростання кількісних параметрів за одночасного збереження рівня якісних характеристик системи;

– стабільність – довгострокове підтримання досягнутого рівня розвитку;

– конкурентоспроможність – комплексна порівняльна характеристика підприємства, яка відображає його здатність конкурувати в ринкових умовах;

– екологічність – дотримання норм безпеки та екологічних вимог до обладнання та технологічного процесу виробництва. Важливою умовою ефективності діяльності є гнучкість системи управління – здатність реагувати на зміни завдяки коригуванню набору управлінського впливу та спрямовувати систему до рівноважного стану.

Як зазначає в роботі [11, с. 15] В.М. Боголюбов, сталий розвиток – це керований процес, основою керованості є системний підхід, який дає змогу моделювати сценарії розвитку з урахуванням стратегічної мети.

З урахуванням стратегічної спрямованості реалізації ефективності діяльності завданнями сучасних промислових підприємств є:

– підвищення якості та конкурентоспроможності продукції;

– збільшення частки на внутрішньому та зовнішньому ринках;

– вдосконалення технології виробництва, переоснащення технічної бази виробництва;

– впровадження інновацій;

– дотримання правових норм та екологічних вимог;

– впровадження систем навчання та оцінювання персоналу;

– створення відповідних умов праці.

Особливої важливості набуває розроблення методичного підходу до управління сталим розвитком підприємства. Процес управління сталим розвитком підприємства має бути цілісним та системним, що дозволятиме реалізовувати ефект синергії, та складається з таких етапів, як:

1. Діагностика поточного стану розвитку підприємства.

2. Визначення місії розвитку підприємства. Місія повинна узгоджувати такі складники, як: зростання економічного потенціалу,

забезпечення якісних засад соціального складника, збереження природного середовища.

3. Розроблення сценаріїв досягнення складників місії: цілей економічного, соціального та екологічного розвитку.

4. Моделювання розвитку підприємства, яке полягає в розрахунку прогнозних показників реалізації сценаріїв розвитку та порівнянні їх із цільовими.

5. Вибір найбільш ефективного напряму розвитку економічної, екологічної та соціальної складових підсистем підприємства.

6. Вибір інструментів стимулювання ефективності діяльності.

7. Реалізація та контроль ефективності діяльності підприємства.

Складовими частинами механізму стимулювання ефективності діяльності є такі інструменти:

– інвестиційні – інвестиційні ресурси та програми;

– інституційні – національні механізми та правові норми підвищення потенціалу ефективності діяльності;

– податкові;

– інноваційні – підвищення ефективності використаних ресурсів.

Досягненню цілей ефективності діяльності сприяють фактори зовнішнього та внутрішнього середовища та їх ефективне використання (табл.1.1).

Дослідження довели, що обов’язковим елементом реалізації стратегії ефективності діяльності є створення системи діагностики та розвитку потенціалу ефективності діяльності [11, с. 77].

Спираючись на наукові праці у сфері управління сталим розвитком підприємства, визначено, що потенціал підприємства, стратегією якого є сталий розвиток, слід розглядати крізь призму розвитку трьох складових частин. Метою економічного складника є підвищення економічних показників підприємства та його ринкової вартості. Інтегрований показник оцінювання економічного складника потенціалу складається з сукупності

часткових показників: виробничого, фінансового, маркетингового, стратегічного та інформаційного потенціалу.

Таблиця 1.1. – Фактори ефективності діяльності підприємства

Зовнішні фактори	Внутрішні фактори
Економічні: – рівень попиту; – стабільність валютної системи; – податкове навантаження; – наявність та вартість ресурсів; – трудовий потенціал населення	Управлінські: – наявність ефективної стратегії розвитку; – ризик-менеджмент; – стратегія управління ресурсами; – стратегія управління розвитком персоналу; – інформаційні технології.
Ринкові: – ємність та динаміка ринку; – рівень конкуренції.	Операційні: – рівень технічного та технологічного розвитку; – структура витрат
Політичні: – відкритість та легкість доступу до зовнішніх ринків.	Фінансові: – розроблена інвестиційна стратегія

Метою соціального складника є підвищення рівня та якості життя населення, персоналу, споживачів. Інтегрований показник оцінювання соціального складника потенціалу включає в себе оцінювання трудового, інтелектуального, соціального потенціалів. Метою екологічного складника є збереження та поліпшення стану природного середовища. Екологічний складник потенціалу ефективності діяльності підприємства складається з інноваційного та технологічного показників розвитку підприємства.

Етапи оцінювання потенціалу підприємства (рис.1.1):

1) Встановлення цілей ефективності діяльності;

2) Деталізація загальної мети ефективності діяльності для кожного складника потенціалу: економічного, соціального, екологічного;

3) Розрахунок часткових показників;

4) Розрахунок інтегрованого показника потенціалу сталого рівня;

5) Визначення рівня розриву між цільовим та розрахованим показником.

6) Узагальнена система забезпечення ефективності діяльності підприємства наведена на рис. 1.2. Реалізація стратегії ефективності діяльності надає низку важливих переваг підприємству.

Рисунок 1.1. – Модель формування потенціалу ефективності діяльності підприємства.

Ці переваги:

– підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства;

– зростання рівня стійкості підприємства в довгостроковій перспективі та здатності протидіяти зовнішнім ризикам;

– зростання рівня фінансових результатів, зростання ефективності;

– дотримання високого рівня якісних показників;

– соціальна привабливість підприємства для працівників;

– позитивний вплив на екологічний розвиток країни;

– зростання репутації підприємства;

– зростання рівня інноваційності та інвестиційної привабливості підприємства.

Рисунок 1.2. – Система забезпечення ефективності діяльності підприємства

Таким чином, концепція ефективності діяльності підприємства вимагає збалансованості та системного підходу до трьох складових частин: економічної, екологічної та соціальної. Перехід до ефективності діяльності потребує глибокого аналізу проблем та моделювання шляхів їх вирішення, які базуються на розвитку потенціалу підприємства з одночасним забезпеченням якості суміжних сфер: соціальної та екологічної. У результаті проведеного дослідження встановлено, що методичний підхід до забезпечення ефективності діяльності підприємства передбачає глибоку діагностику стану підприємства, визначення його місії з деталізацією на цілі економічного, соціального та екологічного розвитку, розроблення сценаріїв досягнення цільових показників, вибір інструментів ефективності діяльності та регулярний контроль ефективності та досягнення показників ефективності діяльності.

Підприємницька діяльність, зокрема, є складною взаємопов'язаною системою, основою якої є виробничий процес, що включає різні елементи (функціональні групи, підрозділи, персонал). Діяльність сукупних елементів спрямована на досягнення поставлених цілей організації та задоволення попиту споживачів. Чинники зовнішнього середовища безпосередньо впливають на підприємство, забезпечуючи фундаментальними ресурсами (входи) для господарської діяльності, наслідком перетворення яких є кінцеві результати (виходи) виробничого процесу.

Поняття «стійкий» вперше згадується 1987 року в доповіді Г. Х. Брунтланд «Наше спільне майбутнє», де було зазначено, що серед головних механізмів забезпечення змін є: створення перспектив для покращення існування населення та навколишнього середовища, а також розв'язання проблемо розвитку промисловості, енергетики, регіональних та міжнародних відносин [7]. З того часу, існує широкий спектр трактувань поняття «сталий розвиток». Наприклад, у вищезазначеній доповіді зазначалося, що дане поняття передбачає розвиток, який задовольняє сучасне покоління, проте не ставить під загрозу можливість майбутніх поколінь забезпечувати власні потенційні потреби. Тобто йдеться про мінімізацію несприятливих наслідків виснаження природних ресурсів та екологічного забруднення в результаті швидкого соціально-економічного розвитку людства задля майбутнього.

Стратегія «стійкого розвитку» передбачає такий план в довгостроковій перспективі, що має на меті перманентне оновлення змісту економічної системи, а саме створення такого стану економіки, що сприяє господарській діяльності підприємства задовольняти попит споживачів, виконувати зобов'язання перед суспільством, державою, іншими організаціями відповідно до заданих цілей навіть в мінливому зовнішньому середовищі та за умови обмежених ресурсів.

У сучасній економічній науці ефективність є відображенням удалого

управління ресурсами й витратами підприємства в довгостроковій перспективі. Дане бачення ґрунтується на вивченні підходів В. Андрійчука, В. Базилевича та П. Друкера [15 - 18].

Вивчаючи роботи вчених, ми приходимо до висновку, що для повного визначення категорії «ефективність» треба враховувати її основні типи. Отже, існує чотири типи ефективності в економіці (рис. 1.3).

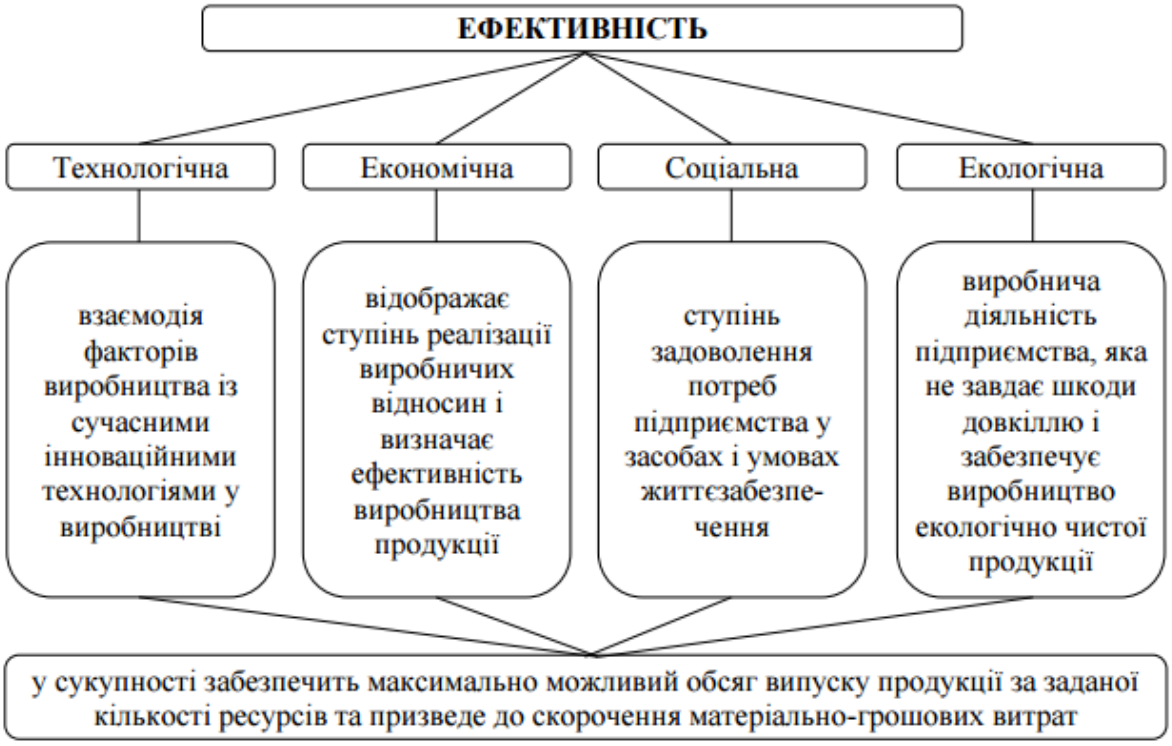

Рисунок 1.3 - Основні види ефективності

Технологічна ефективність характеризується використанням ресурсів виробництва, основним її критерієм є максимальний вихід продукції з одиниці землі за збереження природного середовища й дотримання екологічної рівноваги. Економічна ефективність відображає ступінь реалізації виробничих відносин, і визначає ефективність виробництва продукції. Економічна ефективність сільськогосподарського виробництва - це виробництво одного гектара земельної продукції на голову худоби з мінімальними витратами праці та витратами на одиницю продукції.

Ефективність сільського господарства не лише відображає баланс витрат виробництва та виробництва, але й відображає якість виробництва та

здатність задовольняти різні потреби споживачів. Соціальна ефективність характеризує соціальний розвиток і складається зі скорочення тривалості робочого тижня, збільшення нових робочих місць та рівня зайнятості, поліпшення умов праці та умов життя.

1.2. Методичні підходи до оцінювання ефективності діяльності підприємства.

Проблема - визначення економічної ефективності підприємства пов'язане із встановленням відповідного показника ефективності та розробленням системи показників. Визначення загальної ефективності підприємства вимагає багатьох факторів. Показники ефективності можуть бути розроблені для кожного типу ресурсів або для всіх ресурсів разом [33]. Розрахункові індекси порівнюються з показниками попереднього періоду, які називають основою, або з новою величиною рентабельності власного капіталу на ринку.

Оцінка результатів проводиться з конкретною метою (оцінка розвитку бізнесу, оцінка можливостей інвестицій) для конкретних користувачів такої інформації (власників бізнесу, менеджерів, іншого персоналу) на певному рівні в межах підприємства (можна оцінити ефективність діяльності підприємства в цілому, а може бути і ефективність використання окремих груп його активів) на підприємствах різних розмірів та юридичних форм, державних (цінні папери, що продаються на ринку) та не публічний.

Система показників оцінки економічних показників результатів діяльності підприємства включає декілька наборів показників [3]:

1) підсумкові показники ефективності (рівень задоволеності потребами ринку, виробництво продукції на одиницю вартості ресурсу, витрати на одиницю продукції, вартість одиниці загальних витрат, рентабельність виробництва, національний економічний ефект від

використання одиниці продукції): Продуктивність праці, Трудомісткість, Фондомісткість, Фондовіддача, Матеріаловіддача, Екологоефективність, Капіталомісткість, Матеріаломісткість;

2) показники ефективності використання праці (трудомісткість одиниці продукції, відносне вивільнення працівників, темпи росту продуктивності праці, частка приросту продукції за рахунок росту продуктивності праці, коефіцієнт ефективності використання робочого часу);

3) показники ефективності використання основних виробничих фондів (фондовіддача основних фондів, фондомісткість продукції, рентабельність основних фондів, фондовіддача активної частини основних фондів);

4) показники ефективності використання матеріальних ресурсів (матеріаломісткість продукції, матеріаловіддача, коефіцієнт використання найважливіших видів сировини і матеріалів, витрати палива, і енергії на 1 грн. чистої продукції, економія матеріальних витрат, коефіцієнт вилучення корисних компонентів із сировини);

5) показники ефективності використання фінансових коштів (коефіцієнт оборотності обігових коштів, тривалість одного обороту нормованих оборотних коштів, відносне вивільнення обігових коштів, питомі капіталовкладення, капіталовкладення на одиницю введених потужностей, рентабельність інвестицій, строк окупності інвестицій);

6) показники якості продукції (економічний ефект від поліпшення якості продукції, частка продукції, яка відповідає кращим світовим і вітчизняним зразкам, тощо).

Кількісне вираження підвищення ефективності відображається через систему показників виробництва (рисунок 1.3).

Формування системи показників ефективності господарської діяльності підприємства має:

– створювати передумови для виявлення резервів росту

ефективності;

– відображати витрати всіх видів ресурсів, що споживаються на підприємстві;

– стимулювати використання всіх резервів, наявних на підприємстві;

– виконувати критеріальну функцію.

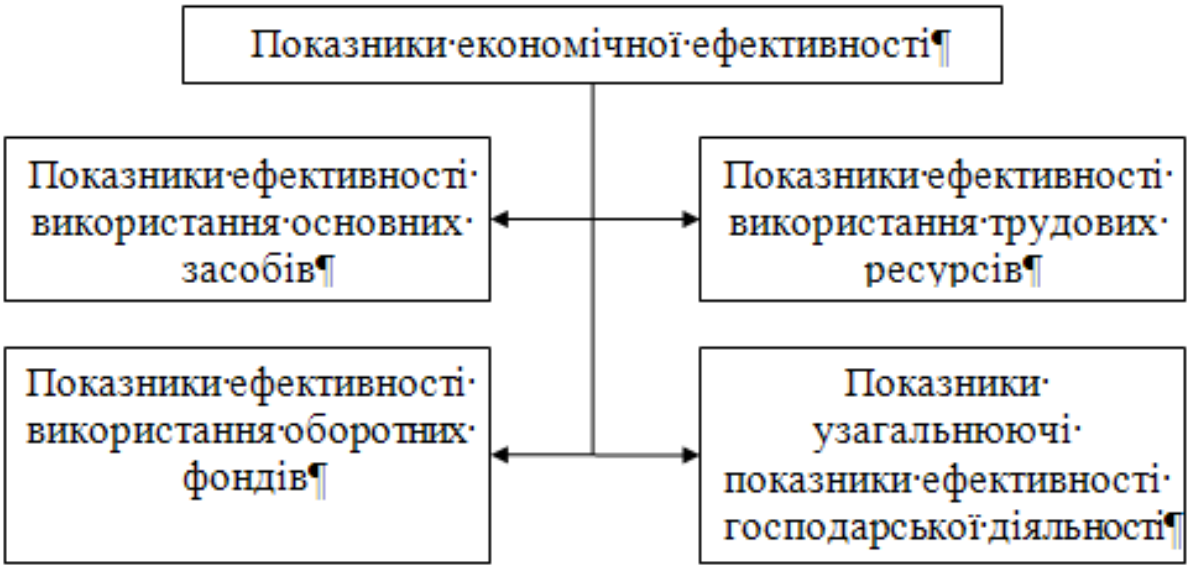

Рисунок 1.3 - Показники економічної ефективності

У системі показників ефективності господарської діяльності суб'єкта господарювання можна виділити такі групи показників:

- ефективності використання основних засобів (табл. 1.4);
- ефективності використання оборотних фондів (табл. 1.5);
- ефективності використання трудових ресурсів (табл. 1.6);
- узагальнюючи показники ефективності господарської діяльності (табл. 1.7, 1.8).

Рівень рентабельності підприємства залежить від розміру прибутку та собівартості продукції. Важливими факторами, що сприяють рентабельності та рентабельності підприємства, є підвищення продуктивності праці, раціональне використання матеріальних ресурсів та підвищення продуктивності капіталу. Врахування цих факторів допоможе підвищити ефективність роботи підприємства.

Управління ефективністю - це система принципів і методів розробки

та реалізації управлінських рішень з усіх ключових аспектів підприємства. Структурна схема управління ефективністю діяльності підприємства наведена на рис. 1.4.

Таблиця 1.4 - Показники ефективності використання основних засобів

Назва	Характеристика показника	Формула
Фондовіддача	Виражає ефективність використання засобів праці, тобто показує скільки виробляється готової продукції на одиницю основних виробничих засобів	$ФВ = \frac{ВП}{\overline{ОЗ}}$ де ВП – обсяг реалізованої продукції за рік; ОЗ – середньорічна вартість основних засобів.
Фондомісткість	Характеризує вартість основних виробничих фондів, яка припадає на одиницю вартості валової (товарної) продукції	$ФМ = \frac{1}{ФВ} = \frac{\overline{ОЗ}}{ВП}$
Рентабельність основних засобів	Характеризує рівень ефективності використання основних засобів	$Рф = \frac{П}{\overline{ОЗ}}$ де П – прибуток, одержаний за певний період.
Коефіцієнт інтенсивного використання обладнання	Визначається відношенням фактичної продуктивності основного технологічного устаткування до його нормативної продуктивності	$К_і = \frac{ВП}{П_{обл}}$ де $П_{обл}$ - виробнича потужність обладнання у відповідних показниках.
Коефіцієнт змінності обладнання	Показує, скільки змін працює обладнання	$К_з = \frac{К_{ст.зм.}}{n}$ де $К_{ст.зм.}$ – кількість відпрацьованих верстато-змін; n - кількість одиниць обладнання.

Успішна робота системи управління діяльністю багато в чому визначається ефективністю її організаційного забезпечення. Система управління ефективністю роботи підприємства - це взаємопов'язаний набір внутрішніх служб та підрозділів підприємства, які забезпечують розробку та управління рішеннями щодо конкретних питань планування прибутку, проектування, розподілу та використання та відповідають за результати цих рішень.

Таблиця 1.5 - Показники ефективності використання оборотних коштів

Назва	Характеристика показника	Формула
Коефіцієнт оборотності	Показник ефективності використання оборотних коштів. Характеризує кількість оборотів оборотних засобів за рік	$К_{об} = \frac{ВП}{\overline{ОК}}$ де $ОК$ – середні залишки оборотних коштів.
Коефіцієнт завантаження	Показник, обернений до коефіцієнта оборотності, який показує, скільки оборотних коштів припадає на 1 грн реалізованої продукції	$К_{зав} = \frac{1}{К_{об}} = \frac{\overline{ОК}}{ВП}$
Тривалість обороту	Тривалість одного обороту характеризує швидкість обертання. Швидкість обертання характеризує ефективність їх використання	$Т_{об} = \frac{Д}{К_{об}}$ де Д – кількість днів у періоді.
Рентабельність оборотних коштів	Це відношення чистого прибутку (П) до середньорічної вартості основного капіталу (Коб) і виражається в процентах.	$Рф = \frac{П}{\overline{ОК}}$ де П – прибуток, одержаний за певний період.

Таблиця 1.6 - Показники ефективності використання трудових ресурсів

Назва	Характеристика показника	Формула
Продуктивність праці	Характеризує кількість продукції, виробленої в одиницю часу, або витрати часу на виробництво одиниці продукції	$ПП = \frac{ВП}{ЖП}$ де ЖП – витрати живої праці, що відображаються кількістю відпрацьованих людино-годин.
Трудомісткість продукції	Характеризує затрати робочого часу на виробництві одиниці або всього обсягу виготовленої продукції	$ТП = \frac{1}{ПП} = \frac{ЖП}{ВП}$
Фондоозброєність	Вартість основних виробничих засобів, що припадає на одного працівника	$Ф_о = \frac{\overline{ОЗ}}{СЧП}$ де СЧП – середньооблікова чисельність працівників за певний період.
Зарплатомісткість продукції	Визначає, скільки гривень заробітної плати припадає на 1 гривню виготовленої продукції	$Зм = \frac{Ф_{оп}}{ВП}$ де $Ф_{оп}$ – фонд оплати праці.

Таблиця 1.7 - Показники ефективності використання капітальних вкладень

Назва	Характеристика показника	Формула
Коефіцієнт ефективності капітальних вкладень	Визначає абсолютну ефективність інвестицій	$\mathrm{E_р} = \frac{\Delta П}{КВ}$ де ΔП – щорічний приріст прибутку від здійснення капітальних вкладень; КВ – сума капітальних вкладень
Термін окупності капітальних вкладень	Період часу в роках, за який побудоване чи реконструйоване підприємство забезпечує накопичення прибутку в розмірах, що дорівнюють здійсненим капітальним вкладенням	$\mathrm{T_{ок}} = \frac{1}{\mathrm{E_р}} = \frac{КВ}{\Delta П}$
Зведені витрати	Дорівнює сумі поточних витрат на одиницю продукції за і-м варіантом (*Ci*) та добутку нормативного коефіцієнта ефективності (*Ен*) та питомих (на одиницю продукції) капітальних вкладень за і-м варіантом. Найкращим буде варіант з мінімальним значенням зведених витрат	$z = C_i + Ен \cdot КВ \rightarrow min$

Управління ефективністю діяльності складається з набору принципів та методів розробки та реалізації управлінських рішень у всіх ключових сферах діяльності підприємства. Успішне функціонування системи управління ефективністю підприємства багатьма способами визначається ефективністю її організаційного забезпечення.

Таблиця 1.8 - Узагальнюючи показники ефективності діяльності підприємства

Назва	Характеристика показника	Формула
Норма прибутковості	Характеризує величину чистого прибутку, що приходиться на одиницю інвестиційних вкладень	$Н_{пр} = \frac{П}{\overline{ОЗ} + \overline{ОК}}$ де $\overline{ОЗ}$ – середньорічна вартість основних засобів; $\overline{ОК}$ – середні залишки оборотних коштів
Рентабельність продукції	Характеризує ефективність витрат на виробництво продукції	$Р_{прод} = \frac{П}{С}$ де С – собівартість продукції.
Назва	Характеристика показника	Формула
Рівень рентабельності активів	Характеризує ефективність використання всього наявного майна підприємства, визначається відношенням чистого прибутку до середньої суми активів балансу підприємства .	$Р_{ак} = \frac{П}{А}$ де А - сума активів балансу підприємства.
Рівень рентабельності власного капіталу	Відображає ефективність використання активів, створених за рахунок власних коштів, визначається відношенням чистого прибутку до суми власного капіталу.	$Р_{ВК} = \frac{П}{ВК}$ де ВК – власний капітал.
Рівень рентабельності інвестиційного капіталу	Тобто капіталу, який використовується на підприємстві, визначається відношенням прибутку до суми власного капіталу та довгострокових зобов'язань.	$Р_{ІК} = \frac{П}{ВК + ДЗ}$ де ДЗ – довгострокові зобов’язання.
Рівень рентабельності продажу	Визначається відношенням прибутку до чистого доходу від реалізації продукції.	$Р_{прод} = \frac{П}{Чд}$ де Чд – чистий дохід від реалізації продукції.
Коефіцієнт ефективності застосування ресурсів	Характеризує рівень поточних витрат на виробництво	$К_{еф} = \frac{ЧП}{Чпр + (\overline{ОЗ} + \overline{ОК}) * К}$ де ЧП – чиста продукція в порівнянних цінах за рік; Чпр – витрати ресурсів, що відображені чисельність працівників.

Рисунок 1.4 - Структурна схема управління ефективністю діяльності підприємства

Є підрозділи, що забезпечують розробку та прийняття рішень з конкретних питань, пов'язаних з плануванням, формуванням, розподілом та використанням прибутку. На зміну ефективності діяльності підприємств впливають дві групи факторів: внутрішні й зовнішні (рис. 1.5).

При цьому, внутрішні фактори поділяють на основні та неосновні. Використання різних форм управління визначається специфікою бізнесу та

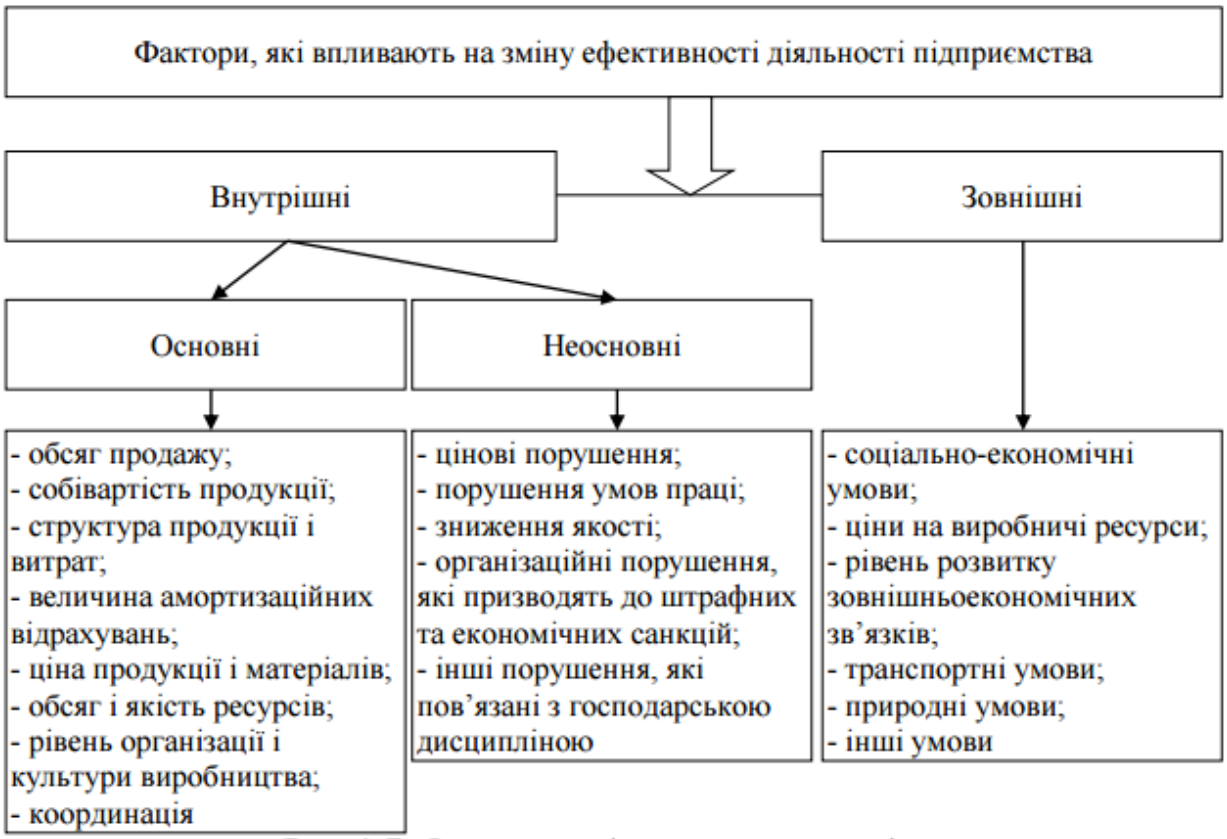

Рисунок 1.5 - Фактори, які впливають на зміну ефективності діяльності підприємства

фінансовою стратегією підприємства, відповідно модель для різних підприємств буде різною, що свідчить про різні стратегії управління.

Однак весь набір таких моделей можна згрупувати та виділити за такою типологією:

- агресивна стратегія - максимізувати продажі за рахунок стимулювання продажів для підвищення прибутковості підприємства;

- стратегія захисту - забезпечення контролю витрат для досягнення максимальної прибутковості підприємства як різниці між абсолютним доходом і витратами, стратегія є ефективною в довгостроковій перспективі;

- диверсифікована стратегія - поєднує добре збалансований компроміс між агресивними та захисними стратегіями, дозволяючи отримати переваги та недоліки обох варіантів стратегій управління прибутком підприємства.

Критерієм системному підході до управління бізнесом є здатність господарської системи відповідати викликам екзогенних факторів та адаптація до них. Отже, управління відіграє дуже важливу роль необхідного фактора і рушійної сили на мікро- і макрорівнях.

З метою підвищення результативності діяльності підприємства та його стратегічного розвитку виникає потреба у розробленні стратегії управління підприємством, спрямованої на вдосконалення механізму формування та управління ефективністю діяльності підприємства. Управління ефективністю діяльності підприємства необхідно здійснювати відповідно до спеціально розробленої політики, при цьому важливе значення необхідно слід звернути увагу на визначення пріоритетність напрямку використання ефективності діяльності підприємств, що сприятиме подальшому його розвитку та покращенню і підвищенню ринкової привабливості підприємств [65, с. 80].

Проведений критичний аналіз показав, що, незважаючи на велику кількість існуючих на сьогоднішній день методів оцінки ефективності фінансово-господарської діяльності, до цих пір немає одного загальноприйнятого. Деякі недоліки методів мають математичну основу. Важливо наголосити, що той чи інший метод не можна застосовувати у всіх ситуаціях. При виборі необхідно враховувати специфіку галузі, розмір підприємства, особливості його фінансових потоків, його облікову політику і багато інших важливих аспектів.

РОЗДІЛ 2
АНАЛІЗ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ПРАТ«ОБОЛОНЬ»

2.1. Організаційно-економічна характеристика ПрАТ «Оболонь» та аналіз його діяльності.

Історія корпорації сягає 1974 року, коли пивоварня почала будуватися. Відкриття було одночасно з Олімпійськими іграми 1980 року. У 1980 році відбулося офіційне відкриття київської пивної пивоварні №3, присвячена 22 Олімпійським іграм, та випуск першої пивної вечірки. Оболонська пивоварня № 1 створена в 1986 році на базі Київського пивоварного заводу №3, включаючи Київський пивоварний завод №1, Київський пивоварний завод №2 та Фастівський пивоварний завод. У 1993 році приватизована компанія набула статусу закритого акціонерного товариства.

У 1998 році вперше в області ЗАТ «Оболонь» отримав міжнародний сертифікат на систему контролю якості ISO-9001 у 1994 році, що демонструє високий рівень усіх процесів та здатність українського підприємства виробляти продукцію світового класу. У 2004 році була введена в експлуатацію найбільша в Європі пивоварня з потужністю 110 000 пляшок на годину. З введенням в експлуатацію нової пакувальної лінії фабрика Оболонь стала однією з трьох найсильніших пивоварних заводів у Європі. У 2008 році ЗАТ «Оболонь» стало першим серед чотирьох харчових компаній, які сертифікували одразу чотири системи управління.

Компанія «Оболонь» підтвердила відповідність стандартам:

– ДСТУ ISO 9001:2001 (Системи управління якістю);

– ДСТУ ISO 22 000:2007 (Системи управління безпечністю харчових продуктів);

– ДСТУ ISO 14 001:2006 (Системи екологічного керування);

– ДСТУ-П OHSAS 18 001:2006 (Системи управління безпекою та гігієною праці).

У 2009 році в селі відбулося урочисте відкриття солодового заводу. Однією з найсучасніших у Європі є Чемерівці Хмельницького району. Загальний обсяг інвестицій у проект склав 100 мільйонів доларів. Потужність підприємства складає 120 тис. тон солоду на рік.

У 2009-2011 роках виробничому цеху в Олександрії було доручено виробляти слабоалкогольні та безалкогольні напої у пляшках, ПЕТ-пляшках та жерстяних коробках, а також упаковки, контейнери та пакувальні машини. гурти, фірмові магазини тощо. Загальний обсяг інвестицій у виробничий комплекс становив понад 50 млн. грн.

Крім того, у 2012 році ПрАТ «Оболонь» розпочало виготовлення заготовок для ПЕТ-пляшок вагою 31,7 г (1 л) та 34,7 г (1,25 л) в Олександрії, вартість будівництва - 62 мільйони доларів. У 2012 році було завершено реконструкцію ПрАТ «Оболонь» на заводі «Сиберт» у Фастові, що дозволило збільшити виробничі потужності до 10 мільйонів доларів на рік.

У 2012-2020 рр. реконструйовано ДП ПрАТ «Оболонь» «Красилівське»: завод пакувальний №1 та склад готової продукції №2, очищення води, а у 2020 році - нове виробництво - настоянки було зроблено. Загальна вартість проектів становила понад 30 млн. грн. В 2012 році на ПрАТ «Дятьківці» в м. Коломия запроваджено виробництво снеків.

В 2013 році введено в експлуатацію 1-шу та 2-у черги реконструкції підприємства з доведенням потужності до 130 млн. дал пива на рік. Інвестиції у проект склали більше 420 млн. грн.

Крім того, у 2019 році після реконструкції було введено в дію цех розливу №2 та введено в експлуатацію бутильовану воду. Розширення елеватора солодового заводу в селі наприкінці 2019 року. Чемерівці Хмельницької області з додатковими 14 силосами збільшили свою ємність до 2160 м^3. Інвестиції в проект склали 20,5 млн. грн. Консолідація, поділ,

об'єднання, перетворення, ізоляція не було протягом останніх періодів.

На структуру ПрАТ «Оболонь» протягом багатьох років впливають стратегії розвитку, спрямовані на диверсифікацію виробництва, перехід на сировину власного виробництва, інноваційний підхід, абсолютну екологічну безпеку та повну соціальну відповідальність. ПрАТ «Оболонь» має такі відділення:

– ДП ПрАТ «Оболонь» «Красилівське», Хмельницька обл., м. Красилів, вул. Будівельна, 3,

– ДП ПрАТ «Оболонь» «Пивоварня Зіберта», Київська обл., м. Фастів, вул. Пушкінська, 3,

– володіє 100% статутного капіталу ТОВ «Оболонь Агро», Хмельницька обл. смт. Чемерівці,

– ІП «Оболонь-Русь», Республіка Білорусь.

Організаційна структура корпорації «Оболонь» відповідає існуючим нормам законодавства України та представлена на рисунку 2.1.

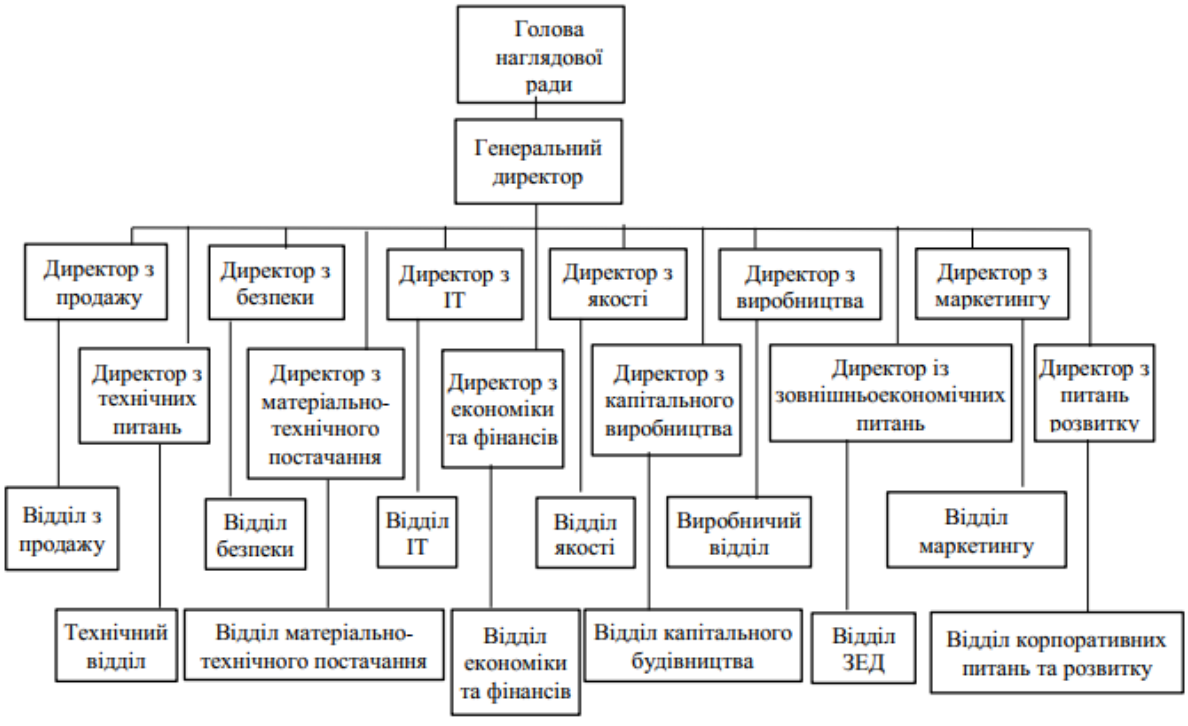

Рисунок 2.1 – Організаційна структура управління корпорації ПрАТ «Оболонь»

ПрАТ «Оболонь» - національна пивоварня в Україні зі 100% українським капіталом. Окрім своєї позиції на ринку пива, ПрАТ «Оболонь» має портфель різних безалкогольних напоїв. Україна, Молдова, Білорусь та країни Балтії є основними ринками продукції корпорації. Галузь характеризується сильною конкуренцією та високим впливом цінового чинника на рішення про купівлю.

Основна сировина - ячмінь, цукор, хміль, рисове борошно, кукурудзяна нарізка, солод. Сировина закуповується у виробників як на українському ринку, так і за кордоном.

Акціонерне товариство постійно реалізує програму модернізації, розширення виробництва, постійних капітальних вкладень.

Далі ми проаналізуємо фінансову звітність ПрАТ «Оболонь» за 2019-2022 роки на основі фінансової звітності підприємства (дод. Б-Е).

Найбільшу частку у структурі виробництва займає пиво (56,5%) (табл. 2.1). Далі - безалкогольні напої (33,83%) та мінеральна вода (6,40%). Слабоалкогольні напої - 2,08%. Сільське господарство - 0,10%, а переробка - 1,08%.

Також для наочності відобразимо графічно співвідношення випуску продукції ПрАТ «Оболонь» на рисунку 2.2.

Рисунок 2.2. Структура виробництва продукції за видами ПрАТ «Оболонь»

Таблиця 2.1 - Динаміка реалізації основних видів продукції ПрАТ «Оболонь» за 2018-2022рр

Вид продукції	Обсяг реалізації продукції, тис. грн.					Темп приросту, %			
	2018	2019	2020	2021	2022	2019/2018	2020/2019	2021/2020	2022/2021
Пиво	2638152	2843714	2708884	2853140	3097279	7,79	-4,75	5,32	8,55
Безалкогольні напої	673441	748154	357877	371906	418627	11,09	-52,17	3,92	12,56
Слабоалкогольні напої	185500	260758	288297	301428	510516	40,57	10,56	4,55	69,36
Мінеральна вода	201785	308001	227273	184753	217681	52,63	-26,22	-18,71	17,82
Інша реалізація	931046	716071	1430518	1595803	1581030	-23,09	99,77	11,55	-0,93
Послуги з доставки	333309	408463	515049	455839	551125	22,54	26,09	-11,5	20,9
Ретро-бонуси та маркетинг	185694	206397	251103	298042	466832	11,14	21,66	18,69	56,63
Всього	4777539	5078764	5276795	5464827	5909426	6,3	3,89	3,56	8,13

Переглянувши реалізацію продукції ПрАТ «Оболонь» (табл.2.1.), можна стверджувати, що як у 2021-му (56%), так і в 2022-му р. (56,8%) продажі пива складають найбільшу частку інших продуктів компанії. Подібна ситуація спостерігалась і в попередні роки. Далі слідують безалкогольні напої (33,2%), мінеральна вода (6,6%), слабоалкогольні напої (2,1%), вторинна переробка (1,2%), а також продукція сільськогосподарського спрямування (0,1%). Крім того, варто відзначити, що спостерігається позитивна динаміка в темпах приросту відносно минулого 2021 р.

Таким чином, аналізуючи виробництво та реалізацію продукції на ПрАТ «Оболонь», варто зазначите, що підприємство має певний потенціал, і зосереджує увагу на окремих напрямках діяльності. А саме ПрАТ «Оболонь» сконцентрована на виробництві пива, яке складає 56,48% від загального обсягу виробництва компанії, і відповідно приносить найбільшу частку доходів ПрАТ «Оболонь» отримує від реалізації даної продукції.

Основним позитивним результатом діяльності ПрАТ «Оболонь» у звітному періоді є прибуток у розмірі 176 580 000 грн, що свідчить про збільшення виробництва та скороченням окремих витрат, про що зазначалось раніше.

При проведенні техніко-економічного аналізу діяльності ПрАТ «Оболонь» виконаємо наступні розрахунки та зробимо відповідні висновки (таблиця 2.2).

Обсяг реалізованої продукції у 2019 році склав 62312821 тис. грн. У 2020 р. даний обсяг зменшився майже на 2% і склав 61123111,00 грн. У 2021 р. маємо збільшення показника на 1,32%. У 2022 році відбулося зростання цього показника на 72,15%. Це дуже позитивний результат. А ось у 2022 році обсяг реалізованої продукції зменшився приблизно на 60%. Враховуючи негативний стан підприємства у 2022 році, загалом за весь

Таблиця 2.3 - Техніко-економічні показники діяльності ПрАТ «Оболонь» за 2018-2022рр.

№ з/п	Показник	2018	2019	2020	2021	2022	Відносне відхилення			
							2019/ 2018	2020/ 2019	2021/ 2020	2022/ 2021
1	1	2	3	4	5	6	11	12	13	14
2	Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	4 777 539	5 078 764	5 276 795	5 464 827	5 909 426	6,31	3,90	3,56	8,14
4	Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	3 878 473	4 292 370	4 215 809	4 136 008	4 915 830	10,67	-1,78	-1,89	18,85
5	Витрати на 1 грн. реалізованої продукції грн./грн.	0,8118	0,8452	0,7989	0,7568	0,8319	4,11	-5,47	-5,27	9,91
7	Середньорічна вартість основних засобів, тис. грн.	4 925 763,0	4867737	4611402	4352291	4234287	-1,18	-5,27	-5,62	-2,71
10	Фондовіддача, тис. грн./тис. грн.	1,36	1,04	1,18	1,28	1,39	-23,53	13,46	8,47	8,59
11	Фондомісткість, тис. грн./тис. грн.	0,71	0,96	0,84	0,78	0,55	35,21	-12,50	-7,14	-29,49
12	Фондоозброєність, тис. грн./особу	2151,400	2063,47	1949,9	1877,6	1806,500	-4,09	-5,50	-3,71	-3,79
13	Кількість працівників, осіб	2315	2359	2365	2318	2310	1,90	0,25	-1,99	-0,35
14	Виробіток 1 працівника тис. грн./особу	2063,73	2152,93	2231,20	2357,56	2558,19	4,32	3,64	5,66	8,51
15	Фонд оплати праці, тис. грн.	1 031 955	625102	626692	705528	809 234	-39,43	0,25	12,58	14,70
16	Середня заробітна плата одного працівника, грн.	8976	10800	12200	14400	16760	20,32	12,96	18,03	16,39
17	Валовий прибуток, тис. грн.	899 066	786 393	1 060 986	1 328 819	993 596	-12,53	34,92	25,24	-25,23

18	Матеріальні затрати, тис. грн.	7 510 147	8 251 758	6 184 910	8 244 727	4 147 689	9,87	-25,05	33,30	-49,69
19	Середньорічна вартість активів, тис. грн.	51 935 903	61 368 674	63 873 337	66 122 072	58191423,5	18,16	4,08	3,52	-11,99
20	Чистий прибуток тис. грн.	176 580	-365 420	257 633	76 798	-111 966	-306,9	-179,4	-73,53	-245,8
21	Чиста рентабельність продукції, %	4,55	-8,51	6,88	1,86	-2,28	-287	-180,8	-73,02	-222,7
22	Чиста рентабельність продажу, %	3,70	-7,20	5,50	1,41	-1,89	-294,7	-176,4	-74,44	-234,8
23	Рентабельність підприємства, %	15,81	-13,03	6,80	0,12	-0,19	-17,60	-47,83	-98,29	-265,7

аналізований період обсяг реалізованої продукції має тенденцію до зниження у складі -31,41%, що негативно впливає на господарську діяльність підприємства.

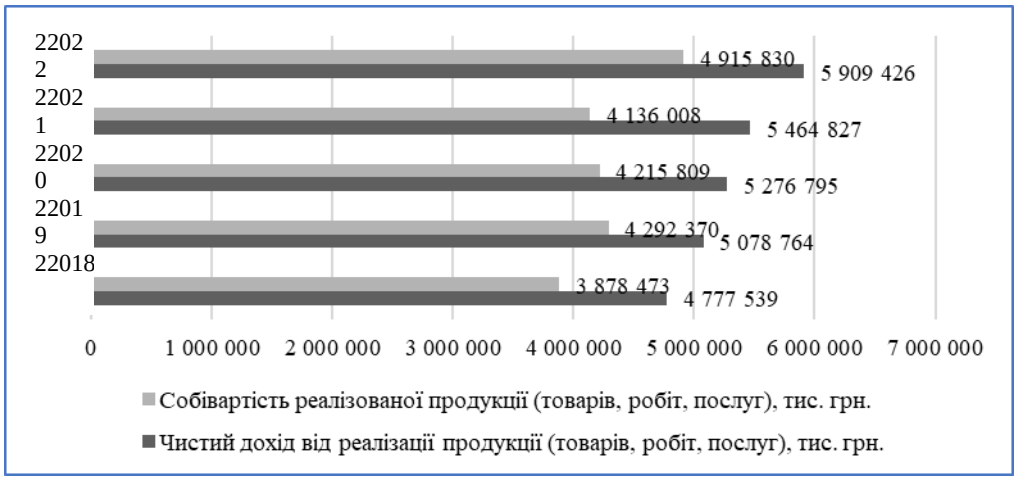

Рисунок 2.3 – Динаміка показників чистого доходу від реалізації продукції та собівартості реалізованої продукції ПрАТ «Оболонь» за 2018-2022рр.

Якщо подивитися на всі показники виробництва і прибутковості, то можна побачити, що у 2020 році та у 2022 році було спад виробництва і збиткова діяльність. У 2020 році були проблеми з логістикою, а у 2022 році.

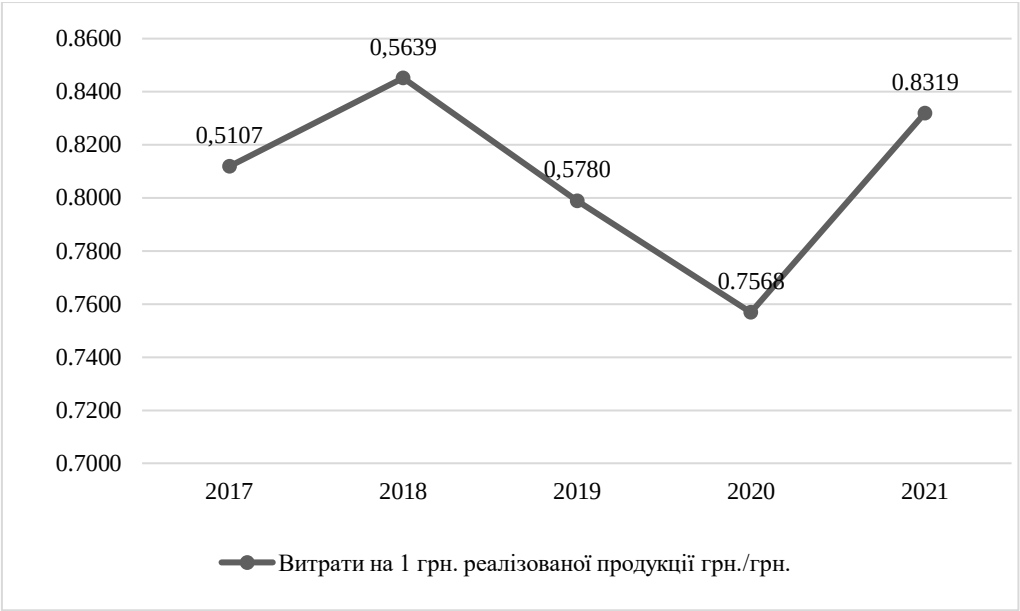

Рисунок 2.4 – Динаміка витрат на 1 грн. реалізованої продукції ПрАТ «Оболонь» за 2018-2022рр.

На протязі 2019 – 2022 рр. середньорічна вартість активів коливалася таким чином у 2020 році цей показник збільшився на 4,54% і досяг значення 97609394 тис. грн., а у 2021 році зменшився на 4,78% до 92946988 тис. грн. У 2022 році відбулося зростання цього показника на 4,44%, а у 2022 році спостерігаємо зниження вартості активів на 18,38%. Висновком є те, що до 2022 року підприємство мало позитивний вплив до господарської діяльності. Але у 2022 р. відбулось скорочення вартості активів у порівнянні із 2019 роком на 15,14% це є негативною тенденцією.

У 2019 р. середньорічна вартість основних засобів дорівнює 47081804 тис. грн. З 2019 – 2022 рр. значення зросло на 0,66%, 5,24% та 4,19% відповідно. За 2022 рік середньорічна вартість основних засобів знизилась на 31,75%.

Це означає, що ПрАТ «Оболонь» задовільним чином використовував у своєму складі обладнання з належною потужністю з 2019 по 2022 роки, а у 2022 році сталося часткове руйнування об'єктів основних засобів. Тому в подальшому треба буде використовувати всі резерви поліпшення формування та розподілу в цілому основних засобів.

У 2019 році собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) становить 54675902 тис. грн. У 2020 р. даний показник збільшився на 16,14%, а у 2021 р. зменшився на 7,33%. У 2022 році відбулося зростання цього показника на 26,7%, а у 2022 році знов зниження на 25,13%. Загалом за 2017 – 2022 рр. собівартість реалізованої продукції зросла на 2,11%. Такий коливальний вплив має підприємство за рахунок зниження прибутковості в минулих роках так, як у ПрАТ «Оболонь» є борг, який негайно треба покрити і при цьому залишити своє місце на ринку (рис. 2.1).

Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу у 2019 р. становить 20763 особи. З 2020 р. по 2022 рік значення показника поступово зменшується: на 2,52%, 0,17%, 2,56% відповідно. Загалом за аналізований період дана чисельність знизилась на 8,79% (рис. 2.2). Фонд оплати праці штатних працівників у 2019 р. був 3422307 тис. грн.

На протязі аналізованого періоду цей показник зростав з причини інфляції. З 2017 по 2022 роки показник зростав на 26,46%, 2,9%, 4,74%, 2,31%.

За період 2017 – 2022 рр. фонд оплати праці збільшився на 39,46%, що виступає позитивним явищем (рис. 2.1).

У 2019 р. чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) був 67963171 тис. грн. У 2020 році цей показник зменшився на 8,17%, а у 2021 році 1,74%, у 2022 році збільшення було більш суттєве на 72,13%. А у 2022р. спостерігається значне зменшення чистого доходу від реалізації продукції на 59,92% і це негативна тенденція.

Фондовіддача у 2020-2021 роках зменшувалася відповідно на 2,28% і на 3,88%. А у 2022 році збільшилась на 65,32%. У 2022 році даний показник має характер у бік зниження на 41,47% і складає 1,2 грн / грн. Це значить, що у діяльності підприємства спостерігається низька ступінь ефективного використання основних засобів.

Фондоозброєність за період з 2019 року по 2022 рік зростала відповідно на 4,64%, 7,96%, 4,36%. Це є позитивною тенденцією для підприємства так, як підвищується продуктивність праці. Але у 2022 році ми бачимо падіння цього показника на 29,96%, як і всіх результативних показників у 2022 році.

У 2019 році чистий прибуток склав 9509163 тис. грн. У 2020 році чистий збиток був 2265232 тис. грн., тобто зменшився показник на 123,82%.

На протязі 2021-2022 років чистий прибуток збільшувався. А у 2022 році як і всі результативні показники зменшився. Підприємство мало збиток 23793036 тис. грн.

Рентабельність продукції у 2020 році зменшилася на 20,95%. У 2021-2022 роках спостерігаємо підвищення на 4,81% і 32,56% відповідно. У 2022 р. спостерігаємо спадне значення у складі 76,42%.

Рисунок 2.5 – Показники чистого прибутку ПрАТ «Оболонь» за 2018-2022рр.

У 2019 році рентабельність підприємства становила 11,78% . У 2020 році значення показника знизилося на 15,72%. У 2021-2022 роках можна спостерігати збільшення цього показника на 4,77% та на 35,11% відповідно. У 2022 році ми бачимо зниження показника на 65,99% у порівнянні з 2022 роком. Загалом за аналізований період рентабельність підприємства за 2019-2022 роки зменшилася на 41,8%.

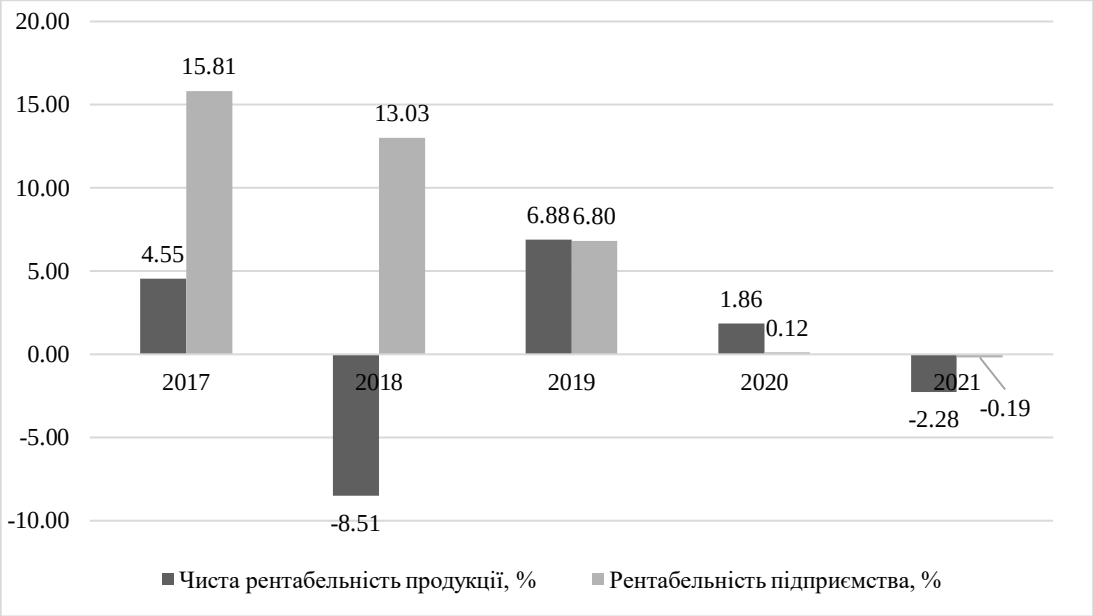

Рисунок 2.6 – Показники чистої рентабельності продукції та рентабельності підприємства ПрАТ «Оболонь» за 2017-2022рр.

Отже, проаналізувавши основні техніко-економічні показники діяльності ПрАТ «Оболонь» за 2018 – 2022 роки зробимо наступні висновки.

Підприємницька діяльність комбінату носить нестабільний рівень ефективності. Так, у 2021-2022 роках спостерігалася позитивна тенденція, збільшення результативних показників, то у 2020 році та у 2022 році діяльність була збитковою.

Ліквідність Балансу – це ступінь покриття боргових зобов'язань підприємства його активами, строк перетворення яких в гроші відповідає строку погашення платіжних зобов'язань.

Баланс вважається абсолютно ліквідним, якщо виконуються умови: А1≥П1, А2≥П2, А3≥П3, А4≤П4.

Аналіз фінансової звітності проведемо за формами №1, №2, №3, №4, №5 за 2018-2022 роки (Додаток Б - Е). Розрахунки занесемо до таблиці 2.2.

Для 2018 року А1<П1, А2>П2, А3>П3, А4<П4

Для 2019 року А1<П1, А2>П2, А3<П3, А4>П4

Для 2020 року А1<П1, А2>П2, А3<П3, А4<П4

Для 2021 року А1<П1, А2>П2, А3>П3, А4<П4

Для 2022 року А1<П1, А2>П2, А3>П3, А4<П4

За даними табл. 2.4 можна зробити висновок, що за 2019-2022рр. підприємство не є абсолютно ліквідним, так як не виконується перша нерівність, тобто у підприємства не достатньо грошових коштів для розрахунку за своїми поточними зобов'язаннями.

За 2020-2021 роки не виконується також третя нерівність, тобто запаси не покривають довгострокові зобов'язання, але за весь аналізований період обов'язкова умова, $А_4<П_4$ виконується, тобто ПрАТ «Оболонь» є ліквідним та платоспроможним підприємством.

Першим етапом нашого дослідження фінансового стану ПрАТ «Оболонь» є вивчення показників ліквідності, що характеризують

можливість своєчасного та повного розрахунку по зобов'язаннях перед контрагентами.

Проведемо оцінку ліквідності підприємства, результати розрахунків коефіцієнтів занесемо до таблиці 2.3.

Коефіцієнт поточної ліквідності (коефіцієнт покриття) характеризує достатність оборотних активів підприємства для погашення своїх боргів та показує, скільки грошових одиниць оборотних активів припадає на кожну грошову одиницю короткострокових зобов'язань. Значення цього показника. Це свідчить про зменшення питомої ваги власного капіталу в загальній сумі валюти балансу, а отже відбувається збільшення залежності підприємства від позикових коштів, що є негативною тенденцією в діяльності підприємства. Не зважаючи на це коефіцієнт автономії має значення більше свого нормативного, що свідчить про достатню автономність підприємства.

На кінець 2022р. значення коефіцієнту збільшилось на 0,6 і склало 0,71. А у 2022 році цей показник дуже спадає до значення 0,07. Тобто дуже збільшується залежність від позикового капіталу.

Коефіцієнт фінансової залежності за даний період має протилежну тенденцію та на кінець 2021 р. його значення збільшилось на 0,2 в порівнянні з 2019 роком і склало 1,54. А у 2022 році цей коефіцієнт зменшився на 0,13 бо збільшилася частка власного капіталу у фінансуванні. У 2022 році навпаки залежність від позикового капіталу збільшилася на 13,74 і досягла значення 15,15. Це є негативним показником.

Це говорить про недостатність ліквідних активів, підприємство не може негайно погасити поточні зобов'язання.. На протязі всіх років цей показник зменшується, що є негативною тенденцією. Але це зменшення коефіцієнта швидкої ліквідності можна пояснити інфляційними процесами в країні, тому підприємству краще зменшувати частку грошових коштів в активах, так як гроші знецінюються в першу чергу.

Таблиця 2.2 - Аналіз ліквідності балансу підприємства ПрАТ «Оболонь» за 2017-2022рр

Аналіз ліквідеості балансу підприємства ПрАТ "Оболонь"																	
№ з/п	А	2018 р.	2019 р	2020 р.	2021	2022	П	2019 р.	2020 р	2021 р.	2022	2022	Платіжний надлишок або нестача				
													2019 р.	2020 р	2021 р.	2022	2022
1	$А_1$	11660	61841	12256	125023	5612	$П_1$	237695	219646	202005	407089	283569	-236529	-19028	-18964	-405839	-283008
2	$А_2$	364248	430446	379681	480932	251099	$П_2$	0	0	0	0	0	3642	430446	379681	480932	251099
3	Аз	16039	16827	10209	13119	12621	$П_3$	19158	35121	40277	32988	20814	-3118	-18293	-30067	-198691	-81927
4	$А_4$	182233	215801	211624	213366	190877	$П_4$	306825	408926	371590	268590	150775	-124592	-19312	-15996	-552240	401021
Баланс	х	563679	663694	613772	708668	455159	х	563679	663694	613772	708668	455159	-	-	-	-	-

Коефіцієнт забезпеченості власними оборотним коштами показує, яка частина оборотних активів фінансується за рахунок власних коштів підприємства. Цей коефіцієнт має достатні значення у 2019 та 2022 роках. А у 2020 і у 2021 роках дуже низькі значення. Тобто недостатньо власних коштів підприємства.

Коефіцієнт забезпеченості запасів і витрат власними оборотними коштами визначає, яка частина матеріальних запасів фінансується за рахунок власних коштів підприємства. Найкращі показники були у 2019 році та у 2022 році, більше 0,5. У 2020, 2021, 2022 роках цей коефіцієнт мав дуже низьке значення. Значить власних оборотних коштів недостатньо для прибуткової діяльності.

Визначимо тип фінансової стійкості підприємства.

На основі даних таблиці можна зробити висновок, що за 2017-2022рр. тип фінансової стійкості ПрАТ «Оболонь» є нормальним, тобто у підприємства не достатньо власних оборотних коштів для фінансування своєї діяльності, а фінансування здійснюється за рахунок довгострокових та поточних зобов'язань. На кінець 2021р. ситуація покращилась і до кінця 2022р. тип фінансової стійкості характеризується, як абсолютно стійкий.

Комплексна оцінка фінансової стійкості підприємства передбачає розрахунок показників, наведених в табл. 2.3.

За 2020р. та за 2021 роки відбулося зменшення коефіцієнта автономії і його значення на кінець 2021р склало 0,65.

Це свідчить про зменшення питомої ваги власного капіталу в загальній сумі валюти балансу, а отже відбувається збільшення залежності підприємства від позикових коштів, що є негативною тенденцією в діяльності підприємства. Не зважаючи на це коефіцієнт автономії має значення більше свого нормативного, що свідчить про достатню автономність підприємства.

Таблиця 2.3 – Показники оцінки фінансового стану ПрАТ «Оболонь» за 2018-2022рр

№ з/п	Показники	Норм. Знач	2018	2019	2020	2021	2022	Відхилення (+/-)			
								2019/2018	2020/2019	2021/2020	2022/2021
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Коефіцієнт автономії	>0,5	0,54	0,62	0,61	0,38	0,33	0,072	-0,011	-0,23	-0,05
2	Коефіцієнт фінансової залежності	<2,0	1,84	1,62	1,65	2,64	3,02	-0,214	0,029	0,99	0,38
3	Маневреність робочого капіталу	за планом	0,10	0,06	0,04	0,12	-0,50	-0,039	-0,019	0,08	-0,62
4	Коефіцієнт маневреності робочого капіталу	>0,5	0,47	0,56	0,54	0,33	-0,13	0,090	-0,019	-0,21	-0,46
5	Коефіцієнт фінансової стійкості	>1	1,19	1,61	1,53	0,61	0,50	0,411	-0,071	-0,92	-0,11
6	Коефіцієнт співвідношення позикового і власного капіталу	-	0,84	0,62	0,65	1,64	2,02	-0,214	0,029	0,99	0,38
7	Коефіцієнт стійкості фінансування	0,8-0,9	0,58	0,67	0,67	0,43	0,38	0,091	0,002	-0,25	-0,05
8	Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	<0,5	0,46	0,38	0,39	0,62	0,67	-0,072	0,011	0,23	0,05
9	Коефіцієнт структури фінансування необоротних активів	<1	0,11	0,16	0,19	0,15	0,11	0,058	0,028	-0,04	-0,05

Продовження таблиці 2.3.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
10	Коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів	-	0,06	0,08	0,10	0,11	0,12	0,020	0,019	0,01	0,01
11	Коефіцієнт забезпечення власними оборотними коштами	>0,1	0,33	0,43	0,40	0,11	-0,15	0,105	-0,033	-0,29	-0,26
12	Коефіцієнт довгострокових зобов'язань	<0,2	0,07	0,14	0,17	0,075	0,068	0,063	0,028	-0,09	-0,01
13	Коефіцієнт поточних зобов'язань	>0,5	0,93	0,86	0,83	0,925	0,932	-0,063	-0,028	0,09	0,01
14	Коефіцієнт страхування бізнесу	>0,2	0,0026	0,0022	0,0023	0,0020	0,0032	-0,00038	0,00018	0,00	0,00
15	Коефіцієнт забезпечення запасів робочим капіталом	>0,2	10,26	17,19	25,43	8,61	-1,99	6,925	8,240	-16,82	-10,61

Таблиця 2. 4 – Аналіз ділової активності підприємства ПрАТ «Оболонь» за 2018-2022рр

№ з/п	Показники	2018	2019	2020	2021	2022	Відхилення (+/-)			
							2019/2018	2020/2019	2021/2020	2022/2021
1	Коефіцієнт оборотності активів	0,50	0,46	0,38	0,78	0,24	-0,04	-0,09	0,41	-0,55
2	Коефіцієнт оборотності оборотних активів	0,78	0,69	0,57	1,15	0,36	-0,09	-0,12	0,59	-0,79
3	Коефіцієнт оборотності запасів	21,49	20,87	22,75	57,21	13,89	-0,62	1,88	34,45	-43,31
4	Коефіцієнт оборотності власного капіталу	0,96	0,80	0,62	1,62	0,66	-0,16	-0,18	1,00	-0,96
5	Коефіцієнт оборотності коштів в розрахунках (дебіторської заборгованості)	0,81	0,72	0,59	1,20	0,38	-0,10	-0,12	0,61	-0,83
6	Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	1,15	1,25	1,14	1,70	0,40	0,09	-0,10	0,56	-1,30
7	Коефіцієнт завантаженості активів	1,99	2,16	2,65	1,28	4,21	0,17	0,50	-1,38	2,93
8	Коефіцієнт завантаженості активів в обороті	1,29	1,46	1,77	0,87	2,75	0,17	0,31	-0,90	1,88
9	Коефіцієнт завантаженості власного капіталу	1,05	1,26	1,62	0,62	1,52	0,21	0,36	-1,00	0,90

Продовження таблиці 2.4.

№ з/п	Показники	2018	2019	2020	2021	2022	Відхилення (+/-)			
							2019/2018	2020/2019	2021/2020	2022/2021
10	Період обороту активів	716,29	775,92	955,56	459,38	1514,20	59,63	179,64	-496,18	1054,81
11	Період обороту дебіторської заборгованості (К1)	443,33	502,33	605,92	298,94	952,36	59,01	103,59	-306,99	653,42
12	Період обороту запасів (К2)	16,75	17,25	15,82	6,29	25,91	0,50	-1,43	-9,53	19,62
13	Період обороту кредиторської заборгованості (К3)	311,87	289,12	315,33	211,55	898,58	-22,74	26,20	-103,78	687,03
14	Фінансовий цикл	148,21	230,46	306,42	93,68	79,69	82,25	75,96	-212,74	-13,99202

ПрАТ «Оболонь» є недостатньо ліквідним підприємством, що нам демонструють розраховані показники ліквідності. Їх значення занадто відхиляються від нормативних, це, безумовно, негативна подія.

Прослідковується позитивна динаміка за всіма показникам ліквідності, тобто ПрАТ «Оболонь» починає розвивати здатність перетворювати активи в інструменти погашення короткострокових зобов'язань

По-друге, потрібно оцінити платоспроможність ПрАТ «Оболонь». Іншими словами, ми проаналізуємо готовність ПрАТ «Оболонь» до несподіваних змін на ринку (табл. 2.4)

Більшість показників у 2022 році (табл. 2.4) відхиляються від нормативних значень за роками, тому компанія має низьку фінансову незалежність, але слід зазначити, що компанія не має ризику банкрутства в довгостроковій перспективі, оскільки має достатній запас стабільності.

Слід зазначити, що сукупні та власні ресурси підприємства мають низьку ефективність використання, незважаючи на зростання ефективності у проаналізованому періоді.

Підприємству в першу чергу необхідно зосередитися на підвищенні прибутковості діяльності, що в свою чергу позитивно вплине на ефективність використання власних та загальних коштів.

По-третє, оцінимо ділову активність ПрАТ «Оболонь», тобто швидкість обороту його коштів (табл. 2.4).

З даних таблиці 2.4 бачимо, що більшість показників ділової активності мають тенденцію до зростання в 2022 р. у порівнянні з попередніми роками. В 2022 р. оборотність активів зменшилась, що не є позитивним явищем.

Основні засоби також використовують недостатньо ефективно, відповідно до отриманого значення коефіцієнта оборотності основних засобів (1,28).

Знизилась і швидкість обороту вкладеного капіталу.

І останнім, оцінимо рентабельність ПрАТ «Оболонь», тобто якісний і кількісний показник ефективності діяльності підприємства (табл. 2.5).

Згідно отриманих в табл. 2.5 даних, можна зробити наступні висновки, що за три роки поспіль (2019-2021 рр.) всі показники мали від'ємне значення, що ніяк не може говорити про те, що ПрАТ «Оболонь» в цілому було рентабельним підприємством.

Однак, варто відзначити, що в 2022 р. активи ПрАТ «Оболонь» почали використовуватись більш ефективно: всі показники рентабельності продемонстрували позитивні результати.

2.2. Аналіз показників ефективності діяльності підприємства.

Для проведення аналізу ефективності діяльності підприємства, потрібно зробити аналіз динаміки фінансових результатів за 2020-2022 рр., розрахунки представлені у табл. 2.6.

Аналізуючи динаміку фінансових результатів за 2020-2022 рр. можна зробити наступні висновки: чистий дохід від реалізації продукції у 2021 р. порівняно з 2020 р. знизився з 3641996 тис. грн. до 3524945 тис. грн., тобто на 117051 тис. грн., проте зріс у 2022 р. на 1438287 тис. грн. і сягнув 4963232 тис. грн. Щодо витрат: адміністративні витрати мають тенденцію до зростання, як і фінансові витрати, зросли витрати на збут у 2022 р. порівняно із попередніми. В цілому доходи не покривають усіх витрат, тому у підприємства є поточна кредиторська заборгованість. Отже, підприємство працювало зі збитком за аналізовані роки.

З даної таблиці бачимо, що найбільш суттєвий негативний вплив на рівень фінансових результатів ПрАТ «Оболонь» мають наступні статті витрат:

1) адміністративні витрати (зросли на 39,1%);

Таблиця 2. 6 – Динаміка фінансових результатів діяльності підприємства ПрАТ «Оболонь» за 2018-2022рр

Показник	2018	2019	2020	2021	2022	Відхилення							
						2019/2018 рр.		2020/2019 рр.		2021/2020		2022/2021	
						+/-	%	+/-	%	+/-	%	+/-	%
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Чистий дохід від реалізації продукції	4 777 539	5 078 764	5 276 795	5 464 827	5 909 426	301 225	6,31	198 031	3,90	188 032	3,56	444 599	8,14
Собівартість реалізованої продукції	3 878 473	4 292 370	4 215 809	4 136 008	4 915 830	413 897	10,67	-76 561	-1,78	-79 801	-1,89	779 822	18,85
Валовий прибуток (збиток)	899 066	786 393	1 060 986	1 328 819	993 596	-112 673	-12,53	274 593	34,92	267 833	25,24	-335 223	-25,23
Інші операційні доходи	88 488	85 301	72 875	71 166	58 258	-3187	-3,61	-12426	-14,57	-1709	-2,35	-12908	-18,14
Адміністративні витрати	296 579	303 955	257 241	277 185	325 424	7376	2,48	-46714	-15,37	19944	7,75	48239	17,4
Витрати на збут	612 349	675 489	566 743	614 887	674 532	63140	10,31	-108746	-16,1	48144	8,49	59645	9,7
Інші операційні витрати	29 144	20 451	9 919	13 049	32 442	-8693	-29,8	-10532	-51,5	3130	31,55	19393	148,0
Фінансовий результат від операційної діяльності	49 482	-128 200	299 958	494 864	19 456	-177682	-359	428158	334	194906	64,97	-475408	-96,1

Продовження таблиці 2. 6

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Фінансовий результат до оподаткування	220 797	-325 802	224 804	113 936	-134 278	-546599	-247	550606	169	-110868	-49,3	-248214	-217
Витрати (дохід) з податку на прибуток	44 217	39 618	65 347	37 138	22 312	-4599	-10,4	25729	64,94	-28209	-43,2	-14826	-39,9
Чистий прибуток (збиток)	176 580	-365 420	290 151	76 798	-111 966	-542000	-307	655571	179,4	-213353	-73,5	-188764	-245

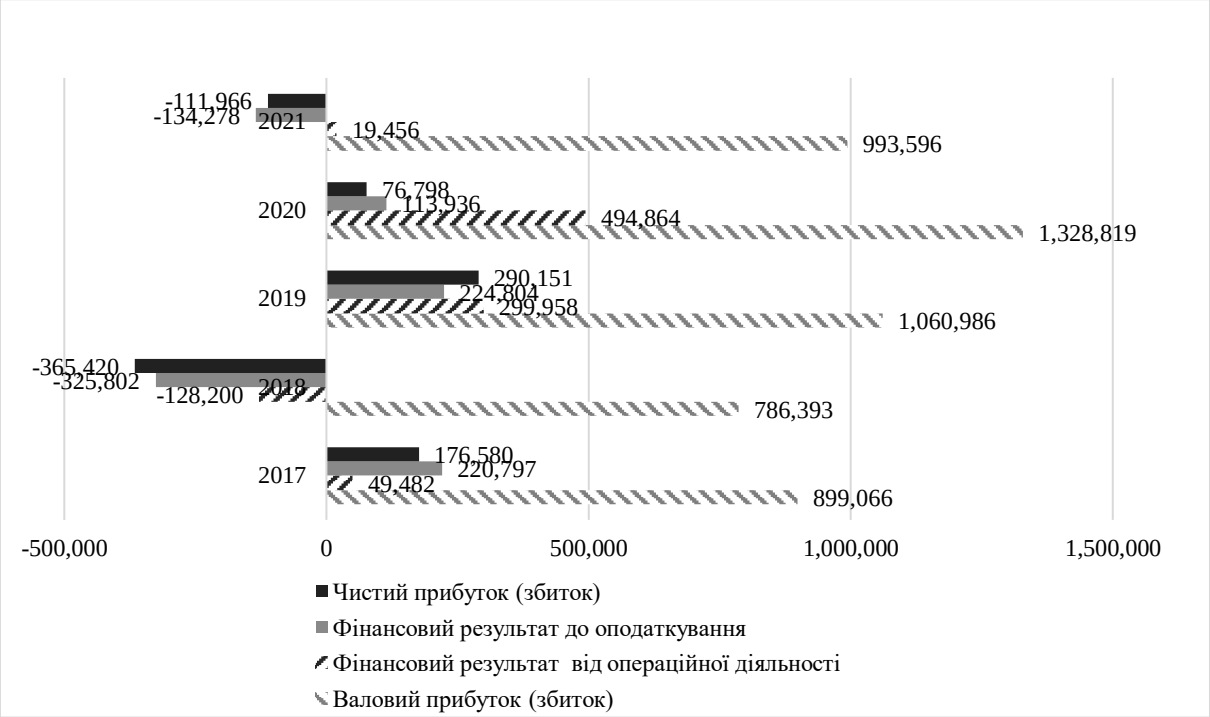

Рисунок 2.7 – Динаміка фінансових результатів ПрАТ «Оболонь» за 2018-2022рр.

2) витрати на збут (зросли на 33,4%);

3) фінансові витрати (зросли на 1,6%).

Крім того, варто відзначити, що в 2022 р., незважаючи на зростання собівартості виробництва продукцію (на 49,9%), ПрАТ «Оболонь» також отримало виручки на 40,8% (1 438 287 тис. грн.) більше, аніж в попередньому році. Також слід відмітити, що інші витрати зменшилися на 87,9% (310 866 тис. грн.), що мало також позитивний вплив.

На ПрАТ «Оболонь» прибуток формується за рахунок реалізації продукції, яку воно виробляє (пиво, слабоалкогольні напої, мінеральні води, промислова продукція тощо).

Простежимо за динамікою рентабельності, щоб більш об’єктивно оцінити прибутковість на ПрАТ «Оболонь» в таблиці 2.7.

Також для наочності відобразимо динаміку отримання прибутків ПрАТ «Оболонь» за період 2018-2022 рр. графічно на рисунку 2.6.

Таблиця 2. 7 – Показники ефективності діяльності підприємства ПрАТ «Оболонь» за 2018-2022рр

№ з/п	Показники	2018	2019	2020	2021	2022	Відхилення (+/-)			
							2019/2018	2020/2019	2021/2020	2022/2021
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ВИТРАТНІ ПОКАЗНИКИ										
1	Рентабельність продукції	5,8	-7,0	5,0	6,0	-3,1	-18,47	-4,32	154,19	-195,07
2	Рентабельність операційної діяльності	7,0	-3,0	4,0	8,5	-7,3	-16,72	11,41	48,01	-72,33
3	Рентабельність звичайної діяльності	44,97	35,08	24,45	88,47	-17,74	-9,89	-10,63	64,02	-106,21
4	Рентабельність господарської діяльності	41,79	33,14	23,45	76,29	-18,33	-8,64	-9,69	52,84	-94,62
5	Коефіцієнт покриття виробничих витрат	195,81	177,34	173,02	327,22	132,14	-18,47	-4,32	154,19	-195,07
6	Коефіцієнт окупності виробничих витрат	51,07	56,39	57,80	30,56	75,67	5,32	1,41	-27,24	45,11
РЕСУРСНІ ПОКАЗНИКИ										
7	Рентабельність підприємства	15,81	-13,03	6,80	38,25	-5,11	-2,78	6,23	31,46	-43,36
8	Рентабельність власного капіталу	6,2	-18,0	11,0	13,0	-7,3	-9,40	13,32	82,94	-113,72
9	Рентабельність залученого капіталу	4,14	-2,15	4,61	4,37	-9,75	-2,64	16,32	69,30	-100,22
10	Рентабельність перманентного капіталу	33,72	-24,91	12,29	86,52	-15,34	-8,80	12,62	74,22	-101,85

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
11	Рентабельність необоротних активів (фондорентабельність)	5,98	-8,0	5,0	8,0	-7,9	-5,78	-23,58	120,62	-163,19
12	Рентабельність оборотних активів	19,41	-33,0	22,0	23,0	-19,55	-6,27	-10,75	56,40	-78,33
13	Рентабельність покриття активів	5,26	-6,0	3,9	4,4	-3,7	-3,86	-8,72	40,69	-54,59
14	Рентабельність окупності активів	1,9	2,16	2,65	1,28	4,21	0,17	0,50	-1,38	2,93
15	Рентабельність покриття власного капіталу	5,5	9,5	6,6	6,8	5,9	-16,03	-17,90	100,22	-95,90
16	Рентабельність окупності власного капіталу	1,05	1,26	1,62	0,62	1,52	0,21	0,36	-1,00	0,90
ДОХОДНІ ПОКАЗНИКИ										
17	Валова рентабельність продажу	48,93	43,61	42,20	69,44	24,33	-5,32	-1,41	27,24	-45,11
18	Чиста рентабельність продажу	31,46	-28,08	18,04	48,81	-21,48	-3,38	-10,04	30,77	-70,30
19	Рентабельність доходу від операційної діяльності	31,98	23,25	29,43	47,29	14,81	-8,73	6,18	17,86	-32,48

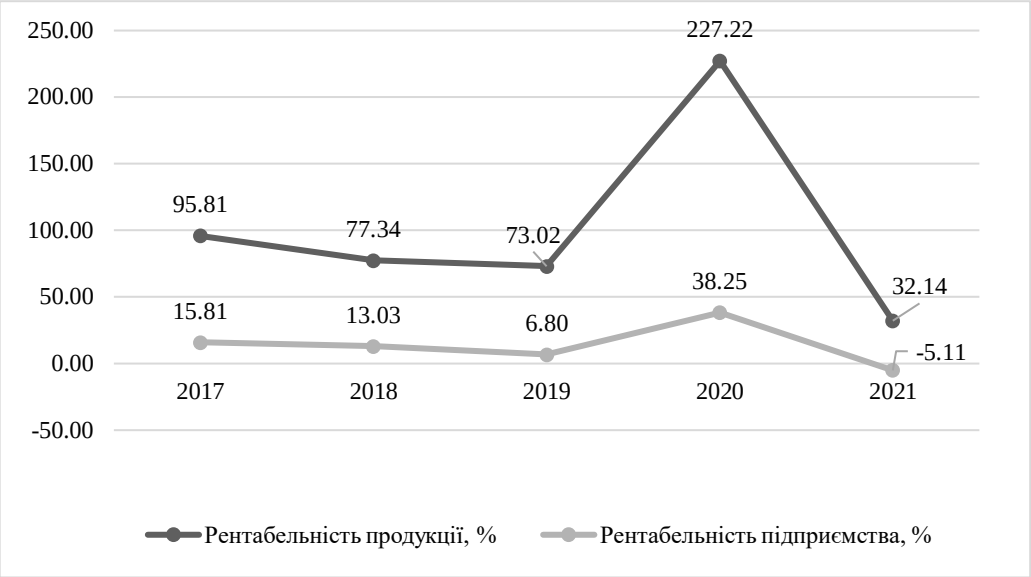

Рисунок 2.8 - Динаміка прибутковості ПрАТ «Оболонь» за 2018-2022 рр.

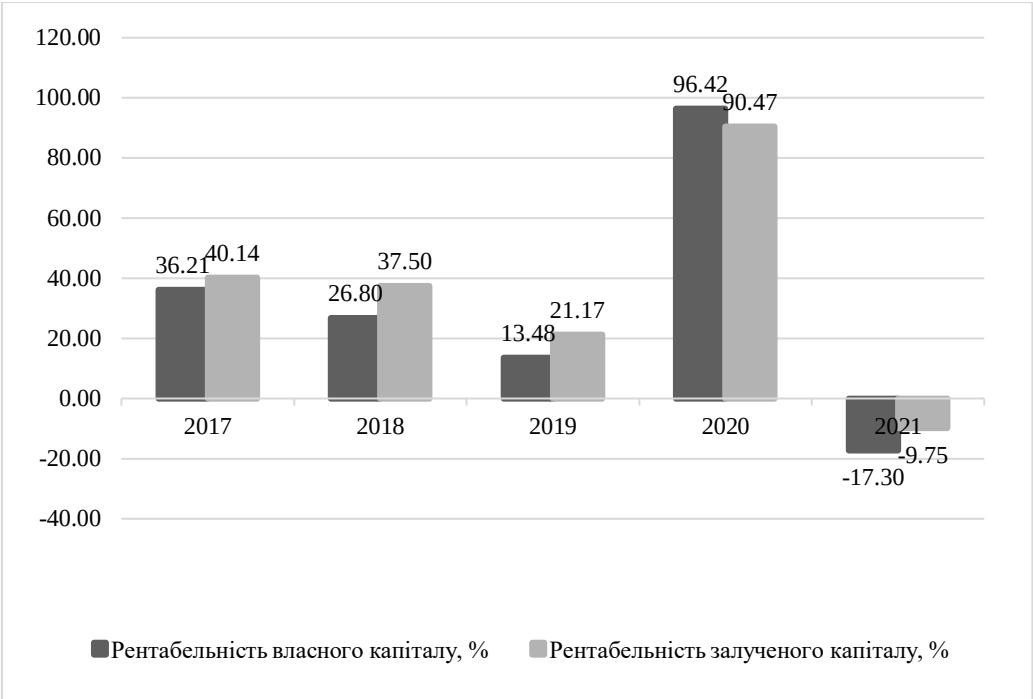

Рисунок 2.9 – Показники рентабельності власного капіталу та рентабельності залученого капіталу ПрАТ «Оболонь» за 2018- 2022 рр

Як бачимо показники рентабельності процесу реалізації не стабільно, є коливання від мінімального значення у 32,5% у 2021рдо максимального значення у 36,4% у 2019р, але спостерігаємо позитивна тенденція до росту

показників рентабельності у 2021р відповідно до 2021р май же за чистим прибутком на 14,2%.

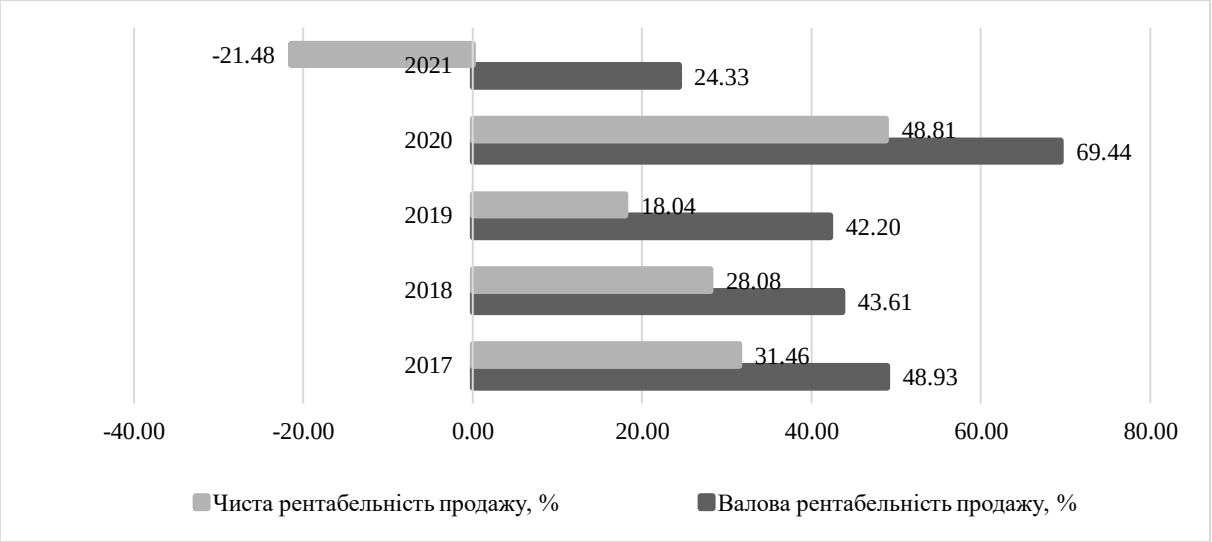

Рисунок 2.10 – Динаміка показників чистої рентабельності продажу та валової рентабельності продажу ПрАТ «Оболонь» за 2018- 2022 рр.

Отримання прибутку в звітному 2022 р. позитивно сказалось на рентабельності діяльності, про що свідчать дані таблиці 2.7. Усі показники мають тенденцію до покращення. Відповідно до оцінки динаміки змін показників рентабельності слід зробити висновок про позитивні зміни в політиці управління прибутковістю ПрАТ «Оболонь».

Прибуток - головний позитивний результат діяльності ПрАТ «Оболонь» за звітний період, який підприємство одержало в розмірі 176 580 тис. грн. (зростання відносно 2021 р. на 194,6%), це в свою чергу вказує на збільшення виробництва та зниження окремих витрат, про що зазначалось у попередньому пункті роботи.

Зростання чистого прибутку підприємства відбувається за рахунок операційної діяльності ПрАТ «Оболонь». У цілому, дана тенденція говорить про те, що підприємство почало проводити успішну стратегію управління прибутком, яка дійсно покращує результативність діяльності компанії.

РОЗДІЛ 3
ОБҐРУНТУВАННЯ ШЛЯХІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ОБОЛОНЬ»

3.1. Факторний аналіз впливу показників на прибутковість підприємства ПрАТ «Оболонь».

Відповідно до проведеного дослідження коефіцієнтів техніко-економічного стану ПрАТ «Оболонь», а також показників ефективного розподілу ресурсної бази підприємства було визначено, що найбільш впливовішою на зміни прибутковості господарювання має значення собівартості реалізованої продукції. Отже, з метою розробки заходів щодо її оптимізації необхідно провести факторний аналіз її складу та основних показників, яким характерний ефективний розподіл ресурсної бази підприємства.

При проведенні факторного аналізу витрат на 1 гривню реалізованої продукції складемо таблицю 3.1.

Таблиця 3.1 - Вихідні дані для проведення факторного аналізу витрат на 1 гривню реалізованої продукції за 2018–2022 роки, тис. грн.

Показник	Роки				
	2018	2019	2020	2021	2022
Чистий дохід від реалізації продукції (ЧД)	4 777 539	5 078 764	5 276 795	5 464 827	5 909 426
Собівартість реалізованої продукції (С)	3 878 473	4 292 370	4 215 809	4 136 008	4 915 830
Витрати на 1 гривню товарної продукції (В)	0,8118	0,8452	0,7989	0,7568	0,8319

Використаємо для факторного аналізу спосіб ланцюгових підстановок.

$$В_{1\ грн.0} = \frac{С_0}{ЧД_0} \quad (3.1)$$

Витрати на 1 грн реалізованої продукції у 2018 р. склали:

$$В_{1\ грн.0\ (2018)} = \frac{45141096}{46261289} = 0{,}898\ (грн/грн)$$

За рахунок зміни собівартості реалізованої продукції у звітному році, витрати на 1 гривню розраховуються за формулою 3.2:

$$В'_{1\ грн.} = \frac{С_1}{ЧД_0} \quad (3.2)$$

Звідси за 2018 рік:

$$В'_{1\ грн.} = \frac{47924608}{46261289} = 1{,}036\ (грн/грн)$$

За рахунок зміни чистого доходу у звітному році витрати на 1 грн будуть мати вигляд:

$$В''_{1\ грн.} = \frac{С_1}{ЧД_1} \quad (3.3)$$

Звідси за 2018 рік:

$$В''_{1\ грн.} = \frac{47924608}{52961756} = 0{,}905\ (грн/грн)$$

Далі аналогічно розрахуємо по наступним рокам.

Вплив на зміну собівартості реалізованої продукції:

$$\Delta В_{1\ грн.\frac{с}{в}2018р.} = В' - В_0 = 1{,}036 - 0{,}898 = 0{,}138\ (грн/грн)$$

$$\Delta В_{1\ грн.\frac{с}{в}2019р.} = 1{,}068 - 0{,}905 = 0{,}163\ (грн/грн)$$

$$\Delta В_{1\ грн.\frac{с}{в}\ 2020р.} = 0{,}826 - 0{,}855 = -0{,}028\ (грн/грн)$$

$$\Delta В_{1\ грн.\frac{с}{в}\ 2021р.} = 0{,}934 - 0{,}804 = 0{,}130\ (грн/грн)$$

$$\Delta В_{1\ грн.\frac{с}{в}\ 2022р.} = 0{,}943 - 1{,}018 = -0{,}075\ (грн/грн)$$

Вплив на зміну чистого доходу:

$$\Delta В_{1\ грн.ЧД\ 2018р.} = В'' - В' = 0{,}905 - 1{,}036 = -0{,}131\ (грн/грн)$$

$$\Delta В_{1\ грн.ЧД\ 2019р.} = 0{,}855 - 1{,}068 = -0{,}213\ (грн/грн)$$

$$\Delta В_{1\ грн.ЧД\ 2020р.} = 0{,}804 - 0{,}826 = -0{,}022\ (грн/грн)$$

$$\Delta В_{1\ грн.ЧД\ 2021р.} = 1{,}018 - 0{,}934 = 0{,}083\ (грн/грн)$$

$$\Delta В_{1\ грн.ЧД\ 2022р.} = 0{,}927 - 0{,}943 = -0{,}016\ (грн/грн)$$

Загальний вплив витрат на одну гривню реалізованої продукції:

$$\Delta В_{1\ грн.2018\ р.} = 0{,}138 + (-0{,}131) = 0{,}007\ (грн/грн)$$

$$\Delta В_{1\ грн.2019р.} = 0{,}163 + (-0{,}213) = -0{,}050\ (грн/грн)$$

$$\Delta В_{1\ грн.2020\ р.} = (-0{,}028) + (-0{,}022) = -0{,}050\ (грн/грн)$$

$$\Delta В_{1\ грн.2021\ р.} = (-0{,}130) + 0{,}083 = 0{,}213\ (грн/грн)$$

$$\Delta В_{1\ грн.2022\ р.} = (-0{,}075) + (-0{,}016) = -0{,}091\ (грн/грн)$$

За проведеними розрахунками можна сказати, що у 2018 р. бачимо збільшення витрат на 1 гривню на 0,007 грн/грн за рахунок зростання чистого доходу на 14,48%, витрати зменшились на 0,131 грн/грн, за рахунок підвищення собівартості на 6,17%, зростання на 0,138 грн/грн.

У 2019 р. підприємство має зниження витрат на 1 гривню на 0,050 грн/грн за рахунок підвищення чистого доходу на 24,97%, витрати на 1 гривню знизились на 0,213 грн/грн, але за рахунок збільшення собівартості реалізованої продукції на 18,02% - зросли на 0,163 грн/грн.

У 2020 р. спостерігаємо зменшення витрат на 1 гривню на 0,050 грн/грн, за рахунок збільшення чистого доходу на 2,69%, витрати на 1 гривню скоротились на 0,022 грн/грн, але за рахунок зниження собівартості реалізованої продукції на 3,33% - знизились на 0,028 грн/грн.

У 2021 р. бачимо зростання витрат на 1 гривню на 0,213 грн/грн за рахунок збільшення чистого доходу на 8,17%, витрати на 1 гривню мають приріст на 0,083 грн/грн, але за рахунок приросту собівартості реалізованої продукції на 16,14% - зросли на 0,130 грн/грн.

У 2022 р. відбувається зменшення витрат на 1 гривню на 0,091 грн/грн за рахунок підвищення чистого доходу на 1,74%, витрати на 1 гривню знизились на 0,016 грн/грн, але за рахунок скорочення собівартості реалізованої продукції на 7,33% - відбулось зменшення на 0,075 грн/грн.

Отже, ПрАТ «Оболонь» необхідно ретельніше запроваджувати підхід розподілу грошових надходжень, постійно аналізувати рух обсягів виробництва продукції та стан фінансових результатів, а також проаналізувати якість продукції, щоб дослідити рівень браку на підприємстві.

Собі у допомогу складемо таблицю 3.2 для того, щоб провести факторний аналіз прибутковості ПрАТ «Оболонь» за аналізований період 2018 – 2022 рр.

Таблиця 3.2 - Вихідні дані для факторного аналізу валового прибутку ПрАТ «Оболонь» за 2018–2022 роки, тис. грн.

Показник	Роки				
	2018	2019	2020	2021	2022
Чистий дохід від реалізації продукції (ЧД)	4 777 539	5 078 764	5 276 795	5 464 827	5 909 426
Собівартість реалізованої продукції (С)	3 878 473	4 292 370	4 215 809	4 136 008	4 915 830
Валовий прибуток (збиток) (ВП)	899 066	786 393	1 060 986	1 328 819	993 596

Вплив зміни обсягу реалізації розрахуємо за допомогою формули:

$$\Delta ВП_{ор} = ВП_0 \times (\frac{C_1}{C_0} - 1) \qquad (3.4)$$

$$\Delta ВП_{ор\ 2018р.} = 1120213 \times \left(\frac{47924608}{45141096} - 1\right) = 69073{,}88 \text{ тис. грн}$$

$$\Delta ВП_{ор\ 2019р.} = 5037148 \times \left(\frac{56562119}{47924608} - 1\right) = 907851{,}37 \text{ тис. грн}$$

$$\Delta ВП_{ор\ 2020р.} = 9623757 \times \left(\frac{54675902}{56562119} - 1\right) = -320930{,}23 \text{ тис. грн}$$

$$\Delta ВП_{ор\ 2021р.} = 13287269 \times \left(\frac{63503128}{54675902} - 1\right) = 2145181{,}37 \text{ тис. грн}$$

$$\Delta ВП_{ор\ 2022р.} = (-1093902) \times \left(\frac{58845530}{63501328} - 1\right) = 80231{,}57 \text{ тис. грн}$$

Влив зміни структури й асортименту реалізованої продукції формула буде мати вигляд:

$$\Delta ВП_{стр} = ВП_0 \times \left(\frac{ЧД_1}{ЧД_0} - \frac{С_1}{С_0}\right) \qquad (3.5)$$

$$\Delta ВП_{стр\ 2018\ р.} = 1120213 \times \left(\frac{52961756}{46261289} - \frac{47924608}{45141096}\right) = 93174{,}4 \text{ тис. грн}$$

$$\Delta ВП_{стр\ 2019\ р.} = 5037148 \times \left(\frac{66185876}{52961756} - \frac{56562119}{47924608}\right) = 349883{,}54 \text{ тис. грн}$$

$$\Delta ВП_{стр\ 2020\ р.} = 9623757 \times \left(\frac{67963171}{66185876} - \frac{54675902}{56562119}\right) = 579357{,}80 \text{ тис. грн}$$

$$\Delta ВП_{стр\ 2021\ р.} = 13287569 \times \left(\frac{62409226}{67963171} - \frac{63503128}{54675902}\right) = -3231015{,}95 \text{ тис. грн}$$

$$\Delta ВП_{стр\ 2022\ р.} = (-1093902) \times \left(\frac{63496684}{62409226} - \frac{58845530}{63501328}\right) = -99292{,}42 \text{ тис. грн}$$

Вплив рівня витрат на 1 гривню реалізованої продукції проводиться за формулою:

$$\Delta ВП_{РВ} = ЧД_1 \times \left(\frac{С_0}{ЧД_0} - \frac{С_1}{ЧД_1}\right) \qquad (3.6)$$

$$\Delta ВП_{РВ\ 2018\ р.} = 52961756 \times \left(\frac{45141096}{46261289} - \frac{47924608}{52961756}\right) = 3754706{,}68 \text{ тис. грн}$$

$$\Delta ВП_{РВ\ 2019\ р.} = 66185876 \times \left(\frac{47924608}{52961756} - \frac{56562119}{66185876}\right) = 3328874{,}09 \text{ тис. грн}$$

$$\Delta ВП_{РВ\ 2020\ р.} = 67963171 \times \left(\frac{56562119}{66185876} - \frac{54675902}{67963171}\right) = 3405084{,}43 \text{ тис. грн}$$

$$\Delta ВП_{РВ\ 2021\ р.} = 62409226 \times \left(\frac{54675902}{67963171} - \frac{63503128}{62409226}\right) = -13295336{,}42 \text{ тис. грн}$$

$$\Delta ВП_{РВ\ 2022\ р.} = 63496684 \times \left(\frac{63503128}{62409226} - \frac{58845530}{63496684}\right) = 5764116{,}84 \text{ тис. грн}$$

Загальна зміна валового прибутку становить:

$$\Delta ВП_{РВ\ 2018\ р.} = 69073{,}88 + 93174{,}44 + 3754706{,}68 = 3916955 \text{ тис. грн}$$

$$\Delta ВП_{РВ\ 2019\ р.} = 907851{,}37 + 349883{,}54 + 3328874{,}09 = 4586609 \text{ тис. грн}$$

$$\Delta ВП_{РВ\ 2020\ р.} = (-320930{,}23) + 579357{,}80 + 3405084{,}43 = 3663512 \text{ тис. грн}$$

$$\Delta ВП_{РВ\ 2021р.} = 2145181{,}37 + (-3231015{,}95) + (-13295336{,}42) = -14381171 \text{ тис. грн}$$

$$\Delta ВП_{РВ\ 2022р.} = 80231{,}5 + (-99292{,}42) + 5764116{,}84 = 5745056 \text{ тис. грн}$$

У 2018 р. відзначається зростанням валового прибутку на 349,67% за рахунок збільшення обсягу реалізованої продукції на 69073,88 тис. грн та зріст собівартості на 93174,44 тис. грн, що призвело до зростання витрат на одну гривню реалізованої продукції на 3757706,68 тис. грн.

У 2019 р. зростання валового прибутку на 91,06% відбулось завдяки зростанню обсягів реалізованої продукції на 907851,37 тис. грн, а також собівартості – на 349883,54 тис. грн та збільшення витрат на 1 грн реалізованої продукції на 3328874,09 тис. грн.

Підвищення валового прибутку у 2020 р. на 38,07% спостерігається за рахунок факторів зниження обсягу реалізованої продукції на 320930,23 тис. грн, зростання на 579357,80 тис. грн собівартості та на 3405084,43 тис. грн витрат на 1 грн реалізованої продукції.

У 2021 р. зниженням валового прибутку на 108,23% було зумовлено збільшенням обсягу реалізації на 2145181,37 тис. грн та зменшення собівартості на −3231015,95 тис. грн, а також підвищення витрат на 1 гривню реалізованої продукції на 13295336,42 тис. грн.

Підвищення валового прибутку у 2022 р. на 123,52% спостерігається за рахунок приросту обсягу реалізації на 80231,57 тис. грн, скорочення собівартості реалізованої продукції на 99292,42 тис. грн та збільшення витрат на 1 гривню реалізованої продукції на 5764116,84 тис. грн.

Згідно проведеного факторного аналізу, величина прибутковості залежить від затрат на 1 грн реалізації виробничої продукції підприємства ПрАТ «Оболонь».

Здійснимо факторний аналіз впливу факторів(показників) на зміну чистого прибутку підприємства ПрАТ «Оболонь» за 2018–2022 рр. Всі розрахункові показники занесемо до таблиці 3.3.

Зміна чистого прибутку за рахунок зміни непрямих витрат матиме вигляд:

$$\Delta ЧП = (АВ_1 + ЗВ_1 + ОВ_1) - (АВ_0 + ЗВ_0 + ОВ_0) \qquad (3.7)$$

$$\Delta ЧП_{2018\text{ р.}} = (1311408 + 29734 + 473575) - (815298 + 7636 + 219260)$$
$$== 772523 \text{ тис. грн}$$

$$\Delta ЧП_{2019\text{ р.}} = (2206958 + 59999 + 471733)$$
$$- (1311408 + 29734 + 473575) = 1193973 \text{ тис. грн.}$$

$$\Delta ЧП_{2020\text{ р.}} = (2700633 + 50677 + 58219)$$
$$- (2206958 + 59999 + 741733) = -199161 \text{ тис. грн}$$

$$\Delta ЧП_{2021\text{ р.}} = (2567827 + 63169 + 47025) - (2700633 + 50677 + 58219)$$
$$= -131508 \text{ тис. грн}$$

$$\Delta ЧП_{2022\text{ р.}} = (2159849 + 48092 + 701915)$$
$$- (2467827 + 63169 + 47025) = -213835 \text{ тис. грн}$$

За проведеними розрахунками збільшення за кожним роком непрямих витрат призвело до зростання чистого прибутку у 2018 р. – на 95,28%, у 2019 р. – на 87,19%, а у 2020 р. – на 87,86%, хоч і знизились витрати на 199161 тис. грн. З 2021 р. відбулось зниження чистого прибутку на 123,82%, у 2022 р. – на 205,74%, витрати в цю чергу у 2021 р. мали скорочення на 131508 тис. грн, а у 2022 р. зростання – на 231835 тис. грн.

Вплив зміни величини фінансових витрат має наступний вигляд:

$$\Delta ЧП = (ФВ_1 - ФВ_0) \quad (3.8)$$

$\Delta ЧП_{2018\text{ р.}} = (588734 - 370686) = 218048$ тис. грн

$\Delta ЧП_{2019\text{ р.}} = (387564 - 588734) = -201170$ тис. грн

$\Delta ЧП_{2020\text{ р.}} = (525610 - 387564) = 138046$ тис. грн

$\Delta ЧП_{2021\text{ р.}} = (525124 - 525610) = -486$ тис. грн

$\Delta ЧП_{2022\text{ р.}} = ((-1240995) - 525124) = 715871$ тис. грн

Можемо сказати, що збільшився чистий прибуток за рахунок підвищення даного фактору на 715871тис. грн.

Таблиця 3.3 - Вихідні дані для формування чистого прибутку ПрАТ «Оболонь» за 2018–2022 роки

Показник	Одиниці виміру	Роки				
		2018	2019	2020	2021	2022
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) (ЧД)	тис. грн	4 777 539	5 078 764	5 276 795	5 464 827	5 909 426
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) (С)	тис. грн	3 878 473	4 292 370	4 215 809	4 136 008	4 915 830
Адміністративні витрати (АВ)	тис. грн	296 579	303 955	257 241	277 185	325 424
Інші операційні доходи (ОД)	тис. грн	88 488	85 301	72 875	71 166	58 258
Фінансові доходи (ФД)	тис. грн	70634	78037	572180	22373	195131
Фінансові витрати (ФВ)	тис. грн	387564	525610	525124	1240995	542670
Витрати з податку на прибуток (ПП)	тис. грн	44 217	39 618	65 347	37 138	22 312
Витрати на збут (ЗВ)	тис. грн	612 349	675 489	566 743	614 887	674 532
Інші операційні витрати (ОВ)	тис. грн	29 144	20 451	9 919	13 049	32 442
Чистий прибуток (збиток) (ЧП)	тис. грн	176 580	-365 420	290 151	76 798	-111 966

Вплив зміни чистого прибутку за рахунок зміни фактору податку на прибуток:

$$\Delta ЧП = (ПП_1 - ПП_0) \quad (3.9)$$

$\Delta ЧП_{2018\text{ р.}} = (565973 - 381384) = 184589$ тис. грн

$\Delta ЧП_{2019\text{ р.}} = (1291186 - 565973) = 725213$ тис. грн

$\Delta ЧП_{2020\text{ р.}} = (1852590 - 1291186) = 561404$ тис. грн

$\Delta ЧП_{2021\text{ р.}} = (438050 - 1852590) = -1414540$ тис. грн

$\Delta ЧП_{2022\text{ р.}} = (106772 - 438050) = -331278$ тис. грн

Отже, зробимо наступний висновок, що зменшення розміру податку на прибуток на 75,63% спричинений зниженням даного фактору на 31278 тис. грн, що є негативно.

Вплив зміни чистого прибутку за рахунок зміни собівартості продукції матиме вигляд:

$$\Delta ЧП = (С_1 - С_0) \quad (3.10)$$

$\Delta ЧП_{2018\text{ р.}} = (47924608 - 45141096) = 2783512$ тис. грн

$\Delta ЧП_{2019\text{ р.}} = (56562119 - 47924608) = 8637511$ тис. грн

$\Delta ЧП_{2020\text{ р.}} = (54675902 - 56562119) = -1886217$ тис. грн

$\Delta ЧП_{2021\text{ р.}} = (63503128 - 54675902) = 8827226$ тис. грн

$\Delta ЧП_{2022\text{ р.}} = (58845530 - 63503128) = -4657598$ тис. грн

Зниження собівартості реалізованої продукції на 657598 тис. грн, призвело до збільшення чистого прибутку на 205,74% і це є позитивним впливом на діяльність підприємства.

На основі проведених розрахунків скажемо наступне, що значна частка впливу на чистий прибуток полягає на собівартості реалізованої продукції, а також впливає рівень чистого доходу ПрАТ «Оболонь».

3.2 Обґрунтування пропозицій щодо підвищення ефективності ПрАТ «Оболонь».

В умовах ринкової економіки питання підвищення ефективності управління є ключовими для діяльності будь-якого підприємства, у тому числі і ПрАТ «Оболонь». Ефективність управління охоплює не тільки сфери виробництва, бізнесу, а й державні та адміністративні структури.

Удосконалення, розвиток і грамотна побудова системи управління допомагають досягти високих показників в діяльності і зайняти провідну позицію на ринку.

Як і будь-який вид діяльності, управління вимагає конкретної оцінки, визначення його ефективності із застосуванням специфічних вимірників. В зв'язку з цим доцільно використовувати поняття «ефективність менеджменту».

Ефективність менеджменту – це характеристика ступеня керованості організації, швидкості і форми її реагування на прийняті менеджером управлінські рішення; ступінь досягнення керуючим органом поставлених цілей і запланованих результатів.

Про ефективність менеджменту можна говорити, коли процес управління, з постановки мети і до кінцевого результату діяльності, виробляється з найменшими витратами або з найбільшою результативністю.

З точки зору управління, ефект – це результат здійснення заходів, спрямованих на вдосконалення організації в цілому.

Управління вважається успішним, якщо організація ефективна в найближчій і довгостроковій перспективі. Для цього потрібно створити команду людей, які доповнюють один одного, де будуть панувати взаємна довіра, повагу і розуміння. Домогтися цього дозволяє інтеграція – об'єднання, узгодження, взаємопроникнення, досягнення взаємозалежності частин в системі.

Розглянемо найбільш затратні проекти, але таких, що матимуть позитивний вплив на збутову діяльність досліджуваного підприємства.

Створення власного фірмового магазину для будь-якої компанії крок досить серйозний і вимагає детальної розробки. При цьому, за словами експертів, частка продажів через власну роздрібну мережу зазвичай невелика, і не перевищує 10-15% від загального обсягу реалізації. Найчастіше утримання фірмових торгових точок не приносить прямої вигоди, але допомагає просувати бренд на ринку.

Дрібним компаніям, асортимент яких складається з 2-3 видів продукції, немає сенсу відкривати власну роздрібну мережу – їм просто не буде що продавати. А ось компанії з широким асортиментом фірмовий магазин може дуже стати в нагоді.

Фірмовий магазин стає носієм рекламної інформації, медійним простором: зацікавленість в просуванні брендів у компаній сьогодні величезна. Це пов'язано з тим, що при сьогоднішньому товарному достатку важко виділити свою продукцію на тлі інших.

Так, фірмовий магазин ПрАТ «Оболонь» буде якісно виділятися серед роздрібних мереж, що продають його товар, по ряду параметрів:

1. Асортимент – асортимент, представлений в торгових точках, невеликий, так як вони закуповують тільки «перевірені» позиції, які точно розкуплять, і бояться брати новинки, тому що не впевнені в їх окупності.

У власному магазині може бути представлений весь асортимент продукції, також можна виводити новинки і стежити за тим, які почуття вони викликають у покупців, чи є на них попит, і тим самим регулювати асортимент відповідно до смаків споживачів.

2. Ціна на продукцію – при оптовій закупівлі у дистриб'ютора, магазин додає до ціни відсоток на утримання магазину + власну націнку, для того щоб отримувати з товару прибуток. У власному ж магазині ціна істотно нижче за рахунок відсутності цих націнок.

3. Позиція на полиці – при роботі з торговельними точками дистриб'ютор практично не має впливу на місце, яке відводиться його продукції на полиці. А, між тим, це важливий фактор в мистецтві продажів – покупець швидше зверне увагу на товари, які стоять на рівні очей і по центру, ніж на товари, що знаходяться вище або нижче. У власному ж магазині компанія сама регулює товарну викладку.

4. Додаткові товари – у вигляді келихів, журналів про пиво, в мережевих магазинах або відсутні, або представлені дуже слабо. У власному магазині для додаткових продуктів виділений окремий стелаж, і вони розподілені там відповідно сортам або подіям.

5. Дегустації в звичайних магазинах проводяться дуже мало, і найчастіше проводяться не самим магазином, а компанією, що поставляє продукт, а у адміністрації необхідно ще й отримувати дозвіл. Власний магазин влаштовує дегустації регулярно кілька разів на місяць плюс під час акційних заходів, з тим, щоб споживачі могли оцінити чи дійсно смачне пиво. Так само, представлене «живе» пиво на розлив можна буде дегустувати в будь-який день, і купити вподобаний.

6. Акції та події – в мережевих магазинах проводяться нечасто, і зазвичай обмежуються знижками або особливими цінами на деякі групи товарів. У власному магазині кожна акція – це видовищне і продуманий захід, що має на меті залучити якомога більше клієнтів.

Концепція фірмового магазину ПрАТ «Оболонь» покликана змінити думку покупця про продукт, донести інформацію про традиції пивоваріння, прищепити нову культуру сприйняття пива як напою зі своєю унікальною багатою історією і показати різноманітність видів та смаків напою.

У процесі просування товару на ринку основний акцент буде зроблено на якість продукції, що в сукупності з доступною ціною дозволить зайняти свою нішу на ринку і залучити широке коло покупців.

Даний проект переслідує наступні завдання:

- отримання прибутку;

- розвиток мережі фірмової торгівлі:
- забезпечення споживачів якісною продукцією;
- розширення асортименту на ринку та створення нових робочих місць.

Під магазин пропонується використати власне приміщення, яке знаходиться на території заводу, загальною площею 50 кв. м.

Для роботи магазину планується задіяти двох продавців, які будуть працювати позмінно, через день. Також в магазин планується купівля торгових полиць та додаткового обладнання (холодильників та іншої продукції), на стінах планується розмістити рекламні плакати своєї продукції, при вході у магазин зробити вивіску з логотипом підприємства ПрАТ «Оболонь», та зробити надпис з графіком роботи магазину.

Бюджет даного проекту буде складатись із поточних (експлуатаційних) та одноразових (капітальних) витрат. Поточні витрати будуть складатись із: оплати праці продавців, амортизаційних відрахувань від вартості торговельного обладнання, витрат електроенергії, яка необхідна для роботи магазину.

В магазині будуть задіяні 2 продавці. Їхня заробітна плата складає 5500 грн. на місяць.

Отже, річні витрати на заробітну плату складатимуть:

$5500 \times 2 \times 12 = 132000$ грн.

Нарахування на соціальні потреби:

$(132000 \times 22) / 100 = 29040$ грн.

Витрати електроенергії, що споживаються торгівельним обладнанням за рік їхньої експлуатації складуть:

$0{,}646 \times 12 \times 250 \times 2{,}64 = 3430{,}26$ грн.

де 0,646 – середнє споживання електроенергії обладнання магазину, кВт;

12 – кількість годин роботи на добу, год.;

250 – кількість діб роботи за рік, діб;

2,64 – тариф за 1 кВт*год спожитої електроенергії, грн.

Перед початком роботи необхідно придбати торговельне обладнання, виготовити вивіску та рекламні плакати. Також невід'ємною частиною роботи є прорахування затрат на транспортування виходячи із відсотку від вартості обладнання та витрат на встановлення елементів рекламних заходів (логотипи та вивіски).

Вартість транспортування візьмемо на рівні 7% :

10000 × 0,07 = 700 грн,

де 10000 – це вартість торгового обладнання. Вартість встановлення зафіксуємо на рівні 4% :

10000 × 0,04 = 400 грн. Отже, повна початкова вартість обладнання становитиме:

К = 10000 + 700 + 400 = 11100 грн. Амортизація торгових обладнання складатиме:

11100 × 21,925 / 100 = 2433,7 грн,

де 11100 – початкова вартість необхідного обладнання, грн; 21,925 – річна норма амортизаційних відрахувань,%.

Амортизація вивіски складе: 4050 × 10 / 100 = 888,0 грн. Згрупуємо усі витрати у вигляді таблиці 3.4.

Отже, як видно із таблиці 3.4. для впровадження даного заходу, а саме відкриття фірмового магазину необхідно 378339,9 грн.

З них 367239,9 грн є поточними (175000 + 132000 + 49183 + 2433,7 + 3430,26 + 4938 + 255), а 11100 тис. грн – капітальними (10000 + 700 + 400).

Для ПрАТ «Оболонь» ця сума є цілком прийнятною, а найважливішим є те, що результатом буде збільшення обсягу реалізації продукції та отримання додаткового прибутку.

Після впровадження проекту «Відкриття фірмового магазину» ПрАТ «Оболонь» очікує позитивного результату, тобто збільшення обсягів збуту своєї продукції. Прогнозні значення приросту чистого доходу (виручки) від реалізації продукції знайдемо за методом експертних оцінок, використавши

опитування провідних спеціалістів та керівників відділу. Результати опитування експертів наведені у табл. 3.5

Таблиця 3.4 – Витрати на відкриття фірмового магазину ПрАТ «Оболонь»

Стаття витрат	Кількість	Ціна за одиницю, грн	Загальна вартість, грн.
Ремонт приміщення, кв. м	50	3500	175000
Заробітна плата	2	5500	132000
Нарахування на соціальні заходи	2	24591,6	49183,2
Торговельне обладнання	1	10000	10000
Транспортні витрати	1	700	700
Витрати на встановлення	1	400	400
Амортизаційні відрахування, %	21,925	11100	2433,7
Витрати на електроенергію, кВт/год	1	3430,26	3430,26
Вивіска	1	4050	4938
Рекламні плакати, шт	3	85	255
ВСЬОГО			378339,9

Таблиця 3.5 – Результати опитування експертів

Експерти	1	2	3	4	5	6	7
Приріст чистого доходу (виручки) від реалізації, тис. грн	1200	1350	1650	1500	1850	1475	1720

Величини даного прогнозу необхідно перевірити на надійність і типовість. Визначаємо середнє квадратичне відхилення, що характеризує розсіювання думок окремих експертів відносно середнього значення. Для цього скористаємося даними таблиці 3.6.

Знаходимо середнє арифметичне прогнозних значень чистого доходу (виручки) від реалізації

О сер = 10745 / 7 = 1535 тис. грн.

Таблиця 3.6 – Проміжні розрахунки для визначення середньоквадратичного відхилення

Експерти	1	2	3	4	5	6	7	Разом
Приріст чистого доходу від реалізації, тис. грн	1200	1350	1650	1500	1850	1475	1720	10745
Осер	1535							
Відхилення ΔО = Оі – Осер	-355	-185	115	-35	315	-60	185	-
ΔО	112225	34225	13225	1225	99225	3600	34225	297950

Далі визначаємо середнє квадратичне відхилення, котре розраховується за формулою:

$$\propto = \sqrt{\sum}(Oi n - \overline{O})2 = \sqrt{297950}\ 7 = 206{,}3$$

Визначимо коефіцієнт варіації, який характеризує однорідність сукупності думок експертів:

$$w = \propto Oc \times 100\% = 206{,}3\ 1535 \times 100\% = 13{,}4\%.$$

Оскільки розрахункове значення коефіцієнта варіації ω < 33%, то сукупність думок експертів можна вважати однорідною, що вказує на можливість використання даних експертних оцінок для подальших розрахунків.

Найбільш вірогідний обсяг продажу (В) приймаємо за методом медіан і визначаємо на рівні 1500 тис. грн як середнє значення ряду: 1200, 1350, 1650, 1500, 1850, 1475, 1720, де песимістичне (найменше) значення (П) – 1200, оптимістичне (найбільше) значення (О) – 1850.

Розраховуємо прогнозні значення збільшення обсягів реалізації продукції в результаті проведення дегустацій:

ОП = (О + 4 × В + П) / 6 = (1850 +4 × 1500 + 1200) / 6= 1508,3 тис. грн.

Розраховуємо приріст чистого доходу (виручки) від реалізації продукції:

1508,3 / 5466148 × 100% = 0,03%,

де 5466148 тис. грн. – базове значення чистого доходу (виручки) від реалізації продукції. Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції в проектному році складе:

5466148 + 1508,3 = 5467656,3 тис. грн.

Знайдемо величину повних витрат в проектному році. Повні витрати на виробництво і реалізацію в базисному році склали 1024055,1 тис. грн. Постійні витрати – 155360,75 тис. грн., змінні – 868694,35 тис. грн.

Розрахуємо приріст змінних витрат у проектному році за рахунок збільшення обсягів реалізації на 0,03% та збільшення на 1145,9 тис. грн. змінних витрат за рахунок експлуатаційних витрат розрахованих у бюджеті:

868694,35 × 0,0003 + 1145,9 = 1406,5 тис. грн.

Отже, повні витрати в проектному році складуть:

1024055,1 + 1406,5 + 869840,25 = 1895301,9 тис. грн,

де 1024055,1 – базове значення повних витрат на виробництво та реалізацію продукції. Обчислимо приріст прибутку від реалізації продукції в проектному році:

ΔПр = 1508,3 – 1039,1 = 469,2 тис. грн.

Наведемо очікувані результати від відкриття магазину в таблиці 3.7.

Отже, внаслідок проведення заходу чистий доход (виручка) від реалізації продукції в проектному періоді збільшиться на 1508,3 тис. грн. Повні витрати на виробництво і реалізацію продукції збільшиться на 1039,1 тис. грн. Чистий прибуток збільшиться на: 469,2 тис. грн. і складе 9166,2 тис. грн.

Таблиця 3.7 – Очікувані результати від відкриття магазину.

Показник	Одинці виміру	Очікуване значення показника
Приріст чистого доходу (виручки)від реалізації продукції	тис. грн	1508,3
Приріст повних витрат на виробництво та реалізацію продукції	тис. грн	1039,1
Приріст прибутку від реалізації продукції	тис. грн	469,2
Приріст чистого прибутку	тис. грн	469,2

ПрАТ «Оболонь» може удосконалити стратегічний розвиток маркетингової діяльності в наступних напрямках:

1. Створення товарів, які можуть привернути увагу споживачів, незважаючи на наявність на ринку безлічі повних та функціональних аналогів. Сюди входить розробка концепції абсолютно нового товару, який би повністю враховував потреби і властивості споживачів, зовнішні фактори та можливості підприємства. Можна, наприклад, скористатися іноземним досвідом. Так на Заході стало досить популярним пиво, яке отримують у результаті дозрівання протягом 8-15 місяців в дубових бочках "pinot noir". Ці бочки частіше використовують для дозрівання в них вина, оскільки це надає йому вишуканий смак. З тією ж метою бочки "pinot noir" застосовують і для дозрівання пива. Таке пиво має легкий фруктовий аромат, приємний гіркуватий смак з присмаком ванілі і шоколаду. Довгий приємний після смак напою робить його схожим на гарне червоне вино. Дана марка дуже добре підходить до червоного м'яса з солодкуватим соусом, ванільного морозива, шоколадного десерту і чорного шоколаду. Виготовлення такого виду пива дасть підприємству певні конкурентні переваги, оскільки така новинка серед великого різноманіття українського пива швидко зацікавить споживачів. А звернувши увагу на те, що напій відноситься до класу люкс або ж виходить лімітованою партією, збільшить бажання його спробувати. До речі, цей напій можна робити і безалкогольним. Також можна робити його на основі інших фруктів, тобто

робити експеримент із смаками. Враховуючи цікавість молоді до чогось нового і не стандартного, можна сміливо виготовляти таку продукцію і розглядати молодь, як основний цільовий сегмент.

2. Новий підхід у збутовій політиці. Йдеться насамперед про використання агентських технологій у роботі підприємства з гуртовими посередниками, які ґрунтуються на чіткому розподілі функцій і партнерських відносинах. Ці гуртовики поставляють товари бару та ресторанному сектору і роздрібним посередникам. Втілення даного підходу дасть змогу оптимізувати розміщення продукції, її ціну, враховуючи дефіцит торгових площ. Також він полегшить впровадження нових брендів, так як відвідувачі барно-ресторанному сектору стають першими дегустаторами нової продукції. Саме вони будуть носіями такого важливого інструменту маркетингу, як «word of mouth», тобто, коли один задоволений покупець розповідає іншому про товар. Як показують маркетингові дослідження, цей інструмент маркетингу набагато ефективніший, реклами, особистого продажу і PR.

3. Диверсифікація діяльності з метою зменшення негативних наслідків гострої конкуренції на ринку. Необхідність пошуку шляхів диверсифікації для підприємства ПрАТ «Оболонь» пояснюється ще й тим, що галузь на сучасному етапі знаходиться у фазі швидкого інноваційного розвитку та технологічного переозброєння.

4. Використання нового стратегічного напряму маркетингової діяльності просування продукції.

5. Створення мережі пабів-ресторанів по всій території України від ПрАТ «Оболонь».

6. Розробка нового пакування для кількох пляшок пива. Враховуючи те, що найчастіше купують по 3-6 пляшок, то можна розробити міні-ящички з брендовим візерунком. Міні-упаковки залишилися в минулому. Як показує досвід саме таке застаріле пакування у вакуумні упаковки створює поганий, а інколи і нульовий фейсинг продукту, що в свою чергу впливає на

визначення продукту, а відтак, і на його продаж. До нової упаковки можна буде ще в подарунок прикріплювати супровідну до пива продукцію (сухарики, горішки, рибу, чіпси тощо). Щоб зекономити витрати на супровідну продукцію, можна укласти договір про спільне просування продукції разом із однією з компаній, що виготовлять супровідну до пива продукцію. Це дасть можливість зменшити витрати на рекламу та збут. В такий спосіб можна також буде користуватися новими каналами збуту, які доступні партнеру.

7. Незважаючи на те, що продукція підприємства швидко експортується, доцільно буде завойовувати нові ринки.

У результаті проведеного аналізу управління ефективності діяльності ПрАТ «Оболонь» було виявлено, що підприємство знаходиться у досить нестабільному стані.

Саме тому, з огляду на перелічені вище резерви прибутковості, для ПрАТ «Оболонь» було обрано та запропоновано два конкретні заходи, управлінські рішення, котрі мають на увазі:

а) відкриття фірмового магазину ПрАТ №Оболонь»;

б) співпраця з торговими мережами, укладення відповідного договору на виробництво конкретного обсягу продукції (пиво світле), результат впровадження - розподілення витрат на виробництво більшого обсягу продукції, а відповідно ефекту масштабу чим більше продукції вироблятиметься на замовлення торгових мереж – тим більше підприємство зможе зекономити, що у свою чергу підтверджує факт зниження рівня собівартості реалізації продукції.

Перша пропозиція дозволить ПрАТ «Оболонь» отримати Приріст чистого прибутку в розмірі 469,2 тис грн.

У свою чергу, завдяки реалізації другої пропозиції ПрАТ «Оболонь» вдасться збільшити використання потужностей обладнання, на якому спостерігаються простої, з 69,6% до 70,9%, розподілити витрати на виробництво більшого обсягу продукції (у разі виконання замовлень

торгових мереж загальновиробничі, адміністративні витрати, витрати на збут, інші витрати залишаться незмінними, адже це рішення не передбачає використання додаткових трудових ресурсів, збільшення площ тощо). Саме розподілення витрат на більший обсяг виробництва продукції дозволить зменшити рівень собівартості реалізації продукції (на 0,19 грн.).

Отже, в цілому, запропоновані заходи збільшать виручку від реалізації на 17050 тис. грн. (0,34%). У свою чергу це призведе до зростання фінансового результату від операційної діяльності – на 17044,8 тис. грн. (7,72%), що призведе до зростання прибутку ПрАТ «Оболонь» на 18450,3 тис. грн. (10,45%).

Також необхідно зазначити, що всі показники рентабельності, які були розраховані на проектний період, матимуть позитивну динаміку. Мова йде про рентабельність активів (зросте на 0,3%), рентабельність оборотних активів (зросте на 1,3%), рентабельність власного капіталу (зросте на 0,8%), рентабельність продажу (зросте на 0,3%), чиста рентабельність продажу (зросте на 0,4%), а також прибутковість продукції (покращиться на 0,2%).

10. Безумовно це є позитивним результатом, оскільки покращення рентабельності діяльності ПрАТ «Оболонь» дозволить покращити управління формуванням прибутковості. Компанія отримуватиме більше коштів, які дозволять їй збільшити незалежність від зовнішніх джерел фінансування, та дадуть змогу розвиватися.

11. Крім того, розраховане значення показника імовірності банкрутства також покращиться після впровадження запропонованих пропозицій, а саме з 2,65 до 2,69. Саме тому можна стверджувати, що запропоновані заходи із підвищення ефективності управління формуванням прибутковості діяльності ПрАТ «Оболонь» є результативними та придатними до використання.

ВИСНОВКИ

Дослідивши теоретичні та практичні засади функціонування та удосконалення організаційно-економічного механізму підвищення ефективності діяльності промислового підприємства, ми сформулювали ряд висновків та запропонували напрями удосконалення цього механізму:

Ефект у діяльності підприємства являє собою величину, яка характеризує результат виробництва або впровадження інновацій. Може проявлятися в зростанні прибутку, зниженні собівартості, зростанні випуску продукції. Вплив факторів за рівнем господарювання передусім призводить до аналізу діяльності суб'єкта господарювання на макрорівні. Вплив зміни факторів макросередовища на кінцеві показники діяльності підприємства проводиться на основі таких груп факторів: економічних, демографічних, соціально-культурних, природно-ресурсних, техніко-технологічних, політико-правових, міжнародних.

Управління ефективністю діяльності промислового підприємства необхідно розглядати як систему, яка складається з певної кількості елементів, а досягати успіху вона може лише за умов скоординованих дій її складових, правильно обраних методів управління, програми мотивацій та механізму управління ефективністю діяльності підприємства. Організаційно- економічний механізм управління господарською діяльністю підприємства є сукупність підсистем соціально-економічних і організаційно-економічних відносин, складених з блоків і відповідних їхньому змісту елементів, особливості наповнення яких відповідають розвитку суспільно-економічних устроїв.

На нашу думку. під організаційно-економічним механізмом управління підприємством слід розуміти комплексну систему важелів (кожному з яких властиві власні форми управлінського впливу), які чинять вплив на економічні і організаційні параметри системи управління промисловим підприємством, що дозволяє йому керовано розвиватися, а також регулювати його внутрішні і зовнішні економічні відносини і сприяє

формуванню та посиленню організаційно-економічного потенціалу, отриманню конкурентних переваг та ефективності діяльності підприємства в цілому. З метою підвищення результативності діяльності підприємства та його стратегічного розвитку виникає потреба у розробленні стратегії управління підприємством, спрямованої на вдосконалення механізму формування та управління ефективністю діяльності підприємства.

Економічна ефективність підприємства – це один з типів ефективності, критерії якої визначаються відношенням досягнутого підприємством результату до здійснених витрат. Підхід до визначення показників оцінки ефективності діяльності підприємства на основі стратегічного планування вважається у наш час найбільш перспективним.

Зазначимо, що в основі оцінки ефективності функціонування господарюючого суб'єкта, як правило, лежать методи фінансово-економічного аналізу, які на сьогодні набули найбільшого поширення. Незважаючи на різні підходи до оцінки ефективності діяльності підприємства, загальною рисою всіх шкіл є використання аналітичних коефіцієнтів для отримання оперативної, наочною і простої оцінки ефективності функціонування і розвитку господарюючого суб'єкта.

З метою обґрунтування теоретичних положень дослідження було обрано ПрАТ «Оболонь». Варто зазначити, що це українське підприємство з виробництва пива, безалкогольних та слабоалкогольних напоїв, мінеральної води. Окрім цього, компанія займається вторинною переробкою та виробництвом сільськогосподарської продукції. «Оболонь» є одним із лідерів на ринку виробництва пива, яке є основним напрямом її діяльності, та займає частку 22% станом на 2021 рік.

Було здійснено фінансово-економічний аналіз ПрАТ «Оболонь», котрий показав, що оцінені показники (зокрема, ліквідності, ділової активності, платоспроможності, рентабельності) відхиляються від нормативних значень, і потребують поліпшення. Проте варто зазначити, що по всім групам показників на ПрАТ «Оболонь» простежується тенденція до

покращення порівняно з 2020 р., а тим паче 2018-2019 рр., які стали переломним для компанії.

Проведений аналіз рівня та динаміки прибутковості діяльності ПрАТ «Оболонь» показав, що в 2021 р. ПрАТ «Оболонь» отримало виручки на 1 438 287 тис. грн. більше, аніж в попередньому році. Одночасно зросла і собівартість реалізованої продукції на 1 186 232 тис. грн. Слід відмітити, що інші витрати зменшилися на 87,9% (310 866 тис. грн.), що мало також позитивний вплив. Однак головним позитивним результатом діяльності ПрАТ «Оболонь» в звітному періоді є отримання прибутку в розмірі 176 580 тис. грн., що у свою чергу вказує на збільшенням обсягів виробництва та скороченням окремих статей витрат, про що зазначалось раніше. Дана тенденція говорить, в цілому, нам про те, що підприємство почало проводити успішну стратегію управління прибутком, яка дійсно покращує результативність діяльності розглянутою компанії. Хоча показники рентабельності і мали негативну тенденцію в 2018- 2019 рр., однак за період 2020-2021 рр. почали зростати, що є позитивним явищем, адже чим вищі коефіцієнти рентабельності - тим ефективніша діяльність підприємства в цілому.

Здійснений нами кореляційно-регресійний аналіз прибуковості ПрАТ «Оболонь» дав змогу оцінити залежність чистого прибутку від таких факторів, як: собівартість реалізованої продукції, адміністративні витрати, витрати на збут, інші операційні витрати. В ході дослідження було виявлено, що найбільший вплив на чистий прибуток ПрАТ «Оболонь» мають собівартість реалізованої продукції та адміністративні витрати. Отримані моделі чистого прибутку підприємства дозволили досить точно визначити вплив на рівень чистого прибутку при відомих значеннях факторів.

Загалом, провівши наукове обґрунтування напрямів удосконалення управління формуванням прибутковістю ПрАТ «Оболонь» виявили ряд проблем в управлінні формуванням прибутковістю на досліджуваному підприємстві, а саме: недостатній обсяг фінансових ресурсів в останні роки

йде саме на розвиток підприємства, що пов'язано зі збитковими результатами діяльності підприємства; відповідно до результатів розрахованої моделі імовірності банкрутства В. П. Мартиненка, ПрАТ «Оболонь» все ще перебуває в досить ризиковому стані (криза прибутковості), хоча результати за 2021 р. є дещо кращими; адміністративно-управлінський штат підприємства є надто великим, і витрати на його утримання стримують зростання чистого прибутку компанії; зростання собівартості реалізації продукції (варто переглянути свою цінову політику, або ж подумати над пошуком нових каналів постачання сировини, нових ринків збуту власної продукції); надто низькі показники рентабельності діяльності ПрАТ «Оболонь».

У результаті аналізу виявлених недоліків нами було запропоновано ряд пропозицій щодо їх вирішення, а саме необхідно прийняти управлінські рішення щодо:

– нарощення обсягів виробництва і реалізації продукції;

– зниження собівартості продукції;

– поліпшення якості продукції;

– підвищення продуктивності праці;

– продажу зайвого устаткування та іншого майна або здачі його в оренду;

– скорочення невиробничих витрат;

– зниження собівартості продукції за рахунок більш раціонального використання матеріальних ресурсів, виробничих потужностей та площ, робочої сили й робочого часу;

– впровадження заходів із підвищення продуктивності праці своїх працівників, скорочення адміністративного персоналу;

– диверсифікації виробництва;

– зменшення витрат на виробництво продукції або застосування сучасних методів управління витратами, однією з яких є управлінський облік;

– зниження втрат від браку;

– постійного проведення наукових досліджень аналізу ринку, поведінки споживачів і конкурентів;

– удосконалення продукції із середнім рівнем рентабельності та ліквідації низькорентабельної;

– грамотної побудови договірних відносин із постачальниками, посередниками, покупцями та ін.;

– покращення системи маркетингу на підприємстві (зокрема, завдяки групуванню продукції за ознакою рентабельності і зосередження уваги на тій продукції, яка є високорентабельною).

Для поліпшення ефективності управління формуванням прибутковості ПрАТ «Оболонь» нами було запропоновано прийняти управлінські рішення, котрі передбачають проведення таких заходів:

- скорочення адміністративного персоналу за рахунок проведення переатестації та мотивації, результат впровадження – зменшення адміністративних витрат компанії;

- співпраця з торговими мережами, укладення відповідного договору на виробництво конкретного обсягу продукції (пиво світле), результат впровадження - розподілення витрат на виробництво більшого обсягу продукції, а відповідно ефекту масштабу чим більше продукції вироблятиметься на замовлення торгових мереж – тим більше підприємство зможе зекономити.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств : підручник / В.Г. Андрійчук ; 2-ге вид., доп., перероб. К. : КНЕУ. 2004. 624 с.
2. Андрійчук В.Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, аналіз : [монографія] / В.Г. Андрійчук. К. : КНЕУ. 2005. 292 с.
3. Базилевич В.Д. Економічна теорія: Політекономія : підручник / В.Д. Базилевича ; 7-е вид., стер. К. : Знання-Прес, 2008. 719 с.
4. Бєлова Т. Г., Фільченкова Я. К. Маркетингова стійкість підприємства в ринковому середовищі та показники її оцінювання. *Економічний простір*. №153, 2020.
5. Боголюбов В.М., Прилипко В.А. Стратегія сталого розвитку. Херсон : Олді-плюс. 2009. 321 с.
6. Вісник корпорації «Оболонь» 2018 р. [Електронний ресурс] – URL: https://issuu.com/obolon/docs/2018
7. Вітренко Н.С. Проблеми та перспективи розвитку ринку пива в Україні. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука».* 2018. №1 (2). С.11-17.
8. Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економіка підприємства: Навч . Посібник.- 2-г е видання. /О.О. Гетьман, В.М. Шаповал. К.: Центр учбової літератури, 2010. С. 488.
9. Гетьман К.В. Проекти сталого розвитку як відображення соціально-реагуючої поведінки корпорації «Оболонь». *Регіональна економіка та управління* 2017. №5 (18).
10. Гончаренко О. М. Діагностика та інструментарій оцінки стійкого розвитку підприємства: праці Одеського політехнічного університету №2, 2011, С. 312-319. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Popu_2011_2_54
11. Горобець А.А. Організаційно-економічний механізм ефективності господарської діяльності промислового підприємства: теоретичний підхід. *Пріоритети*. 2020. № 3. С. 346-351.
12. Гравель Є.Ю. Методологічні підходи до формування організаційно-економічного механізму управління підприємством. *Держава та регіони*.

2007. №1. С. 9-14.

13. Дейлі Г.Е. Сталий розвиток: визначення, принципи, політики. *Науковий вісник*. 2005. № 15.6. С. 27–39.

14. Домарецький В.А., Мельник І.В. Стан і перспективи розвитку пивоварної промисловості України. *Харчова наука і технологія.* 2010. № 3(12). С. 7-9.

15. Економіка підприємства: навч. посіб. / В.І. Мацибора, В.К. Збарський, Т.В. Мацибора. К.: Каравела, 2008. 312 с.

16. Економічна енциклопедія : у трьох томах / Редкол. : С.В. Мочерний (відп. ред.) [та ін.]. К. : Академія, 2002. 952 с.

17. Ефимова О.В. Как анализировать финансовое положение предприятия. - М.: АО Бизнес - школа «Интел-Синтез», 2006. 411 с.

18. Жаданос О.В., Шатоха В.І., Петренко А.Л. Стратегія сталого розвитку на підприємстві: приклад Європи та досвід України. Дніпро : Дріант, 2017. 79 с.

19. Жмалев В.Г., Шимановська Л.М. Основи менеджменту і управлінської діяльності. К.: Україна, 2000. 454 с.

20. Заїнчковський А.О. Економіка підприємств промисловості. - Підручник. К.: Урожай, 2007. 271с.

21. Іваненко В.І., Болюх М.А. Економічний аналіз господарської діяльності. -К.: ЗАТ «НІЧЛАВА», 2001. – 309 с.

22. Інформаційна база даних емітентів [Електронний ресурс] – URL: http://smida.gov.ua

23. Кобець С. П. Методичний підхід до оцінювання економічної стійкості підприємств. *Глобальні та національні проблеми економіки.* №3, 2015, С. 307 – 311. URL: http :// global - national. in.ua

24. Ковальчук І. В. Економіка підприємства : навч. посібник / І. В. Ковальчук. К. : Знання, 2008. 679

25. Коріненко В.А. Методичний підхід до аналізу ефективності організаційно-економічного механізму управління підприємством.

Ефективна економіка. 2020. № 4. С. 179.

26. Косянчук Т. Теоретичні засади оцінки ефективності діяльності підприємства за сучасних умов. *Економічні науки*. 2018. № 3. С. 113–116.

27. Кудренко Н. Теоретико-методичні підходи до оцінювання економічної ефективності функціонування підприємств. *Економіка*. 2018. № 24. С. 61–67.

28. Куценко А. В. Організаційно-економічний механізм управління ефективністю діяльності підприємства: монографія / А. В. Куценко. Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. 205 с.

29. Куценко А.В. Організаційно-економічний механізм управління ефективністю діяльності підприємств споживчої кооперації України : монографія / А.В. Куценко. Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. 205 с.

30. Малицький А. А. Організаційно-економічний механізм управління підприємством: сутність та структура. XII Міжнародна наукова інтернет-конференція «*Простір і час сучасної науки*». Київ, 2020. URL: http://inkonf.org/mailitskiy-aaorganizatsiyno-ekonomichniy-mehanizm-upravlinnya-pidpriemstvom-sutnist-tastruktura/.

31. Мец В.О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства. - Навч. посібник. К.: КНЕУ, 2005. 132 с.

32. Мних Є.В. Аналіз фінансового стану і фінансових результатів діяльності підприємств.-Навч. посібник. К.: НМК ВО, 2006. 159 с.

33. Морщенок Т. Огляд підходів до визначення економічної сутності поняття «ефективність». *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2018. № 5. С. 177–184

34. Ніколаєнко В.П. Комплексна оцінка фінансового стану підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2006. №6. С.180-191.

35. Офіційний сайт ПрАТ «Оболонь» [Електронний ресурс] URL: http://obolon.ua/ua

36. Петров Й.О. Економіка виробничого підприємства. *Стратегічне управління*. 2018. № 10. С. 9-16.

37. Петров Е.Г. Управління сталим розвитком підприємства. Херсон : ОЛДИ-плюс. 2009. 557 с.

38. Петров Й.О. Економіка виробничого підприємства. *Стратегічне управління.*2014. № 10. С. 9-16.

39. Покропивний С.Ф., Колот В.М. Стратегія, організація, ефективність. - Навчальний посібник. К.: КНЕУ, 2008 . 233 с.;

40. Примак Т.О. Економіка підприємства: Навч . посіб. К.: Вікар , 2002. С. 176.

41. Пулко О.В. Оптимізація фінансового стану підприємства. *Економіка іуправління.* 2019. № 11 С. 84 - 89.

42. Разенко А.В. Максимізація прибутку підприємства. *Економічний форум.* 2019. № 12. С. 17-18.

43. Рац О.М. Визначення сутності поняття «ефективність функціонування підприємства». *Економічний простір*. 2008. №15. С. 275-285.

44. Річна інформація емітента цінних паперів [Електронний ресурс] URL: http://obolon.ua/files/shareholders/9aca7966b09dd23de5fedfbf62e2a081.pdf

45. Ринок пива в Китаї стане найбільшим у 2017 році (від 29.07.2014). URL: http://www.vestifinance.ru/

46. Савченко Т.І. Організаційно-економічний механізм управління підприємством.Т.І. Савченко // Науковий вісник РДГУ. – 2020. – Вип. 7(120). – С. 6-12.

47. Селезньова О. О. Сутність організаційно-економічного механізму управління ринковою діяльністю роздрібних торговельних підприємств / О. О. Селезньова // Экономика и управление. - 2013. - № 1. - С. 92-97.

48. Словінець Л.Г. Концепція фінансового результату у системі бухгалтерського обліку / Л.Г. Словінець // Персонал. — 2019. — № 11. — С. 90-99.

49. Сухоцька Т. Облік доходів та витрат на підприємствах відповідно до національних стандартів. *Економіка. Фінанси. Право*. 2020. № 4. с.19-26.

50. Тарасенко І.О. Сталий розвиток підприємств легкої промисловості: теорія, методологія, практика. Київ : КНУТД, 2010. 389 с.

51. Чучук Ю.В. Теоретична сутність понять економічна ефективність та ефективність діяльності. *Ефективна економіка.* 2017. №5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua

52. Тюха І. В., Бабко А. О. Сучасні тенденції та проблеми розвитку пивного ринку України. *Ефективна економіка.* 2017. №1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5376

53. Філіпішина Л.М. Інтегральна оцінка стійкості розвитку промислових підприємств. *Глобальні та національні проблеми економіки*. №19, 2017. URL: http://global-national.in.ua/archive/19- 2017/56.pdf

54. Фролова Т. О. Фінансовий аналіз. К.: Видавництво «Європейського університету», 2006. 253 с.

55. Холод З.М., Чорняк О.З. Методика фінансового аналізу діяльності підприємств різних організаційно-правових структур ВПК України. - Львів: Фенікс, 2008 . 395 с.

56. Цал-Цалко Ю.С. Фінансова звітність підприємства та її аналіз: навч. Посіб. – К.: ЦУЛ, 2006. 417 с.

57. Шегда А.В. Менеджмент. К.: Знання, 2002. 583 с.

58. Ширко О.Є. Методика аналізу фінансових результатів підприємства. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2018. № 12 (36). С. 78-84.

59. Щурик О.М. Формування організаційно-економічного механізму управління підприємством: теоретичний аспект. *Економічна думка*. 2021. №4. С. 7-9.