



# 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 підприємства»  
(назва)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри економіки і права  
Анатолій ЗАЇНЧКОВСЬКИЙ  
«05» грудня 2022 року

## З А В Д А Н Н Я

### НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ

Гаркавенко Ірині Олександрівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Шляхи підвищення рентабельності діяльності підприємства  
керівник роботи Данкевич Андрій Євгенійович, проф., д.е.н.

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

затверджені наказом закладу вищої освіти від «05» грудня 2022 року № 865-КС.

2. Строк подання здобувачем роботи 05 червня 2023 р.

3. Вихідні дані до роботи: законодавчі та нормативні акти України, монографії, посібники, підручники, наукові статті відповідно до обраної теми, фінансова та статистична звітність за 2020-2022 роки ПрАТ «Оболонь», мережа Інтернет.

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Вступ, Розділ 1. Теоретичні засади рентабельності діяльності підприємства. 1.1. Економічна сутність та класифікація показників рентабельності підприємства. 1.2. Фактори, що впливають на показники рентабельності діяльності. 1.3. Методичні підходи до оцінювання рівня рентабельності діяльності підприємства. Розділ 2. Аналіз господарської діяльності та рентабельності ПрАТ «Оболонь». 2.1. Загальна характеристика ПрАТ «Оболонь». 2.2. Аналіз основних економічних показників діяльності підприємства. 2.3. Аналіз фінансових результатів і фінансового стану ПрАТ «Оболонь». 2.4. Аналіз показників рентабельності підприємства. Розділ 3. Економічне обґрунтування заходів щодо підвищення рентабельності ПрАТ «Оболонь». Висновки.

5. Перелік графічного матеріалу

Робота налічує 14 рисунків, 14 таблиць та 6 додатків.

## 6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання 05.12.2022 р.

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Розроблення та затвердження плану роботи керівником	15.01.2023р.	виконано
2	Написання розділу 1	10.02.2023р.	виконано
3	Робота над розділом 2	07.05.2023р.	виконано
4	Підготовка розділу 3	22.05.2023р.	виконано
5	Остаточне оформлення роботи. Формування висновків і пропозицій, проекту доповіді, презентації. Погодження з керівником кваліфікаційної роботи	29.05.2023р.	виконано
6	Попередній захист кваліфікаційної роботи	31.05.2023р.	виконано
7	Проходження перевірки на антиплагіат	12.06.2023р.	виконано
8	Подання завершеної роботи на розгляд завідувачу кафедри	05.06.2023 р.	виконано
9	Отримання зовнішньої рецензії, оформлення необхідних документів для захисту	07.06.2023р.	виконано
10	Захист кваліфікаційної роботи	14.06.2023 р.	виконано

Здобувач \_\_\_\_\_  
( підпис )

Гаркавенко І.О.  
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи \_\_\_\_\_  
( підпис )

Данкевич А.Є.  
(прізвище та ініціали)

## АНОТАЦІЯ

**Гаркавенко І. О. Шляхи підвищення рентабельності діяльності підприємства.**

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня «бакалавр» зі спеціальності 051 «Економіка», освітньо-професійної програми «Економіка підприємства». Національний університет харчових технологій, Київ, 2023.

У першому розділі кваліфікаційної роботи були досліджені теоретичні засади рентабельності діяльності підприємства. Розглянуто економічну сутність та класифікацію показників рентабельності, систематизовано фактори, що впливають на показники рентабельності діяльності, розглянуто методичні підходи до оцінювання рівня рентабельності діяльності підприємства.

У другому розділі було проаналізовано господарську діяльність та рентабельність діяльності ПрАТ «Оболонь». Здійснено загальну характеристику ПрАТ «Оболонь», проведено аналіз основних економічних показників діяльності, фінансових результатів, фінансового стану та показників рентабельності підприємства.

У третьому розділі було економічно обґрунтовано заходи щодо підвищення рентабельності діяльності ПрАТ «Оболонь». Обґрунтовано такий захід, як створення франшизи магазинів фірмової торгівлі для підвищення рентабельності діяльності та оцінено його вплив на показники рівня рентабельності діяльності підприємства.

Результати даного дослідження були використані при написанні тез: І. Harkavenko, O. Harkusha The impact of war in Ukraine on beer industry // Наукові здобутки молоді – вирішення проблем харчування людства у XXI столітті – К.: НУХТ, 2023 р. – Ч.3. – С. 499.

Кваліфікаційна робота викладена на 96 сторінках комп'ютерного тексту. Складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків.

*Ключові слова:* рентабельність, підприємство, дохід, прибуток, витрати, фінансовий стан, фінансові результати, франшиза.

## ABSTRACT

### **Harkavenko I. O. Ways to increase the profitability of the enterprise.**

Qualification work for obtaining a bachelor's degree in the specialty 051 "Economics", educational and professional program "Economics of the enterprise". National University of Food Technologies, Kyiv, 2023.

In the first section of the qualification work, the theoretical foundations of the profitability of the enterprise were investigated. The economic essence and classification of profitability indicators are considered, the factors affecting profitability indicators are systematized, methodical approaches to assessing the level of profitability of the enterprise are considered.

In the second section, the economic activity and profitability of PrJSC "Obolon" was analyzed. The general characteristics of PJSC "Obolon" were carried out, the analysis of the main economic indicators of activity, financial results, financial condition and profitability indicators of the enterprise was carried out.

In the third section, the measures to increase the profitability of PJSC "Obolon" were economically substantiated. Such a measure as the creation of a franchise of branded trade stores to increase the profitability of the activity is substantiated and its impact on indicators of the level of profitability of the enterprise is evaluated.

The qualification work is presented on 96 pages of computer text. It consists of an introduction, three chapters, conclusions, a list of references and appendices.

The results of this research were used in writing an abstract: I. Harkavenko, O. Harkusha The impact of war in Ukraine on beer industry // Youth scientific achievements to the 21<sup>st</sup> century nutrition problem solution - K.: NUFT, 2023 – P.3. - P. 499.

*Key words:* profitability, enterprise, income, profit, expenses, financial condition, financial results, franchise.

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....	9
1.1. Економічна сутність та класифікація показників рентабельності підприємства.....	9
1.2. Фактори, що впливають на показники рентабельності діяльності .....	17
1.3. Методичні підходи до оцінювання рівня рентабельності діяльності підприємства.....	27
Висновки до розділу 1 .....	34
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПрАТ «ОБОЛОНЬ».....	36
2.1. Загальна характеристика ПрАТ «Оболонь» .....	36
2.2. Аналіз основних економічних показників діяльності підприємства.....	43
2.3. Аналіз фінансових результатів і фінансового стану ПрАТ «Оболонь» .....	55
2.4. Аналіз показників рентабельності підприємства.....	62
Висновки до розділу 2 .....	69
РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ЗАХОДІВ ДО ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПрАТ «ОБОЛОНЬ».....	71
3.1. Наукові підходи щодо шляхів підвищення рентабельності діяльності підприємства.....	71
3.2. Економічне обґрунтування створення франшизи магазинів фірмової торгівлі для підвищення рентабельності діяльності підприємства .....	76
3.3. Вплив відкриття франшизи магазинів фірмової торгівлі на показники рентабельності підприємства .....	78
Висновки до розділу 3 .....	81
ВИСНОВКИ.....	83
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	87
ДОДАТКИ.....	92

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Тема підвищення рентабельності підприємства є дуже актуальною і важливою у сучасних умовах господарювання. У зростаючому конкурентному середовищі, підприємствам необхідно ефективно управляти своїми ресурсами та процесами, забезпечувати оптимальне використання активів, знижувати витрати і максимізувати доходи. Підвищення рентабельності дозволяє підприємствам забезпечити фінансову стійкість, залучати інвестиції, зростати і розширюватися на ринку. Така тема стає актуальною для підприємств будь-якого розміру та галузі діяльності, оскільки підвищення рентабельності є ключовим фактором успіху в сучасних умовах бізнесу.

Розгляду питань сутності та оцінки рентабельності підприємства присвячено багато праць відомих вчених економістів, серед яких: Мазаракі А. А., Горлачук В. В., Яненкова І. Г., Бугуцький О. А., Іващенко В. І., Савчук В. П., Болюх М.А., Дієсперов В. С., Єрмоленко В. М., Короткевич О. В., Тітов М. В. та ін. Однак, швидкозмінні умови господарювання підприємств потребують пошуку нових підходів до вивчення рентабельності та шляхів підвищення ефективності господарсько-фінансової діяльності.

**Метою кваліфікаційної роботи** є пропозиція шляхів підвищення показників рентабельності діяльності підприємства.

Відповідно до сформованої мети в кваліфікаційній роботі поставлено та вирішено наступні **завдання**:

1. Досліджено теоретичні засади рентабельності діяльності підприємства.
2. Проведено аналіз основних економічних показників діяльності підприємства.
3. Проведено аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства.
4. Проведено аналіз показників рентабельності діяльності підприємства.
5. Визначено наукові підходи щодо шляхів підвищення рентабельності діяльності підприємства.

6. Запропоновано та економічно обґрунтовано створення франшизи магазинів фірмової торгівлі для підвищення рентабельності діяльності підприємства.

7. Оцінено вплив запропонованого заходу на показники рентабельності підприємства.

**Об'єктом дослідження** в роботі виступають фінансові результати діяльності ПрАТ «Оболонь».

**Предметом дослідження** є сукупність теоретичних, методичних та практичних підходів до оцінки рівня рентабельності діяльності ПрАТ «Оболонь» з метою виділення шляхів її підвищення.

**Методи дослідження.** В ході написання кваліфікаційної роботи були використані системно-аналітичні, статистично-економічні, графічні та абстрактно-логічні методи досліджень.

**Теоретичну і методологічну основу дослідження** склали наукові концепції й теоретичні та практичні розробки вітчизняних і закордонних науковців щодо розробки шляхів підвищення фінансових результатів діяльності ПрАТ «Оболонь».

**Практичне значення отриманих результатів** полягає в можливості застосування запропонованих шляхів підвищення фінансових результатів діяльності на українських підприємствах. Результати даного дослідження були використані при написанні тез: I. Harkavenko, O. Harkusha The impact of war in Ukraine on beer industry // Наукові здобутки молоді – вирішення проблем харчування людства у XXI столітті – К.: НУХТ, 2023 р. – Ч.3. – С. 499.

**Структура і обсяг кваліфікаційної роботи.** Кваліфікаційна робота містить вступ, основну частину, яка складається з трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, що налічують 50 найменувань.

Повний обсяг роботи викладений на 96 сторінках тексту, включаючи додатки, що налічує 14 рисунків, 14 таблиць та 6 додатків.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

### 1.1. Економічна сутність та класифікація показників рентабельності підприємства

Рентабельність – це міра ефективності та прибутковості діяльності підприємства або проекту. Вона визначає, наскільки успішно підприємство використовує свої ресурси для генерації прибутку.

Не існує одного загальноприйнятого визначення поняття «рентабельність». У таблиці 1.1 показано, як різні науковці трактують це поняття у своїх працях.

*Таблиця 1.1*

#### Трактування сутності поняття «рентабельність»

Автор	Визначення
Кромаровський Д. О.	Рентабельність - це якісний, вартісний показник, що характеризує рівень віддачі витрат або ступінь використання ресурсів, що є в наявності, в процесі виробництва і реалізації продукції
Горлачук В. В., Яненко І. Г.	Рентабельність - це відносний показник ефективності виробництва. У загальному вигляді від розраховується як відношення прибутку до витрат, тобто є нормою прибутку.
Даций Н. В.	Рентабельність - це співвідношення прибутку з понесеними витратами (один із основних показників ефективності діяльності суб'єктів господарювання різних форм власностей, який характеризує інтенсивність їх роботи).
Тітов М. В.	Рентабельність - це стан фірми, коли сума витрат від реалізації продукції покриває витрати на виробництво і реалізацію цієї продукції.
Чумаченко М. Г.	Рентабельність - це прибутковість підприємства або підприємницької діяльності. Розраховується рентабельність як частка від ділення прибутку на витрати або на витрату ресурсів.

*Джерело: складено автором на основі [1]*

На основі визначень цих вчених, визначено загальне трактування поняття рентабельність: відносний показник співвідношення прибутку і витрат, виражене у відсотках. Рентабельним підприємство може бути тоді, коли прибуток підприємства є вищим за витрати.

<b>Підходи</b>	<b>Основний зміст підходу</b>	<b>Переваги і недоліки</b>
1. Беззбитковість	Рентабельність визначається як беззбитковість діяльності підприємства	Обмежений підхід. Зведення категорії прибутковості до досягнення беззбитковості
2. Дохідність, рентабельність	Прибутковість визначається як рентабельність, вимірювана у відсотках. Ототожнення рівня прибутковості із системою коефіцієнтів рентабельності	Обмежений підхід. Зведення категорії прибутковості до локального рівня оцінки результатів і ефективності господарської діяльності підприємства.
3. Здатність приносити прибуток	Рентабельність визначається як спроможність генерувати прибуток	Дає більш широке розуміння сутності та змісту категорії-прибутковості, включає умови та фактори отримання прибутку на капітал
4. Процес	Рентабельність, визначається як процес, який передбачає управління авансованим капіталом з метою отримання доходу та його нагромадження з метою інвестування у розвиток підприємства	Дає широке розуміння сутності та змісту категорії-прибутковості, включає умови, фактори та відносини, що виникають при формуванні, використанні та отриманні прибутку на капітал
5. Норма прибутку	Ототожнення прибутковості з нормою прибутку на капітал	Звужує поняття прибутковості, не розриває механізму отримання прибутку на капітал.
6. Стан підприємства	Рентабельність, визначається як стан підприємства, забезпечення платоспроможності, стабільності зростання і розвитку	Дає більш широке розуміння сутності та змісту категорії-прибутковості. Категорія функціонально пов'язана з діяльністю підприємства, яке функціонує в системі ринкових відносин.

Рис. 1.1. Підходи до визначення поняття «рентабельність» як економічної категорії

*Джерело: складено автором на основі [2-15]*

Економічна сутність рентабельності полягає в оцінці досягнення підприємством фінансового успіху та ефективності у вигляді здатності заробляти достатній рівень прибутку від своєї діяльності. Рентабельність є одним із основних показників, що використовуються для вимірювання фінансової стійкості та витривалості підприємства.

Основна ідея рентабельності полягає у порівнянні прибутку, отриманого від діяльності підприємства, з рівнем витрат, які на неї покладаються. Вища рентабельність свідчить про те, що підприємство ефективно використовує свої ресурси та генерує достатній рівень прибутку. Зниження рентабельності може

вказувати на проблеми з управлінням, неефективне використання ресурсів або конкурентні проблеми.

Рентабельність визначається шляхом розрахунку показників, таких як прибуткова рентабельність, валова рентабельність, операційна рентабельність тощо. Ці показники дозволяють оцінити рівень прибутковості підприємства з різних аспектів, залежно від об'єкта та цілей аналізу.

Загалом, рентабельність виступає як важливий індикатор фінансового стану та ефективності підприємства, що дозволяє оцінити його здатність генерувати прибуток та стабільність у довгостроковій перспективі.

Економічна сутність рентабельності підприємства полягає у вимірюванні здатності підприємства генерувати прибуток від своєї діяльності відносно витрат, що на нього покладаються. Цей показник дозволяє оцінити ефективність використання ресурсів підприємства і порівняти його з іншими підприємствами в тій же галузі чи в різних галузях економіки.

Показники рентабельності підприємства можна класифікувати за декількома критеріями, наприклад, за об'єктом аналізу, за джерелами формування прибутку, за періодом вимірювання та за порівняльним аналізом тощо.

№	Класифікаційна ознака	Вид рентабельності
1	За змістом	Рентабельність валюти балансу (ресурсів, активів)
		Рентабельність видів діяльності (фінансова, інвестиційна, операційна)
		Рентабельність продукції, робіт і послуг (основна, додаткова)
2	За характером	Фактична
		Запланована
		Прогнозована
3	За способом отримання	За хронологічними даними
		За середньо хронологічними даними
		За медіанними даними

Рис. 1.2. Види рентабельності за класифікаційними ознаками

Джерело: складено автором на основі [16]

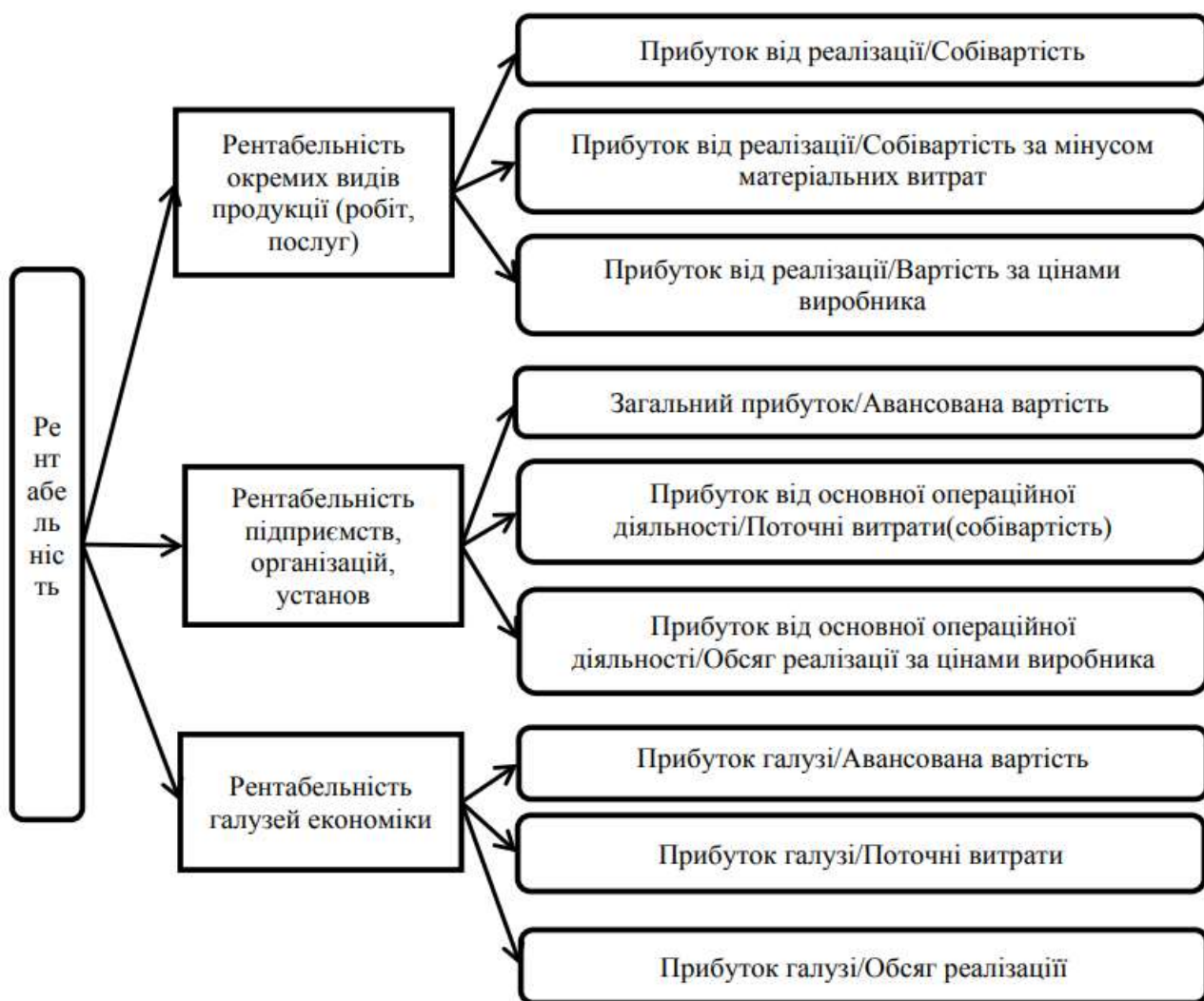


Рис. 1.3. Класифікація показників рентабельності

Джерело: складено автором на основі [17]

За об'єктом аналізу показники рентабельності поділяються на загальну рентабельність та рентабельність окремих видів діяльності.

Загальна рентабельність є одним з основних показників рентабельності підприємства. Вона відображає рівень прибутковості всієї діяльності підприємства шляхом порівняння чистого прибутку (або прибутку до оподаткування) з виручкою від реалізації.

Цей показник вимірює, скільки відсотків від виручки від реалізації залишається у підприємства у вигляді прибутку. Він дозволяє оцінити ефективність використання ресурсів, контролювати витрати та визначати здатність підприємства до генерації прибутку.

Висока загальна рентабельність свідчить про ефективне використання ресурсів та здатність підприємства генерувати достатній рівень прибутку. Зниження цього показника може вказувати на проблеми з управлінням, невикористання потенціалу або конкурентні проблеми.

Для порівняння загальної рентабельності підприємства можна використовувати дані попередніх періодів, планові показники або порівняльні дані інших підприємств у тій же галузі [18].

Рентабельність окремих видів діяльності підприємства відображає прибутковість конкретних видів продукції або послуг, які надає підприємство. Цей показник дозволяє визначити, які види діяльності приносять більш високий рівень прибутку та в яких сферах можливі покращення.

Для розрахунку рентабельності окремих видів діяльності можна використовувати різні показники, залежно від особливостей підприємства. Основним показником є валова рентабельність, яка визначається як співвідношення валового прибутку від конкретного виду діяльності до витрат на його здійснення [19].

Валовий прибуток від виду діяльності включає всі доходи, отримані від цього виду діяльності, за відрахуванням витрат, пов'язаних з його здійсненням, таких як сировина, матеріали, оплата праці, оренда приміщень і т.д.

Рентабельність окремих видів діяльності дозволяє виявити, які сегменти бізнесу є найбільш прибутковими і які можуть потребувати оптимізації або змін стратегії. Цей аналіз допомагає приймати управлінські рішення щодо асортименту продукції, ціноутворення, ресурсного розподілу та інших аспектів діяльності підприємства [20].

За джерелами формування прибутку показники рентабельності поділяються на рентабельність продажу, рентабельність активів та рентабельність власного капіталу.

Рентабельність продажу є одним із основних показників рентабельності підприємства. Вона вимірює ефективність генерації прибутку від реалізації продукції або послуг.

Рентабельність продажу розраховується як співвідношення прибутку (чистого прибутку або прибутку до оподаткування) до виручки від реалізації і виражається у відсотках. Цей показник показує, яку частку від виручки від реалізації підприємство здатне перетворити на прибуток.

Прибуток продажу включає чистий прибуток (або прибуток до оподаткування) після врахування всіх витрат, пов'язаних з виробництвом та реалізацією продукції.

Висока рентабельність продажу свідчить про те, що підприємство ефективно використовує свої ресурси і здатне генерувати значний прибуток від кожного продажу. Зниження цього показника може вказувати на проблеми зі збутом, зростанням витрат або конкурентними проблемами [21].

Рентабельність продажу дозволяє підприємству оцінити ефективність своєї стратегії ціноутворення, контролювати витрати на виробництво та збут, а також порівнювати свої результати з результатами інших підприємств у галузі.

Рентабельність активів є показником, який відображає ефективність використання активів підприємства для генерації прибутку. Цей показник вимірює, який рівень прибутку генерується на кожен одиницю активів, вкладених у підприємство.

Рентабельність активів розраховується як співвідношення прибутку (чистого прибутку або прибутку до оподаткування) до середньорічної вартості активів підприємства. Цей показник може включати різні види активів, такі як обладнання, нерухомість, запаси, патенти тощо.

Прибуток включає чистий прибуток (або прибуток до оподаткування) після врахування всіх витрат, а середньорічна вартість активів обчислюється як середнє значення активів на початок і кінець періоду.

Висока рентабельність активів свідчить про ефективне використання активів підприємства для генерації прибутку. Це означає, що підприємство досягає високого рівня продуктивності та оптимально використовує свої ресурси. Зниження цього показника може вказувати на недостатню використання активів, зростання витрат або неефективне управління ресурсами.

Рентабельність активів є важливим показником для оцінки фінансової стійкості та ефективності підприємства. Вона дозволяє порівнювати результати з іншими підприємствами у галузі та визначати потенційні області покращення. Шляхом порівняння рентабельності активів з показниками аналогічних підприємств можна оцінити свою конкурентоспроможність і виявити переваги або недоліки у використанні активів [22].

Також, розглядаючи рентабельність від активів по різних видах активів, підприємство може визначити, які активи приносять найбільший прибуток та де можливі покращення. Наприклад, якщо рентабельність від певного виду активів нижча порівняно з іншими, можуть бути необхідні заходи для оптимізації використання цих активів або перегляд стратегії відносно них [23].

Загалом, рентабельність активів є важливим показником для аналізу фінансової продуктивності підприємства та прийняття рішень щодо оптимізації ресурсного використання. Вона допомагає виявляти сильні та слабкі сторони підприємства, спрямовувати зусилля на досягнення більш високої ефективності та підвищення прибутковості.

За періодом вимірювання показники рентабельності поділяються на рентабельність за звітний період та середньорічну рентабельність.

Рентабельність за звітний період є важливим фінансовим показником, який відображає загальну прибутковість підприємства за певний період, як правило, за рік. Цей показник дає уявлення про ефективність фінансової діяльності підприємства та його здатність генерувати прибуток.

Рентабельність за звітний період може бути розрахована різними способами, залежно від того, які фінансові показники використовуються для обчислення прибутку та витрат. Один з основних показників рентабельності за звітний період - це рентабельність продажів (чиста рентабельність).

Рентабельність за звітний період є важливим показником для оцінки фінансової стійкості та успішності підприємства. Вона дозволяє керівництву та зацікавленим сторонам зрозуміти, наскільки ефективно підприємство використовує свої ресурси та здатне генерувати прибуток [24].

Середньорічна рентабельність є показником, який використовується для оцінки прибутковості підприємства протягом певного періоду, зазвичай розраховується за рік. Цей показник враховує середнє значення рентабельності протягом року і дозволяє отримати більш узагальнену картину ефективності підприємства.

Середньорічна рентабельність дає більш збалансовану оцінку ефективності підприємства протягом року, адже вона усереднює рентабельність за різні періоди. Це дозволяє керівництву підприємства бачити загальну тенденцію рентабельності та приймати відповідні рішення для її покращення.

За порівняльним аналізом показники рентабельності поділяються за внутрішньопідприємницьку рентабельність та зовнішньопідприємницьку рентабельність [25].

Внутрішньопідприємницька рентабельність є ключовим показником, що використовується підприємствами для оцінки ефективності їх внутрішнього підприємництва та прийняття обґрунтованих рішень щодо розвитку та фінансування окремих ініціатив, проектів або відділів.

Внутрішньопідприємницька рентабельність дозволяє оцінити прибутковість конкретних ініціатив або проектів, що розглядаються в межах підприємства. Шляхом розрахунку рентабельності цих ініціатив можна визначити, які з них є найбільш прибутковими та варто розвивати, а які можуть потребувати оптимізації або припинення.

Один з основних показників внутрішньопідприємницької рентабельності - це рентабельність відділів або сегментів підприємства. Цей показник відображає ефективність окремих відділів або сегментів у генерації прибутку. Він розраховується шляхом порівняння прибутку, отриманого від конкретного відділу або сегмента, до його витрат. Висока рентабельність відділів свідчить про їх ефективне використання ресурсів та здатність досягати прибутковості.

Зовнішньопідприємницька рентабельність є важливим показником, який допомагає підприємству оцінити його ефективність та конкурентоспроможність

на ринку. Цей показник вимірює прибутковість підприємства порівняно з іншими гравцями в тій же галузі або ринковому сегменті [26].

Зовнішньопідприємницька рентабельність дозволяє підприємству оцінити його здатність генерувати прибуток із зовнішніх джерел, зокрема від продажу товарів або послуг. Це важливо для залучення інвесторів, залучення кредитів або для визначення власної конкурентоспроможності на ринку.

Один з ключових показників зовнішньопідприємницької рентабельності - це рентабельність від продажу. Цей показник відображає ефективність підприємства у генеруванні прибутку від реалізації своїх товарів або послуг. Висока рентабельність від продажу свідчить про те, що підприємство ефективно використовує свої ресурси та забезпечує достатній рівень прибутку від своєї основної діяльності.

Крім того, зовнішньопідприємницька рентабельність може бути виміряна через рентабельність активів. Цей показник відображає ефективність використання активів підприємства у генерації прибутку. Висока рентабельність активів свідчить про те, що підприємство успішно використовує свої ресурси та активи для досягнення прибутковості [27].

Це лише кілька основних критеріїв класифікації показників рентабельності підприємства. Враховуючи конкретні особливості діяльності та цілей аналізу, можна застосувати інші класифікаційні параметри для вивчення рентабельності підприємства.

## **1.2. Фактори, що впливають на показники рентабельності діяльності**

Фактори, що впливають на показники рентабельності діяльності підприємства, можуть бути різноманітними. На рис. 1.1. показано систему зовнішніх та внутрішніх чинників впливу на рівень рентабельності підприємства.

Деякими основними факторами є: цінова політика, витрати на виробництво, ринкова конкуренція, ефективне управління ресурсами, обсяг

продажів, витрати на працю, маркетингова стратегія, ризикові фактори та несприятливі події тощо.

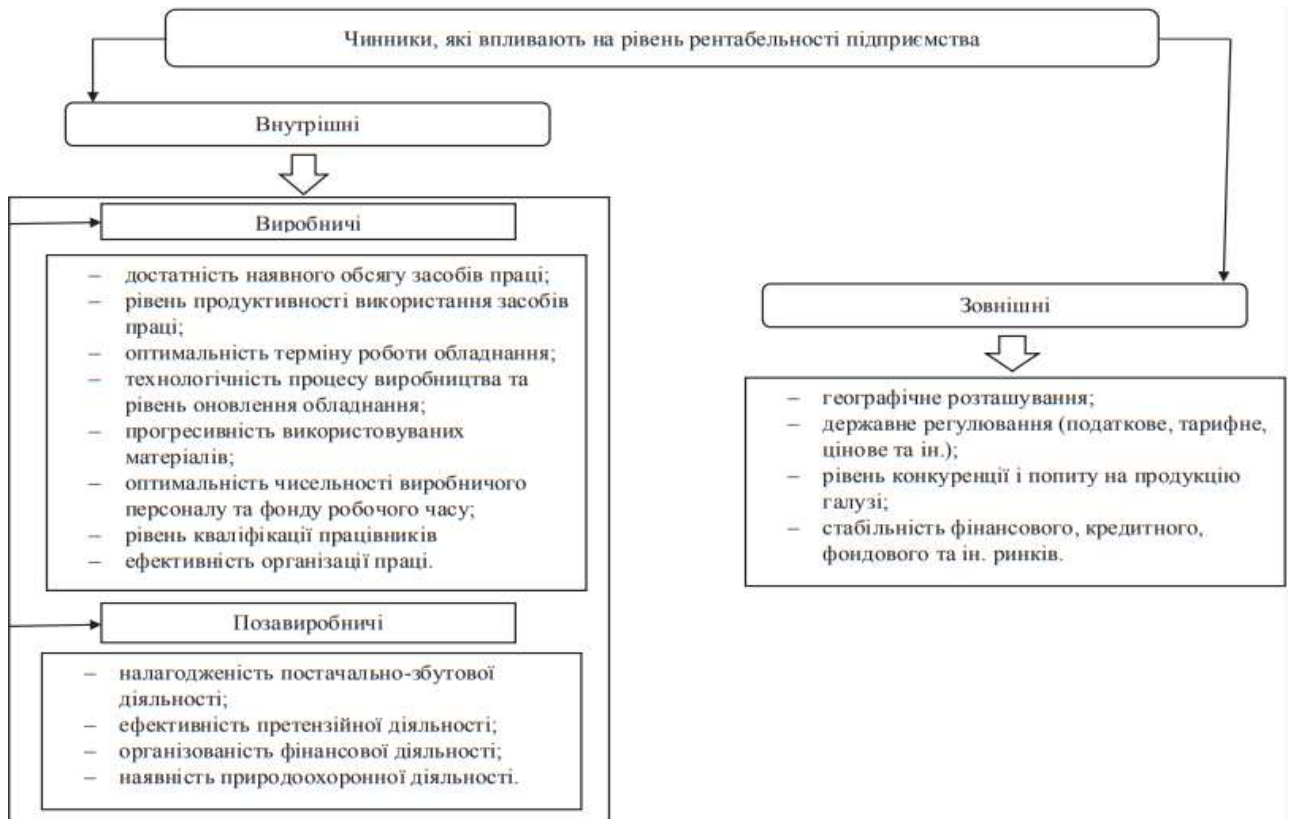


Рис. 1.4. Система чинників, що впливають на рентабельність підприємства

*Джерело: складено автором на основі [28]*

Цінова політика - це стратегія, що визначає спосіб встановлення цін на товари або послуги підприємства. Це включає в себе рішення щодо рівня цін, методів ціноутворення, знижок, акцій, умов продажу тощо. Цінова політика впливає на рівень прибутковості і результативність підприємства, оскільки вона має прямий вплив на витрати, дохід і попит на товари або послуги.

Основні аспекти цінової політики, які впливають на рентабельність, включають цінову стратегію, цінову політику конкурентів та сезонність та циклічність ринку.

Вибір цінової стратегії є ключовим фактором для досягнення рентабельності. Підприємство може встановлювати ціни на свої товари або послуги вище, нижче або на рівні конкурентів. Занадто низькі ціни можуть знизити маржинальну прибутковість, тоді як надмірно високі ціни можуть

вплинути на попит та обсяги продажів. Ефективний вибір цінової стратегії дозволяє досягти балансу між цінами та обсягами продажів для досягнення оптимальної рентабельності.

Діяльність конкурентів на ринку також впливає на рентабельність. Якщо конкуренти встановлюють низькі ціни, це може змусити підприємство знизити свої ціни, щоб зберегти попит. Однак, це може призвести до зниження маржинальної прибутковості. Розуміння цінової політики конкурентів та відповідна реакція на неї можуть допомогти зберегти рентабельність підприємства [29].

Деякі галузі мають сезонні та циклічні коливання в попиті. Встановлення адекватних цін в різні періоди може бути важливим для підтримки рентабельності. Наприклад, в сезони збільшеного попиту можна збільшити ціни, щоб забезпечити більший прибуток, тоді як в періоди меншого попиту можна знизити ціни для стимулювання продажів та збільшення обсягів. Це може допомогти знизити затримки товарів на складі та мінімізувати затрати на зберігання. В такий спосіб, еластична цінова політика, яка враховує коливання попиту, може допомогти зберегти рентабельність підприємства.

Інший важливий фактор впливу на показники рентабельності це витрати на виробництво. Ці витрати охоплюють всі затрати, пов'язані з процесом виробництва товарів або надання послуг, такі як сировина, матеріали, праця, енергія, обладнання та інші ресурси.

Оптимізація витрат на виробництво може мати прямий вплив на рентабельність підприємства. Декілька способів, через які витрати на виробництво впливають на рентабельність, це маржинальна прибутковість, конкурентоспроможність цін, ефективність виробничих процесів, якість продукції або послуг, управління запасами та ефективність управління витратами.

Витрати на виробництво впливають на маржинальну прибутковість, яка визначається різницею між ціною продажу і витратами на виробництво одиниці товару або послуги. Зниження витрат на виробництво при збереженні стабільної

ціни продажу може підвищити маржинальну прибутковість і, отже, рентабельність [30].

Витрати на виробництво впливають на цінову конкурентоспроможність продукції або послуги. Зменшення витрат може дозволити підприємству встановити більш конкурентоспроможні ціни, що забезпечує збереження або збільшення обсягів продажів.

Оптимізація витрат на виробництво допомагає підприємству досягти ефективності у виробничих процесах. Це може включати впровадження нових технологій, автоматизацію, поліпшення управління запасами та оптимізацію робочих процесів. Ефективність виробництва дозволяє знизити зайві витрати та оптимізувати використання ресурсів. Це може включати зменшення витрат на сировину, енергію, працю та інші ресурси, а також скорочення витрат на управління виробництвом, обслуговування та технічну підтримку.

Витрати на виробництво також можуть впливати на якість продукції або послуг. Якщо витрати на якість контролюються та зменшуються, підприємство може забезпечити високу якість продукції або послуг, що сприяє підвищенню задоволення клієнтів і, відповідно, підтримує рентабельність через повторні продажі та збільшену лояльність клієнтів.

Витрати на виробництво пов'язані з управлінням запасами сировини, комплектуючих та готової продукції. Ефективне управління запасами, таке як зменшення запасів до оптимального рівня, може знизити затрати на зберігання та уникнути втрати від застою товарів. Це сприяє зниженню загальних витрат на виробництво та підвищенню рентабельності [31].

Витрати на виробництво пов'язані зі всіма аспектами управління підприємством, включаючи закупівлі, управління витратами на працю, технічне обслуговування обладнання тощо. Ефективне управління цими витратами може позитивно позначитись на рентабельності, допомагаючи знизити загальні витрати та забезпечити оптимальне використання ресурсів.

Ще один важливий фактор впливу на показники рентабельності це ринкова конкуренція. Висока конкуренція на ринку може створювати проблеми для

підприємства, але водночас вона також може стимулювати підвищення продуктивності та пошук нових можливостей для покращення рентабельності. Способи, завдяки яким ринкова конкуренція впливає на рентабельність, це цінова конкуренція, інновації та диференціація, якість та обслуговування тощо.

На ринках з високою конкуренцією підприємства змушені змагатися за клієнтів через ціни. Це може призвести до скорочення маржі між ціною продажу та витратами на виробництво. Якщо підприємство не в змозі ефективно знизити свої витрати або знайти інші способи створення конкурентної переваги, це може негативно вплинути на рентабельність [32].

Ринкова конкуренція може стимулювати підприємство до інновацій та розробки унікальних продуктів або послуг, що дозволяють встановити вищі ціни або отримати перевагу перед конкурентами. Інновації та диференціація можуть забезпечити підприємству більшу маржинальну прибутковість та вищу рентабельність.

Висока конкуренція на ринку часто змушує підприємства зосередитися на покращенні якості своїх товарів або послуг та рівні обслуговування. Висока якість та задоволеність клієнтів можуть сприяти збільшенню обсягів продажу, підвищенню лояльності клієнтів та сприяють збільшенню вартості життєвого циклу клієнта.

Ще одним ключовим фактором впливу на показники рентабельності є ефективне управління ресурсами. Воно може позитивно вплинути на рентабельність завдяки ефективному використанню робочої сили, оптимальному управлінню запасами та ефективним використанням матеріалів та сировини.

Робоча сила є одним з найважливіших ресурсів у бізнесі. Ефективне управління робочою силою включає правильне планування робочого часу, раціональний розподіл обов'язків, надання достатньої підготовки та підтримки працівникам. Це може призвести до зниження зайвих витрат на працю, підвищення продуктивності та оптимізації виробничих процесів.

Ефективне управління запасами є важливим аспектом управління ресурсами. Це включає точне прогнозування попиту, оптимальне планування

замовлень, мінімізацію затримок та втрат від застою товарів. Правильне управління запасами дозволяє знизити затрати на складське утримання, збільшити швидкість обігу товарів та забезпечити належний рівень запасів для виробництва.

Ефективне управління матеріалами та сировиною передбачає оптимізацію їх використання. Це включає контроль якості вхідних матеріалів, впровадження ефективних процесів виробництва, мінімізацію відходів та втрат. Це може призвести до зменшення витрат на матеріали та сировину, покращення якості продукції та підвищення рентабельності. Оптимальне використання матеріалів та сировини дозволяє підприємству ефективно виробляти свою продукцію, мінімізуючи втрати та зайві витрати [33].

Наступним ключовим фактором, що впливає на показники рентабельності, є обсяг продажів. Чим більший обсяг продажів, тим більше можливостей для збільшення прибутку та покращення рентабельності. Обсяг продажів може вплинути на рентабельність завдяки збільшенню обсягів продажу, економії масштабу, або підвищенні ринкової позиції.

Збільшення обсягів продажу без збільшення витрат на виробництво може призвести до зростання прибутку та рентабельності. Це можна досягти шляхом залучення нових клієнтів, розширення ринків збуту, розробки нових продуктів або послуг, покращення маркетингових стратегій та ін.

Збільшення обсягу продажу також може призвести до економії масштабу, оскільки виробництво на більшому обсязі може забезпечувати зниження витрат на одиницю продукції. Це може включати зниження витрат на закупівлю сировини, оптимізацію виробничих процесів, використання більш ефективного обладнання та технологій [34].

Збільшення обсягу продажу може сприяти покращенню ринкової позиції підприємства. Це може забезпечити перевагу перед конкурентами, таку як більша маса клієнтів, більші обсяги виробництва та закупівель, більші можливості для переговорів з постачальниками та ін. Це може позитивно

позначитися на цінах постачання та умовах договорів, що вплине на вартість продукції та рентабельність.

Зрозуміло, що ефект обсягу продажів на рентабельність може бути двостороннім. Збільшення обсягу продажів може призвести до зростання прибутку і покращення рентабельності. Зі збільшенням обсягів продажу, прибуток збільшується відповідно, при умові, що витрати не зростають в тому ж самому співвідношенні. Це може бути досягнуто шляхом оптимізації виробничих процесів, зниження витрат на виробництво та маркетингових витрат, підвищення ефективності управління ресурсами і так далі. Зменшення обсягу продажу може негативно вплинути на рентабельність. Якщо обсяг продажу зменшується, прибуток може зменшитися, що може погіршити рентабельність. Зменшення обсягу продажу може бути наслідком різних факторів, таких як зміни в ринковій конкуренції, падіння попиту, зміни моделі споживання тощо. У такому випадку, важливо здійснити аналіз причин зменшення обсягу продажу та розробити стратегії для збереження рентабельності, такі як впровадження ефективних маркетингових заходів, розширення ринків збуту, розвиток нових продуктів або залучення нових клієнтів [35].

Витрати на працю є одним зі значних факторів, що впливають на показники рентабельності діяльності підприємства. Ефективне управління цими витратами може мати великий вплив на прибутковість та рентабельність.

Витрати на працю пов'язані з оплатою праці працівників. Збільшення продуктивності праці, тобто отримання більшої кількості виробництва або послуг за одиницю витрат на працю, може позитивно вплинути на рентабельність. Це можна досягти шляхом навчання працівників, впровадження ефективних процесів та технологій, а також створення стимулюючих умов для працівників, таких як мотиваційні програми та преміальні системи. Оптимізація робочих процесів, автоматизація та використання передових технологій можуть допомогти знизити непродуктивність праці, зайві розходи та забезпечити ефективне використання робочого часу та ресурсів.

Крім того, важливо збалансувати вартість робочої сили з виробничими потребами. Надмірно високі витрати на оплату праці можуть погіршити рентабельність, тоді як недостатньо високі витрати можуть призвести до низької якості роботи та зниження продуктивності. Оптимальне використання ресурсів людського капіталу, зокрема планування робочого часу, раціональний розподіл завдань та розвиток навичок працівників, є важливими елементами для досягнення ефективності та рентабельності.

Також, важливо враховувати витрати на соціальні пільги, страхування та інші витрати, пов'язані з працевлаштуванням. Оптимізація цих витрат може також сприяти поліпшенню рентабельності.

В цілому, ефективне управління витратами на працю, поєднане з підвищенням продуктивності праці та оптимізацією робочих процесів, може значно покращити показники рентабельності діяльності підприємства.

Маркетингова стратегія також має значний вплив на показники рентабельності діяльності підприємства. Способи, які пояснюють, як маркетингова стратегія впливає на рентабельність, це ринкова позиція, сегментування ринку, розвиток бренду, маркетингові акції та маркетингові дослідження [36].

Маркетингова стратегія дозволяє підприємству зайняти сильну позицію на ринку і конкурувати ефективно з іншими гравцями. Це може привести до збільшення обсягу продажів і підвищення цін на продукцію, що сприяє збільшенню доходів та рентабельності.

Маркетингова стратегія також дозволяє підприємству ідентифікувати різні сегменти ринку та націлити свої продукти або послуги на конкретні цільові групи споживачів. Це дозволяє досягти більшої ефективності в маркетингових зусиллях, залучити більше клієнтів та збільшити обсяги продажу.

Маркетингова стратегія також сприяє створенню сильного бренду, який має велику цінність для споживачів. Збільшення впізнаваності бренду і позитивного сприйняття його споживачами може підвищити цінність продукції

або послуги, дозволяючи підприємству установити вищі ціни та забезпечити більшу рентабельність.

Ефективне використання маркетингових акцій, таких як знижки, акції, лояльність програми та інші пропозиції, може збільшити обсяг продажу та привернути нових клієнтів. Це може мати позитивний вплив на доходи та рентабельність підприємства.

Маркетингова стратегія включає проведення досліджень ринку та аналізу споживацьких потреб. Це дозволяє підприємству розуміти ринок, конкурентну ситуацію та очікування споживачів. Ці знання можуть бути використані для розробки продуктів або послуг, які відповідають потребам ринку, що сприяє підвищенню їх популярності та рентабельності.

Всі ці фактори показують, що маркетингова стратегія має велике значення для досягнення високої рентабельності діяльності підприємства. Вона допомагає залучати більше клієнтів, збільшувати обсяги продажу, підвищувати ціни, зменшувати витрати та покращувати загальну ефективність підприємства.

Ризикові фактори та несприятливі події також можуть мати значний вплив на показники рентабельності діяльності підприємства. Такі фактори, як збитковість, зростання витрат, недостатня ліквідність, конкуренція та зміни в законодавстві можуть негативно вплинути на рентабельність діяльності [37].

Несприятливі події, такі як втрата ключового клієнта, зниження попиту на продукцію або послуги, нездатність покрити витрати, можуть призвести до збитковості підприємства. Це впливає на рентабельність, оскільки прибуток знижується або перетворюється на втрати.

Ризикові фактори, такі як зростання цін на сировину, матеріали, працю або енергію, можуть призвести до збільшення витрат на виробництво. Це може знизити маржинальну рентабельність, оскільки витрати стають вищими від доходів.

Несприятливі події, такі як затримка платежів від клієнтів, зростання заборгованості або нестача грошових коштів, можуть призвести до проблем з

ліквідністю підприємства. Це може обмежити можливості для розвитку, інвестицій та ефективного функціонування, що впливає на рентабельність.

Зростаюча конкуренція на ринку може призвести до зниження цін на продукцію або послуги. Це може знизити прибутковість підприємства і вплинути на його рентабельність.

Нові правила та регуляції, введені урядом або органами влади, можуть мати вплив на рентабельність підприємства. Вони можуть призвести до збільшення витрат на виконання вимог, зменшення можливостей для прибутковості або обмеження виробничих процесів.

Всі ці ризикові фактори та несприятливі події можуть позначитися на показниках рентабельності підприємства, знижуючи прибутковість, збільшуючи витрати або обмежуючи можливості для розвитку. Тому важливо, щоб підприємство ретельно аналізувало та управляло цими ризиками, розробляло стратегії їх зменшення та запобігання, щоб забезпечити стабільну та прибуткову діяльність.

Такий фактор, як ефективність логістики та постачання, також має важливий вплив на показники рентабельності діяльності підприємства, через такі способи, як зменшення витрат на логістику, забезпечення швидкого та точного постачання, оптимізацію запасів та підвищення якості обслуговування.

Ефективно управляти логістичними процесами, такими як складське управління, транспортування, упаковка та доставка, дозволяє знизити витрати на логістику. Це може включати оптимізацію маршрутів, використання економічних транспортних засобів та зниження затрат на упаковку. Зменшення витрат на логістику сприяє збільшенню маржі прибутку та загальної рентабельності підприємства.

Ефективна логістика та постачання дозволяють забезпечити швидке та точне постачання товарів або послуг. Це дозволяє задовольняти потреби клієнтів вчасно, уникати затримок та недостачі товарів на ринку. Задоволеність клієнтів та їх лояльність зростають, що може призвести до збільшення обсягів продажів та рентабельності.

Ефективна логістика дозволяє оптимізувати рівень запасів підприємства. Це означає, що немає надмірних запасів, які можуть призвести до затрат на зберігання, псування або застою. З іншого боку, також уникнути недостачі товарів, яка може спричинити втрату продажів та незадоволеність клієнтів. Оптимізація запасів допомагає знизити витрати та підвищити ефективність використання ресурсів, що сприяє рентабельності підприємства.

Ефективна логістика та постачання допомагають підвищити якість обслуговування клієнтів. Це включає швидке виконання замовлень, точність доставки, дотримання вимог щодо якості товарів та інші аспекти, які впливають на задоволеність клієнтів. Задоволеність клієнтів сприяє повторним покупкам, рекомендаціям та збільшенню обсягів продажу, що позитивно впливає на рентабельність [38].

Ефективність логістики та постачання є ключовим фактором успіху бізнесу, оскільки вона допомагає забезпечити оптимальне використання ресурсів, підвищити задоволеність клієнтів та забезпечити конкурентну перевагу на ринку.

Є багато інших факторів, що можуть вплинути на рентабельність діяльності підприємства, такі як інновації, фінансове та стратегічне управління, податкове та правове середовище, вартість капіталу, сезонність та циклічність ринку, валютний курс та зміни макроекономічних показників, соціальна відповідальність підприємства, автоматизація тощо.

### **1.3. Методичні підходи до оцінювання рівня рентабельності діяльності підприємства**

Оцінювання рівня рентабельності діяльності підприємства включає застосування різних методичних підходів. Деякі методи аналізу рентабельності показані на рис. 1.5 і 1.6.

Існують багато методичних підходів до оцінювання рівня рентабельності діяльності підприємства, таких як аналіз фінансових показників, порівняльний

аналіз, декомпозиція рентабельності, розрахунок показників рентабельності за функціональними групами, розрахунок інтегральних показників тощо. Ці методичні підходи можуть бути використані окремо або в поєднанні для оцінки рівня рентабельності діяльності підприємства. Комплексний аналіз даних та застосування декількох підходів дозволяють отримати більш повну інформацію про ефективність бізнесу та прийняти на цій основі управлінські рішення.

<b>МЕТОДИ АНАЛІЗУ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ</b>		
<b>Методи багаторівневого аналізу рентабельності стійкості діяльності</b>	<b>Методи комплексного аналізу рентабельності</b>	<b>Методи факторного і прогнозного аналізу рентабельності</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>⚡ На основі рентабельності капіталу</li> <li>⚡ На основі рентабельності діяльності</li> <li>⚡ На основі рентабельності потоків грошових коштів</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⚡ порівняння</li> <li>⚡ угруповання</li> <li>⚡ середніх величин</li> <li>⚡ коефіцієнтний метод</li> <li>⚡ індексний метод</li> <li>⚡ балансовий метод</li> <li>⚡ табличний</li> <li>⚡ графічний</li> <li>⚡ динамічних рядів</li> <li>⚡ трендовий</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⚡ Методи детермінованого аналізу рентабельності</li> <li>⚡ Метод кореляційно-регресійного аналізу</li> <li>⚡ Метод екстраполяції</li> <li>⚡ Метод прогнозування часток продажів</li> <li>⚡ Метод формування прогнозової звітності</li> </ul>

Рис. 1.5. Методи аналізу рентабельності

Джерело: складено автором на основі [39]



Рис. 1.6. Модель організації і проведення аналізу рентабельності підприємств на основі багаторівневого системного підходу

Джерело: складено автором [40]

Аналіз фінансових показників є одним з основних методичних підходів до оцінювання рівня рентабельності діяльності підприємства. Цей підхід використовує фінансові показники, що відображають прибутковість та ефективність використання ресурсів підприємства. Деякі з ключових фінансових показників, які використовуються для оцінювання рентабельності, включають чистий прибуток, валовий прибуток, рентабельність активів, рентабельність власного капіталу та рентабельність оборотного капіталу.

<b>Показники</b>	<b>Формула розрахунку</b>	<b>Характеристика</b>
Коефіцієнт рентабельності оборотних коштів	$\text{ЧП/ОА} * 100\%$ де ЧП – чистий прибуток; ОА - оборотні кошти підприємства	Характеризує рівень прибутковості оборотних активів
Коефіцієнт рентабельності активів	$\text{По/Вб} * 100\%$ де По – прибуток до оподаткування; Вб – валюта балансу (актив)	Характеризує рівень прибутковості, який створюється всіма активами підприємства, що перебувають у його розпорядженні.
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	$\text{ЧП/ВК} * 100\%$ де ЧП – чистий прибуток підприємства; ВК – власний капітал	Характеризує рівень прибутковості власного капіталу, вкладеного у підприємство, і є показником інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання.
Коефіцієнт рентабельності позикового капіталу	$\text{ЧП/ПК} * 100\%$ де ЧП – чистий прибуток підприємства; ПК –позиковий капітал	Характеризує рівень прибутковості позикового капіталу, вкладеного у підприємство
Коефіцієнт рентабельності продажу	$\text{ВП/В} * 100\%$ де ВП – валовий прибуток; В – виручка від реалізації (без ПДВ і акцизу)	Відображає частку прибутку в загальному обсязі товарів і послуг, що продаються
Коефіцієнт рентабельності продукції	$\text{П/С} * 100\%$ де П – прибуток підприємства від реалізації продукції; С – собівартість реалізованої продукції	Характеризує прибутковість від реалізації продукції.
Коефіцієнт рентабельності основних засобів	$\text{Рроз} = \text{П} / \text{ССОЗ} * 100\%$ де ССОЗ - середньорічна сума основних засобів.	Характеризує рівень прибутковості основних засобів
Коефіцієнт рентабельності операційної діяльності	$\text{Род} = \text{По/ЧД} * 100\%$ де По – прибуток від операційної діяльності, ЧД – чистий дохід	Характеризує рівень прибутковості операційної діяльності

Рис. 1.7. Основні показники рентабельності підприємства

Джерело: складено автором [41]

Чистий прибуток відображає прибуток, який залишається після відрахування всіх витрат і податків. Він є основним показником рентабельності підприємства.

Валовий прибуток відображає різницю між виручкою від продажу товарів або послуг та витратами на їх виробництво. Валовий прибуток вказує на ефективність виробництва та управління витратами.

Рентабельність активів відображає, яку частку прибутку отримує підприємство від своїх активів. Він вказує на ефективність використання активів для генерації прибутку.

Рентабельність власного капіталу відображає дохід, який генерується власним капіталом підприємства. Він вказує на ефективність використання власних ресурсів для отримання прибутку.

Рентабельність оборотного капіталу відображає ефективність використання оборотного капіталу, такого як грошові кошти, запаси та вимоги до покупців, для забезпечення рентабельності операцій.

Аналіз цих фінансових показників дозволяє встановити рівень рентабельності підприємства, ідентифікувати сильні та слабкі сторони, а також здійснити порівняльний аналіз з іншими підприємствами у галузі. Цей методичний підхід надає об'єктивну оцінку ефективності фінансової діяльності та є важливим інструментом для прийняття управлінських рішень.

Порівняльний аналіз є одним із методичних підходів до оцінювання рівня рентабельності діяльності підприємства. Цей підхід полягає в порівнянні фінансових показників підприємства з показниками інших схожих підприємств у галузі або зі стандартами і нормативами для визначення ефективності його діяльності [42].

Порівняльний аналіз дозволяє встановити, наскільки успішно підприємство функціонує порівняно з конкурентами або зі стандартами галузі. Для цього використовуються такі показники, як рентабельність активів, рентабельність власного капіталу, рентабельність від продажу та інші. Шляхом порівняння цих показників з аналогічними показниками інших підприємств

можна зробити висновки про конкурентні переваги або недоліки в діяльності підприємства.

Для проведення порівняльного аналізу важливо мати доступ до фінансової інформації інших підприємств у галузі. Ця інформація може бути отримана з публічних звітів, фінансових даних бази даних або з інших джерел. Порівняння проводиться з використанням стандартних показників або показників, специфічних для даної галузі [43].

Порівняльний аналіз допомагає підприємствам виявити свої конкурентні переваги та недоліки, ідентифікувати можливості для покращення ефективності та прийняття управлінських рішень. Він дозволяє визначити, наскільки підприємство відповідає стандартам галузі та як можна покращити його фінансові показники.

Декомпозиція рентабельності є одним з методичних підходів до оцінювання рівня рентабельності діяльності підприємства. Цей підхід полягає у розбитті загального показника рентабельності на складові частини або фактори, що впливають на його формування [44].

Декомпозиція рентабельності дозволяє розкрити сутність та джерела прибутковості підприємства, виявити, які чинники вносять найбільший внесок у загальний рівень рентабельності, а також визначити проблемні аспекти, які потребують уваги та вдосконалення.

При декомпозиції рентабельності можуть використовуватися різні методи і підходи, в залежності від конкретних цілей та особливостей підприємства. Найпоширенішими підходами є декомпозиція за видами діяльності, декомпозиція за складовими елементами та декомпозиція за періодами.

Декомпозиція за видами діяльності передбачає розбиття рентабельності на окремі компоненти відповідно до видів діяльності підприємства, наприклад виробнича, комерційна, або фінансова рентабельність.

Декомпозиція за складовими елементами передбачає розбиття рентабельності на фактори, які впливають на неї, наприклад маржі на продукцію, ефективність використання ресурсів, або операційні витрати [45].

Декомпозиція за періодами передбачає розбиття рентабельності на періоди, наприклад місяці, квартали, роки, для виявлення тенденцій та динаміки змін.

Декомпозиція рентабельності дозволяє отримати більш детальну та об'єктивну інформацію про ефективність підприємства та визначити напрямки для покращення рентабельності шляхом управлінських заходів та оптимізації ресурсів [46].

Розрахунок показників рентабельності за функціональними групами є одним з методичних підходів до оцінювання рівня рентабельності діяльності підприємства. Цей підхід базується на розподілі доходів та витрат за функціональними групами, що дозволяє оцінити рентабельність кожного функціонального напрямку окремо.

Основні функціональні групи, за якими можна розраховувати показники рентабельності, включають виробництво, маркетинг та продажі, фінанси, адміністрація та управління тощо [47].

Виробництво передбачає оцінку рентабельності виробничої діяльності підприємства, включаючи рентабельність окремих товарів чи послуг.

Маркетинг та продажі передбачають оцінку рентабельності маркетингових заходів, реклами, збуту та продажів продукції.

Фінанси передбачають оцінку рентабельності фінансових операцій, включаючи інвестиції, управління активами та пасивами, отримання фінансових доходів.

Адміністрація та управління передбачають оцінку рентабельності адміністративних функцій, управління персоналом та управління витратами.

Розрахунок показників рентабельності за функціональними групами дозволяє виявити ефективні та неефективні напрямки діяльності підприємства, спрямувати зусилля на покращення рентабельності в критичних сегментах та оптимізувати витрати в найбільш важливих функціональних групах [48].

Розрахунок інтегральних показників є ще одним методичним підходом до оцінювання рівня рентабельності діяльності підприємства. Цей підхід

передбачає об'єднання різних показників рентабельності в один комплексний показник, який відображає загальну ефективність діяльності підприємства.

Розрахунок інтегральних показників рентабельності може варіюватися в залежності від конкретних цілей та потреб підприємства. Однак, загальний підхід до розрахунку інтегрального показника може включати наступні кроки: визначення складу показників, визначення вагомості показників, нормування та нормалізація показників, розрахунок інтегрального показника, аналіз та порівняння інтегральних показників [49].

Спочатку потрібно вибрати основні показники рентабельності, які найкраще відображають ефективність діяльності підприємства. Це можуть бути показники загальної рентабельності, рентабельності окремих видів діяльності, рентабельності від активів тощо.

Наступним кроком є визначення вагомості кожного показника в загальній структурі рентабельності. Це може залежати від рівня важливості та впливу кожного показника на загальну ефективність підприємства.

Для порівняння різних показників рентабельності, їх можна нормувати або нормалізувати. Це допомагає зведення показників до однакової шкали та уніфікацію оцінки.

На основі вагомості та нормованих показників можна розрахувати інтегральний показник рентабельності. Це може бути арифметична сума показників, що відображає загальну ефективність діяльності підприємства.

Отриманий інтегральний показник може бути порівняний зі стандартами, попередніми періодами або з іншими підприємствами в галузі. Це допомагає визначити потенційні області покращення та зробити висновки щодо ефективності діяльності.

Важливо відзначити, що розрахунок інтегральних показників є лише одним з підходів до оцінювання рівня рентабельності діяльності підприємства. Залежно від конкретних потреб та характеру діяльності, можуть застосовуватися інші методики та підходи для оцінки рентабельності.

## Висновки до розділу 1

Рентабельність – це міра ефективності та прибутковості діяльності підприємства або проекту. Вона визначає, наскільки успішно підприємство використовує свої ресурси для генерації прибутку.

Не існує одного загальноприйнятого визначення поняття «рентабельність». Різні науковці трактують це поняття по-різному у своїх працях. На основі визначень цих вчених, я визначила загальне трактування поняття рентабельність: відносний показник співвідношення прибутку і витрат, виражене у відсотках. Рентабельним підприємство може бути тоді, коли прибуток підприємства є вищим за витрати.

Економічна сутність рентабельності полягає в оцінці досягнення підприємством фінансового успіху та ефективності у вигляді здатності заробляти достатній рівень прибутку від своєї діяльності. Рентабельність є одним із основних показників, що використовуються для вимірювання фінансової стійкості та витривалості підприємства.

Основна ідея рентабельності полягає у порівнянні прибутку, отриманого від діяльності підприємства, з рівнем витрат, які на неї покладаються. Вища рентабельність свідчить про те, що підприємство ефективно використовує свої ресурси та генерує достатній рівень прибутку. Зниження рентабельності може вказувати на проблеми з управлінням, неефективне використання ресурсів або конкурентні проблеми.

Фактори, що впливають на показники рентабельності діяльності підприємства, можуть бути різноманітними. Деякими основними факторами є: цінова політика, витрати на виробництво, ринкова конкуренція, ефективне управління ресурсами, обсяг продажів, витрати на працю, маркетингова стратегія, ризикові фактори та несприятливі події тощо.

Є багато інших факторів, що можуть вплинути на рентабельність діяльності підприємства, такі як інновації, фінансове та стратегічне управління, податкове та правове середовище, вартість капіталу, сезонність та циклічність

ринку, валютний курс та зміни макроекономічних показників, соціальна відповідальність підприємства, автоматизація тощо.

Оцінювання рівня рентабельності діяльності підприємства включає застосування різних методичних підходів, таких як аналіз фінансових показників, порівняльний аналіз, декомпозиція рентабельності, розрахунок показників рентабельності за функціональними групами, розрахунок інтегральних показників тощо. Ці методичні підходи можуть бути використані окремо або в поєднанні для оцінки рівня рентабельності діяльності підприємства. Комплексний аналіз даних та застосування декількох підходів дозволяють отримати більш повну інформацію про ефективність бізнесу та прийняти на цій основі управлінські рішення.

Аналіз фінансових показників є одним з основних методичних підходів до оцінювання рівня рентабельності діяльності підприємства. Цей підхід використовує фінансові показники, що відображають прибутковість та ефективність використання ресурсів підприємства. Деякі з ключових фінансових показників, які використовуються для оцінювання рентабельності, включають чистий прибуток, валовий прибуток, рентабельність активів, рентабельність власного капіталу та рентабельність оборотного капіталу.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПрАТ «ОБОЛОНЬ»

#### 2.1. Загальна характеристика ПрАТ «Оболонь»

ПрАТ «Оболонь» є одним з найбільших виробників пива в Україні. Історія компанії веде свій початок із 1974 року, коли розпочалося будівництво Київського пивзаводу № 3. Місцем для будівництва нового заводу було обрано київський район Оболонь. Цей вибір визначався наявністю великих запасів м'якої та чистої води.

Відкриття виробництва було приурочене до літніх Олімпійських ігор 1980 року. Перші 330 дал пива було налито 8 травня 1980 р., а 12 листопада відбулося офіційне відкриття заводу. В 1981 році солодовня пивоварні випустила свій перший солод, в період з 1985–1997 виробничі потужності солодовні збільшено втричі. З 1983 р. завод носить назву «Оболонь». 1986 року на базі Київського пивзаводу № 3 створено Пивобезалкогольне об'єднання «Оболонь», до якого ввійшли також Київський пивзавод № 1, Київський пивзавод №2 (нині ПАТ «Пивзавод на Подолі») та Фастівський пивзавод (нині ДП ПрАТ «Оболонь» «Пивоварня Зіберта»).

1989 року починається експортна діяльність підприємства. Вперше «Жигулівське пиво/Zhiguli Beer» виробництва «Оболоні» надходить до споживачів Великої Британії.

1 липня 1990 колектив за ініціативи Генерального директора Олександра Слободяна бере підприємство в оренду з правом викупу. В 1992 році компанія першою в Україні стала на шлях приватизації. 27 серпня «Оболонь» отримує приватизаційне свідоцтво Фонду Держмайна України № 1, тим самим входить в історію як перше приватне підприємство незалежної України. Відтепер вся продукція цього виробника випускається під торговою маркою «Оболонь».

«Оболонь» відкриває для себе Америку: на полицях магазинів США з'явилося пиво «Russkoye».

ПрАТ «Оболонь» створене 25 березня 1993 в процесі приватизації державного майна Київського виробничого об'єднання по випуску пива, безалкогольних напоїв та мінеральних вод «Оболонь» шляхом викупу цього майна трудовим колективом Київського орендного підприємства «Оболонь» та створення на базі цього майна Закритого акціонерного товариства «Оболонь».

1994 року із випуском легендарного слабоалкогольного напою «Джин Тонік» компанія започаткувала ринок слабоалкогольних напоїв не тільки в Україні, але й у Східній Європі.

У 1995 році компанія починає випуск напоїв у новій упаковці — ПЕТ-пляшках.

У 1996 році ЗАТ «Оболонь» стає співвласником ВАТ «Севастопольський пивобезалкогольний завод» та ЗАТ «Бершадський пивокомбінат». Вперше в Україні представлені інновації у тароупаковці — налив пива в кеги та жерстяні банки.

У 1997 році ЗАТ «Оболонь» стає співвласником ВАТ «Охтирський пивоварний завод». Компанія вперше в Україні отримує без гарантій уряду кредит від ЄБРР у \$ 40 млн на фінансування стратегічних програм.

У 1998 році вперше в галузі ЗАТ «ОБОЛОНЬ» отримує міжнародний сертифікат на систему управління якістю ISO-9001 версії 1994 року. Початок аграрного напрямку в структурі корпорації: на Хмельниччині створена науково-виробнича асоціація «Нива Оболонь», що займається селекцією та промисловим розмноженням насіння перспективних сортів ячменю.

1999 року на ринок вийшла ТМ «Живчик», що поклала початок категорії безалкогольних соковмісних напоїв із корисними властивостями.

2000 року починається випуск нових видів продукції: пива «2000», безалкогольних напоїв «Кола Нова», «Оболонь Оранж АСЕ».

2001 року ЗАТ «ОБОЛОНЬ» підтверджує високу організацію системи управління якістю і вперше в Україні отримує сертифікат згідно стандарту ISO-

9001 версії 2000 року. Починається випуск безалкогольного напою «Живчик Унік», який замість цукру містить фруктозу.

2002 року в Олександрії на Кіровоградщині впроваджено проект з переробки пластмасових пляшок.

2003 року бренд «Оболонь» визнано «Золотою торговою маркою».

2004 року із запуском нового варильного порядку та найбільшої в Європі лінії розливу пива потужністю 110 тис. пляшок на годину «Оболонь» увійшла до трійки найпотужніших пивоварень континенту. На ринок вийшов молодіжний бренд «hike premium», що започаткував випуск пива лімітованими партіями.

2005 року президент ЗАТ «Оболонь» Олександр Слободян очолив рейтинг «ТОП-100. Кращі топ-менеджери України». ЗАТ «Оболонь» перемогло у Всеукраїнському конкурсі на звання «Кращий роботодавець року» в групі підприємств з чисельністю працівників від 1001 до 5000 осіб. Виведено на ринок нові торгові марки — пиво «Десант» та питну воду «Прозора».

2007 року компанія «Оболонь» визнана одним із кращих платників податків міста Києва. На головному заводі корпорації встановлено новий варильний порядок, запущено нові лінії розливу в ПЕТ та склопляшки, а також алюмінієві банки.

2008 року «Оболонь» першою серед підприємств харчової промисловості сертифікувала чотири системи управління: ДСТУ ISO 9001:2001 (Системи управління якістю), ДСТУ ISO 22 000:2007 (Системи управління безпечністю харчових продуктів), ДСТУ ISO 14 001:2006 (Системи екологічного керування), ДСТУ-П OHSAS 18 001:2006 (Системи управління безпекою та гігієною праці). Відбулося значне розширення кегової лінії з 400 кег/год. до 1000 кег/год. Встановлено європейський рекорд з виробництва пива — 111,1 млн дал. Продовжується впровадження екологічних проектів: на заводі у Києві введена в експлуатацію установка сушки пивної шротини, а в Олександрії впроваджено перше в Україні виробництво пакувальної стрічки на основі переробки пластикових пляшок.

2009 року розпочав роботу солодовий завод у смт. Чемерівці Хмельницької області потужністю 120 тис. тонн солоду на рік. На Д. П. «Пивоварня Зібберта» у м. Фастові після масштабної модернізації введені в експлуатацію нові варильні порядки та лінії розливу пива, що дозволило збільшити потужність підприємства із 0,5 млн дал до 23,5 млн дал пива на рік. Портфель брендів компанії поповнився новою ТМ «Zibert». До лінійки увійшли сорти — «Zibert Світле», «Zibert Баварське», «Zibert Біле».

2010 року у травні корпорація відзначила свій 30-річний ювілей. Під час святкування був встановлений новий рекорд України: найчисельніший пивний тост одночасно проголосили 2123 працівника корпорації. Розширено асортимент відразу кількох брендів: «Живчик з соком яблука» отримав негазовану версію, а серед напоїв «BeerMix» з'явився пивний коктейль із смаком грейпфрута. Відновлено випуск пива «Жигулівське». «Оболонь» посіла перше місце серед кращих роботодавців, які впроваджують принципи справедливої гендерної політики.

2011 року компанія «Оболонь» змінює форму власності, ставши публічним акціонерним товариством. Molson Coors Brewing Company та корпорація «Оболонь» оголошують про комерційну співпрацю в Україні. Так на українському ринку з'явилося легендарне пиво «Carling». «Оболонь» виходить на ринок кулерної води з ТМ «Аквабаланс». Розпочато випуск нових сортів пива («Ячмінний колос», «Слава країни», «Оболонь Exclusive»), безалкогольного соковмісного напою «Живчик Вишня». Корпорація «ОБОЛОНЬ» посідає 28 місце у світі за обсягами виробництва пива за підсумками 2010 року та здійснює перші експортні поставки пива до Китаю.

2012 року компанія розширює асортиментну лінійку безалкогольних напоїв, виводячи на ринок «Кола Нова зі смаком лимона» та «Ріо-де-мохіто». Розпочато налив одразу кількох видів продукції у жерстяні банки — слабоалкогольних коктейлів класичної серії («Джин-Тонік», «Бренді-Кола» та «Ром-Кола»), пива «Zlata Praha» та «Carling».

2013 року корпорація «Оболонь» вийшла на ринок снєків з ТМ «Оболонські». Виробництво сухариків зосереджене в місті Коломия, Івано-Франківської області. «Оболонь» випустила кілька новинок у сегменті слабоалкогольних напоїв: коктейль «Віскі Вишня» та молодіжну серію «Rio». Корпорація розпочала випуск нового сорту «Розливне» під брендом «ОБОЛОНЬ», а також розширила лінійку ТМ «Zibert» пивом «Бочкове». Лінійка бірміксів доповнена новими смаками — «Beermix Gin Rio Red» та «Beermix Карамболь». ТМ «Zlata Praha» перемогла на міжнародному конкурсі Asia Beer Awards'2013. Регіональні підприємства корпорації розпочинають випуск пива під власними торговими марками — «Охтирське» та «Фастівське».

2014 року «Оболонь» підвела підсумки 12-річної програми оглядових екскурсій: пивоварню у Києві відвідали понад 120 тисяч вітчизняних та іноземних гостей. Завдяки реалізації ряду енергоефективних та екологічних програм корпорації вдалося досягти максимального показника переробки та повторного використання виробничих відходів — 98%. «Оболонь» випустила кілька новинок (пиво «Zlata Praha Černe», «Zibert Weissbier», квас живого бродіння «Старокиївський», безалкогольний напій «Живчик Апельсин», слабоалкогольний напій «Водка Лайм»), а також здійснила перезапуск легендарного пива «2000». За підсумками 2013 року корпорація «Оболонь» увійшла до ТОП-5 найпрозоріших українських компаній. Шостий Звіт «ОБОЛОНЬ» про сталий розвиток (за 2013–2014 рр.) став першим в Україні звітом, складеним у відповідності до вимог міжнародного стандарту GRI 4.

2015 року корпорація «Оболонь» представила одразу кілька новинок у сегменті мінеральних вод: «Збручанська 77», «Прозора» з персиком та зеленим чаєм, «Оболонська» за смаком лимона й апельсина. Дитячий соковмісний напій «Живчик» отримав нову тароупаковку — ПЕТ пляшку 0,33 л, а також спеціальний різновид кришки flip-top. Компанія відкрила нові категорії продуктів, розпочавши виробництво сидру «Ciber» та нового різновиду снєків — грінок «BULBA Grenki». Пивний асортимент корпорації поповнився новинками «BeerMix Energy» та «Zibert Vockbier».

2016 року «Оболонь» приєдналася до Меморандуму про профілактику продажу пива неповнолітнім. Експертне журі ХІХ Міжнародного конкурсу пива, безалкогольних, слабоалкогольних напоїв, мінеральних та питних вод відзначило високу якість напоїв корпорації «Оболонь», нагородивши їх 6 Гран Прі, 13 золотими і 6 срібними медалями. Розширення лінійки пива Zibert: Pils, Weiss, Dunkel та Vock. Запуск нової категорії «hard drink» з випуском бренду Hardmix Citrus.

2017 року «Оболонь» змінила форму власності з ПАТ на «Приватне акціонерне товариство». Випуск нового сорту «Оболонь Солодове».

2018 року стався запуск нових сортів пива — «Premium Extra Brew», «Obolon Zhygulivske Export», «Оболонь Київське Розливне», «Zibert Біле», яскравий редизайн ТМ «hike», вихід у категорію енергетичних напоїв із брендом «Bronx». Найбільша відеоінсталяція із привітанням до Дня незалежності, що увійшла до Книги рекордів України: відео транслювалося на поверхнях ЦКТ київської пивоварні загальною площею 1000 м<sup>2</sup>.

2019 року ТМ «Живчик» відсвяткувала своє 20-річчя. Розпочато налив лінійки крафтових лимонадів «Lemonissimo Lemonata», для яких була спеціально розроблена ПЕТ пляшка унікальної форми місткістю 0,8л. У сегменті спеціального пива вийшла новинка «Obolon Hardmix X-CAN». ПрАТ «Охтирський пивоварний завод» почав випуск нефільтрованого світлого пива із символічною назвою «MAROCHNE 1913» («Марочне 1913») на честь року заснування підприємства.

2020 року «Оболонь» відсвяткувала свій 40-річний ювілей. Корпорація увійшла до рейтингів ТОП-25 інноваційних компаній України та ТОП-50 найкращих компаній за підсумками року. Відбулося масштабне оновлення ТМ «Оболонь» та ТМ «Zibert». Випущено нові сорти пива («Germanarich», «Оболонь Київське Міцне», «Obolon Premium Dark Brew», «Hardmix Tequila&Lime» ПЕТ 0,6 л), сидру («Ciber Rose»), 2 нових смаки безалкогольних напоїв ТМ «Живчик», мінеральну воду «Оболонська слабогазована». Також компанія першою в

Україні почала випуск слабоалкогольних напоїв нової для ринку категорії «хард зельцер».

Сьогодні «Оболонь» є лідером українського ринку пива, займає близько 20% ринку пива та експортує свою продукцію до більше ніж 70 країн світу.

Основні види діяльності ПрАТ «Оболонь» за КВЕД:

11.05 - Виробництво пива;

11.07 - Виробництво безалкогольних напоїв; виробництво мінеральних вод та інших вод;

10.32 - Виробництво фруктових і овочевих соків.

Компанія «Оболонь» має широкий асортимент пива. Крім того, компанія також виробляє безалкогольні напої та інші алкогольні напої, такі як сидр та міцні напої.

Наразі портфель компанії формують 17 пивних торгових марок: «Оболонь», «О», «hike», «Жигулівське», «Zibert», «Охтирське», «BeerMix», «Hardmix», «Zlata Praha», «Keten Brug», «Pubster», «GOLDEN CASTLE EXPORT», «Десант», «Carling», «Germanarich», «Piwny kubek» ("Пивний кухоль") та «Южанка».

До безалкогольних напоїв компанії входять 9 торгових марок: «Живчик», «Живчик Smart Cola», «Живчик Orange», «Lemonissimo Lemonata», «Живчик Leemon», квас «Старокиївський», енергетичний напій «JETT», «Ситро» та «Лимонад».

До мінеральних та питних вод компанії входять 5 торгових марок: «Оболонська», «Прозора», «Збручанська 77», «Аквабаланс» та регіональна вода «Охтирське».

Компанія також має 2 торгові марки сидрів: «Sidro Villa Bianca» та «Ciber».

До слабоалкогольних напоїв компанії входять такі напої, як «Ром Кола», «Бренді Кола», «Джин Тонік», «Джин Грейпфрут», «Водка Лайм», «Orange Spritz», «Obolon Hard Seltzer» та енергетичний напій «BRONX».

«Оболонь» також виробляє такі промислові товари, як: солод, пивна дробина, бандажна стрічка, ПЕТф-преформа та універсальний ящик [50].

Підприємство має досвідну команду фахівців, які займаються розробкою та виробництвом продукції, а також розробкою та впровадженням новітніх технологій виробництва. Крім того, компанія активно працює над удосконаленням своєї системи логістики та забезпечення якості продукції.

«Оболонь» також займається соціальною відповідальністю, підтримуючи спортивні заходи та культурні ініціативи, а також здійснюючи благодійність та сприяючи екологічним ініціативам.

Товариство є підприємством, що становить суспільний інтерес.

Товариство не має материнської компанії.

Товариство має декілька дочірніх компаній, наведених в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

### Дочірні компанії ПрАТ «Оболонь»

Компанія	Країна реєстрації
ТОВ "ПІВОВАРНЯ ЗІБЕРТА"	Україна
ДП ПРАТ "ОБОЛОНЬ" "КРАСИЛІВСЬКЕ"	Україна
ТОВ "ФК ОБОЛОНЬ"	Україна
ПАТ "СЕВАСТОПОЛЬСЬКИЙ ЗАВОД НАПОЇВ"	Україна
ПРАТ "ОХТИРСЬКИЙ ПІВОВАРНИЙ ЗАВОД"	Україна
ПРАТ "БЕРШАДСЬКИЙ КОМБІНАТ"	Україна
ПРАТ "ДЯТКІВЦІ"	Україна
ТОВ "ОБОЛОНЬ АУРЕЛІЯ"	Республіка Молдова

*Джерело: створено автором на основі фінансової звітності*

Амортизація основних засобів нараховується за лінійним методом на основі наступних очікуваних строків корисного використання відповідних активів: Будівлі – 5-40 років, Машини та обладнання – 3-20 років, Транспортні засоби – 3-12 років, Обладнання для збуту – 2-7 років, Інші основні засоби – 3-15 років.

Амортизація нематеріальних активів нараховується за лінійним методом протягом 10-20 років.

## 2.2. Аналіз основних економічних показників діяльності підприємства

Почнемо аналіз основних економічних показників діяльності підприємства з аналізу основних засобів. Основні засоби підприємства є матеріальними

активами, призначеними для тривалого використання у виробничому процесі. Вони включають будівлі, машини, обладнання, транспортні засоби та інші нерухомі та рухомі активи, які є основою для здійснення діяльності підприємства.

Таблиця 2.2

### Динаміка і структура основних засобів ПрАТ «Оболонь» за 2020-2022 рр.

Найменування показника	Залишкова вартість, тис. грн.			Питома вага, %			Абсолютне відхилення (+/-)		Відносне відхилення, %	
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2021/2020	2022/2021	2021/2020	2022/2021
Земля та будівлі	1465676	1423277	1359254	33,63	34,49	34,68	-42399	-64023	-2,89	-4,50
Машини та обладнання	2709215	2434709	2260581	62,16	59,01	57,68	-274506	-174128	-10,13	-7,15
Транспортні засоби	13984	12768	11976	0,32	0,31	0,31	-1216	-792	-8,70	-6,20
Обладнання для збуту	156998	191264	174681	3,60	4,64	4,46	34266	-16583	21,83	-8,67
Незавершене будівництво	6091	58235	104262	0,14	1,41	2,66	52144	46027	у 9,6 р.	79,04
Інші	6418	5853	8180	0,15	0,14	0,21	-565	2327	-8,80	39,76
Всього	4358382	4126106	3918934	100,00	100,00	100,00	-232276	-207172	-5,33	-5,02

Джерело: створено автором на основі фінансової звітності

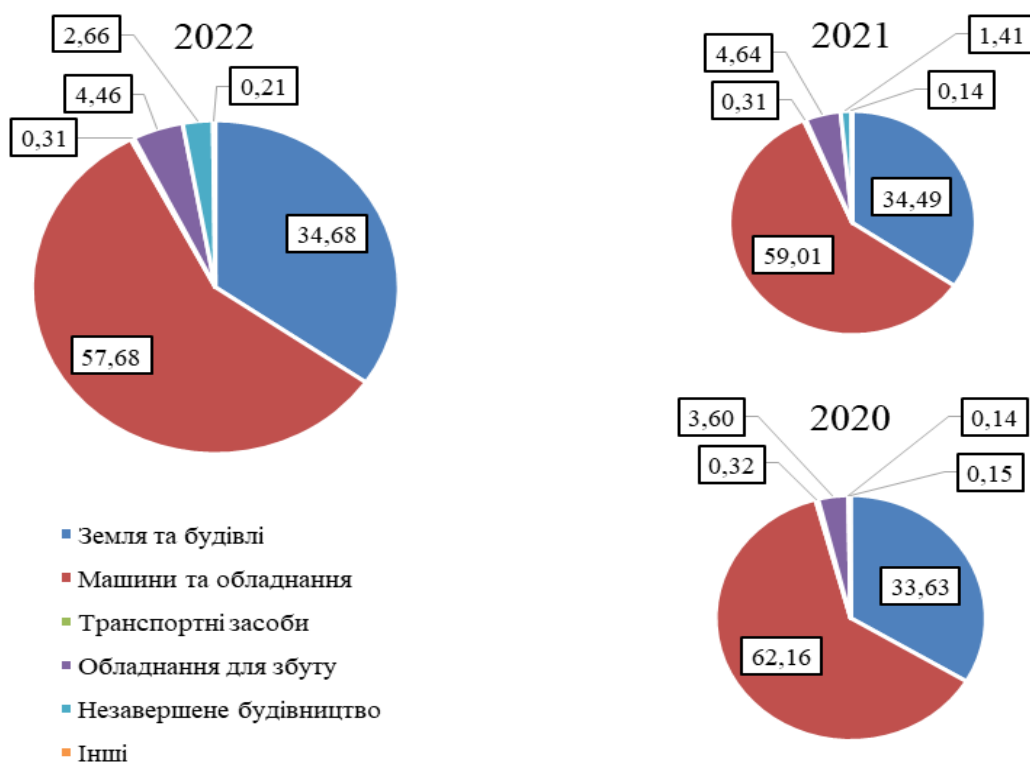


Рис. 2.1. Структура основних засобів ПрАТ «Оболонь» у 2020-2022 рр.

Джерело: побудовано автором на основі таблиці 2.2

Згідно даних таблиці 2.2 та рис. 2.1., перше місце у структурі основних засобів підприємства займають машини та обладнання: 62,16% питомої ваги у 2020 році, 59,01% у 2021 році та 57,68% у 2022 році. У 2020 році їх залишкова вартість становила 2 709 215 тис. грн., у 2021 році зменшилася на 10,13% до 2 434 709 тис. грн., а у 2022 році зменшилася на 7,15% до 2 260 581 тис. грн.

Друге місце у структурі основних засобів займають земля та будівлі: 33,63% питомої ваги у 2020 році, 34,49% у 2021 році та 34,68% у 2022 році. У 2020 році їх залишкова вартість становила 1 465 676 тис. грн., у 2021 році зменшилась на 2,89% до 1 423 277 тис. грн., а у 2022 році зменшилась на 4,50% до 1 359 254 тис. грн.

Третє місце в структурі основних засобів займає обладнання для збуту: 3,60% питомої ваги у 2020 році, 4,64% у 2021 році та 4,46% у 2022 році. Залишкова вартість обладнання становила 156 998 тис. грн. у 2020 році, у 2021 році – 191 264 тис. грн. (на 21,83% більше), а у 2022 році – 174 681 тис. грн. (на 8,67% менше).

Транспортні засоби, незавершене будівництво та інші основні засоби займають менше 1% питомої ваги в структурі основних засобів.

Загальна вартість основних засобів становила 4 358 382 тис. грн. у 2020 році, у 2021 році зменшилась на 5,33% до 4 126 106 тис. грн., а у 2022 році зменшилась на 5,02% до 3 918 934 тис. грн.

Перейдемо до аналізу технічного стану основних засобів. Показники технічного стану основних засобів включають такі показники, як стан обладнання, його ефективність, надійність та зношеність. Ці показники дозволяють оцінити технічну готовність основних засобів до експлуатації, визначити потребу в ремонті, модернізації або заміні обладнання, а також спрямувати зусилля на забезпечення ефективного використання технічних ресурсів підприємства.

Первісна вартість основних засобів у 2020 році становила 12 080 275 тис. грн., у 2021 році становила 12 043 666 тис. грн. (на 0,30% менше), а у 2022 році становила 12 120 790 тис. грн. (на 0,64% більше). Первісна вартість основних

засобів майже не змінювалася, з чого можемо зробити висновок, що підприємство не закуповувало багато нових основних засобів.

Таблиця 2.3

**Показники технічного стану основних засобів ПрАТ «Оболонь»  
за 2020-2022 рр.**

Показник	Значення показника			Абсолютне відхилення		Відносне відхилення, %	
	2020	2021	2022	2021/ 2020	2022/ 2021	2021/ 2020	2022/ 2021
Первісна вартість, тис. грн.	12080275	12043666	12120790	-36609	77124	-0,30	0,64
Знос, тис. грн.	7727984	7975795	8306118	247811	330323	3,21	4,14
Коефіцієнт зносу ОЗ	0,64	0,66	0,69	0,02	0,02	3,52	3,48
Коефіцієнт придатності	0,36	0,34	0,31	-0,02	-0,02	-6,25	-6,82

*Джерело: створено автором на основі фінансової звітності*

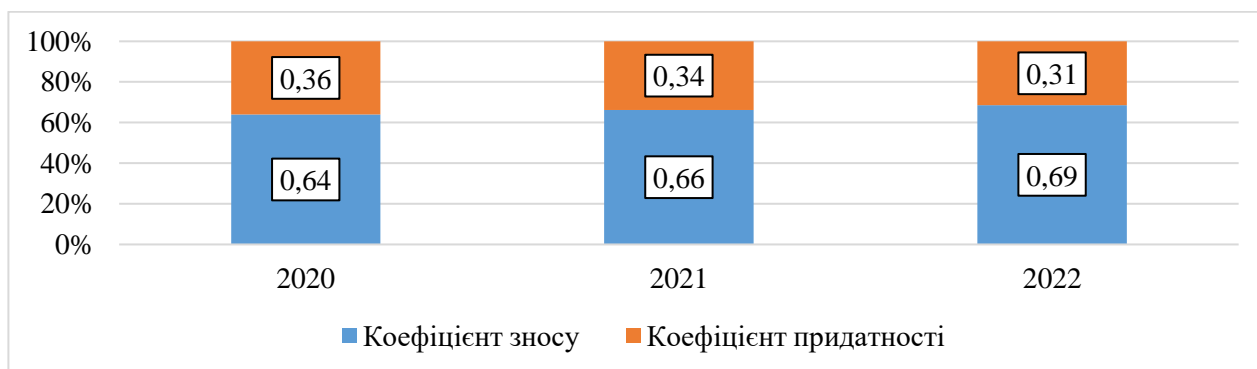


Рис. 2.2. Структура ступеню спрацювання основних засобів ПрАТ «Оболонь» у 2020-2022 рр.

*Джерело: побудовано автором на основі таблиці 2.3*

Коефіцієнт придатності основних засобів показує частку їхньої залишкової вартості у первісній, або яка частина основних засобів придатна для експлуатації в процесі господарської діяльності. Згідно даних таблиці 2.3 та рис. 2.2. коефіцієнт придатності становив 0,36 у 2020 році, 0,34 у 2021 році (на 6,25% менше) та 0,31 у 2022 році (на 6,82% менше). Це говорить про те, що підприємству треба оновити свої основні засоби.

Перейдемо до аналізу оборотних засобів підприємства. Оборотні засоби підприємства включають грошові кошти, товари на складі, незавершене виробництво та дебіторську заборгованість. Ці засоби є важливим ресурсом для забезпечення неперервного виробництва і здійснення операцій, а їх ефективне

управління сприяє зменшенню затримок у поставках, покращенню обігового капіталу та оптимізації фінансових потоків підприємства.

Таблиця 2.4

### Динаміка і структура оборотних засобів ПрАТ «Оболонь» у 2020-2022 рр.

Показники	Значення показника						Відносне відхилення, %	
	2020		2021		2022		2021/2020	2022/2021
	тис. грн.	пит. вага, %	тис. грн.	пит. вага, %	тис. грн.	пит. вага, %		
Запаси	1015849	67,62	1040911	63,52	1134000	53,79	2,47	1,09
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	272112	18,11	417089	25,45	580193	27,52	53,28	1,39
Дебіторська заборгованість за розрахунками:								
- з бюджетом	69326	4,61	72919	4,45	64943	3,08	5,18	0,89
- у тому числі з податку на прибуток	4233	0,28	3350	0,20	0	0,00	-20,86	0,00
- за виданими авансами	101840	6,78	52838	3,22	157790	7,48	-48,12	2,99
Інша поточна дебіторська заборгованість	20095	1,34	13978	0,85	9311	0,44	-30,44	0,67
Грошові кошти та їх еквіваленти	17048	1,13	29122	1,78	152794	7,25	70,82	5,25
Інші оборотні активи	5983	0,40	11950	0,73	9308	0,44	99,73	0,78
Усього	1502253	100,00	1638807	100,00	2108339	100,00	9,09	1,29

Джерело: створено автором на основі фінансової звітності

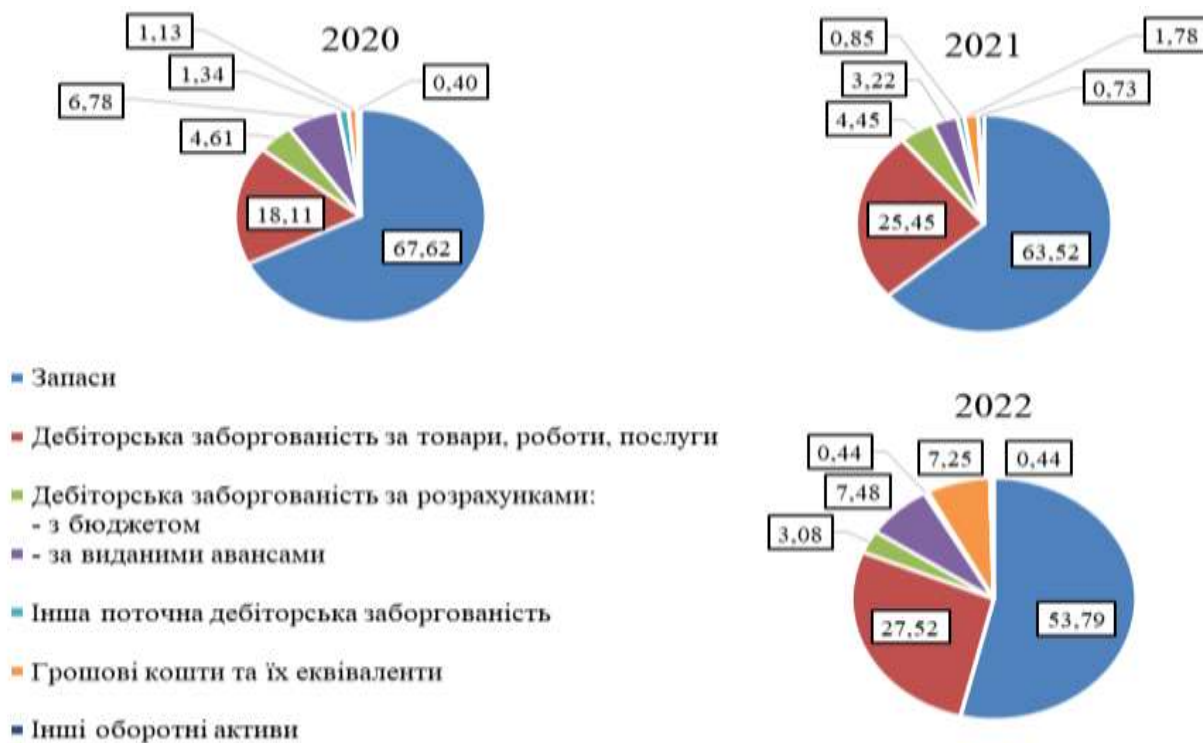


Рис. 2.3. Структура оборотних засобів ПрАТ «Оболонь» у 2020-2022 рр.

Джерело: побудовано автором на основі таблиці 2.4

Згідно даних таблиці 2.4 та рис. 2.3., запаси займають перше місце в структурі оборотних засобів підприємства: 67,62% у 2020 році, 63,52% у 2021 році та 53,79% у 2022 році. У 2020 році запаси становила 1 015 849 тис. грн., у 2021 році збільшилась на 2,47% до 1 040 911 тис. грн., а у 2022 році збільшилась на 1,09% до 1 134 000 тис. грн.

Друге місце у структурі оборотних засобів займає дебіторська заборгованість за товари, роботи та послуги: 18,11% у 2020 році, 25,45% у 2021 році та 27,52% у 2022 році. У 2020 році заборгованість становила 272 112 тис. грн., у 2021 році збільшилася на 53,28% до 417 089 тис. грн., а у 2022 році збільшилась на 1,39% до 580 193 тис. грн.

Перейдемо до аналізу основних економічних показників діяльності підприємства. Основні економічні показники діяльності підприємства включають такі показники, як обсяг виробництва, вартість вироблених товарів або послуг, прибуток, витрати, рентабельність та інші показники, які відображають фінансову та економічну продуктивність підприємства.

Таблиця 2.5

**Динаміка основних економічних показників діяльності ПрАТ «Оболонь» у 2020-2022 рр.**

Найменування показника	Роки			Абсолютне відхилення (+/-)		Відносне відхилення, %	
	2020	2021	2022	2021/ 2020	2022/ 2021	2021/ 2020	2022/ 2021
Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	5549706	5986592	8649174	436886	2662582	7,87	44,48
Середньооблікова чисельність працівників, осіб	3157	3157	3157	0	0	0,00	0,00
Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	4070109	4812733	5751536	742624	938803	18,25	19,51
Валовий прибуток (збиток), тис. грн.	1479597	1173859	2897638	-305738	1723779	-20,66	146,85
Адміністративні витрати, тис. грн.	361150	423695	470629	62545	46934	17,32	11,08
Витрати на збут, тис. грн.	728729	790218	684010	61489	-106208	8,44	-13,44
Інші операційні витрати, тис. грн.	5311	18439	53606	13128	35167	у 3,5 р.	190,72

## Продовження табл. 2.5

Найменування показника	Роки			Абсолютне відхилення (+/-)		Відносне відхилення, %	
	2020	2021	2022	2021/ 2020	2022/ 2021	2021/ 2020	2022/ 2021
Повні витрати на виробництво і реалізацію продукції, тис. грн.	5165299	6045085	6959781	879786	914696	17,03	15,13
Фінансові результати від операційної діяльності, тис. грн.	457219	5007	1708860	-452212	1703853	-98,90	у 341 п.
Фінансові результати до оподаткування, тис. грн.	324912	-150590	1434795	-475502	1585385	-146,35	у 10,5 п.
Чистий прибуток (збиток), тис. грн.	338614	130821	1114681	-207793	983860	-61,37	у 8,5 п.
Витрати на 1 грн. чистого доходу від реалізації, тис. грн.	0,93	1,01	0,80	0,08	-0,21	8,49	-20,31
Продуктивність праці, тис. грн./особу	1757,90	1896,29	2739,68	138,39	843,39	7,87	44,48
Віддача основних засобів, грн./грн.	1,24	1,42	2,19	0,18	0,77	14,84	54,33
Місткість основних засобів, грн./грн.	0,81	0,70	0,46	-0,10	-0,25	-12,92	-35,20
Озброєність праці, тис. грн./особу	1419,65	1333,57	1248,42	-86,08	-85,15	-6,06	-6,38
Оборотність оборотних коштів, рази	4,16	3,81	4,62	-0,35	0,80	-8,44	21,11
Тривалість обороту оборотних коштів, дні	86,48	94,44	77,98	7,97	-16,46	9,21	-17,43

*Джерело: створено автором на основі фінансової звітності*

Ці показники визначаються на основі фінансової звітності та допомагають керівництву оцінювати результативність діяльності підприємства та приймати обґрунтовані рішення для його подальшого розвитку.

Чистий дохід від реалізації продукції – це дохід від реалізації без урахування мита, акцизного податку, податку на додану вартість, інших непрямих податків та зборів. Згідно даних таблиці 2.5, у 2020 році чистий дохід становив 5549706 тис. грн., у 2021 році збільшився на 7,87% до 5986592 тис. грн., а у 2022 році збільшився на 44,48% до 8649174 тис. грн. Збільшення цього показника є позитивною тенденцією.

Середньооблікова чисельність працюючих обчислюється підсумовуванням середньооблікової кількості штатних працівників за всі місяці роботи підприємства, що минули за період з початку року до звітної місяця

включно, та діленням одержаної суми на 12. Середньооблікова чисельність працюючих в період 2020-2022 років не змінилася.

Собівартість реалізованої продукції у 2020 році становила 4070109 тис. грн., у 2021 році – 4812733 тис. грн. (на 18,25% більше), а у 2022 році – 5751536 тис. грн. (на 19,51% більше).

Валовий прибуток – це різниця між доходами від реалізації продукції та загальними витратами на її виробництво. Валовий прибуток у 2020 році становив 1479597 тис. грн., у 2021 році – 1173859 тис. грн. (на 20,66% менше), а у 2022 році становив 2897638 тис. грн. (на 146,85% більше). Збільшення цього показника є позитивною тенденцією.

Адміністративні витрати у 2020 році становили 361150 тис. грн., у 2021 році – 423695 тис. грн. (на 17,32% більше), а у 2022 році – 470629 тис. грн. (на 11,08% більше). Збільшення цього показника є негативною тенденцією.

Витрати на збут становили 728729 тис. грн. у 2020 році, збільшилися на 8,44% у 2021 році до 790218 тис. грн., а у 2022 році зменшилися на 13,44% до 684010 тис. грн. Зменшення цього показника є позитивною тенденцією.

Інші операційні витрати становили 5311 тис. грн. у 2020 році, збільшилися у 3,5 рази до 18439 тис. грн., а у 2022 році збільшилися на 190,72% до 53606 тис. грн.

Повні витрати на виробництво і реалізацію продукції становили 5165299 тис. грн. у 2020 році, збільшилися на 17,03% у 2021 році до 6045085 тис. грн., а у 2022 році збільшилися на 15,13% до 6959781 тис. грн.

Фінансові результати від операційної діяльності становили 457219 тис. грн. у 2020 році, 5007 тис. грн. у 2021 році (на 98,90% менше) та 1708860 тис. грн. у 2022 році (у 341 рази більше). Збільшення цього показника є позитивною тенденцією.

Фінансові результати до оподаткування становити 324912 тис. грн. прибутку у 2020 році, у 2021 році зменшилися на 146,35% і становили 150590 тис. грн. збитку, а у 2022 році збільшилися у 10,5 разів до 1434795 тис. грн. прибутку. Збільшення цього показника є позитивною тенденцією.

Чистий прибуток – це фінансовий показник, який визначається як різниця між доходами і витратами після врахування всіх витрат, пов'язаних з діяльністю підприємства. Він відображає фактичний прибуток, який залишається після відрахування всіх витрат, включаючи витрати на виробництво, заробітну плату, оподаткування, витрати на маркетинг, адміністративні витрати та інші витрати.

Чистий прибуток у 2020 році становив 338614 тис. грн., у 2021 році зменшився на 61,37% до 130821 тис. грн., а у 2022 році збільшився у 8,5 разів до 1114681 тис. грн. Збільшення цього показника є позитивною тенденцією.

Витрати на 1 грн. чистого доходу від реалізації визначається як повні витрати на виробництво і реалізацію поділені на чистий дохід від реалізації. У 2020 році витрати на 1 грн. чистого доходу становили 0,93 грн., у 2021 році збільшилися на 8,49% до 1,01 грн., а у 2022 році зменшилися на 20,31% до 0,80 грн. Оптимальне значення показника становить <1 грн. Зниження цього показника є позитивною тенденцією.

Продуктивність праці – це показник, який вимірює ефективність використання праці в процесі виробництва. Він вказує на кількість виробленої продукції на одиницю витраченої праці. Вища продуктивність праці свідчить про більш ефективне використання ресурсу праці, що може сприяти збільшенню виробництва та підвищенню рентабельності підприємства. Продуктивність праці є важливим показником для оцінки ефективності виробничих процесів та планування ресурсів праці.

Продуктивність праці вимірюється як чистий дохід від реалізації поділений на середньооблікову чисельність працюючих. У 2020 році продуктивність праці становила 1757,90 тис. грн./особу, у 2021 році продуктивність збільшилася на 7,87% до 1896,29 тис. грн./особу, а у 2022 році збільшилась на 44,48% до 2739,68 тис. грн./особу. Збільшення цього показника є позитивною тенденцією.

Віддача основних засобів – це показник, який вимірює ефективність використання основних засобів підприємства. Вона вказує, яка частка вартості виробленої продукції (дохід від реалізації) припадає на кожну одиницю

основних засобів, що використовуються в процесі виробництва (середньорічна вартість основних засобів). Висока віддача основних засобів свідчить про ефективне використання цих ресурсів, що може призводити до збільшення продуктивності та покращення рентабельності підприємства. Вимірювання та аналіз віддачі основних засобів допомагають управлінцям впроваджувати оптимальну стратегію з використання ресурсів та планування їх оновлення та заміни.

Віддача основних засобів в 2020 році становила 1,24 грн., у 2021 році збільшилася на 14,84% до 1,42 грн., а у 2022 році виросла на 54,33% до 2,19 грн. Зростання цього показника є позитивною тенденцією.

Місткість основних засобів відображає обсяг виробничих ресурсів, які можуть бути використані підприємством. Вона визначає максимальний обсяг виробництва або навантаження, яке підприємство може витримати за певних умов. Місткість основних засобів залежить від фізичних обмежень, таких як розмір та кількість основних засобів, доступних для виробництва. Оптимальне використання місткості основних засобів може допомогти досягнути ефективності виробництва та підвищити рентабельність підприємства.

Місткість основних засобів в 2020 році становила 0,81 грн., у 2021 році зменшилась на 12,92% до 0,70 грн., а у 2022 році зменшилась на 35,20% до 2,19 грн. Зменшення цього показника є позитивною тенденцією.

Озброєність праці відноситься до рівня використання технічних засобів та автоматизації виробничих процесів для поліпшення продуктивності та ефективності праці. Вона вимірюється співвідношенням між кількістю використаних технічних засобів, машин, устаткування та інших засобів автоматизації (середньорічної вартістю основних засобів) та кількістю робочої сили (середньооблікова кількість працівників). Висока озброєність праці вказує на ефективне використання технологій та технічних засобів для підвищення продуктивності та якості виробництва. Це може сприяти підвищенню рентабельності підприємства шляхом зниження витрат на працю та підвищення продуктивності робочих процесів.

Озброєність праці у 2020 році становила 1419,65 тис. грн./особу, у 2021 році зменшилась на 6,06% до 1333,57 тис. грн./особу, а у 2022 році зменшилась на 6,38% до 1248,42 тис. грн./особу. Зменшення цього показника вказує на зниження ефективності використання технологій та є негативною тенденцією.

Оборотність оборотних коштів у 2020 році становила 4,16 разів, у 2021 році зменшилася на 8,44% до 3,81 разів, а у 2022 році збільшилася на 21,11% до 4,62 разів. Збільшення цього показника є позитивною тенденцією.

Тривалість обороту оборотних коштів у 2020 році становила 86,48 днів, у 2021 році збільшилася на 9,21% до 94,44 днів, а у 2022 році зменшилась на 17,43% до 77,98 днів. Зменшення цього показника є позитивною тенденцією.

Перейдемо до аналізу витрат підприємства. Витрати підприємства включають всі затрати, які здійснюються для забезпечення його діяльності, включаючи зарплати працівників, матеріали, витрати на оренду та експлуатацію обладнання, маркетинг та рекламу, адміністративні витрати тощо.

Таблиця 2.6

### Динаміка та структура витрат ПрАТ «Оболонь» за 2020-2022 рр.

Показники	2020		2021		2022		Відносне відхилення, %	
	сума, тис. грн	пит. вага, %	сума, тис. грн.	пит. вага, %	сума, тис. грн.	пит. вага, %	2021/2020	2022/2021
Собівартість реалізованої продукції	4070109	75,41	4812733	77,21	5751536	79,33	18,25	19,51
Адміністративні витрати	361150	6,69	423695	6,80	470629	6,49	17,32	11,08
Витрати на збут	728729	13,50	790218	12,68	684010	9,43	8,44	-13,44
Інші операційні витрати	5311	0,10	18439	0,30	53606	0,74	247,19	190,72
Фінансові витрати	246351	4,56	188451	3,02	128689	1,78	-23,50	-31,71
Втрати від участі в капіталі	1618	0,03	0	0,00	10819	0,15	0	0
Інші витрати	-15776	-0,29	0	0,00	150513	2,08	-100,00	100,00
Разом	5397492	100,00	6233536	100,00	7249802	100,00	15,49	16,30

Джерело: створено автором на основі фінансової звітності

Витрати підприємства є необхідними для здійснення виробничих процесів та надання продуктів або послуг, а їх ефективне управління є важливим аспектом досягнення рентабельності та успішності підприємства.

Згідно даних таблиці 2.6 та рис. 2.4., перше місце в структурі витрат підприємства займає собівартість реалізованої продукції – 75,41% питомої ваги у 2020 році, 77,21% у 2021 році та 79,33% у 2022 році. Собівартість становила 4070109 тис. грн. у 2020 році, зросла на 18,25% у 2021 році до 4812733 тис. грн. та зросла на 19,51% у 2022 році до 5751536 тис. грн.

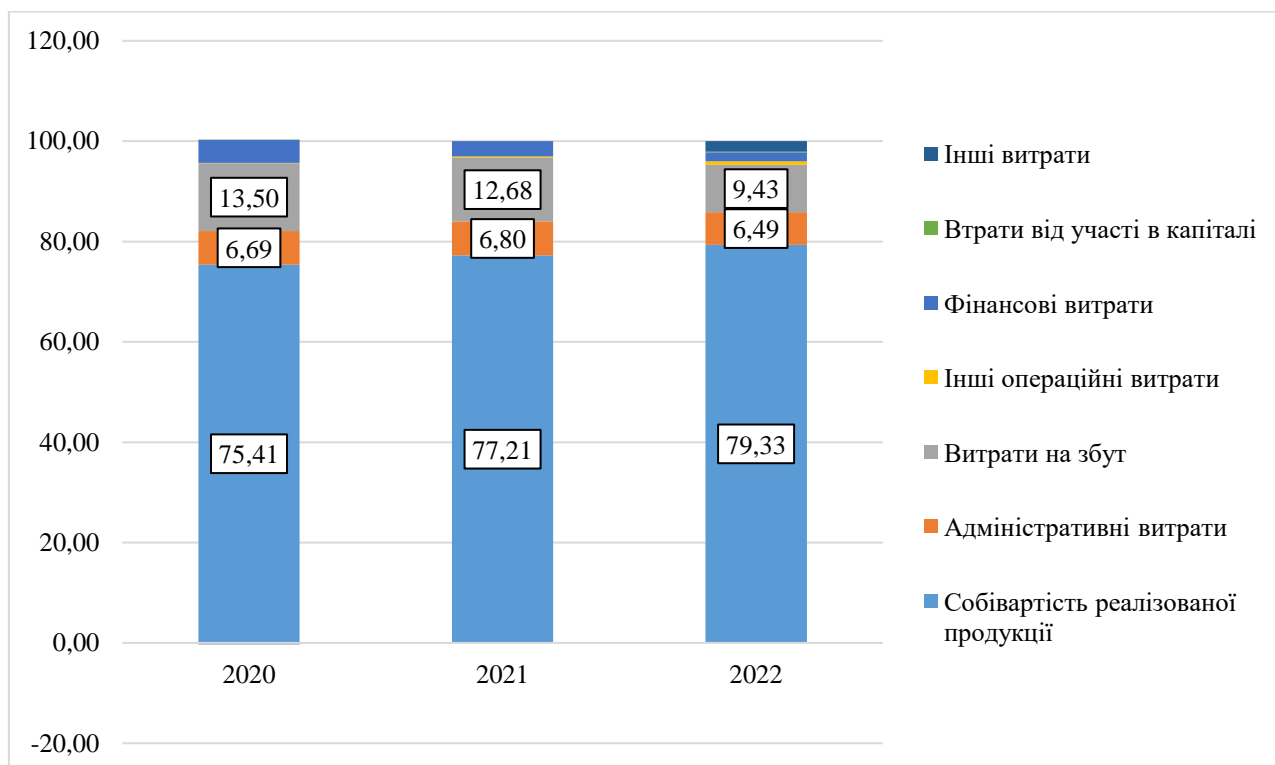


Рис. 2.4. Динаміка структури витрат ПрАТ «Оболонь» за 2020-2022 рр.

Джерело: побудовано автором на основі таблиці 2.6

Друге місце в структурі витрат займають витрати на збут – 13,50% питомої ваги у 2020 році, 12,68% у 2021 році та 9,43% у 2022 році. Витрати на збут становили 728729 тис. грн. у 2020 році, зросли на 8,44% у 2021 році до 790218 тис. грн. та зменшились на 13,44% у 2022 році до 684010 тис. грн.

Третє місце в структурі витрат займають адміністративні витрати – 6,69% питомої ваги у 2020 році, 6,80% у 2021 році та 6,49% у 2022 році. Адміністративні витрати становили 361150 тис. грн. у 2020 році, зросли на 17,32% у 2021 році до 423695 тис. грн. та зросли на 11,08% у 2022 році до 460629 тис. грн.

Загальна вартість витрат за 2020-2022 роки зростала: 5397492 тис. грн. у 2020 році, 6233536 тис. грн. у 2021 році (на 15,49% більше) та 7249802 тис. грн. у 2022 році (на 16,30% більше).

Загалом, аналіз динаміки економічних показників діяльності ПрАТ «Оболонь» за 2020-2022 роки вказує на те, що, хоча у 2021 році показники суттєво погіршилися, у 2022 році ситуація значно покращилася. Це вказує на нестабільну ситуацію, але результати 2022 року показують позитивну тенденцію.

### **2.3. Аналіз фінансових результатів і фінансового стану ПрАТ «Оболонь»**

Фінансові результати діяльності підприємства відображають його прибутковість, ліквідність та ефективність використання ресурсів. Вони визначають фінансове здоров'я підприємства і є важливим показником його успішності та стійкості на ринку.

Згідно даних таблиці 2.7, чистий дохід від реалізації продукції у 2020 році становив 5 549 706 тис. грн., у 2021 році збільшився на 7,87% до 5 986 592 тис. грн., а у 2022 році збільшився на 44,48% до 8 649 174 тис. грн., що є позитивною тенденцією.

Собівартість реалізованої продукції у 2020 році становила 4 070 109 тис. грн., у 2021 році збільшилась на 18,25% до 4 812 733 тис. грн., а у 2022 році збільшилась на 19,51% до 5 751 536 тис. грн.

Чистий фінансовий результат у 2020 році становив 338 614 тис. грн. прибутку, у 2021 році зменшився на 138,63% до 130 821 тис. грн. збитку, а у 2022 році збільшився у 9,5 разів до 1 114 681 тис. грн. прибутку, що є дуже позитивним результатом.

Таблиця 2.7

## Динаміка фінансових результатів ПрАТ «Оболонь» за 2020-2022 рр.

Показники	Роки			Відносне відхилення, %	
	2020	2021	2022	2021/2020	2022/2021
Чистий дохід від реалізації продукції	5549706	5986592	8649174	7,87	44,48
Собівартість реалізованої продукції	4070109	4812733	5751536	18,25	19,51
Валовий прибуток	1479597	1173859	2897638	-20,66	146,85
Інші операційні доходи	72812	63500	19467	-12,79	-69,34
Адміністративні витрати	361150	423695	470629	17,32	11,08
Витрати на збут	728729	790218	684010	8,44	-13,44
Інші операційні витрати	5311	18439	53606	у 3,5 р.	190,72
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	457219	5007	1708860	-98,90	у 341 р.
Інші фінансові доходи	338280	174	15956	-99,95	у 92 р.
Інші доходи	-238394	32680	0	-113,71	-100,00
Фінансові витрати	246351	188451	128689	-23,50	-31,71
Втрати від участі в капіталі	1618	0	10819	-100,00	100,00
Інші витрати	-15776	0	150513	-100,00	100,00
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток (збиток)	324912	-150590	1434795	-146,35	у 10,5 р.
Витрати (дохід) з податку на прибуток	-13702	-19769	320114	44,28	у 17 р.
Чистий фінансовий результат: прибуток (збиток)	338614	-130821	1114681	-138,63	у 9,5 р.

Джерело: створено автором на основі фінансової звітності

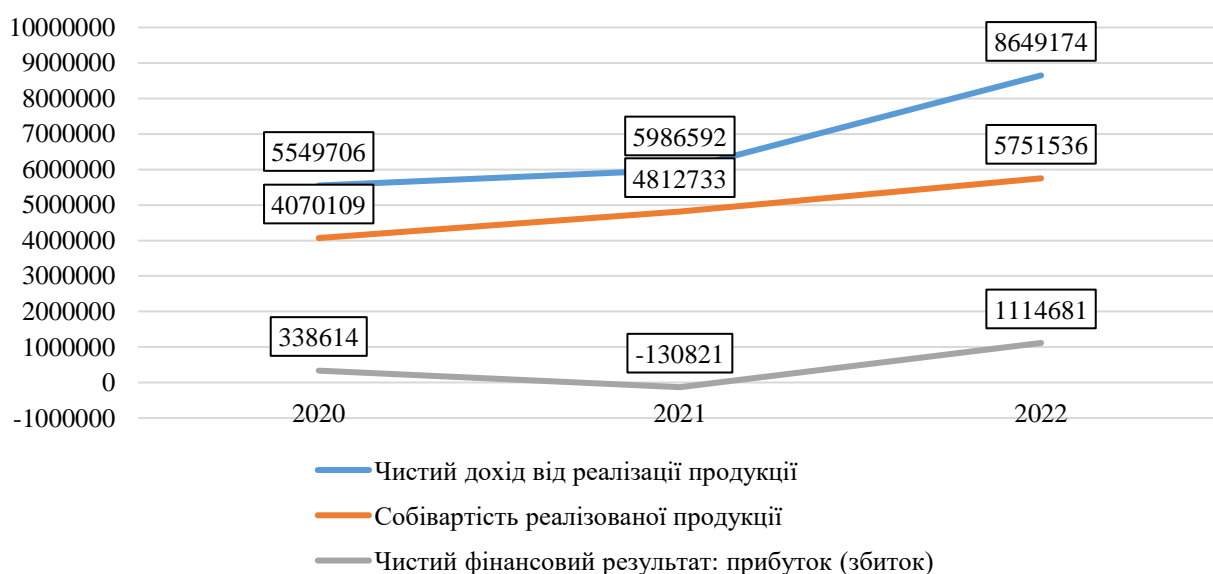


Рис. 2.5. Динаміка основних фінансових результатів ПрАТ «Оболонь» за 2020-2022 рр.

Джерело: побудовано автором на основі таблиці 2.7

Загалом, аналіз показників фінансових результатів ПрАТ «Оболонь» за 2020-2022 роки вказує на значне покращення фінансового стану підприємства у 2022 році після різкого спаду у 2021 році.

Фінансовий стан підприємства відображає його фінансову потужність, стабільність та здатність виконувати свої фінансові зобов'язання. Це оцінюється на підставі фінансових показників, таких як активи, зобов'язання, капітал, показники ліквідності та рентабельності. Фінансовий стан визначає фінансову стійкість та конкурентоспроможність підприємства.

Таблиця 2.8

### Динаміка показників фінансового стану ПрАТ «Оболонь» у 2020-2022 рр.

Показник	Роки			Абсолютне відхилення (+/-)		Відносне відхилення, %	
	2020	2021	2022	2021/ 2020	2022/ 2021	2021/ 2020	2022/ 2021
<b>Показники ліквідності</b>							
Коефіцієнт загальної ліквідності (покриття)	0,68	0,75	1,50	0,07	0,75	9,61	100,20
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,22	0,27	0,69	0,05	0,42	23,50	153,59
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,008	0,013	0,109	0,006	0,096	71,63	у 8,4 р.
<b>Показники платоспроможності (фінансової стійкості)</b>							
Коефіцієнт автономії	0,45	0,12	0,61	-0,34	0,49	-74,23	у 5 р.
Коефіцієнт боргового навантаження	0,37	0,38	0,23	0,00	-0,15	1,17	-38,52
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,83	0,21	1,53	-0,62	1,32	-74,93	у 7 р.
Коефіцієнт фінансової залежності	2,20	8,55	1,65	6,34	-6,89	у 4 р.	-80,67
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	-0,64	-5,13	-0,08	-4,49	5,05	у 8 р.	98,50
<b>Показники ділової активності</b>							
Коефіцієнт оборотності активів	0,94	1,03	1,43	0,09	0,40	9,65	38,23
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	28,39	41,84	37,27	13,45	-4,57	47,38	-10,91
Строк погашення дебіторської заборгованості, дні	12,68	8,60	9,66	-4,08	1,05	-32,15	12,25
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	2,53	2,74	6,16	0,21	3,42	8,38	124,82
Строк погашення кредиторської заборгованості, дні	142,37	131,36	58,43	-11,01	-72,93	-7,73	-55,52
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	4,01	4,69	5,07	0,68	0,39	16,95	8,24

Тривалість оборотності матеріальних запасів, дні	89,85	76,83	70,98	-13,02	-5,85	-14,49	-7,61
--	-------	-------	-------	--------	-------	--------	-------

*Джерело: створено автором на основі фінансової звітності*

Коефіцієнт загальної ліквідності є фінансовим показником, який вимірює здатність підприємства виконувати свої поточні зобов'язання за допомогою наявних оборотних активів. Високий коефіцієнт загальної ліквідності вказує на те, що підприємство має достатні резерви грошових коштів та оборотних активів, щоб забезпечити свої зобов'язання. Нормативне значення коефіцієнта загальної ліквідності становить 1-1,5. У 2020 році коефіцієнт становив 0,68, у 2021 році збільшився на 9,61% до 0,75, у 2022 році збільшився на 100,20% до 1,5, що має нормативне значення, на відміну від попередніх років, які були нижче рекомендованого значення. Це свідчить про фінансову стійкість та здатність підприємства виконувати свої фінансові зобов'язання.

Нормативне значення коефіцієнту швидкої ліквідності, який показує частку зобов'язань, яку можна погасити не лише за рахунок грошових коштів, але й за рахунок повернення дебіторської заборгованості, дорівнює >0,6-0,8. У 2020 році коефіцієнт становив 0,22, у 2021 році – 0,27 (на 23,50% більше), у 2022 році – 0,69 (на 153,59% більше). З цього можемо зробити висновок, що в період 2020-2022 років лише в 2022 році у компанії було достатньо ліквідних оборотних коштів для своєчасного розрахунку за зобов'язаннями, адже показник є в межах нормативного значення.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності демонструє частку поточних зобов'язань компанії, яка може бути погашена негайно, тобто за рахунок грошей та їх еквівалентів. Його нормативне значення становить >0,2-0,35. У 2020 році коефіцієнт становив 0,008, у 2021 році – 0,013 (на 71,63% більше), у 2022 році – 0,100 (у 8,4 разів більше). На підприємстві його значення значно нижче нормативного за весь досліджуваний період, що вказує на неможливість вчасно погасити борги у випадку, якщо термін платежів настане незабаром, але тенденція до збільшення є позитивною.

Одним з найбільш значущих показників платоспроможності вважається коефіцієнт фінансової незалежності (автономії), який показує частку власного

капіталу підприємства у загальній сумі коштів, авансованих у його діяльність. Чим вищим є значення цього показника, тим вищим є рівень фінансової стійкості підприємства і тим воно є більш незалежним від зовнішніх джерел фінансування. Істотне значення також має коефіцієнт фінансової стабільності - індикатор, який говорить про здатність компанії відповідати за своїми зобов'язаннями в середньо- і довгостроковій перспективі. Високе значення говорить про низький рівень фінансових ризиків.

Нормативне значення коефіцієнта автономії становить 0,4-0,7. У 2020 році коефіцієнт становив 0,45, у 2021 році – 0,12 (на 74,23% менше), у 2022 році – 0,61 (у 5 разів більше). У 2020 та 2022 році показник автономії був у рамках нормативного значення та, не дивлячись на спад у 2021 році, зростав, що є позитивною тенденцією.

Коефіцієнт боргового навантаження є фінансовим показником, що вимірює рівень залученості підприємства до зовнішнього фінансування, зокрема шляхом використання позик та заборгованості. Цей показник дає уявлення про те, наскільки значна частина активів підприємства була фінансована за рахунок зобов'язань перед кредиторами та вкладниками. Високе значення коефіцієнта вказує на те, що підприємство має значну кількість заборгованостей в порівнянні з власним капіталом.

Критичним значенням коефіцієнта вважається 0,5; позитивною тенденцією є зменшення коефіцієнта. У 2020 році коефіцієнт становив 0,37, у 2021 році – 0,38 (на 1.17% більше), у 2022 році – 0,23 (на 38,52% менше). Показник знаходиться в нормі, тенденція до зменшення є позитивною.

Коефіцієнт фінансової стійкості дає уявлення про фінансову стійкість та здатність підприємства виконувати свої фінансові зобов'язання. Високе значення коефіцієнта фінансової стійкості вказує на те, що підприємство має достатню кількість власного капіталу в порівнянні зі своїми зобов'язаннями.

Нормативне значення коефіцієнту фінансової стійкості становить 0,85-0,9. У 2020 році коефіцієнт становив 0,83, у 2021 році – 0,21 (на 74,93% менше), у 2022 році – 1,53 (у 7 разів більше). Можемо зробити висновок, що у 2022 році

підприємство має високу фінансову стійкість. Це свідчить про його здатність виконувати фінансові зобов'язання та має важливе значення для встановлення довгострокових стосунків з кредиторами та інвесторами.

Коефіцієнт фінансової залежності є показником, який використовується для вимірювання ступеня залежності підприємства від зовнішнього фінансування. Він вказує на те, якою часткою зовнішніх джерел фінансування (боргів) забезпечується діяльність підприємства порівняно з власним капіталом.

Нормативне значення для коефіцієнта фінансової залежності це зменшення. У 2020 році коефіцієнт становив 2,20, у 2021 році збільшився у 4 рази до 8,55, але у 2022 році зменшився на 80,67% до 6,34. Високе збільшення у 2021 році є дуже негативним, але зменшення у 2022 році є позитивною тенденцією.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу дозволяє визначити частку власного капіталу, що спрямована на фінансування оборотних активів. Нормативне значення становить  $>0,5$  та тенденція до збільшення. У 2020 році коефіцієнт становив -0,64, у 2021 році зменшився у 8 разів до -5,13, але у 2022 році збільшився на 98,50% до -0,08. Показники є значно нижче нормативного значення, що вказує на нездатність підприємства швидко відповідати за своїми короткостроковими зобов'язаннями за рахунок власного капіталу, хоча тенденція до збільшення є позитивною.

Перейдемо до показників ділової активності. Коефіцієнт оборотності активів є показником, що використовується для оцінки ефективності використання активів підприємства в процесі його діяльності. Він вказує на кількість грошових одиниць виручки, яку підприємство здатне згенерувати на кожну одиницю активів, що перебувають у його володінні. У 2020 році коефіцієнт становив 0,94, у 2021 році збільшився на 9,65% до 1,03, а у 2022 році збільшився на 38,23% до 1,43. Збільшення цього показника є позитивною тенденцією.

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості є фінансовим показником, що використовується для визначення ефективності управління

вимогами до платежів від покупців підприємства. Він вказує на частоту обороту дебіторської заборгованості протягом певного періоду.

У 2020 році коефіцієнт становив 28,39, у 2021 році збільшився на 47,38% до 41,84, а у 2022 році зменшився на 10,91% до 37,27. Високе значення коефіцієнта оборотності дебіторської заборгованості вказує на високу швидкість збору коштів від клієнтів, що може свідчити про ефективність управління вимогами до платежів та зниження ризику невиконання.

Строк погашення дебіторської заборгованості у 2020 році становив 12,68 днів, у 2021 році зменшився на 32,15% до 8,60 днів, а у 2022 році збільшився на 12,25% до 9,66 днів. Строк погашення є доволі коротким, що є хорошим показником, але тенденція до збільшення строку є негативною.

Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості є фінансовим показником, який використовується для визначення ефективності управління зобов'язаннями перед постачальниками та кредиторами. Він вказує на частоту обороту кредиторської заборгованості протягом певного періоду.

У 2020 році коефіцієнт становив 2,53, у 2021 році збільшився на 8,38% до 2,74, а у 2022 році збільшився на 124,82% до 6,16. Таке різке зростання значення коефіцієнта оборотності кредиторської заборгованості вказує на більшу швидкість здійснення платежів постачальникам та кредиторам, що може свідчити про ефективне управління зобов'язаннями та зниження ризику прострочених платежів.

Строк погашення кредиторської заборгованості у 2020 році становив 142,37 днів, у 2021 році 131,36 днів (на 7,73% менше), а у 2022 році – 58,43 днів (на 55,52% менше). Тенденція на зниження є позитивним результатом.

Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів є фінансовим показником, який використовується для визначення ефективності управління запасами товарів та матеріалів у підприємстві. Він вказує на частоту обороту матеріальних запасів протягом певного періоду.

У 2020 році коефіцієнт становив 4,01, у 2021 році збільшився на 16,95% до 4,69, а у 2022 році збільшився на 8,24% до 5,07. Зростання значення коефіцієнта

оборотності матеріальних запасів вказує на більшу швидкість здійснення обороту запасів, що може свідчити про ефективне управління запасами, оптимізацію процесу постачання та зменшення ризику залишків непроданих запасів.

Тривалість оборотності матеріальних запасів становила 89,85 днів у 2020 році, у 2021 році – 76,83 днів (на 14,49% менше), а у 2022 році – 70,98 днів (на 7,61% менше). Зменшення цього показника є позитивним результатом.

Загалом, аналіз динаміки показників фінансового стану ПрАТ «Оболонь» у 2020-2022 роки показує, що ситуацію не можна назвати стабільною через різке погіршення всіх значень показників у 2021 році, але покращення показників у 2022 році вказує на покращення ситуації.

#### **2.4. Аналіз показників рентабельності підприємства**

Почнемо аналіз показників рентабельності підприємства з витратних показників. Рентабельність виробничих витрат є показником, що визначає ефективність використання витрат, пов'язаних з виробництвом товарів або наданням послуг. Він вказує на те, яку частку виробничих витрат становить валовий прибуток підприємства. Згідно даних таблиці 2.8, у 2020 році показник становив 36,35%, у 2021 році зменшився до 24,39%, а у 2022 році зріс до 50,38%. Високе значення рентабельності виробничих витрат свідчить про те, що прибуток, отриманий від продажу товарів або послуг, перевищує витрати, пов'язані з їх виробництвом. Це вказує на ефективне управління виробничими ресурсами та здатність підприємства генерувати прибуток.

Рентабельність операційних витрат є показником, що визначає ефективність використання витрат, пов'язаних з операційною діяльністю підприємства. Вона вказує на те, яку частку операційного прибутку становлять операційні витрати. У 2020 році показник становив 8,85%, у 2021 році зменшився до 0,08, а у 2022 році зріс у 296 разів до 24,55%. Високе значення рентабельності операційних витрат свідчить про те, що операційний прибуток перевищує

витрати, пов'язані з операційною діяльністю. Це вказує на ефективне управління операційними ресурсами та здатність підприємства генерувати операційний прибуток.

Таблиця 2.9

**Динаміка витратних та дохідних показників рентабельності та окупності  
ПрАТ «Оболонь» за 2020-2022 рр.**

Показники	Роки			Відносне відхилення, %	
	2020	2021	2022	2021/2020	2022/2021
<b>Витратні показники</b>					
Рентабельність виробничих витрат, %	36,35	24,39	50,38	-32,91	106,56
Рентабельність операційних витрат, %	8,85	0,08	24,55	-99,06	у 296 р.
Загальна рентабельність витрат господарської діяльності, %	6,00	-2,42	20,24	-140,24	у 9,4 р.
Чиста рентабельність витрат господарської діяльності, %	6,27	-2,11	15,05	-133,56	у 8 р.
Коефіцієнт окупності виробничих витрат	1,36	1,24	1,50	-8,77	20,89
Коефіцієнт окупності операційних витрат	1,09	1,00	1,25	-8,06	24,45
Коефіцієнт окупності адміністративних витрат	15,37	14,13	18,38	-8,05	30,07
Коефіцієнт окупності витрат на збут	5,59	6,09	8,41	9,04	38,06
<b>Дохідні показники</b>					
Рентабельність продажу, %	26,66	19,61	33,50	-26,45	70,86
Рентабельність доходу від операційної діяльності, %	8,13	0,08	19,71	-98,98	у 238 р.

*Джерело: створено автором на основі фінансової звітності*

Загальна рентабельність витрат господарської діяльності є показником, що відображає ефективність використання всіх витрат, пов'язаних з господарською діяльністю підприємства. Вона вказує на те, яку частку прибутку становлять загальні витрати. У 2020 році показник становив 6,00%, у 2021 році зменшився до -2,42%, а у 2022 збільшився у 9,4 рази до 20,24%. Високе значення загальної рентабельності витрат свідчить про те, що прибуток підприємства перевищує загальні витрати. Це вказує на ефективне управління всіма видами витрат та здатність підприємства генерувати прибуток.

Чиста рентабельність витрат господарської діяльності є показником, що відображає відношення чистого прибутку до витрат, пов'язаних з господарською діяльністю підприємства. Вона вказує на ефективність використання витрат та здатність підприємства генерувати чистий прибуток. У 2020 році показник становив 6,27%, у 2021 році зменшився до -2,11%, а у 2022 році збільшився у 8 разів до 15,05%. Високе значення чистої рентабельності витрат свідчить про те, що чистий прибуток перевищує витрати, пов'язані з господарською діяльністю. Це свідчить про ефективну управлінську діяльність, коли прибуток забезпечує покриття всіх витрат та залишає додатковий прибуток.

Коефіцієнт окупності виробничих витрат є показником, який вимірює ефективність використання виробничих витрат підприємством. Він показує скільки одиниць чистого доходу припадає на 1 грн. виробничих витрат. У 2020 році показник становив 1,36, у 2021 році зменшився до 1,24, а у 2022 році збільшився до 1,50. Високе значення коефіцієнта окупності виробничих витрат свідчить про те, що витрати на виробництво покриваються високими обсягами продажу. Це означає більшу ефективність використання виробничих ресурсів і більший прибуток.

Коефіцієнт окупності операційних витрат є показником, який вимірює ефективність використання операційних витрат підприємством. Він показує скільки одиниць чистого доходу припадає на 1 грн. операційних витрат. У 2020 році показник становив 1,09, у 2021 році зменшився до 1,00, а у 2022 році збільшився до 1,25. Високе значення коефіцієнта окупності операційних витрат свідчить про те, що прибуток від продажу досить великий для покриття витрат. Це свідчить про ефективне використання операційних ресурсів та можливість отримання прибутку.

Коефіцієнт окупності адміністративних витрат є показником, який вимірює ефективність використання адміністративних витрат підприємством. Він показує скільки одиниць чистого доходу припадає на 1 грн. адміністративних витрат. Він становив 15,37 у 2020 році, зменшився до 14,13 у 2021 році та збільшився до 18,38 у 2022 році. Високе значення коефіцієнта

окупності адміністративних витрат свідчить про те, що прибуток від продажу досить великий для покриття адміністративних витрат. Це свідчить про ефективне використання адміністративних ресурсів та можливість отримання прибутку.

Коефіцієнт окупності витрат на збут є показником, який вимірює ефективність використання витрат на збут підприємством. Він показує скільки одиниць чистого доходу припадає на 1 грн. витрат на збут. У 2020 році він становив 5,59, у 2021 році збільшився до 6,09 та збільшився до 8,41 у 2022 році. Високе значення коефіцієнта окупності витрат на збут свідчить про те, що прибуток від продажу досить великий для покриття витрат на збут. Це свідчить про ефективне використання ресурсів на збутовій діяльності та можливість отримання прибутку.

Перейдемо до дохідних показників. Рентабельність продажу – це показник, який вимірює ефективність прибутковості підприємства від реалізації своїх товарів або послуг. Вона вказує на відсоток прибутку, який генерується відносно загального обсягу продажу. У 2020 році рентабельність була 26,66%, у 2021 році зменшилась до 19,61%, а у 2022 році збільшилась до 33,50%. Висока рентабельність продажу свідчить про ефективне управління виробничими процесами, збутом та контролем витрат, що призводить до великого відсотку прибутку від продажу.

Рентабельність доходу від операційної діяльності - це показник, який вимірює ефективність прибутковості підприємства від його основної діяльності без урахування інших фінансових операцій. Вона вказує на відсоток чистого прибутку, який генерується від операційної діяльності відносно доходів, отриманих від цієї діяльності.

Рентабельність доходу від операційної діяльності розраховується, поділивши чистий прибуток від операцій на загальний дохід від операцій і помноживши на 100%, щоб отримати відсоткове значення. У 2020 році вона становила 8,13%, у 2021 році зменшилась до 0,08%, а у 2022 році зросла у 238 разів до 19,71%. Висока рентабельність доходу від операційної діяльності

свідчить про ефективне управління та оптимізацію операційних процесів, що призводить до значного відсотка прибутку від основної діяльності.

Таблиця 2.10

**Динаміка ресурсних показників рентабельності та окупності ПрАТ  
«Оболонь» за 2020-2022 рр.**

Показники	Роки			Відносне відхилення, %	
	2020	2021	2022	2021/ 2020	2022/ 2021
Загальна рентабельність сукупного капіталу, %	5,53	-2,58	24,32	-146,60	у 10,4 р.
Чиста рентабельність сукупного капіталу, %	5,77	-2,24	18,90	-138,84	у 9,4 р.
Загальна рентабельність власного капіталу, %	12,97	-5,77	46,23	-144,51	у 9 р.
Чиста рентабельність власного капіталу, %	13,52	-5,02	35,91	-137,10	у 8 р.
Загальна рентабельність основних засобів, %	7,25	-3,58	36,40	-149,34	у 11 р.
Чиста рентабельність основних засобів, %	7,56	-3,11	28,28	-141,13	у 10 р.
Коефіцієнт окупності сукупного капіталу	0,94	1,02	1,47	8,46	43,05
Коефіцієнт окупності власного капіталу	2,22	2,30	2,79	3,60	21,41
Період окупності сукупного капіталу, років	17,34	-44,65	5,29	у 3,6 р.	111,85
Період окупності власного капіталу, років	7,40	-19,94	2,78	у 3,7 р.	113,97
Рентабельність діяльності, %	6,10	-2,19	12,89	-135,81	у 7 р.
Рентабельність продукції, %	7,98	-3,13	24,95	-139,20	у 9 р.

*Джерело: створено автором на основі фінансової звітності*

Загальна рентабельність сукупного капіталу – це показник, який вимірює відсотковий дохід, отриманий від використання всього капіталу, вкладеного в підприємство. Вона вказує на прибутковість капіталу, який використовується у всіх сферах діяльності підприємства. У 2020 році становила 5,53%, у 2021 році зменшилась до -2,58%, а у 2022 році збільшилась у 10,4 разів до 24,32%. Висока загальна рентабельність свідчить про успішність використання капіталу та здатність підприємства генерувати прибуток з усіх його джерел.

Чиста рентабельність сукупного капіталу – це показник, який вимірює відсотковий дохід, отриманий від використання всього капіталу, після врахування усіх витрат і податків. Вона вказує на прибутковість капіталу, вкладеного в підприємство після врахування всіх витрат, пов'язаних з його діяльністю. У 2020 році рентабельність становила 5,77%, у 2021 році зменшилась до -2,24%, а у 2022 році збільшилась у 9,4 разів до 18,90%. Висока чиста

рентабельність сукупного капіталу свідчить про успішність підприємства у генерації чистого прибутку від капіталовкладень.

Загальна рентабельність власного капіталу – це показник, який вимірює відсотковий дохід, отриманий від використання власного капіталу підприємства. Вона вказує на ефективність використання власних ресурсів та інвестицій в підприємство. У 2020 році рентабельність становила 12,97%, у 2021 році зменшилась до -5,77%, а у 2022 році збільшилась у 8 разів до 46,23%. Висока рентабельність власного капіталу свідчить про успішність підприємства у генерації прибутку для власників та інвесторів.

Чиста рентабельність власного капіталу – це показник, який вимірює дохід, отриманий від використання власного капіталу після врахування всіх витрат та податків. Вона вказує на ефективність використання власного капіталу підприємства для генерації чистого прибутку. У 2020 році вона становила 13,52%, у 2021 році зменшилась до -5,77%, а у 2022 році збільшилась до 35,91%. Висока чиста рентабельність власного капіталу свідчить про успішність підприємства у генерації чистого прибутку від використання власного капіталу.

Загальна рентабельність основних засобів – це показник, який вимірює дохід, отриманий від використання основних засобів підприємства у виробничому процесі. Вона вказує на ефективність використання основних засобів для генерації доходу. У 2020 році становила 7,25%, у 2021 році зменшилась до -3,58%, а у 2022 році збільшилась у 11 разів до 36,40%. Висока загальна рентабельність свідчить про успішність використання основних засобів та їх вплив на дохід підприємства.

Чиста рентабельність основних засобів – це показник, який вимірює дохід, отриманий від використання основних засобів після врахування всіх витрат, пов'язаних з їх експлуатацією. Вона вказує на ефективність використання основних засобів з урахуванням всіх затрат. У 2020 році становила 7,56%, у 2021 році зменшилась до -3,11%, а у 2022 році збільшилась у 10 разів до 28,28%. Висока чиста рентабельність свідчить про успішну оптимізацію витрат та ефективне використання основних засобів для генерації чистого прибутку.

Коефіцієнт окупності сукупного капіталу – це показник, який вимірює ефективність використання сукупного капіталу підприємства. Він показує, скільки прибутку генерується на кожну одиницю капіталу, яка була вкладена у підприємство. У 2020 році він становив 0,94, у 2021 році збільшився до 1,02 і у 2022 році збільшився до 1,47. Високий коефіцієнт окупності сукупного капіталу свідчить про ефективне використання капіталовкладень та здатність підприємства генерувати високий рівень прибутку від вкладених коштів.

Коефіцієнт окупності власного капіталу – це показник, який вимірює ефективність використання власного капіталу підприємства. Він вказує, який прибуток генерується на кожну одиницю власного капіталу, який був вкладений у підприємство. У 2020 році становив 2,22, у 2021 році збільшився до 2,30 і у 2022 році збільшився до 2,79. Високий коефіцієнт окупності власного капіталу свідчить про ефективне використання капіталу, який належить власникам підприємства. Це означає, що підприємство генерує високий рівень прибутку від вкладених коштів власників.

Період окупності сукупного капіталу – це показник, що визначає час, за який підприємство здатне повернути вкладений сукупний капітал. Він вимірює ефективність використання капіталовкладень і вказує на те, скільки часу потрібно для повернення інвестованих коштів. У 2020 році становив 17,34 років, у 2021 році зменшився до -44,65 років, що свідчить про неможливість окупності, а у 2022 році збільшився до 5,29 років. Чим коротший період окупності, тим швидше підприємство поверне свої капіталовкладення і вважається більш ефективним з фінансової точки зору.

Період окупності власного капіталу – це показник, що вказує на час, за який підприємство повертає власний капітал через генерацію чистого прибутку. Він вимірює ефективність використання власних коштів і показує, скільки часу потрібно для повернення власного капіталу власникам. У 2020 році становив 7,40 років, у 2021 році зменшився до -19,94 років, що свідчить про неможливість окупності, а у 2022 році збільшився до 2,78 років. Чим коротший період

окупності, тим швидше підприємство поверне свої капіталовкладення і вважається більш ефективним з фінансової точки зору.

Рентабельність діяльності – це показник, який вимірює ефективність фінансової діяльності підприємства або проекту. Він відображає відношення прибутку або доходу до витрат або інвестицій. Цей показник вказує на здатність підприємства генерувати прибуток від своєї діяльності та ефективно використовувати свої ресурси. У 2020 році вона становила 6,10%, у 2021 році збільшилася до 2,19%, а у 2022 році збільшилася у 7 разів до 12,89%. Це свідчить про те, що підприємство ефективно використовує свої ресурси та здатне генерувати прибуток.

Рентабельність продукції – це показник, який вимірює прибутковість конкретної продукції або товару, який виробляє або продає підприємство. Він показує відношення прибутку, отриманого від реалізації продукції, до витрат, пов'язаних з виробництвом або постачанням цієї продукції. Цей показник вказує на те, наскільки успішно підприємство генерує прибуток від конкретної продукції та чи є вона прибутковою для підприємства. Рентабельність продукції у 2020 році становила 7,98%, у 2021 році зменшилася до -3,13%, а у 2022 році збільшилася у 9 разів до 24,95%. Висока рентабельність продукції може свідчити про конкурентні переваги підприємства, які дозволяють отримувати вищу прибутковість порівняно з конкурентами.

## **Висновки до розділу 2**

ПрАТ «Оболонь» є одним з найбільших виробників пива в Україні. Історія компанії веде свій початок із 1974 року, коли розпочалося будівництво Київського пивзаводу № 3. Сьогодні «Оболонь» є лідером українського ринку пива, займає близько 20% ринку пива та експортує свою продукцію до більше ніж 70 країн світу.

Аналіз основних економічних показників діяльності підприємства вказує на високий рівень зносу основних засобів, що вказує на те, що підприємству слід подумати про заміну.

Перше місце в структурі основних засобів займають машини та обладнання. Друге місце займають земля та будівлі.

В структурі оборотних засобів перше місце займають запаси, друге місце займає дебіторська заборгованість за товари, роботи і послуги.

В структурі витрат перше місце займає собівартість реалізованої продукції, друге місце займають витрати на збут, а третє місце займають адміністративні витрати.

Аналіз динаміки економічних показників діяльності вказує на те, що, хоча у 2021 році показники суттєво погіршилися, у 2022 році ситуація значно покращилася. Це вказує на нестабільну ситуацію, але результати 2022 року показують позитивну тенденцію.

Аналіз показників фінансових результатів та фінансового стану вказує на значне покращення фінансового стану підприємства у 2022 році після різкого спаду у 2021 році.

Аналіз показників рентабельності вказує на загальне підвищення всіх показників у 2022 році, що вказує на те, що підприємство є рентабельним.

## РОЗДІЛ 3

### ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ЗАХОДІВ ДО ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПрАТ «ОБОЛОНЬ»

#### **3.1. Наукові підходи щодо шляхів підвищення рентабельності діяльності підприємства**

Наукові підходи до підвищення рентабельності діяльності підприємства базуються на дослідженнях і теоретичних концепціях, що спрямовані на ефективне використання ресурсів і досягнення оптимальних результатів. Деякі з найпоширеніших наукових підходів включають наступні: методологія управління якістю, інноваційний підхід, стратегічне управління, фінансовий аналіз та управління та логістичний підхід.

Методологія управління якістю є одним з наукових підходів, який спрямований на підвищення рентабельності діяльності підприємства шляхом забезпечення високої якості продукції або послуг. Вона базується на принципах, методах і інструментах, що спрямовані на постійне поліпшення якості в усіх аспектах діяльності підприємства.

Основні складові методології управління якістю, такі як ISO 9000, Six Sigma, Загальне управління якістю та інші, надають розширений набір інструментів і підходів для досягнення високої якості продукції або послуг. Деякі з методів включають: встановлення стандартів якості, управління процесами, залучення персоналу, контроль якості та постійне вдосконалення.

Встановлення стандартів якості – це розробка і впровадження стандартів і вимог до якості продукції або послуг, які дозволяють підприємству досягати визначених якісних показників і задовольняти потреби клієнтів.

Управління процесами – це оптимізація бізнес-процесів з метою досягнення ефективності, ефективного використання ресурсів і зниження витрат. Це включає ідентифікацію та усунення недоліків у процесах, впровадження систем контролю якості та постійне вдосконалення.

Залучення персоналу – це розвиток культури якості серед персоналу, навчання і тренінги з питань якості, використання методів стимулювання та мотивації співробітників для досягнення високих стандартів якості.

Контроль якості – це використання методів інспекції, тестування, аналізу даних та інших інструментів для забезпечення відповідності продукції або послуг вимогам якості.

Постійне вдосконалення – це систематичний аналіз результатів, зворотного зв'язку від клієнтів, впровадження покращень і інновацій для постійного підвищення якості продукції або послуг.

Впровадження методології управління якістю сприяє зниженню браку, підвищенню задоволеності клієнтів, покращенню ефективності виробництва та процесів, що може призвести до підвищення рентабельності діяльності підприємства.

Наступний науковий підхід це інноваційний підхід. Інноваційний підхід є одним з наукових підходів, спрямованих на підвищення рентабельності діяльності підприємства шляхом впровадження інноваційних рішень, технологій та стратегій. Цей підхід передбачає постійне пошук і впровадження новаторських ідей, які дозволяють підприємству отримувати конкурентну перевагу на ринку і забезпечувати стійкий розвиток. Основні складові інноваційного підходу: дослідження і розробка, інноваційний маркетинг, корпоративна культура інновацій та стратегічне планування.

Дослідження і розробка – це вкладення зусиль у проведення досліджень і розробку нових продуктів, технологій, процесів або послуг, які можуть привести до покращення ефективності, якості або конкурентоспроможності підприємства.

Інноваційний маркетинг – це розробка та впровадження нових стратегій маркетингу, спрямованих на створення унікального споживчого досвіду, розширення ринкової ніші або залучення нових клієнтів.

Корпоративна культура інновацій – це створення сприятливого середовища, де співробітники стимулюються до творчості, новаторства та співпраці. Це може включати заохочення до внесення ідей, навчання та розвиток

працівників в галузі інновацій, а також створення механізмів для співпраці зі сторонніми інноваційними партнерами.

Стратегічне планування – це врахування інноваційних аспектів при розробці стратегії підприємства. Це означає визначення напрямків розвитку, ідентифікацію потенційних інноваційних можливостей і розробку планів дій для їх впровадження.

Інноваційний підхід може сприяти підвищенню рентабельності підприємства, оскільки новаторські рішення та технології можуть допомогти в ефективному використанні ресурсів, залученні нових клієнтів, розширенні ринків та створенні конкурентної переваги.

Наступним підходом є стратегічне планування. Стратегічне управління є науковим підходом, спрямованим на досягнення конкурентної переваги та підвищення рентабельності діяльності підприємства шляхом розробки та реалізації стратегічних планів. Основні складові стратегічного управління включають: аналіз зовнішнього середовища, формулювання стратегії, реалізація стратегії, контроль та оцінка.

Аналіз зовнішнього середовища – це дослідження та оцінка ринкових тенденцій, конкурентних сил, змін у споживацькому попиті та інших факторів, що впливають на діяльність підприємства. Це допомагає визначити можливості та загрози, які можуть впливати на рентабельність.

Формулювання стратегії – це визначення мети підприємства, розробка стратегічних цілей та планів дій для їх досягнення. Це включає вибір конкурентних стратегій, розробку унікальних продуктів або послуг, вибір ринкових сегментів тощо.

Реалізація стратегії – це планування та організація дій для впровадження стратегічних планів. Це може включати розподіл ресурсів, управління проектами, впровадження нових процесів та технологій.

Контроль та оцінка – це моніторинг результатів виконання стратегії, оцінка її ефективності та внесення коректив у плани, якщо необхідно. Це допомагає

забезпечити відповідність стратегії умовам, що змінюються, та досягнення поставлених цілей рентабельності.

Стратегічне управління дозволяє підприємствам систематично аналізувати свою діяльність, виявляти можливості для підвищення рентабельності, прогнозувати зміни на ринку та ефективно використовувати свої ресурси. Цей підхід сприяє створенню довгострокової конкурентної переваги та стійкому підвищенню рентабельності підприємства.

Наступним підходом є фінансовий аналіз та управління. Фінансовий аналіз та управління є науковим підходом, спрямованим на оцінку фінансового стану підприємства та розробку стратегій для підвищення його рентабельності. Цей підхід включає аналіз фінансових звітів, ідентифікацію фінансових проблем та ризиків, розрахунок та оцінку фінансових показників та розробку стратегій управління фінансами підприємства. Основні етапи фінансового аналізу та управління включають: збір та аналіз фінансової інформації, виявлення проблем та ризиків, розрахунок та оцінка фінансових показників, розробка стратегій управління фінансами.

Збір та аналіз фінансової інформації включає збір фінансових звітів, аналіз показників рентабельності, ліквідності, стабільності та інших фінансових показників для оцінки фінансового стану підприємства.

Виявлення проблем та ризиків включає ідентифікацію фінансових проблем, таких як низька рентабельність, висока фінансова залежність або недостатня ліквідність. Також враховуються ризики, пов'язані з змінами в зовнішньому середовищі та ринкових умовах.

Розрахунок та оцінка фінансових показників включає розрахунок рентабельності, оборотності, ліквідності та інших фінансових показників для оцінки ефективності використання ресурсів та прибутковості підприємства.

Розробка стратегій управління фінансами. На основі результатів аналізу розробляються стратегії та рекомендації щодо підвищення рентабельності підприємства. Це може включати оптимізацію витрат, управління ризиками, фінансове планування та прогнозування.

Фінансовий аналіз та управління є важливим інструментом для підприємств, оскільки допомагає ідентифікувати проблемні області та розробляти ефективні стратегії для підвищення рентабельності та стійкості діяльності підприємства.

Наступним підходом є логістичний підхід. Логістичний підхід є науковим підходом, спрямованим на ефективне управління потоками матеріальних, інформаційних та фінансових ресурсів в рамках підприємства. Він використовується для підвищення рентабельності діяльності підприємства шляхом оптимізації логістичних процесів, зменшення затрат, підвищення якості обслуговування та підвищення задоволеності клієнтів. Основні аспекти логістичного підходу включають такі: планування та координація, оптимізація запасів, ефективне управління транспортом, впровадження інформаційних технологій та співпраця з постачальниками та клієнтами.

Планування та координація. Логістичний підхід передбачає ретельне планування та координацію всіх логістичних процесів, включаючи постачання, виробництво, зберігання, транспортування та розподіл.

Оптимізація запасів. Логістичний підхід допомагає оптимізувати рівень запасів, уникати надлишків та забезпечувати належну наявність матеріалів та товарів для задоволення потреб виробництва та забезпечення попиту клієнтів.

Ефективне управління транспортом. Логістичний підхід включає раціональне планування маршрутів, вибір оптимальних транспортних засобів та ефективне використання транспортних ресурсів з метою зниження витрат та покращення доставки.

Впровадження інформаційних технологій. Логістичний підхід включає використання сучасних інформаційних технологій, таких як системи управління ланцюжком постачання, що дозволяють підприємству більш ефективно контролювати та керувати всіма логістичними процесами.

Співпраця з постачальниками та клієнтами. Логістичний підхід включає активну співпрацю з постачальниками та клієнтами з метою забезпечення

оптимальної ланцюжка постачання та задоволення потреб всіх зацікавлених сторін.

Застосування логістичного підходу може допомогти підприємствам підвищити ефективність та рентабельність своєї діяльності шляхом зниження витрат, покращення якості обслуговування та збільшення конкурентоспроможності.

Ці підходи можуть бути використані окремо або в поєднанні залежно від конкретних потреб і характеру діяльності підприємства. Кожен з них має свої особливості та переваги, але вони спрямовані на досягнення спільної мети - підвищення рентабельності і прибутковості підприємства.

### **3.2. Економічне обґрунтування створення франшизи магазинів фірмової торгівлі для підвищення рентабельності діяльності підприємства**

Рентабельність підприємства часто визначається на основі прибутку. Рентабельність відображає відношення прибутку до витрат або вкладеного капіталу і вказує на ефективність та прибутковість діяльності підприємства.

Рентабельність може бути виражена різними показниками, такими як рентабельність активів, рентабельність власного капіталу, рентабельність продукції тощо. У всіх цих випадках, прибуток вважається ключовим фактором, який впливає на рентабельність.

Для підвищення рентабельності підприємства можуть застосовуватись різні стратегії, такі як зниження витрат, підвищення цін на продукцію або послуги, покращення ефективності виробничих процесів, впровадження нових технологій чи розширення ринкової частки.

Проте, варто зазначити, що рентабельність також залежить від інших факторів, таких як ринкові умови, конкуренція, ефективність управління, фінансовий стан підприємства та інші.

Хорошим способом підвищення рентабельності буде збільшення точок продажу продукції ПрАТ «Оболонь». Крім продажу продукції в різноманітних роздрібних мережах торгівлі продуктами харчування, компанія також має власну

мережу роздрібних магазинів – «О Маркет». Наразі мережа «О Маркет» вже налічує 23 магазини в 10 містах України. Хорошою ідеєю буде відкриття франшизи роздрібних магазинів продукції «Оболонь».

Оскільки ПрАТ «Оболонь» вже мають досвід з відкриття магазинів фірмової торгівлі, на основі існуючих магазинів можна створити бізнес-модель майбутніх магазинів франчайзингу «О Маркет».

Як партнер «О Маркету», франчайзі отримає всебічний супровід: від етапу пошуку приміщення до налагодження системних продажів магазину.

Відкрити магазин можна в будь-якому місті України, крім Києва та окупованих територій, з населенням від 40000 осіб. Площа приміщення має становити 60-100 кв. м. Компанія надасть франчайзі детальний чек-лист та всі необхідні інструкції, за якими вони легко підберуть ідеальний варіант приміщення. У підприємства є чіткий дизайн того, як повинен виглядати магазин зсередини, тому вони адаптують дизайн-проект для вибраного франчайзі магазину та сформулюють детальний кошторис ремонту. Також централізовано закуплять все холодильне обладнання та стелажі для оснащення точки. Таким чином, магазин можна буде відкрити швидко, за 1 місяць.

Компанія сформує першу закупку товарів. Постачання пива та напоїв до складу буде відбуватися централізовано, що забезпечить укомплектований та наявний асортимент продукції у магазині. Також вони нададуть супровід в отриманні ліцензії на торгівлю алкоголем.

Щодо маркетингу – «О Маркет» має єдиний сайт та соціальні мережі. Саме вони приведуть магазин до покупців. Франчайзі отримає пропрацьовані плани та детальні інструкції з локального маркетингу для залучення покупців. Вони направлять макети друкованої продукції та вивісок для виготовлення. Оскільки франчайзі працюватиме під сформованим брендом та реалізуватиме продукцію, яку вже знають всі, то в результаті вийде збільшення прибутку з кожного покупця і зменшення валових витрат на їх залучення.

Для забезпечення ефективної роботи магазину необхідно 3 працівники. Франчайзі отримає всі необхідні матеріали для пошуку та найму персоналу

(інструкція з найму, вакансія, анкети для співбесід і т.п.). Компанія проведе фінальні співбесіди з кандидатами, щоб франчайзі були впевнені в якості роботи персоналу. Компанія автоматизувала навчання працівників, що дозволить віддалено вводити їх в штат та впливати на зростання їх вмотивованості і залучення в роботу. Команда проходитиме періодичні тренінги для підвищення кваліфікації, що забезпечить магазин, укомплектований професійними продавцями.

В ході роботи компанія гарантуватиме постійне підвищення кваліфікації працівників — періодичні тренінги та навчання персоналу. А також аналіз продажів, коригування асортименту для зростання продажів, формування заявок на закупівлю продукції з боку компанії та її поставки до складу франшизи, повне сервісне обслуговування холодильного обладнання, налаштування реклами, розробка акцій, передача рекламних макетів для друку, консультації та підтримка в ході роботи. Результат — системна робота магазину чи мережі магазинів під ТМ «О Маркет».

Загальна сума інвестицій у відкриття магазину для франчайзі буде становити від 32290 доларів, а середньомісячний дохід 1-го магазину становитиме від 30100 доларів. Маркетингові відрахування для франчайзі будуть становити 5000 грн. в місяць. Паушальний внесок (що входить в інвестиції) становитиме 3000 доларів, роялті відсутні. Але ПрАТ «Оболонь» все одно буде отримувати доходи щомісячно, оскільки вони будуть поставляти свою продукцію в ці магазини.

### **3.3. Вплив відкриття франшизи магазинів фірмової торгівлі на показники рентабельності підприємства**

Загальна сума інвестицій у відкриття магазину для франчайзі буде становити від 32290 доларів, а середньомісячний дохід 1-го магазину становитиме від 30100 доларів, що дозволить вийти в точку беззбитковості з 2-го місяця роботи, та окупути інвестиції у період до 14 місяців. Розрахунок прогнозованого періоду окупності інвестицій франчайзі в відкриття магазину

наведено в таблиці 3.1. Розрахунки проведено у гривнях, за ставку валюти взято 37 грн. за 1 долар, ставка купівлі долара на 2 червня 2023 року.

Таблиця 3.1

### Прогнозований період окупності інвестицій

Показники	Значення
Обсяг інвестицій, грн.	1194730
Середньомісячний дохід 1 магазину, грн.	1113700
Середньомісячні витрати, грн.	1028362
Період окупності інвестицій, міс.	14

*Джерело: розраховано автором*

Паушальний внесок становитиме 3000 доларів. Тобто за продаж права на відкриття магазину під ТМ «О Маркет» ПрАТ «Оболонь» отримає близько 111000 грн., при ставці долара на 2 червня 2023 року. Роялті відсутні, але ПрАТ «Оболонь» все одно буде отримувати доходи щомісячно, оскільки вони будуть поставляти свою продукцію в ці магазини.

Середньомісячний об'єм продажів 1 магазину у 2022 році становив 24490 літрів/міс. Загальні обсяги виробництва і продажів у 2021 році: внутрішній ринок – 60660,4 тис. дал., експорт продукції – 7214 тис. дал. У 2022 році підприємство виробило і продало приблизно 80037,93 тис. дал. продукції.

У таблиці 3.2 та рис. 3.1. показано зміну показників фінансових результатів підприємства після продажу прав на одну франшизу.

Таблиця 3.2

### Показники фінансових результатів підприємства після впровадження заходу

Показники	До впровадження, тис. грн	Після впровадження, тис. грн	Абсолютне відхилення, тис. грн	Відносне відхилення, %
Чистий дохід від реалізації продукції	8649174	8913821	264647	3,06
Собівартість реалізованої продукції	5751536	5927521	175985	3,06
Валовий прибуток (збиток)	2897638	2986300	88662	3,06
Фінансові результати від операційної діяльності	1708860	1797522	88662	5,19
Інші доходи	0	111	111	100,00
Фінансові результати до оподаткування	1434795	1523568	88773	6,19
Витрати з податку на прибуток	320114	339920	19806	6,19
Чистий прибуток (збиток)	1114681	1183648	68967	6,19

*Джерело: розраховано автором*

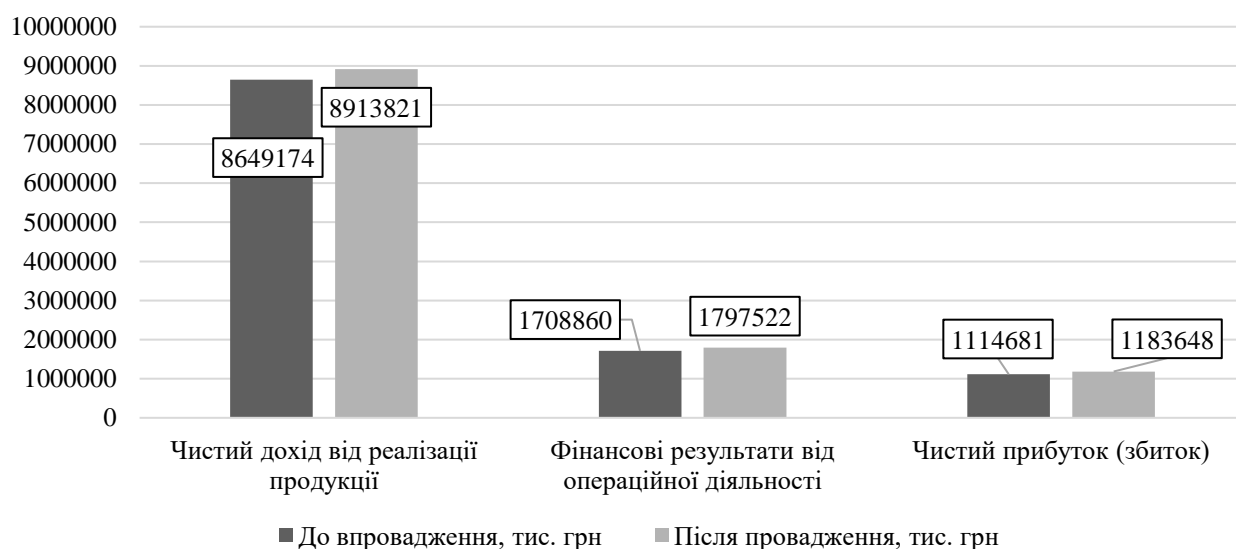


Рис. 3.1. Основні фінансові результати діяльності підприємства після впровадження заходу

Джерело: складено автором на основі таблиці 3.2

Припустимо, що паушальний внесок підприємство внесе у інші доходи. Собівартість продукції збільшиться на 3,06%, оскільки з продажем франшизи підприємство збільшить точки розповсюдження продукції та кількість реалізованої (та виробленої) продукції. Чистий дохід від реалізації продукції зросте на 3,06% з тих же причин. Відповідно валовий прибуток зросте на 3,06% також. Фінансові результати від операційної діяльності зростуть на 5,19%, оскільки такі витрати, як адміністративні витрати та витрати на збут тощо, не зміняться. Інші доходи збільшаться на 100% до 111 тис. грн. через додання паушального внеску. Таким чином фінансові доходи до оподаткування збільшаться на 6,19%. Через це збільшаться витрати з податку на прибуток. Врешті решт, чистий прибуток збільшиться на 6,19%. І це тільки від продажу 1 франшизи.

Розглянемо як це вплине на показники рентабельності діяльності. З даних таблиці 3.3 та рис. 3.2., рентабельність діяльності збільшиться на 0,39 в.п. з 12,89% до 13,28%. Рентабельність продукції збільшиться на 0,79 в.п. з 24,95% до 25,70%. Рентабельність основних засобів збільшиться на 2,25 в.п. з 36,40% до 38,66%. Рентабельність оборотних коштів збільшиться на 4,74 в.п. з 76,58% до 81,32%.

Таблиця 3.3

## Показники рентабельності підприємства після впровадження заходу

Показники	До впровадження	Після впровадження	Абсолютне відхилення, в.п.
Рентабельність діяльності, %	12,89	13,28	0,39
Рентабельність продукції, %	24,95	25,70	0,76
Рентабельність основних засобів, %	36,40	38,66	2,25
Рентабельність оборотних коштів, %	76,58	81,32	4,74

Джерело: розраховано автором

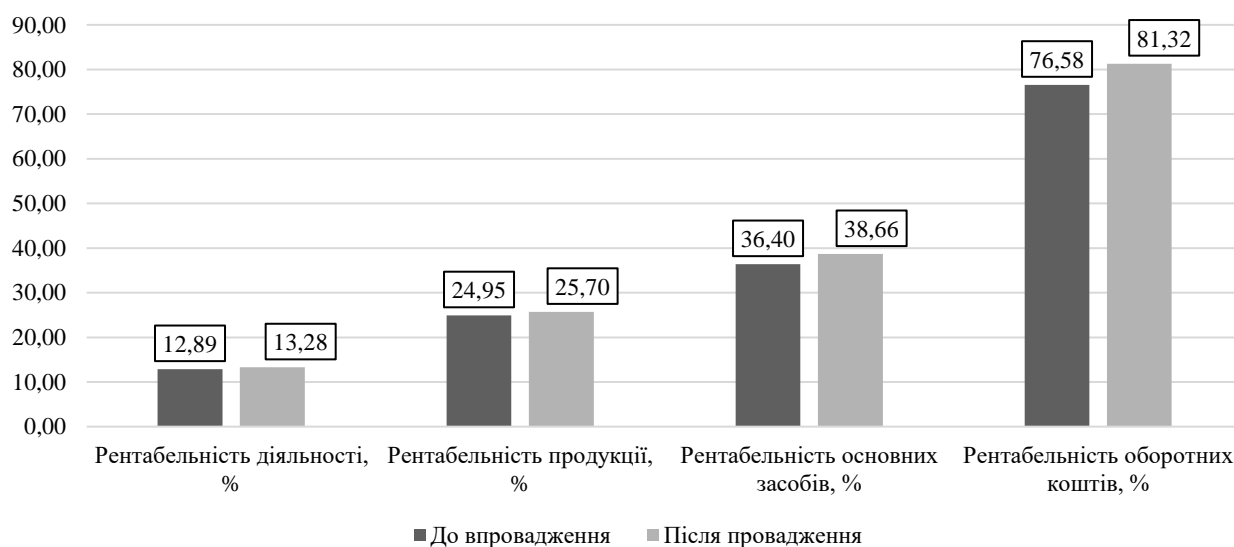


Рис. 3.2. Показники рентабельності підприємства після впровадження заходу

Джерело: складено автором на основі таблиці 3.3

Проаналізувавши отримані результати, можемо сказати, що запровадження проекту про відкриття франшизи з мережі магазинів фірмової торгівлі «О Маркет» є ефективним засобом підвищення рентабельності діяльності ПрАТ «Оболонь».

### Висновки до розділу 3

Наукові підходи до підвищення рентабельності діяльності підприємства базуються на дослідженнях і теоретичних концепціях, що спрямовані на ефективне використання ресурсів і досягнення оптимальних результатів.

Хорошим способом підвищення рентабельності буде збільшення точок продажу продукції ПрАТ «Оболонь» через відкриття франшизи фірмових

магазинів «О Маркет». Оскільки ПрАТ «Оболонь» вже мають досвід з відкриття магазинів фірмової торгівлі, на основі існуючих магазинів можна створити бізнес-модель майбутніх магазинів франчайзингу «О Маркет».

Загальна сума інвестицій у відкриття магазину для франчайзі буде становити від 32290 доларів, а середньомісячний дохід 1-го магазину становитиме від 30100 доларів, що дозволить вийти в точку беззбитковості з 2-го місяця роботи, та окупити інвестиції у період до 14 місяців. Паушальний внесок становитиме 3000 доларів, роялті відсутні, але ПрАТ «Оболонь» все одно буде отримувати доходи щомісячно, оскільки вони будуть поставляти свою продукцію в ці магазини.

Собівартість продукції збільшиться на 3,06%. Чистий дохід від реалізації продукції зросте на 3,06% з тих же причин. Відповідно валовий прибуток зросте на 3,06% також. Фінансові результати від операційної діяльності зростуть на 5,19%, оскільки такі витрати, як адміністративні витрати та витрати на збут тощо, не зміняться. Інші доходи збільшаться на 100% до 111 тис. грн. через додання паушального внеску. Таким чином фінансові доходи до оподаткування збільшаться на 6,19%. Через це збільшаться витрати з податку на прибуток. Врешті решт, чистий прибуток збільшиться на 6,19%. І це тільки від продажу 1 франшизи.

Розглянемо як це вплине на показники рентабельності діяльності. З даних таблиці 3.3 та рис. 3.2., рентабельність діяльності збільшиться на 0,39 в.п. з 12,89% до 13,28%. Рентабельність продукції збільшиться на 0,79 в.п. з 24,95% до 25,70%. Рентабельність основних засобів збільшиться на 2,25 в.п. з 36,40% до 38,66%. Рентабельність оборотних коштів збільшиться на 4,74 в.п. з 76,58% до 81,32%.

Проаналізувавши отримані результати, можемо сказати, що запровадження проекту про відкриття франшизи з мережі магазинів фірмової торгівлі «О Маркет» є ефективним засобом підвищення рентабельності діяльності ПрАТ «Оболонь».

## ВИСНОВКИ

Рентабельність – це міра ефективності та прибутковості діяльності підприємства або проекту. Вона визначає, наскільки успішно підприємство використовує свої ресурси для генерації прибутку.

Не існує одного загальноприйнятого визначення поняття «рентабельність». Різні науковці трактують це поняття по-різному у своїх працях. На основі визначень цих вчених, я визначила загальне трактування поняття рентабельність: відносний показник співвідношення прибутку і витрат, виражене у відсотках. Рентабельним підприємство може бути тоді, коли прибуток підприємства є вищим за витрати.

Економічна сутність рентабельності полягає в оцінці досягнення підприємством фінансового успіху та ефективності у вигляді здатності заробляти достатній рівень прибутку від своєї діяльності. Рентабельність є одним із основних показників, що використовуються для вимірювання фінансової стійкості та витривалості підприємства.

Основна ідея рентабельності полягає у порівнянні прибутку, отриманого від діяльності підприємства, з рівнем витрат, які на неї покладаються. Вища рентабельність свідчить про те, що підприємство ефективно використовує свої ресурси та генерує достатній рівень прибутку. Зниження рентабельності може вказувати на проблеми з управлінням, неефективне використання ресурсів або конкурентні проблеми.

Фактори, що впливають на показники рентабельності діяльності підприємства, можуть бути різноманітними. Деякими основними факторами є: цінова політика, витрати на виробництво, ринкова конкуренція, ефективне управління ресурсами, обсяг продажів, витрати на працю, маркетингова стратегія, ризикові фактори та несприятливі події тощо.

Є багато інших факторів, що можуть вплинути на рентабельність діяльності підприємства, такі як інновації, фінансове та стратегічне управління, податкове та правове середовище, вартість капіталу, сезонність та циклічність

ринку, валютний курс та зміни макроекономічних показників, соціальна відповідальність підприємства, автоматизація тощо.

Оцінювання рівня рентабельності діяльності підприємства включає застосування різних методичних підходів, таких як аналіз фінансових показників, порівняльний аналіз, декомпозиція рентабельності, розрахунок показників рентабельності за функціональними групами, розрахунок інтегральних показників тощо. Ці методичні підходи можуть бути використані окремо або в поєднанні для оцінки рівня рентабельності діяльності підприємства. Комплексний аналіз даних та застосування декількох підходів дозволяють отримати більш повну інформацію про ефективність бізнесу та прийняти на цій основі управлінські рішення.

Аналіз фінансових показників є одним з основних методичних підходів до оцінювання рівня рентабельності діяльності підприємства. Цей підхід використовує фінансові показники, що відображають прибутковість та ефективність використання ресурсів підприємства. Деякі з ключових фінансових показників, які використовуються для оцінювання рентабельності, включають чистий прибуток, валовий прибуток, рентабельність активів, рентабельність власного капіталу та рентабельність оборотного капіталу.

ПрАТ «Оболонь» є одним з найбільших виробників пива в Україні. Історія компанії веде свій початок із 1974 року, коли розпочалося будівництво Київського пивзаводу № 3. Сьогодні «Оболонь» є лідером українського ринку пива, займає близько 20% ринку пива та експортує свою продукцію до більше ніж 70 країн світу.

Аналіз основних економічних показників діяльності підприємства вказує на високий рівень зносу основних засобів, що вказує на те, що підприємству слід подумати про заміну.

Перше місце в структурі основних засобів займають машини та обладнання. Друге місце займають земля та будівлі.

В структурі оборотних засобів перше місце займають запаси, друге місце займає дебіторська заборгованість за товари, роботи і послуги.

В структурі витрат перше місце займає собівартість реалізованої продукції, друге місце займають витрати на збут, а третє місце займають адміністративні витрати.

Аналіз динаміки економічних показників діяльності вказує на те, що, хоча у 2021 році показники суттєво погіршилися, у 2022 році ситуація значно покращилася. Це вказує на нестабільну ситуацію, але результати 2022 року показують позитивну тенденцію.

Аналіз показників фінансових результатів та фінансового стану вказує на значне покращення фінансового стану підприємства у 2022 році після різкого спаду у 2021 році.

Аналіз показників рентабельності вказує на загальне підвищення всіх показників у 2022 році, що вказує на те, що підприємство є рентабельним.

Наукові підходи до підвищення рентабельності діяльності підприємства базуються на дослідженнях і теоретичних концепціях, що спрямовані на ефективне використання ресурсів і досягнення оптимальних результатів.

Хорошим способом підвищення рентабельності буде збільшення точок продажу продукції ПрАТ «Оболонь» через відкриття франшизи фірмових магазинів «О Маркет». Оскільки ПрАТ «Оболонь» вже мають досвід з відкриття магазинів фірмової торгівлі, на основі існуючих магазинів можна створити бізнес-модель майбутніх магазинів франчайзингу «О Маркет».

Загальна сума інвестицій у відкриття магазину для франчайзі буде становити від 32290 доларів, а середньомісячний дохід 1-го магазину становитиме від 30100 доларів, що дозволить вийти в точку беззбитковості з 2-го місяця роботи, та окупити інвестиції у період до 14 місяців. Паушальний внесок становитиме 3000 доларів, роялті відсутні, але ПрАТ «Оболонь» все одно буде отримувати доходи щомісячно, оскільки вони будуть поставляти свою продукцію в ці магазини.

Собівартість продукції збільшиться на 3,06%. Чистий дохід від реалізації продукції зросте на 3,06% з тих же причин. Відповідно валовий прибуток зросте на 3,06% також. Фінансові результати від операційної діяльності зростуть на

5,19%, оскільки такі витрати, як адміністративні витрати та витрати на збут тощо, не зміняться. Інші доходи збільшаться на 100% до 111 тис. грн. через додання паушального внеску. Таким чином фінансові доходи до оподаткування збільшаться на 6,19%. Через це збільшаться витрати з податку на прибуток. Врешті решт, чистий прибуток збільшиться на 6,19%. І це тільки від продажу 1 франшизи.

Розглянемо як це вплине на показники рентабельності діяльності. З даних таблиці 3.3 та рис. 3.2., рентабельність діяльності збільшиться на 0,39 в.п. з 12,89% до 13,28%. Рентабельність продукції збільшиться на 0,79 в.п. з 24,95% до 25,70%. Рентабельність основних засобів збільшиться на 2,25 в.п. з 36,40% до 38,66%. Рентабельність оборотних коштів збільшиться на 4,74 в.п. з 76,58% до 81,32%.

Проаналізувавши отримані результати, можемо сказати, що запровадження проєкту про відкриття франшизи з мережі магазинів фірмової торгівлі «О Маркет» є ефективним засобом підвищення рентабельності діяльності ПрАТ «Оболонь».

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Чигріна К. О. Рентабельність підприємства та шляхи її підвищення / Чигріна К. О. // Науковий огляд. – 2015. – Том 2, № 12. – 57 с.
2. Боднарчук А. В. Удосконалення комплексного економічного аналізу власного капіталу // Боднарчук А. В. // Бізнес Інформ. – 2013. – № 3. – С. 282-285.
3. Васильців Т.Г. Економіка малого підприємництва: навч. посіб. / Т.Г. Васильців, О.І. Іляш, Н.Г. Міщенко; за ред. д-ра екон. наук Т.Г. Васильціва. – К.: Знання. 2018. – 446 с.
4. Витвицький Я.С. Економіка підприємства: навч. посіб., практикум / Я. С. Витвицький, У. Я. Витвицька, Н. О. Гавадзин, Р. Р. Зелінський; Петренко В. П., ред. - Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2016. - 306 с.
5. Гацька Л.П. Екологічне управління підприємством: навч. посіб. / Л.П. Гацька. - Ірпінь. – Видавничо-інформаційний центр Університету державної фіскальної служби України, 2017. – 181 с.
6. Гацька Л.П. Основи «зеленої» економіки: навч. посіб. / Л.П. Гацька. – Київ: Освіта України, 2019. – 271 с.
7. Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економіка підприємства : підруч. / О. О. Гетьман, В. М. Шаповал — К.: Центр навчальної літератури, 2019. — 488 с.
8. Гринчуцький В.І. Економіка підприємства : навч. посіб. / В. І. Гринчуцький – К.: Центр навчальної літератури – 2019. –304 с.
9. Економіко-математичні методи та моделі: оптимізація : навч. посібник [Електронний ресурс] / Вітлінський В. В., Терещенко Т. О., Савіна С. С. — К. : КНЕУ, 2017.- 189 с.
10. Іванілов О. С. Економіка підприємства : підручник / О. С. Іванілов. - К: ЦУЛ, 2019. - 728 с.
11. Ковальська Л.Л. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В.. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. – 620 с.

12. Кривовязюк І.В., Ковальська Л.Л. Економіка підприємства : навч. посіб. / І. В. Кривовязюк., Л.Л. Ковальська – К.: Кондор, 2020. – 700 с.
13. Кузьмин В. М. Економіка підприємства : навчальний посібник / В. М. Кузьмин. - 2-е вид, перероб. та доп. - Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2018. - 195 с.
14. Кузьмин В. М. Економіка підприємства та управлінська економіка : практикум / В. М. Кузьмин. - Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2019. - 51 с.
15. Кулик Т. П. Організація, планування і управління виробництвом : навч. посіб. / Т. П. Кулик. - Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2019. - 232 с.
16. Баліцька В. Доходи та рентабельність діяльності підприємств України: макроекономічна оцінка / В. Баліцька // Формування ринкових відносин в Україні. – 2018. - № 9. – с. 62-63.
17. Довбня С. Б. Методичні особливості показників рентабельності та розробка їх класифікації / С. Б. Довбня, О. Г. Пендик // Молодий вчений. - 2014. - № 5(1). - С. 94-97.
18. Бережницька, У. Б. Капітал підприємства: формування та використання : практикум / У. Б. Бережницька. - Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2018. - 77 с.
19. Метошоп І. М. Економіка і фінанси підприємства : практикум / І. М. Метошоп, Н. І. Ящеріцина. - Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2019. - 152 с.
20. Приходько Д. О. Маркетинг : навч. посіб. / Д. О. Приходько. Х.: ФОП Бровін О.В., 2019. – 240 с.
21. . Романченко Т.В. Економіка підприємства : навчальний посібник / уклад. : Н. В. Романченко, Т. В. Кожемякіна, К. В. Пічик ; Нац. ун-т "Києво-Могилянська академія". - Київ : [НаУКМА], 2018. – 302 с.
22. Омеляненко Т.В. Операційний менеджмент: презентаційний курс [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Т. В. Омеляненко, А. В. Осокіна. — К. : КНЕУ, 2018. — 197 с.

23. Юрченко Н.Б. Економіка підприємства : навч. посіб. / Н. Б. Юрченко, Р. С. Кравчук, І. Б. Запухляк, І. І. Василик. - Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2018. - 377 с.
24. Яркіна Н.М. Економіка підприємства : навч. посіб. / Н. М. Яркіна. – К. : Видавництво Ліра-К, 2020. – 596 с.
25. Савицька О. М. Вплив факторів розвитку інформаційної економіки на підвищення ефективності управління підприємством / О. М. Савицька, Т. П. Панасюк // Збірник наукових праць “Актуальні проблеми економіки та управління” (електронне видання), Випуск 12 (№2). – 2018.
26. Савицька О. М., Салабай В. О. Збалансована система показників : вимір ефективності управління діяльністю підприємства / Перспективні напрямки розвитку економіки, фінансів, обліку, менеджменту та права: теорія і практика – Полтава: ЦФЕНД, 2019. – Ч. 1. С. 28–30.
27. Савицька О. М., Салабай В. О. Особливості методології оцінювання ефективності та результативності в управлінні фінансово-господарською діяльністю підприємства // Сучасні підходи до управління підприємством : зб. тез доп. X Всеукр. наук.-практ. конф. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка» – 2019. – С. 152.
28. Бочкарьова Т. О., Кулинич Р. О., Пігуль Н. Г. Показники рентабельності підприємств різних галузей України та шляхи підвищення їх рівня // Економіка і суспільство. – 2017. - № 10. – 191 с.
29. Ярославський А. О. Економічна ефективність діяльності підприємства: теоретичний аспект / А. О. Ярославський. // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2018. – №12. – С. 174–177.
30. Непочатенко О. О. Фінанси підприємств : [підруч. для студ. вищ. навч. закл.] / О. О. Непочатенко, Н. Ю. Мельничук. – 2-е вид., розшир. та доповн. – Київ : Центр учбової літератури, 2019. – 504 с.
31. Романова Т.В. Чинники, що впливають на збільшення прибутку підприємств України в сучасних умовах / Даровський Є.О.// Ефективна економіка, 2018.

32. Шандова Н. В. Економіка підприємства : навч. посіб. / Н. В. Шандова. – Херсон : ФОП Вишемирський В. С., 2021. 336 с.
33. Сучасні проблеми економіки підприємства: собівартість продукції та управління витратами : навч. посіб. для студентів спец. 051 - "Економіка підприємства" – Харків : Друкарня Мадрид, 2019. 111 с.
34. Павленко О. П. Підприємство: економіка і фінанси : навч. посіб. для здобувачів вищ. освіти за спец. "Менеджмент", "Публічне управління та адміністрування" – Одеса : ТЕС, 2019. 212 с.
35. Курс мікроекономіки : навч. посіб. для студентів спец. "Економіка", "Облік і оподаткування", Менеджмент", "Маркетинг", "Підприємство, торгівля та біржова діяльність" / [Ф. В. Абрамов та ін.] ; за ред. проф. Архіреєва С. І. ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : Вид-во Іванченка І. С., 2019. 155 с.
36. Економічна теорія : підручник / [В. П. Якобчук та ін. ; під заг. ред. В. П. Якобчук] ; Житомир. нац. агроєкол. ун-т. – Київ : Ліра-К, 2020. 449 с.
37. Богацька Н.М., Кузьменко М.М. Прибуток підприємства як рушійна сила функціонування ринкової економіки. Вісник ХНУ. 2.2018. Хмельницький, 2018. С.102-105.
38. Непочатенко О., Нестерчук Ю., Соколюк. С. Теорія економічного аналізу: книга. Київ: ЦНЛ, 2019. 272 с. 63.
39. Вумек Джеймс, Джонс Деніел. Ощадливе виробництво: книга. Харків: Фабула, 2018. 448 с.
40. Бандурака О.М. Економіка підприємства: навчальний посібник / О. М. Бандурка, Є. В. Ковальов, М. А. Садиков, О. С. Маковоз; за заг. ред. О. М. Бандурки. – Харків: ХНУВС. – 2017. – 192 с.
41. Атаманенко О. А. Методичні підходи щодо підвищення прибутковості підприємства / Атаманенко О. А., Воронкова Т. Є. // Наукові розробки молоді на сучасному етапі – 2018. – 25 с.

42. Жадько К. С. Теоретико-методичні підходи до формування прибутку підприємства і шляхів його збільшення / К. С. Жадько, В. С. Котенко // Молодий вчений. - 2016. - № 10. - С. 373-376.
43. Пушкар І. В., Гнідкова А. В. Методичні підходи до аналізу фінансових результатів підприємства // Актуальні підходи розвитку сучасної науки та освіти – частина І – 2021. – 64 с.
44. Сухорукова О. С., Пристемський О. С. Методичні підходи до оцінки ефективності виробництва у діяльності аграрних підприємств // Актуальні аспекти розвитку підприємств аграрної сфери: аудит та оподаткування – 2018. – 317 с.
45. Кутова Н. Г., Захаренко Є. М. Теоретико-методичні підходи щодо підвищення прибутковості підприємства // Modern research in world of science – 2022. – 1596 с.
46. Коваленко А. Ю. Теоретико-методичні підходи до визначення сутності прибутковості як економічної категорії / А. Ю. Коваленко // Сучасний менеджмент: проблеми теорії та практики – Кривий Ріг, 2021. – С. 135–136.
47. Єпіфанова І.Ю. Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності / І.Ю. Єпіфанова, В.С. Гуменюк // Економічка і суспільство. – 2016. – № 3. – С. 189–192.
48. Дячек С. М., Педченко Н. С. Розвиток методичних підходів до оцінки рівня фінансової безпеки банківської системи України // Економіка, управління та адміністрування. – 2020. – 133 с.
49. Яркіна Н.М. Економіка підприємства : навч. посіб. / Н. М. Яркіна. – Вид. 2-ге перероб. і доп. – К. : Видавництво Ліра-К, 2017. – 600 с.
50. Офіційний веб-сайт ПрАТ «Оболонь» [Електронний ресурс]. – URL: <https://obolon.ua/ua>

## ДОДАТКИ

## Додаток А

## Консолідований баланс

### (Звіт про фінансовий стан) на 31 грудня 2022 р.

		Дата (рік, місяць, число)	КОДИ
Підприємство	ПрАТ "Оболонь"	за ЄДРПОУ	2023   04   05
Територія	Київська	за КОАТУУ	05391057
Організаційно-правова форма господарювання	Акціонерне товариство	за КОПФГ	8038000000
Вид економічної діяльності		за КВЕД	11.05; 11.01; 11.06
Середня кількість працівників <sup>1</sup>			
Адреса, телефон	м. Київ, вул. Богатирська, 3		
Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знаку (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)			
Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):			
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку			<input type="checkbox"/>
за міжнародними стандартами фінансової звітності			<input checked="" type="checkbox"/>

Форма № 1 Код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Необоротні активи</b>			
Нематеріальні активи	1000	4 245	3 523
первісна вартість	1001	44 059	44 066
накопичена амортизація	1002	(39 814)	(40 543)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	63 759	109 875
Основні засоби	1010	4 067 871	3 814 672
первісна вартість	1011	12 043 666	12 120 790
знос	1012	(7 975 795)	(8 306 118)
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	18 747	18 773
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Інші необоротні активи	1090	14	14
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>4 154 636</b>	<b>3 946 857</b>
<b>II. Оборотні активи</b>			
Заласи	1100	1 040 911	1 134 000
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	417 089	580 193
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	52 838	157 790
з бюджетом	1135	72 919	64 943
у тому числі з податку на прибуток	1136	3 350	-
інша поточна дебіторська заборгованість	1155	13 978	9 311
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	29 122	152 794
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Інші оборотні активи	1190	11 950	9 308
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>1 638 807</b>	<b>2 108 339</b>
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	<b>1200</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Баланс</b>	<b>1300</b>	<b>5 793 443</b>	<b>6 055 196</b>

Капітал та зобов'язання	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
<b>I. Власний капітал</b>			
Зареєстрований капітал	1400	73 144	73 144
Капітал у дооцінках	1405	2 293 845	2 150 864
Додатковий капітал	1410	695	8 353
Емісійний дохід	1411	8 353	8 353
Накопичені курсові різниці	1412	(7 658)	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	188 568	1 446 230
Вилучений капітал	1430	(13 580)	(13 580)
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>2 542 672</b>	<b>3 665 011</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	388 485	423 886
Довгострокові кредити банків	1510	677 838	562 519
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	-
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1595</b>	<b>1 066 323</b>	<b>986 405</b>
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>			
Короткострокові кредити банків	1600	868 793	228 627
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	116 751	92 696
товари, роботи, послуги	1615	794 275	475 713
розрахунками з бюджетом	1620	131 216	189 871
у тому числі з податку на прибуток	1621	258	84 378
розрахунками зі страхування	1625	5 316	5 020
розрахунками з оплати праці	1630	22 719	140 898
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	175 676	154 925
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	1 876	-
Поточні забезпечення	1660	36 950	85 257
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	30 876	30 773
<b>Усього за розділом III</b>	<b>1695</b>	<b>2 184 448</b>	<b>1 403 780</b>
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	<b>1700</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Баланс</b>	<b>1900</b>	<b>5 793 443</b>	<b>6 055 196</b>

## Додаток Б

Консолідований звіт про фінансові результати  
(Звіт про сукупний дохід) за 2022 рік

Підприємство	ПрАТ "Оболонь" (найменування)	Дата (рік, місяць, число) за ЄДРПОУ	КОДИ		
			2023	04	05
			05391057		
		Форма № 2	Код за ДКУД	1801003	

## I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	8 649 174	5 986 592
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(5 751 536)	(4 812 733)
<b>Валовий:</b>			
прибуток	2090	2 897 638	1 173 859
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	19 467	63 500
Адміністративні витрати	2130	(470 629)	(423 695)
Витрати на збут	2150	(684 010)	(790 218)
Інші операційні витрати	2180	(53 606)	(18 439)
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності:</b>			
Прибуток	2190	1 708 860	5 007
збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	15 956	174
Інші доходи	2240	-	32 680
Фінансові витрати	2250	(128 689)	(188 451)
Втрати (доходи) від участі в капіталі	2255	(10 819)	-
Інші витрати	2270	(150 513)	-
<b>Фінансовий результат до оподаткування:</b>			
прибуток	2290	1 434 795	
збиток	2295		(150 590)
Дохід (Витрати) з податку на прибуток	2300	(320 114)	19 769
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
<b>Чистий фінансовий результат:</b>			
прибуток	2350	1 114 681	
збиток	2355		(130 821)

## II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	4 436	(503)
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	3 222	-
<b>Інший сукупний дохід до оподаткування</b>	<b>2450</b>	<b>7 658</b>	<b>(503)</b>
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
<b>Інший сукупний дохід після оподаткування</b>	<b>2460</b>	<b>7 658</b>	<b>(503)</b>
<b>Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)</b>	<b>2465</b>	<b>1 122 339</b>	<b>(131 324)</b>

## III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	3 617 382	3 389 517
Витрати на оплату праці	2505	953 060	728 365
Відрахування на соціальні заходи	2510	182 848	154 432
Амортизація	2515	383 029	402 242
Інші операційні витрати	2520	1 482 506	1 382 934
<b>Разом</b>	<b>2550</b>	<b>6 518 826</b>	<b>6 057 490</b>

## IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	325 127	325 127
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	325 127	325 127
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	3,4284	(0,4024)
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	3,4284	(0,4024)
Дивіденди на одну просту акцію, грн.	2650	-	-

## Додаток В

Середня кількість працівників: 3157

Адреса, телефон: 04212 Київ, Богатирська, 3, (044) 412-84-10

Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):

за національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

v

**Консолідований баланс  
(Звіт про фінансовий стан)**

на 31.12.2021 р.

Форма №1-к

Код за ДКУД 1801007

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Необоротні активи</b>			
Нематеріальні активи	1000	4 686	4 245
первісна вартість	1001	43 969	44 059
накопичена амортизація	1002	( 39 283 )	( 39 814 )
Незавершені капітальні інвестиції	1005	11 272	63 759
Основні засоби	1010	4 352 291	4 067 871
первісна вартість	1011	12 080 275	12 043 666
знос	1012	( 7 727 984 )	( 7 975 795 )
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	18 542	18 747
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
Гудвіл	1050	0	0
Гудвіл при консолідації	1055	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	14	14
Усього за розділом I	1095	4 386 805	4 154 636
<b>II. Оборотні активи</b>			
Запаси	1100	1 015 849	1 040 911
Виробничі запаси	1101	0	0
Незавершене виробництво	1102	0	0
Готова продукція	1103	0	0
Товари	1104	0	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестраховання	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	272 112	417 089
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	101 840	52 838
з бюджетом	1135	69 326	72 919
у тому числі з податку на прибуток	1136	4 233	3 350
з нарахованих доходів	1140	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	20 095	13 978
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	17 048	29 122

Готівка	1166	0	0
Рахунки в банках	1167	0	0
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	5 983	11 950
Усього за розділом II	1195	1 502 253	1 638 807
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	5 889 058	5 793 443

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
I	2	3	4
<b>I. Власний капітал</b>			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	73 144	73 144
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	2 445 387	2 293 845
Додатковий капітал	1410	1 198	695
Емісійний дохід	1411	8 353	8 353
Накопичені курсові різниці	1412	-7 155	-7 658
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	167 847	188 568
Неоплачений капітал	1425	( 0 )	( 0 )
Вилучений капітал	1430	( 13 580 )	( 13 580 )
Інші резерви	1435	0	0
Неконтрольована частка	1490	0	0
Усього за розділом I	1495	2 673 996	2 542 672
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	410 551	388 485
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	609 731	677 838

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	1530	0	0
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0
інші страхові резерви	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	1 020 282	1 066 323
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>			
Короткострокові кредити банків	1600	394 848	868 793
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	661 136	116 751
товари, роботи, послуги	1615	709 905	794 275
розрахунками з бюджетом	1620	102 148	131 216
у тому числі з податку на прибуток	1621	414	258
розрахунками зі страхування	1625	4 980	5 316
розрахунками з оплати праці	1630	80 097	22 719
одержаними авансами	1635	183 041	175 676
розрахунками з учасниками	1640	1 876	1 876
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	33 497	36 950
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	23 252	30 876
Усього за розділом III	1695	2 194 780	2 184 448
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>			
Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0

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	1530	0	0
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0
інші страхові резерви	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	1 020 282	1 066 323
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	394 848	868 793
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	661 136	116 751
товари, роботи, послуги	1615	709 905	794 275
розрахунками з бюджетом	1620	102 148	131 216
у тому числі з податку на прибуток	1621	414	258
розрахунками зі страхування	1625	4 980	5 316
розрахунками з оплати праці	1630	80 097	22 719
одержаними авансами	1635	183 041	175 676
розрахунками з учасниками	1640	1 876	1 876
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	33 497	36 950
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	23 252	30 876
Усього за розділом III	1695	2 194 780	2 184 448
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	5 889 058	5 793 443

## Додаток Г

Консолідований звіт про фінансові результати  
(Звіт про сукупний дохід)за 2021 рік  
Форма №2-к

## I. Фінансові результати

Код за ДКУД 1801008

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	5 986 592	5 549 706
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховування	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	( 4 877 463 )	( 4 070 109 )
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	( 0 )	( 0 )
<b>Валовий:</b>			
прибуток	2090	1 109 129	1 479 597
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	128 230	72 812
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
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	( 423 695 )	( 361 150 )
Витрати на збут	2150	( 790 218 )	( 728 729 )
Інші операційні витрати	2180	( 18 439 )	( 5 311 )
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності:</b>			
прибуток	2190	5 007	457 219
збиток	2195	( 0 )	( 0 )
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	174	338 280
Інші доходи	2240	32 680	-238 394
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	( 188 451 )	( 246 351 )
Втрати від участі в капіталі	2255	( 0 )	( 1 618 )
Інші витрати	2270	( 0 )	( -15 776 )
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
<b>Фінансовий результат до оподаткування:</b>			
прибуток	2290	0	324 912
збиток	2295	( 150 590 )	( 0 )
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	19 769	13 702
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
<b>Чистий фінансовий результат:</b>			
прибуток	2350	0	338 614
збиток	2355	( 130 821 )	( 0 )

**Додаток Д**  
**Консолідований баланс**  
**(Звіт про фінансовий стан)**  
на 31.12.2020 р.  
Форма №1-к

			Код за ДКУД	1801007
Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	
1	2	3	4	
<b>I. Необоротні активи</b>				
Нематеріальні активи	1000	6 026	4 686	
первісна вартість	1001	43 963	43 969	
накопичена амортизація	1002	( 37 937 )	( 39 283 )	
Незавершені капітальні інвестиції	1005	18 141	11 272	
Основні засоби	1010	4 611 402	4 352 291	
первісна вартість	1011	12 003 847	12 080 275	
знос	1012	( 7 392 445 )	( 7 727 984 )	
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	57 581	18 542	
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	14	14	
Відстрочені податкові активи	1045	0	0	
Гудвіл	1050	0	0	
Гудвіл при консолідації	1055	0	0	
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	
Інші необоротні активи	1090	0	0	
Усього за розділом I	1095	4 693 164	4 386 805	
<b>II. Оборотні активи</b>				
Запаси	1100	753 270	1 015 849	
Виробничі запаси	1101	559 903	824 163	
Незавершене виробництво	1102	67 739	73 543	
Готова продукція	1103	72 341	84 609	
Товари	1104	53 287	33 534	
Поточні біологічні активи	1110	0	0	
Депозити перестрахування	1115	0	0	
Векселі одержані	1120	0	0	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	260 966	272 112	
Дебіторська заборгованість за розрахунками:				
за виданими авансами	1130	44 300	101 840	
з бюджетом	1135	51 330	69 326	
у тому числі з податку на прибуток	1136	4 813	4 233	
з нарахованих доходів	1140	0	0	
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	18 911	20 095	
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	
Гроші та їх еквіваленти	1165	16 228	17 048	
Готівка	1166	0	0	
Рахунки в банках	1167	0	0	
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0	
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	
у тому числі в:				
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0	
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	
резервах незароблених премій	1183	0	0	
інших страхових резервах	1184	0	0	
Інші оборотні активи	1190	18 927	5 983	
Усього за розділом II	1195	1 163 932	1 502 253	
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>				
Баланс	1300	5 857 096	5 889 058	

Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом I	1095	4 693 164	4 386 805
<b>II. Оборотні активи</b>			
Запаси	1100	753 270	1 015 849
Виробничі запаси	1101	559 903	824 163
Незавершене виробництво	1102	67 739	73 543
Готова продукція	1103	72 341	84 609
Товари	1104	53 287	33 534
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестраховування	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	260 966	272 112
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	44 300	101 840
з бюджетом	1135	51 330	69 326
у тому числі з податку на прибуток	1136	4 813	4 233
з нарахованих доходів	1140	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	18 911	20 095
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	16 228	17 048
Готівка	1166	0	0
Рахунки в банках	1167	0	0
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	18 927	5 983
Усього за розділом II	1195	1 163 932	1 502 253
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>			
Баланс	1300	5 857 096	5 889 058

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Власний капітал</b>			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	73 144	73 144
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	2 603 868	2 445 387
Додатковий капітал	1410	1 916	1 198
Емісійний дохід	1411	8 353	8 353
Накопичені курсові різниці	1412	-6 437	-7 155
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-329 248	167 847
Неоплачений капітал	1425	( 0 )	( 0 )
Вилучений капітал	1430	( 13 580 )	( 13 580 )
Інші резерви	1435	0	0

Неконтрольована частка	1490	0	0
Усього за розділом I	1495	2 336 100	2 673 996
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	426 702	410 551
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	180 402	609 731
Інші довгострокові зобов'язання	1515	260 062	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	1530	0	0
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0
інші страхові резерви	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	867 166	1 020 282
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>			
Короткострокові кредити банків	1600	255 933	394 848
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	1 139 546	661 136
товари, роботи, послуги	1615	909 794	709 905
розрахунками з бюджетом	1620	104 445	102 148
у тому числі з податку на прибуток	1621	164	414
розрахунками зі страхування	1625	6 382	4 980
розрахунками з оплати праці	1630	57 270	80 097
одержаними авансами	1635	120 483	183 041
розрахунками з учасниками	1640	1 876	1 876
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	13 639	33 497
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	44 462	23 252
Усього за розділом III	1695	2 653 830	2 194 780
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>			
Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	5 857 096	5 889 058

## Додаток Е

Консолідований звіт про фінансові результати  
(Звіт про сукупний дохід)за 2020 рік  
Форма №2-к

## I. Фінансові результати

			Код за ДКУД	1801008
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року	
1	2	3	4	
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	5 549 706	5 466 148	
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0	
Премії підписані, валова сума	2011	0	0	
Премії, передані у перестраховування	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	( 4 070 109 )	( 4 277 833 )	
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	( 0 )	( 0 )	
<b>Валовий:</b>				
прибуток	2090	1 479 597	1 188 315	
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	74 094	50 572	
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	
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	0	
Адміністративні витрати	2130	( 361 150 )	( 337 100 )	
Витрати на збут	2150	( 719 636 )	( 661 989 )	
Інші операційні витрати	2180	( 6 593 )	( 20 110 )	
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0	
Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0	
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності:</b>				
прибуток	2190	466 312	219 688	
збиток	2195	( 0 )	( 0 )	
Дохід від участі в капіталі	2200	0	39 058	
Інші фінансові доходи	2220	338 280	280	
Інші доходи	2240	15 776	-1 418	
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0	
Фінансові витрати	2250	( 255 444 )	( 329 215 )	
Втрати від участі в капіталі	2255	( 1 618 )	( 0 )	
Інші витрати	2270	( 238 394 )	( -216 198 )	
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0	
<b>Фінансовий результат до оподаткування:</b>				
прибуток	2290	324 912	144 591	
збиток	2295	( 0 )	( 0 )	
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	13 702	113 042	
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0	
<b>Чистий фінансовий результат:</b>				
прибуток	2350	338 614	257 633	
збиток	2355	( 0 )	( 0 )	