

Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет

ННІ економіки, управління і бізнесу ім. Г.Е. Вейнштейна
Кафедра національної та міжнародної економіки
Ступінь вищої освіти – перший (бакалавр)
Спеціальність 051 «Економіка»
Освітня програма «Економіка підприємства»



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему: «Обґрунтування стратегії підвищення прибутковості діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»

ШИФР КРБ.ЕП.1.576-03.3.4

Здобувачки Турчанінової А.К.

Керівник доцент Фрум О.Л.

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від 12.06.2026 р., протокол № 17

Завідувач кафедри національної
та міжнародної економіки _____

Тетяна КУЛАКОВСЬКА

Одеса – 2026 рік

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ННІ економіки, управління і бізнесу ім. Г.Е. Вейнштейна

Кафедра національної та міжнародної економіки

Ступінь вищої освіти – перший (бакалавр)

Спеціальність 051 «Економіка»

Освітня програма «Економіка підприємства»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри національної

та міжнародної економіки

_____ проф. Кулаковська Т.А.

«22» жовтня 2025 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧЦІ

Турчаніновій Аделіні Кімівні

1. Тема роботи: «Обґрунтування стратегії підвищення прибутковості діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» затверджена наказом ОНТУ від 22.10.2025 № 576-03.
2. Термін здачі здобувачем закінченої роботи 12.06.2026 р.
3. Вихідні дані до роботи: статистична звітність роботи підприємства за два роки; історія підприємства, наукові статті, монографії та інші публікації за темою інноваційної політики підприємства, інформація з мережі Інтернет.
4. Перелік питань, які потрібно розробити: 1. Теоретико-методичні основи обґрунтування стратегій прибутковості підприємств. 2. Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика». 3. Обґрунтування та оцінка ефективності інвестиційного проекту виробництва нового продукту на ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика».
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) таблиць – 9, рисунків – 2.
6. Дата видачі завдання 22.10.2025р.

Керівник _____ к.е.н., доц. Фрум О.Л.

Завдання прийняла до виконання _____ Турчанінова А.К.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітки
1. Розробка теоретичного розділу кваліфікаційної роботи	01.02.26 – 01.03.26	Виконано
2. Техніко-економічна характеристика підприємств та економічний аналіз за напрямом кваліфікаційної роботи за два роки	02.03.26 – 15.04.26	Виконано
3. Розробка проєкту заходу з підвищення прибутковості ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»	16.04.26 – 16.05.26	Виконано
4. Оформлення кваліфікаційної роботи	17.05.26 – 12.06.26	Виконано

Здобувачка-дипломниця _____ Турчанінова А.К.

Керівник роботи _____ Фрум О.Л.

Несу відповідальність за ідентичність електронного та друкованого варіантів кваліфікаційної роботи, даю згоду на обробку персональних даних та не заперечую проти розміщення кваліфікаційної роботи на офіційних web-ресурсах ОНТУ.

Підтверджую, що в кваліфікаційній роботі відсутні порушення норм академічної доброчесності.

Здобувачка-дипломниця _____ Турчанінова А.К.

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота бакалавра містить 121 сторінка, 62 таблиці, 3 рисунки, список літератури з 56 найменувань, 1 пропонування.

Метою кваліфікаційної роботи є обґрунтування стратегії підвищення прибутковості діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» та розробка рекомендацій щодо покращення фінансово-економічних результатів підприємства.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

- дослідити теоретичні основи формування прибутковості підприємства;
- визначити сутність та особливості стратегій підвищення прибутковості;
- провести аналіз фінансово-економічної діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»;
- оцінити рівень прибутковості та рентабельності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»;
- обґрунтувати напрями підвищення прибутковості діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»;
- оцінити економічну ефективність запропонованого заходу.

Об'єктом роботи є процеси формування прибутку та управління прибутковістю ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика».

Предметом роботи є теоретичні, методичні та практичні аспекти обґрунтування стратегії підвищення прибутковості діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика».

За результатами виконаної роботи сформульовані висновки та пропозиції з напрямків підвищення конкурентоспроможності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика».

Отримані результати можуть бути використані підприємством у подальшій виробничо-господарській діяльності.

Рік виконання роботи 2026.

Рік захисту роботи 2026.

ПЛАН

	стор.
ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОБГРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЙ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	7
1.1. Сутність, зміст та зв'язок понять «прибуток», «рентабельність», «прибутковість»	7
1.2. Методи оцінки прибутковості підприємств як основа обґрунтування стратегій прибутковості	15
1.3. Порядок та алгоритми обґрунтування стратегій прибутковості підприємств	23
Висновки за розділом 1	31
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВНУТРІШНЬОГО ТА ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»	33
2.1. Сучасний стан і перспективи розвитку ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»	33
2.2. Фінансово-економічний аналіз виробничо-господарської діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»	37
2.3. Оцінка сучасного стану ринку вина України	65
Висновки за розділом 2	79
РОЗДІЛ 3. ОБГРУНТУВАННЯ ТА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЄКТУ ВИРОБНИЦТВА НОВОГО ПРОДУКТУ НА ПрАТ «РІВНЕНСЬКА КОНДИТЕРСЬКА ФАБРИКА»	82
3.1. Розрахунок зміни повної собівартості нового продукту	82
3.2. Калькулювання витрат на одиницю продукції та розрахунок повної собівартості за проектом	85
3.3. Розрахунок грошових потоків від проекту	87
3.4. Оцінка економічної ефективності інвестиційного проекту з	88

виробництва нового продукту	
3.5. Оцінка впливу запропонованого заходу на основні техніко-економічні показники підприємства	93
Висновки за розділом 3	96
ВИСНОВКИ	99
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	105
ДОДАТКИ	111

ВСТУП

У сучасних умовах розвитку ринкової економіки України одним із головних завдань підприємств є забезпечення стабільного рівня прибутковості та підвищення ефективності господарської діяльності. Посилення конкурентної боротьби, нестабільність економічного середовища, зміни у споживчих перевагах, зростання витрат на виробництво та реалізацію продукції вимагають від підприємств формування ефективної стратегії управління прибутковістю. Саме прибуток є основним показником результативності діяльності підприємства, джерелом фінансування розвитку, оновлення виробництва та забезпечення фінансової стійкості.

Особливого значення проблема підвищення прибутковості набуває для підприємств харчової промисловості, зокрема кондитерської галузі, яка характеризується високим рівнем конкуренції, залежністю від вартості сировини, коливанням попиту та необхідністю постійного оновлення асортименту продукції. ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» є одним із відомих підприємств кондитерської промисловості України, діяльність якого спрямована на виробництво та реалізацію кондитерських виробів. Підприємство функціонує в умовах динамічного ринкового середовища, що обумовлює необхідність пошуку ефективних шляхів підвищення прибутковості та зміцнення конкурентних переваг.

Актуальність теми кваліфікаційної роботи полягає у необхідності обґрунтування стратегії підвищення прибутковості діяльності підприємства в сучасних умовах господарювання. Ефективне управління прибутковістю дозволяє забезпечити стабільний розвиток підприємства, підвищити ефективність використання ресурсів, зміцнити фінансовий стан та підвищити рівень конкурентоспроможності на ринку. Формування дієвої стратегії підвищення прибутковості є важливим чинником забезпечення довгострокового функціонування підприємства та його адаптації до змін зовнішнього середовища.

Питання формування прибутку, управління прибутковістю та забезпечення ефективності діяльності підприємств досліджувалися багатьма вітчизняними та зарубіжними науковцями. Значний внесок у розвиток теорії управління прибутковістю підприємств зробили такі зарубіжні вчені, як Майкл Портер, Пітер Друкер, Ігор Ансофф, Філіп Котлер, які досліджували питання стратегічного управління, конкурентних переваг та підвищення ефективності діяльності підприємств. Серед українських учених значну увагу проблемам аналізу прибутку та рентабельності приділяли Ф.Ф. Бутинець, Г.В. Савицька, С.Ф. Голов, Л.В. Нападовська, А.М. Поддєрьогін, І.О. Бланк та інші.

Незважаючи на значну кількість наукових досліджень, питання обґрунтування стратегії підвищення прибутковості діяльності підприємств кондитерської галузі потребують подальшого вивчення з урахуванням сучасних економічних умов та особливостей функціонування конкретних підприємств. Це зумовлює необхідність проведення комплексного аналізу діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» та розробки практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності його діяльності.

Метою кваліфікаційної роботи є обґрунтування стратегії підвищення прибутковості діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» та розробка рекомендацій щодо покращення фінансово-економічних результатів підприємства.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

- дослідити теоретичні основи формування прибутковості підприємства;
- визначити сутність та особливості стратегій підвищення прибутковості;
- провести аналіз фінансово-економічної діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»;
- оцінити рівень прибутковості та рентабельності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»;

- обґрунтувати напрями підвищення прибутковості діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»;

- оцінити економічну ефективність запропонованих заходів.

Об'єктом роботи є процеси формування та управління прибутковістю підприємства.

Предметом роботи є теоретичні, методичні та практичні аспекти обґрунтування стратегії підвищення прибутковості діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика».

У процесі дослідження були використані методи економічного аналізу, порівняння, узагальнення, статистичний метод, метод фінансового аналізу, графічний метод, а також методи економічного прогнозування та оцінки ефективності.

Інформаційною базою дослідження стали наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених, нормативно-правові акти України, фінансова звітність ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика», статистичні матеріали та інформаційні ресурси мережі Інтернет.

Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості використання запропонованих рекомендацій для підвищення ефективності діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика», покращення фінансових результатів, зміцнення конкурентних позицій підприємства та забезпечення його стабільного розвитку в умовах сучасного ринкового середовища.

Апробація результатів дослідження. Основні положення дослідження були представлені та отримали схвалення на VIII Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції (Одеса. 16-17 квітня 2026 року).

Публікації. За результатами кваліфікаційної роботи опубліковано 1 наукова праця загальним обсягом 0,1 д.а., з них 0,1 д.а. належить особисто автору.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОБГРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЙ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

1.1 Сутність, зміст та зв'язок понять «прибуток», «рентабельність», «прибутковість»

У сучасних умовах господарювання основною метою діяльності більшості підприємств є отримання позитивних фінансових результатів та забезпечення стабільного розвитку. Фінансові результати є одним із ключових показників ефективності діяльності підприємств. Саме тому важливого значення набувають такі економічні категорії, як прибуток, рентабельність та прибутковість, які характеризують ефективність функціонування підприємства та рівень результативності його діяльності.

Прибуток є однією з найважливіших економічних категорій, яка характеризує результат господарської діяльності підприємства. Він виступає основною метою функціонування підприємств у ринкових умовах.

Прибуток є одним із головних показників результатів фінансово-господарської діяльності підприємства. Він характеризує кінцевий фінансовий результат діяльності суб'єкта господарювання та виступає основним джерелом фінансування розвитку підприємства.

Фактично, це той фінансовий результат, заради якого і здійснюється господарська діяльність. Без отримання прибутку підприємство не може стабільно функціонувати в довгостроковій перспективі [1, с. 123].

У загальному розумінні прибуток – це частина доходу підприємства, яка залишається після покриття всіх витрат, пов'язаних із виробництвом та реалізацією продукції, виконанням робіт або наданням послуг.

В економічному аспекті прибуток визначається як різниця між доходами та витратами підприємства. Це узагальнюючий показник, що відображає ефективність виробництва, реалізації продукції та використання ресурсів.

Проте за цим простим визначенням стоїть складний економічний зміст, адже він відображає не лише результат, а й ефективність організації виробництва, управління та збуту [2, с.322].

Варто звернути увагу, що прибуток виконує одразу кілька важливих функцій. По-перше, він дозволяє оцінити результати діяльності підприємства. По-друге, виступає стимулом для розвитку, оскільки саме за рахунок прибутку фінансуються інвестиції. І, по-третє, виконує розподільчу функцію – частина прибутку спрямовується до бюджету у вигляді податків.

З економічної точки зору прибуток виконує такі функції:

- оціночну;
- стимулюючу;
- розподільчу;
- інвестиційну;
- контрольну [3, с. 95].

Таким чином, прибуток є не лише кінцевим результатом, а й важливим ресурсом для подальшого розвитку підприємства.

Прибуток є основним джерелом:

- самофінансування підприємства;
- виплати дивідендів;
- формування резервів;
- модернізації виробництва;
- соціального розвитку підприємства [4, с. 116].

Для більш глибокого аналізу діяльності підприємства використовують різні види прибутку. Це дозволяє точніше зрозуміти, на якому саме етапі формується фінансовий результат.

Основними є:

- валовий прибуток – різниця між виручкою та собівартістю;
- операційний прибуток – результат основної діяльності;
- прибуток від звичайної діяльності;

- чистий прибуток – прибуток після оподаткування [5, 276].

Кожен із цих показників використовується для аналізу фінансового стану підприємства та прийняття управлінських рішень. Наприклад, чистий прибуток є базою для прийняття стратегічних рішень, тоді як операційний дозволяє оцінити ефективність основної діяльності.

В умовах ринкової економіки прибуток є не лише результатом діяльності підприємства, але й важливим показником його конкурентоспроможності та ефективності управління.

Якщо прибуток показує загальний фінансовий результат, то рентабельність дає відповідь на інше важливе питання: наскільки ефективно цей результат був отриманий.

Інакше кажучи, рентабельність – це відносний показник, який відображає співвідношення прибутку до витрат або ресурсів. Саме тому вона вважається більш інформативною при аналізі діяльності підприємства [6, с. 148].

Наприклад, два підприємства можуть отримувати однаковий прибуток, але витратити на це різні обсяги ресурсів. У такому випадку більш ефективним буде те підприємство, у якого вищий рівень рентабельності.

Рентабельність є відносним показником ефективності діяльності підприємства, який характеризує рівень прибутковості та ефективність використання ресурсів, а саме рівень прибутковості щодо витрат або використаних ресурсів.

На відміну від прибутку, який є абсолютним показником, рентабельність показує співвідношення отриманого прибутку до витрат, активів, капіталу або обсягів реалізації тому вимірюється у відсотках.

До основних видів рентабельності відносять:

- рентабельність продукції;
- рентабельність продажів;
- рентабельність активів;

- рентабельність власного капіталу;
- рентабельність виробництва [7, с. 154].

Кожен із цих показників дозволяє оцінити ефективність з різних сторін.

Показник рентабельності дає можливість:

- оцінити ефективність діяльності підприємства;
- порівнювати результати діяльності різних підприємств;
- визначати ефективність використання ресурсів;
- аналізувати динаміку розвитку підприємства.

Підвищення рентабельності свідчить про:

- ефективне управління витратами;
- зростання конкурентоспроможності;
- покращення фінансового стану підприємства [8, с. 121].

Поняття «прибутковість» є більш широким і комплексним за поняття «прибуток» і «рентабельність». Воно поєднує в собі як абсолютні показники (прибуток), так і відносні (рентабельність).

Прибутковість характеризує загальну здатність підприємства генерувати прибуток у процесі своєї діяльності. Це дуже важливий показник, особливо для інвесторів і керівництва.

Прибутковість включає як абсолютні, так і відносні показники ефективності. Вона характеризує фінансову стійкість підприємства та його конкурентоспроможність.

Аналіз прибутковості є важливим інструментом управління, оскільки дозволяє оцінити перспективи розвитку підприємства.

Прибутковість підприємства визначається:

- рівнем доходів;
- ефективністю використання ресурсів;
- обсягами витрат;
- організацією виробництва;
- ринковими умовами діяльності [9, 226].

Прибутковість є комплексною характеристикою діяльності підприємства, яка відображає:

- ефективність виробництва;
- фінансову стабільність;
- конкурентні переваги;
- рівень управління підприємством [10, 472].

Крім того, прибутковість безпосередньо пов'язана з фінансовою стійкістю підприємства. Чим вона вища, тим більше можливостей має підприємство для розвитку та адаптації до змін зовнішнього середовища.

Саме тому аналіз прибутковості сьогодні розглядається як один із ключових елементів фінансового управління.

Поняття «прибуток», «рентабельність» і «прибутковість» не існують окремо – вони тісно пов'язані між собою, тобто є взаємопов'язаними економічними категоріями [11, 389].

Прибуток виступає базою для розрахунку показників рентабельності. Без нього неможливо визначити ефективність діяльності.

Рентабельність, у свою чергу, характеризує рівень прибутковості підприємства та ефективність використання ресурсів, тобто дозволяє оцінити, наскільки раціонально було отримано цей прибуток.

Прибутковість узагальнює ці показники, формуючи цілісне уявлення про фінансовий стан підприємства.

Комплексний аналіз цих показників дозволяє отримати об'єктивну оцінку діяльності підприємства.

Таким чином:

- прибуток є абсолютним фінансовим результатом;
- рентабельність – відносним показником ефективності;
- прибутковість – узагальнюючою характеристикою здатності підприємства отримувати прибуток [12, 222].

В таблиці 1.1 наведено порівняльну характеристику понять «прибуток», «прибутковість» та «рентабельність».

Таблиця 1.1

Порівняльна характеристика понять «прибуток», «прибутковість» та «рентабельність» у працях науковців*

Автор	Поняття	Визначення
І. О. Бланк	Прибуток	Кінцевий позитивний фінансовий результат господарської діяльності підприємства, що являє собою різницю між доходами та витратами.
Г. В. Савицька	Прибуток	Частина чистого доходу, створеного в процесі виробничої діяльності та реалізованого після відшкодування всіх витрат.
Н. М. Ткаченко	Прибуток	Основний узагальнюючий показник ефективності діяльності підприємства, який характеризує результативність господарювання.
І. О. Бланк	Прибутковість	Здатність підприємства генерувати прибуток у процесі здійснення господарської діяльності.
А. М. Поддєрьогін	Прибутковість	Характеристика ефективності використання ресурсів підприємства, що проявляється у здатності отримувати стабільний прибуток.
Н. В. Наконечна, Н. О. Градюк	Прибутковість	Властивість підприємства забезпечувати позитивний фінансовий результат та фінансово-економічну безпеку в довгостроковій перспективі.
Г. В. Савицька	Рентабельність	Відносний показник ефективності, що відображає співвідношення отриманого прибутку до використаних ресурсів або понесених витрат.
А. М. Поддєрьогін	Рентабельність	Комплексний показник економічної ефективності діяльності підприємства, який характеризує рівень дохідності.
Л. В. Новіченко	Рентабельність	Система відносних показників, що відображає результативність діяльності підприємства та ефективність використання активів, капіталу й витрат.

*Джерело: складено автором на основі [1, 10, 11, 13, 14]

Проведений аналіз наукових підходів дозволяє зробити висновок, що поняття «прибуток», «прибутковість» та «рентабельність» є взаємопов'язаними економічними категоріями (таблиця 1.2).

Прибуток виступає абсолютним показником фінансового результату діяльності підприємства.

Прибутковість характеризує здатність суб'єкта господарювання генерувати прибуток, а рентабельність відображає відносну ефективність використання ресурсів через співвідношення отриманого прибутку до витрат, активів або капіталу.

Таблиця 1.2

Узагальнення взаємозв'язку понять «прибуток», «прибутковість» та «рентабельність»* (рисунок 1.1)

Поняття	Характеристика	Взаємозв'язок
Прибуток	Абсолютний показник	Є базою для оцінки прибутковості та розрахунку рентабельності
Прибутковість	Загальна здатність отримувати прибуток	Характеризує потенціал підприємства щодо формування прибутку
Рентабельність	Відносний показник ефективності	Показує рівень прибутку щодо витрат, активів або капіталу

*Джерело: складено автором

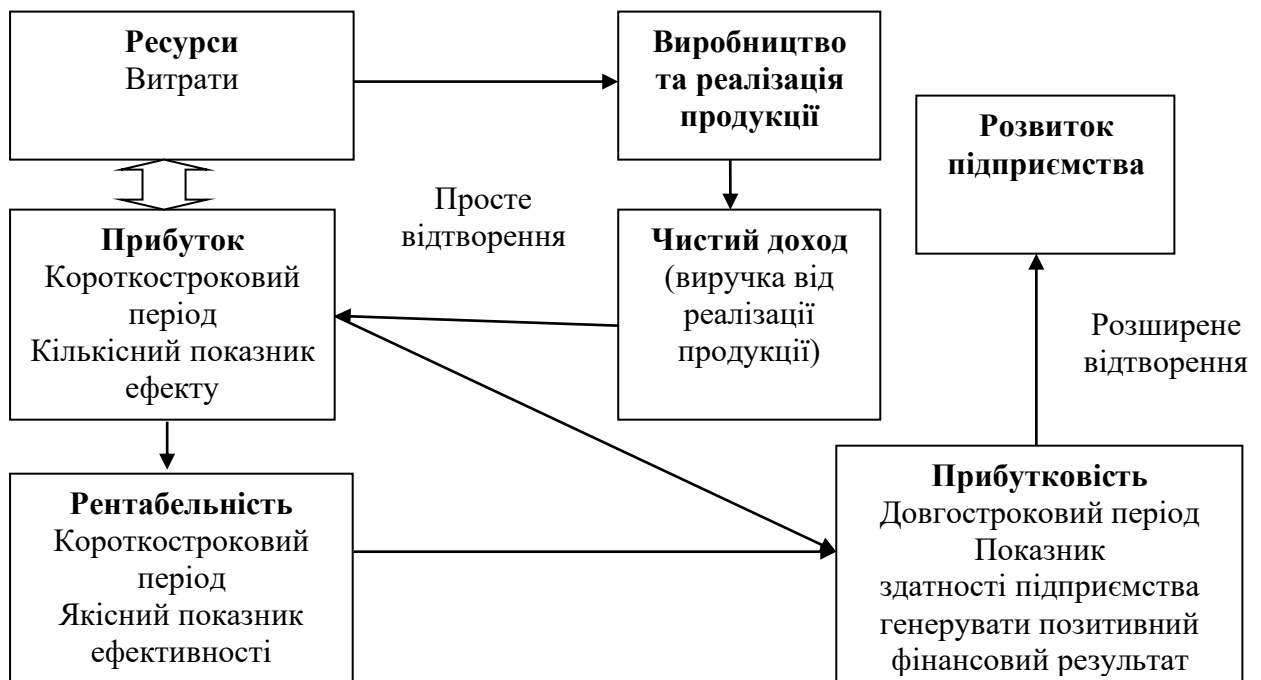


Рис. 1.1. Взаємозв'язок понять «прибуток», «прибутковість» та «рентабельність»*

* Джерело: власна розробка автора

Саме комплексне використання цих показників забезпечує всебічну оцінку ефективності функціонування підприємства.

Прибуток, рентабельність і прибутковість відіграють важливу роль у діяльності підприємства.

Вони використовуються для:

- оцінки ефективності;
- планування діяльності;
- прийняття управлінських рішень [13].

Рентабельність дозволяє оцінити ефективність використання ресурсів, а прибуток – фінансовий результат діяльності.

Взаємозв'язок цих категорій дозволяє комплексно оцінювати результати діяльності підприємства та формувати ефективні стратегії його розвитку. Такий комплексний підхід дає змогу більш об'єктивно оцінити результати діяльності підприємства та приймати обґрунтовані управлінські рішення.

Роль цих показників у діяльності підприємства важко переоцінити. Вони є основою для аналізу, планування та контролю.

Зокрема, на основі прибутку та рентабельності приймаються рішення щодо:

- розвитку підприємства;
- інвестування;
- оптимізації витрат.

При цьому рентабельність дозволяє оцінити ефективність використання ресурсів, а прибуток – кінцевий фінансовий результат.

В умовах України формування прибутку та рентабельності має свої особливості.

Серед основних факторів впливу можна виділити економічну нестабільність, зміну податкового законодавства та наслідки воєнного стану.

У таких умовах підприємствам доводиться постійно адаптуватися, що безпосередньо впливає на рівень їх прибутковості.

Основними чинниками впливу є:

- економічна нестабільність;
- податкове навантаження;
- воєнний стан [14].

Ці чинники суттєво впливають на рівень прибутковості підприємств.

Отже, було встановлено, що прибуток, рентабельність і прибутковість є взаємопов'язаними показниками, які разом дають повне уявлення про ефективність діяльності підприємства. Вони є ключовими показниками ефективності діяльності підприємства.

Прибуток характеризує фінансовий результат діяльності, рентабельність – її ефективність: ефективність використання ресурсів, а прибутковість – загальну здатність підприємства генерувати дохід.

Їх комплексне використання дозволяє приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати стабільний розвиток підприємства.

У сучасних умовах особливо важливо аналізувати ці показники комплексно, оскільки це дозволяє підвищити ефективність управління підприємством та забезпечити його стабільний розвиток.

1.2. Методи оцінки прибутковості підприємств як основа обґрунтування стратегій прибутковості

У сучасних умовах господарювання ефективне функціонування підприємств значною мірою залежить від здатності оцінювати та забезпечувати належний рівень прибутковості. Підприємствам недостатньо просто отримувати прибуток – значно важливіше розуміти, наскільки стабільним і ефективним є цей результат. Саме прибутковість є ключовим показником, що відображає фінансову результативність діяльності та визначає перспективи розвитку підприємства.

Особливо це стосується українських підприємств, які працюють в умовах економічної нестабільності та воєнного стану. У таких умовах

правильна оцінка прибутковості стає основою для прийняття стратегічних рішень [15].

Оцінка прибутковості підприємства є важливим етапом аналізу фінансово-господарської діяльності та необхідною умовою формування ефективної стратегії розвитку підприємства.

Метою оцінки прибутковості є:

- 1) визначення ефективності діяльності підприємства;
- 2) виявлення факторів впливу на фінансові результати;
- 3) оцінка конкурентоспроможності;
- 4) пошук резервів підвищення ефективності [16, с. 357].

Методи оцінки прибутковості – це інструменти, які перетворюють абсолютні цифри фінансової звітності на чіткі стратегічні рішення. Саме вони показують, завдяки чому підприємство заробляє і де саме воно втрачає ефективність.

Усі методи оцінки, які використовуються як основа для обґрунтування стратегій, можна розділити на чотири великі групи (табл.1.3).

Таблиця 1.3

Методи оцінки прибутковості підприємства*

Метод	Суть	Переваги	Недоліки
Коефіцієнтний	Розрахунок показників рентабельності	Простота, наочність	Не враховує всі фактори
Порівняльний	Порівняння з іншими підприємствами	Визначає позицію на ринку	Залежить від даних
Факторний	Аналіз впливу факторів	Глибокий аналіз	Складність
Трендовий	Аналіз динаміки	Прогнозування	Не враховує різкі зміни

*Джерело: складено автором на основі [16-18, с. 544]

На практиці підприємства оцінка прибутковості підприємства здійснюється за допомогою системи методів, серед яких виділяють наступні.

1. Горизонтальний та вертикальний аналіз прибутку – базовий етап, з якого починається будь-яка оцінка.

Горизонтальний (трендовий) аналіз порівнює показники прибутку (валового, операційного, чистого) за кілька років, що дозволяє виявити тенденцію – прибуток зростає, стабілізувався чи падає. Якщо чистий прибуток падає три роки поспіль, потрібна негайна стратегія антикризового управління або реструктуризації.

Вертикальний (структурний) аналіз показує структуру формування фінансового результату, де за 100% приймається чистий дохід (виручка), а всі інші статті (собівартість, адміністративні витрати, податки) рахуються як відсоток від неї. Він дозволяє побачити, яка стаття витрат «з'їдає» найбільше грошей. Якщо собівартість становить 85% від виручки – обґрунтовується стратегія мінімізації витрат.

Аналіз абсолютних показників прибутку передбачає оцінку:

- валового прибутку;
- операційного прибутку;
- чистого прибутку [19].

Аналіз дозволяє визначити:

- 1) тенденції зміни фінансових результатів;
- 2) ефективність діяльності підприємства;
- 3) рівень витрат [19].

2. Коефіцієнтний аналіз (показники рентабельності).

Сам по собі розмір прибутку в натуральному виразі (гривнях, доларах й т. ін.) не показує ефективності. Велике підприємство може мати мільйонний прибуток, але працювати на межі сил, тоді як маленька компанія з меншим прибутком буде набагато ефективнішою. Для цього використовують відносні показники – коефіцієнти рентабельності (таблиця 1.4).

Цей метод допомагає «розкласти» прибутковість на складові та зрозуміти причини її зміни. Показники рентабельності є основним інструментом оцінки прибутковості підприємства. Цей метод передбачає використання системи показників рентабельності.

Таблиця 1.4

Система показників коефіцієнтного аналізу*

Показник	Що відображає?	Стратегічне використання
Рентабельність продажів (ROS)	Скільки копійок чистого прибутку міститься в одній гривні виручки.	Допомагає обґрунтувати цінову стратегію. Якщо ROS низька, потрібно або піднімати ціни, або шукати шляхи зниження собівартості.
Рентабельність активів (ROA)	Ефективність використання всього майна підприємства (будівель, обладнання, запасів).	Використовується для інвестиційної стратегії. Якщо ROA низька, це означає, що на балансі є багато зайвого майна, яке не працює, і його треба продати або здати в оренду.
Рентабельність власного капіталу (ROE)	Віддача на гроші, які вклали в бізнес безпосередньо його власники (акціонери).	Головний показник для стратегії залучення капіталу. Інвестори порівнюють ROE компанії з альтернативними варіантами (наприклад, ставками за депозитами або ОВДП).

*Джерело: складено автором на основі [20-22, с. 546]

До основних показників належать наступні (табл. 1.5).

Рентабельність продажів визначається за формулою:

$$R_p = \text{Чистий прибуток} / \text{Чистий дохід} * 100\% \quad (1.1)$$

Характеризує частку прибутку в кожній гривні реалізованої продукції.

Рентабельність активів (ROA) визначається за формулою:

$$R_a (\text{ROA}) = \text{Чистий прибуток} / \text{Середня вартість активів} * 100\% \quad (1.2)$$

Показує, наскільки ефективно підприємство використовує всі свої активи для отримання прибутку.

Рентабельність власного капіталу (ROE) визначається за формулою:

$$R_{vk} (\text{ROE}) = \text{Чистий прибуток} / \text{Власний капітал} * 100\% \quad (1.3)$$

Відображає ефективність використання власного капіталу – використання коштів власників підприємства.

Рентабельність інвестицій (ROI) визначається за формулою:

$$R_i (\text{ROI}) = \text{Прибуток від інвестицій} \setminus \text{Інвестиційні витрати} * 100\% \quad (1.4)$$

Ці показники дозволяють визначити ефективність витрачених коштів (вкладених інвестицій).

Таблиця 1.5

Характеристика показників прибутковості*

Показник	Формула	Економічний зміст	Управлінське рішення	Тип
ROA	Прибуток / Активи	Ефективність активів	Оптимізація ресурсів	Відносний
ROE	Прибуток / Капітал	Дохідність власного капіталу	Політика фінансування	Відносний
ROI	Прибуток / Інвестиції	Ефективність інвестицій	Інвестування або скорочення	Відносний

*Джерело: складено автором на основі [23, с. 343; 24]

Ці показники дозволяють оцінити ефективність використання ресурсів підприємства.

3. Факторний аналіз прибутковості дозволяє визначити вплив окремих факторів на рівень прибутковості підприємства. Факторний аналіз прибутку (Модель Дюпона). Прибуток ніколи не змінюється сам по собі – на нього завжди щось впливає. Факторний аналіз дозволяє математично розрахувати, який саме чинник (ціна, обсяг продажів, структура асортименту чи витрати) мав найбільший вплив на фінансовий результат.

Основними чинниками є:

- обсяг реалізації;
- собівартість продукції;
- ціна продукції;
- структура продукції;
- продуктивність праці [25].

Факторний аналіз застосовується для прогнозування майбутніх результатів діяльності підприємства. Він є важливим інструментом для прийняття управлінських рішень (табл. 1.6).

Таблиця 1.6

Фактори впливу на прибутковість підприємства*

Група факторів	Приклади	Вплив
Внутрішні	Витрати, продуктивність	Прямий
Зовнішні	Інфляція, конкуренція	Непрямий
Фінансові	Кредити, капітал	Значний
Ринкові	Попит, ціни	Визначальний

*Джерело: складено автором на основі [26]

Найвідомішим інструментом тут є трифакторна модель Дюпона (DuPont). Вона розкладає рентабельність власного капіталу (ROE) на три складові:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Чиста рентабельність продажів}}{\text{Мультиплікатор капіталу}} \cdot \text{Оборотність активів} \quad (1.5)$$

Модель Дюпона чітко вказує на те, який саме тип стратегії прибутковості підходить підприємству.

1. Шлях високої маржі: орієнтація на преміум-сегмент (дорого продавати, але в менших обсягах).

2. Шлях високого обороту: орієнтація на мас-маркет (продавати з мінімальною націнкою, але дуже швидко і багато).

3. Шлях фінансового важеля: активне залучення кредитних коштів для масштабування бізнесу (ризиковано, але збільшує віддачу на власний капітал).

4. Порівняльний аналіз передбачає порівняння:

- показників підприємства за різні періоди;
- результатів діяльності з конкурентами;
- середньогалузевих показників.

Це дає змогу визначити конкурентні позиції підприємства.

5. SWOT-аналіз використовується для визначення:

- сильних сторін підприємства;
- слабких сторін;
- можливостей;

– загроз.

Даний метод дозволяє оцінити перспективи підвищення прибутковості підприємства.

6. Маржинальний аналіз (CVP-метод). Метод оцінки, заснований на взаємозв'язку «Витрати – Обсяг – Прибуток» (Cost-Volume-Profit). Його суть полягає в розрахунку маржинального доходу (виручка мінус змінні витрати). CVP-аналіз (Cost-Volume-Profit analysis) використовується для:

- визначення точки беззбитковості;
- оцінки взаємозв'язку між витратами, обсягом виробництва та прибутком;
- прогнозування прибутковості.

Маржинальний аналіз є фундаментом для обґрунтування наступних стратегій [27].

1. Стратегії асортименту. Визначається, які товари є «локомотивами» (приносять найбільше маржі), а які тягнуть компанію на дно. Виробництво нерентабельних товарів скорочується.

2. Стратегії оптимізації потужностей. Розраховується точний обсяг виробництва, необхідний для досягнення цільового прибутку. Результати оцінки прибутковості використовуються для:

- обґрунтування управлінських рішень;
- формування стратегій розвитку;
- оптимізації витрат;
- підвищення конкурентоспроможності;
- прогнозування фінансових результатів [28].

7. Трендовий аналіз дає змогу оцінити динаміку показників прибутковості за певний період.

8. Аналіз динаміки дає змогу побачити, як змінюється прибутковість з часом. Це особливо важливо для стратегічного планування.

На основі оцінки прибутковості формуються стратегії розвитку підприємства.

До основних стратегій належать:

- стратегія зростання прибутку;
- стратегія оптимізації витрат;
- стратегія диверсифікації діяльності;
- розширення діяльності [29].

Методи оцінки виконують роль діагностики. Результати цієї діагностики автоматично визначають вектор майбутньої стратегії (рис. 1.2)

Діагностика прибутковості методами оцінки

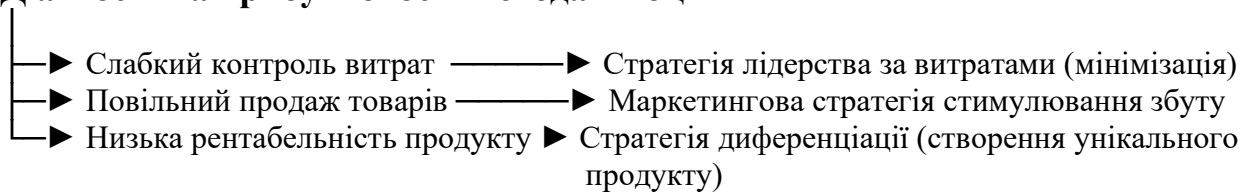


Рис 1.2. Залежність обрання стратегії прибутковості від результату діагностики прибутковості

Методи оцінки прибутковості виступають основою для обґрунтування стратегій підприємства.

Комплексне використання різних методів дозволяє:

- підвищити точність оцінки;
- знизити ризики прийняття рішень.

Методи оцінки прибутковості є важливим інструментом управління підприємством.

Їх використання дозволяє не лише оцінити поточний стан підприємства, а й обґрунтувати ефективні стратегії та забезпечити стабільний розвиток підприємства.

Таким чином, оцінка прибутковості є важливою основою розробки стратегій забезпечення ефективного розвитку підприємства.

Отже, оцінка прибутковості є важливим етапом управління підприємством.

Саме вона виступає основою для формування стратегій, що забезпечують стабільний розвиток у довгостроковій перспективі.

1.3 Порядок та алгоритми обґрунтування стратегій прибутковості підприємств

У сучасних умовах господарювання забезпечення стабільної прибутковості є одним із ключових завдань підприємства. Для цього необхідно не лише аналізувати фінансові результати, а й формувати обґрунтовані стратегії розвитку підприємства.

В межах стратегії розвитку підприємствам необхідно формувати ефективні стратегії прибутковості, які забезпечують стабільний розвиток та конкурентоспроможність.

В умовах нестабільності економіки України найбільш ефективним є застосування системного підходу до формування стратегій прибутковості.

Стратегія прибутковості – це система та комплекс довгострокових управлінських рішень і заходів, спрямованих на забезпечення стабільного зростання прибутку та підвищення ефективності діяльності підприємства. Вона складається з визначення напрямів підвищення доходів і оптимізації витрат.

Стратегія прибутковості – це своєрідний опис послідовності здійснення дій, який допомагає підприємству досягти стабільного фінансового результату [30].

Обґрунтування стратегії прибутковості – це процес вибору найкращого шляху для максимізації фінансового результату підприємства. Оскільки прибуток формується як різниця між доходами та витратами (Прибуток = Доходи - Витрати), будь-яка стратегія базується на маніпуляціях із цими двома важелями.

На практиці це означає застосування, як найменш, двох варіантів дій: або збільшення доходів, або зменшення витрат, або поєднувати ці підходи.

Процес обґрунтування стратегій прибутковості складається з наступних основних етапів [31-34].

1. Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища. На цьому етапі за допомогою SWOT-аналізу, PEST-аналізу, фінансового аналізу здійснюється:

- аналіз ринку;
- оцінка конкурентів;
- дослідження попиту;
- оцінка ресурсного потенціалу підприємства.

2. Аналіз прибутковості підприємства. На цьому етапі проводиться оцінка:

- прибутку;
- рентабельності;
- структури витрат;
- ефективності використання ресурсів.
- комплексний аналіз поточної прибутковості. Перш ніж планувати майбутнє, потрібно зрозуміти, де компанія втрачає або заробляє гроші зараз:

1) аналіз динаміки прибутку: оцінка чистого, операційного та валового прибутку за останні 3–5 років.

2) маржинальний аналіз: визначення товарів (чи послуг), які приносять найбільший маржинальний дохід та які є збитковими або низькорентабельними.

3) факторний аналіз: оцінка найбільш впливових чинників на зміну прибутку – зміна цін, зростання обсягів продажів чи стрибок собівартості.

3. Визначення проблем та резервів підвищення прибутковості. На цьому етапі визначаються:

- причини зниження прибутковості;
- резерви скорочення витрат;
- можливості збільшення доходів.

4. Формування стратегічних цілей. Основними цілями можуть бути:

- збільшення прибутку;
- підвищення рентабельності;
- оптимізація витрат;
- розширення ринків збуту.

5. Визначення стратегічних альтернатив. Можливими стратегіями є:

- стратегія зниження витрат;
- стратегія диференціації;
- стратегія розширення ринку;
- інноваційна стратегія;
- стратегія диверсифікації.

Залежно від результатів аналізу, підприємство обирає один із базових векторів розвитку (таблиця 1.7).

Таблиця 1.7

Визначення стратегічних альтернатив* (рисунок 1.3)

Стратегія	Коли обирається?	Основні інструменти
Мінімізація витрат	Ринок насичений, конкуренція жорстка, покупці чутливі до ціни.	Автоматизація, скорочення витрат, оптимізація штату, дешева сировина.
Максимізація доходів	Ринок зростає або компанія має унікальний продукт.	Підвищення цін (якщо бренд сильний), вихід на нові ринки, маркетинг.
Диференціація та оптимізація	Компанія має широкий асортимент.	Закриття нерентабельних напрямів, фокус на преміум-сегменті з високою маржею.

*Джерело: складено автором на основі [35]

	Особлива увага мінімізації витрат	Особлива увага диференціації
Широкі цільові сегменти	ЛІДЕРСТВО	
	1. Лідерство в мінімізації витрат	2. Диференціація
МАСШТАБ КОНКУРЕНЦІЇ	ФОКУСУВАННЯ	
	3а. Фокусування на зниження витрат (цін)	3б. Фокусування на диференціації продукції
Вузькі цільові сегменти		

Рис. 1.3. Чотири основні конкурентні стратегії підприємства*

*Джерело: власна розробка автора

6. Моделювання та прогнозування (сценарний підхід). Створюється фінансово-математична модель підприємства, на підставі якої розраховуються кілька сценаріїв розвитку подій:

- 1) песимістичний (криза, падіння попиту, зростання витрат);
- 2) реалістичний (базовий прогноз);
- 3) оптимістичний (стрімке зростання ринку).

7. Оцінка ефективності стратегій. Для обраної стратегії прораховують фінансові ризики. Якщо потенційний прибуток високий, але й ризик банкрутства великий, стратегію коригують. Проводиться оцінка:

- економічної ефективності;
- фінансових результатів;
- ризиків реалізації;
- строків окупності.

8. Вибір та реалізація стратегії. На основі проведеного аналізу обирається найбільш ефективна стратегія та розробляється механізм її реалізації.

Алгоритм обґрунтування стратегії прибутковості включає такі етапи.

1. Збір інформації про діяльність підприємства.
2. Аналіз фінансового стану.
3. Оцінка прибутковості та рентабельності.
4. Визначення факторів впливу.
5. Виявлення резервів підвищення прибутковості.
6. Формування стратегічних альтернатив.
7. Економічне обґрунтування стратегій.
8. Вибір оптимальної стратегії.
9. Реалізація стратегії.
10. Контроль та оцінка результатів.

Узагальнено алгоритм обґрунтування стратегії прибутковості виглядає наступним чином (таблиця):

- 1) збір інформації;
- 2) аналіз показників;
- 3) оцінку альтернатив;
- 4) вибір оптимального рішення.

Таблиця 1.8

Алгоритм обґрунтування стратегії*

Крок	Дія
1	Аналіз фінансових показників
2	Визначення проблем
3	Формування варіантів
4	Оцінка ефективності
5	Вибір стратегії

*Джерело: складено автором на основі [36]

Формування стратегії прибутковості здійснюється у певній послідовності.

1. Аналіз зовнішнього середовища
2. Оцінка внутрішнього потенціалу
3. Аналіз прибутковості
4. Визначення цілей
5. Вибір стратегії
6. Реалізація та контроль [37].

Процес формування стратегії виглядає як послідовність кроків.

Спрощений алгоритм дій з розробки стратегії можна описати так:

- 1) проаналізувати показники;
- 2) виявити слабкі місця;
- 3) запропонувати рішення;
- 4) обрати найкраще [37].

В таблиці 1.9 наведено логіку та етапи формування стратегії прибутковості.

Стратегія вважається обґрунтованою, якщо вона відповідає трьом критеріям.

1. Реалістичність ринку: чи зможе відділ продажів продати той обсяг продукції, який закладено в розрахунки?

2. Ресурсна забезпеченість: чи вистачить у компанії потужностей обладнання та обігових коштів для реалізації стратегії?

3. Економічна доцільність: показники рентабельності після впровадження стратегії мають бути вищими, ніж середні по галузі або вищими за відсоткову ставку по банківських депозитах (інакше простіше закрити бізнес і покласти гроші в банк) [38].

Таблиця 1.9

Логіка та етапи формування стратегії прибутковості*

Етап	Крок	Суть	Зміст	Результат
Аналіз середовища	Аналіз	Де зараз підприємство?	Оцінка ринку	Дані
Внутрішній аналіз			Оцінка ресурсів підприємства	
Оцінка прибутковості	Оцінка	Які проблеми?	ROA, ROE, ROI	Проблеми
Вибір стратегії	Цілі	Чого потрібно досягти?	Напрямок розвитку	Рішення
	Вибір	Який шлях обрати?		
Контроль	Контроль	Досягли чи ні?	Оцінка результатів	Результат

*Джерело: складено автором на основі [39-40]

До основних стратегій прибутковості відносяться:

- стратегія зростання доходів;
- стратегія скорочення витрат;
- комбінована стратегія (табл. 1.10) [41].

Таблиця 1.10

Порівняння стратегій прибутковості підприємства*

Стратегія	Переваги	Недоліки
Зростання доходів	Розвиток	Ризики
Зниження витрат	Швидкий ефект	Обмеження
Диференціація та оптимізація	Баланс	Складність

*Джерело: складено автором на основі [41]

В таблиці 1.11 наведено основні чинники вибору стратегії прибутковості.

Таблиця 1.11

Чинники вибору стратегії прибутковості підприємства

Чинник	Вплив чинника
Ринок	Впливає на попит
Витрати	Впливає на собівартість
Конкуренція	Впливає на ціни

*Джерело: складено автором на основі [41]

До основних напрямів підвищення прибутковості підприємства відносяться:

- зниження собівартості продукції;
- підвищення продуктивності праці;
- модернізація виробництва;
- впровадження інновацій;
- удосконалення системи управління;
- розширення ринків збуту;
- покращення маркетингової діяльності [42].

Для досягнення сталого зростання прибутковості варто комбінувати операційні та стратегічні методи реалізації стратегій прибутковості [43-45].

1. Оптимізація моделі доходів

1. Диференціація ціноутворення: перехід від фіксованих цін до динамічних або пакетних пропозицій. Використання моделі «Value-based pricing» (ціна на основі цінності для клієнта, а не витрат).

2. Крос-продажі та апсейлінг (Cross-sell & Up-sell): стимулювання діючих клієнтів купувати дорожчі версії продуктів або супутні товари.

3. Розвиток нових каналів збуту: вихід на маркетплейси, розвиток прямих продажів (D2C) або розширення географії (експорт).

2. Управління витратами (Cost Management)

1. Перегляд ланцюга поставок: пошук альтернативних постачальників або перегляд умов контрактів (знижки за обсяг, відтермінування платежів).

2. Автоматизація рутини: впровадження CRM та ERP систем дозволяє знизити вплив «людського фактора» та скоротити адміністративні витрати.

3. Енергоефективність: у довгостроковій перспективі інвестиції в енергоощадні технології суттєво знижують собівартість продукції.

3. Робота з клієнтським досвідом (LTV). Прибуток часто криється не у першому продажі, а у тривалості стосунків з клієнтом (Lifetime Value).

1. Впровадження програми лояльності: утримання старого клієнта коштує в 5–7 разів дешевше, ніж залучення нового.

2. покращення сервісу: високий рівень підтримки знижує відтік клієнтів (Churn Rate), що прямо впливає на чистий прибуток.

4. Продуктова інноваційність

1) ABC-аналіз асортименту: регулярне виявлення «товарів-паразитів», які займають складські потужності, але не приносять прибутку, та фокус на високомаржинальних продуктах.

2) Впровадження Lean-технологій: ошадливе виробництво, спрямоване на усунення будь-яких втрат у процесі створення цінності.

Прибуток, рентабельність та прибутковість є ключовими економічними категоріями, які характеризують ефективність діяльності підприємства. Оцінка прибутковості дозволяє визначити рівень ефективності використання ресурсів та обґрунтувати напрями розвитку підприємства.

Отже, стратегія прибутковості – це не просто теорія, а реальний інструмент управління підприємством. Правильно обраний підхід дозволяє не лише отримувати прибуток, а й забезпечувати стабільний розвиток.

Ефективне обґрунтування стратегій прибутковості базується на комплексному аналізі та використанні системного й алгоритмічного підходів.

Формування стратегії прибутковості є важливим елементом стратегічного управління підприємством. Ефективне обґрунтування стратегій

забезпечує підвищення конкурентоспроможності, фінансової стійкості та стабільного розвитку підприємства в умовах ринкової економіки.

Висновки за розділом 1

Отже, було встановлено, що прибуток, рентабельність і прибутковість є взаємопов'язаними показниками, які разом дають повне уявлення про ефективність діяльності підприємства. Вони є ключовими показниками ефективності діяльності підприємства.

Прибуток характеризує фінансовий результат діяльності, рентабельність – її ефективність: ефективність використання ресурсів, а прибутковість – загальну здатність підприємства генерувати дохід.

Їх комплексне використання дозволяє приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати стабільний розвиток підприємства.

У сучасних умовах особливо важливо аналізувати ці показники комплексно, оскільки це дозволяє підвищити ефективність управління підприємством та забезпечити його стабільний розвиток.

Методи оцінки прибутковості виступають основою для обґрунтування стратегій підприємства.

Комплексне використання різних методів дозволяє:

- підвищити точність оцінки;
- знизити ризики прийняття рішень.

Методи оцінки прибутковості є важливим інструментом управління підприємством.

Їх використання дозволяє не лише оцінити поточний стан підприємства, а й обґрунтувати ефективні стратегії та забезпечити стабільний розвиток підприємства.

Таким чином, оцінка прибутковості є важливою основою розробки стратегій забезпечення ефективного розвитку підприємства.

Отже, оцінка прибутковості є важливим етапом управління підприємством.

Саме вона виступає основою для формування стратегій, що забезпечують стабільний розвиток у довгостроковій перспективі.

Прибуток, рентабельність та прибутковість є ключовими економічними категоріями, які характеризують ефективність діяльності підприємства. Оцінка прибутковості дозволяє визначити рівень ефективності використання ресурсів та обґрунтувати напрями розвитку підприємства.

Отже, стратегія прибутковості – це не просто теорія, а реальний інструмент управління підприємством. Правильно обраний підхід дозволяє не лише отримувати прибуток, а й забезпечувати стабільний розвиток.

Ефективне обґрунтування стратегій прибутковості базується на комплексному аналізі та використанні системного й алгоритмічного підходів.

Формування стратегії прибутковості є важливим елементом стратегічного управління підприємством. Ефективне обґрунтування стратегій забезпечує підвищення конкурентоспроможності, фінансової стійкості та стабільного розвитку підприємства в умовах ринкової економіки.

РОЗДІЛ 2
ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ПрАТ «РІВНЕНСЬКА КОНДИТЕРСЬКА ФАБРИКА»

2.1 Організаційно-технічна характеристика ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»

Основна інформація

Назва: Приватне акціонерне товариство «Рівненська кондитерська фабрика»

Назва англійською: Private joint-stock company Rivne confectionery factory (PJSC Rivne confectionery factory)

ЄДРПОУ: 00382214

Адреса: 33001, м. Рівне, вул. Хмільна, 30

Розмір статутного капіталу: 18 947 520 грн.

Дата державної реєстрації: 19.04.1994

Середня кількість працівників: 20 осіб

Контакти: тел. +38 (036) 222-43-67, e-mail: tav2@eko.ua

Уповноважена особа: Петрук Валентина Тихонівна.

Види діяльності: 10.82 Виробництво какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів

Інші:

46.36 Оптова торгівля цукром, шоколадом і кондитерськими виробами

47.24 Роздрібна торгівля хлібобулочними виробами, борошняними та цукровими кондитерськими виробами в спеціалізованих магазинах

49.41 Вантажний автомобільний транспорт [46]

Опис діяльності

Організаційна структура. ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» складається з таких структурних підрозділів:

- карамельний цех, який займається виробництвом карамелі, ірису, драже;
- цукерковий цех, який займається виробництвом різних шоколадних цукерок, вафель;
- цех №3.

На фабриці виготовляється понад 100 найменувань кондитерських виробів.

Підприємство працює над розширенням виробництва вафель з цукровими начинками, цукерок на вафельній основі, м'якого ірису, роздрібних сортів цукерок. Кондитерські вироби приготуються з використанням натуральної сировини. Для покращення зовнішнього оформлення постійно впроваджуються нові види обгортки і художніх коробок. Продукція реалізується в торгових мережах міста, області та інших областях України, експортується в країни СНД. В Україні працює більше 26 кондитерських фабрик, але продукція фабрики на внутрішньому та зовнішньому ринках конкурентоспроможна. Змін в організаційній структурі порівняно з попереднім звітним періодом не відбувалось.

Облікова політика. Облікова політика Товариства визначається відповідно до Законів України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», МСБО, МСФЗ, інших законодавчих актів України, рішень Правління Товариства з питань кредитно-ресурсної, структурної та фінансової політики, внутрішніх документів, що визначають порядок здійснення операцій з різними фінансовими інструментами. Облікова політика ПАТ «Рівненська кондитерська фабрика» визначена Наказом Про облікову політику №1 від 2 січня 2017 року, яка на період перевірки залишалась незмінною. Фінансова звітність підприємства відповідає вимогам МСБО і надається у форматі, який визначається МП(с)БО. Визнання та амортизація основних засобів. Основні засоби відображені у звітності за фактичною собівартістю за вирахуванням накопиченої амортизації, крім

транспортних засобів, облік яких ведеться за переоціненою сумою за вирахуванням накопиченої амортизації. Амортизація основних засобів здійснюється методом прямолінійного списання, виходячи зі строків корисної експлуатації. Запаси включають сировину і матеріали, паливо, запасні частини, тару, готову продукцію та МШП на складі. Запаси обліковуються за собівартістю, яка включає витрати на придбання та доставку. Для розрахунку собівартості реалізованої продукції застосовується метод конкретної ідентифікації запасів, що використані у виробництві.

Продукція. Підприємство займається виробництвом кондитерських виробів. Основною продукцією підприємства є виробництво карамелі, драже, шоколадних та вафельних цукерок, мармеладу, пектинових та желатинових цукерок. Асортимент близько 250 різноманітних видів продукції. Пріоритетним напрямком виробництва являється карамель. Перспективним напрямком у виробництві кондитерських виробів для підприємства є виробництво нового виду карамелі на основі желатину та виготовлення цукерок на основі пектину, що є новим напрямком розвитку галузі в Україні. Рівень продажу кондитерських виробів залежить від пори року, при наявності на споживчому ринку свіжих фруктів продаж кондитерських виробів падає, а в осінньо-зимовий період він зростає. Основною сировиною для виробництва кондитерських виробів є цукор, патока, борошно та інше. В зв'язку з нестабільною ситуацією на ринку цин, цини на сировину постійно зростають, що призводить до збільшення цини на кондитерська вироби та зменшення об'єму продаж. Підприємство постійно проводить роботу по розробці нових видів продукції. У 2005 році підприємство впровадило у виробництво нову лінію по виробництву желейних цукерок, у 2006 році лінію м'якої карамелі. Було розроблено близько 25 видів нових цукерок. У 2018 році розпочате впровадження обладнання з новим типом формування карамелі.

Підприємство складається з таких структурних підрозділів:

- Карамельний цех: виробництво карамелі, ірису, драже;
- Цукерковий цех: виробництво шоколадних цукерок, вафель.

Продукція виготовляється з використанням натуральної сировини.

Активи. За остання 5 років основних відчужень і придбань не відбувалося. Підприємство планує поступове оновлення та модернізацію технологічного обладнання.

Основні засоби. Цілісний виробничий комплекс, м. Рівне, вул. Хмільна, 30. Поточні лінії по виробництву традиційної карамелі, м'якої карамелі, вафель і вафельних цукерок, помадних цукерок, желейних цукерок, роздрібних цукерок. Екологічні питання, що можуть позначитися на використанні активів – відсутні.

Проблеми. Змани ринків збуту кондитерських виробів; суттєві коливання курсу, що негативно впливають на експортні операції. Обставини і заходи, викликані пандемією COVID-19 та російською агресією.

Фінансова політика. Фінансування відбувається за рахунок власних коштів та залучення банківських кредитів. Робочого капіталу достатньо для поточних потреб [47].

Стратегія подальшої діяльності. В перспективах розвитку Товариства планується проводити подальше виготовлення кондитерських виробів для потреб споживачів, розширення асортименту продукції в залежності від потреб та замовлень покупців. Для виготовлення якісної продукції підприємство проводить і планує проводити оновлення технічного парку на виробництві, а саме: капітальний ремонт обладнання для загортання купольних цукерок; здешевлення упаковки; модернізація технологічних ліній; впровадження обладнання для автоматичного зважування компонентів сировини для карамелі.

2.2. Фінансово-економічний аналіз виробничо-господарської діяльності

ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»

Аналіз обсягу виробництва і реалізації продукції

Проаналізуємо обсяг випуску продукції ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» в натуральному і вартісному вираженні складаємо таблицю 2.1.

Таблиця 2.1

Виробництво продукції ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» в натуральному і вартісному виразі

Показники	Попередній рік	Наступний рік	Відхилення	
			абсолютне, тис. грн	відносне, %
1.Обсяг виробленої продукції (без ПДВ та акцизного податку): - у діючих оптових цінах підприємства (ПП), тис. грн	23470	18748,00	-4722,00	-20,12
- у порівняних цінах (ППп), тис. грн	23470	17132,00	-6338,00	-27,00
2. Фактично вироблено продукції (ВП), тонн	195,00	128,00	-67,00	-34,36

У наступному році в порівнянні з попереднім роком зменшився обсяг виробленої продукції у діючих цінах на 4722,00 тис. грн або 20,12% та фактичний випуск продукції на 67,00 тони. Збільшення обсягу виробленої продукції свідчить про зменшення попиту на продукцію ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика».

Виробнича потужність ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» характеризує її можливості щодо випуску продукції відповідно до асортименту, якості за умови максимального використання обладнання і виробничих площ, застосування інноваційних технологій і організації виробництва.

Проаналізуємо використання виробничої потужності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» таблицю 2.2.

Таблиця 2.2

Використання виробничої потужності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»

Показники	Попередній рік	Наступний рік	Відхилення
1. Середньорічна виробнича потужність (П), тон	500	500	0
2. Фактично вироблено продукції (ВП), тон	195,00	128,00	-67,00
3. Коефіцієнт використання виробничої потужності, частки	0,39	0,26	-0,13

ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» має значну виробничу потужність, яка не змінилась у наступному році в порівнянні з попереднім роком. Виробничій потужності притаманний середнім рівнем використання, тому що коефіцієнт використання виробничої потужності у попередньому році знаходився на рівні 39%. В наступному році він зменшився до 26%, що також свідчить про зменшення попиту на продукцію підприємства.

Аналіз факторів, які впливають на зміну обсягу виробництва продукції

Визначимо фактори, які впливають на зміну обсягу виробництва продукції, у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Вплив зміни середньої оптової ціни й фактичного випуску продукції в натуральних одиницях на обсяг виробництва продукції в порівняних цінах

Показники	Попередній рік	Наступний рік	Відхилення		
			усього	у тому числі за рахунок	
				ВП	Ц
1. Обсяг виробленої промислової продукції в порівняних цінах (без ПДВ і АЗ) (ППП), тис. грн	23470	17132,00	-6338,00	-8064,05	1726,05
2. Фактично вироблено продукції (ВП), (натур. од.)	195,00	128,00	-67,00	-8064,05	-
3. Середня оптова ціна 1 натур. од. (Ц), тис. грн	120,36	133,84	13,485	-	1726,05

З таблиці 2.3 видно, що обсяг виробленої промислової продукції у порівняних цінах зменшився у наступному році в порівнянні з попереднім

роком на 6338,00 тис. грн, а фактичний випуск продукції в натуральному виразі – на 67,00 тон.

Методом факторного аналізу визначимо вплив на зміну обсягу виробленої промислової продукції в порівняних цінах зміни фактичного обсягу виробництва продукції в натуральному вираженні та середньої оптової ціни однієї натуральної одиниці продукції.

Вплив зміни фактичного обсягу виробництва продукції в натуральному вираженні на зміну обсягу виробленої промислової продукції в порівняних цінах ($\Delta\text{ППП}(\text{ВП})$) становить:

$$\begin{aligned}\Delta\text{ППП}(\text{ВП}) &= (\text{ВП З} - \text{ВП Б}) * \text{Ц П} = \\ &= (128,00 \text{ тон} - 195,00 \text{ тон}) * 120,36 \text{ тис. грн} = -8064,05 \text{ тис. грн}\end{aligned}$$

Вплив зміни середньої оптової ціни однієї натуральної одиниці продукції на зміну обсягу виробленої промислової продукції в порівняних цінах ($\Delta\text{ППП}(\text{Ц})$) становить:

$$\begin{aligned}\Delta\text{ППП}(\text{Ц}) &= \text{ВП З} * (\text{Ц З} - \text{Ц Б}) = \\ &= 128,00 \text{ тон} * (133,84 \text{ тис. грн} - 120,36 \text{ тис. грн}) = 1726,05 \text{ тис. грн}\end{aligned}$$

Загальний вплив факторів на зміну обсягу виробленої промислової продукції в порівняних цінах ($\Delta\text{ППП}$) становить:

$$\begin{aligned}\Delta\text{ППП} &= \Delta\text{ПП}(\text{ВП}) + \Delta\text{ПП}(\text{Ц}) = \\ &= -8064,05 \text{ тис. грн} + 1726,05 \text{ тис. грн} = -6338,00 \text{ тис. грн}\end{aligned}$$

Зменшення випуску продукції у вартісному вираженні відбулося за рахунок зменшення фактично виробленої продукції в натуральному виразі на -8064,05 тис. грн та збільшення ціни 1 тони продукції на 1726,05 тис. грн.

Таблиця 2.4

Співвідношення обсягу реалізованої продукції та виробленої продукції

ПраТ «Рівненська кондитерська фабрика»

Показники	Попередній рік	Наступний рік	Відхилення	
			абсолютне	відносне
1.Обсяг виробленої продукції у діючих оптових цінах підприємства, тис. грн	23470	18748,00	-4722,00	-20,12

Показники	Попередній рік	Наступний рік	Відхилення	
			абсолютне	відносне
2.Обсяг реалізованої продукції , тис. грн	23470	18748,00	-4722,00	-20,12
3. Відхилення обсягу реалізації від обсягу виробництва, тис. грн	0	0	0	0

За даними таблиці 2.4 видно, що в підприємства реалізується вся вироблена продукція та немає залишків готової продукції на складі.

Аналіз використання основних фондів

Проаналізуємо динаміку основних фондів ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» у таблиці 2.5.

У попередньому році вартість основних фондів на кінець року збільшилась на 1422 тис. грн або на 10,90%. У наступному році збільшення вартості основних фондів склало 12607 тис. грн або 87,15%. В структурі основних фондів підприємства як у попередньому, так і у наступному роках 100% складають основні фонди основного виду діяльності.

Таблиця 2.5

Зміна наявності основних фондів і їх динаміка на ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»

Основні фонди	Наявність на початок року	Надійшло		Вибуло		Наявність на кінець року	Відхилення	
		Усього	у т. ч. уведено в дію нових ОФ	Усього	у т. ч. ліквідовано		абсолютне, тис. грн	відносне, %
Попередній рік								
Всього ОФ, у т. ч.	13044	1522	1522	100	100	14466	1422	10,90
ОФ основного виду діяльності	13044	1522	1522	100	100	14466	1422	10,90
ОФ іншої діяльності	-	-	-	-	-	-	-	-
Наступний рік								
Всього ОФ, у т. ч.	14466	13208	13208	601	601	27073	12607	87,15
ОФ основного виду діяльності	14466	13208	13208	601	601	27073	12607	87,15
ОФ інших видів діяльності	-	-	-	-	-	-	-	-

Значення коефіцієнтів динаміки основних фондів ПрАТ «Рівненська

кондитерська фабрика» наведено у таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

**Показники оновлення, введення і вибуття основних фондів ПрАТ
«Рівненська кондитерська фабрика»**

Коефіцієнт	Попередній рік	Наступний рік	Абсолютне відхилення
Оновлення ОФ	0,098	0,466	0,367
Введення ОФ	0,105	0,488	0,383
Вибуття ОФ	08	0,042	0,034

В попередньому році спостерігається незначне оновлення основних фондів (коефіцієнт оновлення – 0,098). У наступному році достатньо високе значення коефіцієнту оновлення основних фондів ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» – 0,466, що дорівнює значенню коефіцієнту введення основних фондів, що вказує на введення у дію нових основних фондів. Коефіцієнт вибуття є досить малим.

Проаналізуємо зміну структури основних фондів ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» за видами економічної діяльності (табл. 7).

Таблиця 2.7

Зміна структури основних фондів ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»

Основні фонди	На початок року		На кінець року		Відхилення	
	сума, тис. грн	питома вага, %	сума, тис. грн	питома вага, %	сума, тис. грн	питома вага, %
Попередній рік						
Всього ОФ, у т.ч.	13044	100	14466	100	1422	0
ОФ основного виду діяльності	13044	100	14466	100	1422	0
ОФ інших видів діяльності	-	-	-	-	-	-
Наступний рік						
Всього ОФ, у т.ч.	14466	100	27073	100	12607	0
ОФ основного виду діяльності	14466	100	27073	100	12607	0
ОФ інших видів діяльності	-	-	-	-	-	-

З даних таблиці 2.7 можна зробити висновки, що у структурі основних фондів ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» за два роки велика частка

(100%) основних фондів припадає саме на основні фонди основного виду діяльності.

Проаналізуємо показники технічного стану основних фондів ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» (таблиця 2.8).

Таблиця 2.8

Зміна технічного стану основних фондів ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»

Показники	На початок року	На кінець року	Відхилення
Попередній рік			
1. Первісна вартість ОФ, тис. грн	13044	14466	1422
2. Знос, тис. грн	8456	8614	158
3. Залишкова вартість ОФ, тис. грн	4588	5852	1264
4. Коефіцієнт придатності (ст.3/ст.1)	0,352	0,405	0,053
5. Коефіцієнт зносу (ст.2/ст.1)	0,648	0,595	-0,053
Наступний рік			
1. Первісна вартість ОФ, тис. грн	14466	27073	12607
2. Зношення, тис. грн	8614	9171	557
3. Залишкова вартість ОФ, тис. грн	5852	17902	12050
4. Коефіцієнт придатності (ст.3/ст.1)	0,405	0,661	0,257
5. Коефіцієнт зносу (ст.2/ст.1)	0,595	0,339	-0,257

З даних таблиці 2.8 можна зробити висновок, що у ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» у наступному році в порівнянні з попереднім роком первісна вартість основних фондів збільшилась до 27073 тис. грн (на 12607 тис. грн). Коефіцієнт зносу в попередньому році значно менший за коефіцієнт зносу в наступному році (0,339 проти 0,595), що є наслідком суттєвого оновлення основних фондів у наступному році в порівнянні з попереднім роком. Оновлення основних фондів можна вважати задовільним

Аналіз ефективності використання основних фондів основного виду діяльності

Ефективність використання основних фондів впливає на ефективне і результативне виконання виробничого плану ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» та отримання більшого прибутку в перспективі.

Ефективність використання основних фондів характеризується рівнем

фондовіддачі та фондоемності.

Таблиця 2.9

Показники ефективності використання основних фондів основного виду діяльності

Показник	Попередній рік	Наступний рік	Абсолютне відхилення
1. Обсяг виробленої промислової продукції в порівняних цінах (без ПДВ і АЗ) (ППп), тис. грн	23470	17132	-6338
2. Середньорічна вартість основних фондів основного виду діяльності (ОФ), тис. грн	13755	20770	7015
3. Фондовіддача (Фв), грн/грн (ст.1/ст.2)	1,706	0,825	-0,881
4. Фондоемність (Фє), грн/грн (ст.2/ст.1)	0,586	1,212	0,626

З таблиці 2.9 видно, що у наступному році в порівнянні з попереднім, ефективність використання основних фондів основного виду діяльності знизилася та знаходиться на низькому рівні. Фондоемність основних фондів основного виду діяльності зростає на 0,626 копійки у розрахунку на 1 гривню виробленої продукції, що також свідчить про низьку ефективність використання основних фондів основного виду діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика».

Проаналізуємо вплив зміни фондовіддачі і вартості основних фондів ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» від її основної діяльності (табл. 10).

Таблиця 2.10

Вплив зміни фондовіддачі і вартості основних фондів основного виду діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» на зміну обсягу виробництва продукції

Показники	Попередній рік	Наступний рік	Відхилення		
			Всього	у т.ч. за рахунок	
				ОФ	Фв
1. Обсяг виробленої продукції в порівняних цінах (без ПДВ і АЗ) (ППп), тис. грн	23470	17132	-6338	11969	-18307
2. Середньорічна вартість основних фондів основного виду діяльності (ОФ), тис. грн	13755	20770	7015	11969	-
3. Фондовіддача (Фв), грн/грн	1,7063	0,8249	-0,8814	-	-18307

У наступному році в порівнянні з попереднім середньорічна вартість основних фондів ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» від її основної діяльності збільшилась на 7015 тис. грн, фондівіддача зменшилася на 0, 8814 грн/грн.

Визначимо вплив зміни середньорічної вартості основних фондів ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» основного виду діяльності на зміну обсягу виробленої промислової продукції в порівняних цінах ($\Delta\Pi\Pi(\text{ОФ})$):

$$\begin{aligned}\Delta\Pi\Pi(\text{ОФ}) &= (\text{ОФ}_3 - \text{ОФ}_Б) * \text{ФВ}_\Pi = \\ &= (20770 \text{ тис. грн} - 13755 \text{ тис. грн}) * 1,7063 = 11969 \text{ тис. грн}\end{aligned}$$

Визначимо вплив зміни фондівіддачі ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» на зміну обсягу виробленої промислової продукції в порівняних цінах ($\Delta\Pi\Pi(\text{ФВ})$):

$$\begin{aligned}\Delta\Pi\Pi(\text{ФВ}) &= \text{ОФ}_3 * (\text{ФВ}_3 - \text{ФВ}_Б) = \\ &= 20770 \text{ тис. грн} * (0,8249 - 1,7063) = -18307 \text{ тис. грн}\end{aligned}$$

Визначимо загальний вплив факторів на зміну обсягу виробленої промислової продукції в порівняних цінах ($\Delta\Pi\Pi_\Pi$):

$$\begin{aligned}\Delta\Pi\Pi_\Pi &= \Delta\Pi\Pi(\text{ОФ}) + \Delta\Pi\Pi(\text{ФВ}) = \\ &= 11969 \text{ тис. грн} - 18307 \text{ тис. грн} = -6338 \text{ тис. грн.}\end{aligned}$$

З розрахунків видно, що збільшення середньорічної вартості основних фондів основного фонду ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» від основного виду її діяльності призвело до зростання випуску у порівняних цінах на 11969,00 тис. грн, а зменшення фондівіддачі привело до зниження випуску у порівняних цінах на 18307,00 тис. грн.

Аналіз динаміки, структури й ефективності використання оборотних коштів

Проаналізуємо склад, структуру і динаміку оборотних коштів ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» (таблиця 2.11).

З даних таблиці 2.11 можна зробити висновок, що найбільшу питому вагу у складі оборотних коштів у обох роках займає дебіторська заборгованість (97%).

Таблиця 2.11

**Склад, структура й динаміка оборотних коштів ПрАТ «Рівненська
кондитерська фабрика»**

Показник	На початок року		На кінець року		Відхилення	
	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%
Попередній рік						
Оборотні кошти	18917,00	100	25556,00	100	6639,00	x
Виробничі запаси	114,00	0,60	443,00	1,73	329,00	1,13
Векселі одержані	0	0	0	0	0	0
Дебіторська заборгованість	18796,00	99,36	24976,00	97,73	6180	-1,63
Поточні фінансові інвестиції	0	0	0	0	0	0
Кошти	7,00	0,04	137,00	0,54	130	0,50
Витрати майбутніх періодів	0	0	0	0	0	0
Інші оборотні активи	0	0	0	0	0	0
Наступний рік						
Оборотні кошти	25556,00	100	25650	100	94	x
Виробничі запаси	443,00	1,73	740	2,88	297,00	1,15
Векселі одержані	0	0	0	0	0	0
Дебіторська заборгованість	24976,00	97,73	24814,00	96,74	-162,00	-0,99
Поточні фінансові інвестиції	0	0	0	0	0	0
Кошти	137,00	0,54	96,00	0,37	-41,00	-0,16
Витрати майбутніх періодів	0	0	0	0	0	0
Інші оборотні кошти	0	0	0	0	0	0

Ефективність використання оборотних коштів характеризується показниками оборотності оборотних коштів.

Для аналізу зміни оборотності оборотних коштів складають таблицю 2.12.

Таблиця 2.12

Показники оборотності оборотних коштів

Показник	Попередній рік	Наступний рік	Абсолютне відхилення
1. Обсяг реалізованої продукції (без ПДВ та АЗ) (РП), тис. грн	23470	18748,00	-4722,00
2. Середній залишок оборотних коштів (ОК), тис. грн	22236,50	25603,00	3366,50
3. Коефіцієнт оборотності оборотних коштів (Ко), обороти	1,06	0,73	-0,32
4. Тривалість одного обороту оборотних коштів (Тоб), днів	341,08	491,63	150,55
5. Коефіцієнт закріплення оборотних коштів (Кз), грн/грн	0,95	1,37	0,42

На основі даних таблиці 2.12 можна зробити висновки, що у

наступному році в порівнянні з попереднім у ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» оборотність оборотних коштів зменшилась на 0,32 обороти, а тривалість одного обороту збільшилась на 150,55 днів. Це негативна тенденція для підприємства, окрім того показники ефективності використання оборотних коштів знаходяться на дуже низькому рівні за рахунок наявності великої дебіторської заборгованості.

У таблиці 2.13 наведено аналіз показників ефективності використання сировини й матеріалів.

Матеріальні витрати у наступному році зменшилися в порівнянні з попереднім роком на 2964,13 тис. грн, при цьому матеріаловіддача знизилась на 0,04 грн/грн, а матеріалоемність зросла на 0,02 грн/грн.

Методом факторного аналізу визначимо вплив на зміну обсягу виробленої промислової продукції в діючих оптових цінах підприємства зміни матеріальних витрат і матеріаловіддачі.

Таблиця 2.13

Показники ефективності використання сировини й матеріалів

Показники	Попередній рік	Наступний рік	Відхилення		
			усього	у тому числі за рахунок	
				МВ	Мв
1. Обсяг виробленої промислової продукції в діючих оптових цінах підприємства (без ПДВ і АЗ) (ПП), тис. грн	23470	18748,00	-4722,00	-4166,37	-555,63
2. Матеріальні витрати (МВ), тис. грн	16697,51	13733,39	-2964,13	-4166,37	-
3. Матеріаловіддача (Мв), грн/грн	1,41	1,37	-0,04	-	-555,63
4. Матеріалоемність (Ме), грн/грн	0,71	0,73	0,02	-	-

Вплив зміни матеріальних витрат на зміну обсягу виробленої промислової продукції в діючих оптових цінах підприємства ($\Delta ПП(МВ)$) становить:

$$\begin{aligned} \Delta ПП(МВ) &= (МВ З - МВ Б) * Мв П = \\ &= (13733,39 \text{ тис. грн} - 16697,51 \text{ тис. грн}) * 1,41 = -4166,37 \text{ тис. грн} \end{aligned}$$

Вплив зміни матеріаловіддачі на зміну обсягу виробленої промислової продукції в діючих оптових цінах підприємства ($\Delta\Pi(MB)$) становить:

$$\begin{aligned}\Delta\Pi(MB) &= MB_3 * (M_{в3} - M_{вБ}) = \\ &= 13733,39 \text{ тис. грн} * (0,71 - 1,37) = - 555,63 \text{ тис. грн}\end{aligned}$$

Загальний вплив факторів на зміну обсягу виробленої промислової продукції в діючих оптових цінах підприємства становить:

$$\begin{aligned}\Delta\Pi &= \Delta\Pi(MB) + \Delta\Pi(MB) = \\ &= - 4166,37 \text{ тис. грн} - 555,63 \text{ тис. грн} = -4722,00 \text{ тис. грн}\end{aligned}$$

Збільшення матеріальних витрат привело до зменшення обсягу виробленої промислової продукції в діючих оптових цінах на 4166,37 тис. грн. Зменшення матеріаловіддачі призвело до зменшення обсягу виробленої промислової продукції в діючих оптових цінах на 555,63 тис. грн.

Аналіз забезпечення підприємства трудовими ресурсами й ефективності їхнього використання

Для характеристики руху робочої сили на ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» визначимо і проаналізуємо динаміку таких показників: коефіцієнту обороту по прийому, коефіцієнту обороту по вибуттю, коефіцієнту плинності робочої сили (таблиця 2.14).

Таблиця 2.14

Показники руху робочої сили на ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»

Показники	Попередній рік	Наступний рік	Відхилення
1. Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу, осіб	25	20	-5
2. Прийнято працівників, осіб	3	1	-2
3. Вибуло працівників, осіб	1	6	5
З них за власним бажанням, звільнено за угодою сторін, порушення трудової дисципліни та ін., осіб	1	6	5
4. Коефіцієнт обороту з прийому	0,12	0,05	-0,07
5. Коефіцієнт обороту з вибуття	0,04	0,30	0,26
6. Коефіцієнт плинності робочої сили	0,04	0,30	0,26

З таблиці 2.14 видно, що у наступному році в порівнянні з попереднім роком середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу зменшилася на 5 осіб, при цьому в попередньому році на роботу було прийнято на 2 особи менше, а звільнено на 5 осіб більше, ніж у наступному році. Всі були звільнені за власним бажанням. Низькі коефіцієнти оборотів з прийому та вибуття свідчать про низьку плинність кадрів.

Аналіз впливу трудових факторів на обсяг виробництва продукції

Обсяг виробництва продукції залежить від забезпечення підприємства трудовими ресурсами й ефективності використання трудових ресурсів. Для аналізу впливу трудових факторів на обсяг виробництва продукції складають аналітичну таблицю 2.15.

Таблиця 2.15

Вплив трудових факторів на обсяг виробництва продукції

Показники	Попередній рік	Наступний рік	Відхилення		
			усього	у т. ч. за рахунок	
				Ч _{СО}	В _{РІР}
1. Обсяг виробленої промислової продукції в порівнянних цінах (без ПДВ і АЗ) (ППП), тис. грн	23470	17132,00	-6338,00	-4694,00	-1644,00
2. Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу (Ч _{СО}), осіб	25	20	-5	-4694,00	-
3. Продуктивність праці (В _{РІР}), тис. грн /особу	938,80	856,60	-82,20	-	-1644,00

У наступному році в порівнянні з попереднім середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» зменшилася на 5 осіб, продуктивність праці зменшилась на 82,20 тис. грн /особу.

Визначимо вплив зміни середньооблікової чисельності штатних працівників облікового складу ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» основного виду діяльності на зміну обсягу виробленої продукції в порівнянних цінах ($\Delta\text{ППП}(\text{Ч}_{\text{СО}})$):

$$\Delta\text{ППП}(\text{Ч}_{\text{СО}}) = (\text{В}_{\text{РІРЗ}} - \text{В}_{\text{РІРБ}}) * \text{Ч}_{\text{СОБ}} = (20 \text{ ос.} - 25 \text{ ос.}) * 938,80 \text{ тис. грн /ос.} =$$

– 4694,00тис. грн

Визначимо вплив зміни продуктивності праці ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» на зміну обсягу виробленої промислової продукції в порівняних цінах ($\Delta\text{ППП}(\text{Фв})$):

$$\Delta\text{ППП}(\text{В}_{\text{ВІР}}) = \text{В}_{\text{ВІР}3} * (\text{Ч}_{\text{СОЗ}} - \text{Ч}_{\text{СОБ}}) = 20 \text{ ос.} * (856,60 \text{ тис. грн /ос.} - 938,80 \text{ тис. грн /ос.}) = -1644,00 \text{ тис. грн}$$

Визначимо загальний вплив факторів на зміну обсягу виробленої промислової продукції в порівняних цінах ($\Delta\text{ППП}$):

$$\begin{aligned} \Delta\text{ППП} &= \Delta\text{ППП}(\text{Ч}_{\text{СО}}) + \Delta\text{ППП}(\text{В}_{\text{ВІР}}) = \\ &= - 4694,00\text{тис. грн} - 1644,00 \text{ тис. грн} = - 6338,00 \text{ тис. грн} \end{aligned}$$

Як видно з розрахунків, збільшення продуктивності праці позитивно вплинуло на виробництво продукції ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика», збільшення середньооблікової чисельності призвело до зменшення випуску продукції на 4694,00 тис. грн, а зниження продуктивності праці привело до зменшення випуску продукції на 1644,00 тис. грн, що негативно вплинуло на ефективність діяльності підприємства.

Аналіз використання робочого часу

Для аналізу використання робочого часу складають аналітичну таблицю 2.16.

У наступному році в порівнянні з попереднім роком середньооблікова чисельність штатних працівників ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» зменшилася на 5 осіб, середня кількість людино-годин, відпрацьованих одним працівником, збільшилась на 16 годин. В результаті зменшилася продуктивність праці одну особу на 82 тис. грн, що свідчить про зниження ефективності використання робочої сили ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика». Це є негативною тенденцією для підприємства.

Таблиця 2.16

Використання робочого часу на підприємстві

Показники	Попередній рік	Наступний рік	Відхилення	
			абсолютне	відносне
1. Обсяг виробленої промислової продукції в порівняних цінах (без ПДВ і АЗ) (ПП), тис. грн	23470	17132	-6338	-27,00
2. Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу (Чсо), осіб	25	20	-5	-20
3. Кількість людино-годин, відпрацьованих всіма працівниками, людино-годин	52000	41920	-10080	-19,38
4. Середня кількість людино-годин, відпрацьованих одним працівником (Ч1р)	2080	2096	16	0,77
5. Продуктивність праці (Вр1р), тис. грн /особу	939	857	-82	-8,76
6. Середньогодинний виробіток одного працівника (Вг1р), тис. грн /особу	0,45	0,41	-0,04	-9,45
7. Обсяг виробництва у натуральному виразі, тонн	195	128	-67	-34,36
8. Трудомісткість продукції, люд.-годину/тонну	267	328	61	22,81

Аналіз зміни фонду оплати праці

Величина фонду оплати праці залежить від чисельності персоналу підприємства й середньої заробітної плати одного працівника.

Для аналізу зміни фонду оплати праці складемо аналітичну таблицю 2.17.

Таблиця 2.17

Вплив зміни чисельності персоналу й середньої заробітної плати одного працівника на зміну фонду оплати праці

Показники	Попередній рік	Наступний рік	Відхилення		
			усього	у тому числі за рахунок	
				Чсо	ЗП
1	2	3	4	5	6
1. Фонд оплати праці штатних працівників (ФОП), тис. грн	219,60	674,65	455,05	-43,92	498,97
2. Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу (ЧСО), осіб	25,00	20	-5	-43,92	-
3. Середньорічна заробітна плата одного працівника (ЗП), тис. грн	8,78	33,73	24,95	-	498,97

Аналіз співвідношення змін продуктивності праці й середньої заробітної плати

Таблиця 2.18

Співвідношення змін продуктивності праці й середньої заробітної плати

Показник	Попередній рік	Наступний рік	Відхилення	
			Абсолютне	Відносне
1. Продуктивність праці, тис. грн/особу	938,80	856,60	-82,20	-8,76
2. Середньорічна заробітна плата одного працівника, тис. грн	8,78	33,73	24,95	284,03

На тлі зменшення продуктивності праці на 8,76% на підприємстві спостерігається збільшення середньорічної заробітної плати на 284,03%. Це вкрай негативний показник, що свідчить про неефективне використання фонду оплати праці.

Аналіз собівартості продукції й витрат на виробництво

Проаналізуємо структуру витрат на виробництво ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» (табл. 19)

З табл. 19 видно, що питома вага матеріальних витрат ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» в попередньому році склала 81,36%, а у наступному році збільшилася до 83,26%. Витрати на оплату праці становили 1,07% у попередньому році, які збільшилися до 4,09% у наступному році. Амортизація основних фондів складає у попередньому та наступному роках відповідно 0,67% та 2,83%. Найбільшу питому вагу у структурі собівартості продукції займають матеріальні витрати.

Таблиця 2.19

Структура витрат на виробництво ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»

Елементи витрат	Абсолютне значення, тис. грн		Структура, %		Відхилення	
	Попередній рік	Наступний рік	Попередній рік	Наступний рік	абсолютне, тис. грн	Структури, %
1	2	3	4	5	6	7
1. Матеріальні витрати	16697,51	13733,39	81,36	83,26	-2964,13	1,90
2. Витрати на оплату праці	219,60	674,65	1,07	4,09	455,05	3,02
3. Відрахування на соціальні заходи	51,31	136,91	0,25	0,83	85,60	0,58
4. Амортизація	137,50	466,81	0,67	2,83	329,30	2,16
5. Інші операційні витрати	3417,08	1482,90	16,65	8,99	-1934,18	-7,66
Всього	20523,00	16494,65	100	100	-4028,35	-

Проаналізуємо зміну витрат на одну гривню виробленої продукції ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» (таблиця 2.20).

Таблиця 2.20

Оцінка витрат на одну гривню виробленої продукції ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»

Показники	Попередній рік	Наступний рік	Відхилення	
			абсолютне, тис. грн	відносне, %
1.Обсяг виробленої продукції в діючих оптових цінах, тис. грн	23470	18748	-4722	-20,12
2. Витрати на виробництво продукції (ВВ), тис. грн	20523	16494,6	-4028,4	-19,63
3. Витрати на 1 грн виробленої продукції, грн (ст.2/ст.1)	0,874	0,880	0537	0,61

З даних таблиці 2.20 можна зробити висновок, що на ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» у наступному році в порівнянні з попереднім роком обсяг виробленої продукції в діючих оптових цінах підприємства зменшився на 20,12%, витрати на виробництво продукції зменшилися на 19,63%.

Витрати на 1 гривню виробленої продукції у наступному році збільшилися на 0,5 копійки та склали 0,880 грн.

Аналіз рівня й динаміки фінансових результатів і рентабельності

Проаналізуємо рівень і динаміку фінансових результатів ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» за два роки в таблиці 2.21.

Таблиця 2.21

Фінансові результати ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»

Найменування статей	Абсолютне значення, тис. грн		Відхилення	
	Попередній рік	Наступний рік	абсолютне, тис. грн	відносне, %
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, тис. грн (2000)	23470	18748	-4722	-20,12
Собівартість реалізованої продукції, тис. грн. (2050)	20523	16495	-4028	-19,63
Валовий прибуток, тис. грн (2090)	2947	2253	-694	-23,55
Інші операційні доходи (2120)	1794	599	-1195	-66,61
Адміністративні витрати (2130)	831	843	12	1,44
Витрати на збут (2150)	-	-	-	-
Інші операційні витрати (2180)	1341	1781	440	32,81
Фінансовий результат від операційної діяльності (або збиток)	2569	228	-2341	-91,12
Інші доходи (2200+2220+2240)	-	-	-	-
Інші витрати (2250+2255+2270)	-	-	-	-
Фінансовий результат до оподаткування (прибуток (2290) або збиток (2295))	2569	228	-2341	-91,12
Чистий фінансовий результат (прибуток (2350) або збиток (2355))	2107	193	-1914	-90,84

З даних таблиці 2.21 бачимо, що діяльність ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» за два роки є прибутковою, при цьому прибуток зменшився з 2107 тис. грн у попередньому році до 193 тис. грн (на 90,84%) у наступному році. Темпи зростання собівартості (19,63%) відстають від темпів зростання чистого доходу (20,12), що привело до отримання підприємством прибутку.

Визначимо коефіцієнти рентабельності діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика».

З даних таблиці 2.22 можна зробити висновки, що операційна та інша діяльність ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» за два роки є ефективною, про що свідчать позитивні значення всіх показників

рентабельності. Однак у наступному році в порівнянні з попереднім роком ефективність суттєво знизилася та знаходиться на критичному рівні – до 1%.

Таблиця 2.22

Показники рентабельності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»

Показники	Попередній рік	Наступний рік	Абсолютне відхилення
Рентабельність капіталу, %	5,85	0,42	-5,44
Рентабельність продукції, %	10,27	1,17	-9,10
Рентабельність продаж, %	8,98	1,03	-7,95

Проаналізуємо структуру статей балансу і динаміки змін діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» за допомогою складання порівняльного аналітичного балансу.

Таблиця 2.23

Структура балансу ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»

Стаття балансу	Абсолютні величини, тис. грн		Структура,%		Відхилення		
	на початок року	на кінець року	на початок року	на кінець року	абсолютної величини		у структурі,%
					абсолютне, тис.грн	відносне,%	
Попередній рік							
АКТИВ							
1. Необоротні активи	4588	5852	19,52	18,63	1264	27,55	-0,89
2. Оборотні активи	18917	25556	80,48	81,37	6639	35,10	0,89
Баланс	23505	31408	100	100	7903	33,62	x
ПАСИВ							
1. Власний капітал	12434	14620	52,90	46,55	2186	17,58	-6,35
2. Довгострокові зобов'язання і забезпечення	0	0	0	0	0	0	0
3. Поточні зобов'язання і забезпечення	11071	16788	47,10	53,45	5717	51,64	6,35
Баланс	23505	31408	100	100	7903	33,62	x
Наступний рік							
АКТИВ							
1. Необоротні активи	5852	17902	18,63	41,10	12050	205,91	22,47
2. Оборотні активи	25556	25650	81,37	58,90	94	0,37	-22,47
Баланс	31408	43552	100	100	12144	38,67	x

Стаття балансу	Абсолютні величини, тис. грн		Структура,%		Відхилення		
	на початок	на кінець	на поча-	на кінець	абсолютної величини	у струк-	
ПАСИВ							
1. Власний капітал	14620	29458	46,55	67,64	14838	101,49	21,09
2. Довгострокові зобов'язання і забезпечення	0	0	0	0	0	0	0
3. Поточні зобов'язання і забезпечення	16788	14094	53,45	32,36	-2694	-16,05	-21,09
Баланс	31408	43552	100	100	12144	38,67	x

З таблиці 2.23 бачимо, що у попередньому році капітал ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» збільшився на 7903,00 тис. грн або на 33,62%. Це викликано збільшенням необоротних активів на 1264,00 тис. грн, або на 27,55% та оборотних активів на 6639,00 тис. грн, або на 35,10%.

У наступному році капітал ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» збільшився на 12144,00 тис. грн або на 38,67%. Це викликано збільшенням необоротних активів на 12050 тис. грн, або на 205,91% та оборотних активів на 94,00 тис. грн, або на 0,37%.

Темп зростання (скорочення) обсягу виробництва ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» у наступному році (-20,12%) був менший, ніж темп зростання валюти балансу (38,67%), це означає що підприємство неефективно використовує свій капітал. Але можна припустити, що підприємство планує розширення діяльності, тому інвестує в майбутнє.

В структурі пасивів підприємства на кінець Попереднього року найбільшу питому вагу займали поточні зобов'язання і забезпечення.

В структурі пасивів підприємства найбільшу питому вагу в попередньому році займає власний капітал, який в попередньому році збільшився на 2186,00 тис. грн, або на 17,58%, а в наступному році – на 14838,00 тис. грн, або 101,49%.

Проаналізуємо склад та структуру майна ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика».

Таблиця 2.24

Аналіз складу та структури майна ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»

Показники	Абсолютне значення, тис. грн		Структура, %		Відхилення		
	На поч. року	На кінець року	На поч. року	На кінець року	Значення		у структурі, %
					абсолютне, тис. грн	відносне, %	
Попередній рік							
1. Необоротні активи	4588	5852	19,52	18,63	1264	27,55	-0,89
1.1. Нематеріальні активи	0	0	0	0	0	0	0
1.2. Основні засоби	4588	5852	19,52	18,63	1264	27,55	-0,89
1.3. Інші необоротні активи	0	0	0	0	0	0	0
2. Оборотні активи	18917	25556	80,48	81,37	6639	35,10	0,89
2.1. Запаси	114	443	0,49	1,41	329	288,60	0,93
2.2. Поточна дебіторська заборгованість	18796,00	18757,00	79,97	59,72	-39	-0,21	-20,25
2.3. Кошти	7	137	0,03	0,44	130	1857,14	0,41
2.4. Витрати майбутніх періодів	0	0	0	0	0	0	0
2.5. Інші оборотні активи	0	0	0	0	0	0	0
Баланс	23505	31408	100	100	7903	33,62	x
Наступний рік							
1. Необоротні активи	5852	17902	18,63	41,10	12050	205,91	22,47
1.1. Нематеріальні активи	0	0	0	0	0	0	0
1.2. Основні засоби	5852	17902	18,63	41,10	12050	205,91	22,47
1.3. Інші необоротні активи	0	0	0	0	0	0	0
2. Оборотні активи	25556	25650	81,37	58,90	94	0,37	-22,47
2.1. Запаси	443	740	1,41	1,70	297	67,04	0,29
2.2. Поточна дебіторська заборгованість	18757	14082	59,72	32,33	-4675	-24,92	-27,39
2.3. Кошти	137	96	0,44	0,22	-41	-29,93	-0,22
2.4. Витрати майбутніх періодів	0	0	0	0	0	0	0
2.5. Інші оборотні	0	0	0	0	0	0	0

Показники	Абсолютне значення, тис. грн		Структура, %		Відхилення		
	На поч. року	На кінець року	На поч. року	На кінець року	Значення		у структурі, %
					абсолютне, тис. грн	відносне, %	
активи							
Баланс	31408	43552	100,0	100	12144	38,67	x

З даних таблиці 2.24 можна зробити висновки, що у структурі активу ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» в попередньому році найбільшу питому вагу на початок і кінець періоду займають оборотні активи – від 80,48% до 81,37% відповідно. У наступному році найбільшу питому вагу також склали оборотні активи, але їхня питома вага знизилася з 81,37% на початку року до 58,90% наприкінці року. У попередньому році оборотні активи підприємства збільшилися на 6639,00 тис. грн, а у наступному році – на 94,00 тис. грн.

Суттєво збільшилася величина необоротних активів у попередньому році – на 205,91%, але в наступному році спостерігалось збільшення тільки на 27,55%.

ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» намагається розширити власну діяльність, про це свідчить збільшення капіталізації підприємства з 12144,00 тис. грн на початок Попереднього року до 1274899,00 тис. грн на кінець наступного періоду.

Проаналізуємо джерела фінансових ресурсів ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика».

Таблиця 2.25

**Склад та структура джерел фінансових ресурсів ПрАТ «Рівненська
кондитерська фабрика»**

Стаття пасиву	Абсолютне значення, тис. грн		Структура, %		Відхилення		
	На поч. року	На кінець року	На поч. року	На кінець року	Значення		У структурі, %
					абсолютне, тис. грн	відносне, %	
Попередній рік							
1. Власний капітал (1495)	12434	14620	52,90	46,55	2186	17,58	-6,35
1.1. Зареєстрований (пайовий) капітал (1400)	4615	4615	19,63	14,69	0	0	-4,94
1.2. Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) (1420)	4528	5873	19,26	18,70	1345	29,70	-0,56
1.3. Інші джерела власних коштів (1405+1410+1415)	3291	4132	14	13,16	841	25,55	-0,85
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення	0	0	0	0	0	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення	11071	16788	47,10	53,45	5717	51,64	6,35
3.1. Короткострокові кредити (1600)	0	0	0	0	0	0	0
3.2. Поточна кредиторська заборгованість (1610 + ... + 1650)	9998	9705	42,54	30,90	-293	-2,93	-11,64
3.3. Інші поточні зобов'язання (1660 + ... + 1690)	1073	7083	5	23	6010	560,11	17,99
Баланс	23505	31408	100	100	7903	33,62	x
Наступний рік							
1. Власний капітал (1495)	14620	29458	46,55	67,64	14838	101,49	21,09
1.1. Зареєстрований (пайовий) капітал (1400)	4615	18948	14,69	43,51	14333	310,57	28,81
1.2. Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) (1420)	5873	18234	18,70	41,87	12361	210,47	23,17
1.3. Інші джерела власних коштів (1405+141+1415)	4132	-7724	13	-17,74	-11856	-286,93	-30,89
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення	0	0	0	0	0	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення	16788	14094	53,45	32,36	-2694	-16,05	-21,09
3.1. Короткострокові	0	0	0	0	0	0	0

Стаття пасиву	Абсолютне значення, тис. грн		Структура, %		Відхилення		
					Значення		У структ
кредити (1600)							
3.2. Поточна кредиторська заборгованість (1610 + ... + 1650)	9705	12456	30,90	28,60	2751	28,35	-2,30
3.3. Інші поточні зобов'язання (1660 + ... + 1690)	7083	1638	22,55	3,76	-5445	-76,87	-18,79
Баланс	31408	43552	100,0	100,0	12144	38,67	x

За даними таблиці 2.25 можна зробити висновок, що основним джерелом формування майна ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» є власний капітал. Його частка становить на початок і кінець попереднього року та кінець наступного року відповідно 52,90%, 46,55% та 67,64%. У попередньому році величина власного капіталу ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» збільшилась на 2186,00 тис. грн, а у наступному році – на 14838,00 тис. грн, Ці збільшення відбулися за рахунок збільшення нерозподіленого прибутку у складі власного капіталу. Це свідчить про ефективне управління власними засобами підприємства.

Фінансовий аналіз ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»

Аналіз показників, що характеризують фінансову стабільність підприємства

Визначимо коефіцієнти фінансової стійкості ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» (таблиця 2.26).

Таблиця 2.26

Значення коефіцієнтів фінансової стабільності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»

Показники	На початок року	На кінець року	Абсолютне відхилення
Попередній рік			
Коефіцієнт фінансової автономії	0,53	0,47	-0,06
Коефіцієнт фінансового ризику	0,89	1,15	0,26
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,63	0,60	-0,03
Наступний рік			
Коефіцієнт фінансової автономії	0,47	0,68	0,21
Коефіцієнт фінансового ризику	1,15	0,48	-0,67
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,60	0,39	-0,21

З даних таблиці 2.26 бачимо, що у попередньому році ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» використовує переважно власні кошти (53% від капіталу підприємства), а у наступному році цей показник зменшується до 47%. Наприкінці наступного року цей показник досягає 68%. Незалежність ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» від залучених коштів свідчить про низький ризик на підприємстві, що показує і низький показник фінансового ризику.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» свідчить про те, що на покриття потреб у власних оборотних коштах воно використовує тільки власний капітал, що підвищує маневреність оборотного капіталу.

Активи та пасиви балансу ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» групуються за ступенем ліквідності. Складемо аналітичну таблицю 2.27 для зіставлення підсумків груп активу та пасиву.

Таблиця 2.27

Аналіз ліквідності балансу ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»

Актив	На початок року	На кінець року	Пасив	На початок року	На кінець року	Платіжний результат	
						На початок року	На кінець року
1	2	3	4	5	6	7=2-5	8=3-6
Попередній рік							
А1. Найбільш ліквідні активи	7	137	П1. Найбільш термінові зобов'язання	214044	364087	-162672	-352720
А2. Швидко реалізовані активи	18796	24976	П2. Короткострокові пасиви	11071	16788	-11064	-16651
А3. Повільно реалізовані активи	114	443	П3. Довгострокові пасиви	0	0	18796	24976
А4. Важко реалізовані активи	4588	5852	П4. Постійні пасиви	0	0	114	443
Наступний рік							
А1. Найбільш ліквідні активи	137	96	П1. Найбільш термінові зобов'язання	16788	14094	-16651	-13998

Актив	На початок року	На кінець року	Пасив	На початок року	На кінець року	Платіжний результат	
						На початок року	На кінець року
1	2	3	4	5	6	7=2-5	8=3-6
А2. Швидко реалізовані активи	24976	24814	П2. Короткострокові пасиви	0	0	24976	24814
А3. Повільно реалізовані активи	443	740	П3. Довгострокові пасиви	0	0	443	740
А4. Важко реалізовані активи	5852	17902	П4. Постійні пасиви	14620	29458	-8768	-11556

За даними таблиці 2.27 можна скласти наступну систему нерівностей.

Попередній рік		Наступний рік	
На початок року	На кінець року	На початок року	На кінець року
A1 < П1	A1 < П1	A1 < П1	A1 < П1
A2 > П2	A2 > П2	A2 > П2	A2 > П2
A3 > П3	A3 > П3	A3 > П3	A3 > П3
A4 < П4	A4 < П4	A4 < П4	A4 < П4

Баланси за два роки неможна вважати ліквідними тому що порушені умови ліквідності балансу.

Аналіз фінансових коефіцієнтів ліквідності

Розглянемо значення показників ліквідності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» (таблиця 2.28).

Таблиця 2.28

Значення коефіцієнтів ліквідності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»

Показник	На початок року	На кінець року	Абсолютне відхилення
Попередній рік			
Коефіцієнт загальної ліквідності	1,709	1,522	-0,19
Коефіцієнт проміжної ліквідності	1,698	1,496	-0,20
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	01	08	0,01
Наступний рік			
Коефіцієнт загальної ліквідності	1,522	1,820	0,30
Коефіцієнт проміжної ліквідності	1,496	1,767	0,27
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	08	07	0

Коефіцієнт загальної ліквідності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» обох роках знаходиться вище норми, але все ж таки має тенденцію до збільшення у наступному році. Значення всіх коефіцієнтів проміжної та абсолютної ліквідності даного підприємства не відповідають встановленим нормам.

Отже, можна говорити про погіршення фінансового стану ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» в попередньому році, так як всі показники мають негативну тенденцію до зниження. А в наступному тенденція змінилася на зростання показників ліквідності. Це свідчить про позитивні зміни.

Розглянемо основні техніко-економічні показники діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»

У таблиці 2.29 представлені основні техніко-економічні показники виробничо-господарської діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика».

Таблиця 2.29

Основні техніко-економічні показники діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»

Показник	Попередній рік	Наступний рік	Відхилення	
			абсолютне	відносне
1. Середньорічна виробнича потужність, тонн	500	500	0	0
2. Фактично вироблено продукції, тон	195	128	-67	-34,36
3. Коефіцієнт використання виробничої потужності, частка	0,39	0,26	-0,13	-
4. Обсяг виробленої продукції (без ПДВ і АЗ): – у діючих оптових цінах підприємства, тис. грн	23470	18748	-4722	-20,12
- у порівнянних цінах, тис. грн	23470	17132	-6338	-27,00
5. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	23470	18748	-4722	-20,12
6. Середньорічна вартість основних фондів основного виду діяльності, тис. грн	13755	20770	7015	51,00
7. Фондовіддача, грн/грн	1,706	0,825	-0,88	-51,66
8. Середній залишок оборотних коштів, тис. грн	22237	25603	3367	15,14

Показник	Попередній рік	Наступний рік	Відхилення	
			абсолютне	відносне
9. Коефіцієнт оборотності оборотних коштів, оборотів	1,06	0,73	-0,32	-30,62
10. Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу, осіб	25	20	-5	-20
11. Продуктивність праці, тис. грн /особу	939	857	-82,20	-8,76
12. Операційні витрати на виробництво продукції, тис. грн, у тому числі	20523	16495	-4028	-19,63
- матеріальні витрати	16698	13733	-2964	-17,75
- витрати на оплату праці	220	675	455	207,22
- відрахування на соціальні заходи	51	137	86	166,84
- амортизація	138	467	329	239,49
- інші операційні витрати	3417	1483	-1934	-56,60
13. Витрати на 1 гривню виробленої продукції, грн	0,874	0,880	05	0,61
14. Матеріалоемність, грн	0,711	0,733	0,02	2,96
15. Повна собівартість реалізованої продукції, тис. грн	20523	16495	-4028	-19,63
16. Фінансовий результат від операційної діяльності, тис. грн	2569	228	-2341	-91,12
17. Чистий прибуток (збиток), тис. грн	2107	193	-1914	0,09
18. Рентабельність продажів, %	5,85	0,42	-5,44	-
19. Рентабельність продукції, %	10,27	1,17	-9,10	-

За таблицею 2.29 можна зробити висновки, що у ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» у наступному році в порівнянні з попереднім роком зменшився фактичний випуск продукції на 67 тони (34,36%) при незмінній величині виробничої потужності – 500 тон на рік.

Виробнича потужність використовується даним підприємством у попередньому на 39% році та в наступному році – на 26%.

Обсяг виробленої продукції у діючих оптових цінах ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» та чистий дохід від реалізації продукції у наступному році зменшився на 20,12%. Це свідчить про те, що попит на продукцію підприємства скорочується, відбулося збільшення цін на продукцію та спостерігаються тенденції щодо структурних змін у бік випуску більш дорогої продукції.

Показник фондівдачі зменшився з 1,706 грн/грн до 0,825 грн/грн на 0,88 грн (51,66%) та знаходиться на низькому рівні. Коефіцієнт оборотності оборотних коштів також зменшився на 0,32 обороту (30,62%) та має низьке

значення для кондитерської галузі. Це свідчить про те, що ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» неефективно використовує вкладення в основний та оборотний капітали.

У наступному році у ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» збільшилася середньооблікова чисельність штатних працівників на 5 осіб, при цьому продуктивність праці зменшилася на 82,20 тис. грн на 1 працівника або на 8,76%. На фоні зменшення обсягу виробництва продукції на 20,12% та суттєвого збільшення фонду оплати праці (207,22%) це недоцільні негативні зміни, які свідчать про неефективне використання фонду оплати праці.

Операційні витрати ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» на тлі зменшення обсягу виробництва зменшилися у наступному році в порівнянні з попереднім роком на 19,63%. Темп скорочення операційних витрат є меншим за темп скорочення обсягу виробленої продукції у діючих цінах (20,12%). Це сприяло збільшенню витрат на 1 грн виробленої продукції на 0,5 копійки. Витрати на 1 гривню виробленої продукції у наступному році склали 0,880 грн.

Діяльність підприємства за два роки є прибутковою. Збільшення витрат на 1 гривню привело до зниження фінансового результату на 2341,00 тис. грн. У наступному році сума чистого прибутку зменшилася на 1914,00 тис. грн та становить 193,00 тис. грн навпроти чистого прибутку в попередньому році 2107,00 тис. грн. Загалом ефективність діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» знаходиться на низькому рівні, за усіма показниками спостерігається тенденція до погіршення. Для підвищення ефективності діяльності підприємства необхідно вжиття організаційно-економічних заходів, особливо в сферах виробництва, продуктивності праці та її оплати, які дозволять повернути ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» до спрямованості на підвищення економічної ефективності її господарської діяльності.

2.3 Аналіз стану ринку кондитерських виробів України

Кондитерська галузь зараз перебуває під тиском двох факторів: світовий дефіцит какао-бобів (ціни на сировину б'ють рекорди кожні кілька місяців) та логістичні витрати.

Стан ринку 2025–2026 рр. характеризується наступними змінами.

1. Зміна рецептур. Щоб не піднімати ціну плитки шоколаду до 150+ грн, виробники масово переходять на кондитерську глазур (заміна какао-масла рослинними жирами) або збільшують частку начинок (печиво, карамель, нуга), де самого шоколаду менше.

2. Експортний драйвер. Україна залишається одним із найбільших експортерів солодоців у ЄС та на Близький Схід. Українські цукерки часто дешевші та якісніші за європейський мас-маркет.

До ключових гравців (ТОП-5 національних гігантів) відносяться:

1. Roshen (Рошен). Беззаперечний лідер. Має найпотужнішу систему дистрибуції та власну мережу магазинів (що дуже помітно в Одесі). Їхня сила – у повному циклі виробництва та величезному асортименті (від ірисок до преміальних тортів).

2. Konti (Konti). Попри втрату потужностей на сході, компанія відновилася та активно штурмує ринок печива та складних десертів (типу «Bonі-Von» чи «Timimi»).

3. AVK (AVK). Спеціалізуються на шоколадних цукерках та інноваційних продуктах (наприклад, безцукрові лінійки та корисні батончики).

4. Lukas (Лукас, Кременчук). «Король» листкового тіста та недорогих цукерок з насінням та карамеллю. В Одесі їх продукція надзвичайно популярна в сегменті «до чаю».

5. Бісквіт-Шоколад (Харків). Попри постійні обстріли міста, фабрика продовжує працювати, постачаючи на ринок класичне вафельне печиво та бісквіти, які одесити знають десятиліттями.

У таблиці 2.30 наведено рейтинги провідних гравців ринку

кондитерських виробів України у 2021 та 2024 роках.

Таблиця 2.30

Рейтинги компаній виробництва кондитерських виробів в Україні*

Рейтинг	2021 рік		Рейтинг	2024 рік	
	Назва компанії	Обсяг доходу, млн грн		Назва компанії	Обсяг доходу, млн грн
1	«КК «Рошен»	21235,2	1	«КК «Рошен»	37395,6
2	«Монделіс Україна»	8506,9	2	«Монделіс Україна»	9517,5
3	«ЛКФ «Світоч»	2572,7	3	«Малбі Фудс»	4067,4
4	«Ферреро Україна»	2444,9	4	«ВКФ» (Вінницька кондитерська фабрика)	2792,8
5	«Малбі Фудс»	2241,1	5	«Ферреро Україна»	2543,1
6	«ВКФ» (Вінницька кондитерська фабрика)	1951,9	6	«Шоколадна компанія «Мир»	1896,3
7	«АВК Конфекшніері»	1362,3	7	«АВК Конфекшніері»	1819,9

*Джерело: складено автором на основі [48]

В Одесі ринок солодоців має свої унікальні особливості.

1. ПрАТ «Одесакондитер». Легендарна фабрика (ТМ «Люкс»), відома своїми вафлями та мармеладом. Хоча вона зараз не входить до трійки лідерів країни, в Одеському регіоні її продукція — це символ «смаку дитинства».

2. Крафтовий бум. В Одесі спостерігається найвища в Україні концентрація кондитерських-пекарень («Профітролі», «Make My Cake», «Своя кондитерська»). Одесити часто надають перевагу свіжому тістечку перед магазинною коробкою цукерок.

3. Ринок «Привоз». Тут досі популярні солодоці «на терезі» (турецький рахат-лукум, халва), що створює конкуренцію фабричному пакуванню.

4. Незважаючи на падіння доходів, попит на солодоці не обвалився так критично, як на побутову техніку. Працює психологічний фактор: коли людина не може купити нове авто чи техніку, вона дозволяє собі «маленьку радість» у вигляді шоколадки.

В таблиці 2.31 наведено динаміку цін та споживання кондитерських виробів за період 2021–2025рр.

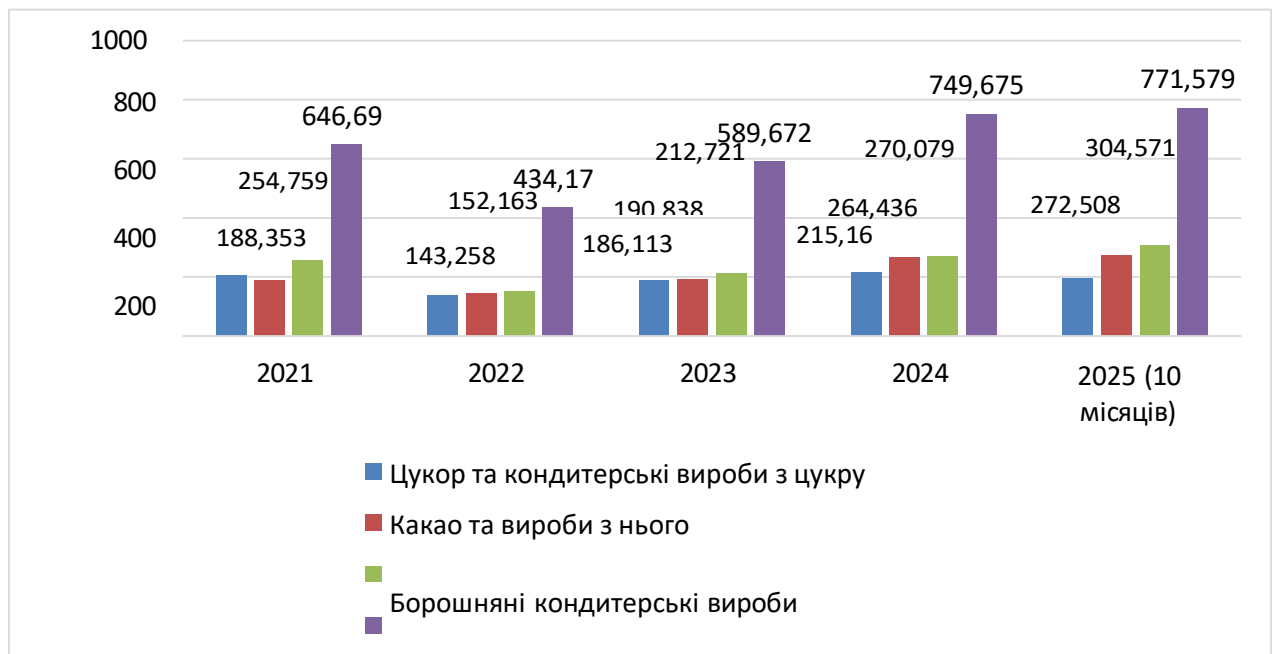
Таблиця 2.31

Динаміка цін та споживання кондитерських виробів (2021–2025рр.)

Категорія / Рік	2021 (до війни)	2023 (адаптація)	2025 (криза какао)	Зміни за 5 років
Шоколад плитка (80-90г)	28 – 35 грн	45 – 60 грн	85 – 120 грн	+230%
Цукерки шоколадні (кг)	160 – 220 грн	280 – 350 грн	450 – 650 грн	+200%
Печиво фасоване (уп.)	15 – 22 грн	30 – 45 грн	55 – 80 грн	+260%
Споживання (кг/рік/особа)	14,5 кг	11,2 кг	10,4 кг	-28%

Розглянемо особливості експорту та імпорту кондитерських виробів в Україні, та регіональний аспект на рівні Одеської області.

Особливості експорту. Україна – кондитерська «житниця» Європи. Через блокування морських портів Одеси логістика перейшла на фури через західний кордон. Основні ринки: Польща, Румунія, країни Балтії. Roshen та Lukas успішно конкурують з європейськими брендами завдяки нижчій собівартості енергомістких процесів (порівняно з ЄС).

**Рис. 2.2. Структура експорту кондитерських виробів у 2021-2025 рр.***

Джерело: складено на основі [49]

Особливості імпорту. Частка імпортного шоколаду (Німеччина,

Швейцарія) в Одесі скоротилася через високий курс валют. Натомість зріс імпорт турецьких солодошів (печиво, вафлі), які часто дешевші за українські аналоги.

Українські кондитерські виробники за підсумками січня–вересня 2025 року експортували 214 тис. тонн продукції на суму \$660 млн, що на 17,6% більше в обсязі та на 29,2% більше у грошовому еквіваленті, ніж за аналогічний період 2024 року.

Приблизно 40% кондитерської продукції йде на експорт, основні ринки – країни Європи: Румунія, Польща, Молдова, Німеччина, Латвія та Литва. Водночас Україна імпортує переважно какао-сировину, жири та ароматизатори.

Торговельний баланс галузі за 9 місяців 2025 року позитивний: експорт склав \$660 млн, а імпорт – \$338 млн, що значно перевищує показники минулого року (\$511 млн та \$298 млн відповідно). Середня вартість 1 тонни експорту кондитерських виробів становить \$3084, що на чверть більше довоєнного 2021 року.

В Україні працюють 700–800 кондитерських компаній, які задовольняють 85–90% внутрішнього попиту. Через війну виробництво скоротилося майже на третину, 20% підприємств постраждали або були закриті.

Водночас протягом 2023–2025 років галузь відновилася, і більшість виробничих потужностей збережено, хоча завантаженість залишає бажати кращого через падіння купівельної спроможності населення.

Розвиток експорту став можливим завдяки скасуванню мит при експорті в ЄС у 2016 році. Україна сплачувала мита в 40-45% при експорті в ЄС, а ЄС – 5-10% мита при поставках в Україну. На той час до ЄС експортували орієнтовно 20 тис. тонн в рік. Після підписання угоди про асоціацію з ЄС експорт кондитерських виробів перевищив 100 тис. тонн. По суті, за 7-8 років експорт виріс в 5 разів.

Щодо перспектив 2026 року, кондитерські підприємства мають нарощувати експорт, адже внутрішній ринок не розвивається. Люди купують по дві цукерки в магазині, бо вони подорожчали. Кондитери не виживуть, якщо не експортуватимуть.

Галузь кондитерських виробів в Україні переживає такі ж проблеми, що і інші бізнеси в часи повномасштабної війни. Втім, є і додаткові деталі, притаманні саме цій сфері: через піврічні протести польських перевізників було зіпсовано новорічний «високий сезон», що значно вплинуло на загальні показники [50-51].

Необхідною складовою аналізу кондитерського ринку є портрет споживача солодоців (2025–2026). В умовах кризи кондитерські вироби стали для українців «доступним антистресом». Проте модель споживання суттєво змінилася:

- «Економний ласун» (60% ринку). Переважно купує вагові цукерки (карамель, помадку) або просте печиво («До кави», «Марія»). В Одесі цей сегмент мігрує в «АТБ» та «Таврію В», орієнтуючись на акції «1+1».

- «Вибірковий естети» (25%). Купують менше, але кращої якості. Замість кілограма дешевих цукерок — одну коробку преміальних чи плитку справжнього чорного шоколаду. Часто є клієнтами фірмових магазинів Roshen.

- «ЗОЖ-орієнтовані» (15%). Нова група, що стрімко зростає. Шукають батончики без цукру, пастилу, сухофрукти в шоколаді. В Одесі цей тренд підтримують локальні крафтові лавки [52].

Тенденції у кондитерському сегменті розвиваються за двома чіткими моделями. Перша модель — довгострокові фаворити. Це бренди, які вже десятиліттями залишаються улюбленцями споживачів і постійно повертають їх за новою порцією насолоди. Приклади добре знайомі кожному: Cadbury Dairy Milk, Snickers, KitKat, Toblerone. Їхній успіх базується на стабільній якості, сильному емоційному зв'язку з покупцем та грамотному маркетингу,

що передається з покоління в покоління. Друга модель – короткочасні зірки. Це продукти, що з’являються яскраво і стрімко набирають популярність завдяки унікальній ідеї, трендовій подачі чи вірусній популярності в соцмережах. Вони можуть стати «must-try» на сезон чи два, а потім зникнути так само швидко, як і з’явилися. Прикладом є «Dubai chocolate», який свого часу став сенсацією, але не витримав випробування часом.

В таблиці 2.32 наведено тренди індексу промислової продукції та темпів змін (приросту) обсягів продукції кондитерській галузі України (2015-2024 рр.)

Таблиця 2.32

Індекс промислової продукції та темпи змін (приросту) обсягів продукції кондитерській галузі України (2015-2025 рр.)*

Рік	Індекс промислової продукції (% до попереднього року)	Темп змін (приросту), %	Коментар до тренду
2015	78,5	-21,5	Значне скорочення промислового виробництва внаслідок втрати частини виробничих потужностей та традиційних ринків збуту.
2016	98,2	-1,8	Уповільнення темпів спаду та стабілізація промислової діяльності.
2017	102,1	+2,1	Початок поступового відновлення промислового виробництва.
2018	98,5	-1,5	Незначне скорочення обсягів виробництва в умовах нестабільного попиту.
2019	97,4	-2,6	Подальше зниження виробничої активності в окремих галузях промисловості.
2020	96,1	-3,9	Негативний вплив пандемії COVID-19 та карантинних обмежень на виробництво і збут продукції.
2021	103,2	+3,2	Відновлення промислового сектору після пандемічної кризи.
2022	74,0	-26,0	Різке падіння виробництва внаслідок повномасштабної війни, руйнування виробничих потужностей та логістичних ланцюгів.
2023	110,0	+10,0	Відновлювальне зростання завдяки адаптації підприємств до умов воєнного часу та частковому відновленню логістики.
2024	105,5	+5,5	Збереження позитивної динаміки виробництва та розширення зовнішніх ринків збуту.

2025	98,3	-1,7	Незначне скорочення промислового виробництва під впливом воєнних ризиків, енергетичних обмежень та дефіциту трудових ресурсів.
------	------	------	--

*Джерело: складено автором за допомогою штучного інтелекту

Аналіз динаміки індексу промислової продукції України у 2015–2025 рр. свідчить про значну залежність розвитку промисловості від зовнішніх та внутрішніх кризових чинників. Найглибше скорочення виробництва спостерігалось у 2015 та 2022 роках під впливом військових подій. Після відновлення у 2023–2024 роках у 2025 році зафіксовано незначне зниження обсягів промислового виробництва, що вказує на збереження структурних проблем та вплив воєнних ризиків на функціонування промислового сектору економіки України.

Основні тенденції попиту на кондитерські вироби включають наступне.

1. Функціональність: інгредієнти з користю для здоров'я формують попит. Кондитерські вироби з доданою користю впевнено завойовують ринок.

2. Індульгенція (релакс-смакування): споживачі шукають розраду у вишуканих ласощах. Це гурманські інгредієнти, сміливі поєднання та багатий смаковий досвід.

3. Преміалізація: зростає інтерес до якісних, естетично привабливих продуктів. Якість і естетика уже стали визначальними факторами у виборі солодоців.

4. Інновації смаку: популярність набирають екзотичні та глобальні смаки. Екзотика, несподівані мікси та глобальні впливи – рушійна сила інновацій у розвитку кондитерського ринку.

5. Сезонні свята: Хелловін і Різдво залишаються драйверами продажів. Разом вони формують нову реальність для брендів і виробників, відкриваючи простір для інновацій та креативних рішень [53].

До ключових тенденцій у кондитерській сфері у 2025 році можна віднести наступне.

1. Глобальний ринок кондитерських виробів оцінюється у 619,25 млрд. дол. США із середньорічним приростом 5,47%.
2. Провідні світові бренди кондитерської індустрії стимулюють повторні покупки: 51% споживачів обирають улюблені продукти.
3. Ціна стала головним фактором вибору солодошів, випередивши навіть «настрій».
4. Акційні пропозиції збільшують продажі, особливо у сегменті подарунків та сезонного споживання.
5. Солодоші формату better-for-you (темний шоколад, органічні продукти, знижений вміст цукру) стають дедалі популярнішими.

Коли мова йде про вибір солодошів, спрацьовує добре відомий принцип: знайоме продається краще. Довгострокові фаворити продовжують утримувати лідерство, навіть у часи, коли на ринку з'являється безліч нових продуктів. За даними National Confectioners Association (NCA) 51% споживачів автоматично обирають улюблені ласощі, 46% надають перевагу саме улюбленим брендам. Серед інших мотивів – покупки на подарунок – 42%, солодоші для особливого випадку – 40%, або святкування (наприклад, Різдва) – 39%. Лояльність до бренду у кондитерському сегменті – одна з найсильніших серед усіх категорій продуктів харчування.

Цьому є декілька причин:

- емоційна прив'язаність – люди часто асоціюють шоколад чи цукерки з дитячими спогадами, святами та моментами радості. Улюблений бренд стає «точкою стабільності» у швидкому світі;
- довіра до якості – якщо продукт виправдовує очікування раз за разом, покупець не ризикує експериментувати, а обирає перевірене;
- маркетингові традиції – великі бренди на кшталт KitKat, Snickers чи Toblerone десятиліттями формували образ «класики», що не підводить;
- соціальний фактор – вибір знайомих брендів часто пов'язаний із тим, щоб «не помилитися» при купівлі для інших подарунку чи солодошів до

святкового столу. Споживачі довіряють перевіреним брендам та продуктам.

Солодощі допомагають зняти стрес, підтримують відчуття радості, стають способом відзначити маленькі перемоги чи створити святкову атмосферу навіть у звичайний день. До того ж, на споживчі рішення впливають кілька ключових факторів:

- 1) ностальгія – бренди, знайомі з дитинства, викликають теплі спогади і формують лояльність;
- 2) соціальний аспект – спільне споживання солодощів – на свята, корпоративи чи сімейні вечори – підсилює відчуття єдності;
- 3) новизна – яскраві інноваційні продукти чи колаборації з відомими шефами/брендами викликають бажання «спробувати першим»;
- 4) персоналізація – зростає попит на солодощі з унікальними смаками, локальними інгредієнтами або особливим дизайном.

Відтак, солодощі – це більше, ніж продукт. Це емоційний досвід, який поєднує комфорт традицій та азарт відкривати нове. Саме тому кондитерський ринок рухається у двох напрямках: з одного боку – стабільна класика, з іншого – сміливі експерименти. І успішні компанії знаходять спосіб гармонійно поєднувати ці дві стратегії.

З найбільш актуальних інновацій, які завойовують ринок солодощів можна виділити:

- нестандартні смаки та текстури – поєднання шоколаду з екзотичними фруктами, прянощами чи навіть солоними інгредієнтами (наприклад, шоколад із чилі чи морською сіллю);
- несподівані формати – від «шоколадної вати» до десертів з ефектом 3D-друку;
- колаборації з відомими брендами. Наприклад, батончики з додаванням популярних напоїв чи морозива, функціональних інгредієнтів тощо;
- лімітовані серії солодощів – створюють відчуття ексклюзивності й стимулюють спонтанні покупки [54].

Проаналізуємо вплив воєнного стану на кондитерську галузь України через виділення ключових трансформацій галузі.

1. Дефіцит кадрів. Мобілізація та міграція спричинили гостру нестачу технологів та лінійних працівників на великих фабриках.

2. Енергозалежність. Кондитерське виробництво потребує стабільної температури (особливо темперування шоколаду). Використання промислових генераторів у 2024–2025 роках додало до собівартості продукції 7–12%.

3. Релокація та руйнування. Втрата потужностей у Харкові та на Донеччині змусила ритейлерів Одеси шукати нових постачальників серед волинських та вінницьких виробників.

4. Одеса історично та географічно була приречена стати головними «воротами» для турецьких солодоців в Україну. Цей процес прискорився у 2023–2025 роках через низку економічних та логістичних причин.

5. «Блекаут-меню». Виробники перейшли на продукцію, яка не потребує складних температурних режимів зберігання (сухе печиво, вафлі, карамель), щоб мінімізувати втрати при відключеннях світла.

6. Логістична переорієнтація. Одеса з «експортного хабу» частково перетворилася на «імпортерний шлюз». Якщо раніше через порти везли какао-боби для всієї країни, то тепер — готові турецькі солодоці.

7. Стійкість брендів. Харківські та дніпровські виробники (АВК, Бісквіт-Шоколад) вистояли, але втратили частку ринку на півдні на користь західноукраїнських («Лукас», «Ярич») та турецьких компаній.

8. Ціновий шок. Кондитерка перестала бути «дешевою їжею». Тепер це повноцінна стаття витрат, де покупці все частіше обирають меншу кількість, але вищу якість.

9. Зменшення кількості споживачів. Міграція населення призвела до зменшення внутрішнього ринку.

10. Економічна невизначеність. Високі ризики функціонування змушують

підприємства адаптувати антикризові стратегії [55].

Проведемо більш глибокий аналіз в регіональному вимірі на прикладі Одеської області. Ось ключові чинники, які перетворили місто Одесу на кондитерський хаб.

1. Прямий морський та поромний зв'язок. Попри ризики воєнного стану, Одеса та Чорноморськ залишаються найближчими точками до турецьких портів (Стамбул, Зонгулдак, Самсун).

2. Логістичне плече. Доставка морем у контейнерах або фурами на поромах (Ro-Ro) суттєво дешевша, ніж об'їзд через усю Європу.

3. Швидкість. Солодощі з коротким терміном зберігання (печиво, бісквіти) потрапляють на одеські склади за 2–3 дні після відвантаження в Туреччині.

4. Специфіка одеського ритейлу та ринків. В Одесі працюють найбільші оптові майданчики країни, де реалізується турецький товар:

– промисловий ринок «7-й кілометр» – це осередок оптової торгівлі. Саме звідси турецькі вафлі, халва, шоколадні пасти та жуйки роз'їжджаються по всій Україні (особливо у невеликі крамниці «біля дому»).

– локальні мережі («Таврія В», «Копійка», «АТБ»). Одеські ритейлери мають прямі контракти з турецькими холдингами (як-от Ülker чи Eti), що дозволяє їм пропонувати ціни на 15–20% нижчі, ніж на аналогічний європейський імпорт.

5. Цінова конкуренція (Фактор ліри). Турецька ліра останні роки демонструвала значну девальвацію. Це зробило турецькі солодощі неймовірно дешевими для українських імпортерів.

6. Заміна дорогого шоколаду. Коли через дефіцит какао українські плитки шоколаду злетіли в ціні, турецькі батончики та печиво з глазур'ю стали «рятівним колом» для бюджетного споживача.

7. Діаспора та бізнес-зв'язки. В Одесі традиційно потужна турецька бізнес-спільнота. Багато імпортерів належать етнічним туркам або

одеситам, які десятиліттями мають партнерів у Туреччині. Це спрощує переговори, контроль якості та розрахунки.

8. Адаптація до українського смаку. Турецькі виробники миттєво реагують на попит. Вони почали випускати продукцію з українським маркуванням, адаптованими рецептурами (менше цукру, ніж у класичних східних солодошах) та у зручному фасуванні для наших супермаркетів.

На 2026 рік в одеських магазинах, частка турецького печива та цукерок там складатиме від 25% до 40% усього імпорту солодошів. Турецькі солодоші в Одесі – це не лише пахлава з ринку, а потужна експансія промислових брендів, які заповнили полиці супермаркетів.

Ринок Одещини у 2026 році – це унікальний мікс української класики, одеського крафту та потужного турецького імпорту.

Ринок солодошів продовжує зростати, підтверджуючи: звичка «побалувати себе» глибоко вкорінена у споживацькій культурі. Вона базується на трьох головних чинниках: любов до знайомих фаворитів, святкові та особливі нагоди, проста радість від солодкого задоволення. Проте картина майбутнього не є однозначною. Споживачі стають дедалі більш чутливими до ціни та уважнішими до здоров'я, тож перед брендами постає завдання: знайти баланс між традицією, інноваціями та цінністю. Майбутнє кондитерського ринку передбачається у наступному.

1. Класика залишиться вічною. Шоколадні батончики чи цукерки у добре знайомих форматах завжди матимуть свою аудиторію.

2. Better-for-you набирає вагу. Гуммі без цукру, темний шоколад чи органічні продукти перетворюються з нішевих рішень на масовий вибір.

3. Інновації та тренди стають способом залучення нової генерації споживачів, для яких солодоші – це ще й елемент стилю життя.

4. Емоційність та персоналізація. Все більше покупців прагнуть, щоб солодке було не просто продуктом, а історією, що створює унікальний досвід.

5. Майбутнє кондитерської індустрії полягає у здатності зрозуміти, чому люди тягнуться до солодкого, і дати їм ще більше причин зробити цей вибір. Одні шукають комфорт і ностальгію. Інші – інновації, нові смаки та функціональність. Хтось – доступність і цінність. Ті бренди, які зможуть поєднати всі ці мотиви у своїй стратегії, матимуть стійку конкурентну перевагу у найближчі роки.

Для України халва є традиційним продуктом масового попиту. Основна сировина — насіння соняшнику, що є конкурентною перевагою українських виробників через потужну сировинну базу. Найбільшу частку продажів займає саме соняшникова халва, тоді як тахінна та арахісова представлені значно менше.

Халва – це не просто десерт, а справжній концентрат сили з насіння та горіхів, що дарує організму поліненасичені жири, білок, вітаміни групи В і Е, а також потужний набір мінералів на кшталт магнію, калію, кальцію та фосфору. Соняшникова, кунжутна чи арахісова — кожна версія приносить свою порцію користі: від очищення судин і зміцнення кісток до швидкого заряду енергії та підтримки нервової системи. При цьому важливо пам'ятати про помірність, адже високий вміст цукру та калорійність роблять її ідеальним доповненням до раціону, а не основним продуктом.

Люди, які регулярно додають невелику порцію халви, помічають покращення настрою, стабільнішу роботу серця та легше травлення. Поліненасичені кислоти омега-6 і омега-9, які організм сам не синтезує, тут працюють на повну, підтримуючи клітинні мембрани і захищаючи від запалень. А клітковина допомагає кишківнику працювати ритмічно, наче добре налагоджений механізм. Головне – обирати якісний продукт і не перевищувати 20–30 грамів на день, щоб солодка насолода приносила тільки користь.

Основу халви становлять обсмажені насіння або горіхи, цукор (чи патока), а іноді мед. Завдяки цьому вона багата на рослинні жири, якісний

білок і мікроелементи. На 100 грамів типової соняшnikової халви припадає приблизно 510–550 ккал, 11–14 г білків, 29–34 г жирів і 50–54 г вуглеводів. Глікемічний індекс високий – близько 70, тому халва дає швидкий, але тривалий заряд енергії [1].

Серед ключових компонентів – поліненасичені жирні кислоти, вітамін Е (потужний антиоксидант), вітаміни групи В, залізо, магній, фосфор, калій і кальцій. Клітковина підтримує мікрофлору кишківника, а амінокислоти з рослинного білка допомагають м'язам відновлюватися після навантажень (таблиця 2.33).

Таблиця 2.33

Споживні характеристики халви

Вид халви	Основний інгредієнт	Ключові поживні речовини	Калорійність (на 100 г)
Соняшnikова	Насіння соняшника	Вітамін Е, В1, F, магній, фосфор	510–550 ккал
Кунжутна (тахінна)	Насіння кунжуту	Кальцій, калій, вітамін А, антиоксиданти сезамін	570–630 ккал
Арахісова	Арахіс	Фолієва кислота, кремній, вітаміни В1, В3	520–580 ккал

Сучасні дослідження підтверджують, що регулярне вживання такого десерту в помірних кількостях може стати природним союзником у боротьбі зі стресом, втому та навіть деякими віковими змінами. Халва не претендує на роль панацеї, але її склад робить її одним із найцінніших солодоців у світі здорового харчування.

Ринок халви в Україні є відносно невеликим сегментом кондитерської галузі, проте характеризується стабільним попитом. Основу асортименту становить соняшnikова халва, виробництво якої базується на використанні вітчизняної сировини. Провідними виробниками є:

– ТОВ «Трі Стар» (ТМ «Золотий Вік») — один із лідерів українського ринку халви та козинаків, має понад 100 найменувань продукції;

- ТМ «Жайвір» — виробник східних солодоців із окремим цехом виробництва халви;
- ТОВ «Східні солодоці» — виробляє халву для внутрішнього ринку та експорту;
- Дружківська харчосмакова фабрика — спеціалізується на виробництві соняшникової, тахінної та арахісової халви.

Таблиця 2.34

Основні характеристики ринку халви в Україні*

Показник	Орієнтовне значення
Обсяг українського ринку халви	8–15 тис. т на рік
Частка соняшникової халви	80–90%
Частка імпортової продукції	<10%
Основний канал збуту	Національні торговельні мережі
Експорт	Країни ЄС, Молдова, Балтія, Канада, США

*Джерело: складено автором за допомогою штучного інтелекту

У 2022 році ринок зазнав скорочення через воєнні дії та логістичні обмеження, однак у 2023–2025 роках спостерігалось поступове відновлення виробництва та розширення експортних поставок.

Висновки за розділом 2

Приватне акціонерне товариство «Рівненська кондитерська фабрика» спеціалізується на виробництві какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів.

За результатами фінансово-економічного аналізу можна зробити наступні висновки. У ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» у наступному році в порівнянні з попереднім роком зменшився фактичний випуск продукції на 67 тони (34,36%) при незмінній величині виробничої потужності – 500 тон на рік.

Виробнича потужність використовується даним підприємством у попередньому на 39% році та в наступному році – на 26%.

Обсяг виробленої продукції у діючих оптових цінах ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» та чистий дохід від реалізації продукції у наступному році зменшився на 20,12%. Це свідчить про те, що попит на продукцію підприємства скорочується, відбулося збільшення цін на продукцію та спостерігаються тенденції щодо структурних змін у бік випуску більш дорогої продукції.

Показник фондівдачі зменшився з 1,706 грн/грн до 0,825 грн/грн на 0,88 грн (51,66%) та знаходиться на низькому рівні. Коефіцієнт оборотності оборотних коштів також зменшився на 0,32 обороту (30,62%) та має низьке значення для кондитерської галузі. Це свідчить про те, що ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» неефективно використовує вкладення в основний та оборотний капітали.

У наступному році у ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» збільшилася середньооблікова чисельність штатних працівників на 5 осіб, при цьому продуктивність праці зменшилася на 82,20 тис. грн на 1 працівника або на 8,76%. На фоні зменшення обсягу виробництва продукції на 20,12% та суттєвого збільшення фонду оплати праці (207,22%) це недоцільні негативні зміни, які свідчать про неефективне використання фонду оплати праці.

Операційні витрати ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» на тлі зменшення обсягу виробництва зменшилися у наступному році в порівнянні з попереднім роком на 19,63%. Темп скорочення операційних витрат є меншим за темп скорочення обсягу виробленої продукції у діючих цінах (20,12%). Це сприяло збільшенню витрат на 1 грн виробленої продукції на 0,5 копійки. Витрати на 1 гривню виробленої продукції у наступному році склали 0,880 грн.

Діяльність підприємства за два роки є прибутковою. Збільшення витрат на 1 гривню привело до зниження фінансового результату на 2341,00 тис. грн. У наступному році сума чистого прибутку зменшилася на 1914,00 тис.

грн та становить 193,00 тис. грн навпроти чистого прибутку в попередньому році 2107,00 тис. грн. Загалом ефективність діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» знаходиться на низькому рівні, за усіма показниками спостерігається тенденція до погіршення.

Аналіз кондитерського ринку України показав наступне.

Основні тенденції попиту на кондитерські вироби включають таке.

1. Функціональність.
2. Індульгенція (релакс-смакування).
3. Преміалізація.
4. Інновації смаку.
5. Сезонні свята.

До ключових тенденцій у кондитерській сфері можна віднести наступне.

1. Глобальний ринок кондитерських виробів оцінюється у 619,25 млрд. дол. США із середньорічним приростом 5,47%.

2. Провідні світові бренди кондитерської індустрії стимулюють повторні покупки: 51% споживачів обирають улюблені продукти.

3. Ціна стала головним фактором вибору солодоців, випередивши навіть «настрій».

4. Акційні пропозиції збільшують продажі, особливо у сегменті подарунків та сезонного споживання.

5. Солодоці формату better-for-you (темний шоколад, органічні продукти, знижений вміст цукру) стають дедалі популярнішими.

Ринок халви в Україні є відносно невеликим сегментом кондитерської галузі, проте характеризується стабільним попитом. Основу асортименту становить соняшникова халва, виробництво якої базується на використанні вітчизняної сировини.

РОЗДІЛ 3
ОБГРУНТУВАННЯ ТА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ
НОВОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ПрАТ «РІВНЕНСЬКА КОНДИТЕРСЬКА
ФАБРИКА»

3.1. Розрахунок зміни повної собівартості нового продукту

Маркетинговий аналіз ринку показав, що ринок східних солодоців забезпечить попит на новий вид продукції «Халва шоколадно-ванільна» у розмірі 50 т виробництва ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика».

Визначимо повну собівартість 1 т. халви шоколадно-ванільної за статтями калькуляції.

Стаття 1. «Сировина й основні матеріали за винятком зворотних
 відходів»

Нормативна рецептура халви та калькуляція 1 тони продукції представлена у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

**Розрахунок вартості сировини й основних матеріалів на виробництво 1 т
 продукту «Халва шоколадно-ванільна»**

Найменування сировини	Витрати на 1т. продукції, кг	Ціна 1 од. сировини, грн	Вартість сировини, грн
1. Сировина й основні матеріали, за винятком відходів			
Цукор-пісок (збита маса)	162	15	2430,00
Соняшникове насіння (соняшникова маса)	220	45	9900,00
Какао-порошок	25	147	3675,00
Масло вершкове	90	250	22500,00
Пудра ванільна	100	60	6000,00
Цукор-пісок (збита маса)	162	15	2430,00
УСЬОГО	x	x	44505,00
2. Транспортно-заготівельні витрати на сировину - 2%	x	x	890,10
УСЬОГО ВИТРАТИ НА СИРОВИНУ	x	x	45395,10

Транспортно-заготівельні витрати на сировину приймаються в розмірі

2% від вартості сировини й основних матеріалів: $44505,00 * 0,02 = 890,10$ грн.

Витрати за статтею «Сировина й основні матеріали» з урахуванням транспортно-заготівельних витрат складуть: $44505,00 + 890,10 = 45395,10$ грн.

Стаття 2. «Тара й упакування»

Таблиця 3.2

Розрахунок вартості статті калькуляції «Тара й упакування»

Вид матеріалу	Норма витрат на 1 т.	Ціна за одиницю, грн	Вартість, грн
Фольга пакувальна (150м)	15	185	2775,00
Усього	х	х	2775,00

Стаття 3. «Паливо та енергія на технологічні цілі»

Таблиця 3.3

Розрахунок вартості статті калькуляції «Паливо й енергія на технологічні цілі»

Вид матеріалу	Норма витрат на 1 т.	Ціна за одиницю, грн	Вартість, грн
Електроенергія, кВт	47	10,5	493,50
Вода, м ³ /год.	9	35,16	316,44
Усього	х	х	809,94

Стаття 4. Заробітна плата основних виробничих робітників

Фонд робочого часу на 2026 рік складає 2061 годину. Виробнича потужність підприємства складає 500 т/рік. Для обслуговування поточної лінії з виробництва халви потрібно 2 робітники 5-го розряду. Годинна тарифна ставка робітника 5-го розряду – 36,47 грн / год.

Витрати на заробітну плату за відрядною системою оплати праці розраховуємо через визначення розцінки за одинцю виробленої продукції за формулою:

$$\text{Розцінка} = Нч * \sum_{i=1}^n ГТС_i * Кпрац._i * K_{дзп} * K_d, \quad (3.1)$$

де Нч – норма часу на виробництво 1 одиниці продукції, годин,

ГТС_i – годинна тарифна ставка і-го розряду, грошових одиниць;

Кпрац. – кількість працівників, які працюють на виробничій лінії, осіб;

$$\sum_{i=1}^n ГТС_i * Кпрац._i = Кпрац.1 * \text{Тариф}1 + Кпрац.2 * \text{Тариф}2 + Кпрац.n * \text{Тариф} n; \quad (3.2)$$

ОВнат. – річний обсяг випуску продукції, натуральних одиниць;

К_{дзп} – коефіцієнт додаткової заробітної плати (пропонується 1,22);

К_д – коефіцієнт доплат (пропонується 1,15).

Норму часу визначаємо за формулою:

$$Нч = \text{Річний фонд робочого часу} / \text{Виробнича потужність} \quad (3.3)$$

Визначимо норму часу на виробництво 1 тони соку за формулою 3.3:

$$Нч = 2061 \text{ год.} / 50 \text{ т} = 4,122 \text{ год.} / \text{т}$$

Розцінка за 1 тону продукції з урахуванням тарифної ставки на 2026 р. складе (за формулою 3.1):

$$\begin{aligned} \text{Розцінка} &= 4,122 \text{ год.} / \text{т} * 36,47 \text{ грн} / \text{год.} * 2 \text{ роб.} * \\ &* 1,22 * 1,15 = 421,77 \text{ грн} / \text{т} \end{aligned}$$

Стаття 5. Відрахування на соціальні заходи на заробітну плату працівників, які працюють на виробничій лінії (ЄСВ)

Єдиний соціальний внесок складає 22% від фонду заробітної плати та на 1 т продукції складе:

$$\text{ЄСВ} = 421,77 \text{ грн} * 0,22 = 92,79 \text{ грн.}$$

Стаття 6. Витрати на збут

Витрати, пов'язані зі збутом нової продукції плануються в розмірі 2% від виробничої собівартості й складуть:

$$\text{Витрати на збут} = 49494,59 \text{ грн} * 0,02 = 989,89 \text{ грн.}$$

Стаття 7. Відсотки за кредитом

Коефіцієнт оборотності оборотних коштів у наступному році склав 0,73 обороти.

$$\Delta \Delta_{\text{Кр.К}} = \Delta \text{СВ} / \text{Коб.об.К} \quad (3.4)$$

$\Delta \text{СВ}$ – зміна повної собівартості продукції в результаті реалізації проєкту, грош. од.;

Коб.об.К – коефіцієнт оборотності оборотних коштів періоду, що передує періоду, який планується.

Для розрахунку суми відсотків за кредитом спочатку визначимо потребу проєкту у кредитних коштах за формулою 3.4:

$$\Delta_{\text{Кр.К}} = 2524,22 \text{ тис. грн} / 0,73 \text{ об.} = 1292,69 \text{ тис. грн}$$

Визначимо суму відсотків за кредитом, яка включається до складу собівартості виробленої продукції.

Розрахунок суми відсотків за кредитом наведено у таблиці 3.4.

Таблиця 3.4

Розрахунок потоку платежів за кредитом

Показник	Роки			Сума, тис. грн
	0	1	2	
Сума кредиту, тис. грн		3447,18		
Виплата тіла кредиту, тис. грн		1723,59	1723,59	3447,18
Непогашений залишок, тис. грн	3447,18	1723,59	0,00	
Відсоток за кредит, тис. грн		861,79	430,90	1292,69
Щорічні платежі за кредитом з виплатою відсотку на непогашений залишок, тис. грн		2585,38	2154,49	4739,87

3.2. Калькулювання витрат на одиницю продукції та розрахунок повної собівартості за проєктом

У таблиці 3.5 представлено повну собівартість 1 т річного обсягу виробництва продукції.

Таблиця 3.5

**Калькуляція витрат на виробництво та реалізацію продукту «Халва
шоколадно-ванільна» та розрахунок повної собівартості за проєктом**

№ з/п	Найменування калькуляційних витрат	Витрати на 1 тону, грн	Витрати на весь обсяг додаткової продукції, тис. грн*
1	Вартість сировини й основних матеріалів з урахуванням транспортних витрат	45395,10	2269,76
2	Тара, упакування й допоміжні матеріали	2775,00	138,75
3	Паливо й електроенергія на технологічні цілі	809,94	40,50
	Матеріальні витрати всього	48980,04	2449,00
4	Основна й додаткова заробітна плата виробничих робітників	421,77	21,09
5	Відрахування на соціальні заходи	92,79	4,64
	Виробнича собівартість	49494,59	2474,73
6	Витрати на збут	989,89	49,49
	Повна собівартість	50484,49	2524,22
7	Відсотки за кредитом	25853,84	1292,69
	Повна собівартість з відсотками за кредитом	76338,33	3816,92
	Оптова ціна 1 одиниці додаткової продукції, тис. грн **		183,212

* Витрати на весь обсяг додаткової продукції визначаються як здобуток витрат на 1 одиницю додаткової продукції у грошовому виразі та додаткового обсягу випуску продукції у натуральному виразі

** Оптова ціна 1 одиниці додаткової продукції визначається за повною собівартістю з відсотками за кредит за формулою:

$$\begin{aligned} & \text{Оптова ціна 1 одиниці додаткової продукції} = \\ & = \text{Повна собівартість з відсотками за кредитом} * \left(1 + \frac{\text{Відсоток рентабельності}}{100\%}\right) \end{aligned} \quad (3.5)$$

За комбінованим вартісно-ринковим методом ціноутворення визначено, що з метою забезпечення конкурентоздатності нового виду

продукції на ринку рентабельність продукції складає 100% від собівартості додаткового обсягу випуску продукції.

Визначимо оптову ціну одиниці продукції без ПДВ за формулою 3.5:

$$\text{Оптова ціна 1 т} = 76338,33 * 2,4 = 183212,00 \text{ грн.}$$

3.3. Розрахунок грошових потоків від проєкту

Потреба в оборотних коштах визначається за формулою:

$$\Delta \text{Об.К} = \Delta \text{СВ} / \text{Коб.Об.К} \quad (3.6)$$

$\Delta \text{СВ}$ – зміна повної собівартості продукції з урахуванням відсотків за кредитом в результаті реалізації проєкту, грош. од.;

Коб.Об.К – коефіцієнт оборотності оборотних коштів періоду, що передує періоду, який планується.

Визначимо величину інвестицій у проєкт (відтік коштів), які будуть спрямовані на поповнення оборотних коштів підприємства за формулою 3.6.

$$\Delta \text{Об.К} = 3816,92 \text{ тис. грн} / 0,73 \text{ об.} = 5212,53 \text{ тис. грн.}$$

Для розрахунку формування грошового потоку від інвестиційної діяльності складемо таблицю 3.6.

Таблиця 3.6

Формування операційного грошового потоку від проєкту (приплив коштів), тис. грн

Склад грошового потоку	Період реалізації проєкту, роки	
	0	1
<i>Зміна поточних витрат, у т. ч.:</i>		
Матеріальні витрати всього	2449,00	2449,00
в тому числі		
<i>Зміна витрат на сировину</i>	2269,76	2269,76
<i>Зміна витрат на тару та допоміжні матеріали</i>	138,75	138,75
<i>Зміна витрат на енергоресурси</i>	40,50	40,50
Зміна витрат на оплату праці	21,09	21,09
Зміна єдиного соціального внеску	4,64	4,64

Склад грошового потоку	Період реалізації проєкту, роки	
	0	1
Зміни амортизації	0,00	0,00
Зміна інших витрат усього *	1342,19	1342,19
Усього Збільшення поточних витрат	3816,92	3816,92
Обсяг виробленої продукції, т	50,00	50,00
Ціна одиниці продукції, тис. грн	183,212	183,21
Збільшення суми чистого доходу **	9160,60	9160,60
Збільшення прибутку до оподаткування	5343,68	5343,68
Збільшення податку на прибуток	961,86	961,86
Збільшення чистого прибутку	4381,82	4381,82
Амортизаційні відрахування від проєкту	0,00	0,00
Грошовий потік від проєкту	4381,82	4381,82

* Дорівнює сумі Витрат на збут та Відсотків за кредитом

** Дорівнює річному обсягу продукції в оптових цінах без ПДВ та акцизного збору, який визначається за формулою 3.7

Приріст обсягу виробництва продукції у вартісному виразі (ΔOB) в результаті реалізації проєкту визначається на основі даних про обсяг додаткового випуску продукції у натуральному виразі та оптову ціну за одиницю продукції без ПДВ та акцизного збору:

$$\Delta OB = \sum \Delta V_i * C_i, \quad (3.7)$$

де ΔV_i – збільшення випуску i -го виду продукції, нат. од.,

C_i – ціна i -го виду продукції, грошових одиниць.

$$\Delta OB (\text{Чистий дохід}) = 50 \text{ т} * 183,212 \text{ тис. грн} = 9160,60 \text{ тис. грн}$$

3.4. Оцінка економічної ефективності інвестиційного проєкту з виробництва нового продукту

Виробництво нового продукту на ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» приведе до збільшення собівартості продукції на 3816,92 тис. грн, тому потребує додаткового інвестування в оборотні кошти 5212,53 тис. грн.

За результатами розрахунків, наведених в таблиці 3.6, річний приріст чистого прибутку за рахунок виробництва та реалізації додаткового обсягу

продукції складе 4381,82 тис. грн. У зв'язку з тим, що амортизація на додатковий обсяг продукції не нараховується, грошовий потік дорівнює чистому прибутку.

Оцінку економічної ефективності проекту з впровадження нового продукту проведемо за наступною моделлю.

Середньозважена вартість капіталу (СВК) підприємства розраховується за формулою:

$$СВК = Ц_{ПК} \cdot Д_{ПК} + Ц_{ВК} \cdot Д_{ВК}, \quad (3.8)$$

де $Ц_{ПК}$ – ціна кожного виду позикового капіталу, %;

$Д_{ПК}$ – частка кожного виду позикового капіталу в проекті;

$Ц_{ВК}$ – ціна кожного виду власного капіталу, %;

$Д_{ВК}$ – частка кожного виду власного капіталу в проекті.

Для оцінки ефективності інвестиційних проектів і розрахунку показників їх інвестиційної привабливості використовують наступні показники:

- Чистий дохід (ЧД);
- Чистий приведений (дисконтований) дохід (NPV);
- Внутрішня норма прибутковості (IRR);
- Індекс дохідності (ІД);
- Період окупності (ПО);
- Рентабельність інвестицій (Ri);

ЧД і NPV характеризують перевищення сумарних грошових надходжень над сумарними витратами для даного проекту, відповідно без урахування і з урахуванням нерівноцінності ефектів, що відносяться до різних моментів часу.

Різницю між ЧД та NPV називають дисконтом проекту.

ЧД характеризує накопичений ефект за розрахунковий період: сальдо операційного грошового потоку, який формується в процесі реалізації проекту та грошового потоку від інвестиційної діяльності:

$$\text{ЧД} = \text{ГП} - \text{ІК}, \quad (3.9)$$

де ГП – сальдо операційного грошового потоку від проєкту;

ІК – сума інвестованих у проєкт коштів.

NPV – різниця між сумою грошового потоку, приведеного до теперішньої вартості шляхом дисконтування ($\sum \text{ЧГП}$), і сумою інвестованих у проєкт коштів (ІВ), приведених до теперішньої вартості через дисконтування ($\sum \text{ЧІ}$).

$$\text{NPV} = \sum \text{ЧГП} - \sum \text{ЧІ}, \quad (3.10)$$

де $\sum \text{ЧГП}$ – сума чистого грошового потоку від проєкту у теперішній вартості, грошових одиниць;

$\sum \text{ЧІ}$ – сума чистої (приведеної) вартості інвестованих у проєкт коштів (чисті інвестиції), грошових одиниць.

Таким чином, усі грошові потоки від інвестування та інвестиції приводяться до періоду початку вкладення коштів. У разі, якщо процес інвестування здійснюється протягом одного року, то $\text{ІВ} = \text{ЧІ}$.

Для визнання проєкту ефективним з точки зору інвестора NPV проєкту повинен бути позитивним.

Внутрішня норма прибутковості (IRR) – характеризує ту вартість інвестованого капіталу (ставку дисконту), при якій Чистий приведений дохід дорівнює нулю ($\text{NPV} = 0$). Тобто – це максимальна вартість грошей, які може залучити інвестор для фінансування інвестиційного проєкту.

Для оцінки ефективності проєкту значення IRR необхідно зіставити зі ставкою дисконту. Якщо значення IRR перевищує ставку дисконту (середньозважену вартість капіталу), то проєкт є інвестиційно привабливим і рекомендується до реалізації.

Для визначення IRR на практиці вибирають дві ставки дисконтування $d_1 < d_2$ таким чином, щоб в інтервалі (d_1, d_2) функція $\text{NPV} = f(d)$ змінювала своє значення з «+» на «-» чи з «-» на «+». Далі застосовують формулу:

$$IRR = d_1 + \frac{NPV_{d1}}{NPV_{d1} - NPV_{d2}} \cdot (d_2 - d_1), \quad (3.11)$$

де d_1, d_2 – вибрані ставки дисконтування;

NPV_{d1}, NPV_{d2} – чистий приведений дохід проєкту при ставках дисконтування d_1 і d_2 відповідно.

Точність обчислень зворотно пропорційна довжині інтервалу (d_1, d_2).

Індекс доходності (ІД) показує, яку суму приросту приведенного чистого грошового потоку від проєкту дає 1 одиниця коштів, які інвестовано у проєкт. Визначається за формулою:

$$ІД = ЧГП / ЧІ \quad (3.12)$$

Цей показник може бути використаний в якості критерію при оцінці кількох альтернативних інвестиційних проєктів, тому що, чим більше значення ІД, тим вище віддача кожної грошової одиниці, вкладеної в проєкт.

Якщо значення ІД менше 1, проєкт повинний бути відхилений, так як він не принесе бажаний дохід інвестору.

Період окупності (ПО) – період повернення інвестицій. При оцінці ефективності період окупності, як правило, виступає лише у виді обмеження.

Показник періоду окупності визначається за формулою (якщо дохід за роками реалізації проєкту розподілений рівномірно):

$$ПО = ІВ / ГП, \quad (3.13)$$

де $ІВ$ – інвестиційні вкладення в проєкт, грошових одиниць;

$ГП$ – річний грошовий потік підприємства (формула 3), грошових одиниць;

Період окупності з урахуванням дисконтування (ПО_{диск.}) – тривалість періоду від вкладення інвестицій до моменту окупності з урахуванням дисконтування:

$$ПО_{диск.} = ЧП / ЧГП_{1пер}, \quad (3.14)$$

де $ЧГП_{1пер}$ – середня сума приведенного чистого грошового потоку за 1 період – визначається як середньоарифметична величина (при

короткострокових вкладення – за 1 місяць, при довгострокових – за один рік), грошових одиниць

Даний показник характеризує рівень інвестиційних ризиків, які пов'язані з ліквідністю: чим більше період окупності інвестицій, тим вищий рівень інвестиційних ризиків.

Рентабельність інвестицій (P_i) – визначається як відношення чистого приведенного прибутку від проєкту до приведеної суми інвестиційних вкладень, яке виражено у відсотках:

$$P_i = \text{ЧППсер.} / \text{ЧП} * 100, \quad (3.15)$$

де ЧППсер. – усереднений чистий приведений прибуток від проєкту, грошових одиниць

В таблиці 3.7 представлена оцінка економічної ефективності проєкту з впровадження нового продукту.

Таблиця 3.7

**Розрахунок показників економічної ефективності проєкту
з виробництва нового продукту**

Показники	Період реалізації проєкту, роки		Усього
	0	1	
ІС, сума інвестованих у проєкт коштів, тис. грн	5213		5213
ЧІ, чиста (приведена) вартість інвестованих у проєкт коштів, тис. грн	5213		5213
Грошовий потік від проєкту, тис. грн	4382	4382	8764
Середньозважена вартість капіталу (СВК), %			
Коефіцієнт дисконтування	1,00	0,76	
Дисконтований грошовий потік у році, тис. грн	4382	3320	7701
Дисконтований грошовий потік наростаючим підсумком, тис. грн	4382	7701	7701
Приріст дисконтованого чистого прибутку від проєкту, тис. грн	4382	3320	7701
Чистий дохід (ЧД), тис. грн	8764 - 5213 =		3551
Чистий приведений дохід (NPV), тис. грн	7701 - 5213 =		2489
Внутрішня норма доходності (IRR),%	Функція «ВСД»		42%
Індекс доходності (ІД)	7701 / 5213 =		1,48
Період окупності (ПО), роки	5213 / 4382 =		1,19

Показники	Період реалізації проєкту, роки		Усього
	0	1	
Період окупності з врахуванням дисконтування (ПОдис.), років	$1 + (7701 - 4382) / 3320 =$		1,25
Рентабельність інвестицій (Ri) за весь період реалізації проєкту, %	$7701 / 5213 / 2 * 100 =$		73,87

Інвестиційна ефективність проєкту з впровадження нового продукту характеризують наступні результати оцінки:

- 1) чистий приведений дохід від проєкту (NPV) становить 2489 тис. грн;
- 2) внутрішня норма прибутковості (IRR) становить 42%, що перевищує середньозважену вартість капіталу (32%);
- 3) індекс доходності дорівнює 1,48;
- 4) інвестиційні кошти для виробництва додаткового обсягу нового продукту окупляться: без врахування дисконтування – за 1,19 року, з врахуванням дисконтування – за 1,25 року;
- 5) річна рентабельність інвестицій становить 73,87%;
- 6) інвестиції в проєкт складають 53,13,00 тис. грн.

Отже проєкт інвестиційно привабливий та економічно ефективний.

Результати оцінки свідчать про економічну ефективність інвестиційного проєкту виробництва додаткового обсягу нового продукту.

3.5. Оцінка впливу запропонованого заходу на основні техніко-економічні показники підприємства

Вплив заходу на основні техніко-економічні показники ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» представлено в таблиці 3.8.

Основні техніко-економічні показники виробничо-господарської діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» до й після впровадження проєкту представлені у таблиці 3.9.

Таблиця 3.8

**Вплив запропонованого заходу на основні техніко-економічні показники
ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»**

№	Найменування заходів	Інвестиції, тис. грн			Зміни показників діяльності підприємства (±)										
		Усього	У тому числі в		Обсяг реалізованої продукції, тис. грн	Собівартість, тис. грн						Прибуток до оподаткування, тис. грн	Чистий прибуток, тис. грн	Чисельність зайнятих, осіб	Строк окупності інвестицій, роки
			Основні фонди (нематеріальні активи)	оборотні кошти		Усього	у тому числі:								
					Матеріальні витрати	Витрати на оплату праці	Відрахування на соціальні заходи	Амортизація основних фондів (нематеріальних активів)	Інші операційні витрати						
1.	Виробництво нового продукту «Халва шоколадно-ванільна»	5213		5213	9161	3817	2449	21	5	-	1342	5344	4382	-	1,19

Таблиця 3.9

Основні техніко-економічні показники виробничо-господарської діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» до й після впровадження інноваційного проєкту

Показники	Наступний рік	Проект	Відхилення (±)	
			абс.	відн.
1. Середньорічна виробнича потужність, тонн	500	500	0	0,00
2. Фактично вироблено продукції, тонн	128	178	50	39,06
3. Коефіцієнт використання виробничої потужності, частки	0,26	0,36	0,10	-
4. Обсяг виробленої промислової продукції (без ПДВ, акцизу), тис. грн	18748	27909	9161	48,86
– у діючих цінах				
– у порівнянних цінах	17132	26293	9161	53,47
5. Обсяг реалізованої продукції в діючих оптових цінах (без ПДВ, акцизу), тис. грн	18748	27909	9161	48,86
6. Середньорічна вартість основних фондів основного виду діяльності, тис. грн	20770	20770	0	0
7. Фондовіддача по продукції, грн	0,825	1,266	0,441	53,471
8. Середній залишок оборотних коштів, тис. грн	25603	30816	5213	20,36
9. Коефіцієнт оборотності оборотних коштів, частки	0,73	0,91	0,17	23,68
10. Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу, осіб	20	20	0	0,00
11. Середньорічний виробіток одного працівника, грн/грн	857	1315	458,03	53,47
12. Операційні витрати на виробництво продукції, тис. грн., у тому числі:	16495	20312	3817	23,14
– матеріальні витрати	13733	16182	2449	17,83
– витрати на оплату праці	675	696	21	3,13
– відрахування на соціальні заходи	137	142	5	3,39
– амортизація	467	467	0	0,00
– інші операційні витрати	1483	2825	1342	90,51
13. Витрати на 1 грн. продукції, грн/грн	0,880	0,728	-0,152	-17,28
14. Матеріалоємність продукції, грн/грн	0,733	0,580	-0,153	-20,84
15. Повна собівартість реалізованої продукції, тис. грн	16495	20312	3817	23,14
16. Фінансовий результат від операційної діяльності, тис. грн	228	5572	5344	2343,72
17. Чистий прибуток, тис. грн	193	4575	4382	2270,37
18. Рентабельність капіталу, %	0,42	8,87	8,45	-
19. Рентабельність продукції, %	1,17	22,52	21,35	-

Як видно з таблиці 3.9, в результаті впровадження інвестиційного проекту чистий прибуток підприємства в проектному році збільшиться на 4382 тис. грн або 2270% у порівнянні зі наступним роком, при цьому виручка від реалізації продукції збільшиться на 48,86%, а собівартість реалізованої продукції – на 23,14%, тобто темпи зростання виручки від реалізації будуть випереджати темпи зростання собівартості, що є позитивним. Це приведе до зниження витрат на 1 грн продукції та матеріалоемності на 17,28% та 20,84% відповідно.

У зв'язку із цими змінами в проектному році збільшиться значення показників рентабельності: на 8,45% – рентабельність капіталу, та на 21,35% – рентабельність продукції.

Також в проектному році збільшаться показники: фондоддача – на 0,441 грн/грн; коефіцієнт оборотності оборотних коштів – на 0,17; середньорічний виробіток одного працівника – на 53,47%.

Таким чином в проектному році підвищиться ефективність роботи підприємства в цілому.

Тобто реалізація інвестиційного проекту з впровадження нової технології приведе до позитивних змін у господарській діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика».

Висновки за розділом 3

Обґрунтованою стратегією підвищення прибутковості є впровадження нової технології.

Маркетинговий аналіз ринку показав, що ринок халви не є насиченим, тому забезпечить попит на новий вид продукції «Халва шоколадно-ванільна» виробництва ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика».

Інвестиційна ефективність проекту з впровадження нового продукту характеризують наступні результати оцінки:

- 1) чистий приведений дохід від проекту (NPV) становить 2489 тис. грн;

2) внутрішня норма прибутковості (IRR) становить 42%, що перевищує середньозважену вартість капіталу (32%);

3) індекс доходності дорівнює 1,48;

4) інвестиційні кошти для виробництва додаткового обсягу нового продукту окупляться: без врахування дисконтування – за 1,19 року, з урахуванням дисконтування – за 1,25 року;

5) річна рентабельність інвестицій становить 73,87%;

6) інвестиції в проєкт складають 53,13,00 тис. грн.

Отже проєкт інвестиційно привабливий та економічно ефективний.

Аналіз виробничо-господарської діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» показав, що в результаті впровадження інвестиційного проєкту чистий прибуток підприємства в проєктному році збільшиться на 4382 тис. грн або 2270% у порівнянні зі наступним роком, при цьому виручка від реалізації продукції збільшиться на 48,86%, а собівартість реалізованої продукції – на 23,14%, тобто темпи зростання виручки від реалізації будуть випереджати темпи зростання собівартості, що є позитивним. Це приведе до зниження витрат на 1 грн продукції та матеріалоемності на 17,28% та 20,84% відповідно.

У зв'язку із цими змінами в проєктному році збільшиться значення показників рентабельності: на 8,45% – рентабельність капіталу, та на 21,35% – рентабельність продукції.

Також в проєктному році збільшаться показники: фондівдача – на 0,441 грн/грн; коефіцієнт оборотності оборотних коштів – на 0,17; середньорічний виробіток одного працівника – на 53,47%.

Таким чином в проєктному році підвищиться ефективність роботи підприємства в цілому. Тобто реалізація інвестиційного проєкту з впровадження нової технології приведе до позитивних змін у господарській діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика».

Таким чином в проєктному році підвищиться ефективність роботи підприємства в цілому, так як за рахунок виробництва інноваційного

конкурентоспроможного продукту підвищиться конкурентоспроможність підприємства.

Результати інвестиційного аналізу свідчать про економічну ефективність і господарську доцільність проекту «Виробництво нового продукту «Халва шоколадно-ванільна». Тобто мета роботи досягнена: визначено ефективну стратегію прибутковості для ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика», а саме: стратегію збільшення обсягу виробництва.

ВИСНОВКИ

Отже, було встановлено, що прибуток, рентабельність і прибутковість є взаємопов'язаними показниками, які разом дають повне уявлення про ефективність діяльності підприємства. Вони є ключовими показниками ефективності діяльності підприємства.

Прибуток характеризує фінансовий результат діяльності, рентабельність – її ефективність: ефективність використання ресурсів, а прибутковість – загальну здатність підприємства генерувати дохід.

Їх комплексне використання дозволяє приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати стабільний розвиток підприємства.

У сучасних умовах особливо важливо аналізувати ці показники комплексно, оскільки це дозволяє підвищити ефективність управління підприємством та забезпечити його стабільний розвиток.

Методи оцінки прибутковості виступають основою для обґрунтування стратегій підприємства.

Комплексне використання різних методів дозволяє:

- підвищити точність оцінки;
- знизити ризики прийняття рішень.

Методи оцінки прибутковості є важливим інструментом управління підприємством.

Їх використання дозволяє не лише оцінити поточний стан підприємства, а й обґрунтувати ефективні стратегії та забезпечити стабільний розвиток підприємства.

Таким чином, оцінка прибутковості є важливою основою розробки стратегій забезпечення ефективного розвитку підприємства.

Отже, оцінка прибутковості є важливим етапом управління підприємством.

Саме вона виступає основою для формування стратегій, що забезпечують стабільний розвиток у довгостроковій перспективі.

Прибуток, рентабельність та прибутковість є ключовими економічними категоріями, які характеризують ефективність діяльності підприємства. Оцінка прибутковості дозволяє визначити рівень ефективності використання ресурсів та обґрунтувати напрями розвитку підприємства.

Отже, стратегія прибутковості – це не просто теорія, а реальний інструмент управління підприємством. Правильно обраний підхід дозволяє не лише отримувати прибуток, а й забезпечувати стабільний розвиток.

Ефективне обґрунтування стратегій прибутковості базується на комплексному аналізі та використанні системного й алгоритмічного підходів.

Формування стратегії прибутковості є важливим елементом стратегічного управління підприємством. Ефективне обґрунтування стратегій забезпечує підвищення конкурентоспроможності, фінансової стійкості та стабільного розвитку підприємства в умовах ринкової економіки.

Приватне акціонерне товариство «Рівненська кондитерська фабрика» спеціалізується на виробництві какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів.

За результатами фінансово-економічного аналізу можна зробити наступні висновки. У ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» у наступному році в порівнянні з попереднім роком зменшився фактичний випуск продукції на 67 тони (34,36%) при незмінній величині виробничої потужності – 500 тон на рік.

Виробнича потужність використовується даним підприємством у попередньому на 39% році та в наступному році – на 26%.

Обсяг виробленої продукції у діючих оптових цінах ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» та чистий дохід від реалізації продукції у наступному році зменшився на 20,12%. Це свідчить про те, що попит на продукцію підприємства скорочується, відбулося збільшення цін на продукцію та спостерігаються тенденції щодо структурних змін у бік випуску більш дорогої продукції.

Показник фондівдачі зменшився з 1,706 грн/грн до 0,825 грн/грн на

0,88 грн (51,66%) та знаходиться на низькому рівні. Коефіцієнт оборотності оборотних коштів також зменшився на 0,32 обороту (30,62%) та має низьке значення для кондитерської галузі. Це свідчить про те, що ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» неефективно використовує вкладення в основний та оборотний капітали.

У наступному році у ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» збільшилася середньооблікова чисельність штатних працівників на 5 осіб, при цьому продуктивність праці зменшилася на 82,20 тис. грн на 1 працівника або на 8,76%. На фоні зменшення обсягу виробництва продукції на 20,12% та суттєвого збільшення фонду оплати праці (207,22%) це недоцільні негативні зміни, які свідчать про неефективне використання фонду оплати праці.

Операційні витрати ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» на тлі зменшення обсягу виробництва зменшилися у наступному році в порівнянні з попереднім роком на 19,63%. Темп скорочення операційних витрат є меншим за темп скорочення обсягу виробленої продукції у діючих цінах (20,12%). Це сприяло збільшенню витрат на 1 грн виробленої продукції на 0,5 копійки. Витрати на 1 гривню виробленої продукції у наступному році склали 0,880 грн.

Діяльність підприємства за два роки є прибутковою. Збільшення витрат на 1 гривню привело до зниження фінансового результату на 2341,00 тис. грн. У наступному році сума чистого прибутку зменшилася на 1914,00 тис. грн та становить 193,00 тис. грн навпроти чистого прибутку в попередньому році 2107,00 тис. грн. Загалом ефективність діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» знаходиться на низькому рівні, за усіма показниками спостерігається тенденція до погіршення. Для підвищення ефективності діяльності підприємства необхідно вжиття організаційно-економічних заходів, особливо в сферах виробництва, продуктивності праці та її оплати, які дозволять повернути ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» до спрямованості на підвищення економічної ефективності її господарської

діяльності.

Аналіз кондитерського ринку України показав наступне.

Основні тенденції попиту на кондитерські вироби включають таке.

1. Функціональність.
2. Індульгенція (релакс-смакування).
3. Преміалізація.
4. Інновації смаку.
5. Сезонні свята.

До ключових тенденцій у кондитерській сфері можна віднести наступне.

1. Глобальний ринок кондитерських виробів оцінюється у 619,25 млрд. дол. США із середньорічним приростом 5,47%.
2. Провідні світові бренди кондитерської індустрії стимулюють повторні покупки: 51% споживачів обирають улюблені продукти.
3. Ціна стала головним фактором вибору солодошів, випередивши навіть «настрій».
4. Акційні пропозиції збільшують продажі, особливо у сегменті подарунків та сезонного споживання.
5. Солодоші формату better-for-you (темний шоколад, органічні продукти, знижений вміст цукру) стають дедалі популярнішими.

Обґрунтованою стратегією підвищення прибутковості є впровадження нової технології.

Маркетинговий аналіз ринку показав, що ринок халви не є насиченим, тому забезпечить попит на новий вид продукції «Халва шоколадно-ванільна» виробництва ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика».

Інвестиційна ефективність проєкту з впровадження нового продукту характеризують наступні результати оцінки:

- 1) чистий приведений дохід від проєкту (NPV) становить 2489 тис. грн;
- 2) внутрішня норма прибутковості (IRR) становить 42%, що перевищує середньозважену вартість капіталу (32%);

3) індекс доходності дорівнює 1,48;

4) інвестиційні кошти для виробництва додаткового обсягу нового продукту окупляться: без врахування дисконтування – за 1,19 року, з урахуванням дисконтування – за 1,25 року;

5) річна рентабельність інвестицій становить 73,87%;

6) інвестиції в проєкт складають 53,13,00 тис. грн.

Отже проєкт інвестиційно привабливий та економічно ефективний.

Аналіз виробничо-господарської діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» показав, що в результаті впровадження інвестиційного проєкту чистий прибуток підприємства в проєктному році збільшиться на 4382 тис. грн або 2270% у порівнянні зі наступним роком, при цьому виручка від реалізації продукції збільшиться на 48,86%, а собівартість реалізованої продукції – на 23,14%, тобто темпи зростання виручки від реалізації будуть випереджати темпи зростання собівартості, що є позитивним. Це приведе до зниження витрат на 1 грн продукції та матеріалоемності на 17,28% та 20,84% відповідно.

У зв'язку із цими змінами в проєктному році збільшиться значення показників рентабельності: на 8,45% – рентабельність капіталу, та на 21,35% – рентабельність продукції.

Також в проєктному році збільшаться показники: фондівіддача – на 0,441 грн/грн; коефіцієнт оборотності оборотних коштів – на 0,17; середньорічний виробіток одного працівника – на 53,47%.

Таким чином в проєктному році підвищиться ефективність роботи підприємства в цілому. Тобто реалізація інвестиційного проєкту з впровадження нової технології приведе до позитивних змін у господарській діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика».

Таким чином в проєктному році підвищиться ефективність роботи підприємства в цілому, так як за рахунок виробництва інноваційного конкурентоспроможного продукту підвищиться конкурентоспроможність підприємства.

Результати інвестиційного аналізу свідчать про економічну ефективність і господарську доцільність проекту «Виробництво нового продукту «Халва шоколадно-ванільна». Тобто мета роботи досягнена: обґрунтовано ефективну стратегію прибутковості для ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика», а саме: стратегію збільшення обсягу виробництва.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бланк І. О. Управління прибутком підприємства : підручник. Київ : Ніка-Центр, 2019. 544 с.
2. Осовська Г. В. Економіка підприємства : підручник. Київ : Кондор, 2022. 720 с.
3. Шегда А. В. Економіка підприємства : навч. посіб. Київ : Знання, 2022. 450 с.
4. Поддєрьогін А. М., Білик М. Д., Буряк Л. Д. Фінанси підприємств : підручник. 9-те вид. Київ : КНЕУ, 2018. 519 с.
5. Терещенко О. О. Фінансова діяльність підприємства : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2023. 420 с.
6. Іванілов О. С. Економіка підприємства : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 728 с.
7. Ковальчук І. В. Економіка підприємства : навч. посіб. Київ : Знання, 2019. 679 с.
8. Економіка підприємства : підручник / за ред. С. Ф. Покропивного. Київ : КНЕУ, 2018. 528 с.
9. Мних Є. В. Економічний аналіз : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 630 с.
10. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства : навчальний посібник. Київ : Знання, 2019. 654 с.
11. Ткаченко Н. М. Бухгалтерський фінансовий облік, оподаткування і звітність : підручник. 8-ме вид. Київ : Алерта, 2020. 926 с.
12. Дяченко Ю.В., Марченко І.М. Взаємозв'язок категорій «прибуток», «прибутковість» та «рентабельність» у сучасній економічній теорії. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. № 6. Т. 1. С. 138–144.
13. Наконечна Н., Градюк Н. Прибутковість як ключова характеристика забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства. *Innovation and Sustainability*. 2024. № 2. С. 69–75.

14. Новіченко Л. Аналіз показників рентабельності підприємства: теоретичні та прикладні аспекти. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*. 2021. Т. 298, № 5(2). С. 258–263.
15. Музиченко А. Методичні підходи до аналізу прибутку та рентабельності підприємств агробізнесу. *Економіка та суспільство*. 2026. № 83. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/7573?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 12.02.2026)
16. Білик М. Д. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2019. 592 с.
17. Мартиненко В., Григоренко О. Аналітична характеристика процесу управління прибутковістю підприємства в сучасних умовах. *Економіка та суспільство*. 2023. № 57. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3202?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 12.02.2026)
18. Мочерний С. В. Економічна теорія : підручник. Київ : Академія, 2018. 856 с.
19. Ковальчук І.В., Романюк Т.П. Теоретичні підходи до визначення сутності прибутковості та рентабельності підприємства. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2022. Вип. 2 (60). С. 45–51.
20. Кириченко О.А., Левченко В.П. Рентабельність як індикатор ефективності діяльності суб'єктів господарювання. *Економіка і держава*. 2024. № 2. С. 52–58.
21. Шевченко Л.С., Петренко А.В. Економічна сутність прибутку та його роль у розвитку підприємства. *Причорноморські економічні студії*. 2021. Вип. 68. С. 97–103.
22. Бойчик І. М. Економіка підприємства : навч. посіб. Київ : Атіка, 2018. 528 с.
23. Круш П. В. Економіка підприємства : навч. посіб. Київ : Каравела, 2018. 416 с.

24. Ткачук В. Методи визначення норми прибутку як основного компоненту проектного аналізу діяльності підприємства. *Економіка та суспільство*. 2023. № 49. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2314?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 18.02.2026)
25. Дяченко Ю.В., Марченко І.М. Взаємозв'язок категорій «прибуток», «прибутковість» та «рентабельність» у сучасній економічній теорії. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. № 6. Т. 1. С. 138–144.
26. Портер М. Конкурентна стратегія : методика аналізу галузей і діяльності конкурентів. Київ : Основи, 2018. 390 с.
27. Мних О.Б., Савіцька Н.В. Прибуток підприємства як основний показник ефективності господарської діяльності. *Економіка та суспільство*. 2023. № 54. С. 112–118.
28. Бондаренко С.М., Гончаренко О.В. Аналіз показників рентабельності в системі оцінювання фінансових результатів підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2023. № 72. С. 85–90.
29. Череп А. В. Управління прибутковістю підприємства в сучасних умовах. *Вісник економічної науки України*. 2021. № 2. С. 145–151.
30. Коваленко О. В. Аналіз рентабельності підприємства як інструмент оцінки ефективності діяльності. *Економіка та держава*. 2022. № 5. С. 78–84.
31. Мелень О.В., Холондач Ю.Ю. Актуальні питання прибутковості підприємства та шляхи її збільшення. *Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ»*: зб. наук. пр. темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. Харків : НТУ «ХПІ». 2015. №25. С. 123 – 126.
32. Гайбура Ю. А. Методичні підходи щодо оцінки і прогнозування прибутковості підприємства. *Подільський вісник: сільське господарство, техніка, економіка*. 2023. № 38. С. 128–134.
33. Іванченко Т. В. Методи оцінки прибутковості підприємств. *Економіка і суспільство*. 2023. № 51. С. 120–126.

34. Ткачук Н., Василенко К. Теоретичні аспекти комплексної оцінки результатів діяльності підприємства. *Економіка та суспільство*. 2025. Вип. 71. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5593?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 22.02.2026)
35. Кошельок Г., Міндова О., Чернишова Л. Факторний аналіз рентабельності виробництва торговельних підприємств. *Економіка та суспільство*. 2023. № 47. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2124?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 22.02.2026)
36. Сич О., Мельничук Д. Оцінка фінансової стійкості та її впливу на прибутковість підприємства в умовах валютних ризиків. *Фінансовий простір*. 2026. № 1(59). С. 73–86.
37. Августин Р. Р., Демків І. О. Стратегічне управління прибутком як інструмент забезпечення економічної безпеки підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2022. № 5(1). С. 123–128.
38. Боденчук Л. В., Боденчук С. Г., Нідельчу В. М. Формування системи управління прибутком підприємства. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 50. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2383?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 22.02.2026)
39. Котвицька Н. В., Стародубов І. С., Куриленко О. В. Методологія управління прибутком підприємств у контексті бюджетно-податкової політики України. *Економіка та суспільство*. 2025. Вип. 71. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5452?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 22.02.2026)
40. Глушенкова А. А., Ромашов І. М. Управління прибутком підприємства. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2020. № 4. С. 53–57.

41. Ларіонова К. В., Капінос Г. І. Механізм управління прибутком підприємства. *Modeling the Development of the Economic Systems*. 2022. № 3. С. 94–100.

42. Андрусь О. І., Пятаченко С. Ю. Фактори та система формування прибутковості підприємства. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка*. 2022. № 2(60). С. 105–112.

43. Кушик І. Л., Мартиненко В. П. Управління процесом формування прибутковості на підприємстві. *Актуальні проблеми економіки та управління*. 2017. № 11. URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/4f1d4f7d-822f-4da4-8325-4ae92da9b84c/content> (дата звернення: 28.02.2026)

44. Акулюшина М. О., Лук'янчук О. М., Кедік В. В. Сутність прибутку та його формування для підприємств у сучасних умовах: стратегічний аспект. *Економіка та суспільство*. 2025. Вип. 80. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/6859?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 01.03.2026)

45. Хільман А. О. Концептуальні засади побудови організаційно-економічного механізму забезпечення прибутковості підприємств у сфері інформаційних технологій та медіа. *Економіка та суспільство*. 2025. Вип. 72. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5787?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 12.03.2026)

46. ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» 00382214. Youcontrol.com: веб-сайт. URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/00382214/ (дата звернення 01.04.2026)

47. Приватне акціонерне товариство «Рівненська кондитерська фабрика». URL: <https://clarity-project.info/smida/00382214?year=2020> (дата звернення 01.04.2026)

48. TOP-1000 компаній України. Рейтинг компаній галузі «Харчова промисловість» (підгалузь «Виробництво кондитерських виробів»). URL: <https://top-1000.com.ua/ratings/year-2024/sector-5/sub-sector-24> (дата звернення 12.03.2026).

49. Статистична інформація. *Державна служба статистики України*: веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 12.03.2026).

50. Українські кондитери експортували \$660 млн продукції за дев'ять місяців 2025 року. 30 жовтня 2025. URL: <https://delo.ua/news/ukrayinski-konditeri-eksportovali-660-mln-produkciyi-za-9-misyaciv-2025-roku-454600/> (дата звернення 18.03.2026).

51. Торговельний баланс кондитерської галузі України позитивний, торговельна угода з ЄС є шансом вижити для кондитерів – «Укркондпром». Агентство «Інтерфакс-Україна». Економіка. 10.2025. URL: <https://interfax.com.ua/news/economic/1116809.html> (дата звернення 18.03.2026).

52. Веркуш Д. Аналіз та тенденції розвитку підприємств кондитерської галузі в Україні. *Development service industry management*. 2026. С. 29-37

53. ТОП 5 кондитерських трендів осінь-зима 2025. ТОВ «КАКАОМІЛ»: веб-сайт. URL: https://cacaomill.com.ua/blog/top-5-konditerskikh-trendiv-osin-zima-2025_ (дата звернення 18.03.2026).

54. Головні кондитерські тенденції, що стимулюють продажі. ТОВ «КАКАОМІЛ»: веб-сайт. URL: <https://cacaomill.com.ua/blog/holovni-kondyterski-tendentsii-shcho-stymuliuiut-prodazhi> (дата звернення 18.03.2026).

55. Чмут А.В. Маркетингові засади підвищення ефективності функціонування підприємств кондитерської галузі. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Випуск 53. 2024. С. 39-44.

56. Ткач С. Чим корисна халва: секрети східної солодкості для здоров'я. 28.04.2026. Ваш вісник: веб-сайт. URL: <https://visnyk-nanu.org.ua/chym-korysna-halva-sekrety-shidnoyi-solodkosti-dlya-zdorovyua/> (дата звернення 01.05.2026)

Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет

ННІ економіки, управління і бізнесу ім. Г.Е. Вейнштейна
Кафедра національної та міжнародної економіки
Ступінь вищої освіти – перший (бакалавр)
Спеціальність 051 «Економіка»
Освітня програма «Економіка підприємства»



ДОДАТКИ
ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА

на тему: *«Обґрунтування стратегії підвищення прибутковості діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»*

Здобувачки _____ Турчанінової А.К.

Керівник _____ доцент Фрум О.Л.

ДОДАТОК А

МЕТА, ЗАВДАННЯ ОБ'ЄКТ І ПРЕДМЕТ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Метою виконання кваліфікаційної роботи є обґрунтування стратегії підвищення прибутковості діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» та розробка рекомендацій щодо покращення фінансово-економічних результатів підприємства.

Завданнями роботи передбачено:

- дослідити теоретичні основи формування прибутковості підприємства;
- визначити сутність та особливості стратегій підвищення прибутковості;
- провести аналіз фінансово-економічної діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»;
- оцінити рівень прибутковості та рентабельності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»;
- обґрунтувати напрями підвищення прибутковості діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»;
- оцінити економічну ефективність запропонованого заходу.

Об'єктом аналізу, узагальнень і дослідження є процеси формування прибутку та управління прибутковістю підприємства.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні аспекти обґрунтування стратегії підвищення прибутковості діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика».

ДОДАТОК Б
МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ ПОНЯТЬ
«ПРИБУТОК», «ПРИБУТКОВІСТЬ» ТА «РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ»

Таблиця 1

Узагальнення взаємозв'язку понять «прибуток», «прибутковість» та «рентабельність»

Поняття	Характеристика	Взаємозв'язок
Прибуток	Абсолютний показник	Є базою для оцінки прибутковості та розрахунку рентабельності
Рентабельність	Відносний показник ефективності	Показує рівень прибутку щодо витрат, активів або капіталу
Прибутковість	Загальна здатність отримувати прибуток	Характеризує потенціал підприємства щодо формування прибутку

* Джерело: складено автором

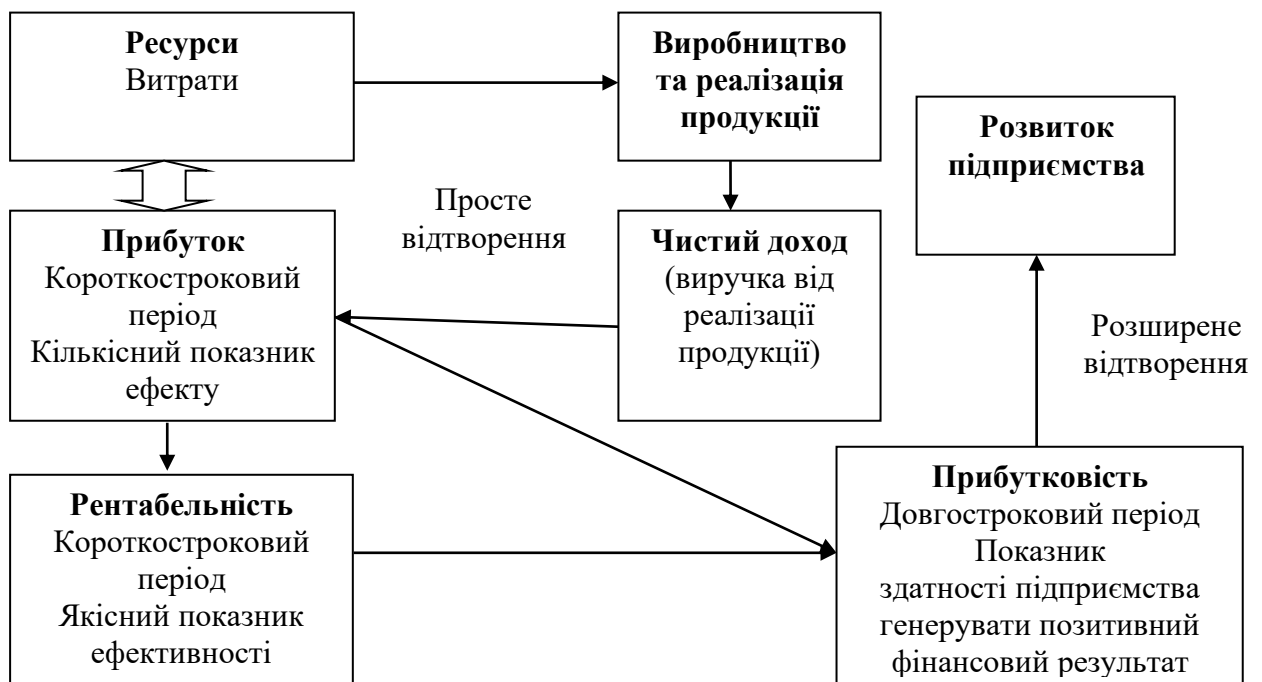


Рис. 1. Взаємозв'язок понять «прибуток», «прибутковість» та «рентабельність»*

* Джерело: власна розробка автора

ДОДАТОК В
ХАРАКТЕРИСТИКИ СТРАТЕГІЙ ПРИБУТКОВОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА ТА ВИДИ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ

Таблиця 2

Визначення стратегічних альтернатив

Стратегія	Коли обирається?	Основні інструменти
Мінімізація витрат	Ринок насичений, конкуренція жорстка, покупці чутливі до ціни.	Автоматизація, скорочення витрат, оптимізація штату, дешева сировина.
Максимізація доходів	Ринок зростає або компанія має унікальний продукт.	Підвищення цін (якщо бренд сильний), вихід на нові ринки, маркетинг.
Диференціація та оптимізація	Компанія має широкий асортимент.	Закриття нерентабельних напрямів, фокус на преміум-сегменті з високою маржею.

*Джерело: складено автором на основі [35]

	Особлива увага мінімізації витрат	Особлива увага диференціації
Широкі цільові сегменти	ЛІДЕРСТВО	
	1. Лідерство в мінімізації витрат	2. Диференціація
МАСШТАБ КОНКУРЕНЦІЇ	ФОКУСУВАННЯ	
Вузькі цільові сегменти	3а. Фокусування на зниження витрат (цін)	3б. Фокусування на диференціації продукції

Рис. 2. Чотири основні конкурентні стратегії підприємства*

*Джерело: складено автором за М.Портером

ДОДАТОК Г
ДИНАМІКА ТРЕНДУ ОБСЯГІВ ПРОДУКЦІЇ КОНДИТЕРСЬКІЙ
ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Таблиця 3

Індекс промислової продукції та темпи змін (приросту) обсягів продукції
кондитерській галузі України (2015-2025 рр.)*

Рік	Індекс промислової продукції (% до попереднього року)	Темп змін (приросту), %	Коментар до тренду
2015	78,5	-21,5	Значне скорочення промислового виробництва внаслідок втрати частини виробничих потужностей та традиційних ринків збуту.
2016	98,2	-1,8	Уповільнення темпів спаду та стабілізація промислової діяльності.
2017	102,1	+2,1	Початок поступового відновлення промислового виробництва.
2018	98,5	-1,5	Незначне скорочення обсягів виробництва в умовах нестабільного попиту.
2019	97,4	-2,6	Подальше зниження виробничої активності в окремих галузях промисловості.
2020	96,1	-3,9	Негативний вплив пандемії COVID-19 та карантинних обмежень на виробництво і збут продукції.
2021	103,2	+3,2	Відновлення промислового сектору після пандемічної кризи.
2022	74,0	-26,0	Різке падіння виробництва внаслідок повномасштабної війни, руйнування виробничих потужностей та логістичних ланцюгів.
2023	110,0	+10,0	Відновлювальне зростання завдяки адаптації підприємств до умов воєнного часу та частковому відновленню логістики.
2024	105,5	+5,5	Збереження позитивної динаміки виробництва та розширення зовнішніх ринків збуту.
2025	98,3	-1,7	Незначне скорочення промислового виробництва під впливом воєнних ризиків, енергетичних обмежень та дефіциту трудових ресурсів.

*Джерело: складено автором за допомогою штучного інтелекту

ДОДАТОК Д
ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ ПОКАЗНИКИ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ
«РІВНЕНСЬКА КОНДИТЕРСЬКА ФАБРИКА»

Таблиця 4

Основні техніко-економічні показники діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика»

Показник	Попередній рік	Наступний рік	Відхилення	
			абсолютне	відносне
1. Середньорічна виробнича потужність, тонн	500	500	0	0
2. Фактично вироблено продукції, тонн	195	128	-67	-34,36
3. Коефіцієнт використання виробничої потужності, частка	0,39	0,26	-0,13	-
4. Обсяг виробленої продукції (без ПДВ і АЗ):	23470	18748	-4722	-20,12
– у діючих оптових цінах підприємства, тис. грн				
- у порівнянних цінах, тис. грн	23470	17132	-6338	-27,00
5. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	23470	18748	-4722	-20,12
6. Середньорічна вартість основних фондів основного виду діяльності, тис. грн	13755	20770	7015	51,00
7. Фондовіддача, грн/грн	1,706	0,825	-0,88	-51,66
8. Середній залишок оборотних коштів, тис. грн	22237	25603	3367	15,14
9. Коефіцієнт оборотності оборотних коштів, оборотів	1,06	0,73	-0,32	-30,62
10. Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу, осіб	25	20	-5	-20
11. Продуктивність праці, тис. грн /особу	939	857	-82,20	-8,76
12. Операційні витрати на виробництво продукції, тис. грн, у тому числі	20523	16495	-4028	-19,63
- матеріальні витрати	16698	13733	-2964	-17,75
- витрати на оплату праці	220	675	455	207,22
- відрахування на соціальні заходи	51	137	86	166,84
- амортизація	138	467	329	239,49
- інші операційні витрати	3417	1483	-1934	-56,60
13. Витрати на 1 гривню виробленої продукції, грн	0,874	0,880	0,006	0,61
14. Матеріалосмність, грн	0,711	0,733	0,02	2,96
15. Повна собівартість реалізованої продукції, тис. грн	20523	16495	-4028	-19,63
16. Фінансовий результат від операційної діяльності, тис. грн	2569	228	-2341	-91,12
17. Чистий прибуток (збиток), тис. грн	2107	193	-1914	0,09
18. Рентабельність продажів, %	5,85	0,42	-5,44	-
19. Рентабельність продукції, %	10,27	1,17	-9,10	-

ДОДАТОК Е
ВХІДНА ІНФОРМАЦІЯ ДЛЯ РОЗРАХУНКУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО
ПРОЄКТУ ДІЯЛЬНОСТІ ПрАТ «РІВНЕНСЬКА КОНДИТЕРСЬКА
ФАБРИКА»

Таблиця 5

Калькуляція витрат на виробництво та реалізацію продукту «Халва шоколадно-ванільна» та розрахунок повної собівартості за проєктом

№ з/п	Найменування калькуляційних витрат	Витрати на 1 тону, грн	Витрати на весь обсяг додаткової продукції, тис. грн
1	Вартість сировини й основних матеріалів з урахуванням транспортних витрат	45395,10	2269,76
2	Тара, упакування й допоміжні матеріали	2775,00	138,75
3	Паливо й електроенергія на технологічні цілі	809,94	40,50
	Матеріальні витрати всього	48980,04	2449,00
4	Основна й додаткова заробітна плата виробничих робітників	421,77	21,09
5	Відрахування на соціальні заходи	92,79	4,64
	Виробнича собівартість	49494,59	2474,73
6	Витрати на збут	989,89	49,49
	Повна собівартість	50484,49	2524,22
7	Відсотки за кредитом	25853,84	1292,69
	Повна собівартість з відсотками за кредитом	76338,33	3816,92
	Оптова ціна 1 одиниці додаткової продукції, тис. грн		183,212

**Формування операційного грошового потоку від проєкту
(приплив коштів), тис. грн**

Склад грошового потоку	Період реалізації проєкту, роки	
	0	1
<i>Зміна поточних витрат, у т. ч.:</i>		
Матеріальні витрати всього	2449,00	2449,00
в тому числі		
<i>Зміна витрат на сировину</i>	2269,76	2269,76
<i>Зміна витрат на тару та допоміжні матеріали</i>	138,75	138,75
<i>Зміна витрат на енергоресурси</i>	40,50	40,50
Зміна витрат на оплату праці	21,09	21,09
Зміна єдиного соціального внеску	4,64	4,64
Зміни амортизації	0,00	0,00
Зміна інших витрат усього	1342,19	1342,19
Усього Збільшення поточних витрат	3816,92	3816,92
Обсяг виробленої продукції, т	50,00	50,00
Ціна одиниці продукції, тис. грн	183,212	183,21
Збільшення суми чистого доходу	9160,60	9160,60
Збільшення прибутку до оподаткування	5343,68	5343,68
Збільшення податку на прибуток	961,86	961,86
Збільшення чистого прибутку	4381,82	4381,82
Амортизаційні відрахування від проєкту	0,00	0,00
Грошовий потік від проєкту	4381,82	4381,82

ДОДАТОК Є
ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО
ПРОЄКТУ З ВИРОБНИЦТВА НОВОГО ПРОДУКТУ

Таблиця 7

Розрахунок показників економічної ефективності проєкту
з виробництва нового продукту

Показники	Період реалізації проєкту, роки		Усього
	0	1	
ІС, сума інвестованих у проєкт коштів, тис. грн	5213		5213
ЧІ, чиста (приведена) вартість інвестованих у проєкт коштів, тис. грн	5213		5213
Грошовий потік від проєкту, тис. грн	4382	4382	8764
Середньозважена вартість капіталу (СВК), %			
Коефіцієнт дисконтування	1,00	0,76	
Дисконтований грошовий потік у році, тис. грн	4382	3320	7701
Дисконтований грошовий потік наростаючим підсумком, тис. грн	4382	7701	7701
Приріст дисконтованого чистого прибутку від проєкту, тис. грн	4382	3320	7701
Чистий дохід (ЧД), тис. грн	8764 - 5213 =		3551
Чистий приведений дохід (NPV), тис. грн	7701 - 5213 =		2489
Внутрішня норма доходності (IRR), %	Функція «ВСД»		42%
Індекс доходності (ІД)	7701 / 5213 =		1,48
Період окупності (ПО), роки	5213 / 4382 =		1,19
Період окупності з врахуванням дисконтування (ПОдис.), років	1 + (7701 - 4382) / 3320 =		1,25
Рентабельність інвестицій (Ri) за весь період реалізації проєкту, %	7701 / 5213 / 2 * 100=		73,87

ДОДАТОК Ж
ОЦІНКА ВПЛИВУ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ НА ОСНОВНІ ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ ПОКАЗНИКИ ПРАТ
«РІВНЕНСЬКА КОНДИТЕРСЬКА ФАБРИКА»

Таблиця 8

Вплив запропонованого заходу на основні техніко-економічні показники
ПРАТ «Рівненська кондитерська фабрика»

№	Найменування заходів	Інвестиції, тис. грн			Зміни показників діяльності підприємства (±)										
		Усього	У тому числі в		Обсяг реалізованої продукції, тис. грн	Собівартість, тис. грн						Прибуток до оподаткування, тис. грн	Чистий прибуток, тис. грн	Чисельність зайнятих, осіб	Строк окупності інвестицій, роки
			Основні фонди (нематеріальні активи)	оборотні кошти		Усього	у тому числі:								
							Матеріальні витрати	Витрати на оплату праці	Відрахування на соціальні заходи	Амортизація основних фондів (нематеріальних активів)	Інші операційні витрати				
1.	Виробництво нового продукту «Халва шоколадно-ванільна»	5213		5213	9161	3817	2449	21	5	-	1342	5344	4382	-	1,19

ДОДАТОК 3
ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ ПрАТ «РІВНЕНСЬКА КОНДИТЕРСЬКА
ФАБРИКА» ДО ТА ПІСЛЯ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО
ПРОЄКТУ

Таблиця 9

Основні техніко-економічні показники виробничо-господарської
діяльності ПрАТ «Рівненська кондитерська фабрика» до й після
впровадження інноваційного проєкту

Показники	Наступний рік	Проект	Відхилення (±)	
			абс.	відн.
1. Середньорічна виробнича потужність, тонн	500	500	0	0,00
2. Фактично вироблено продукції, тонн	128	178	50	39,06
3. Коефіцієнт використання виробничої потужності, частки	0,26	0,36	0,10	-
4. Обсяг виробленої промислової продукції (без ПДВ, акцизу), тис. грн	18748	27909	9161	48,86
– у діючих цінах				
– у порівнянних цінах	17132	26293	9161	53,47
5. Обсяг реалізованої продукції в діючих оптових цінах (без ПДВ, акцизу), тис. грн	18748	27909	9161	48,86
6. Середньорічна вартість основних фондів основного виду діяльності, тис. грн	20770	20770	0	0
7. Фондовіддача по продукції, грн	0,825	1,266	0,441	53,471
8. Середній залишок оборотних коштів, тис. грн	25603	30816	5213	20,36
9. Коефіцієнт оборотності оборотних коштів, частки	0,73	0,91	0,17	23,68
10. Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу, осіб	20	20	0	0,00
11. Середньорічний виробіток одного працівника, грн/грн	857	1315	458,03	53,47
12. Операційні витрати на виробництво продукції, тис. грн., у тому числі:	16495	20312	3817	23,14
– матеріальні витрати	13733	16182	2449	17,83
– витрати на оплату праці	675	696	21	3,13
– відрахування на соціальні заходи	137	142	5	3,39
– амортизація	467	467	0	0,00
– інші операційні витрати	1483	2825	1342	90,51
13. Витрати на 1 грн. продукції, грн/грн	0,880	0,728	-0,152	-17,28
14. Матеріалоємність продукції, грн/грн	0,733	0,580	-0,153	-20,84
15. Повна собівартість реалізованої продукції, тис. грн	16495	20312	3817	23,14
16. Фінансовий результат від операційної діяльності, тис. грн	228	5572	5344	2343,72
17. Чистий прибуток, тис. грн	193	4575	4382	2270,37
18. Рентабельність капіталу, %	0,42	8,87	8,45	-
19. Рентабельність продукції, %	1,17	22,52	21,35	-