

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**Інститут** \_\_\_\_\_ **Навчально-науковий інститут економіки і управління**  
**Кафедра** \_\_\_\_\_ **економіки і права**

«До захисту в ЕК»

Директор інституту

\_\_\_\_\_ **Олег ШЕРЕМЕТ**  
(підпис) (ім'я та прізвище)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2025 р.

«До захисту допущено»

В. о. завідувача кафедри

\_\_\_\_\_ **Юлія ЛЕВЧЕНКО**  
(підпис) (ім'я та прізвище)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2025 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА**

зі спеціальності \_\_\_\_\_ **051 «Економіка»**  
(код та назва спеціальності)

освітньо-професійної програми «Економіка та правове забезпечення бізнесу»

на тему: «Економіко-правові основи підвищення прибутковості підприємства».

Виконав здобувач 5 курсу групи ЗПЕ-5-8

\_\_\_\_\_ **Дербаль Вадим Андрійович**  
(прізвище, ім'я, по батькові повністю) \_\_\_\_\_  
(підпис)

Керівник \_\_\_\_\_ **Левченко Юлія Григорівна**  
(прізвище, ім'я, по батькові повністю) \_\_\_\_\_  
(підпис)

Консультанти \_\_\_\_\_ **Мар'яна Задніпряна-Корінна**  
(ім'я та прізвище) \_\_\_\_\_  
(підпис)

Рецензент \_\_\_\_\_ **Михайло Арич**  
(ім'я та прізвище) \_\_\_\_\_  
(підпис)

Я як здобувач(ка) Національного університету харчових технологій розумію і підтримую політику університету з академічної доброчесності. Я не надавав(-ла) і не одержував(-ла) недозволеної допомоги під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Здобувач (-ка) \_\_\_\_\_  
(підпис)

Київ – 2025 р.

# НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Інститут Навчально-науковий інститут Економіки і управління

Кафедра Економіки і права

Освітній ступінь Бакалавр

Спеціальність 051 «Економіка»

(шифр і назва)

Освітньо-професійна програма «Економіка та правове забезпечення бізнесу»

(назва)

## ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. Завідувач кафедри економіки і права

Юлія ЛЕВЧЕНКО

«09» жовтня 2023 року

## ЗАВДАННЯ

### НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ

Дербаль Вадим Андрійович

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Економіко-правові основи підвищення прибутковості підприємства».

керівник роботи Левченко Юлія Григорівна, к.е.н., доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від «09» жовтня 2023 року № 819-КС

2. Строк подання здобувачем роботи 31 січня 2025 року,

3. Вихідні дані до роботи: законодавчі та нормативні акти України, монографії, посібники, підручники, наукові статті відповідно до обраної теми, фінансова та звітність за 2021-2023 роки ПрАТ «КрКФ «Рошен», мережа Інтернет.

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

Розділ 1. Теоретико-методологічні основи підвищення прибутковості підприємства. 1.1. Економічна сутність прибутковості підприємства. 1.2. Класифікація прибутку підприємства. 1.3. Фактори, що впливають на формування прибутковості підприємства. 1.4. Методичні підходи до оцінки прибутковості підприємства. 1.5. Правове регулювання прибутковості підприємства. Висновки до розділу. Розділ 2. Аналіз фінансово-господарської діяльності та прибутковості ПрАТ «КрКФ «Рошен». 2.1. Характеристика господарської діяльності та ресурсного потенціалу ПрАТ «КрКФ «Рошен». 2.2. Аналіз ефективності господарської діяльності ПрАТ «КрКФ «Рошен». 2.3. Оцінка фінансового стану ПрАТ «КрКФ «Рошен». 2.4. Аналіз прибутковості ПрАТ «КрКФ «Рошен». 2.5. Правове регулювання ПрАТ «КрКФ «Рошен». Висновки до розділу 2. Розділ 3. Шляхи підвищення прибутковості «КрКФ «Рошен». 3.1. Напрями вдосконалення прибутковості ПрАТ «КрКФ «Рошен».

3.2. Економічне обґрунтування впроваджених заходів на підприємстві. 3.3. Вплив запропонованих заходів на результати діяльності ПрАТ «КрКФ «Рошен»  
5. Перелік графічного матеріалу.

презентація

#### 6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1.5.	Задніпряна-Корінна М.Ю.		
2.5.	Задніпряна-Корінна М.Ю.		

7. Дата видачі завдання 09 жовтня 2023 року.

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Розроблення та затвердження плану роботи керівником	01.11.2023 р.	виконано
2	Написання розділу 1	30.11.2023 р.	виконано
3	Робота над розділом 2	22.12.2023 р.	виконано
4	Підготовка розділу 3	15.01.2024 р.	виконано
5	Остаточне оформлення роботи. Формування висновків і пропозицій, проекту доповіді, презентації. Погодження з керівником кваліфікаційної роботи	до 04.02.2024 р.	виконано
6	Попередній захист кваліфікаційної роботи	31.01.2024 р.	виконано
7	Проходження перевірки на антиплагіат	до 31.01.2024 р.	виконано
8	Подання завершеної роботи на розгляд завідувачу кафедри	31.01.2025 р.	виконано
9	Отримання зовнішньої рецензії, оформлення необхідних документів для захисту	до 05.02.2025 р.	виконано
10	Захист кваліфікаційної роботи	13.02.2025 р.	виконано

Здобувач \_\_\_\_\_  
(підпис)

Керівник роботи \_\_\_\_\_  
(підпис)

Дербаль В.А. \_\_\_\_\_  
(прізвище та ініціали)

Левченко Ю.Г. \_\_\_\_\_  
(прізвище та ініціали)

## АНОТАЦІЯ

На здобуття освітнього ступеня «бакалавр» зі спеціальності 051 «Економіка» освітньо-професійної програми «Економіка та правове забезпечення бізнесу» Дербалю Вадима Андрійовича на тему: «Економіко-правові основи підвищення прибутковості підприємства».

Національний університет харчових технологій НУХТ, Київ, 2025 р.

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків.

У першому розділі досліджено теоретичні та методичні засади прибутковості підприємства, зокрема досліджено сутність, зміст, прибутку підприємства, фактори, що впливають на прибутковість підприємства, наведено систему показників прибутковості підприємства. Також розглянуто проове регулювання прибутковості підприємства.

У другому розділі проаналізовано господарську діяльність, зокрема проаналізовано ефективність використання основних засобів, оборотних активів, проаналізовано витрати підприємства, фінансові результати його діяльності, проведено оцінку фінансового стану та детально проаналізовано прибутковість ПрАТ «КрКФ «Рошен».

У третьому розділі запропоновано та обґрунтовано шляхи та напрями підвищення прибутковості ПрАТ «КрКФ «Рошен», зокрема представлено напрями підвищення прибутковості підприємства, в межах яких розроблено та обґрунтовано до впровадження рекламні заходи продукції.

У висновках зроблений підсумок дослідження. У списку використаної літератури подано джерела, на основі яких було здійснено дослідження.

*Ключові слова:* прибуток, рентабельність, витрати, основні засоби, оборотні активи, дебіторська заборгованість, фінансова стійкість.

## **ABSTRACT**

For the degree of Bachelor in the specialty 051 «Economics» of the educational and professional program «Economics and Legal Support of Business» by Derbal Vadym Andriyovych on the topic: «Economic and Legal Foundations of Increasing Enterprise Profitability».

National University of Food Technologies NUHT, Kyiv, 2025 The qualification work consists of an introduction, three sections, conclusions, a list of used literature and appendices.

The first section examines the theoretical and methodological principles of enterprise profitability, in particular, the essence, content, enterprise profit, factors affecting enterprise profitability are investigated, a system of enterprise profitability indicators is presented. The direct regulation of enterprise profitability is also considered.

The second section analyzes economic activity, in particular, the efficiency of use of fixed assets, current assets is analyzed, the expenses of the enterprise, the financial results of its activities are analyzed, an assessment of the financial condition is carried out and the profitability of PrJSC «KrKF «Roshen» is analyzed in detail.

The third section proposes and justifies ways and directions for increasing the profitability of PrJSC «KrKF «Roshen», in particular, presents directions for increasing the profitability of the enterprise, within which promotional activities for products are developed and justified for implementation.

The conclusions summarize the research. The list of used literature provides sources on the basis of which the research was carried out.

*Keywords:* profit, profitability, expenses, fixed assets, current assets, receivables, financial stability.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	<b>2</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА</b> .....	<b>5</b>
1.1. Економічна сутність прибутковості підприємства.....	5
1.2. Класифікація прибутку підприємства.....	10
1.3. Фактори, що впливають на формування прибутковості підприємства.....	15
1.4. Методичні підходи до оцінки прибутковості підприємства .....	20
1.5. Правове регулювання прибутковості підприємства.....	24
Висновки до розділу 1 .....	27
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ПРИБУТКОВОСТІ ПРАТ «КРКФ «РОШЕН»</b> .....	<b>29</b>
2.1. Загальні відомості про ПрАТ «КрКФ «Рошен» .....	29
2.2. Аналіз ефективності господарської діяльності ПрАТ «КрКФ «Рошен».....	36
2.3. Оцінка фінансового стану ПрАТ «КрКФ «Рошен» .....	42
2.4. Аналіз прибутковості ПрАТ «КрКФ «Рошен».....	52
2.5. Правове регулювання ПрАТ «КрКФ «Рошен» .....	62
Висновки до розділу 2 .....	65
<b>РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ТА НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ «КРКФ «РОШЕН»</b> .....	<b>67</b>
3.1. Напрями підвищення прибутковості ПрАТ «КрКФ «Рошен» .....	67
3.2. Економічне обґрунтування впроваджених заходів на підприємстві .....	72
3.3. Вплив запропонованих заходів на результати діяльності ПрАТ «КрКФ «Рошен».....	80
Висновки до розділу 3 .....	85
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	<b>86</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	<b>89</b>
<b>ДОДАТКИ</b> .....	<b>97</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми.** У сучасних умовах значення аналізу прибутковості підприємства зумовлене потребою забезпечення його стабільної роботи, ефективного функціонування та раціонального використання фінансових ресурсів. Прибутковість є важливим показником у ринковій економіці, адже відображає кінцеві результати діяльності підприємства, проте цей показник може варіюватися у майбутньому. Тому важливо продовжувати дослідження теоретичних та практичних аспектів аналізу і прогнозування прибутковості, особливо в умовах економічної нестабільності та зниження прибутковості підприємств.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Прибуток як економічна категорія був об'єктом досліджень таких класиків політекономії, як Д. Мілль, Д. Рікардо, Н. Сеніор, С. Сімонді, А. Сміт, Ж.-Б. Сей, І. Фішер та інші. Сутності прибутку присвячена велика кількість наукових праць сучасних дослідників, зокрема В. Білика, І. Бланка, В. Буряковського, О. Філімоненка та інших. Проблеми управління прибутком підприємства розглядали такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як І. Алексєєва, Т. Бень, В. Гриньова, С. Довбня, Г. Крамаренко, С. Корягіна, Л. Лігоненко, А. Мазаракі, Н. Ушакова, Н. Чумаченко, А. Шеремета, Н. Шморгун, Г. Кірейцев, О. Янковий, В. Кошельок та інші. Однак питання економіко-правових аспектів підвищення прибутковості підприємства залишаються недостатньо вивченими.

**Об'єктом дослідження** є процес підвищення прибутковості ПрАТ «КрКФ «Рошен»

**Предметом дослідження** є теоретичні, методологічні та практичні аспекти дослідження прибутковості підприємства.

**Мета дослідження** – дослідження методики діагностики прибутковості підприємства та визначення економіко-правових основ її підвищення.

Реалізація поставленої мети зумовила потребу у розв'язанні таких завдань дослідження:

- проаналізувати економічну сутність прибутковості підприємства;
- розглянути класифікацію прибутку підприємства;
- визначити фактори, що впливають на формування прибутковості підприємства;
- висвітлити методичні підходи до оцінки ефективності прибутковості підприємства;
- надати характеристику господарської діяльності та ресурсного потенціалу ПрАТ «КрКФ «Рошен»;
- проаналізувати ефективність господарської діяльності ПрАТ «КрКФ «Рошен»;
- оцінити фінансовий стан ПрАТ «КрКФ «Рошен»;
- проаналізувати прибутковість ПрАТ «КрКФ «Рошен»;
- визначити напрями вдосконалення прибутковості ПрАТ «КрКФ «Рошен»;
- економічно обґрунтувати впровадження заходів підвищення прибутковості підприємства;
- визначити вплив запропонованих заходів на результати діяльності ПрАТ «КрКФ «Рошен».

Теоретичною і методологічною основою досліджень стали наукові праці вітчизняних вчених з проблем теорії і практики підвищення прибутковості підприємства, законодавчі та нормативні акти.

У процесі дослідження використані такі **методи економічних досліджень**: абстрактно-логічний (теоретичні узагальнення і формування висновків), статистико-економічний (аналіз та оцінка фінансового стану ПрАТ «КрКФ «Рошен»), графічний (для наочного зображення інформації), розрахунково-конструктивний та експериментальний (розробка заходів щодо підвищення прибутковості підприємства) та інші.

Інформаційною базою дослідження були законодавчі та нормативні акти Верховної Ради та Уряду України, офіційні матеріали Державного комітету

статистики України, річні звіти та документи первинного й бухгалтерського обліку ПрАТ «КрКФ «Рошен», наукові літературні джерела.

Наукова новизна дослідження полягає в наступних основних положеннях:

- запропоновано напрями підвищення прибутковості ПрАТ «КрКФ «Рошен»;
- економічно обґрунтовано впровадження заходів підвищення прибутковості підприємства;
- визначено вплив запропонованих заходів на результати діяльності ПрАТ «КрКФ «Рошен».

**Практичне значення** одержаних результатів кваліфікаційної роботи полягає в тому, що рекомендації автора стосовно шляхів та заходів щодо підвищення прибутковості можуть бути застосовані на ПрАТ «КрКФ «Рошен».

**Обсяг і структура кваліфікаційної роботи.** Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг роботи – 88 сторінок комп'ютерного тексту, в тому числі 25 таблиць, 11 рисунків, 80 джерел використаної літератури. Кваліфікаційна робота містить 2 додатки.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

### 1.1. Економічна сутність прибутковості підприємства

Прибуток підприємства – головне джерело його розвитку, який дозволяє підприємству покращити свою матеріально-технічну базу, створити нові види продукції і успішно здійснювати фінансові та інвестиційні операції. Визначення терміну «прибуток» у нормативних і економічних джерелах наведено у табл. 1.1.

Науковці Єпіфанова І.Ю., Гуменюк В.С. Вважають, що прибутковість підприємства є найважливішим показником його розвитку, оскільки за відсутності стратегічних напрямів розвитку та належного рівня прибутковості підприємства можуть поступово втрачати ліквідність і згодом збанкрутувати. Забезпечення прибутковості підприємства є показником стабілізуючого ефекту його розвитку та загальноекономічного розвитку держави [10, с. 190].

Прибуток підприємства є потужним важелем динамічного розвитку виробництва, тому основним завданням розвитку бізнесу є застосування ефективних методів управління підприємством у процесі підприємницької діяльності, зокрема у застосуванні методів управління прибутком та підвищення прибутковості підприємства.

Прибуток є рушійною силою і мотивом діяльності підприємств і організацій, що дозволяє підприємству в умовах конкуренції утримувати свої позиції на ринку та забезпечувати динамічний розвиток виробництва. Основною метою управління прибутком є визначення методів його найбільш ефективного формування та оптимального розподілу, спрямованих на забезпечення розвитку діяльності підприємства та підвищення його ринкової вартості. Рентабельність підприємства безпосередньо пов'язана з досягненням

прибутку і показує ефективність діяльності підприємств різних форм власності, характеризуючи інтенсивність їх роботи. [2, с. 42].

Таблиця 1.1

**Тлумачення поняття «прибуток» у нормативних та економічних джерелах**

№ п/п	Автор	Визначення	Ключові слова
1	Господарський кодекс України [6, ст. 142]	Прибуток суб'єкта господарювання є фінансовим результатом його діяльності, що визначається як різниця між валовим доходом, валовими витратами та амортизаційними відрахуваннями за певний період.	показник фінансових результатів
2	О.О. Гетьман, В.М. Шаповал [5, с. 457]	Прибуток формується після реалізації створеної продукції, коли її вартість набуває грошового вираження.	реалізована вартість
3	Г.Г. Кірейцев [28, с. 151]	Фінансовий менеджмент спрямований на отримання стабільного або зростаючого прибутку від реалізації, що залежить від витрат, ціни продукції та обсягу продажу.	зростаючий прибуток від реалізації
4	С.М. Онисько, П.М. Марич [18, с. 103]	Прибуток підприємства – це фінансовий результат суб'єкта господарювання, отриманий у процесі підприємницької діяльності (виробничої, комерційної, наукової тощо).	фінансовий результат
5	М.В. Патарідзе-Вишинська [19, с. 25]	Прибуток – це форма доходу підприємства, що інвестувало капітал для досягнення комерційного успіху. Він пов'язаний із капіталом як фактором виробництва і відображає його вартість.	ціна функціонуючого капіталу
6	Г.А. Семенов, А.В. Бугай [27, с. 97–98]	Прибуток відображає фінансові відносини, що виникають у ході операційної, фінансової та інвестиційної діяльності підприємства, спрямовані на перетворення доходів у прибуток.	доходи
7	Т.О. Скрипко, О.О. Ланда [26, с. 126]	Прибуток розглядається як абсолютний показник у натуральному чи вартісному вираженні, включаючи прибуток, обсяг виробництва та реалізації.	абсолютний показник
8	Л.І. Шваб [30, с. 483]	Прибуток є узагальнюючим фінансовим показником підприємства, який визначається як частина виручки, що залишається після покриття всіх витрат на виробничу та комерційну діяльність.	відшкодування усіх витрат
9	В.М. Шелудько [32, с. 113]	Прибуток є результатом ефективного управління фінансами суб'єкта господарювання.	управління фінансами

*Джерело: сформовано на основі [6; 19; 19; 26-28; 30; 32].*

Серед економістів, які у своїх працях досліджують рентабельність вітчизняних підприємств, існують різноманітні думки щодо трактування поняття «рентабельність», тобто визначення категорії прибутку.

Тому Ярошевич Н.Б. вважає, що прибуток – це різниця між реалізаційною ціною і собівартістю продукції, між сумою отриманого доходу і сумою витрат на виробництво і реалізацію продукції [27].

Журавльова Т. О. демонструє, що прибуток є формою доходу підприємця, який вклав свій капітал для досягнення комерційного успіху, але характеризує лише ту частину доходу, яка «очищена» від витрат, понесених при здійсненні цієї діяльності. [11].

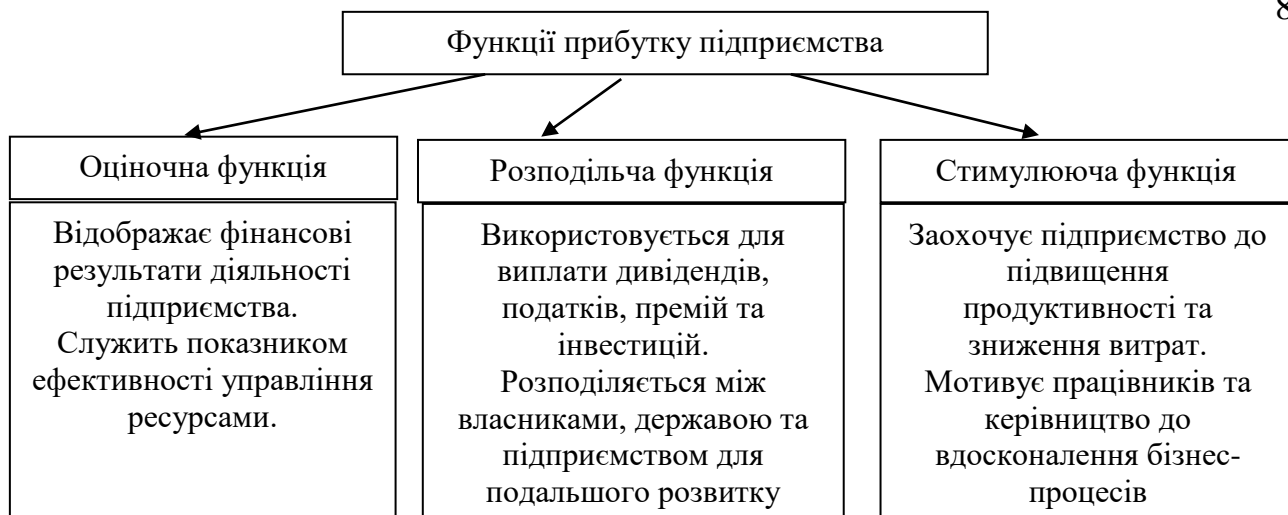
Загальний прибуток підприємства є кінцевим результатом діяльності підприємства. Він включає прибуток від усіх видів підприємницької діяльності, а саме: прибуток від реалізації товарної продукції, робіт, послуг - валовий прибуток, прибуток від операційної діяльності, прибуток від звичайної діяльності, прибуток від надзвичайної діяльності. Крім того, розраховується чистий прибуток (прибуток, що залишається в розпорядженні підприємства). Спіфанова І.Ю., Гуменюк В.С. доводять, що прибуток від реалізації товарної продукції є основною складовою загального прибутку, яка становить близько 95% загального прибутку [10].

Отже, прибуток підприємства – це фінансовий результат діяльності підприємства, абсолютний показник здійснення виробничої, комерційної, науково-дослідної та іншої діяльності та характеризує ступінь успішності цієї діяльності.

Економічний зміст прибутку розкривається у функціях, які він виконує. Підкреслимо, що функція повинна відображати конкретний внутрішній зміст економічної категорії. Всі інші якості, які їй приписуються, відображають ту чи іншу роль, яку відіграє ця категорія.

На рис. 1.1. представлені основні функції, які виконує компанія.

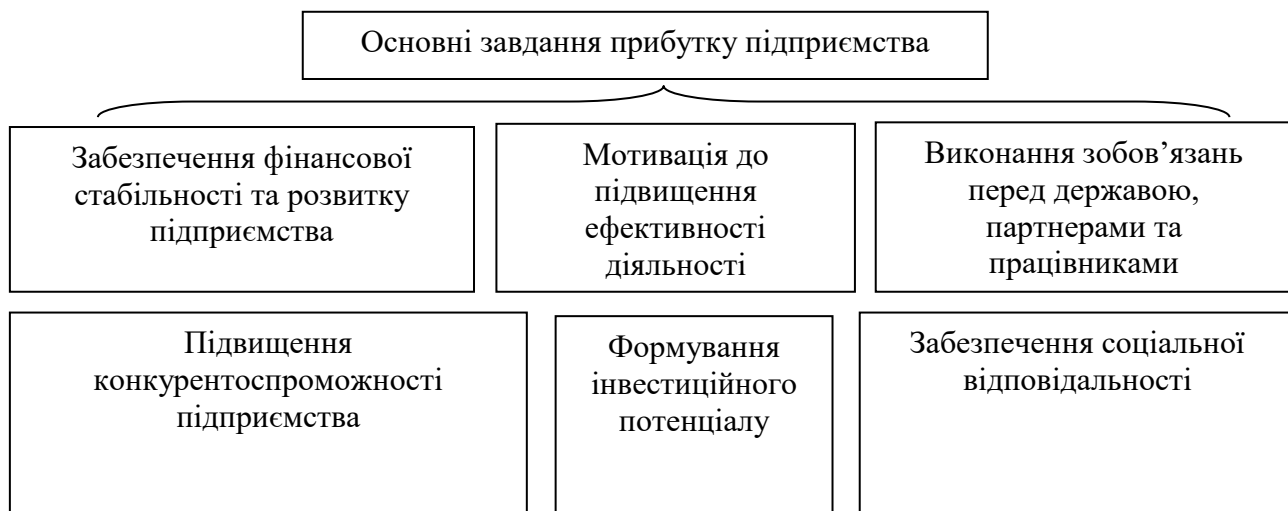
Важлива роль прибутку в розвитку підприємства та забезпеченні інтересів його власників і персоналу зумовлює необхідність ефективного управління ним у рамках ефективної та сформованої системи управління прибутком підприємства.



**Рис. 1.1. Функції прибутку підприємства**

*Джерело: сформовано на основі [16].*

Управління прибутком – це складний процес прийняття рішень щодо ключових аспектів їх формування, розподілу та використання. Управління прибутком компанії можна розкрити через основні завдання, які перед нею покладені. (рис. 1.2).



**Рис. 1.2. Основні завдання прибутку підприємства**

*Джерело: сформовано на основі [16].*

Слід зазначити, що принципи управління прибутком залежать від багатьох факторів, основними з яких є характеристики галузевої приналежності, спеціалізація підприємства, його організаційна форма та форма власності, цілі стратегічного розвитку та етапи реалізації стратегії тощо. Для

цього, окрім використання загальноприйнятих принципів управління прибутком, необхідно розробити конкретні принципи для кожного конкретного підприємства, засновані на системному підході та комплексному аналізі його діяльності. Вивчення принципів менеджменту дає можливість застосовувати обдумані та обґрунтовані дії та рішення при розробці інструментів управління прибутком [7, с. 148].

Абсолютний розмір отриманого підприємством прибутку є дуже важливим показником діяльності, але він не може характеризувати рівень ефективності підприємства. Це пояснюється тим, що абсолютний розмір прибутку характеризує лише одноразовий економічний ефект, а мірою цієї ефективності є показник рентабельності [31].

Р. Р. Антонюк розглядає прибутковість як стійке економічне явище, яке виявляється у підтвердженій здатності підприємства генерувати позитивний фінансовий результат від здійснення основної господарської діяльності та всієї господарської діяльності, який полягає у перевищенні доходів над понесеними витратами в розмірі, достатньому для подальшого ефективного функціонування [3].

Т. В. Осипова вважає, що основою прибутковості є сам прибуток, який у цілому визначає результат фінансово-господарської діяльності підприємств як суб'єктів господарювання. Тому прибуток описує його результати [51].

С. В. Мочерний стверджує, що прибутковість суб'єкта господарювання слід розглядати у двох аспектах: по-перше, як рентабельність всього підприємства по відношенню до всього авансованого капіталу, яка визначається нормою прибутку – відношенням річного прибутку до авансованого капіталу; по-друге, як рентабельність виробництва окремої партії товару, яка вимірюється відношенням прибутку до собівартості товару [48].

На думку М. Ф. Огійчука, прибутковість – це вид ефективності, що характеризує ефективність економічних систем (підприємства, території, народного господарства). Основною характеристикою цих систем є дорожнеча засобів (витрат, затрат) досягнення цілей (результатів), а в окремих випадках і самих цілей (зокрема отримання прибутку) [49].

Л. Ю. Кучер [39] наголошує, що між прибутком і рентабельністю існує тісний діалектичний зв'язок: прибуток є показником для опису економічного ефекту в абсолютному вираженні, а рентабельність – показником економічної ефективності суб'єкта господарювання. Тому сучасна підприємницька діяльність юридичних осіб спрямована на отримання прибутку.

Отже, прибуток підприємства – фінансовий результат діяльності підприємства, абсолютний показник здійснення виробничої, комерційної, науково-дослідної та іншої діяльності та характеризує ступінь успішності цієї діяльності. Прибуток підприємства є окремим фінансовим показником у сфері діяльності комерційних структур. Формування, розподіл і використання прибутку як фінансового результату залежить від багатьох факторів, таких як: калькулювання собівартості продукції, визначення всіх витрат підприємства, здійснення дивідендної політики, розрахунок прибутків або збитків від усіх видів діяльності господарської одиниці. Рентабельність – показник, що характеризує ефективність діяльності підприємства з точки зору його здатності отримувати прибуток і забезпечувати ефективне відтворення використаних ресурсів.

## **1.2. Класифікація прибутку підприємства**

Класифікація прибутку зумовлена різноманітністю його видів, кількість і характер яких залежать від завдань, які стоять перед дослідником, а також від його характеристик [35]. Прибуток є основним фактором, що впливає на здатність фінансувати багато програм компанії, пов'язаних із розширенням потужностей, поліпшенням якості продукції, зміцненням конкурентних позицій і виходом на нові ринки.

Сутність та класифікацію прибутку розглядали у своїх працях різні дослідники, зокрема Ф.Огійчук, І.А.Бланк, Ф.Ф.Поддєрьогін, С.Ф.Ткаченко, Г.А. Петрова, В.Д. Базилевич та ін.

У сучасних умовах більшість дослідників розрізняють загальний, валовий і чистий прибуток, бухгалтерський прибуток і економічний прибуток, а також прибуток від звичайної і надзвичайної діяльності. При цій класифікації ознаки, за якими класифікують прибуток, як правило, не використовуються. З економіки професор В.Д. Базилевич [15] вперше розрізняє балансовий (бухгалтерський) прибуток, нормальний прибуток і економічний прибуток. Така класифікація прибутку на сьогодні не відповідає вимогам керівників підприємства та державних органів, які розробляють макроекономічні показники, щодо інформації про результати діяльності суб'єкта господарювання. Проаналізувавши думки авторів, наведені в економічній літературі, встановлено, що найважливішими класифікаційними ознаками поділу прибутку, а отже, і видів прибутку є такі: (табл.1.2).

Таблиця 1.2

### Класифікація прибутку підприємства

Ознака	Вид прибутку
За сферою отримання	Прибуток від операційної, інвестиційної, фінансової діяльності
За складом елементів	Валовий, операційний, чистий прибуток
За методом обліку	Бухгалтерський, економічний, нормальний прибуток
За розподілом	Розподілений, нерозподілений прибуток
За оподаткуванням	Оподаткований, неоподаткований прибуток
За періодом формування	Поточний, майбутній прибуток
За видом діяльності	Прибуток від основної, допоміжної, іншої діяльності
За рівнем формування	Маржинальний, операційний, прибуток до оподаткування, чистий прибуток

*Джерело: сформовано на основі [14]*

Ця класифікація розкриває всі основні аспекти функціонування прибутку як економічної категорії. Для складання балансів необхідними видами є валовий прибуток; прибуток від операційної, фінансової та інвестиційної діяльності; прибуток від звичайної та надзвичайної діяльності; чистий прибуток компанії. Ці види прибутку найчастіше використовуються в повсякденній діяльності суб'єкта господарювання. Валовий бухгалтерський прибуток

розраховується як різниця між собівартістю реалізованої продукції та витратами на її виробництво. Компанія отримує більшу частину прибутку від свого основного виробничого бізнесу. Частина прибутку утворюється за рахунок виконання різноманітних непромислових робіт і послуг (будівельних, транспортних тощо) для інших підприємств, реалізації побутових товарів, надання платних послуг населенню. Ця частина прибутку називається прибутком від інших продажів. Крім того, компанія може отримувати прибуток від некомерційної діяльності. Це різниця (залишок) між штрафами, пені, отриманими та сплаченими пені, доходами від контейнерних операцій, доходами від оренди приміщень тощо.

Загальним фінансовим показником діяльності підприємства є його чистий прибуток (баланс) – це загальна сума прибутку підприємства від усіх видів діяльності за звітний період, отримана як на території України, так і за кордоном, яка відображається в його балансі і включає прибуток від реалізації продукції (робіт, послуг), у тому числі продукції допоміжних і обслуговуючих виробництв, що не мають окремого балансу, основних засобів, нематеріальних активів, цінних паперів, валютних цінностей, інших видів фінансових ресурсів тощо матеріальні цінності, прибуток від операцій оренди (лізингу), роялті, а також позареалізаційні операції. Досягнення балансового результату пов'язане з різними сферами діяльності компанії.

– основна діяльність. Його результатом є прибуток від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг). Як правило, цей прибуток становить основну частку в складі чистого прибутку. Прибуток від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) визначається шляхом віднімання від виручки від реалізації сум податку на додану вартість, акцизного збору, мита (імпортного), митних зборів, а також витрат, що включаються до собівартості реалізованої продукції (робіт, послуг). Залежно від сфери та виду діяльності підприємства існують певні особливості формування цього прибутку, методики його розрахунку;

– діяльність, яка не є основною діяльністю даного підприємства, але пов'язана з продажем матеріальних і нематеріальних активів, наданням певних

послуг. Це можна визначити як прибуток від інших продажів. Прибуток від інших продажів можна отримати за рахунок продажу допоміжних, допоміжних і обслуговуючих виробництв на стороні продукту. У цьому випадку прибуток розраховується так само, як і при реалізації основної продукції підприємства. Прибуток від реалізації основних засобів (група 1), нематеріальних активів, визначається шляхом віднімання від ціни їх реалізації ПДВ, витрат на реалізацію та їх залишкової вартості. Прибуток від продажу цінних паперів розраховується як різниця між ціною їх продажу та ціною їх придбання. При цьому з ціни реалізації виключаються витрати, пов'язані з продажем (комісія);

– діяльність, пов'язана із здійсненням фінансових інвестицій. У результаті компанії отримують прибуток у вигляді дивідендів по акціях, від інвестування коштів у статутні фонди інших компаній (прибуток від володіння корпоративними правами); у вигляді відсотків за державними облігаціями, корпоративними облігаціями та депозитними рахунками. Обсяг цього прибутку та його частка в балансовому результаті мають тенденцію до збільшення. Це зумовлено розвитком ринкової економіки та фондового ринку;

– діяльність, пов'язана зі збором позареалізаційних прибутків та виникненням позареалізаційних витрат суб'єктів господарювання (виявлені у звітному періоді прибутки минулих років, невідшкодовані збитки внаслідок надзвичайних ситуацій, надходження дебіторської заборгованості, раніше списаної як безнадійної, штрафи, пені, стягнені пені, прибутки від надбавок і тарифів та інше) [15].

Прибуток суб'єктів господарювання пов'язаний з діяльністю не тільки в Україні, а й за кордоном.

Економісти включають нормальний прибуток до неявних (нефінансових) платежів (витрат) за отримання ресурсів фірми в даній галузі [21]. Нормальний прибуток повинен бути достатньо високим, щоб утримувати існуючі фірми в галузі, і досить низьким, щоб запобігти входженню нових фірм у галузь. Він відображає неявний фактор витрат, яким виробник сам визначає можливість

управління. Вирішальним критерієм визначення реальної прибутковості підприємства вважається величина економічного прибутку.

Економічний прибуток є винагородою за підприємницьку діяльність. Це відбувається, коли загальний дохід перевищує всі зовнішні та внутрішні витрати, включаючи нормальний прибуток на капітал у формі відсотків.

Також розрізняють прибуток засновника і чистий прибуток. Установчим прибутком вважається дохід, отриманий засновниками акціонерного товариства (товариства) під час відкритої підписки на акції у вигляді різниці між сумою, отриманою від продажу, і статутним капіталом товариства. Цей вид прибутку формується шляхом продажу акцій за ціною, вищою за номінальну вартість акції [20, с. 136].

Загальним показником усієї діяльності підприємства є чистий прибуток, який визначається як частина загального або бюджетного прибутку підприємства, що залишається в його розпорядженні після сплати податків, орендної плати та інших платежів до бюджету.

Зростання прибутку досягається насамперед за рахунок збільшення виробництва, а отже, і виручки від реалізації продукції та зниження її собівартості. Дохід від реалізації продукції в свою чергу залежить від кількості виробленої продукції, її складу та цін, що склалися.

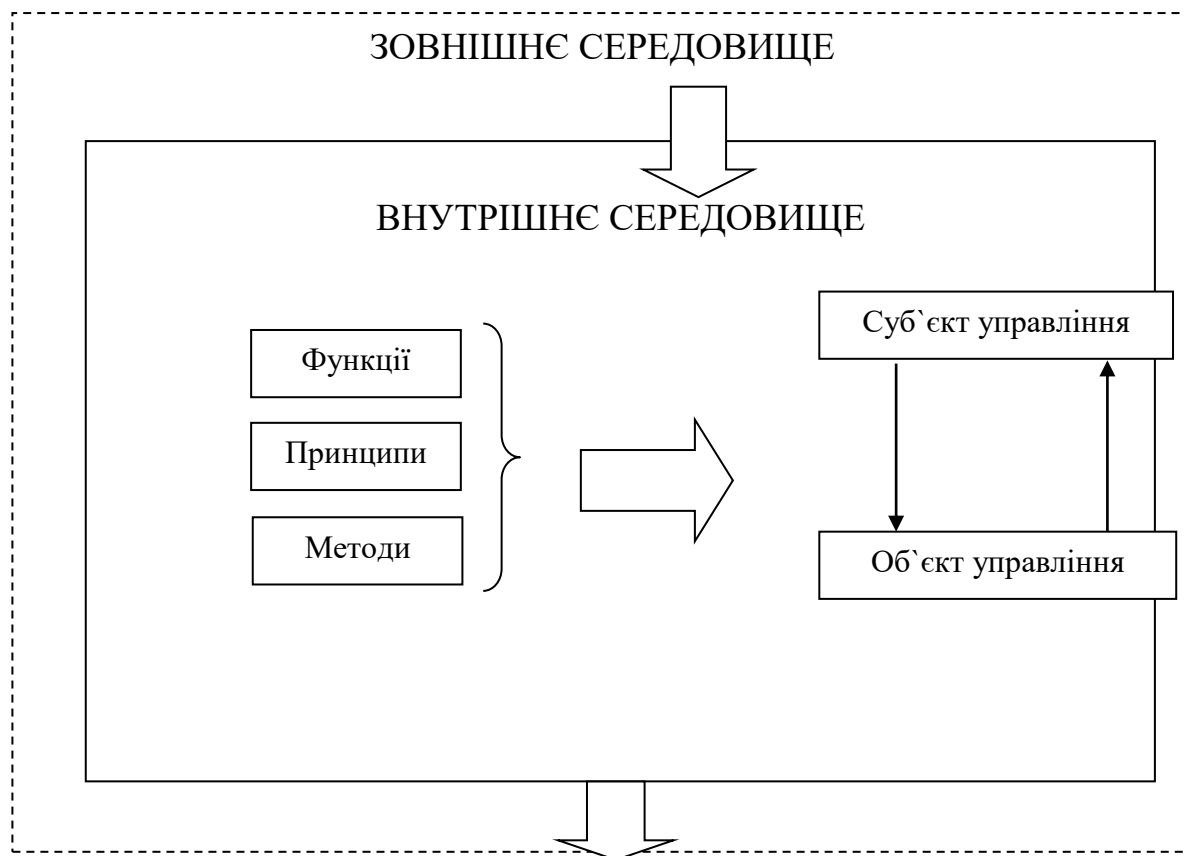
Загальний прибуток є кінцевим фінансовим результатом діяльності суб'єкта господарювання. У ньому підводяться фінансові результати роботи підприємства в різних сферах діяльності. Основною складовою загального прибутку є валовий прибуток, який являє собою прибуток, розрахований від реалізованої продукції як різницю між чистим доходом від реалізації продукції та собівартістю реалізованої продукції. Загальний прибуток включає результати від реалізації основних засобів та іншого майна підприємств, а також від некомерційних операцій. Прибуток від продажу основних засобів та іншого майна підприємства є фінансовим результатом, не пов'язаним з його основною діяльністю. Відображає прибуток від інших продажів, тобто продажів третім сторонам різних типів активів, що належать компанії.

Важливими видами прибутку є мінімальний, цільовий і максимальний. Ці види прибутку пов'язані з визначенням обсягу діяльності, досягнення якого визначає положення компанії в зоні збитковості, збалансованості або прибутковості. Підприємство може мати обсяги діяльності, де доходи від продажів менші за витрати. Але сума збитків може бути меншою за постійні витрати. У цьому випадку підприємству вигідніше працювати, ніж нести збитки в розмірі постійних витрат. Узагальнення літературних джерел щодо методичних підходів до класифікації прибутку показує, що особливу увагу слід приділити практичному значенню прибутку в діяльності підприємств та можливостям його розширеного відтворення..

### **1.3. Фактори, що впливають на формування прибутковості підприємства**

Формування прибутковості підприємства є складним процесом, який залежить від багатьох внутрішніх і зовнішніх факторів. В умовах ринкової економіки рівень прибутковості визначає конкурентоспроможність підприємства, його фінансову стійкість та можливість подальшого розвитку. Діяльність підприємства відбувається під впливом як керованих факторів, що можуть бути змінені завдяки ефективному управлінню, так і некерованих, які залежать від макроекономічних умов, політичної ситуації та інших зовнішніх обставин. Аналіз цих факторів дає змогу оцінити потенційні ризики та розробити стратегії підвищення прибутковості.

Система управління прибутковістю підприємства включає такі елементи, як на рис. 1.3.



**Рис. 1.3. Фактори, що впливають на формування прибутковості підприємства**

*Джерело: сформовано на основі [34].*

Фактори, що впливають на формування прибутковості компанії, включають:

1. Взаємодія із зовнішнім середовищем.
2. Внутрішнє середовище системи, яке в свою чергу включає суб'єкт і об'єкт управління, функції, принципи і методи управління.

Фактори зовнішнього середовища впливають на ефективність діяльності компанії та її прибутковість. До цих факторів належать природні умови, державне регулювання, податкове законодавство [21], політична ситуація в країні, інфляція, платоспроможний попит, вартість сировини і матеріалів, рівень конкуренції, місткість ринку [1] та ін.

Незважаючи на те, що зовнішні фактори не підлягають управлінському впливу, вивчення зовнішнього середовища, виявлення його загроз і

можливостей є важливим елементом системи управління доходами компанії, оскільки надає компанії можливість розробити заходи для ефективної взаємодії із зовнішнім середовищем з метою максимального використання можливостей і запобігання (або зменшення) негативного впливу загроз.

На думку О. Янкова та Г. Кошелка, внутрішні фактори можна поділити на первинні та непервинні. Основними внутрішніми факторами, від яких залежить функціонування компанії, є:

- обсяг реалізованої продукції – може мати як позитивний, так і негативний вплив на прибуток. Збільшення обсягу реалізації рентабельної продукції призводить до пропорційного збільшення прибутку. Якщо продукція нерентабельна, то зі збільшенням обсягу реалізації сума прибутку, отримана від реалізації рентабельної продукції, зменшується;

- рух товарів і організація процесу їх реалізації: зі збільшенням обсягів реалізації продукції збільшиться обсяг реалізації і зменшаться поточні витрати;

- товарна структура може по-різному впливати на величину прибутку. При збільшенні частки найбільш рентабельних видів продукції в загальному обсязі її реалізації збільшиться сума прибутку, і навпаки, при збільшенні частки низькорентабельної або збиткової продукції загальна сума прибутку зменшиться;

- склад і кількість працівників, а також їх продуктивність. Достатня чисельність, компетентність і професіоналізм працівників забезпечують повне виконання виробничої програми підприємства, тоді як непропорційний розподіл обов'язків і нераціональне використання праці призводять до зростання витрат;

- форми і системи економічного стимулювання праці. Запровадження системи матеріального стимулювання праці може стати однією з головних умов підвищення продуктивності праці працівників, а отже, конкурентоспроможності виробництва;

- обладнання праці основними інструментами та технічними засобами праці. Ступінь забезпеченості працівників засобами праці характеризує

оснащеність оборотними коштами. Максимальний економічний ефект досягається тоді, коли продуктивність праці зростає швидше за її фондоозброєність;

- віддача основних засобів – підприємство має максимально використовувати свої основні засоби;

- дотримання темпів зростання виробництва, реалізації та оплати праці;

- моральний та фізичний знос основних засобів. Використання фізично та морально застарілого обладнання точно не призведе до збільшення обсягів виробництва та випуску сучасної продукції. Акцент на інновації та прискорене реагування на зміни зовнішнього середовища є гарантими стабільного функціонування компанії на ринку;

- накопичувальна система. Дотримання економічного режиму дозволить підприємствам скоротити свої поточні витрати;

- репутація компанії. Головним пріоритетом компанії є формування у споживачів позитивного уявлення про потенційні можливості компанії;

- стан матеріально-технічної бази підприємства;

- порядок визначення ціни. Зміна рівня середніх цін реалізації та розміру прибутку прямо пропорційні: із зростанням рівня цін збільшується розмір прибутку і навпаки;

- система маркетингу. Для компанії важливо проводити наукові дослідження з аналізу ринку, поведінки споживачів і конкурентів і вдосконалювати систему продажів, яка полягає у випуску тільки тих товарів, які дійсно актуальні і будуть користуватися попитом на ринку. Тому необхідно згрупувати продукти відповідно до їх прибутковості та зосередитися на найбільш прибуткових продуктах;

- управління кредитами всередині компанії;

- сума валового доходу [34].

До вторинних внутрішніх відносять фактори, пов'язані з порушенням господарської дисципліни: погіршення умов праці та вимог до якості продукції.

Тому внутрішні чинники можуть по-різному впливати на чистий прибуток: збільшувати, зменшувати або залежно від певної комбінації умов.

Крім того, існує велика кількість факторів, які безпосередньо не залежать від функціонування підприємства, а саме економічні умови господарювання. Тому можна виділити наступні основні зовнішні фактори:

- природні умови. Цей фактор має велике значення в харчовій промисловості країни. Якщо в сільському господарстві через несприятливі природні умови зменшиться врожай, то зростуть ціни на сировину для переробних підприємств, а отже, збільшення витрат призведе до зменшення доходів підприємства;

- оцінка місткості ринку відіграє важливу роль у визначенні виробничої програми підприємства, оскільки це можливий обсяг реалізації товару (конкретної продукції підприємства) на певному рівні та за певного співвідношення цін протягом певного періоду часу;

- розвиток діяльності громадських організацій споживачів товарів і послуг та профспілкового руху; – рівень конкуренції в цьому секторі;

- тарифи на транспортні послуги, ремонти, комунальні послуги та ціни на енергоносії;

- податкова та кредитна політика держави;

- рівень інфляції підвищує ризик знецінення майбутніх доходів;

- інфраструктура на ринковій ситуації;

- розмір цін, встановлених постачальниками;

- державне регулювання комерційної діяльності. При вивченні прибутку компанії важливо визначити вплив окремих факторів на еволюцію показників ефективності. Це робиться за допомогою факторного аналізу [8].

Тому прибутковість залежить від великої кількості різних факторів. Варто зосередитися на вивченні внутрішніх факторів, таких як обсяг реалізації продукції, порядок ціноутворення, собівартість продукції тощо. Це ті фактори, на які компанія може безпосередньо впливати, вони є найважливішими важелями впливу на формування прибутку компанії..

#### 1.4. Методичні підходи до оцінки прибутковості підприємства

Прибутковість підприємства характеризують два показники: прибуток і рентабельність. Прибуток виражає абсолютний ефект без урахування використаних ресурсів і рентабельність є одним із основних вартісних показників ефективності виробництва, що характеризує рівень фондоддачі та рівень використання капіталу в процесі виробництва. Слід зазначити, що прибуток як важлива категорія ринкових відносин визначає такі аспекти:

- характеризує економічний ефект – кінцевий фінансовий результат;
- прибуток виконує стимулюючу функцію: він є і фінансовим результатом, і основним елементом фінансових ресурсів підприємства;
- прибуток є джерелом формування бюджетів різних рівнів [70].

Якщо величина прибутку показує абсолютний ефект від діяльності, то рентабельність характеризує міру цієї ефективності, тобто відносний рівень прибутковості підприємства або виробленої продукції.

У науковій літературі автори розглядають поняття прибутку та рентабельності як невіддільні одне від одного, наголошуючи на їх взаємозалежності. Однак деякі відзначають, що «показники рентабельності більш повно характеризують кінцеві результати господарювання, ніж прибуток, тому що їх величина відображає зв'язок між ефектом і вкладеним капіталом або витраченими ресурсами» [29].

Інші вчені розглядають рентабельність як показник, що характеризує ефективність фінансово-економічного механізму та прибутковість підприємства в умовах високої ринкової конкуренції та світової економічної кризи. Автори зазначають, що прибутковість відображає адекватність системи управління та актуальність заходів у операційному процесі підприємства [24].

Ми погоджуємося з думкою авторів, що рентабельність – комплексний відносний показник, який характеризує фінансово-економічну ефективність діяльності підприємства з точки зору отримання прибутку, відображає ефективність інвестованого капіталу чи спожитих ресурсів.

Рентабельність свідчить про якість управління підприємством і його оптимальний рівень забезпечить сталий розвиток і конкурентоспроможність підприємства на ринку [23].

Отже, рентабельність, як кінцевий результат діяльності підприємства, створює умови для його розширення, розвитку, самофінансування та підвищення конкурентоспроможності. У найширшому і загальному розумінні під рентабельністю розуміється рентабельність або прибутковість виробництва і реалізації всієї або окремих видів продукції (робіт, послуг); прибутковість підприємств, організацій, установ у цілому як суб'єктів господарювання; прибутковість різних галузей економіки [13].

Рентабельність як показник дає уявлення про достатність прибутку по відношенню до інших окремих величин, що впливають на фінансово-господарську діяльність підприємства. При визначенні показника рентабельності прибуток пов'язують з факторами, які найбільш істотно впливають на його отримання: доходи, витрати, ресурси, капітал.

Зазвичай показники рентабельності об'єднують у кілька груп, а саме:

- показники рентабельності по відношенню до продажів;
- прибутковість щодо діяльності;
- прибутковість по відношенню до чистих активів і пасивів;
- показники рентабельності [4].

Показники рентабельності різні автори поділяють на:

– собівартість – рентабельність продукції, рентабельність інвестиційних проектів, рентабельність різних видів діяльності тощо.

– ресурсний – рентабельність активів (загального капіталу) підприємства, рентабельність чистих активів, рентабельність оборотних активів, рентабельність необоротних активів, рентабельність власного капіталу тощо.

– прибуткові – валовий прибуток, чистий прибуток, операційний прибуток [4].

Існує кілька підходів до визначення показників рентабельності. Взагалі рентабельність більш істотно відображає кінцеві результати господарювання, ніж прибуток, оскільки її величина показує зв'язок між фактом і фактично використаними ресурсами. Для кожного суб'єкта господарювання важлива виробничо-збутова та постачальницька діяльність, яка забезпечує необхідний рівень платоспроможності та прибутковості, що, у свою чергу, впливає на рух грошових коштів. Тому необхідно провести діагностику фінансового стану, зокрема прибутковості підприємства, визначити причини погіршення ефективності його діяльності та прийняти правильні ефективні рішення в умовах кризи [31, с. 89–94].

Щоб спрогнозувати прибутковість компанії, доцільно дотримуватися таких рекомендацій:

- при прогнозуванні слід розглядати та аналізувати всі можливі сценарії подій, а не лише найбільш ймовірні значення обраного показника. Важливо проаналізувати цінності, які виникнуть у вкрай несприятливих і сприятливих умовах зовнішнього економічного середовища;

- для якісної оцінки тенденцій майбутнього періоду необхідний адекватний обсяг інформації про результати діяльності підприємства за минулі періоди. Це допоможе підвищити точність прогнозів;

- для підвищення точності прогнозів і зменшення похибки необхідно враховувати ймовірні майбутні зміни зовнішнього середовища діяльності підприємства та інші фактори, які впливатимуть на його діяльність і не можуть бути ним нівельовані. До таких факторів належать, наприклад, рівень інфляції, зміни в податковому та митному законодавстві, дії конкурентів, соціальні та геополітичні чинники тощо.

- прогнозування фінансових результатів не повинно обмежуватися отриманням кількісних значень, тому воно має здійснюватися з подальшим проведенням перспективної фінансової діагностики [22].

Для розробки прогнозу рентабельності важливо правильно вибрати методи і прийоми. Найбільш часто використовувані групи методів у більшості наукових публікацій:

- балансовий метод;
- методи експертної оцінки;
- метод часових рядів (динамічні ряди);
- економетричні моделі [4].

Якщо фінансові результати (рентабельність) очікуються в короткостроковій перспективі, то доцільно використовувати адаптивні ситуаційні методи. Ці методи полягають у зміні коефіцієнтів побудованої моделі при отриманні нової інформації, тобто в адаптації моделей до нових даних. Саме такими властивостями володіють методи, засновані на експоненціальному згладжуванні.

Слід зазначити, що для аналізу прибутковості компанії використовуються різні методи, способи та прийоми. А найпоширенішими з них є балансова, коефіцієнтна, використання нотації, комплексна інтегральна оцінка та багато інших.

Щоб уникнути банкрутства конкретної компанії, розробляються різні методи прогнозування її майбутнього фінансового стану. Питання діагностики неспроможності бізнесу стало досить актуальним в економічній науці. Така увага зумовлена тим, що банкрутство окремого суб'єкта господарювання порушує макроекономічну рівновагу, а тому його запобігання є дуже важливим на ринку економічних відносин. Аналіз невдач можна виконати за допомогою існуючих підходів для оцінки та прогнозування ймовірності краху компанії. Можна виділити чотири основні підходи:

- експертні методи;
- економіко-математичні методи;
- системи штучного інтелекту;
- методи оцінки фінансового стану [9, с. 40–45].

Наразі існує кілька доступних моделей для оцінки фінансового стану та прибутковості компанії, більшість із яких ґрунтується на даних експертної оцінки. Тому вивчення майбутніх змін у фінансовому становищі компанії та розробка стратегічних заходів щодо їх корекції є неодмінним фактором формування сучасної маркетингової стратегії. За допомогою прогнозних показників підприємство зможе планувати фінансовий розвиток, уникати значних помилок у розрахунках і пов'язаних з ними втрат, оцінювати доцільність майбутніх витрат і максимально використовувати економічні відносини з покупцями, партнерами, постачальниками та банками. За відсутності прогнозних даних компанія зазнає помилкових маневрів, які можуть призвести до втрати позицій на ринку, нестабільної фінансової ситуації або навіть до банкрутства. Крім того, важливим елементом процесу управління компанією та її підрозділами в контексті визначення можливостей і загроз, рівня її платоспроможності є саме прогноз фінансових показників.

### **1.5. Правове регулювання прибутковості підприємства**

Діяльність будь-якого підприємства регулюється відповідними нормативно-законодавчими актами, в тому числі регламентує рентабельність підприємства.

Відповідно до Господарського кодексу України підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична і на власний ризик господарська діяльність, яка здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку [16].

Підприємства можуть створюватися для провадження підприємницької та некомерційної господарської діяльності. Крім того, прибуток (доход) суб'єкта господарювання (підприємства) – це показник фінансових результатів його господарської діяльності, який визначається шляхом зменшення суми валового

доходу суб'єкта господарювання за певний період на суму валових витрат і суму амортизаційних відрахувань [16].

Отже, можна констатувати, що прибуток, як основний фінансовий результат господарської діяльності підприємства, визначається виключно для підприємств, які здійснюють підприємницьку діяльність. Для неприбуткових організацій це твердження невірне.

Аналізуючи нормативно-правову базу регулювання підприємницької діяльності в цілому та оцінки фінансового стану зокрема, зазначимо, що діяльність підприємства регулюється Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» та вимогами Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності».

Статтею 11 Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" встановлено, що підприємства зобов'язані складати фінансову звітність на основі даних бухгалтерського обліку, а порядок і строки подання фінансової звітності, консолідованої фінансової звітності, звітів про управління та звітів про розрахунки з органами державної влади визначаються Кабінетом Міністрів України [53].

Порядок подання фінансової звітності більш детально визначає загальний алгоритм та зміст звітності. Отже, порядок поширюється на всіх юридичних осіб незалежно від організаційно-правової форми їх діяльності та форми власності, а також на представництва іноземних суб'єктів господарювання, які відповідно до законодавства зобов'язані вести бухгалтерський облік і подавати фінансову звітність. Фінансова звітність та консолідована фінансова звітність складаються відповідно до національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку [54]. Отже, усі основні практичні вимоги щодо стандартизації фінансової звітності підприємства, а також створення аналітичної бази для оцінки фінансового стану підприємства містяться у стандарті НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Положення цього національного положення (стандарту) поширюються на фінансову

звітність та консолідовану фінансову звітність юридичних осіб усіх форм власності (крім банків та бюджетних установ), які відповідно до законодавства зобов'язані подавати фінансову звітність.

Зазначений стандарт надає ключовий понятійний апарат, який визначає сутність основних аналітичних показників і тому унеможлиблює будь-які маніпуляції з оцінкою фінансового стану. Зокрема, стандарт регламентує зміст основних показників оцінки фінансового стану підприємства, таких як:

- витрати – зменшення економічних вигод у вигляді зменшення активів або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення чистої вартості (крім зменшення капіталу внаслідок його вилучення або розподілу власниками);

- дохід – збільшення економічних вигод у вигляді збільшення активів або зменшення зобов'язань, що призводить до збільшення чистої вартості (крім збільшення капіталу за рахунок внесків власників);

- прибуток – сума перевищення доходів над супутніми витратами; – чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) – дохід, який визначається шляхом вирахування з доходу від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг (у тому числі платежів від оренди інвестиційної нерухомості) наданих знижок, вартості раніше проданих товарів, що повертаються, доходів, що належать довірцям (керівникам тощо) за договорами, а також податків і зборів [55].

Законодавством визначено відповідний порядок ведення такої звітності, який передбачено Методичними рекомендаціями щодо заповнення форм фінансової інформації [56] та Методичними рекомендаціями щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій, спрямованих на приховування банкрутства, штучного банкрутства або сприяння банкрутству [57]. Розроблено рекомендації щодо визначення однозначних підходів при аналізі фінансово-економічного стану підприємств з метою виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та дій, спрямованих на приховування банкрутства, фіктивне банкрутство або провокування банкрутства.

Таким чином, можна сказати, що використання цих рекомендацій, які містять унікальний регламентований законодавством алгоритм оцінки фінансового стану, дозволяє отримати порівнювані та відповідні результати. Під час аналізу визначається стан фінансово-господарської діяльності підприємства, структура його балансу (задовільна чи незадовільна), у тому числі тенденції динаміки основних показників діяльності підприємства..

Оскільки основним показником узагальнення ефективності є прибуток, зазначимо, що згідно з рекомендаціями рентабельність підприємства оцінюється за наявністю та розміром прибутку від основної реалізації та чистого прибутку, а також за показниками рентабельності. Одним із етапів аналізу рентабельності компанії та її діяльності є аналіз рентабельності продукції, основної діяльності, сукупного капіталу та власного капіталу.

Для визначення видів продукції, виробництво яких є рентабельним і на виробництво яких необхідно орієнтуватися в майбутньому, а також видів продукції, виробництво яких вважається економічно недоцільним або виробництво яких слід припинити, необхідно провести аналіз рентабельності різних видів продукції [57].

Тому законодавча база та правове регулювання відіграють досить важливу роль у регулюванні прибутковості підприємства і діяльність підприємства не може існувати без втручання держави.

## **Висновки до розділу 1**

Господарська діяльність комерційних суб'єктів спрямована на отримання прибутку. Прибуток підприємства – фінансовий результат діяльності підприємства, абсолютний показник здійснення виробничої, комерційної, науково-дослідної та іншої діяльності та характеризує ступінь успішності цієї діяльності. Прибутковість – показник, що характеризує ефективність діяльності підприємства з точки зору його здатності отримувати прибуток і забезпечувати ефективне відтворення використовуваних ресурсів. Вчені класифікують прибуток підприємства за такими ознаками: за видом діяльності, за порядком

розрахунку, за джерелами формування, за розміром, за методом оцінки, за метою визначення, за країною отримання прибутку. Прибуток залежить від ряду різних факторів. Доцільно зосередитися на вивченні внутрішніх факторів, таких як обсяг реалізації продукції, порядок ціноутворення, собівартість продукції та інші. Це ті фактори, на які компанія може безпосередньо впливати, вони є найважливішими важелями впливу на формування прибутку компанії.

Прибутковість підприємства характеризується рівнем прибутку та рентабельності. Прибуток - це абсолютний показник, який не враховує витрати, понесені для досягнення заданого результату. Рентабельність – відносний показник ефективності діяльності підприємства, який забезпечує можливість порівняння отриманого результату з понесеними витратами. Характеристика рентабельності підприємства використовує багато показників рентабельності, розрахунок яких дозволить підприємствам визначити оптимальний рівень рентабельності. Довгострокова рентабельність дозволить підприємству бути гнучким перед короткостроковими викликами, а його оптимальний рівень дозволить підприємству визначити резерви та свідчитиме не лише про наявність прибутку, а й про можливість його використання в майбутньому.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ПРИБУТКОВОСТІ ПРАТ «КРКФ «РОШЕН»

#### 2.1. Загальні відомості про ПрАТ «КрКФ «Рошен»

Приватне акціонерне товариство «Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен» є підприємством, що спеціалізується на виробництві кондитерських виробів. Фабрика була заснована у 1925 році як державне підприємство. Її місцезнаходження: Полтавська область, Крюківський район, 39600, м. Кременчук, вул. І. Сердюка, 57.

У процесі приватизації підприємство зазнало кількох змін організаційно-правової форми:

- у 1991 році фабрика була реорганізована в орендне підприємство «Кременчуцька кондитерська фабрика»;

- у 1993 році на її основі створено колективне підприємство «Кременчуцька кондитерська фабрика»;

- у 1998 році відбулося перетворення на Закрите акціонерне товариство «Кременчуцька кондитерська фабрика» відповідно до рішення загальних зборів власників майна від 16 березня 1998 року. Реєстрація підприємства була здійснена Виконкомом Кременчуцької Ради народних депутатів (розпорядження № 452-р від 20.04.1998 року);

- 7 лютого 2011 року загальні збори акціонерів ухвалили рішення про зміну назви на Публічне акціонерне товариство «Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен».

Підприємство не входить до жодних об'єднань компаній і не бере участі у спільній діяльності.

Метою діяльності фабрики є отримання прибутку від виробничої та інших видів діяльності. Основний напрям діяльності – виробництво

кондитерських виробів із давальницької сировини. Замовником продукції та постачальником сировини виступає ДП «Кондитерська корпорація «Рошен».

Підприємство веде самостійний баланс, має розрахунковий, валютний та інші рахунки в банківських установах, а також печатку встановленого зразка із власною назвою, кутовий штамп та інші необхідні реквізити. Майно підприємства включає основні фонди, обігові кошти та інші активи, вартість яких відображається у балансі компанії.

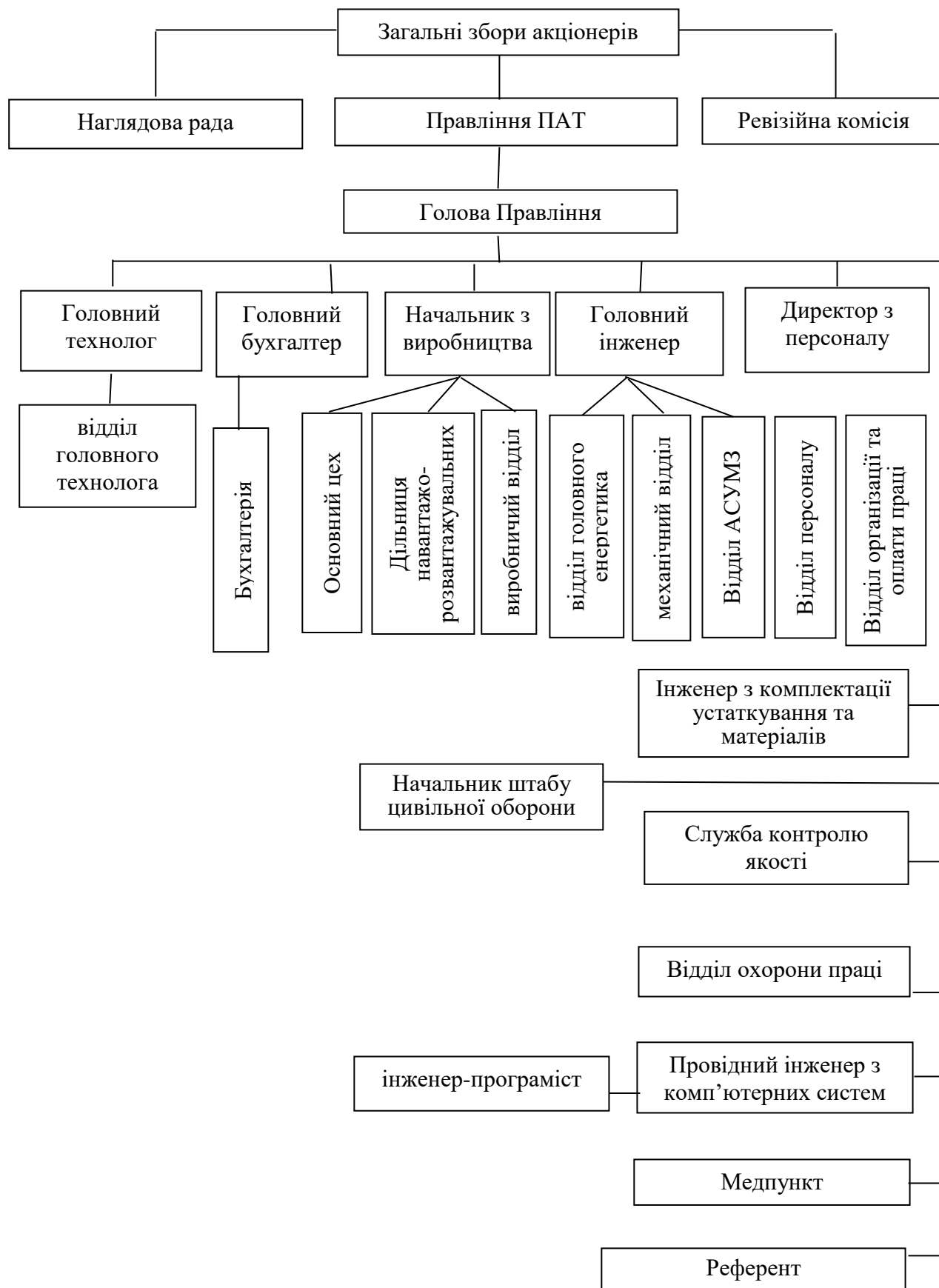
Фінансування діяльності Приватного акціонерного товариства «Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен» здійснюється виключно за рахунок отриманого прибутку. Протягом року підприємство не залучало банківських кредитів.

Господарська діяльність фабрики базується на постійно діючих договорах, умови яких виконуються у повному обсязі. Невиконаних або прострочених зобов'язань за укладеними договорами немає.

Приватне акціонерне товариство «Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен» здійснює свою діяльність відповідно до законодавства України. Основними нормативно-правовими актами, що регламентують функціонування підприємства, є Конституція України, Господарський та Цивільний кодекси України, Закони України «Про власність», «Про зовнішньоекономічну діяльність» та інші нормативні акти.

Управління підприємством здійснюється апаратом управління та окремими структурними підрозділами, які взаємодіють між собою у процесі господарської діяльності. Ця взаємодія охоплює економічні, організаційні, соціальні, психологічні та інші відносини, що впливають на ефективність роботи компанії. Взаємозв'язки між керівними органами, підрозділами та працівниками визначають організаційну структуру підприємства, яка забезпечує координацію та ефективний розподіл функцій між усіма рівнями управління.

Розглянемо організаційну структуру управління ПАТ «Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен», яка представлена на рис. 2.1.



**Рис. 2.1. Організаційна структура ПрАТ «КрКФ «Рошен»**

*Джерело: сформовано автором за даними ПрАТ.*

Організаційна структура ПрАТ «КрКФ «Рошен» відображає систему керівних органів, їхні взаємозв'язки, розподіл функцій і підпорядкованість, що дозволяє підприємству ефективно реалізовувати свої стратегічні та операційні завдання.

Основою формування організаційної структури управління акціонерним товариством є лінійно-функціональна структура управління: управлінські впливи поділяються на лінійні, обов'язкові для виконання, та функціональні – рекомендовані до виконання.

Під організаційною структурою управління підприємством розуміється склад (перелік) структурних підрозділів, служб і відділів апарату управління, їх системна організація, характер співпідпорядкованості та взаємної відповідальності та вищий орган управління підприємством, а також сукупність координаційних та інформаційних зв'язків, порядок розподілу функцій управління на різних рівнях і підрозділах ієрархії управління.

Як показано на рис. 2.1. управління товариством здійснюють: вищий орган товариства - Загальні збори акціонерів; Наглядова рада Товариства; виконавчий орган Товариства – Рада директорів Товариства; Контроль за фінансово-господарською діяльністю Ради директорів Товариства покладається на Ревізійну комісію Товариства.

Вищим органом управління товариства є загальні збори акціонерів. Компанія зобов'язана проводити щорічні загальні збори акціонерів. Вирішує питання щодо обрання ради директорів, ревізійної комісії товариства та затверджує річний звіт.

Наглядова рада здійснює контроль за діяльністю свого виконавчого органу та захищає права акціонерів товариства.

Для здійснення контролю за фінансово-господарською діяльністю товариства загальні збори акціонерів обирають ревізійну комісію відповідно до статуту товариства. Голова цього комітету обирається більшістю голосів серед його членів..

Управління підприємством здійснюється відповідно до його установчих документів на основі поєднання прав власника на господарське використання свого майна та участі в управлінні трудовим колективом. Власник здійснює свої права щодо управління товариством безпосередньо або через уповноважені ним органи відповідно до статуту товариства чи інших установчих документів.

Ключовою фігурою в управлінні компанією є голова ради директорів. Діяльність менеджера полягає у вирішенні суспільних завдань, спираючись на комплексну інформацію, отриману від інформаційних систем, персоналу компанії та зовнішнього середовища. Генеральний директор здійснює загальне та оперативне керівництво поточною діяльністю ПрАТ «КрКФ «Рошен», вирішує всі питання господарсько-фінансової діяльності підприємства в межах наданих йому повноважень, а виконання окремих виробничо-господарських функцій покладає на інших посадових осіб підприємства. Директор без довіреності діє від імені Товариства, представляє його інтереси в органах державної влади та органах місцевого самоврядування, іншими організаціями, у відносинах з юридичними особами та громадянами, формує керівництво Товариством і вирішує питання, пов'язані з діяльністю Товариства, в межах і порядку, встановлених установчими документами.

Відповідно до Статуту загальне керівництво товариством здійснює Голова Правління. Йому підпорядковані всі підрозділи компанії. Функції, права та обов'язки структурних підрозділів товариства визначаються положеннями про них.

Станом на кінець 2023 року в корпоративній структурі компанії перераховані наступні працівники апарату управління та підрозділів: Голова Ради директорів; Начальник виробництва, який йому підпорядкований - виробничого відділу, цеху та вантажно-розвантажувальної дільниці; Головний інженер, якому підпорядковані: відділ головного енергетика (включаючи котельню), відділ механіки (включаючи механічний цех) та відділ автоматизованих систем метрологічного управління; Директор з персоналу та соціальних питань, у підпорядкуванні якого знаходяться: Департамент кадрів,

Департамент організації праці та оплати праці; відділ контролю якості; Відділ охорони праці; Контактна особа; головний бухгалтер, якому підпорядкована бухгалтерія; Головний технолог, якому підпорядковується відділ головного технолога; фельдшерсько-акушерський пункт; провідний інженер з комп'ютерних систем, якому підпорядковується інженер-програміст; інженер, відповідальний за закупівлю обладнання та матеріалів; Начальник штабу цивільного захисту.

Сьогодні на ПрАТ «КрКФ «Рошен» працює близько 500 осіб, а її виробнича потужність може досягати 300 тонн на добу. Середньооблікова чисельність штатних працівників підприємства у 2023 році становила 452 особи, з яких 20 працювали на умовах неповного робочого часу.

На підприємстві запроваджено погодинну систему оплати праці. Для працівників основного виробництва та допоміжних служб встановлені тарифні ставки відповідно до їхнього розряду, а для інженерно-технічного персоналу передбачено фіксовані посадові оклади. Крім того, діє система преміювання, яка залежить від обсягу виручки, отриманої підприємством за місяць.

У 2023 році фонд оплати праці зменшився на 3 457,70 тис. грн, що становить 3,76% у порівнянні з попереднім роком. Водночас, у розрахунку на одного працівника фонд оплати праці зріс на 898,48 грн на місяць. Частка витрат на оплату праці в загальній собівартості продукції знизилася на 5,02% (з 52,45% у 2022 році до 47,43% у 2023 році).

На сьогодні підприємство випускає понад 100 найменувань кондитерських виробів, пропонуючи широкий асортимент продукції.

Об'єднання продукції під єдиною торговою маркою було здійснене з метою чіткої ідентифікації бренду як українського виробника високоякісної кондитерської продукції. Це сприяло підвищенню впізнаваності марки та зростанню рівня продажів виробів під ТМ Roshen.

Підприємство співпрацює з пов'язаними сторонами, серед яких ДП «Кондитерська корпорація «Рошен», ПАТ «Вінницька кондитерська фабрика», ПАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен», ТОВ «Кондитертранс» та ТОВ

«Розподільчий центр «Плюс». Посередниками у реалізації продукції виступають магазини харчової промисловості та кав'ярні, спеціалізовані компанії, що постачають напівфабрикати та пакувальні матеріали, транспортні організації, відповідальні за доставку товару, а також фінансові установи, що забезпечують розрахунки при реалізації продукції на ринку.

ПрАТ «КрКФ «Рошен» орієнтується на два основні сегменти клієнтів. По-перше, це кінцеві споживачі, тобто все населення. По-друге, підприємство реалізує продукцію на ринку виробників, постачаючи свої вироби закладам громадського харчування, таким як кав'ярні, кафе, бари, ресторани та їдальні, а також у власну мережу магазинів «Roshen».

Для забезпечення високої якості продукції ПрАТ «КрКФ «Рошен» встановила на фабриці сучасне обладнання від провідних європейських виробників – Німеччини, Голландії та Чехії, аналоги якого відсутні в Україні. Серед них – автоматизований німецький комплекс для виготовлення цукерок із рідкими начинками, з вишнею та без неї, а також італійські виробничі лінії для створення шоколадних цукерок із різними видами начинок: кремовою, праліновою, з подрібненими чи цілими горіхами, хрусткими шариками або без додаткових інгредієнтів.

Кондитерські вироби, представлені на ринку, виготовляються за найсучаснішими технологіями. Робота сучасного та високопродуктивного обладнання, суворе дотримання технології виробництва, використання виключно високоякісної сировини та матеріалів, які використовуються у виробництві кондитерських виробів, є запорукою основних переваг продукції Roshen.

Виробничі потужності ПАТ «КрКФ «Рошен» сертифіковані відповідно до вимог міжнародних стандартів якості та безпечності харчових продуктів. На підприємствах Корпорації Roshen діє система управління якістю, що відповідає вимогам ISO 9001:2008, та система управління безпечністю харчових продуктів, яка відповідає вимогам ISO 22000:2005, що підтверджується наявністю сертифікатів відповідності на кожному з заводів корпорації.

## 2.2. Аналіз господарської діяльності ПрАТ «КрКФ «Рошен»

Аналіз господарську діяльність ПрАТ «КрКФ «Рошен». У 2000 році на заводі була встановлена німецька лінія з виробництва формової карамелі з начинкою та без. Лінія включала два «рукава» для виробництва карамелі: овальний і прямокутний. За потужністю обладнання ця лінія вважається однією з найбільших у світі, виробляючи 4 тонни карамельної маси на годину. Саме з цією думкою почали випускати карамель Roshen. Карамель стала дуже популярною.

У 2001 році кондитерській фабриці довелося добудувати ще один корпус і встановити ще одну лінію. Сьогодні там виробляють карамель з різними начинками: в одні додають натуральні соки та алкоголь, в інші – згущене молоко. Крім того, випробувана та запущена в серійне виробництво карамель «Шипучка» з різними смаками: апельсин, лимон, ківі. У квітні 2003 року на комбінаті успішно пройшла випробування ще одна лінія — лінія з виробництва плавленої карамелі. Лінія, яка не має аналогів в Україні. Виготовлена з нього карамель має надзвичайні смакові якості, до складу якої входить наступна сировина: вершки, сухе і згущене молоко, какао-порошок. Карамель має неповторний смак. Так, споживачі відкрили для себе нові сорти карамелі: «Капрі-молоко», «Малібу крем-апельсин», «Малібу крем-полуниця».

Щороку компанія Roshen дивує та радує споживачів. Так, у 2004 році завод ввів в експлуатацію нову лінію, на одному «рукаві» якої виробляється молочна карамель з молочною начинкою, а на іншому - м'яка карамель з шоколадною начинкою під назвою «Еклер». «Еклер» — це вершина виробництва карамелі.

Виробництво «Рошен» у Кременчуці орієнтоване на виготовлення карамельних виробів – льодяників, молочних, з різними начинками. Фабрика є єдиним в Україні виробником карамелізованих ірисок із шипучою порошковою начинкою. Аналогів молочній карамелі «Лінива корова» в Україні немає. Останньою новинкою фабрики стала карамелізована карамель на паличці

«LolliPops». Всього в асортименті ПрАТ «КрКФ «Рошен» понад 35 найменувань.

Загалом діяльність кондитерської фабрики пов'язана з виробництвом карамелі, але випускає також шоколадні батончики: «Горіх-люкс», «Горіх-класик», «Горіх-екзотик». Для оцінки якості та конкурентоспроможності продукції було проведено маркетингове дослідження. Загалом було опитано 2000 осіб у різних містах України.

Розглянемо динаміку виробництва та обсяги реалізації основних видів продукції ПрАТ «КрКФ «Рошен». Детальна інформація щодо цих показників представлена в табл. 2.1, що дозволяє оцінити зміни у випуску продукції, її реалізації та ефективність діяльності підприємства.

Таблиця 2.1

**Динаміка виробництва та реалізації основних видів продукції ПрАТ  
«КрКФ «Рошен», т**

Вид продукції	Роки					
	2021		2022		2023	
	Виробл.	Реалізов.	Виробл.	Реалізов.	Виробл.	Реалізов.
Какао, шоколад та цукристі кондитерські вироби	45620	45620	60382	60382	57490	57490

*Джерело: сформовано автором на основі даних ПрАТ.*

Аналізуючи дані таблиці 2.1, можна відзначити динаміку змін у виробництві та реалізації основних видів продукції ПрАТ «КрКФ «Рошен» у період 2021–2023 років.

У 2022 році спостерігалось суттєве зростання виробництва та реалізації кондитерських виробів порівняно з 2021 роком – на 14 762 т або 32,4%. Це може свідчити про збільшення попиту на продукцію підприємства, ефективну маркетингову політику або розширення ринків збуту. Однак у 2023 році виробництво та реалізація продукції дещо знизилася до 57 490 т, що на 2 892 т або 4,8% менше, ніж у 2022 році. Попри це, рівень реалізації залишається на рівні виробництва в усі роки аналізованого періоду, що свідчить про

відсутність значних залишків готової продукції на складах та високу ефективність збутової стратегії компанії. Загалом підприємство демонструє стабільні темпи випуску продукції з деякими коливаннями, що можуть бути зумовлені змінами в ринковому середовищі, сезонністю попиту або виробничими факторами.

Основними факторами успіху кондитерської продукції споживачі назвали: якість, унікальність, зовнішній вигляд продукту та вміння його продати. За значущістю для споживачів ці фактори отримали найвищу оцінку: 5. У таблиці 2.2 наведено значення цих факторів для компанії «ROSHEN» та її конкурентів: «Київ-Конті» та групи «АВК».

Таблиця 2.2

## Дані маркетингового дослідження

Фактор успіху	Важливість фактора для споживача	Величина фактору для компанії «ROSHEN»	Величина фактору для компанії «КК»	Величина фактору для компанії «АВК»
Якість продукції	5	5	5	4
Унікальність виробів	5	4 (Еклер 5)	4	4
Зовнішній вигляд продукції	5	4,5	4	3,5
Вміння продавати	5	5	3	3
Оформлення торгової площі	4	4	2	2
Співвідношення асортименту і сезонності	4	-	3	2
Реклама	4	4	2	5
Використання натуральних інгредієнтів	4	4	2	2
Імідж виробника та його місце на ринку	4	4	3	3
Престиж, відомість виробника	5	5	3	3
Фірмовий знак	3	4	3	3
Оновлення асортименту	3	5	3	3
Обґрунтована ціна	3	4	3	3
Середній бал	4,2	4,0	3,1	3,1

*Джерело: сформовано на основі [17].*

Таблиця маркетингового дослідження демонструє порівняння трьох компаній: ROSHEN, КК та АВК за ключовими факторами успіху. ROSHEN має найвищі оцінки за якість продукції, унікальність виробів, вміння продавати та

престиж бренду, що вказує на її лідерство серед конкурентів. Водночас КК демонструє хороші результати за якістю продукції, але має слабші позиції в оформленні торгової площі та рекламі. АВК отримала найнижчі оцінки в ряді факторів, таких як реклама, зовнішній вигляд продукції та імідж виробника, що вказує на значні проблеми в конкурентоспроможності цієї компанії порівняно з іншими.

Таким чином, широке впровадження нових інноваційних технологій та обладнання та розробка нових оригінальних видів кондитерських виробів, які користуються значним попитом в Україні та за її межами, дозволили компанії «ROSHEN» займати лідируючі позиції в галузі та бути конкурентоспроможними на внутрішньому та зовнішньому споживчому ринках.

Продукція ПрАТ «КрКФ «Рошен» сертифікована за міжнародними стандартами якості ISO 9001:2008 та стандартами харчової безпеки ISO 22000:2005, IFS. Продукція ПрАТ «КрКФ «Рошен» вирізняється неперевершеним смаком та оригінальною упаковкою. Вони неодноразово отримували престижні нагороди на різних продуктових ярмарках. Ці надзвичайні результати та успіхи фабрики обумовлені поєднанням найсучасніших технологій, цікавих рецептів і натуральних інгредієнтів, які дозволяють створювати дивовижні делікатеси.

Підсумовуючи результати дослідження конкурентоспроможності корпорації Roshen, можна зробити висновок, що продукція підприємства має високий рівень конкурентоспроможності. Про це свідчить як широкий асортимент продукції та її постійне оновлення, так і висока якість, підтверджена сертифікатами якості.

Асортимент продукції ПрАТ «КрКФ «Рошен» є різноманітним (табл. 2.3). Загальна кількість товарних позицій в асортименті становить 36, що свідчить про досить великий вибір у двох основних категоріях продукції. Така широка лінійка дозволяє компанії забезпечити різноманітні потреби споживачів, що

важливо для підтримки конкурентоспроможності на ринку кондитерських виробів.

Таблиця 2.3

### Асортимент товарної продукції ПрАТ «КрКФ «Рошен» 2021-2023 рр.

№	Асортиментна група	Види продукції	Кількість товарних позицій
1	Батончики	Батони шоколадні («Горішок-люкс», «Горішок-класик», «Горішок-екзотик»)	3
2	Карамель	Карамель фасована, Карамель вагова, «Капрі-молоко», «Малібу вершки-апельсин», «Малібу вершки-полуниця», «Рошен», «Шипучка», «Еклер», «Lazy Cow», «LolliPops»	33

Джерело: сформовано автором на основі даних ПрАТ.

Інформація про обсяги виробництва та реалізації основних видів продукції ПАТ «КрКФ «Рошен» представлена в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

### Інформація про обсяги виробництва та реалізації основних видів продукції

Основний вид продукції	Обсяг виробництва			Обсяг реалізованої продукції		
	Обсяг виробництва (у грошовій формі, тис. грн)	Обсяг виробництва (у грошовій формі, тис. грн)	Частка в загальному обсязі виробництва (%)	натуральна форма, фізична одиниця	у грошовій формі, тис. грн	Частка в загальному обсязі реалізованої продукції
2021	45620	111785	100	45620	111785	100
2022	60382	173045	100	60382	173045	100
2023	57490	178883	100	57490	178883	100

Джерело: сформовано автором на основі даних ПрАТ.

Протягом 2021-2023 років обсяг виробництва та реалізації продукції ПАТ «КрКФ «Рошен» демонструє позитивну динаміку. У 2022 році спостерігається значне збільшення як обсягу виробництва (на 32%), так і грошового обсягу реалізації (на 55,1%), порівняно з 2021 роком. Однак у 2023 році обсяг виробництва знизився на 4,8% порівняно з попереднім роком, хоча грошовий обсяг реалізації знову зріс на 3,4%. Незважаючи на ці коливання, частка виробленої та реалізованої продукції залишалася стабільною, що свідчить про

збереження високої ефективності в управлінні виробничими процесами та реалізацією продукції.

Розглянемо собівартість реалізованої продукції у період 2021-2023 роки в табл. 2.5. та табл. 2.6.

Таблиця 2.5

### Дані про склад собівартості реалізованої продукції

№ з/п	Склад витрат	% від загальної собівартості реалізованої продукції
1	Витрати на оплату праці	39%
2	Нарахування на оплату праці	8.4%
3	Матеріальні витрати	9%
4	ТЕР (вода, газ, електроенергія)	20.9%
5	Амортизація	16.8%
6	Інші витрати	5.9%

*Джерело: сформовано автором на основі даних ПрАТ*

Таблиця 2.5 показує, що основні витрати, які формують собівартість продукції, включають оплату праці (39%), нарахування на оплату праці (8.4%) і матеріальні витрати (9%). Найбільшу частку у витратах займають енергетичні ресурси (ТЕР), такі як вода, газ та електроенергія (20.9%), що свідчить про велику енергоємність процесу виробництва. Амортизація основних засобів складає 16.8%, а інші витрати - 5.9%.

Таблиця 2.6

### Структура собівартості реалізованої продукції за 2022-2023 рр.

Склад витрат	Роки				Різниця 2023/2022
	2022		2023		
	Собівартість, тис. грн	% від загальної собівартості	Собівартість, тис. грн	% від загальної собівартості	
Матеріальні витрати	53513	33,3%	55783	33,2%	104,2%
Витрати на оплату праці	73536	45,8%	72842	43,4%	99,1%
Відрахування на соц. заходи	18047	11,2%	15702	9,3%	87%
Амортизація	20242	12,6%	31407	18,7%	155,2%

*Джерело: сформовано автором на основі даних ПрАТ*

Загалом структура витрат демонструє збалансованість між персоналом, енергією та матеріалами, з акцентом на значні інвестиції в людські ресурси та основні засоби. Це може свідчити про те, що стратегія підприємства спрямована на підтримку високого рівня кваліфікації працівників і технологічного рівня виробництва.

Підсумовуючи характеристику виробничо-економічних умов ПрАТ «КрКФ «Рошен», можна сказати про високу ефективність використання ресурсів підприємства (але рентабельність даного виробництва у 2023 році знизилася), а також відзначити високі темпи зростання виручки.

### 2.3. Оцінка фінансового стану ПрАТ «КрКФ «Рошен»

Основним джерелом інформації при аналізі фінансового стану підприємства є його баланс (додаток А). Це вертикальний і горизонтальний аналіз елементів балансу, тобто оцінка складу, структури і динаміки власності, капіталу і зобов'язань.

Розпочнемо аналіз з оборотних та необоротних активів ПрАТ «КрКФ «Рошен» (табл. 2.7 та табл. 2.8).

Таблиця 2.7

#### Структура та динаміка необоротних активів ПрАТ «КрКФ «Рошен»

Майно	Роки		Структура, %		Абсолютне відхилення, тис. грн.	Відхилення в структурі, %	Темпи росту, %
	2022	2023	2022	2023			
<i>I. Необоротні активи</i>							
Нематеріальні активи	1694	1675	1,33	1,26	-19	-0,07	98,88
Незавершені капітальні інвестиції	6775	16013	5,33	12,01	9238	+6,68	236,35
Основні засоби	118585	115642	93,34	86,73	-2943	-6,61	97,52
Всього за розділом I	127054	133330			+6276		104,94

Джерело: сформовано автором на основі даних ПрАТ.

Таблиця 2.7 демонструє структуру та динаміку необоротних активів ПрАТ «КрКФ «Рошен» за 2022-2023 роки. Загалом обсяг необоротних активів

зріс на 6276 тис. грн, що становить приріст на 4,94%. Основними компонентами необоротних активів є основні засоби, незавершені капітальні інвестиції та нематеріальні активи.

У 2023 році спостерігається значний приріст у незавершених капітальних інвестиціях (+9238 тис. грн, +236,35%), що свідчить про активні інвестиції в нові проекти та розвиток підприємства. У той же час, основні засоби зменшилися на 2943 тис. грн, що може бути результатом амортизації або скорочення деяких активів, через що їх частка в загальній структурі необоротних активів зменшилася з 93,34% до 86,73%. Нематеріальні активи показали незначне зниження на 19 тис. грн, але їх структура в загальних активів також скоротилася на 0,07%. Це свідчить про відносну стабільність підприємства в частині інтелектуальних та нематеріальних ресурсів.

Що стосується оборотних активів підприємства (табл. 2.8), то вони зросли на 43 364 тис. грн і не зменшилися за жодною статтею порівняно з 2022 роком.

Таблиця 2.8

### Структура та динаміка поточної діяльності ПрАТ «КрКФ «Рошен»

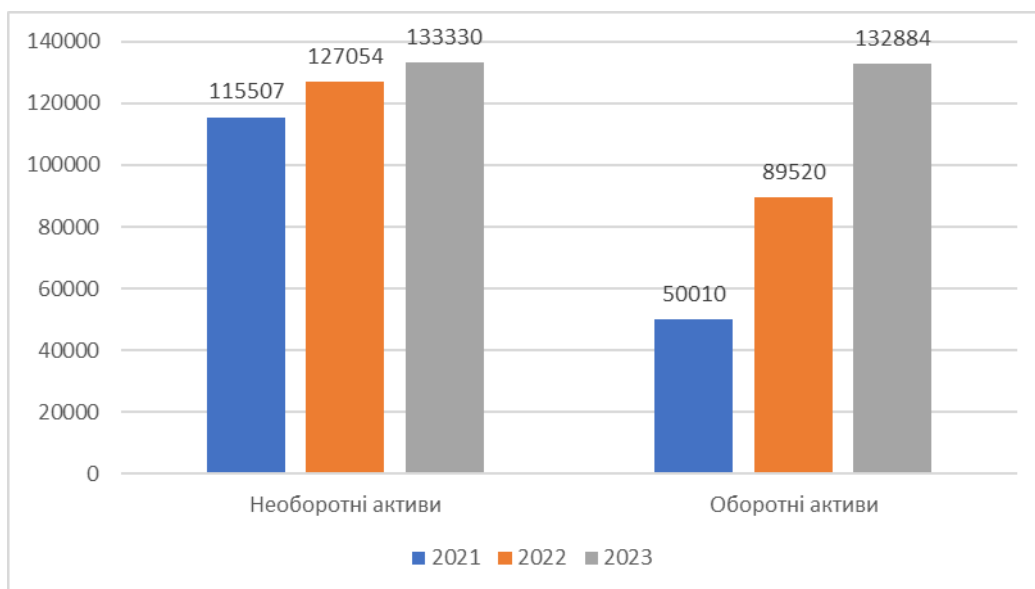
Майно	Абсолютні величини, тис. грн.		Структура, %		Абсолютне відхилення, тис. грн.	Відхилення в структурі, %	Темпи зростання, %
	2022	2023	2022	2023			
<i>II. Оборотні активи</i>							
Запаси	51004	73806	57	55,54	+22802	-1,46	144,7
Дебіторська заборгованість	37372	57067	41,7	42,94	+19695	+1,2	152,69
Гроші та їх еквіваленти	1068	1830	1,2	1,38	+762	+1,18	171,34
Витрати майб. періодів	76	159	0,08	0,12	+83	+0,04	2,09
Всього за розділом II	89520	132884			+43364		148,44

*Джерело: сформовано автором на основі даних ПрАТ.*

Загальний обсяг оборотних активів зріс на 43364 тис. грн, що становить приріст на 48,44%. Це відображає позитивну динаміку в розвитку підприємства. У складі оборотних активів найбільше зростання спостерігається в запасах, що збільшилися на 22802 тис. грн (приріст на 44,7%), зменшуючи свою частку в

загальній структурі з 57% до 55,54%. Дебіторська заборгованість також збільшилася на 19695 тис. грн (приріст 52,69%) та зросла на 1,2% у структурі загальних активів, досягнувши частки 42,94%. Залишки грошових коштів і їх еквівалентів зросли на 762 тис. грн, що є приростом на 71,34%, та зросли в структурі на 1,18%. Витрати майбутніх періодів залишаються на низькому рівні, але зросли на 83 тис. грн, що показує невеликий приріст.

У 2023 році ПрАТ «КрКФ «Рошен» збільшило обсяг оборотних і необоротних активів. Дивлячись на баланси компанії за попередні роки, ми можемо побачити, що компанія має тенденцію до повільного збільшення обсягу необоротних активів компанії та збільшення оборотних активів з кожним роком, що чітко показано на рис. 2.2.



**Рис. 2.2. Динаміка активів ПрАТ «КрКФ «Рошен»**

*Джерело: сформовано автором на основі даних ПрАТ.*

Так, в акціонерному товаристві «КрКФ «Рошен» спостерігається перевищення необоротних активів над оборотними у 2022-2023 роках.

Аналізуючи структуру активів, слід мати на увазі, що загальна структура активів характеризується співвідношенням оборотних і необоротних активів. Для ПрАТ «КрКФ «Рошен» цей показник становить: за 2021 рік 0,43; на 2022 рік 0,7; за 2023 рік 0,99, що підтверджується значеннями їх питомої ваги в загальній сумі активів. Слід зазначити, що у 2022 році частка оборотних активів

була суттєво нижчою за необоротні. Можна зробити висновок, що виробничі потужності зросли за рахунок значного збільшення основних засобів та збільшення обсягу нематеріальних активів за рахунок розширення асортименту продукції.

Один із важливих показників структури джерел фінансування підприємства – це коефіцієнт забезпеченості виробничими фондами (КМВП). Нормальним значенням цього коефіцієнта є значення більше 0,5. Розраховуємо за формулою:

$$КМВП = (ОЗ + НЗБ + З + НЗВ) / А \quad (2.1)$$

де: *ОЗ* – основні засоби; *НЗБ* – незавершене будівництво; *З* – запаси; *НЗВ* – незавершене виробництво; *А* – активи.

Для ПрАТ «КрКФ «Рошен» значення КМВП за роки було таким:

у 2021 році  $КМВП = (97483 + 19040 + 5167 + 0) / 167084 = 0,73$ ;

у 2022 році  $КМВП = (118585 + 6775 + 51004 + 0) / 216574 = 0,81$ ;

у 2023 році  $КМВП = (115642 + 16013 + 73806 + 258) / 266214 = 0,77$ .

З цих значень видно, що коефіцієнт перевищує нормативний рівень, що свідчить про ефективне використання ресурсів, вкладених у виробниче забезпечення підприємства.

Загалом активи підприємства зростають, але значне збільшення дебіторської заборгованості та зменшення суми нематеріальних активів і основних засобів потребують уваги керівництва для уникнення можливих негативних наслідків.

Далі перейдемо до аналізу структури та динаміки власного капіталу і зобов'язань ПрАТ «КрКФ «Рошен», де у 2023 році відбулося збільшення як власного капіталу підприємства, так і довгострокових і короткострокових зобов'язань (табл. 2.9 та 2.10).

Таблиця 2.9

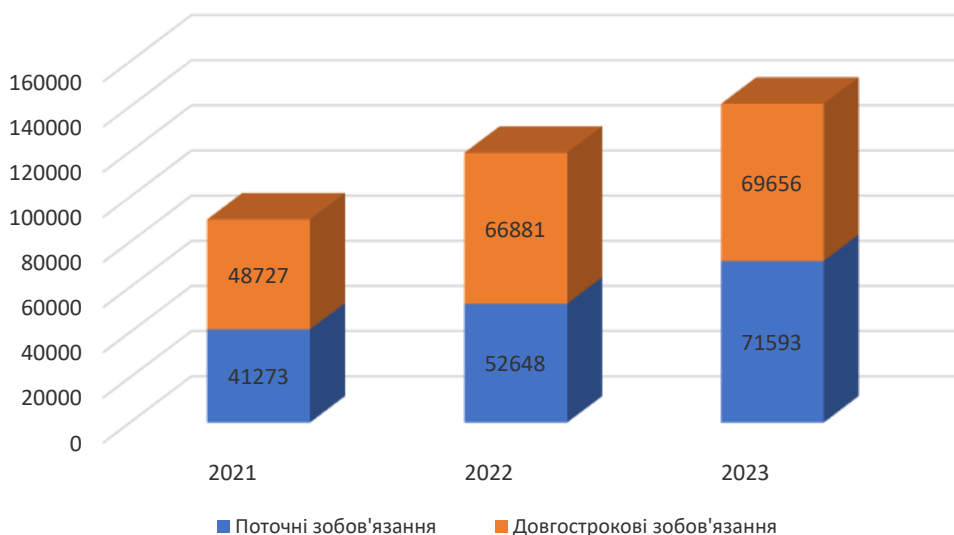
### Структура та динаміка власного капіталу ПрАТ «КрКФ «Рошен»

Джерела майна	Абсолютні величини, тис. грн.		Структура, %		Абсолютне відхилення, тис. грн.	Відхилення в структурі, %	Темпи зростання, %
	2022	2023	2022	2023			
<i>I Власний капітал</i>							
Пайовий капітал	15000	15000	15,5	12	0	-3,5	100
Додатковий капітал	60439	80480	62,3	64,4	+20141	+2,1	133,2
Резервний капітал	1278	1278	1,3	1,02	0	-0,28	100
Нерозподілений прибуток	20328	28207	20,9	22,57	+7879	+2,48	138,8
Всього за розділом I	97045	124965			+27920		128,8

*Джерело: сформовано автором на основі даних ПрАТ*

Аналіз структури та динаміки власного капіталу ПрАТ «КрКФ «Рошен», представлений у таблиці 2.9, показує позитивні тенденції у розвитку компанії за 2022-2023 роки. Пайовий капітал залишився незмінним і становить 15 000 тис. грн, однак його частка у загальній структурі власного капіталу зменшилася з 15,5% до 12%. Це свідчить про більш значне залучення інших джерел фінансування. Основне зростання припало на додатковий капітал, що збільшився на 33,2% (на 20 141 тис. грн). Це вказує на розширення фінансової бази підприємства через додаткові внески чи переоцінки активів. Нерозподілений прибуток зріс на 38,8% (на 7 879 тис. грн), що підтверджує збільшення фінансової стабільності компанії та її здатність до накопичення прибутку для подальшого розвитку. Резервний капітал залишився на рівні попереднього року, що вказує на відсутність потреби у додаткових резервних фондах у цьому періоді. Загалом, власний капітал ПрАТ «КрКФ «Рошен» за 2023 рік зріс на 28 920 тис. грн, що становить 28,8% від попереднього рівня. Це свідчить про зміцнення фінансової стійкості підприємства та його здатність підтримувати довгострокову фінансову стабільність.

Що стосується структури боргового капіталу, то на ПрАТ «КрКФ «Рошен» протягом останніх років спостерігається тенденція до збільшення зобов'язань підприємства, як короткострокових, так і довгострокових, що свідчить про незначне погіршення фінансового стану підприємства (рис. 2.3).



**Рис. 2.3. Зміна заборгованості ПрАТ «КрКФ «Рошен» за 2021-2023 рр.**

*Джерело: сформовано автором на основі даних ПрАТ*

Зміни заборгованості ПрАТ «КрКФ «Рошен» за 2021-2023 роки свідчать про значне зростання як поточних, так і довгострокових зобов'язань. Поточні зобов'язання збільшилися на 36% у 2023 році, що може бути результатом збільшення фінансових зобов'язань перед постачальниками та кредиторами. Довгострокові зобов'язання також зросли на 4,1%, хоча їх приріст був більш поміркованим, що свідчить про зниження потреби в додаткових фінансуваннях на довгостроковій основі. Зростання загальної заборгованості вимагає пильної уваги до фінансової стабільності компанії та її здатності ефективно управляти зобов'язаннями.

Як показано в таблиці 2.10, довгострокові зобов'язання зросли на 2775 тис. грн., що є мінімальним збільшенням, враховуючи стан економіки та зниження курсу гривні..

Таблиця 2.10

## Структура та динаміка зобов'язань ПрАТ «КрКФ «Рошен»

Джерела майна	Абсолютні величини, тис. грн.		Структура, %		Абсолютне відхилення, тис. грн.	Відхилення в структурі, %	Темпи зростання, %
	2022	2023	2022	2023			
<i>II Довгострокові зобов'язання і забезпечення</i>							
Довгострокові кредити банків	66881	69656	100	100	+2775	0	104,15
Всього за розділом II	66881	69656	100	100	+2775		104,15
<i>III Поточні зобов'язання і забезпечення</i>							
Короткострокові кредити банків	2973	2985	5,7	4,17	+12	-1,53	100,4
За товари, роботи, послуги	31031	43053	58,9	60,1	+12022	+1,2	138,7
За розрахунками	14595	20611	27,7	28,8	+6016	+1,1	141,2
Інші зобов'язання	4049	5696	7,7	7,96	+1647	+0,26	140,7
Всього за розділом III	52648	71593			+27920		136
Баланс	216574	266214			+49490		122,9

*Джерело: сформовано автором на основі даних ПрАТ*

Загальний обсяг зобов'язань підприємства зріс на 22,9% (на 49 490 тис. грн), що свідчить про активне розширення фінансових зобов'язань. Це збільшення було спричинене як зростанням довгострокових, так і поточних зобов'язань.

Щодо довгострокових зобов'язань, спостерігається помірне збільшення на 4,15% (на 2 775 тис. грн), що пов'язано з підвищенням обсягів довгострокових кредитів банків. Проте їх структура залишилася стабільною, і відношення до загальних зобов'язань залишилось незмінним, що вказує на сталість фінансування з боку банківських установ та відсутність значних змін у довгостроковому фінансуванні підприємства.

Поточні зобов'язання зазнали значного зростання на 36%, що зумовлено збільшенням заборгованості за товари, роботи та послуги, а також за розрахунками. Зокрема, заборгованість за товари зросла на 12 022 тис. грн, а за

розрахунками – на 6 016 тис. грн. Цей ріст може свідчити про активізацію операційної діяльності підприємства, що збільшило потребу в оборотних коштах. Однак важливо контролювати рівень поточних зобов'язань, оскільки вони мають коротший період погашення і можуть створювати додаткове навантаження на фінансову стабільність компанії..

Для визначення абсолютних показників фінансової стійкості доцільно розглядати багаторівневу систему обліку запасів і витрат. Для характеристики ступеня забезпеченості запасами і витратами необхідно визначити наявність джерел їх утворення, тобто наявність у підприємства власних оборотних коштів. Вихідні дані для розрахунку наведені в табл. 2.11.

Таблиця 2.11

**Розрахункові дані для агрегованого аналізу балансу ПрАТ «КрКФ  
«Рошен» на кінець 2023 року**

№ п/п	Показники	На початок року, тис. грн.	На кінець року, тис. грн.
1	Власний капітал	97 045	124 965
2	Необоротні активи	127 054	133 330
3	Власні обігові кошти (р.1-р.2)	-30 009	-8 365
4	Довгострокові зобов'язання	66 881	69 656
5	Наявність власних і довгострокових джерел покриття запасів (р. 3 + р. 4)	+36 878	+61 291
6	Короткострокові кредити та позики	52 648	71 593
7	Загальний розмір основних джерел покриття запасів (р. 5 + р. 6)	+89 526	+132 884
8	Запаси	51 004	73 806
9	Надлишок (+) або нестача (-) власних обігових коштів (р. 3 - р. 8)	-81 013	-82 171
10	Надлишок (+) або нестача (-) власних коштів і довгострокових кредитів (р. 5 - р. 8)	-14 126	-12 515
11	Надлишок (+) або нестача (-) основних джерел покриття запасів (р. 7 - р. 8)	+38 522	+59 078

*Джерело: сформовано автором на основі даних ПрАТ*

З таблиці 2.11 можна зробити висновок, що ПрАТ «КрКФ «Рошен» у 2023 році продемонструвало позитивні зміни в кількох ключових фінансових показниках. Власний капітал зріс на 27 920 тис. грн, що свідчить про

покращення фінансової незалежності підприємства. Проте власні обігові кошти залишаються від'ємними, що вказує на незадовільне фінансування короткострокових зобов'язань. Довгострокові зобов'язання збільшилися на 2 775 тис. грн, але покриття запасів власними та довгостроковими коштами покращилось, що свідчить про збільшення здатності підприємства покривати свої витрати. Зростання короткострокових кредитів на 18 945 тис. грн може збільшити фінансовий ризик, але в цілому показники, що стосуються покриття запасів, стали більш позитивними.

На основі отриманих даних можна оцінити фінансовий стан ПрАТ «КрКФ «Рошен» за допомогою тривимірного показника, а також визначити запас стійкості фінансового стану в днях. Результати аналізу зведеного балансу (табл. 2.12) свідчать про нестабільний фінансовий стан та відсутність власного капіталу.

Таблиця 2.12

### Оцінка фінансового стану ПрАТ «КрКФ «Рошен» у 2023 році

Показники	На початок року, тис. грн.	На кінець року, тис. грн.
Тип фінансової стійкості	Нестійкий фінансовий стан	Нестійкий фінансовий стан
Запас стійкості фінансового стану, дн.	21,2	24,5
Тримірний показник	0,0,1	0,0,1

*Джерело: сформовано автором на основі даних ПрАТ*

Згідно з наведеними даними, тип фінансової стійкості підприємства залишався нестійким протягом всього року, що свідчить про високий рівень ризику для фінансової стабільності компанії. Запас стійкості фінансового стану збільшився з 21,2 до 24,5 днів, що може свідчити про незначне покращення здатності підприємства забезпечувати свою діяльність у короткостроковому періоді. Однак показник все ще є низьким і не дає значної фінансової "подушки" для підприємства. Тримірний показник залишився без змін на рівні 0,0,1, що може вказувати на стабільність певних аспектів фінансової структури, однак його значення також свідчить про обмежену здатність до адаптації в умовах фінансових змін. Загалом, підприємство знаходиться в нестабільному

фінансовому стані, і хоча деякі показники вказують на невеликі покращення, фінансова стійкість залишається на низькому рівні, що потребує уваги до покращення фінансових резервів і стратегічних управлінських рішень.

Здійснимо аналіз ліквідності балансу. Для цього розрахуємо групи активів на кінець 2023 року, згідно з даними на цей період:

$$A1 = 0 + 1830 = 1830 \text{ (тис. грн)}$$

$$A2 = 41732 + 0 = 41732 \text{ (тис. грн)}$$

$$A3 = 73806 + 0 + 159 + 22 = 73987 \text{ (тис. грн)}$$

$$A4 = 133330 \text{ (тис. грн)}$$

Тепер визначимо групи пасивів за термінами погашення на кінець 2023 року:

$$П1 = 43053 \text{ (тис. грн)}$$

$$П2 = 2985 + 43053 = 46038 \text{ (тис. грн)}$$

$$П3 = 69656 + 4112 + 752 + 1870 + 4786 + 9091 = 90267 \text{ (тис. грн)}$$

$$П4 = 124965 \text{ (тис. грн)}$$

Отже, для нашого підприємства можна застосувати таке рівняння:  $A1 < П1$ ,  $A2 < П2$ ,  $A3 < П3$ ,  $A4 > П4$ .

Результати свідчать, що підприємству не вистачає коштів для поточної діяльності, а також виникають труднощі з перспективною ліквідністю. Це означає, що підприємству варто приділити більше уваги управлінню своїми грошовими потоками.

Для комплексної оцінки ліквідності балансу використовуємо загальний показник платоспроможності:

$$K_{nl} = (A1 + 0,5A2 + 0,2A3) / (П1 + 0,5П2 + 0,2П3) \text{ (2.3)}$$

$$K_{nl2023} = 0,7476085$$

Для більш детального аналізу рентабельності та ліквідності варто провести коефіцієнтний аналіз в динаміці, що буде здійснено в п. 2.3. Аналіз абсолютних показників базується на основних методиках, які є загальноприйнятими в сучасній економіці.

## 2.4. Аналіз прибутковості ПрАТ «КрКФ «Рошен»

Розглянемо показники фінансового стану та прибутковості ПрАТ «КрКФ «Рошен». Аналіз фінансових коефіцієнтів дозволить отримати повну картину фінансової ситуації підприємства. Всі розрахунки були проведені на основі даних фінансової звітності ПрАТ «КрКФ «Рошен», що наведена в додатку Б.

Коефіцієнт загальної ліквідності:

$$2021 \text{ рік: } 50,468 / 40,445 = 1,28$$

$$2022 \text{ рік: } 89,520 / 52,648 = 1,7$$

$$2023 \text{ рік: } 132,884 / 71,593 = 1,86$$

Коефіцієнт швидкої ліквідності:

$$2021 \text{ рік: } (50,468 - 15,700) / 40,445 = 0,86$$

$$2022 \text{ рік: } (89,520 - 51,004) / 52,648 = 0,73$$

$$2023 \text{ рік: } (132,884 - 73,806) / 71,593 = 0,83$$

Коефіцієнт абсолютної ліквідності:

$$2021 \text{ рік: } 1,164 / 40,445 = 0,03$$

$$2022 \text{ рік: } 1,068 / 52,648 = 0,02$$

$$2023 \text{ рік: } 1,830 / 71,593 = 0,03$$

Чистий оборотний капітал (тис. грн.):

$$2021 \text{ рік: } 50,468 - 40,445 = 10,023$$

$$2022 \text{ рік: } 89,520 - 52,648 = 36,872$$

$$2023 \text{ рік: } 132,884 - 71,593 = 61,291$$

Коефіцієнт загальної ліквідності ПрАТ «КрКФ «Рошен» зростає, що вказує на покращення здатності покривати короткострокові зобов'язання, але коефіцієнти швидкої та абсолютної ліквідності залишаються низькими, що свідчить про обмежену фінансову гнучкість. Збільшення чистого оборотного капіталу позитивно впливає на фінансову стабільність підприємства, але потрібен подальший контроль ліквідності для запобігання ризикам.

Розраховані коефіцієнти ліквідності наведені в таблиці 2.13.

**Коефіцієнти ліквідності ПрАТ «КрКФ «Рошен»**

Назва показника	Значення коефіцієнтів на кінець звітного періоду		
	2021 р.	2022 р.	2023 р.
Коефіцієнт загальної ліквідності	1,28	1,7	1,86
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,86	0,73	0,83
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,03	0,02	0,03
Чистий оборотний капітал (тис. грн.)	10023	36872	61291

*Джерело: сформовано автором на основі даних ПрАТ*

ПрАТ «КрКФ «Рошен» демонструє позитивну тенденцію в зростанні коефіцієнта загальної ліквідності, який зріс з 1,28 у 2021 році до 1,86 у 2023 році. Це вказує на те, що підприємство має більший запас ліквідних активів для покриття своїх короткострокових зобов'язань, що є ознакою покращення фінансової стійкості.

Проте, коефіцієнти швидкої ліквідності (0,86 у 2021 році, 0,73 у 2022 році та 0,83 у 2023 році) і абсолютної ліквідності (0,03 у 2021 році, 0,02 у 2022 році та 0,03 у 2023 році) залишаються на низькому рівні. Це свідчить про те, що підприємство має обмежену кількість швидко ліквідних активів для покриття термінових зобов'язань, що може вказувати на певні ризики у разі необхідності термінового погашення боргів.

Однак значне зростання чистого оборотного капіталу, яке збільшилося з 10,023 млн грн у 2021 році до 61,291 млн грн у 2023 році, є важливим показником фінансової стійкості компанії. Це свідчить про покращення здатності підприємства генерувати оборотні кошти для своєї діяльності та зменшення фінансових труднощів у короткостроковій перспективі.

Наступним кроком є дослідження всіх коефіцієнтів фінансової стійкості підприємства. При аналізі фінансової стійкості доцільно виділяти підгрупи показників. Першу підгрупу показників фінансової стійкості підприємства складають коефіцієнти капіталізації: коефіцієнт концентрації власного капіталу, коефіцієнт концентрації боргу та коефіцієнт борг/власний капітал.

Розрахунок першої групи фінансових показників за останні три роки для ПрАТ «КрКФ «Рошен» наведено в таблиці 2.14.

Таблиця 2.14

**Розрахунок коефіцієнтів капіталізації**

Показники	Норм. знач.	Значення коефіцієнтів станом на		
		2021 р.	2022 р.	2023 р.
Коефіцієнт автономії	>0,5	0,46	0,45	0,47
Коефіцієнт фінансової залежності	<2	2,17	2,23	2,13
Коефіцієнт фінансового ризику	0,5-1	1,17	1,23	1,13

*Джерело: сформовано автором на основі даних ПрАТ*

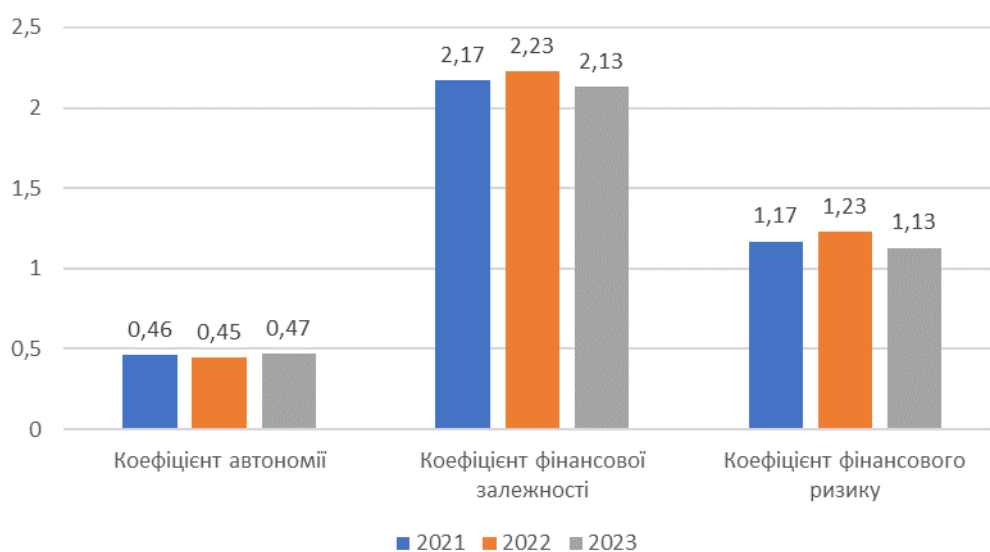
Коефіцієнт автономії показує стабільність власних ресурсів компанії: у 2021 році він становив 0,46, у 2022 році знизився до 0,45, а в 2023 році зріс до 0,47. Це свідчить про невеликі зміни у структурі капіталу підприємства, зокрема про покращення його фінансової незалежності в 2023 році. Коефіцієнт фінансової залежності від сторонніх джерел капіталу показує, що в 2021 році цей показник становив 2,17, в 2022 році підвищився до 2,23, а в 2023 році знову знизився до 2,13. Це свідчить про те, що підприємство зменшило свою залежність від зовнішнього фінансування. Коефіцієнт фінансового ризику демонструє також тенденцію до зниження фінансових зобов'язань, зменшуючись з 1,17 у 2021 році до 1,13 у 2023 році, що вказує на зниження ризиків для підприємства.

Відхилення показників від нормативних значень в негативну сторону не обов'язково свідчить про проблеми в діяльності компанії. Адже лише вивчення тенденцій цих показників та кон'юнктури ринку та загальної ситуації в країні в поєднанні з нормативними значеннями дозволить зробити правильні висновки.

Аналіз фінансових коефіцієнтів ПрАТ «КрКФ «Рошен» за 2021-2023 роки показує стабільну фінансову позицію підприємства з деякими змінами в структурі капіталу. Коефіцієнт автономії залишається на досить високому рівні, коливаючись між 0,45 та 0,47, що свідчить про певну незалежність компанії від зовнішнього фінансування. Коефіцієнт фінансової залежності показує незначні зміни, що вказує на збереження співвідношення між власними і позиковими коштами. Зниження коефіцієнта фінансового ризику в 2023 році до 1,13

свідчить про покращення фінансової стабільності і зниження ризиків, пов'язаних із зовнішнім фінансуванням, що є позитивним сигналом для потенційних інвесторів та партнерів.

Коефіцієнт фінансового ризику відображає кількість одиниць позикових коштів, що відповідає кожній одиниці власного капіталу. Динаміка зміни коефіцієнта протягом 2021-2023 років свідчить про поступове зменшення залежності компанії від зовнішніх джерел, тобто підвищення фінансової стійкості. Динаміку зміни цих показників ілюструє рис. 2.4.



**Рис. 2.4. Динаміка коефіцієнтів капіталізації**

*Джерело: сформовано автором на основі даних ПрАТ*

Друга група показників фінансової стійкості оцінює взаємозв'язок між активами та пасивами балансу підприємства, що дозволяє отримати більш детальну картину фінансової структури компанії (табл. 2.15).

Одним із ключових показників цієї підгрупи є коефіцієнт маневреності власних коштів. Він відображає частку власного капіталу, яка направлена на фінансування поточної діяльності підприємства, зокрема на формування обігових коштів. Цей коефіцієнт також показує, яка частина капіталу підприємства використовується для забезпечення оборотності активів, а яка вже інвестована у довгострокові чи капіталізовані активи, що в свою чергу

дозволяє зрозуміти рівень гнучкості та здатність підприємства оперативно реагувати на зміни в умовах бізнес-середовища.

Таблиця 2.15

### Розрахунок коефіцієнтів другої підгрупи фінансової стійкості

Показники	Норм. знач.	Значення коефіцієнтів станом на кінець		
		2021 р.	2022 р.	2023 р.
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	>0	-0,52	-0,31	-0,07
Поточна платоспроможність, тис. грн.	П > 0	-39281	-51580	-72763
Коефіцієнт забезпечення власними засобами	0,1	-0,8	-0,34	-0,06
Коефіцієнт покриття	1,5	1,25	1,05	1,86
Коефіцієнт структури довгострокових вкладень	<0,5	0,43	0,52	0,52
Коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів	<0,5	0,4	0,41	0,38

*Джерело: сформовано автором на основі даних ПрАТ*

Значення цього показника може суттєво змінюватися в залежності від структури капіталу підприємства та його галузевої приналежності. У випадку ПрАТ «КрКФ «Рошен», значення коефіцієнта маневреності власних коштів знаходиться нижче нормативного рівня, однак є тенденція до покращення ситуації. Так, у 2022 році цей коефіцієнт становив 0,31, а до кінця 2023 року знизився до 0,07. Причиною такого значення є значна частка залучених коштів у загальних пасивах та обмежена здатність підприємства забезпечити гнучке використання власних коштів.

Коефіцієнт структури довгострокових вкладень вказує, яку частку основних засобів та інших необоротних активів профінансували зовнішні інвестори, що фактично означає їхню частку у власності цих активів. Якщо цей коефіцієнт збільшується, це свідчить про зростання залежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування. Зі збільшенням цього показника ПрАТ «КрКФ «Рошен» збільшував свою залежність від зовнішніх інвесторів.

Коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів показує частку довгострокових позик, які використовуються для фінансування активів поряд із власним капіталом. Підвищення цього коефіцієнта є негативною тенденцією,

оскільки це свідчить про зростання залежності підприємства від зовнішніх інвесторів. Однак для ПрАТ «КрКФ «Рошен» ця тенденція змінилася на кінець 2023 року, оскільки коефіцієнт знизився на 0,3 порівняно з 2022 роком, досягнувши значення 0,38, що вказує на зменшення залежності від позикових коштів.

Єдиних і певних нормативних критеріїв для розглянутих показників не існує. Вони залежать від багатьох факторів: виробничої приналежності підприємства, правил кредитування, структури джерел фінансування, оборотності оборотних коштів, іміджу підприємства тощо. Тому допустимість значень цих коефіцієнтів, оцінка їх динаміки та напрямів зміни можуть бути встановлені лише в результаті порівнянь за групами компаній. Проаналізуємо господарську діяльність ПрАТ «КрКФ «Рошен». Ділова активність підприємства характеризує сукупність зусиль, спрямованих керівництвом суб'єкта господарювання на його просування на ринки продукції, праці, капіталу і виявляється в динаміці розвитку, досягненні поставлених цілей, ефективному використанні економічного потенціалу, розширенні ринків збуту. Оцінка ділової активності підприємства здійснюється шляхом вивчення рівня ефективності використання його ресурсів обсягу фінансових ресурсів визначається їх оборотністю.

Для обґрунтованої оцінки стану оборотного капіталу спочатку аналізується його динаміка, оскільки залишки оборотного капіталу на кінець року, як правило, нижчі, ніж на певні поточні дати, оскільки перед встановленням підсумкового балансу його реальність перевіряється шляхом інвентаризації. Щоб усунути надлишкові запаси, ви повинні скоротити закупівлю цих надлишкових матеріалів, продати непотрібні матеріали, скоротити незавершене виробництво та вжити заходів для забезпечення того, щоб усі готові товари були відправлені покупцям.

Методика аналізу оборотності оборотних коштів передбачає порівняння показників оборотності оборотних коштів підприємства за звітний період з аналогічними показниками за попередній звітний період. Таким чином

визначаються тенденції ефективності використання оборотних коштів. Вихідні дані для розрахунку показників ділової активності взяті зі звітних даних підприємства за період 2021-2023 рр. та представлені в таблиці 2.16.

Таблиця 2.16

### Вихідні дані для розрахунку показників ділової активності

Показники, тис.грн.	2021 р.	2022 р.	2023 р.	Абс. відх., +/-	Відн. відх., %
Чиста дохід від реалізації	575403	654310	867708	292305	150,8%
Собівартість реалізованої продукції	467533	506419	707475	239942	151,3%
Середньорічна вартість основних засобів	91185	108034	117113,5	25928,5	128,4%
Середньорічна вартість чистої дебіторської заборгованості	32054,5	35611,5	47219,5	15165	147,3%
Середньорічна вартість кредиторської заборгованості	88755	104851	130389	41634	146,9%
Середньорічна вартість запасів	22653,5	33352	62405	39751,5	275,5%
Середньорічна вартість майна	319690	191829	241394	-78296	75,5%

*Джерело: сформовано автором на основі даних ПрАТ*

Аналітичні дані показників ділової активності наведено у табл. 2.17.

Таблиця 2.17

### Аналітичні дані показників ділової активності

Показники	Значення коефіцієнтів			Відхилення, +/*	
	2021 р.	2022 р.	2023 р.	2022/ 2021	2023/ 2022
Коефіцієнт оборотності активів, разів	1,8	3,4	3,9	1,6	0,5
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості, разів	18	18,4	18,4	0,4	0
Показник тривалості обороту дебіторської заборгованості, дн.	19,7	19,3	19,3	-0,4	0
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості, разів	6,5	6,2	6,7	-0,3	0,5
Показник тривалості обороту кредиторської заборгованості, дн.	54,6	57,3	53	2,7	-4,3
Коефіцієнт оборотності запасів, разів	20,7	15,2	11,3	-5,5	-3,9
Тривалість оборотності запасів, дн.	17,2	23,4	31,4	6,2	8
Коефіцієнт оборотності основних засобів, разів	6,3	6,1	7,4	-0,2	1,3

*Джерело: сформовано автором на основі даних ПрАТ*

Аналіз показників ділової активності ПрАТ «КрКФ «Рошен» на основі таблиці 2.17 свідчить про зміну ефективності використання активів підприємства протягом трьох років. Коефіцієнт оборотності активів зріс з 1,8 у

2021 році до 3,9 у 2023 році, що вказує на значне покращення ефективності використання загальних активів підприємства, хоча відхилення між 2022 і 2023 роками становить лише 0,5. Показник оборотності дебіторської заборгованості залишився стабільним (18,4 разів у 2022 та 2023 роках), що свідчить про ефективне управління дебіторською заборгованістю з незначними змінами.

Показники оборотності запасів і кредиторської заборгованості вказують на проблеми у ефективності управління запасами та термінами виплати боргів. Коефіцієнт оборотності запасів знизився з 20,7 у 2021 році до 11,3 у 2023 році, що є негативною тенденцією, оскільки зменшення оборотності запасів може свідчити про накопичення непроданих товарів. Тривалість оборотності запасів також збільшилася на 8 днів у 2023 році, що вказує на погіршення швидкості їх реалізації. Однак з іншого боку, коефіцієнт оборотності основних засобів зріс з 6,1 у 2022 році до 7,4 у 2023 році, що говорить про більш ефективне використання основних засобів у виробничому процесі.

У цілому ділова активність ПрАТ «КрКФ «Рошен» за аналізований період демонструє як позитивні, так і негативні тенденції. Підприємство значно покращило ефективність використання загальних активів, що підтверджується зростанням коефіцієнта оборотності активів. Однак є проблеми з управлінням запасами, що виявляється у зниженні коефіцієнта оборотності запасів та збільшенні тривалості їх обороту. Залишаючись стабільними, показники дебіторської заборгованості і кредиторської заборгованості вказують на ефективне управління розрахунками з партнерами. Загалом, ПрАТ «КрКФ «Рошен» досягло певних успіхів у використанні своїх активів, але потребує поліпшення ефективності управління запасами для збереження стабільності і зростання.

Тепер розглянемо найважливіші для розвитку суб'єкта господарювання показники рентабельності. У дослідженні в основному виділяють дві групи коефіцієнтів рентабельності: рентабельність інвестицій і рентабельність продажів.

При оцінці рентабельності продажів за показниками прибутку і

товарообігу можна розрахувати коефіцієнти рентабельності як по виробництву продукції (робіт, послуг) у цілому, так і по її окремих видах. Ми розраховуємо рентабельність всього виробництва, тому що для даного підприємства складно виділити основний вид продукції.

Розраховуємо показники рентабельності ПрАТ «КрКФ «Рошен» за 2021-2023 роки, отримані результати заносимо в табл. 2.18.

Таблиця 2.18

### Коефіцієнти ефективності ПрАТ «КрКФ «Рошен»

Показник	Роки			Абс. відхилення, +/-	
	2021	2022	2023	2022/2021	2023/2022
Рентабельність капіталу активів	0,05	0,11	0,12	0,06	0,01
Рентабельність власного капіталу	0,19	0,21	0,23	0,02	0,02
Валова рентабельність продукції	0,19	0,23	0,19	0,04	-0,04
Операційна рентабельність продукції	0,05	0,06	0,06	0,01	0
Чиста рентабельність продукції	0,03	0,03	0,03	0	0
Валова рентабельність виробництва	0,23	0,29	0,23	0,06	-0,06
Чиста рентабельність виробництва	0,03	0,04	0,04	0,01	0

*Джерело: сформовано автором на основі даних ПрАТ*

Аналіз коефіцієнтів ефективності ПрАТ «КрКФ «Рошен» показує, що підприємство демонструє позитивні тенденції в кількох показниках, але з деякими коливаннями в ефективності окремих аспектів діяльності. Рентабельність капіталу активів зросла на 0,06 у 2022 році, а в 2023 році покращення продовжилось на 0,01. Це свідчить про збільшення ефективності використання активів у загальному контексті. Рентабельність власного капіталу також покращилась, зростаючи на 0,02 у кожному з періодів. У той же час валова рентабельність продукції знизилася на 0,04 у 2023 році, що свідчить про певні труднощі в покращенні витрат на виробництво та продаж продукції. Операційна рентабельність залишилася стабільною, а чиста рентабельність продукції та виробництва також не змінилася. Незважаючи на ці варіації, підприємство продовжує залишатися прибутковим і ефективним у більшості показників, хоча й необхідно звернути увагу на аспекти зниження рентабельності продукції.

При аналізі коефіцієнтів рентабельності варто зазначити, що найбільш часто в аналітичних дослідженнях застосовується факторна модель фірми «DuPont», яка відображає прибутковість капіталу як функцію прибутковості активів та фінансового левериджу. Для ПрАТ «КрКФ «Рошен» розрахуємо показник DuPont за останні три роки:

$$2021 \text{ р. } ROE = 0,05 * (31969 / 76911) = 0,21;$$

$$2022 \text{ р. } ROE = 0,11 * (191829 / 97045) = 0,22;$$

$$2023 \text{ р. } ROE = 0,12 * (241394 / 124965) = 0,23.$$

З цієї моделі видно, що рентабельність власного капіталу підприємства залежить від трьох основних факторів: чистої рентабельності продажу, ресурсоемності та структури фінансування. Важливість цих показників полягає в тому, що вони охоплюють всі основні аспекти фінансово-господарської діяльності: перший фактор пов'язаний із фінансовими результатами, другий – з активами підприємства, а третій – із його пасивами. Зростання цього показника вказує на підвищення фінансової стійкості підприємства.

Аналіз фінансових показників ПрАТ «КрКФ «Рошен» дозволяє зробити висновок про ефективність управління компанією, її здатність генерувати дохід та забезпечувати стабільність фінансового становища. Високі показники оборотності активів, ліквідності та фінансової стійкості свідчать про надійність компанії та її позитивні перспективи для інвесторів та партнерів. У цілому всі розглянуті показники тісно пов'язані з прибутковістю компанії, оскільки відображають її здатність ефективно використовувати ресурси, управляти пасивами та підтримувати стабільний фінансовий стан, зокрема, дозволяють оцінити здатність підприємства ефективно використовувати свої активи та чисті активи для отримання прибутку, що є важливим показником загального фінансового успіху підприємства..

## 2.5. Правове регулювання ПрАТ «КрКФ «Рошен»

Важливу роль у визначенні та забезпеченні прибутковості компаній відіграє правове регулювання в економічній сфері. Зокрема, у випадку ПрАТ «КрКФ «Рошен», одного з провідних підприємств України, законодавчі норми стають ключовими факторами, що визначають його фінансові результати та прибутковість. Правове середовище, в якому працює компанія, включає широкий спектр нормативно-правових актів, починаючи від галузевого законодавства, такого як Господарський кодекс України та Податковий кодекс України, до інших сфер, таких як інвестиційне законодавство, земельне законодавство, законодавство про зовнішньоекономічну діяльність та інші сфери, що впливають на діяльність компанії.

Правові норми та норми охоплюють різні аспекти, що впливають на прибутковість ПрАТ «КрКФ «Рошен». Вони можуть включати податкові норми, вимоги до якості товарів і послуг, дозволи та ліцензування, правила управління бізнесом і структуру, вимоги щодо охорони навколишнього середовища та багато інших аспектів, які впливають на фінансову діяльність і розвиток компанії. У цьому контексті розуміння та врахування правових норм і положень стає ключовим фактором для належного функціонування ПрАТ «КрКФ «Рошен» та досягнення його мети – забезпечення стабільної та прибуткової діяльності. Дотримання вимог законодавства допомагає забезпечити законність, стабільність і конкурентоспроможність бізнесу, залучити інвестиції та зберегти довіру споживачів та інших зацікавлених сторін.

Розгляд правового регулювання факторів, що впливають на прибутковість ПрАТ «КрКФ «Рошен» є надзвичайно важливим для визначення ключових аспектів, обговорення відповідних правових норм та положень, а також аналізу їх впливу на фінансову стабільність та результати діяльності компанії. Подальші дослідження будуть зосереджені на окремих аспектах правового регулювання ПрАТ «КрКФ «Рошен», зокрема оподаткуванні,

промислового регулюванні, конкуренції та інших важливих факторах, що впливають на його прибутковість та розвиток. Ключові аспекти правового регулювання можуть включати:

На ПрАТ «КрКФ «Рошен» поширюється дія Господарського кодексу України, який встановлює правила ведення господарської діяльності, в тому числі ведення бухгалтерського обліку, обов'язки звітності та дотримання вимог господарської діяльності.

Податкові закони та нормативні акти мають значний вплив на прибутковість бізнесу. ПрАТ «КрКФ «Рошен» зобов'язане дотримуватись вимог Податкового кодексу України, який встановлює правила обчислення та сплати податків, у тому числі податку на прибуток, ПДВ, акцизного податку тощо.

Антимонопольне законодавство та антимонопольні органи спрямовані на забезпечення регулювання конкуренції на ринку. Він регулює діяльність компаній з точки зору заборони недобросовісної конкуренції, несанкціонованих угод і зловживання домінуючим становищем на ринку.

Компанії зобов'язані складати фінансову звітність відповідно до міжнародних або національних стандартів фінансової звітності, які регулюють форму та зміст фінансової інформації та забезпечують її об'єктивність і надійність.

Правові норми у сфері праці визначають права та обов'язки працівників і роботодавців, умови праці, оплату праці, соціальні гарантії тощо. Це впливає на витрати компанії на зарплату та інші виплати.

Інвестиційне законодавство визначає правила та умови залучення та використання інвестиційного капіталу. Це може включати пільги та стимули для інвесторів, визначення прав та обов'язків сторін інвестиційних угод та захист прав інвесторів.

Умови зовнішньої торгівлі, такі як митні правила, тарифи, торгові обмеження та інші правила, можуть впливати на прибутковість компанії, особливо коли вона експортує або імпортує товари та послуги.

Правові норми, що регулюють діяльність банків, взаємних фондів, страхових компаній та інших фінансових установ, можуть впливати на доступність фінансових ресурсів, умови кредитування, страхові ставки та інші фактори, які можуть впливати на прибутковість компанії.

Екологічні норми та вимоги безпосередньо впливають на діяльність компанії. Законодавство щодо дозволів на викиди забруднюючих речовин, поводження з відходами, енергоефективності та інших екологічних аспектів може вимагати певних інвестицій і витрат для дотримання норм.

Закони, що регулюють авторське право, патенти, торговельні марки та інші форми інтелектуальної власності, можуть впливати на прибутковість компанії, особливо в галузях, де інтелектуальна власність є значною, наприклад дослідження та розробки.

Правила, що регулюють управління, корпоративну структуру та діяльність відкритого товариства з обмеженою відповідальністю, мають значний вплив на функціонування компанії та її прибутковість. Корпоративне законодавство визначає права та обов'язки акціонерів, порядок проведення загальних зборів, порядок прийняття рішень та інші аспекти, які можуть вплинути на фінансову діяльність компанії.

Загалом правове регулювання може суттєво вплинути на прибутковість ПрАТ «КрКФ «Рошен», у тому числі шляхом встановлення податків і зборів, регулювання цін і ринку, регулювання експорту та імпорту, праці, конкуренції та системи ліцензування. Компанія повинна дотримуватися закону та ретельно вивчати вплив законодавчих норм на свою діяльність, щоб забезпечити оптимальну прибутковість і стійкість на ринку. При цьому ПрАТ «КрКФ «Рошен» може взаємодіяти з відповідними державними органами та громадськістю для впливу на формування та зміну правового регулювання відповідно до їх інтересів та потреб. Акціонерне товариство «КрКФ «Рошен» може вжити додаткових заходів для зменшення впливу правового регулювання на свою прибутковість. Наприклад, компанія може розробити та впровадити більш ефективні технології виробництва та управління, які знижують витрати

та підвищують продуктивність. Також важливо враховувати соціальні та екологічні вимоги громадськості, оскільки це може позитивно вплинути на імідж компанії та допомогти утримати та залучити клієнтів.

Прибутковість ПрАТ «КрКФ «Рошен» залежить від низки факторів, таких як ефективність виробництва, якість продукції, здатність конкурувати на ринку та здатність адаптуватися до змін законодавства та регуляторного середовища. Тому для досягнення сталості та прибутковості ПрАТ «КрКФ «Рошен» має не лише виконувати вимоги законодавства, а й активно розвивати свою діяльність та ретельно вивчати та аналізувати ринкове та регуляторне середовище. Загалом дотримання законодавчих вимог є важливим для компанії, оскільки це може вплинути на її продажі та репутацію. Забезпечення високої якості товарів і послуг, дотримання прав споживачів і своєчасне виконання гарантійних зобов'язань може позитивно вплинути на репутацію бренду і лояльність споживачів, що, в свою чергу, може підвищити прибутковість компанії.

## **Висновки до розділу 2**

Так, приватне акціонерне товариство «Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен» є підприємством з виробництва кондитерських виробів. Підприємство «Кременчуцька кондитерська фабрика» було засновано в 1925 році як державне підприємство, у 2011 році загальні збори акціонерів прийняли рішення про зміну назви на Публічне акціонерне товариство «Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен». Метою роботи заводу є отримання прибутку від виробництва та інших видів діяльності. Замовником кондитерської продукції та постачальником даної сировини є ДП «Кондитерська корпорація «Рошен»

Узагальнюючи характеристику виробничих показників та економіко-господарських умов ПАТ «Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен»», можна сказати про високу ефективність використання ресурсів підприємства. Проведено діагностику фінансового стану ПАТ «КрКФ «Рошен» за сукупністю абсолютних та відносних показників. За допомогою абсолютних показників

проведено аналіз оборотних та необоротних активів, власного та позикового капіталу підприємства.

Провівши детальний аналіз показників ліквідності, фінансової стійкості та платоспроможності, показників ділової активності, показників рентабельності та діагностичних показників параметрів кризового розвитку підприємства, можна зробити висновок: незважаючи на невеликі відхилення досліджуваних показників від визнаних нормативними та завдяки позитивним тенденціям, ПрАТ «КрКФ «Рошен» перебуває у хорошому фінансовому становищі.

Дотримання законодавчих вимог є важливим для компанії, оскільки це може вплинути на її продажі та репутацію. Забезпечення високої якості товарів і послуг, дотримання прав споживачів і своєчасне виконання гарантійних зобов'язань може позитивно вплинути на репутацію бренду і лояльність споживачів, що, в свою чергу, може підвищити прибутковість компанії.

## РОЗДІЛ 3

### ШЛЯХИ ТА НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ «КРКФ «РОШЕН»

#### **3.1. Напрями напрями прибутковості ПрАТ «КрКФ «Рошен»**

Велика кількість факторів впливає на діяльність підприємства і зокрема на його прибутковість. Вивчимо основні фактори, що впливають на фінансовий стан ПрАТ «КрКФ «Рошен».

Фактори I рівня є узагальнюючими факторами, які є результатом впливу факторів II і III рівня і водночас виступають генератором взаємодії більш дрібних факторів. Фактори I рівня включають: стадію економічного розвитку системи; етап життєвого циклу бізнесу.

На сучасному етапі розвитку української економіки прибутковість багатьох підприємств значно погіршилася. Основними факторами є військові дії в країні, фінансово-економічна криза, зростання інфляції та нестабільна бюджетно-кредитна політика держави. Значний вплив на фінансовий стан ПрАТ «КрКФ «Рошен» також має зовнішньоекономічна політика держави, яка включає експортну та імпорتنу політику.

ПрАТ «КрКФ «Рошен» має багаторічну історію, підприємство пройшло кілька реформ та реорганізацій. На даний момент компанія знаходиться в середині життєвого циклу. Це означає, що ПрАТ «КрКФ «Рошен» збільшується в розмірах, розширюються сегменти продажів, орієнтація на регіональну диверсифікацію, зростання прибутку знаходиться на оптимальному рівні; в організації розвивається бюрократія, розширюється поділ праці, формалізується політика та розподіл повноважень. В управлінні персоналом широко використовуються посадові інструкції та правила. У виробництві та маркетингу працюють професійні спеціалісти. Також відбувається децентралізація на рівні керівників підрозділів, що при неправильному управлінні може призвести до зниження гнучкості та інноваційної активності компанії.

Фактори II рівня є похідними, оскільки є результатом дії базових факторів. Вони можуть бути зовнішніми і внутрішніми.

Зовнішні чинники II рівня — це фактори, вплив яких пов'язаний із характером державного регулювання (фіскальні, монетарні, амортизаційні, соціально-політичні, демографічні тощо). Найбільший вплив на діяльність ПрАТ «КрКФ «Рошен» має грошово-кредитна політика держави. Адже для подальшого розвитку підприємства потрібні кошти, до яких керівництво молокозаводу змушене вдаватися, незважаючи на досить несприятливі умови.

З точки зору прибутковості підприємства, до внутрішніх факторів другого рівня, що забезпечують його фінансову стабільність, належать стратегія управління обсягами діяльності, політика використання активів, а також оптимізація структури власного і позикового капіталу. Менеджмент ПрАТ «КрКФ «Рошен» орієнтується на довгострокову перспективу, спрямовуючи зусилля на підвищення ефективності капіталу та забезпечення стійкого зростання прибутку. Проведений аналіз свідчить, що рівень платоспроможності підприємства не відповідає нормативним значенням через збільшення позикового капіталу. Проте, якби управлінці фокусувалися лише на досягненні поточної платоспроможності, це могло б обмежити розвиток підприємства, знизити його прибутковість та створити загрози для фінансової стабільності в майбутньому.

Чинники третього рівня відіграють деталізуючу роль, допомагаючи визначити механізм впливу похідних факторів на прибутковість підприємства. Для ПрАТ «КрКФ «Рошен» ключовим зовнішнім фактором цього рівня є рівень інфляції, який особливо відчутно впливає на фінансову стійкість у періоди економічної нестабільності. Зростання інфляції призводить до зменшення чистого прибутку, що, у свою чергу, скорочує обсяг власних фінансових ресурсів підприємства. Це змушує компанію залучати додатковий позиковий капітал, що підвищує його вартість та ускладнює використання для зростання прибутковості власного капіталу. Як наслідок, збільшення фінансових витрат знижує ефективність використання ресурсів, підвищує загальну вартість

капіталу підприємства та може негативно вплинути на його ринкову вартість.

При розгляді факторів впливу на підприємство доцільно провести SWOT-аналіз. SWOT-аналіз ПрАТ «КрКФ «Рошен» дозволяє оцінити як внутрішні фактори, що впливають на діяльність компанії, так і зовнішні виклики, які можуть вплинути на її розвиток. Матриця SWOT-аналіз ПрАТ «КрКФ «Рошен» наведено у додатку В.

До основних сильних сторін компанії можна віднести високу впізнаваність бренду, довіру споживачів та широкий асортимент продукції. Також важливим фактором є використання сучасних технологій виробництва, що дозволяє забезпечувати високу якість продукції. Завдяки потужній дистриб'юторській мережі продукція компанії доступна як в Україні, так і за її межами, що дає змогу зберігати конкурентні позиції навіть у складних умовах.

Разом із сильними сторонами існують і певні слабкі місця, які можуть ускладнювати діяльність компанії. Висока залежність від вартості сировини, таких як цукор, какао та молочні продукти, може негативно впливати на собівартість продукції. Високі витрати на виробництво та логістику, особливо в умовах війни, можуть створювати додаткові фінансові навантаження. Крім того, війна в Україні призвела до економічної нестабільності, що впливає на купівельну спроможність населення та загальну ситуацію на ринку.

Попри виклики, перед компанією відкриваються і нові можливості. Розширення ринків збуту, вихід на міжнародні ринки та активна маркетингова стратегія можуть допомогти збільшити обсяги продажів. Важливу роль відіграє також впровадження нових продуктів та розширення асортименту відповідно до змін уподобань споживачів. Автоматизація виробничих процесів дозволить оптимізувати витрати, підвищити ефективність виробництва та зменшити залежність від людських ресурсів у нестабільний період. Крім того, післявоєнне відновлення економіки може сприяти зростанню попиту на продукцію компанії.

Водночас існують і загрози, які можуть впливати на діяльність ПрАТ «КрКФ «Рошен». Однією з основних є нестабільна економічна ситуація та коливання курсу валют, що може ускладнювати експорт продукції. Військові дії,

руйнування інфраструктури та ризик ракетних ударів по виробничих та логістичних об'єктах становлять суттєву загрозу для нормальної роботи підприємства. Також на діяльність компанії можуть впливати зміни у законодавстві, податковій політиці та державному регулюванні. Умови конкуренції на внутрішньому та міжнародному ринках залишаються складними, що вимагає від компанії ефективних стратегій адаптації до нових викликів

Загалом, SWOT-аналіз показує, що ПрАТ «КрКФ «Рошен» має значний потенціал для подальшого розвитку, проте водночас стикається з низкою викликів, посилених війною в Україні. Попри нестабільну економічну ситуацію та загрози, компанія може використовувати свої сильні сторони та наявні можливості для збереження стійкості на ринку. Важливим напрямом розвитку є розширення міжнародних ринків, підвищення ефективності виробництва та адаптація до нових умов ведення бізнесу. Успішне подолання існуючих викликів та реалізація стратегічних можливостей дозволять компанії зберегти та зміцнити свої позиції в галузі.

На основі SWOT-аналізу можна виділити наступні стратегічні альтернативи підвищення прибутковості ПрАТ «КрКФ «Рошен»:

- розширення асортименту та використання нових технологій виробництва, що дозволить залучити нових клієнтів та збільшити продажі. Розвивати торговельну мережу шляхом відкриття нових точок продажу, що дозволить збільшити кількість точок продажу та залучити нових клієнтів;

- зменшити залежність від зовнішніх постачальників сировини шляхом вирощування власної сировини або укладення довгострокових контрактів з постачальниками;

- використовувати маркетингові інструменти для підвищення лояльності клієнтів і залучення нових клієнтів шляхом проведення рекламних кампаній, акцій, знижок тощо.

- знизити витрати за рахунок оптимізації виробничих процесів, використання економічно вигідних ресурсів і зниження виробничих втрат.

Наведемо напрями та умови максималізації прибутку та прибутковості ПрАТ «КрКФ «Рошен» (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

### Напрями та умови максималізації прибутковості ПрАТ «КрКФ «Рошен»

Напря́м	Сутні́сть	Умови реаліза́ції
<b>1. Кількісні умови</b>		
Збільшення обсягів виробництва та реалізації продукції	Розширення масштабів виробництва та продажів сприяє зростанню прибутку. Зниження питомих постійних витрат на одиницю продукції дозволяє покращити фінансові результати.	Оптимізація використання трудових ресурсів, основних фондів та сировини для збільшення обсягів виробництва.
Зниження витрат на виробництво та реалізацію продукції	Скорочення виробничих і логістичних витрат підвищує прибуток. Раціональне використання ресурсів сприяє економії та зменшенню собівартості.	Впровадження енергоефективних технологій, покращення організації виробничих процесів та контролю за витратами.
Запровадження ефективних норм та стандартів	Використання економічно обґрунтованих нормативів зменшує виробничі витрати та підвищує рентабельність продукції.	Оптимізація запасів сировини, матеріалів та готової продукції, регулярний перегляд виробничих нормативів.
Цінова політика підприємства	Раціональне ціноутворення впливає на обсяги продажів та прибуток. Надмірне підвищення цін може знизити попит, а занижені ціни — негативно позначитися на доходах компанії.	Використання гнучкої цінової стратегії: акції, знижки для оптових та постійних клієнтів, адаптація цін відповідно до ринкових умов.
<b>2. Якісні умови</b>		
Впровадження інновацій та нових технологій	Використання сучасного обладнання дозволяє підвищити ефективність виробництва та знизити собівартість продукції.	Автоматизація виробничих процесів, модернізація обладнання та вдосконалення технологій.
Підвищення якості продукції	Поліпшення якості продукції зменшує витрати на виправлення браку та втрати через дефекти.	Контроль якості на всіх етапах виробництва, мотивація персоналу, впровадження стандартів якості.
Зростання продуктивності праці	Підвищення продуктивності зменшує витрати на оплату праці в розрахунку на одиницю продукції, що сприяє підвищенню прибутковості.	Стимулювання персоналу, впровадження програм підвищення кваліфікації, створення ефективної системи мотивації.
Ефективна маркетингова стратегія	Продумана маркетингова політика сприяє розширенню ринків збуту та зростанню продажів.	Аналіз ринку, визначення цільових сегментів, використання сучасних інструментів просування продукції.

Джерело: сформовано автором

Тому максимізація рентабельності ПрАТ «КрКФ «Рошен» потребує комплексного підходу, який включає як кількісні, так і якісні заходи. Важливими кількісними умовами є збільшення обсягів виробництва і реалізації продукції, зниження собівартості виробництва і реалізації, запровадження економічно обґрунтованих норм і правильна цінова політика. Усі ці заходи сприяють зниженню собівартості продукції та підвищенню прибутковості підприємства. Збільшення обсягів виробництва і реалізації продукції за рахунок ефективного використання трудових ресурсів, основних фондів і сировини, а також зниження витрат за рахунок впровадження сучасних технологій і стандартів забезпечують економічну ефективність і конкурентоспроможність підприємства. Ключову роль у досягненні високої рентабельності відіграють і такі якісні умови, як впровадження досягнень науково-технічного прогресу, підвищення якості продукції, підвищення продуктивності праці та проведення ефективних маркетингових кампаній. Використання сучасного обладнання та технологій дозволяє знизити собівартість продукції, а підвищення якості продукції та ефективна організація маркетингу сприяють збільшенню продажів та підвищенню лояльності споживачів. Водночас мотивація персоналу та додаткове стимулювання його підвищення продуктивності праці сприяє зниженню питомої ваги заробітної плати в структурі собівартості продукції, що також позитивно позначається на загальній прибутковості підприємства.

### **3.2. Економічне обґрунтування впроваджених заходів на підприємстві**

В сучасних умовах господарювання діяльність кожного підприємства та організації є предметом уваги широкого кола учасників ринку, зацікавлених у результатах його функціонування. На підставі наявної бухгалтерської інформації можна оцінити фінансовий стан підприємства. Основним інструментом для цього є економічний аналіз, за допомогою якого можна об'єктивно оцінити внутрішні та зовнішні зв'язки об'єкта, охарактеризувати його платоспроможність, ефективність і прибутковість його діяльності,

перспективи розвитку, а потім за його результатами приймати обґрунтовані рішення.

Фінансовий стан підприємства залежить від результатів його виробничої, комерційної та фінансово-господарської діяльності. Тому пошук резервів, які можна використати для підвищення прибутковості підприємства, можна здійснювати шляхом ретельної оцінки всіх складових його діяльності.

Одним із основних шляхів підвищення прибутковості ПрАТ «КрКФ «Рошен» є збільшення вхідних грошових потоків та зменшення вихідних. Графічно цей процес представлено на рис. 3.1.



**Рис. 3.1. Шляхи удосконалення підвищення прибутковості  
ПрАТ «КрКФ «Рошен»**

*Джерело: сформовано автором на основі [25, с. 132-138].*

При своєчасній розробці та впровадженні заходів, спрямованих на підвищення прибутковості в довгостроковій перспективі, ПрАТ «КрКФ «Рошен» зможе збільшити свій майновий потенціал, підвищити свою платоспроможність і прибутковість. Запобігти розвитку негативних кризових явищ на підприємстві можливо лише шляхом систематичного забезпечення

керівництва інформацією про поточний рівень фінансової стійкості та можливості підприємства до подальшого розвитку. Ця фінансово-аналітична інформація повинна бути отримана за результатами оцінки фінансового стану підприємства.

Крім того, серед основних заходів, спрямованих на підвищення рентабельності ПрАТ «КрКФ «Рошен», є збільшення обороту. У свою чергу, розмір виручки від реалізації залежить від обсягу реалізації продукції та ціни одиниці реалізованої продукції.

Щоб збільшити ваші продажі, вам потрібно максимізувати продажі вашої компанії. Збільшити продажі можна різними методами. Бажаного результату можна досягти, пропонуючи клієнтам знижки, помірні знижки цін і Оскільки солодощі є продуктами ситуативного споживання, ефективна реклама продукції «Рошен» у місцях роздрібної торгівлі повинна враховувати періоди підвищеного попиту. До ключових «солодких свят», на які орієнтуються всі виробники кондитерських виробів, належать День Святого Миколая, Різдво, Новий рік, День закоханих, 8 березня, Великдень та 1 вересня. Саме у ці дні покупці схильні витратити значну частину свого бюджету на солодкі подарунки для близьких.

З огляду на це, пропонується впровадження рекламних заходів для стимулювання попиту на продукцію ПрАТ «КрКФ «Рошен»:

1. Одним із таких заходів є передноворічна акція «Новорічна казка з Roshen», яка розпочнеться за 5 тижнів до Нового року. У рамках акції покупці, які придбають карамельну продукцію «Рошен» на суму від 200 грн у фірмових магазинах, отримають у подарунок шоколадну фігурку «Святий Миколай» (100 г). Планується, що протягом перших чотирьох тижнів кожен супермаркет даруватиме 20 таких подарунків щодня, а в останній тиждень перед Новим роком – до 30 подарунків на день, що дозволить додатково стимулювати продажі.

2. Лютнева акція «Свято кохання з Roshen». Початок акції: з 1 лютого. У межах акції покупці, які придбають карамельну продукцію «Рошен» у

фірмових магазинах на суму від 200 грн, зможуть отримати подарунок за допомогою лотерейних квитків, розміщених біля каси. Щодня планується вручення 20 подарунків, а загальна кількість призів складе 560 одиниць. Серед подарунків: 3 путівки на двох для СПА-відпочинку в Карпатах, 10 парних срібних прикрас, 20 бездротових навушників JBL, 210 коробок цукерок Roshen «Вишня з вишневим лікером» (155 г) та 250 плиток шоколаду.

### 3. Весняна акція до 8 Березня «Roshen – весна в серці»

Початок акції: за 5 тижнів до свята.

З метою стимулювання продажів у період перед 8 Березня покупці, які здійснять покупку карамельної продукції «Рошен» у фірмових магазинах на суму від 300 грн, отримають у подарунок торт «Золотий ключик» (500 г). Протягом перших чотирьох тижнів планується щоденно роздавати 10 тортів, а в останній тиждень перед святом – збільшити кількість подарунків до 15 тортів на день.

Пропонується провести акції у гіпермаркеті FOZZY, розташованому за адресою: м. Кременчуг, вул. Київська, 66Г. Проведення таких заходів не лише стимулюватиме покупців до вибору продукції компанії, а й сприятиме зростанню продажів саме у фірмових супермаркетах. Інформування споживачів про заплановані акції здійснюватиметься через офіційний сайт компанії (за тиждень до початку) та безпосередньо на місці продажу – за допомогою продавців-консультантів у супермаркетах.

4. Крім того, для ефективної реклами карамельної продукції ПрАТ «КрКФ «Рошен» пропонується встановити в трьох найбільших супермаркетах міста спеціальні «Товарні інформаційні центри» у зонах продажу продукції Roshen. Ці термінали з відеомоніторами транслюватимуть рекламні ролики, що ознайомлюватимуть споживачів із продукцією компанії

5. У супермаркетах міста рекомендується проводити регулярні дегустації нової продукції. Дегустаційні заходи планується організувати в таких мережах, як «Сільпо», «Велика кишеня», «АТБ», а також у регіональних

супермаркетах. Це дозволить безпосередньо залучати потенційних споживачів, знайомлячи їх із новинками бренду.

Запропонований план рекламної кампанії для просування карамельної продукції ПрАТ «КрКФ «Рошен» буде реалізований упродовж 2025 року. Очікується, що за період проведення заходів обсяг продажів рекламованої продукції збільшиться на 20–30%.

Розрахунок витрат на проведення акцій:

Акція «Новорічна казка з Roshen»

*Собівартість подарунка (49,5 грн.) × 20 шт. × 4 тижні (28 днів) + собівартість подарунка (49,5 грн.) × 30 шт. × 1 тиждень (7 днів) = 27 720 грн. + 10 395 грн. = 38 115 грн.*

Акція «Свято кохання з Roshen»

*Вартість романтичної подорожі для двох (15 000 грн.) × 3 шт. + вартість прикрас (5 000 грн.) × 10 шт. + вартість навушників (2 000 грн.) × 20 шт. + собівартість цукерок «Вишня з вишневим лікером» (57,6 грн.) × 210 шт. + собівартість шоколаду (18 грн.) × 350 шт. = 45 000 грн. + 50 000 грн. + 40 000 грн. + 12 096 грн. + 6 300 грн. = 153 396 грн.*

Акція «Roshen – весна в серці»

*Собівартість торта (153,55 грн.) × 10 шт. × 4 тижні (28 днів) + собівартість торта (153,55 грн.) × 15 шт. × 1 тиждень (7 днів) = 42 994 грн. + 16 122,75 грн. = 59 116,75 грн.*

Детальні терміни проведення та витрати на заходи стимулювання збуту наведено в таблиці 3.2..

Таблиця 3.2

### Витрати на стимулювання збуту

Захід стимулювання	Термін проведення	Вартість, грн.
«Новорічна казка з «Roshen»»	з 6.12.25 по 31.12.25	38115
«Свято кохання з «Roshen»»	з 01.02.25 по 28.02.25	153396
«Roshen – весна в серці»	з 15.02.25 по 8.03.25	59116,75
Всього		250627,75

Джерело: сформовано автором

Розрахуємо вартість встановлення «Товарних інформаційних центрів» у трьох найбільших супермаркетах міста Кременчуг:

*Вартість моніторів (10 000 грн) \* 3 одиниці + вартість мережевого обладнання для підключення моніторів (1 000 грн) \* 3 одиниці = 30 000 грн + 3 000 грн = 33 000 грн.*

На основі цих даних можна скласти орієнтовний бюджет рекламної кампанії продукції ПрАТ «КрКФ «Рошен» на 2025 рік, який наведено в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

**Бюджет на рекламу продукції та святкові акції ПрАТ «КрКФ  
«Рошен» на 2025 рік**

№ з/п	Витрати	Сума, грн.
1	Витрати на проведення рекламних акцій:	250 627,75
1.1	«Новорічна казка з «Roshen»»	38 115
1.2	«Свято кохання з «Roshen»»	153 396
1.3	«Roshen – весна в серці»	59 116,75
2	Витрати на встановлення «Товарних інформаційних центрів»	33 000
3	Всього	283 627,75

*Джерело: виконано та розраховано автором*

Для оцінки ефективності реклами конкретного виду роздрібної торгівлі використовують такі показники:

Приріст обсягу продажів (або додатковий товарообіг), отриманий під впливом реклами::

$$T_{\partial} = (T_c * P_{c.m.} * D) / 100$$

де  $T_{\partial}$  – додатковий товарообіг, тис. грн;  $T_c$  – середньоденний товарообіг до початку рекламного періоду, грн;  $P_{cm}$  – приріст середньоденного товарообігу за рекламний період, %;  $D$  – кількість днів, протягом яких обліковується товарообіг за рекламний період.

$$T_{\partial 1} = (1000 \text{ грн.} * 20\% * 365) / 100 = 36500 \text{ грн.}$$

$$T_{\partial 2} = (1000 \text{ грн.} * 30\% * 365) / 100 = 54750 \text{ грн.}$$

Для оцінки економічної ефективності реклами використовують показник рентабельності реклами, що відображає відношення отриманих прибутків до витрат на рекламу. Він обчислюється за формулою:

$$P = \Pi / B * 100\%$$

де  $P$  – рентабельність, у відсотках;  $\Pi$  – прибуток, отриманий від рекламної діяльності, грн;  $B$  – загальні витрати на рекламу та витрати, пов'язані з приростом товарообігу, грн.

$$P = 36\,500 / 283\,627,75 \times 100\% = 12,9\%$$

$$P = 54\,750 / 283\,627,75 \times 100\% = 19,3\%$$

Таким чином, запропоновані рекламні заходи є ефективними і можуть бути використані для збільшення обсягів збуту та прибутковості підприємства.

Крім того, основним внутрішнім резервом підвищення рентабельності підприємства є зниження собівартості та витрат виробництва. Основним шляхом зниження собівартості продукції є економія всіх видів ресурсів, що споживаються у виробництві. Зниження трудомісткості продукції і підвищення продуктивності праці можна досягти різними шляхами. Найважливішими є механізація і автоматизація виробництва, розробка і застосування прогресивних і високопродуктивних технологій, заміна і модернізація застарілого обладнання. Важливо підвищувати вимоги та застосовувати вхідний контроль якості сировини, що надходить від постачальників, матеріалів, комплектуючих і напівфабрикатів.

Ще одним способом підвищення рентабельності ПрАТ «КрКФ «Рошен» є оптимізація обсягу дебіторської заборгованості та її рефінансування. Для оптимізації обсягу дебіторської заборгованості необхідно обрати найбільш прийнятні умови розрахунків та форми договорів із споживачами (авансовий платіж, з відстрочкою платежу, при відвантаженні продукції). Незважаючи на значні обсяги дебіторської заборгованості, доцільно надавати споживачам відстрочення платежу, як це збільшує обсяг продажів і, разом з тим, прибуток (для стимулювання збуту в умовах високої конкуренції, з іншого боку, в цьому

випадку виникає ризик додаткових витрат, пов'язаних із залученням короткострокових банківських кредитів для погашення дебіторської заборгованості [25, с. 132-138].

Основними формами рефінансування кредиту є факторинг, облік рахунків та конфіскація. Рефінансування боргів також включає ряд процедур примусового стягнення боргів, включаючи звернення до господарського суду. Тип заходів залежить від особливостей компанії та обраної маркетингової стратегії. Крім того, одним із важливих напрямків підвищення прибутковості ПрАТ «КрКФ «Рошен» є мобілізація внутрішніх резервів шляхом реструктуризації активів компанії; комплекс заходів, пов'язаних із зміною структури та складу балансових активів; переведення наявних матеріальних і фінансових активів компанії в грошову форму неповне використання засобів у виробничому процесі, оптимізація структури розміщення оборотних коштів, видів сировини і матеріалів, продаж окремих малорентабельних структурних підрозділів та основних фондів.

Ще одним напрямком підвищення рентабельності ПрАТ «КрКФ «Рошен» є її прогнозування та моніторинг, адже для того, щоб грамотно управляти виробництвом та активно впливати на формування економічних і фінансових показників, необхідно постійно використовувати дані про його стан, а також про зміни, що в ньому відбуваються. Система заходів підтримки економічної стабільності ПрАТ «КрКФ «Рошен», на нашу думку, повинна передбачати постійний моніторинг зовнішнього та внутрішнього стану підприємства, розробку заходів щодо зниження зовнішньої вразливості підприємства, розробку підготовчих планів у разі виникнення проблемних ситуацій, реалізацію попередніх заходів щодо їх забезпечення, реалізацію планів практичних заходів у разі виникнення кризових ситуацій, прийняття ризикованих та нестандартних рішень у разі відхилення від розвитку ситуації, координацію дій усіх учасників та контроль за виконанням заходів та їх результатами.

Саме за таких умов можна створити систему моніторингу кожної зі складових фінансової стійкості підприємства, яка б давала можливість оптимізувати її відповідно до перспектив розвитку. Отже, для забезпечення підвищення прибутковості ПрАТ «КрКФ «Рошен» в загальній системі управління фінансами необхідно розробити та забезпечити впровадження системи аналізу та оцінки фінансового стану, адаптованої до специфіки функціонування даного підприємства на ринку, цілей його фінансової стратегії та політики, фінансового менталітету власників тощо.

### **3.3. Вплив запропонованого заходу на основні показники ефективності господарської діяльності ПрАТ «КрКФ «Рошен»**

Отримавши показники прибутку після впровадження запропонованих заходів, можна здійснити детальний аналіз фінансового стану підприємства, оцінюючи ефективність прийнятого господарського рішення та його вплив на ключові фінансові показники.

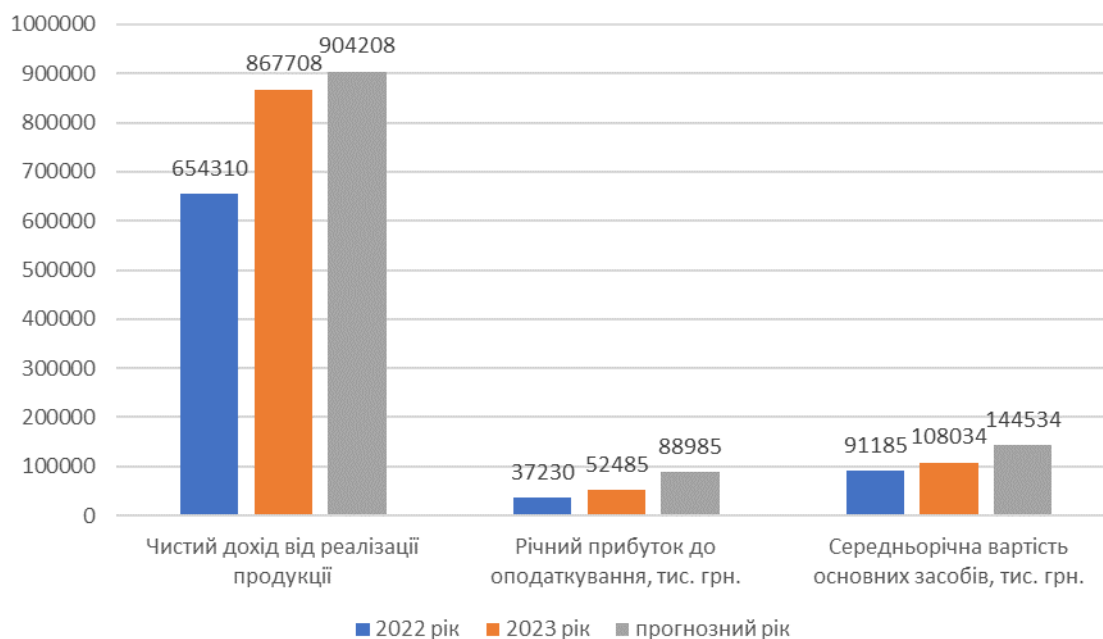
*Таблиця 3.4*

#### **Показники фінансового стану підприємства після впровадження заходу**

Показники	2022 рік	2023 рік	прогнозний рік	Відхилення проект-2022	
				Абсолютне	Відносне, %
Чистий дохід від реалізації продукції	654310	867708	904208	249898	138,19
Річний прибуток до оподаткування, тис. грн.	37230	52485	88985	51755	239,01
Середньорічна вартість основних засобів, тис. грн.	91185	108034	144534	53349	158,51

*Джерело: складено автором*

Аналіз фінансового стану підприємства після впровадження заходу показує позитивні зміни в основних показниках. Чистий дохід від реалізації продукції зріс на 249 898 тис. грн, що становить 138,19% від попереднього року, що вказує на значне збільшення обсягів реалізації продукції.



**Рис. 3.2. Основні фінансові показники підприємства після впровадження заходу**

*Джерело: складено автором*

Річний прибуток до оподаткування також демонструє суттєвий приріст – на 51 755 тис. грн або 239,01%, що свідчить про поліпшення прибутковості підприємства після запровадження заходів. Окрім цього, середньорічна вартість основних засобів зросла на 53 349 тис. грн або 158,51%, що може свідчити про активні інвестиції в основні засоби та збільшення виробничих потужностей. Загалом, результати показують значне покращення фінансового стану підприємства, що підтверджує ефективність впроваджених заходів.

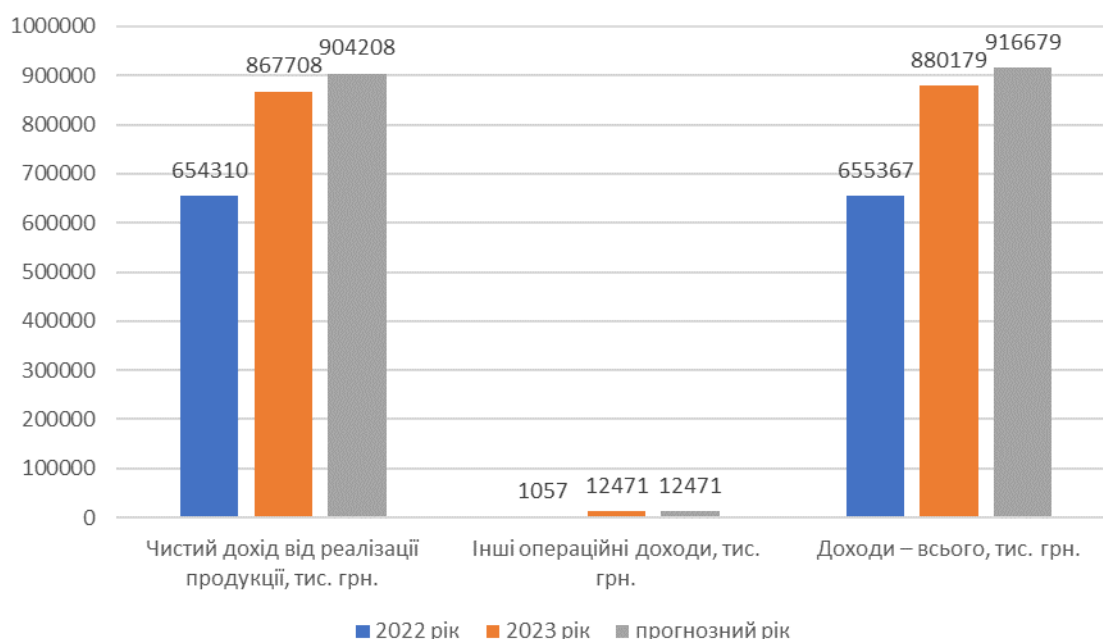
Для оцінки фінансового стану підприємства після реалізації заходу необхідно правильно оцінити доходи підприємства. Оцінити динаміку та структуру доходів. Тому що саме доходи компанії складають прибуток і результати компанії в цілому. Збільшення виручки може свідчити про ефективну діяльність компанії, а зменшення, навпаки, про неефективну діяльність і неефективне використання активів і фінансів.

Таблиця 3.5

## Динаміка доходів підприємства після впровадження заходу

Показники	2022 рік	2023 рік	прогнозн ний рік	Відхилення проект- 2023	
				абсолютне	Відносне
Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	654310	867708	904208	36500	104,2
Інші операційні доходи, тис. грн.	1057	12471	12471	0	100,0
Доходи – всього, тис. грн.	655367	880179	916679	36500	104,1

Джерело: складено автором



**Рис. 3.3. Основні фінансові показники підприємства після впровадження заходу**

Джерело: складено автором

Аналіз динаміки доходів підприємства після впровадження заходу показує позитивні зміни у фінансових результатах. Чистий дохід від реалізації продукції зріс на 36 500 тис. грн або на 4,2% у порівнянні з 2023 роком, що свідчить про стабільне зростання обсягів реалізації продукції. Інші операційні доходи залишились на рівні 12 471 тис. грн у 2023 році, без змін порівняно з попереднім роком. Загальний дохід підприємства також збільшився на 36 500 тис. грн або 4,1%, що вказує на загальний позитивний тренд у фінансовому

результаті після впровадження заходів. В цілому, ці результати демонструють стабільне зростання доходів підприємства, що може свідчити про ефективність запропонованих заходів, спрямованих на покращення фінансових показників.

Для розуміння доцільності впровадження господарського рішення важливо провести аналіз показників ефективності діяльності підприємства.

Таблиця 3.6

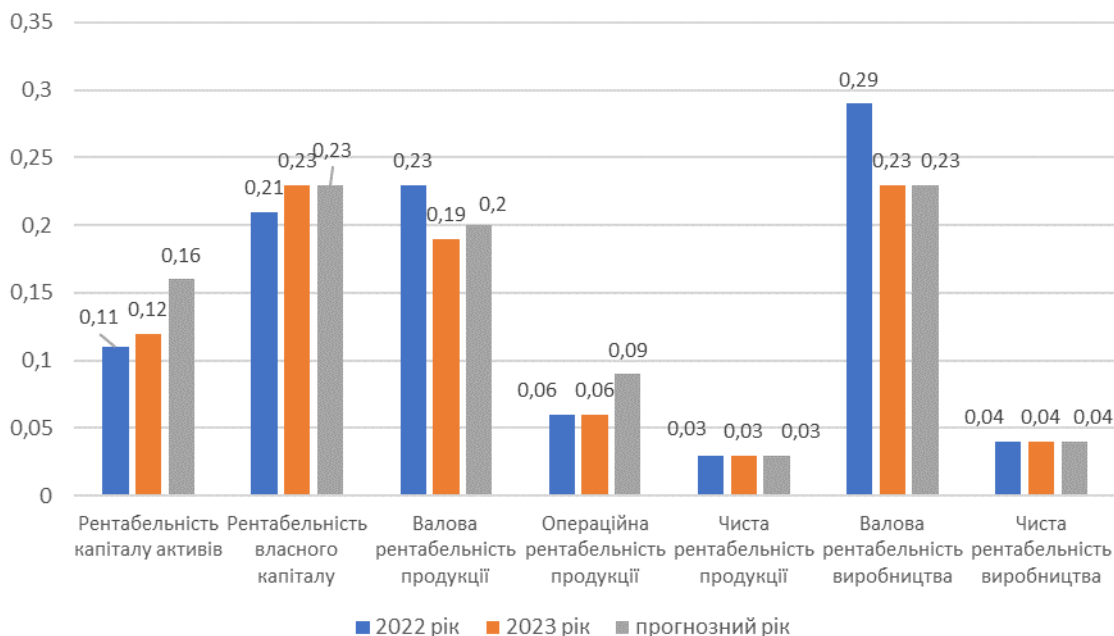
### Аналіз показників ефективності діяльності підприємства

Показник	2022 рік	2023 рік	прогнозний рік	Відхилення проект-2023	
				абсолютне	відносне
Рентабельність капіталу активів	0,11	0,12	0,16	0,04	133,3
Рентабельність власного капіталу	0,21	0,23	0,23	0	100,0
Валова рентабельність продукції	0,23	0,19	0,2	0,01	105,3
Операційна рентабельність продукції	0,06	0,06	0,09	0,03	150,0
Чиста рентабельність продукції	0,03	0,03	0,03	0	100,0
Валова рентабельність виробництва	0,29	0,23	0,23	0	100,0
Чиста рентабельність виробництва	0,04	0,04	0,04	0	100,0

*Джерело: складено автором*

Аналіз показників ефективності діяльності підприємства свідчить про позитивну динаміку після впровадження запропонованого рішення. Зокрема, рентабельність капіталу активів зросла з 0,11 у 2022 році до 0,12 у 2023 році та до 0,16 у прогностному періоді, що свідчить про ефективніше використання активів підприємства, адже абсолютне зростання склало 0,04, а відносне – 133,3%. Рентабельність власного капіталу залишається стабільною на рівні 0,23. Валова рентабельність продукції після зниження у 2023 році до 0,19 у прогностному періоді демонструє незначне зростання до 0,2, що вказує на поступове покращення прибутковості продукції та оптимізацію виробничих процесів. Операційна рентабельність продукції у 2022 та 2023 роках залишалася на рівні 0,06, проте у прогностному періоді зростає до 0,09, що

свідчить про ефективне управління операційними витратами та зростання операційного прибутку, а це важливий фактор для фінансової стабільності підприємства. Водночас чиста рентабельність продукції, валова рентабельність виробництва та чиста рентабельність виробництва залишаються без змін, що вказує на стабільний рівень прибутковості без значних коливань.



**Рис. 3.4. Показники ефективності діяльності підприємства після впровадження заходу**

*Джерело: складено автором*

Загалом, аналізуючи наведені показники, можна зробити висновок, що ПрАТ «КрКФ «Рошен» демонструє позитивну тенденцію до зростання ефективності діяльності, зокрема, через покращення використання активів та операційного прибутку, що є ключовими факторами для подальшого фінансового розвитку. Збереження стабільності чистої рентабельності продукції та виробництва вимагає додаткових стратегічних заходів для підвищення прибутковості, що може включати підвищення конкурентоспроможності продукції та розширення ринків збуту, шляхом впровадження заходів щодо організації реклами продукції, яку випускає ПрАТ «КрКФ «Рошен».

### **Висновки до розділу 3**

ПрАТ «КрКФ «Рошен» має всі необхідні ресурси та інформаційну базу для ефективного стратегічного розвитку, що сприятиме зміцненню фінансового становища та зростанню прибутковості. Для досягнення цих цілей доцільно впровадити низку заходів, зокрема оптимізувати використання матеріальних ресурсів, автоматизувати складські операції, скоротити час підготовки продукції до відправлення та удосконалити систему розрахунків. Додатково слід знижувати собівартість продукції, покращувати рекламну діяльність та шукати нові ринки збуту. Перераховані заходи сприятимуть швидшому продажу продукції, підвищенню прибутковості та покращенню загального фінансового стану ПрАТ «КрКФ «Рошен».

Запропоновані заходи стимулювання збуту та рекламної активності ПрАТ «КрКФ «Рошен» спрямовані на збільшення виручки від реалізації продукції за рахунок активізації збутової діяльності, застосування знижок, рекламних кампаній та залучення споживачів під час ключових святкових періодів. Проведення акцій, встановлення інформаційних терміналів та організація дегустацій сприятиме підвищенню лояльності покупців та збільшенню обсягу реалізації. Розрахунки показують, що заплановані заходи мають позитивний економічний ефект, зокрема рентабельність реклами становить 12,9–19,3%, що підтверджує доцільність їх реалізації.

Впровадження запропонованих заходів сприяло значному покращенню фінансових показників ПрАТ «КрКФ «Рошен», зокрема зростанню чистого доходу, прибутку та ефективності використання активів. Підвищення рентабельності капіталу активів та операційної рентабельності продукції свідчить про оптимізацію витрат і покращення фінансової стійкості підприємства. Водночас стабільність чистої рентабельності продукції та виробництва вимагає додаткових стратегічних рішень для підвищення прибутковості, зокрема шляхом розширення ринків збуту та покращення маркетингових заходів.

## ВИСНОВКИ

За результатами матеріалу викладеному у дипломній роботі та виконавши мету і завдання доходимо до таких висновків:

1. Сучасна господарська діяльність суб'єктів господарювання спрямована на отримання прибутку. Саме можливість отримання прибутку та його наявність спонукає їх входити в певну сферу діяльності та за відсутності прибутку чи навіть загрози його відсутності залишати певний сегмент ринку. Прибуток підприємства — фінансовий результат діяльності підприємства, абсолютний показник здійснення виробничої, комерційної, науково-дослідної та іншої діяльності та характеризує ступінь успішності цієї діяльності. Прибуток підприємства є окремим фінансовим показником у сфері діяльності комерційних структур. Формування, розподіл і використання прибутку як фінансового результату залежить від багатьох факторів, таких як: калькулювання собівартості продукції, визначення всіх витрат підприємства, здійснення дивідендної політики, розрахунок прибутків або збитків від усіх видів діяльності господарської одиниці.

2. Вчені класифікують прибуток підприємства за такими ознаками: за видом діяльності, за порядком розрахунку, за джерелами формування, за розміром, за методологією оцінки, за метою визначення, за країною отримання прибутку. Прибуток залежить від ряду різних факторів. Варто зосередитися на вивченні внутрішніх факторів, таких як обсяг реалізації продукції, порядок ціноутворення, собівартість продукції тощо. Це ті фактори, на які компанія може безпосередньо впливати.

3. Вивчення майбутніх змін у фінансовому становищі підприємства та розробка стратегічних заходів щодо їх корекції є неодмінними чинниками формування сучасної ринкової стратегії. За допомогою прогнозних показників підприємство зможе планувати фінансовий розвиток, уникати значних помилок у розрахунках і пов'язаних з ними втрат, оцінювати доцільність майбутніх витрат і максимально використовувати економічні відносини з покупцями,

партнерами, постачальниками та банками. За відсутності прогнозних даних компанія зазнає помилкових маневрів, які можуть призвести до втрати позицій на ринку, нестабільної фінансової ситуації або навіть до банкрутства. Крім того, важливою частиною процесу управління компанією та її підрозділами в контексті визначення можливостей і загроз, рівня її платоспроможності є саме прогноз фінансових показників.

4. Приватне акціонерне товариство «Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен» з виробництва кондитерських виробів. Підприємство «Кременчуцька кондитерська фабрика» було засновано в 1925 році як державне підприємство, у 2011 році загальні збори акціонерів прийняли рішення про зміну назви на Публічне акціонерне товариство «Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен». Метою діяльності підприємства є отримання прибутку від виробництва та іншої діяльності.

5. Узагальнюючи характеристику виробничих показників та економіко-господарських умов ПАТ «Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен»», можна сказати про високу ефективність використання ресурсів підприємства. Проведено діагностику фінансового стану ПАТ «КрКФ «Рошен» за сукупністю абсолютних та відносних показників. За допомогою абсолютних показників проведено аналіз оборотних та необоротних активів підприємства, власного та залученого капітал.

6. Провівши детальний аналіз показників ліквідності, фінансової стійкості та платоспроможності, показників активності, показників рентабельності та діагностичних показників параметрів кризового розвитку підприємства, можна зробити висновок: незважаючи на незначні відхилення досліджуваних показників від визнаних нормативними та завдяки позитивним тенденціям, ПАТ «КрКФ «Рошен» перебуває у хорошому фінансовому становищі.

7. ПАТ «КрКФ «Рошен» має всі необхідні ресурси та інформаційну базу для ефективного стратегічного розвитку, що сприятиме зміцненню фінансового становища та зростанню прибутковості. Для досягнення цих цілей

доцільно впровадити низку заходів, зокрема оптимізувати використання матеріальних ресурсів, автоматизувати складські операції, скоротити час підготовки продукції до відправлення та удосконалити систему розрахунків. Також важливими напрямками є розширення прямих партнерських зв'язків, збільшення обсягу реалізації завдяки достроковому випуску продукції, аналіз фінансового стану покупців та впровадження вексельної форми сплати. Додатково слід знижувати собівартість продукції, покращувати рекламну діяльність та шукати нові ринки збуту. Перераховані заходи сприятимуть швидшому продажу продукції, підвищенню прибутковості та покращенню загального фінансового стану ПрАТ «КрКФ «Рошен».

8. Запропоновані заходи стимулювання збуту та рекламної активності ПрАТ «КрКФ «Рошен» спрямовані на збільшення виручки від реалізації продукції за рахунок активізації збутової діяльності, застосування знижок, рекламних кампаній та залучення споживачів під час ключових святкових періодів. Проведення акцій, встановлення інформаційних терміналів та організація дегустацій сприятиме підвищенню лояльності покупців та збільшенню обсягу реалізації. Розрахунки показують, що заплановані заходи мають позитивний економічний ефект, зокрема рентабельність реклами становить 12,9–19,3%, що підтверджує доцільність їх реалізації. Таким чином, комплексний підхід до маркетингових активностей дозволить підприємству не лише збільшити продажі, а й зміцнити свої ринкові позиції та підвищити прибутковість.

9. Впровадження запропонованих заходів сприяло значному покращенню фінансових показників ПрАТ «КрКФ «Рошен», зокрема зростанню чистого доходу, прибутку та ефективності використання активів. Підвищення рентабельності капіталу активів та операційної рентабельності продукції свідчить про оптимізацію витрат і покращення фінансової стійкості підприємства. Водночас стабільність чистої рентабельності продукції та виробництва вимагає додаткових стратегічних рішень для підвищення прибутковості, зокрема шляхом розширення ринків збуту та покращення маркетингових заходів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамова А. С., Антонюк В. І. Методичні підходи до проведення факторного аналізу рентабельності підприємства. Молодий вчений. 2017. №11. С. 1295-1299.
2. Андрющенко І. Є. Оптимальна стратегія розвитку життєздатності промислового підприємства. Ефективна економіка. 2017. № 2
3. Антонюк Р. Р. Прибутковість сільськогосподарських підприємств: природа категорії. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства. 2012. № 126. С. 50–55.
4. Базилінська О. Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика : навч. посіб. 2-ге вид. Київ: Центр навч. л-ри, 2011. 398 с.
5. Белінська С. М., Крисіна І. О. Управління прибутком підприємства. Ефективна економіка. 2022. № 1. URL: [http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/1\\_2022/18.pdf](http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/1_2022/18.pdf) (дата звернення: 27.04.2024).
6. Бершадська І. І., Макалюк І. В. Фактори та резерви підвищення прибутковості на підприємстві. Сучасні проблеми економіки і підприємництва. 2017. Вип. 19. С. 159-166.
7. Бершадська І. І., Тульчинська С. О. Методи управління прибутком підприємства. Сучасні проблеми економіки і підприємництва. 2017. Вип. 20. С. 181-188.
8. Білошапка В. А. Резерви зростання результативності бізнесу в умовах економічного спаду. Актуальні проблеми економіки. 2011. № 1 (155). С. 115–117.
9. Богацька Н. М. Прибуток підприємства: його роль, формування та резерви збільшення в умовах ринкової економіки. Ефективна економіка. 2019. № 9.
10. Василенко В.О., Ткаченко Т.І. Стратегічне управління підприємством: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2014. 400 с.

11. Воронкова Т.Є., Безпалько Н.Ю. Шляхи підвищення прибутковості підприємства в умовах нестабільного середовища. Інвестиції: практика та досвід. 2016. №19. С. 42–44.
12. Гаватюк Л.С., Пілат А.К. Удосконалення системи управління рентабельністю як умова ефективного функціонування підприємств. Вісник Хмельницького національного університету. 2020. №2. С. 47–50.
13. Гайбура Ю. А. Методичні підходи щодо оцінки і прогнозування прибутковості підприємства. Подільський вісник: сільське господарство, техніка, економіка. Економічні науки. Випуск №1, 2023. С. 118-124.
14. Гарнага В. В. Стратегічне планування як основа сталого розвитку підприємства Ефективна економіка. 2016. № 11.
15. Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економіка підприємства: навч. посіб. для студ. ВНЗ. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 488 с.
16. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436 – IV. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/436-15> (дата звернення 16.04.2024).
17. Готь, О. Я., Бондаренко С. М. Стратегія підприємства як чинник його конкурентоспроможності. Ефективна економіка. 2017. № 6.
18. Гуменюк В.С. Фактори зростання прибутку підприємства. Молодий вчений. 2016. №7(34). С. 46-49.
19. Денисенко Л.О., Кучерявенко Ю.О. Шляхи поліпшення процесу управління прибутком на підприємстві. Проблеми економіки організації та управління підприємствами. Вісник КНУТД. 2014. № 1. С. 145–152.
20. Джеджула В. В., Єпіфанова І. Ю., Іванчик Т. В. Фактори впливу на формування прибутку підприємств. Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics», №14 (2019), с. 81-86. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/factors-influencing-the-formation-of/> (дата звернення 16.04.2024).
21. Дикань В.Л. та ін. Стратегічне управління: навчальний посібник. К.: ЦУЛ, 2019. 272 с.
22. Добровольська О.В., Рондова М.А. Прогнозування банкрутства як

- методу оцінки фінансового стану підприємства. Агросвіт. 2021. №20. С. 40–45.
23. Довгань Л.Є. Стратегічне управління: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2017. 440 с.
  24. Єпіфанова І.Ю., Гуменюк В.С. Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності. Економіка і суспільство. 2016. Вип. 3. С. 189–192.
  25. Економіка підприємства: підручник за заг. ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника. Суми: Університетська книга, 2012. 864 с.
  26. Єпіфанова І.Ю. Фінансовий аналіз та звітність: практикум. Вінниця: ВНТУ, 2017. 143 с.
  27. Єпіфанова І.Ю. Формування стратегії розвитку підприємства в сучасних умовах. Вісник ОНУ ім. І.І. Мечникова. 2017. Т. 22. Вип. 2 (55). С. 99–103.
  28. Жадько К.С. Теоретико-методичні підходи до формування прибутку підприємства і шляхів його збільшення. Молодий вчений. 2016. № 10 (37). с.373-376.
  29. Жигалкевич Ж.М. Система управління прибутком як умова ефективного функціонування підприємства. Економіка і суспільство. 2016. №4. С.145-148.
  30. Журавльова Т.О. Оцінка прибутковості вітчизняних підприємств. Інвестиції: практика та досвід. 2019. №9. С. 24–28.
  31. Зятюк Н. В. Теоретико-методологічні аспекти стратегії забезпечення прибутковості підприємства. Культура народів Причорномор'я. 2009. № 154. С. 27–31.
  32. Івахненко В. М. Курс економічного аналізу: навч.-метод. посіб. для самостійного вивчення дисципліни. К.: КНЕУ, 2006. 302 с.
  33. Карінцева О.І., Матвеев П.С. Теоретичні аспекти визначення сутності інноваційного потенціалу. Механізм регулювання економіки. 2015. №2. С. 23-30.
  34. Коваль О.А. Рентабельність як показник економічної ефективності

діяльності сільськогосподарських підприємств. Економіка. Управління. Інновації. 2014. № 1. С. 225-227.

35. Корбутяк А.Г., Сокровольська Н.Я. Особливості планування рівня рентабельності вітчизняних підприємств у сучасних умовах. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». 2017. Вип. 16. Ч. 1. С. 153–157.

36. Косянчук Т. Теоретичні засади оцінки ефективності діяльності підприємства за сучасних умов. Економічні науки. 2014. № 3. С. 113–116.

37. Кудренко Н. Теоретико-методичні підходи до оцінювання економічної ефективності функціонування підприємств. Економіка. 2014. № 24. С. 61–67.

38. Кучеркова С.О. Сутність та методика визначення фінансового результату діяльності підприємств. Економіка АПК. 2018. №5. С.78.

39. Кучеркова С.О. Факторне формування прибутку в сільськогосподарських підприємствах. Економіка АПК. 2010. №7. С.70.

40. Лахтіонова Л. А. Фінансовий аналіз сільськогосподарських підприємств : навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2004. 365 с.

41. Лойко В. В. Шляхи збільшення обсягу прибутку та підвищення дієвості управління прибутком промислового підприємства в сучасних умовах господарювання. Міжнародний науковий вісник (International Scientific Journal). 2015. № 7.

42. Майборода О.Е., Сукрушева А.О., Кулиш Е.В. Теоретична сутність категорії «прибуток підприємства». Економіка та управління підприємством. Економіка та суспільство. Мукачівський державний університет. Випуск №10, 2017. С. 310–313.

43. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми та перспективи розвитку економіки в умовах глобальної нестабільності», 21 – 23 листопада 2013 р. Кременчук. URL: [http://www.kdu.edu.ua/conf\\_fin/materials\\_2013.pdf](http://www.kdu.edu.ua/conf_fin/materials_2013.pdf).

44. Мелень О. В. 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 (1134). С. 123-126.

45. Міщенко Д.А., Міщенко Л.О., Холошня Д.О. Державна фінансова підтримка розвитку промисловості України як метод подолання фінансової кризи. Економіка та держава. 2017. № 11.

46. Міщенко К. Прибутковість підприємства та шляхи її підвищення. Інтернаука. 2017. №2. С. 105–107.

47. Морщенок Т. Огляд підходів до визначення економічної сутності поняття «ефективність». Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2014. № 5. С. 177–184.

48. Мочерний С. В. Політична економія: навч. посіб. 2-ге вид., випр. і допов. Київ: Знання, 2007. 684 с.

49. Огійчук М. Ф. Сутність прибутку та підходи до методики його визначення. Економіка АПК. 2009. № 6. С. 31–45.

50. Онисько С.М., Марич П.М. Фінанси підприємств: підручник для студентів вищих закладів освіти; 2 е вид., виправ. і доп. Львів : Магнолія Плюс, 2006. 367 с.

51. Осипова Т. В. Теоретичні аспекти трактування прибутковості в сучасних умовах господарювання. Управління розвитком. 2012. № 1. С. 82–84.

52. Патарідзе-Вишинська М.В. Визначення та облік фінансового результату: вітчизняний і зарубіжний досвід. Формування ринкових відносин в Україні. 2016. № 2. С. 25–37.

53. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>.

54. Про затвердження Порядку подання фінансової звітності: Постанова Кабінету Міністрів України. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/419-2000- %D0%BF#n12](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/419-2000-%D0%BF#n12).

55. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: Наказ

Міністерства фінансів України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text>.

56. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо заповнення форм фінансової звітності: Наказ Міністерства фінансів України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0433201-13#Text>.

57. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства: Наказ Міністерства економіки України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0014665-06#Text>.

58. Павлюк І. О. Управління прибутком підприємства в умовах сьогодення. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2020. № 1. С. 84–88.

59. Пономарьов Д.Є. Прогнозування показників фінансового стану підприємства як основа формування фінансової стійкості. Вісник Житомирського державного технологічного університету. 2016. №1 (75). С. 49–53.

60. Прибуток та рентабельність як детермінанти розвитку підприємства. О.М. Вовк та ін. Modern Economics. 2020. №21. С. 37–44.

61. Покропивний С. Економіка підприємства: підручник. 2-ге вид., перероб. та доп. К.: КНЕУ, 2011. 528 с

62. Рентабельність як основний показник оцінки діяльності підприємства / І.А. Бержанір та ін. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. 2015. №1 (2). С. 58–62.

63. Романова Т. В. Чинники, що впливають на збільшення прибутку підприємств України в сучасних умовах. Ефективна економіка. 2015. № 4.

64. Рудницька О. Шляхи покращення фінансового стану стану українських підприємств. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2009. № 639. с. 132-138.

65. Скрипко Т.О., Ланда О.О. Менеджмент: навч. посіб. К.: Центр

навчальної літератури, 2006. 176 с.

66. Турило А. М., Турило А. А. Фінансова стратегія в аспекті забезпечення інноваційного та конкурентного розвитку підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. № 15. С. 559-563.

67. Фінансовий аналіз: навчальний посібник за заг. ред. І. О. Школьник, І. М. Боярко, О. В. Дейнека та ін. К.: Центр учбової літератури, 2016. 368 с.

68. Фінансове планування і управління на підприємствах: навч. посіб. Г.А. Семенов та ін. К. : Центр учбової літератури, 2007. 432 с.

69. Фінансовий менеджмент: навч. посіб. За ред. проф. Г.Г. Кірейцева. Київ: ЦУЛ, 2002. 496 с.

70. Хмелевський О. В. Оцінка якості прибутковості в інноваційно інвестиційному розвитку підприємств машинобудування. Економіст. 2008. № 3. С. 50–53.

71. Чигріна К.О. Рентабельність підприємства та шляхи її підвищення. Науковий огляд: міжнародний науковий журнал. 2015. №12. URL: <https://naukajournal.org/index.php/naukajournal/article/view/421> (дата звернення 16.04.2024).

72. Шваб Л.І. Економіка підприємства: навч. посіб. для студ. ВНЗ; 4 е вид. К.: Каравела, 2007. 584 с.

73. Швець Ю.О. Прогнозування показників фінансового стану як елемент управління операційною діяльністю підприємств машинобудування у кризових умовах. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету: збірник наукових праць. 2020. Вип. 42. С. 89–94.

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

75. Шелудько В.М. Фінансовий менеджмент: підручник. К.: Знання, 2006. 439 с.

76. Якимчук Т.В. Соціально-економічна ефективність підприємства та її значення в сучасних умовах. URL: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_gum/Vzhdtpdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_gum/Vzhdtpdf). (дата звернення 16.04.2024)/

77. Янковий О. Г., Кошельок Г. В. Фактори формування прибутку

підприємства. Вісник соціально-економічних досліджень. 2011. Вип. 3. С. 298-305. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed\\_2011\\_3\\_46](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed_2011_3_46) (дата звернення 16.04.2024).

78. Ярошевич Н.Б. Фінанси підприємств: навчальний посібник. Київ: Знання, 2012.

79. Kozlovskiy, S., Baidala, V., Tkachuk, O., Kozyrskaya, T. (2018), «Management of the sustainable development of the agrarian sector of the regions of Ukraine», Montenegrin Journal of Economics, Vol. 14. № 4, pp. 175-190. <http://dx.doi.org/10.14254/1800-5845/2018.14-4.12>.

80. Офіційний сайт Корпорації ROSHEN. URL: <https://roshen.com>.

## ДОДАТКИ

## Додаток А

Баланс (Звіт про фінансовий стан)  
на 31.12.2023 р.

Актив	Код рядка		
		На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Необоротні активи</b>			
Нематеріальні активи:	1000	1694	1675
первісна вартість	1001	2061	2307
накопичена амортизація	1002	367	632
Незавершені капітальні інвестиції	1005	6775	16013
Основні засоби:	1010	118585	115642
первісна вартість	1011	185966	211160
знос	1012	67381	95518
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0
первісна вартість	1016	0	0
знос	1017	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0
первісна вартість	1021	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
Гудвіл	1050	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
	1065		
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах		0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом I	1095	127054	133330

## Продовження додатку А

## II. Оборотні активи

Запаси	1100	51004	73806
Виробничі запаси	1101	12523	39403
Незавершене виробництво	1102	346	258
Готова продукція	1103	37310	34128
Товари	1104	825	17
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестрашування	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	27643	41732
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	7124	13638
з бюджетом	1135	568	0
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
з нарахованих доходів	1140	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	2037	1697
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	1068	1830
Готівка	1166	349	428
Рахунки в банках	1167	719	1402
Витрати майбутніх періодів	1170	76	159
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	0	22
Усього за розділом II	1195	89520	132884
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	216574	266214

## Продовження додатку А

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	
		На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Власний капітал</b>			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	15000	15000
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	60439	80480
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	1278	1278
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	20328	28207
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0
Усього за розділом I	1495	97045	124965
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	66881	69656
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	66881	69656
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>			
Короткострокові кредити банків	1600	2973	2985
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
за товари, роботи, послуги	1615	31031	43053
за розрахунками з бюджетом	1620	3504	4112
за у тому числі з податку на прибуток	1621	1349	752

за розрахунками зі страхування	1625	1654	1870
за розрахунками з оплати праці	1630	4415	4786
за одержаними авансами	1635	4894	9091
за розрахунками з учасниками	1640	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	128	0
за страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	0	0
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	4049	5696
Усього за розділом III	1695	52648	71593
	1700	0	0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	216574	266214

## Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2023 р.

## I. Фінансові результати

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	867708	654310
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховання	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(707475 )	(506419)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	(0)	(0)
<b>Валовий:</b> прибуток	2090	160233	147891
збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	12471	1057
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Адміністративні витрати	2130	(26341 )	(32090)
Витрати на збут	2150	(85887 )	(71729)
Інші операційні витрати	2180	(7991 )	(7899)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	(0)	(0)
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	(0)	(0)
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності:</b> прибуток	2190	52485	37230
збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	0	0
Інші доходи	2240	0	213
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	( 14713 )	( 10535)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)

Інші витрати	2270	(3298 )	(850)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
<b>Фінансовий результат до оподаткування:</b> прибуток	2290	34474	26058
збиток	2295	(0)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-6267	-5730
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
<b>Чистий фінансовий результат:</b> прибуток	2350	28207	20328
збиток	2355	(0)	(0)

## II. Сукупний дохід

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	28207	20328

## III. Елементи операційних витрат

Матеріальні затрати	2500	688057	485619
Витрати на оплату праці	2505	74992	76552
Відрахування на соціальні заходи	2510	26319	25820
Амортизація	2515	30335	22247
Інші операційні витрати	2520	7991	7899
Разом	2550	827694	618137

## IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Середньорічна кількість простих акцій	2600	375000000	375000000
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	375000000	375000000
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0.0752	0.0542
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0.0752	0.0542
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

### SWOT-аналіз ПрАТ «КрКФ «Рошен»

<b>Сильні сторони (Strengths)</b>	<b>Слабкі сторони (Weaknesses)</b>
Висока впізнаваність бренду та довіра споживачів	Висока залежність від вартості сировини (цукру, какао тощо)
Широкий асортимент продукції	Високі витрати на виробництво та логістику
Сучасні технології виробництва та інновації	Вплив сезонності на попит продукції
Висока якість продукції та контроль за стандартами	Високий рівень конкуренції на кондитерському ринку
Потужна дистрибуторська мережа	Залежність від економічної ситуації в країні, посилена війною
Соціальна відповідальність компанії, підтримка ЗСУ та гуманітарних ініціатив	Потенційні перебої у постачанні сировини через військові дії
<b>Можливості (Opportunities)</b>	<b>Загрози (Threats)</b>
Розширення ринків збуту, вихід на міжнародні ринки	Коливання цін на сировину та енергоресурси
Впровадження нових продуктів та смаків	Нестабільність економічної та політичної ситуації, посилена війною
Посилення маркетингової стратегії та онлайн-продажів	Високий рівень конкуренції з боку міжнародних компаній
Автоматизація та оптимізація виробничих процесів	Зміни у законодавстві та податковій політиці
Зростаючий попит на натуральні та корисні продукти	Коливання курсу валют при експорті продукції
Державні та міжнародні програми підтримки бізнесу в умовах війни	Руйнування інфраструктури, що ускладнює логістику
Післявоєнне відновлення економіки та можливе збільшення попиту	Загроза ракетних ударів по підприємствах та логістичних маршрутах