

ЗМІСТ

	С.
Вступ.....	4
1 Теоретичні основи управління збутовою діяльністю підприємства	6
1 Сутність, цілі та методи організації збутової діяльності	6
1.2 Управління збутовою діяльністю.....	11
1.3 Методи оцінки ефективності збутової діяльності	18
2 Аналіз господарської діяльності ПрАТ «Кременчуцька трикотажна фабрика»	22
2.1 Загальна характеристика підприємства.....	22
2.2 Аналіз господарської діяльності підприємства.....	23
2.2.1 Аналіз обсягу реалізації продукції	24
2.2.2 Аналіз трудових ресурсів підприємства.....	25
2.2.3 Аналіз активів підприємства, стану та ефективності використання основних і оборотних засобів.....	31
2.2.4 Аналіз операційних витрат.....	38
2.2.5 Аналіз собівартості, доходу і прибутку	40
2.2.6 Аналіз фінансового стану.....	42
2.2.7 Аналіз збутової діяльності.....	50
3 Обґрунтування управлінських рішень у сфері збутової діяльності ..	51
3.1 Пропозиції щодо зміни в структурі асортименту	51
3.2 Удосконалення організаційної структури підприємства	55
3.3 Планування представницьких витрат та заходи щодо нематеріального стимулювання споживачів	56
3.4 Рекомендації щодо вибору каналів збуту.....	59
Висновки.....	62
Перелік джерел посилання.....	65
Додаток А Фінансова звітність за 2022 рік	72
Додаток Б Фінансова звітність за 2023 рік	79

ВСТУП

Актуальним для підприємств є вирішення проблем, що стосуються системи управління збутовою діяльністю, оскільки існує необхідність її пристосування до потенційних вимог ринку, які ростуть надзвичайно швидко. Важливими у визначенні результатів фінансово-господарської діяльності підприємства є обсяги реалізації продукції. Від їх збуту залежить розмір доходів і прибутку.

Збутова діяльність містить як маркетинговий (дослідження ринку, аналіз кон'юнктури, визначення обсягів збуту, вибір та управління каналами розподілу), так і логістичний аспекти (транспортування, складування, управління запасами, обслуговування замовлень). Здійснюється з метою досягнення економічних результатів від реалізації продукції споживачам та формування позитивного іміджу підприємства на ринку.

Щоб досягти ефективності в процесі управління збутовою діяльністю підприємства, необхідно створити таку систему управління, яка б реалізовувала цілі та стратегії збуту, орієнтовані на потреби кінцевого споживача.

Збутова діяльність промислових підприємств займає провідне місце в системі управління, зокрема має мету, підпорядковану управлінню стратегічним розвитком підприємства, спрямовану на формування системи забезпечення, врахування галузевих особливостей, проблем внутрішнього та зовнішнього характеру. Використання науково обґрунтованих підходів до управління збутовою діяльністю промислових підприємств дозволить керівникам приймати ефективні дієві рішення.

Теоретичним та практичним аспектам удосконалення збутової діяльності промислових підприємств присвячено багато уваги у наукових працях Амеліна І.В., Дмитренко О.І, Залозна Ю.С., Козуб В.О., С. О. Тульчинська, Ю. Е. Лебедєва Ю. Е. Уварова А.Є. Шереметинська, та ін.

Одним із основних чинників для досягнення мети підприємства є ефективне управління збутовою діяльністю. Збутова діяльність має бути

обов'язково ефективною та орієнтованою на ринкові потреби. Це обумовлює актуальність теми даної кваліфікаційної роботи ступеня бакалавра, її мету та коло вирішених завдань.

Мета – теоретичне обґрунтування та розробка управлінських рішень щодо підвищення ефективності збутової діяльності підприємства.

Для досягнення поставленої мети в кваліфікаційній роботі поставлені та вирішені такі завдання:

- дослідити наукові погляди на зміст поняття «збутова діяльність», його сутність, цілі та методи організації збутової діяльності на підприємстві, розглянути теоретичні аспекти управління збутовою діяльністю та методи оцінки ефективності;

- виконати комплексний аналіз основних показників господарської діяльності підприємства та виявити основні проблеми в управлінні збутовою діяльністю;

- обґрунтувати управлінські рішення у сфері збутової діяльності підприємства.

Об'єкт розроблення – процес управління збутовою діяльністю підприємства.

Предметом розроблення є теоретичні, методичні та практичні підходи до підвищення ефективності управління збутовою діяльністю промислового підприємства.

Для вирішення поставлених завдань у роботі використані такі методи: теоретичного узагальнення та систематизації, кількісного та якісного аналізу, порівняння, групування, графічний, табличний, абсолютних різниць.

Практичне значення одержаних результатів для ПрАТ «Кременчуцька трикотажна фабрика» полягає в можливості впровадження запропонованих управлінських рішень для підвищення ефективності збутової діяльності.

Також запропоновані в роботі управлінські рішення можуть бути використані у практичній діяльності підприємств легкої промисловості.

1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Сутність, цілі та методи організації збутової діяльності

Завершальною стадією всієї виробничо-комерційної діяльності підприємств є збут продукції підприємства.

Суть збутової діяльності, в узагальненому розумінні, полягає в тому, що це процес просування готової продукції на ринок з метою отримання максимального прибутку.

Автор праці [1] пропонує таке визначення збутової діяльності «це цілісний процес, який охоплює:

- планування обсягу реалізації товарів із урахуванням прибутку, що очікується;
- пошук і обрання найкращого партнера – постачальника (покупця);
- проведення торгів, включаючи встановлення ціни відповідно до якості товару та інтенсивності попиту;
- виявлення й активне використання факторів, здатних прискорити збут продукції та збільшити прибуток від реалізації».

У зв'язку з великою кількістю формулювань терміна «збутова діяльність підприємства», Залознова Ю.С. систематизувала їх за 6 класифікаційними ознаками і представила в роботі [2, с.11]:

- «1. Процес організації торгової діяльності.
2. Система організації продажу товару, його доставка споживачу та після продажне обслуговування.
3. Дистрибуція (процеси організації оптимального руху продукції за ефективними каналами розподілу).
4. Процес маркетингової діяльності.
5. Система формування попиту, стимулювання збуту та організації товарного обміну.

6. Вид організаційно-економічної діяльності, спрямованої на підвищення ефективності реалізації продукції».

Балабанова Л.В вважає, що «основними елементами збутової діяльності є:

- зберігання, доробка, упаковка, складська переробка продукції;
- виконання транспортних операцій, надання послуг з її доставки;
- укладання договорів зі споживачами та безпосередній контакт із покупцем у вигляді дій із фізичної передачі товару, оформлення замовлень, організації платіжно-розрахункових операцій і власне продаж, який завершує процес збуту товару [3]».

С. О. Тульчинська і Ю. Е. Лебедева Ю. Е. запропонували таку класифікацію методів збуту [4]:

- прямиий – виробник продукції постачає її споживачеві самостійно з використанням створеної власної мережі збуту, не вдаючись до послуг посередників;
- опосередкований – до збуту продукції виробника залучаються незалежні посередники;
- комбінований (змішаний) передбачає спільну участь у збуті виробника і посередника.

Такі форми збуту продукції підприємства в своїй роботі [5] пропонують Амеліна І.В. і Дмитренко О.І.

Традиційні форми збуту:

- індивідуальне обслуговування покупців;
- самообслуговування;
- продаж за зразками;
- продаж товарів з відкритою викладкою .

Активні форми збуту:

- торгівлю за попередніми замовленнями;
- телезбут;
- директ-мейл;
- особистий продаж.

Індивідуальне обслуговування передбачає те, що покупці самостійно або з допомогою продавця знайомляться з асортиментом і обирають товар, а потім продавець упаковує і здійснює розрахунок.

При самообслуговуванні покупець самостійно обирає товар, а оплату здійснює у вузлах розрахунку, де працює контролер-касир.

Зразки товарів є у вільному доступі. Інформація про товар (найменування, артикул, сорт і ціна) вказано на ярликах, які прикріплені на зразках. Покупець, обирає товар і отримує покупку із запасу аналогічних товарів

При продажі товарів з відкритою викладкою товари викладаються за видами і цінами в зоні обслуговування продавця, де покупці вільно оглядають і обирають товар [6].

Сутність торгівлі за попередніми замовленнями передбачає, що покупці замовивши товар з того, що є у продажу отримують його в зручний для них час і місці (в магазині, удома або за місцем роботи). Замовлення приймаються при відвідуванні магазину, по телефону, поштою. Форма оплати: при отриманні товару, у формі передоплати або шляхом поштового переказу.

Телезбут (через Internet). Покупець, після того, як побачив телерекламу або ознайомився з каталогом, надісланим електронною поштою замовляє товар. Потім за адресою продавця надсилає документ, який підтверджує оплату товарів, і очікує доставку товарів поштою.

Директ-мейл: продавець надсилає звертання споживачеві, покупець замовляє необхідні товари й отримує їх поштою [7].

При особистому продажі вивчаються потенційні покупці, і здійснюється зустріч на якій демонструється товар.

Підприємства, що орієнтуються на маркетинг, значну увагу повинні приділяти організації товарного руху від виробника продукції до споживача. Комерційний успіх підприємства багато в чому визначається тим, як вдало вибрані канали реалізації виготовлених товарів, форми і методи збуту або чи достатнім є асортимент і рівень якості наданих підприємством послуг, що

супроводжують продаж продукції. Тому в цій галузі маркетинг має виключно велике значення [8].

Гарматюк О.В. в статті [9] наводить такі маркетингові системи збуту:

- горизонтальні;
- вертикальні (корпоративні, договірні і непрямого впливу);
- багатоканальні.

При горизонтальній маркетинговій системі дві або більше не залежних компанії одного рівня, об'єднавши свої капітали, виробничі потужності та маркетингові ресурси, можуть більше зробити для підвищення ефективності збуту.

Зараз перевага надається організації вертикальних маркетингових систем і створенню інтегрованих ланцюгів, тому що у них є можливість контролювати діяльність каналу розподілу і запобігати конфліктам між його членами, які мають власні цілі.

На базі збутового потенціалу і цілей збуту підприємства формується збутова політика.

Гамалій В.Ф., Романчук С.А. і Фабрика І.В. пропонують таке визначення збутового потенціалу «сукупність інформаційних, матеріальних, маркетингових, управлінських і комунікативних ресурсів і можливостей збуту, що забезпечують готовність і здатність підприємства здійснювати вивід товару на ринок, його реалізацію при постійному вдосконалюванні технології збуту, інновації продуктового ряду з урахуванням факторів маркетингового середовища» [10].

«Збутова політика – це сукупність взаємозв'язаних елементів збутової діяльності, спрямованих на задоволення потреб споживачів шляхом оптимального використання збутового потенціалу підприємства і забезпечення на цій основі ефективності продажу» [11].

Завдання збутової політики:

- формування каналів збуту;
- керування каналами розподілу;
- рішення про маркетингову логістику.

Основними функціями збутової політики є:

- визначення частки обороту або частки ринку;
- визначення ступеня розподілу;
- оцінка витрат на розподіл;
- формування іміджу каналу збуту.

Автори праці [11] підкреслюють, що цілі підприємства в залежності від способу вираження, можуть бути:

- кількісні;
- якісні (якість обслуговування).

Цілі поділяються на :

- обов'язкові (без них не можна вважати прийнятним жодне з рішень);
- бажані (їх досягнення впливає на ефективність рішення);
- ймовірні (досягнення їх і двох попередніх, створює умови запобігання проблем).

Також цілі бувають:

- економічні (вони спрямовані на отримання максимального прибутку);
- розвитку.

Гамалій В.Ф. і Романчук С.А. пропонують розглядати цілі розвитку «як над системні й внутрісистемні цілі служби збуту. Надсистемні цілі розвитку збуту пов'язані з інтеграцією та диверсифікованістю діяльності, з розвитком ринків збуту й освоєнням нових. Внутрісистемні цілі служби збуту спрямовані на підвищення кваліфікації працівників збуту, впровадження інформаційних технологій, прогресивних форм і методів продажу, стимулювання збуту» [10].

Основні напрямки збутової політики [11с.144]:

- вибір каналів збуту;
- транспортування продукції від виробника до споживача;
- доробка продукції – підбір, комплектування та ін.;
- збереження продукції – створення і підтримка необхідних її запасів;
- контакти зі споживачами (оформлення замовлень, організація платіжно-розрахункових операцій, юридичне оформлення продажу товару та ін.).

Підприємство здійснює рух товарів за допомогою каналів розподілу (збуту). Канал розподілу – це система, що забезпечує доставку товару до місць продажу, або шлях, яким рухаються товари від виробника до споживача.

А.І Яковлева [12] пропонує класифікацію видів збуту за двома ознаками:

1. Організація системи збуту:

- прямиий (реалізація продукції конкретному споживачеві);
- непрямиий (використання незалежного посередника).

2. Кількість посередників:

- інтенсивний (багато оптових і роздрібних посередників;
- селективний – обмеження числа посередників;
- ексклюзивний - одиничне число посередників

Основні функції каналів розподілу: транспортування, збереження, «подрібнювання», комплектування, встановлення контакту, створення інформаційних зв'язків, прийняття частини ризику.

Стимулювання збуту – маркетингова діяльність, що стимулює покупки споживачів і ефективність дилерів, шляхом проведення виставок, публічних демонстрацій.

Основними прийомами є: мерчандайзинг – спеціальне оформлення місця продажу; покупка з подарунком; покупка зі знижкою за купонами; змагання, розіграші, лотереї, конкурси; дегустація товару тощо.

1.2 Управління збутовою діяльністю

Науковці В.В.Сисоєв, Т.В.Сақун в статті [13] наводять точки зору різних вчених на визначення поняття «управління збутовою діяльністю» (таблиця 1.1)

Для підтримки належного потенціалу підприємства йому необхідно мати систему збутової діяльності, яка відповідає сучасним вимогам ринкової економіки. Цьому сприяють ряд факторів класифікація яких наведена у таблиці 1.2.

Таблиця 1.1 – Основні визначення поняття «управління збутовою діяльністю» [13]

Автор, джерело	Зміст	Підхід
Терент'єва Н. В. [14]	... передбачає розробку, планування, координацію, організацію та контроль відповідних заходів, ключових показників ефективності та масштабів просування продукції на ринку з метою налагодження перспективних довготривалих стосунків з бізнес-партнерами в рамках стратегічного партнерства	організаційно управлінський
Шпилик С. В. [15]	... орієнтована на досягнення завдань організації управлінська діяльність, пов'язана з формуванням попиту на товари й послуги виробника, їх реалізацією за допомогою інтенсифікації цього попиту	маркетинговий
Комеліна О. В., Гаманко Р. С. [16]	... як інтегрований процес управління ресурсними та інформаційними потоками, що забезпечує синхронізацію бізнес-процесів та моделі управління та її складників (планування, організації, мотивації і контролю)	логістичний
Петриняк У.Я. [17]	... інструмент для досягнення поставлених збутових цілей і стратегій або завдань збутової політики	маркетинговий
Балабанова Л. В., Митрохіна Ю. П. [18]	... означає створення системи товароруку, яка забезпечує доставку продукції до місця продажу (споживання) в точно визначений час, з максимально високим рівнем обслуговування покупців, тобто управлінська діяльність з планування, контролю за фізичним переміщенням продукції від місця її виробництва до місць продажу з метою задоволення потреб споживачів і з вигодою для виробника	логістичний
Трушкіна Н. В. [19]	... безперервний системний замкнутий процес, що здійснюється через реалізацію всього переліку функцій управління (прогнозування, планування, організація, облік, контроль, аналіз та регулювання) процедурами відвантаження ... продукції різним категоріям споживачів	логістичний

На думку Гринько Т.В. і Гвініашвілі Т.З. для удосконалення збутової діяльності на підприємстві необхідно розробити ефективну стратегію та тактику продажів, які передбачають визначення цільових ринків, розуміння потреб і переваг клієнтів, розробку позиціонування продукту.

Формування стратегії передбачає вибір стратегічної альтернативи на основі попереднього стратегічного аналізу ринку. Підприємствам необхідно постійно оцінювати та удосконалювати свої стратегії та тактики продажів [23].

Таблиця 1.2 - Класифікація факторів впливу на систему управління збутовою діяльністю підприємства [20, 21, 22]

Класифікаційна ознака	Фактори впливу
1 За призначенням	Економічні, політичні, ринкові, інноваційні, соціально-культурні
2 За рівнем стабільності	Постійні, тимчасові
3 За середовищем впливу (сферою дії)	Внутрішні, зовнішні
4 За ступенем впливу на покупця	Релевантні, не релевантні
5 За рівнем впливу	Загальнодержавні, регіональні, галузеві, внутрішньовиробничі
6 За прогнозованістю	Прогнозовані, не прогнозовані
7 За характером впливу	Безпечні, шкідливі, небезпечні, критичні
8 За рівнем сформованості	Діючі, потенційні
9 За ступенем керованості	Керовані, некеровані

Терентьєва Н.В. пропонує рішення, що приймаються у сфері збутової політики виділити в такі основні напрями її реалізації [24]:

- розробка та впровадження стратегії розподілу - передбачає вибір типу каналу розподілу (маркетингової збутової системи), визначення ступеня інтенсивності розподілу та структури каналу розподілу, а отже, прийняття політичних рішень в області співпраці з посередниками та управління взаємовідносинами в каналі;

- вибір стратегії просування продукції через канал розподілу - окреслює тип комунікаційної політики у збутовому каналі (PUSH- і PULL- стратегії) зосередження зусиль щодо заохочення та стимулювання або на кінцевих споживачах, або на збутових посередниках;

- забезпечення процесів маркетинг-логістики - охоплює реалізацію політики щодо оброблення замовлень, складування та формування товарних запасів, транспортування продукції тощо;

- мотивація збутового персоналу - визначає впровадження принципів управління збутовим персоналом та є основою формування культури продажів, системи розвитку персоналу та матеріальних і нематеріальних заохочень, сфери корпоративних комунікації, підходів до оцінки результатів праці.

Система управління збутовою діяльністю промислового підприємства включає головну мету, цілі діяльності, стратегічну спрямованість, систему забезпечення [24] і зображена на рисунку 2.1.



Рисунок 1.1 - Система управління збутовою діяльністю промислового підприємства

С.Шпилик вважає, що основою побудови системи управління збутовою діяльністю є визначення функцій, які забезпечують формування способів управлінського впливу [25].

Управлінська діяльність у сфері збуту виступає в сучасних умовах як один з найважливіших факторів функціонування і розвитку підприємств

Автори В.В.Сисоєв, Т.В.Сакур, стверджують, що збутова діяльність підприємства є багатограним, комплексним та складним процесом, що обумовлює декілька підходів до її управління [13]:

- маркетинговий підхід полягає в організації та управлінні збутовою діяльністю підприємств на основі комплексного вивчення ринку й попиту, активного впливу на ринок, формування потреб і переваг з метою отримання прибутку шляхом задоволення всебічного попиту споживачів;

- організаційно-управлінський підхід акцентує увагу на реалізації функцій управління збутовою діяльністю та організації органів збуту підприємства за допомогою планування, підбору, навчання і керівництва їх персоналом з метою досягнення цілей підприємства у сфері збуту;

- логістичний підхід розглядає оптимізацію логістичних потоків, які виникають при здійсненні збутової діяльності, як на підприємстві, так і між контрагентами збуту з метою мінімізації сукупних логістичних витрат та забезпечення якісного обслуговування споживачів.

Вчена Ямкова О.М. розглядає збутову діяльність в двох аспектах [25]:

- стратегічному (вибір стратегії охоплення ринку; формування розподільної мережі; планування системи товароруку);

- тактичному (поточне регулювання процесу збуту товарів; прогнозування, організація та стимулювання збутової мережі; проведення корегувальних заходів; дослідження зовнішнього та внутрішнього середовища фірми; аналіз результатуючих показників).

Розробка збутової політики підприємства передбачає визначення пріоритетних напрямків, засобів та методів, необхідних для активізації збуту.

Вона повинна базуватись на результатах аналізу наявної збутової системи, який доцільно здійснювати за кількісними і за якісними показниками (рівень обслуговування, задоволеність і прихильність покупців, результативність

комунікаційної політики, правильність вибору сегментів ринку, результативність роботи збутового персоналу тощо).

Особливе значення при формуванні збутової політики підприємства має вибір методів взаємодії з покупцями та їх удосконалення. При цьому необхідно визначити розмір та структуру витрат на обслуговування покупців, на придбання необхідної техніки, навчання персоналу тощо. Для обґрунтування збутової політики необхідним є вибір оптимального варіанта розрахунку витрат у розрізі основних напрямків реалізації збутової політики підприємства [2].

Розробка збутової політики передбачає прийняття наступних маркетингових рішень [15]:

- розробка системи цілей у сфері збуту;
- вибір цільового ринку;
- вибір методів збуту;
- розробка стратегії збуту
- визначення місця, часу і способу виходу на ринок
- розробка заходів стимулювання збуту (РЗСЗ) і визначення переліку додаткових послуг.

Організаційна структура управління збутом на підприємстві – це сукупність управлінських і виробничих підрозділів, що організовують і здійснюють комплекс збутових операцій з доведення готової продукції споживачам відповідно до їх вимог.

Виходячи з того, що збут це діяльність із забезпечення реалізації продукції, С.Шпилик. пропонує включити такі елементи:

- організування інформаційного забезпечення про стан ринку, проведення маркетингових досліджень і складання прогнозів збуту;
- підписання договорів на постачання продукції;
- вибір форм і методів збуту, організування системи розподілу;
- створення маркетингової комунікації та організування правового забезпечення;
- організування сервісного та після продажного обслуговування [15].

Система організації збутової діяльністю повинна відповідати головним напрямкам господарської діяльності підприємства, забезпечувати такий зміст виробничої, збутової, складської, транспортної та іншої діяльності, при якій вчасно реалізовується продукція споживачеві.

Управління збутовою політикою вимагає створення надійної системи інформаційного забезпечення, у зв'язку з чим необхідно:

- визначити обсяг та структуру необхідної інформації;
- вибрати методи та джерела збору інформації;
- розробити ефективну систему опрацювання, передавання та збереження інформації;
- створити необхідні умови для ефективного використання інформації у процесі стратегічного управління збутом.

На думку Гарматюка О.В. [9], сучасною системою збуту продукції є система збуту орієнтована на клієнта, при якій економічні вигоди мають обидві сторони. Основними елементами її є:

1. Відкритість діалогу між учасниками. Необхідно зібрану інформацію про покупця передавати в інші відділи і бути в постійному діалозі з покупцем,
2. Розширення круга посадових обов'язків персоналу. Підприємство допомагає менеджеру, якого наділили додатковими, крім збуту товару повноваженнями, швидше реагувати на проблеми потенційних покупців і вирішити їх.
3. Участь клієнтів в процесі планування. Враховуючи те, що неможливо врахувати інтереси всіх клієнтів компанії, необхідно залучати до цього процесу постійних клієнтів.
4. Колективна робота. Суть цієї роботи полягає в залученні до неї не тільки співробітників (менеджер зі збуту, інженер-технолог, фінансовий експерт, юрист, фахівець з якості), але і клієнтів.

Аналіз впливу збутових систем на результати господарської діяльності підприємств - виробників продукції дозволяє зробити висновок, що посередницько-збутова ланка є важливим компонентом в налагодженні системи

збуту. А правильне функціонування системи збуту є запорукою отримання вагомих фінансових результатів.

1.3 Методи оцінки ефективності збутової діяльності

Ефективність управління збутовою діяльністю передбачає оцінку її ефективності загалом як системи, її окремих елементів та відповідність управління збутовою діяльністю стратегічному управлінню підприємством та бізнес-концепції [22].

Результатом діяльності підприємства є показники ефективності вирішення конкретних поставлених завдань, одним із найважливіших з яких є питання щодо процесу управління збутовою діяльністю підприємства, підвищення витрат, які пов'язані з реалізацією та просуванням товарів, а також підвищення вимог споживачів до якості обслуговування для вітчизняних виробників.

Для оцінки збутової діяльності підприємства Слесь І.Р. вважає за доцільне застосовувати наступні методи [26]:

- метод порівняння, згідно цього методу зіставляють дані різних років (або інших періодів часу), найближчих конкурентів, лідерів ринку збуту;
- формальнологічний метод – суть його полягає в тому, що шляхом опитування спеціалістів галузі та фахівців торгових підприємств визначають основні тенденції розвитку ринку збуту, конкурентів, переваг та недоліків самого підприємства;
- економіко-математичні методи, які дозволяють на основі побудови математичних моделей з більшим ступенем вірогідності визначити стан ринку та перспективи його розвитку.

Шевчик М. Г. [27] до показників оцінки ефективності управління збутовою діяльністю промислового підприємства відносить:

- «обсяг збуту (чистий дохід від реалізації продукції);
- чистий прибуток від реалізації продукції;
- собівартість реалізованої продукції;
- рентабельність продукції (розраховується як відношення обсягу збуту до собівартості);

- середні товарні запаси (розраховується як середнє арифметичне значення обсягу товарних запасів на початок і на кінець періоду);
- коефіцієнт інтенсивності оборотності товарних запасів (відношення обсягу збуту до середнього обсягу товарних запасів);
- товарооборотність (кількість днів у певному періоді (році), поділена на коефіцієнт інтенсивності оборотності товарних запасів);
- частку нереалізованої продукції у вартості товарної маси (відношення собівартості реалізованої продукції до середніх товарних запасів);
- обсяг збуту та прибуток від реалізації в розрахунку на 1 м² збутової площі підприємства;
- обсяг збуту та прибуток від реалізації в розрахунку на 1 працівника, що займається збутом;
- фонд оплати праці збутового персоналу;
- питому вагу фонду оплати праці збутового персоналу в загальному фонді оплати праці підприємства».

В роботі [28] пропонують наступні напрями оцінки ефективності управління системою збуту підприємства:

1 Оцінка зовнішньої ефективності (оцінка ефективності позицій на ринку; оцінка ефективності споживчої політики; аналіз прихильності споживачів).

2 Оцінка внутрішньої ефективності: (оцінка досягнення цілей збуту; оцінка ефективності реалізації стратегій збуту; оцінка ефективності збутової діяльності).

3 Оцінка ефективності каналу збуту (оцінка гнучкості каналу; оцінка витрат на розвиток представництв).

4 Оцінка з точки зору продавців продукції (оцінка партнерства; оцінка реакції; оцінка споживчого сервісу).

5 Оцінка з точки зору споживача продукції (оцінка якості продукції та співвідношення «ціна-якість»; оцінка іміджу підприємства; позиціонування ціни на основний асортимент товарів) [29].

Абрамович І. А. [29] та інші науковці пропонують поділити показники на дві групи :

- показники ефективності збуту (обсяги реалізації, доходу та прибутку, динаміка витрат, асортимент, ціни, витрати на рекламу тощо);
- показники економічного ефекту збутової діяльності (ефективність діяльності, маркетингу, збуту).

Також І. А. Абрамович запропонував розраховувати показники ефективності збутової діяльності в три етапи:

- розраховуються основні показники ефективності збутової діяльності;
- показники загальної оцінки ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства;
- комплексний показник.

Автор роботи [24] вважає, що для визначення ефективності системи збуту слід після визначення наступних показників:

- обсяг збуту (чистий дохід від реалізації продукції);
- чистий прибуток від реалізації продукції;
- собівартість реалізованої продукції;
- рентабельність продукції (розраховується як відношення обсягу збуту до собівартості);
- середні товарні запаси (розраховується як середнє арифметичне значення обсягу товарних запасів на початок і на кінець періоду);
- коефіцієнт інтенсивності оборотності товарних запасів (відношення обсягу збуту до середнього обсягу товарних запасів);
- товарооборотність (кількість днів у певному періоді (році), поділена на коефіцієнт інтенсивності оборотності товарних запасів);
- частка нереалізованої продукції у вартості товарної маси (відношення собівартості реалізованої продукції до середніх товарних запасів);
- обсяг збуту та прибуток від реалізації в розрахунку на 1 м² збутової площі підприємства;

- обсяг збуту та прибуток від реалізації в розрахунку на 1 працівника, що займається збутом;

- фонд оплати праці збутового персоналу;

- питома вага фонду оплати праці збутового персоналу в загальному фонді оплати праці підприємства.

Після визначення перелічених показників методом порівняння зіставити їх значення в динаміці за декілька років і найближчих конкурентів..

Кошельок Г.В., Єгупов Ю.А. і Тарасова Ю.А. пропонують для аналізу ефективності збутової діяльності підприємства визначати наступні показники:

1. Питома вага витрат на збут у повній собівартості реалізованої продукції,
 $\% = \text{Витрати на збут, тис. грн} / \text{Повна собівартість реалізованої продукції, тис. грн.}$

2. Ефективність збутової діяльності, $\text{грн/грн} = \text{Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, тис. грн} / \text{Витрати на збут, тис. грн.}$

3. Рентабельність витрат на збут, $\% = \text{Прибуток від реалізації продукції, тис. грн} / \text{Витрати на збут, тис. грн} [30].$

2 АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «КРЕМЕНЧУЦЬКА ТРИКОТАЖНА ФАБРИКА»

2.1 Загальна характеристика підприємства

ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО КРЕМЕНЧУЦЬКА ТРИКОТАЖНА ФАБРИКА (ПРАТ «КТФ») є українським виробничим підприємством, що виробляє трикотажну продукцію. Інформацію взято з офіційного сайту ПРАТ «Кременчуцька трикотажна фабрика» [31].

PRIVATE JOINT-STOCK COMPANY KREMENCHUK KNITTING FACTORY (PJSC KRKF).

Код ЄДРПОУ 0031092.

Керівником організації є ВЕРНЕР МАРІЯ ЙОСИПІВНА.

Розмір статутного капіталу складає 3 382 080 грн.

Види діяльності:

- основний 14.12 Виробництво робочого одягу;

- інші: 14.13 Виробництво іншого верхнього одягу;

14.14 Виробництво спіднього одягу;

46.19 Діяльність посередників у торгівлі товарами широкого асортименту.

Серед продукції яку виробляє фабрика присутня така: робочі халати, майки, футболки, блузи, туніки, жіночий легкий, осінній та зимовий трикотаж.

Фабрика трикотажного полотна введена в експлуатацію в 1987 році.

Вона має великий виробничий потенціал, вдале під'їзні колії розташуванні вдало, повне водопостачання і водовідведення, внутрішні та зовнішні мережі газу та електропостачання.

Підприємство займається виготовленням трикотажних полотен і пошиттям трикотажних виробів.

Трикотажні полотна виробляються на круглов'язальних машинах. Асортимент становить кулірна гладь, плюшеві полотна, футеровані з начосом і без, тонколастичні полотна.

Сучасне устаткування фабрики дозволяє пошиття високоякісних білизняних трикотажних виробів чоловічого, жіночого та дитячого асортименту.

Підприємство нагороджувалося дипломами федеральних, регіональних, обласних виставок, а також дипломом загальнонаціонального конкурсу «Вища проба».

Компанія експортує товари в Індію, а імпортує з Італії [31].

2.2 Аналіз господарської діяльності підприємства

Вихідними даними для проведення аналізу основних економічних показників підприємства є фінансова звітність за 2020-2023рр. [32].

Основні показники, що характеризують діяльність підприємства у 2022 та 2023 рр. наведені у таблиці 2.1.

Як видно з таблиці 2.1, у 2023 році чистий дохід від реалізації товарів 11699 тис.грн, що на 2809 тис.грн (31,6%) більше ніж у 2022 році.

В порівнянні з попереднім роком у звітному кількість працюючих збільшилася на 2 особи (14,3%), продуктивність праці на 8,01 тис.грн/міс. (15,1%), а заробітна плата зменшилася на 2855 грн/міс. (22,3%). На підприємстві темп зростання продуктивності праці випереджає темп зростання середньої заробітної праці на 47%.

Собівартість реалізованої продукції у 2023 році збільшилася на 3782 тис.грн або 68,2%. Операційні витрати зменшилися на 120 тис.грн. або 14,1 в результаті того, що зменшилися витрати по усім елементам, крім інших операційних витрат. Витрати на 1 грн реалізованої продукції збільшилися на 4,9%.

Валовий прибуток у попередньому році 3346 тис.грн, а в звітному році зменшився на 973 тис.грн (29%) і склав 2373 тис.грн. Це пояснюється тим, що в

порівнянні з попереднім роком темп зростання собівартості перевищив темп зростання чистого доходу.

Таблиця 2.1 – Аналіз основних показників господарської діяльності підприємства

Показники	Один. вим.	Рік		Відхилення	
		2022	2023	+/-	%/ рази
1 Чистий дохід від реалізації товарів, тис.грн	тис. грн	8890	11699	2809	31,6
2 Кількість працюючих	осіб	14	16	2	14,3
3 Продуктивність праці робітника	тис. грн/міс.	52,92	60,93	8,01	15,1
4 Середня заробітна плата робітника	грн/міс.	12798	9943	-2855	-22,3
5 Собівартість реалізованої продукції	тис. грн	5544	9326	3782	68,2
6 Операційні витрати	тис. грн	8933	7673	-120	-14,1
7 Витрати на 1 грн. реалізованої продукції	грн	1,03	1,08	0,05	4,9
8 Валовий прибуток	тис.грн	3346	2373	-973	-29
9 Фінансовий результат від операційної діяльності	тис.грн	533	-188	-721	-1,4
10 Чистий фінансовий результат	тис. грн	532	-194	-726	-1,4

В результаті значного збільшення адміністративних витрат (1140 тис.грн) діяльність підприємства у 2023 році стала збиткова

2.2.1 Аналіз обсягу реалізації продукції

Метою функціонування будь-якого підприємства є виготовлення і реалізація продукції для задоволення ринкових потреб та одержання певної суми доходу [33]. Згідно рисунку 2.1 за останні п'ять років спостерігається тенденція до збільшення чистого доходу від реалізації продукції.

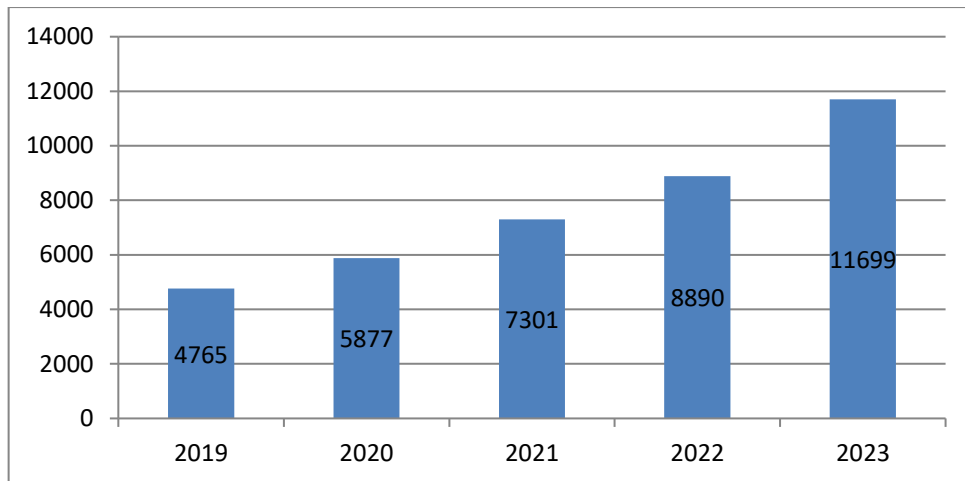


Рисунок 2.1 - Динаміка чистого доходу від реалізації
(товарів, робіт, послуг)

У 2019 році чистий дохід 4765 тис.грн , а в 2023 році 11699 тис.грн. Збільшення склало 6934 тис.грн (1,5 р.), а середньорічне 1733,5 тис.грн (25,2%) (таблиця 2.2).

Таблиця 2.2 - Аналіз динаміки чистого доходу від реалізації продукції

Показники	Рік				
	2019	2020	2021	2022	2023
Чистий дохід від реалізації, тис.грн	4765	5877	7301	8890	11699
$\Delta y^{\bar{}} = y_i - y_0$, тис.грн	-	1112	2536	4125	6934
$T_{\text{пр}}^{\bar{}} = \frac{y_i}{y_0} \cdot 100 - 100\%$	-	23,3	53,2	86,6	145,5
$\bar{\Delta} = \frac{y_i - y_0}{n - 1}$, тис.грн	1733,5				
$\bar{T}_{\text{пр}} = \sqrt[n-1]{\frac{y_i}{y_0}} \times 100\% - 100$	25,2				

2.2.2 Аналіз трудових ресурсів підприємства

Від ефективного використання трудових ресурсів підприємства залежить успіх його господарювання. Достатня забезпеченість підприємства необхідними

трудовими ресурсами, їх раціональне використання, високий рівень продуктивності праці сприяє збільшенню обсягів продукції та підвищенню ефективності виробництв [34].

Як видно з таблиці 2.3 і рисунку 2.2 чисельність персоналу на підприємстві за останні роки має тенденцію до збільшення. Так в порівнянні з 2019 роком у 2023 році вона збільшилася на 2 особи (14,3%), в середньому за рік на 1 особу (3,4%).

Таблиця 2.3 - Динаміка чисельності персоналу і продуктивності праці

Показники	Рік					Відхилення 2023 р від 2019 р.	
	2019	2020	2021	2022	2023	+/-	%
Чистий дохід від реалізації продукції, тис.грн	4765	5877	7301	8890	11699	6934	2,5 р.
Чисельність персоналу, осіб	14	15	18	14	16	2	14,3
Продуктивність праці, тис.грн/міс.ос.	28,36	32,65	33,8	52,92	60,93	32,5	2,1 р.

Графічно динаміка персоналу підприємства представлена на рисунку 2.2.

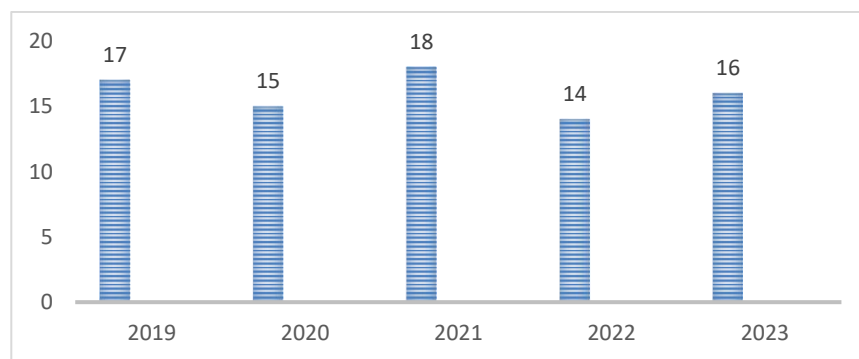


Рисунок 2.2 - Динаміка чисельності персоналу

За останні п'ять років на підприємстві спостерігається тенденція до збільшення продуктивності праці (рисунок 2.3). В 2019 році вона дорівнювала 28,36 тис.грн/міс.ос., а у 2023 році 60,93 тис.грн/міс.ос., тобто в порівнянні з

базовим роком у звітному продуктивність праці збільшилася на 32,5 грн/міс.ос. або в 2,1 рази.

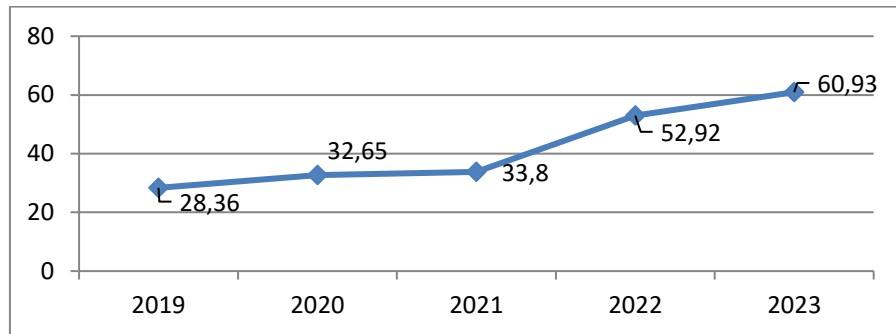


Рисунок 2.3 - Динаміка продуктивності праці

За даними таблиці 2.4 продуктивність праці у звітному періоді 60,93 тис.грн/міс., що на 8,01 тис.грн/міс. або на 15,1% більше ніж в минулому.

Таблиця 2.4 – Аналіз продуктивності праці

Показники	Умовне позначення	Рік		Відхилення	
		2022	2023	+/-	%
Чистий дохід від реалізації продукції, тис.грн	Д	8890	11699	2809	31,6
Чисельність персоналу, осіб	Ч	14	16	2	14,3
Продуктивність праці, тис.грн/міс.	ПП	52,92	60,93	8,01	15,1

Методом ланцюгових підстановок визначимо вплив факторів на чистий дохід від реалізації продукції. У звітному періоді він збільшився ($\pm\Delta D$) на 2809 тис.грн. Зміна чистого доходу в результаті:

- вплив збільшення продуктивності праці ($\pm\Delta D_{III}$) визначимо за формулами [35]:

$$\pm\Delta D_{III} = \pm\Delta PPP \times Ч_0 \times 12, \quad (2.1)$$

- вплив збільшення чисельності робітників ($\pm\Delta D_q$):

$$\pm\Delta D_q = \pm\Delta Ч \times PPP_{36} \times 12, \quad (2.2)$$

де $\pm\Delta PPP$ – зміна продуктивності праці робітника, тис. грн./міс.;

$\pm\Delta Ч$ – зміна чисельності робітників, осіб;

$Ч_б$ – чисельність робітників у базисному році, осіб;

$PPP_{зв}$ – продуктивність праці робітника у звітному році, тис. т/міс.

Яким чином перелічені фактори вплинули на дохід визначимо за формулами (2.1), (2.2):

$$\pm\Delta D_{PPP} = 8,01 \cdot 14 \cdot 12 = 1345,7 \text{ тис. грн}$$

$$\pm\Delta D_{Ч} = 2 \cdot 60,93 \cdot 12 = 1463,3 \text{ тис. грн}$$

В результаті збільшення продуктивності праці на 8,01 тис. грн/міс. (15,1%) чистий дохід від реалізації продукції збільшився на 1345,7 тис. грн, а за рахунок збільшення чисельності робітників на 2 особи (14,3 %) обсяг збільшився на 1463,3 тис.грн.

Фонд оплати праці – це нарахування найманим працівникам у грошовій та натуральній формі (оцінені в грошовому вираженні) за відпрацьований та невідпрацьований час, який підлягає оплаті, або за виконану роботу незалежно від джерела фінансування цих виплат [32].

Як видно з таблиці 2.5 за останні п'ять років спостерігається тенденція збільшення фонду оплати праці і середньої заробітної плати відповідно на 617 тис.грн (47,8%) і 2252 грн/міс.ос. (29,3%).

Таблиця 2.5- Аналіз динаміки заробітної плати

Показники	Рік					Відхилення базисне	
	2019	2020	2021	2022	2023	+/-	%
Фонд оплати праці, тис.грн	1292	1814	2037	2150	1909	617	47,8
Чисельність персоналу, осіб	14	15	18	14	16	2	14,3
Заробітна плата, грн/міс.ос.	7691	10078	9431	12798	9943	2252	29,3

Графічно динаміка середньої заробітної плати працівників підприємства за період 2019-2023 рр. представлена на рисунку 2.4.

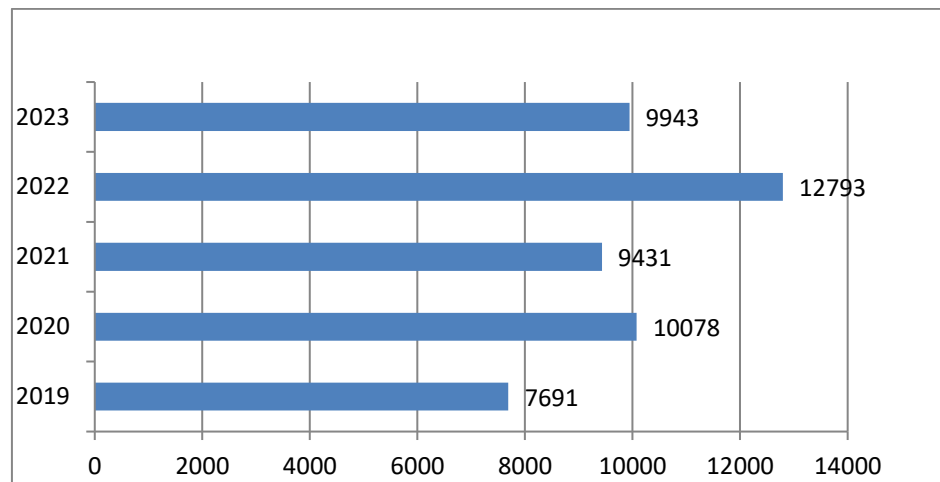


Рисунок 2.4 - Динаміка середньої заробітної плати

Згідно даних таблиці 2.6 фонд оплати праці у 2023 році в порівнянні з 2022 роком зменшився на 241 тис.грн (11,2%).

Таблиця 2.6 - Аналіз фонду оплати праці і середньої заробітної плати

Показники	Рік		Відхилення	
	2022	2023	+/-	%
Фонд оплати праці, тис. грн	2150	1909	-241	-11,2
Чисельність працівників, осіб	14	16	2	14,3
Середня заробітна плата, грн/міс	12798	9943	-2855	-22,3

На фонд оплати праці ($\pm\Delta\Phi ОП$) у звітному періоді впливають зміна середньої заробітної плати і чисельності. Яким чином вони вплинули визначається методом абсолютних різниць за формулами [35]:

- зміна середньої заробітної плати ($\pm\Delta\Phi ОП_{zn}$):

$$\pm\Delta\Phi ОП_{zn} = \pm\Delta ЗП \times Ч_б \times 12, \quad (2.3)$$

- зміна чисельності ($\pm\Delta\Phi ОП_{ч}$):

$$\pm\Delta\Phi ОП_{ч} = \pm\Delta Ч \times ЗП_{зб} \times 12, \quad (2.4)$$

де $\pm\Delta ЗП$ і $\Delta Ч$ – зміна середньої заробітної плати і чисельності у звітному році в порівнянні з попереднім;

$Ч_б$ – чисельність у базисному році, осіб;

$ЗП_{зв}$ – середня заробітна плата у звітному періоді, грн

За формулами (2.3), (2.4) визначимо вплив факторів:

$$\pm\Delta\Phi ОП_{zn} = -2855 \cdot 14 \cdot 12 = -479 \text{ тис. грн.}$$

$$\pm\Delta\Phi ОП_q = 2 \cdot 9943 \cdot 12 = 238 \text{ тис. грн.}$$

За рахунок зменшення середньої заробітної плати на 2855 грн/міс. (22,3 %) фонд зменшився на 479 тис.грн, а в результаті збільшення чисельності на 2 особи, він збільшився на 238 тис.грн.

Співвідношення між темпом зростання продуктивності праці і середньої заробітної плати характеризує коефіцієнт випередження ($K_{вин}$), який визначається за формулою [35] :

$$K_{вин} = I_{nn} : I_{zn}, \quad (2.5)$$

де I_{nn} і I_{zn} – індекси відповідно продуктивності праці заробітної плати.

Результати розрахунків, наведені у таблиці 2.7, свідчать про те, що на підприємстві темп зростання продуктивності праці випереджає темп зростання середньої заробітної праці на 47%.

Таблиця 2.7 - Аналіз співвідношення продуктивності праці і середньої заробітної плати

Показники	Рік		Темп зростання(I)
	2022	2023	
Продуктивність праці, грн/міс.	52,92	60,93	1,15
Середня заробітна плата, грн/міс.	12798	9943	0,78
Коефіцієнт випередження	-	-	1,47

2.2.3 Аналіз активів підприємства , стану та ефективності використання основних та оборотних засобів

За даними таблиці 2.8 загальна вартість активів підприємства за 2021-2023 рр. має тенденцію до зменшення. У 2022 році вони зменшилися на 39 тис. грн (0,3%) в порівнянні з 2021, а в 2023 році на 424 тис.грн (3,3%) в порівнянні з 2022 роком.

Таблиця 2.8 - Аналіз динаміки та структури активів підприємства

Показники	Рік			Відхилення 2022/2021		Відхилення 2023/2022	
	2021	2022	2023	тис.грн	%, в.п	тис.грн	%,в.п.
Активи підприємства, тис.грн в т. ч.:	13058	13019	12595	-39	-0,3	-424	-3,3
Необоротні активи, тис.грн	11746	11371	10987	-375	-3,2	-384	-3,4
- у % до всіх активів	90	87,3	87,2	-	-2,7	-	-0,1
Оборотні активи, тис.грн	1312	1648	1608	336	25,6	-40	-2,4
- у % до всіх активів	10	12,7	12,8	-	-2,7	-	0,1

Вартість необоротних активів теж зменшилася у 2022 році на 375 тис.грн (3,2%) і в 2023 році на 384 тис.грн (3,4%), що і вплинуло на загальну вартість активів.

Вартість оборотних активів у 2022 році збільшилася на 336 тис.грн (25,6%), а в 2023 році зменшилася на 40 тис.грн (2,4%). Структура змінилася не значно.

Основні засоби займають основну питому вагу в загальній сумі основного капіталу підприємства. Від їх кількості, вартості, технічного стану, ефективності використання багато в чому залежать кінцеві результати діяльності підприємства: об'єм продажів, прибуток, рентабельність, стійкий фінансовий стан [36].

Як видно з рисунку 2.5 в період з 2019 по 2023 рр. на підприємстві спостерігається тенденція збільшення первісної вартості основних засобів і зносу та відповідно зменшення залишкової.

В порівнянні з 2019 роком первісна вартість основних засобів у 2023 році збільшилася на 434 тис.грн (1,5%), а знос на 1949 тис.грн (14%), залишкова вартість зменшилася на 1542 тис.грн (12,3%) (таблиця 2.9).

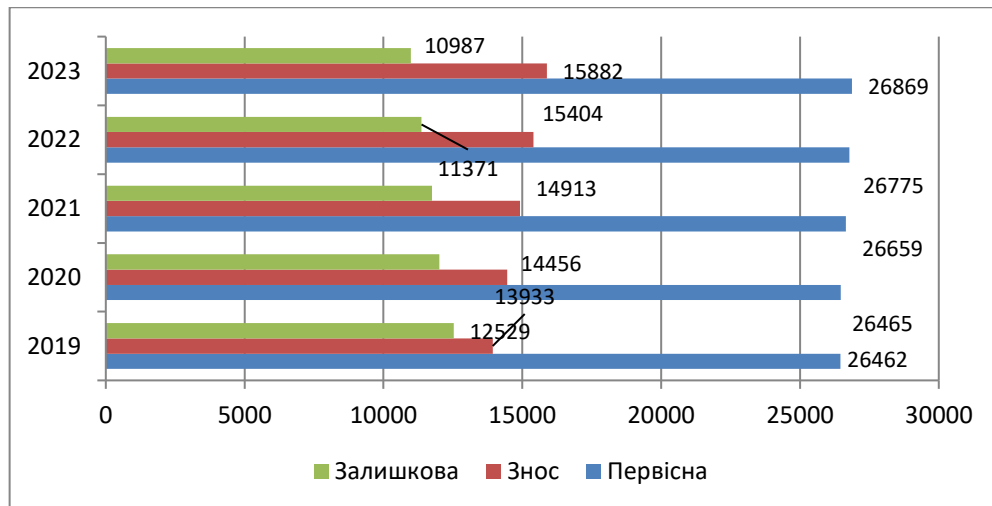


Рисунок 2.5 - Динаміка вартості основних засобів, тис. грн

Згідно даних таблиці 2.10, первісна вартість основних засобів на протязі звітного періоду збільшилась на 94 тис.грн або на 0,4%. Значне зменшення залишкової вартості основних засобів на 374 тис.грн (3,4%) пояснюється збільшення зносу на 478 тис.грн або 3,1%

Таблиця 2.9 - Динаміка вартості основних засобів

Показники вартості	Роки					Відхилення 2023р. від 2019 р.	
	2019	2020	2021	2022	2023	+/-, тис. грн	%
Первісна	26462	26465	26659	26775	26869	434	1,5
Знос	13933	14456	14913	15404	15882	1949	14
Залишкова	12529	12009	11746	11371	10987	-1542	-12,3

Таблиця 2.10 - Аналіз наявності основних засобів у звітному періоді

Показники	2023		Відхилення	
	На початок року	На кінець року	+/-	%
Первісна вартість, тис.грн	26775	26869	94	0,4
Знос, тис.грн	15404	15882	478	3,1
Залишкова вартість, тис.грн	11371	10987	-374	-3,4

Забезпеченість, технічний стан та ефективність використання основних засобів характеризують показники наведені в таблиці 2.11.

Таблиця 2.11 - Показники аналізу основних засобів [36]

Показники	Формули	Умовні позначення
Фондоозброєність	$F_{oz} = \frac{O3}{Ч}$	<i>O3</i> – середньорічна вартість виробничих основних засобів, тис. грн; <i>Ч</i> – середньооблікова чисельність працівників, осіб.
Коефіцієнт зносу	$K_z = \frac{3}{O3}$	<i>3</i> - середньорічна величина зносу, тис. грн.
Коефіцієнт придатності	$K_{np} = 1 - K_z$	<i>O</i> - обсяг продукції за аналізований період, тис.грн; <i>3</i> – основні виробничі засоби, тис.грн.
Фондовіддача	$F = \frac{O}{3}$	-
Фондомісткість	$F_m = \frac{1}{F}$	-
Рентабельність	$R_{oz} = \frac{\Pi}{3} \times 100\%$	-

Результати розрахунку коефіцієнтів наведено у таблиці 2.12. За даними таблиці 2.12 на одного працівника у 2023 році припадало основних фондів на суму 1341 тис.грн, що на 185 тис.грн менше ніж у минулому році. Коефіцієнт зносу основних засобів підприємства у 2022 році склав 0,57, а в 2023 році збільшився на 0,02 і склав 0,59.

Таблиця 2.12 – Результати аналізу основних засобів ПрАТ «КТФ»

Показники	Роки		Відхилення
	2022	2023	+/-
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції, тис.грн	8890	11699	2809
Середня вартість основних засобів, тис.грн	26717	26822	105
У тому числі виробничі	21374	21458	84
Середньооблікова чисельність персоналу, осіб	14	16	2
Валовий прибуток, тис.грн	3346	2373	0,71
Забезпеченість основними засобами			
Фондоозброєність праці, тис.грн/особу	1526	1341	-185
Технічний стан			
Коефіцієнт зносу	0,57	0,59	0,02
Коефіцієнт придатності	0,43	0,41	-0,02
Ефективність використання			
Фондовіддача, грн	0,42	0,55	0,11
Фондомісткість	2,38	1,82	0,56
Рентабельність,%	15,7	11,1	-4,6

Розрахований коефіцієнт придатності свідчить про те, що у звітному періоді 41% вартості основних засобів не перенесено на вартість виготовленої продукції, що на 0,02 менше ніж у попередньому році .

В 2023 році на 1 грн вартості основних фондів вироблено продукції на 0,11 грн більше ніж в 2022. Не дивлячись на це ефективність використання основних засобів на підприємстві останні два роки є низькою.

Розрахований коефіцієнт фондомісткості свідчий про те, що на одиницю вартості продукції , виготовленої у 2023 році припадає 1,82 грн вартості основних засобів, що на 0,56 грн менше ніж у попередньому році.

На 4,6 в.п. у поточному році зменшилась рентабельність основних засобів.

Оборотний капітал – це фінансові ресурси, що вкладаються в об'єкти (оборотні засоби), які використовуються підприємством протягом одного виробничого циклу або протягом відносно короткого календарного періоду (як правило, не більше одного року).

Оборотні засоби – це зазначені об'єкти, що є частиною виробничих засобів підприємства, яка повністю споживається в кожному технологічному циклі виготовлення продукції і повністю переносить свою вартість на вартість цієї продукції. Оборотний капітал, що вкладається у виробництво і реалізацію продукції, споживається повністю та відтворюється відразу ж після завершення виробничого циклу шляхом реалізації виробленої продукції [38].

Згідно даних таблиці 2.13 виробничі запаси і готова продукція на кінець 2023 році зменшилися відповідно на 155 тис.грн (53,3%) і на 27 тис.грн (57,4%).

В звітному періоді найбільшу частку в структурі оборотних активів займає дебіторська заборгованість 38,9%, яка збільшилася на кінець року на 262 тис.грн. Менша питома вага дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи, послуги 34,9%.

Підприємство втрачає платоспроможність про що свідчить те, що грошові кошти та їх еквіваленти зменшилися на кінець звітного періоду на 263 тис. грн (55,6%).

Показниками оборотності оборотних коштів є [37]:

- тривалість одного обороту ($T_{об}$) в днях:

$$T_{об} = O_{об}K / Q, \quad (2.6)$$

де $O_{об}K$ – середній залишок оборотних коштів за період

T – кількість днів в досліджуваному періоді;

Q – обсяг випуску продукції, тис.грн.

- коефіцієнт обіговості – показує скільки оборотів можуть зробити оборотні кошти за певний період часу:

$$K_{об} = T / T_{об} \quad (2.7)$$

- коефіцієнт завантаженості коштів в обороті:

$$K_3 = O_6K/Q \quad (2.8)$$

Таблиця 2.13 – Аналіз оборотних активів ПрАТ «КТФ»

Показники	Звітний рік, грн		Відхилення		Структура,%		
	На початок року	На кінець року	+/-	%	На початок року	На кінець року	+/-, в.п.
1. Матеріальні активи	338	156	-182	-53,8	20,5	9,7	-10,8
У тому числі: Виробничі запаси	291	136	-155	-53,3	17,7	8,5	-9,2
Готова продукція	47	20	-27	-57,4	2,8	1,2	-1,6
2. Фінансові активи	1310	1452	142	10,8	79,5	90,3	10,8
У тому числі: Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	473	561	88	18,6	28,7	34,9	6,2
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами з бюджетом	364	626	262	71,9	22,1	38,9	16,8
Гроші та еквіваленти	473	210	-263	-55,6	28,7	13,1	-15,6
В тому числі:							
Готівка	1	1	-	-	0,1	0,1	-
Рахунки в банках	472	209	-263	-55,7	28,6	13	-15,6
Інші оборотні активи		28	28	-		1,7	1,7
Усього	1648	1608	-40	-2,4	100	100	-

Результати розрахунків коефіцієнтів наведено у таблиці 2.14.

Тривалість обороту оборотних коштів зменшилася у 2023 році в порівнянні з 2022 роком на 10 днів, що є позитивним показником їх використання. Кількість оборотів збільшилася на 1,2. У попередньому періоді на виробництво 1 грн продукції використовувалося 17 грн оборотних коштів, а в 2023 р. 14 грн, що на 3 грн менше.

Таблиця 2.14 - Вихідні дані та розрахунок показників обіговості оборотних коштів

Показники	Рік		Відхилення, +/-
	2022	2023	
1 Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	8890	11699	2809
2 Кількість днів досліджуваного періоду, дні	360	360	-
3 Середньорічний залишок оборотних коштів, тис.грн	1480	1628	148
4 Тривалість одного обігу, днів	59,9	50,1	-9,8
5 Коефіцієнт обіговості, оборотів	6,0	7,2	1,2
6 Коефіцієнт завантаженості оборотних коштів	17	14	-3

2.2.4 Аналіз операційних витрат

Операційні витрати є основним видом витрат підприємства безпосередньо пов'язаних з виробництвом і реалізацією продукції [39].

З структури операційних витрат представленої на рисунках 2.6 і 2.7 видно що у 2023 році в порівнянні з 2019 роком збільшилася питома вага матеріальних витрат на 7,3 в. п., а усіх останніх зменшилася.

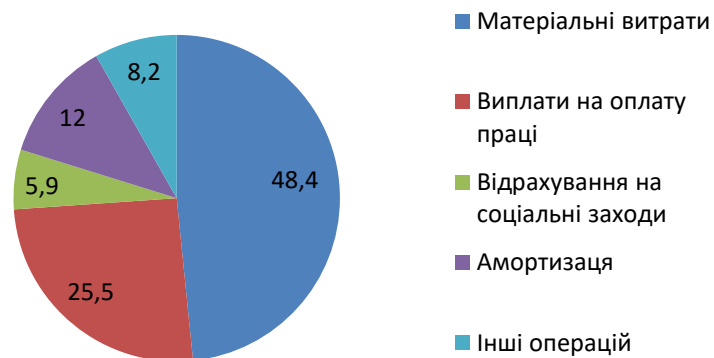


Рисунок 2.6 - Структура операційних витрат у 2019 році

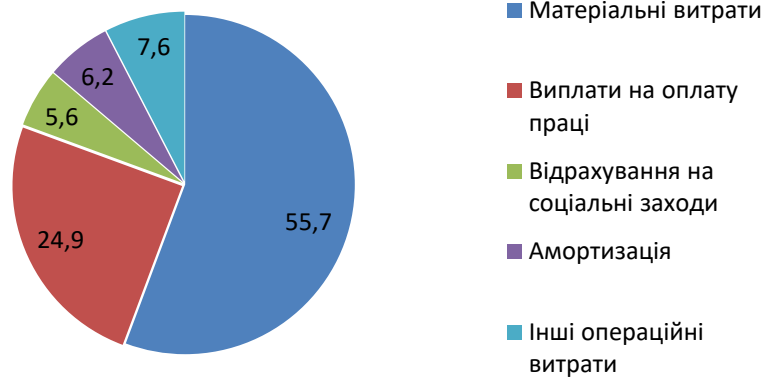


Рисунок 2.7 - Структура операційних витрат у 2023 році

Операційні витрати 2023 і 2022 рр. наведено в таблиці 2.15.

Таблиця 2.15 – Аналіз операційних витрат

Елементи витрат	2022		2023		Відхилення		
	тис.грн	%	тис.грн	%	+/-, тис.грн	%	+/-, в.п.
Матеріальні витрати	5479	61,3	4283	55,7	-1196	-21,8	-5,6
Виплати на оплату праці	2150	24,1	1909	24,9	-241	-11,2	0,8
Відрахування на соціальні заходи	468	5,2	426	5,6	-42	-9	0,4
Амортизація	493	5,5	478	6,2	-15	-3	0,7
Інші операційні витрати	343	3,9	577	7,6	204	68,2	3,6
Разом	8933	100	7673	100	-1260	-14,1	-

Операційні витрати у 2023 році 7673 тис. грн, що на 1260 тис.грн (14,1%) менше ніж у попередньому. Це пояснюється зменшенням матеріальних витрат на 1196 тис.грн (21,8%), виплат на оплату праці на 241 тис.грн (11,2%), відрахувань на соціальні заходи на 42 тис.грн (3%). Збільшилися лише інші операційні витрати на 204 тис.грн (68,2%). Найбільшу питому вагу у структурі операційних витрат займають матеріальні витрати у звітному періоді.

Операційні витрати на 1 грн реалізованої продукції збільшилися у звітному періоді на 4,9 % і склали 1 грн 8 коп. (таблиця 2.16).

Таблиця 2.16 – Аналіз операційних витрат на 1 грн реалізованої продукції

Показники	Рік		Відхилення	
	2022	2023	+/-	%
Чистий дохід від реалізації продукції, тис.грн	8890	11699	2809	31,6
Витрати операційної діяльності, тис.грн	9145	12644	3499	38,3
Витрати на 1 гривню реалізованої продукції, грн	1,03	1,08	0,05	4,9

2.2.5 Аналіз собівартості, доходу і прибутку

Собівартість продукції – це виражені в грошовій формі сукупні витрати на підготовку та випуск продукції (робіт, послуг). Собівартість характеризує ефективність усього процесу виробництва на підприємстві, оскільки в ній відображаються: рівень організації виробничого процесу, технічний рівень, продуктивність праці та ін. Чим краще працює підприємство, ефективніше використовує виробничі ресурси, тим нижча собівартість продукції (робіт, послуг) [33].

Згідно даних таблиці 2.17 у 2023 році в порівнянні з 2019 роком збільшилися:

- чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) на 6934 тис.грн;
- собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) на 6731 тис.грн.;
- валовий прибуток на 203 тис.грн.

В результаті значного збільшення адміністративних витрат (1140 тис.грн) діяльність підприємства стала збиткова.

Збитковою вона була чотири роки з п'яти. Виключенням була діяльність у 2022 році, коли прибуток склав 532 тис.грн.

Таблиця 2.17 - Аналіз динаміки прибутку за 2019-2023 рр., тис. грн

Показники	Рік					Відхилення 2023 р. від 2019 р.(+/-)
	2019	2020	2021	2022	2023	
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	4765	5877	7301	8890	11699	6934
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2595	3327	4771	5544	9326	6731
Валовий прибуток	2170	2550	2530	3346	2373	203
Інші операційні доходи	187	246	448	788	757	570
Адміністративні витрати	1494	1952	2253	2400	2634	1140
Інші операційні витрати	1060	855	884	1201	684	-376
Фінансовий результат від операційної діяльності	-197	-11	-159	533	-188	-9
Фінансовий результат до оподаткування	-197	-11	-159	533	-188	-9
Витрати (дохід) з податку на прибуток	-6	-7	-4	-1	-6	-
Чистий фінансовий результат	-203	-18	-163	532	-194	-

Динаміка доходу, собівартості і валового прибутку за 2019-2023 рр. представлена на рисунку 2.8.

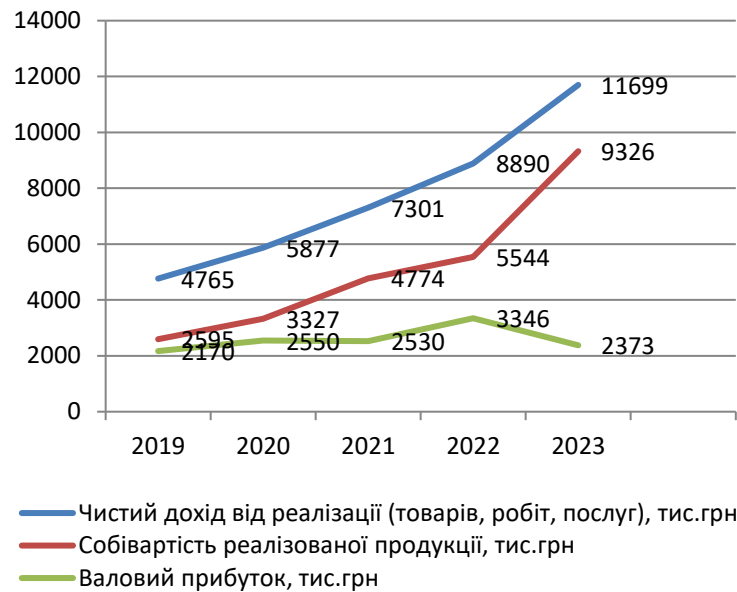


Рисунок 2.8 - Динаміка доходу, собівартості і валового прибутку

2.2.6 Аналіз фінансового стану підприємства

Фінансовий стан – це здатність (спроможність) підприємства фінансувати свою діяльність. Основні етапи аналізу [39] :

- 1 Аналіз ліквідності підприємства.
- 2 Аналіз платоспроможності (фінансової стійкості) підприємства.
- 3 Аналіз ділової активності.
- 4 Аналіз рентабельності підприємства.

Ліквідність підприємства - це його здатність погасити свої зобов'язання у випадку одночасної вимоги зі сторони усіх кредиторів [35]. Яцух

Показники ліквідності і порядок їх розрахунку наведено у таблиці 2.18.

Платоспроможність (фінансова стійкість) характеризує ступінь фінансової залежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування і свідчить про його плато- і кредитоспроможність.

Порядок розрахунку показників фінансової стійкості підприємства наведено у таблиці 2.19.

Таблиця 2.18 - Показники ліквідності підприємства [40]

Показники	Розрахунки	Зміст
1 Коефіцієнт покриття	відношення оборотних активів до поточних зобов'язань підприємства $\phi 1 \text{ p.1195} / \phi 1 \text{ p.1695}$	Показує достатність ресурсів підприємства, які можуть бути використані для погашення його поточних зобов'язань. Нормативне значення $>1,5-2,5$.
2 Коефіцієнт швидкої ліквідності	відношення найбільш ліквідних оборотних активів (грошових засобів та їх еквівалентів, поточних фінансових інвестицій та дебіторської заборгованості) до поточних зобов'язань підприємства $\phi 1(\text{p.1195} - \text{p.1100} - \text{p.1110}) / \phi 1 \text{ p.1695}$	Характеризує платіжні можливості підприємства щодо сплати поточних зобов'язань за умови своєчасного проведення розрахунків з дебіторами. Нормативне значення $>0,6-0,8$.
3 Коефіцієнт абсолютної ліквідності	відношення грошових засобів та їхніх еквівалентів і поточних фінансових інвестицій до поточних зобов'язань $\phi 1(\text{p.1160} + \text{p.1165}) / \phi 1 \text{ p.1695}$	Показує, яка частина боргів підприємства може бути сплачена негайно. Нормативне значення $>0,2-0,25$.

Таблиці 2.19 - Показники фінансової стійкості підприємства [40]

Показники	Розрахунки	Зміст
1 Коефіцієнт платоспроможності (автономії)	відношення власного капіталу підприємства до підсумку балансу $\phi 1 \text{ p.1495} / \phi 1 \text{ p.1900}$	Показує питому вагу власного капіталу в загальній сумі засобів, авансованих у його діяльність нормативне значення $> 0,5$
2 Коефіцієнт фінансової стійкості	відношення суми власного капіталу і довгострокових зобов'язань до підсумку балансу $\phi 1 (\text{p.1495} + \text{p.1595}) / \phi 1 \text{ p.1900}$	Показує, яку частку активів підприємство здатне фінансувати за рахунок власного капіталу і капіталу, залученого на довгостроковій основі і свідчить про його здатність залишатися платоспроможним в довгостроковій перспективі.
3 Коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами	відношення власного оборотного капіталу підприємства до оборотних активів $\phi 1(\text{p.1195} - \text{p.1695}) / \phi 1 \text{ p.1195}$	Показує рівень фінансування оборотних активів за рахунок довгострокових джерел фінансових ресурсів.
4 Коефіцієнт маневреності власного капіталу	відношення власного оборотного капіталу підприємства до власних джерел фінансування $\phi 1(\text{p.1195} - \text{p.1695}) / \phi 1 \text{ p.1495}$	Показує, яка частина власного оборотного капіталу перебуває в обороті, тобто у тій формі, яка дає змогу вільно маневрувати цими коштами, а яка капіталізована.

Ділова активність характеризує усю сукупність зусиль підприємства щодо просування на ринках продукції, праці, капіталу.

В таблиці 2.20 наведено показники ділової активності підприємства і порядок їх розрахунку.

Таблиця 2.20 - Показники ділової активності підприємства [40]

Показники	Розрахунки	Зміст
1 Коефіцієнт оборотності активів	відношення чистої виручки від реалізації до середньорічної вартості активів $\text{ф2 р.2000} / \text{ф1(р.1300(гр.3) + р.1300(гр.4))} / 2$	Характеризує ефективність використання підприємством усіх наявних у нього ресурсів незалежно від джерел їх залучення
2 Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	відношення чистої виручки від реалізації до середньорічного розміру дебіторської заборгованості $\text{ф2 р.2000} / \text{ф1((р.1125 \div \text{р.1155}) \text{ гр.3} + (\text{р.1120} \div \text{р.1155}) \text{ гр.4})} / 2$	Показує, скільки разів за рік обернулися кошти, вкладені в розрахунки, тобто скільки разів ця заборгованість утворюється та погашається протягом року.
3 Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	розраховується як відношення собівартості реалізованої продукції (робіт, послуг) до середньорічної величини кредиторської заборгованості $\text{ф2р.2050} / \text{ф1((р.1610 \div \text{р.1650}) \text{ гр.3} + (\text{р.1610} \div \text{р.1650}) \text{ гр.4})} / 2$	Показує швидкість обертання кредиторської заборгованості підприємства за період, що аналізується, розширення або зниження комерційного кредиту, що надається підприємству.
4 Строк погашення дебіторської заборгованості	відношення тривалості звітного періоду (360 днів) до коефіцієнта оборотності дебіторської заборгованості	Показує середній період погашення дебіторської заборгованостей.
5 Строк погашення кредиторської заборгованості	відношення тривалості звітного періоду (360 днів) до коефіцієнта оборотності кредиторської заборгованості	Показує середній період погашення кредиторської заборгованостей.
6 Коефіцієнт оборотності запасів	відношення чистої виручки від реалізації до середньорічного розміру запасів $\text{ф2 р.2000} / \text{ф1(р.1100гр.3} + \text{р.1100гр.4)} / 2$	Показує, як часто обертаються запаси для забезпечення поточного обсягу продажу
7 Фондовіддача	відношення чистої виручки від реалізації до середньорічної вартості основних засобів $\text{ф2 р.2000} / \text{ф1(р.1010гр.3} + \text{р.1010гр.4)} / 2$	Характеризує ефективність використання основних засобів і показує скільки отримано виручки на одиницю вкладених основних засобів.
8 Коефіцієнт оборотності власного капіталу	відношення чистої виручки від реалізації продукції (робіт, послуг) до середньорічної величини власного капіталу підприємства $\text{ф2 р.2000} / \text{ф1(р.1495(гр.3) + \text{р.1495(гр.4)})} / 2$	Показує ефективність використання власного капіталу підприємства

Прибутковість підприємства показує ефективність діяльності підприємства. Перевагою показників прибутковості порівняно з показниками

прибутку є більш широкі можливості порівняння. Позитивним для підприємства є зростання цих показників, що надасть можливості подальшого його успішного розвитку [40].

Порядок розрахунку показників прибутковості підприємства наведено у таблиці 2.21.

Таблиця 2.21 - Показники прибутковості підприємства [40]

Показники	Розрахунки	Зміст
Рентабельність капіталу	відношення чистого прибутку до середньорічної вартості капіталу $\text{ф2 р.2350 або р.2355} // \text{ф1(р.1300 (гр.3) + р.1300 (гр.4))} / 2$	Свідчить про ефективність використання всього майна підприємства
Рентабельність власного капіталу	відношення чистого прибутку до середньорічної вартості власного капіталу $\text{ф2 р.2350 або р.2355} / \text{ф1(р.1495 (гр.3) + р.1495 (гр.4))} / 2$	Показує ефективність використання власного капіталу.
Рентабельність реалізованої продукції	відношення валового прибутку до собівартості реалізованої продукції $\text{ф2 р.2090 або р.2095} / \text{ф2р.2050}$	Показує ефективність виробництва і реалізації продукції підприємства.
Рентабельність продажу	відношення чистого прибутку до чистої виручки від реалізації $\text{ф2 р.2350 або р.2355} / \text{ф2 р.2000}$	Показник, який показує, скільки прибутку припадає на одиницю реалізованої продукції.
Рентабельність господарської діяльності	відношення чистого прибутку до витрат господарської діяльності $\text{ф2 р.2350 або р.2355} / \text{ф2 р.(2050+2130+2150+2180+2250+2255+2270+2300)}$	Характеризує ефективність здійснення господарської діяльності підприємства

Результати комплексного аналізу показників, що характеризують фінансову стійкість підприємства наведено у таблиці 2.22.

На підприємстві коефіцієнт покриття (поточної ліквідності) у 2020, 2022 і 2023 рр. перевищує норматив, це говорить про те, що структура балансу задовільна, підприємство платоспроможне і йому вистачає ресурсів для погашення поточних зобов'язань, а на 1 грн короткострокових зобов'язань припадає 2,3 грн активів у 2023 році.

Таблиця 2.22 - Показники фінансового стану

Показники	Роки				
	2019	2020	2021	2022	2023
Аналіз ліквідності підприємства					
1 Коефіцієнт покриття	1,11	1,55	1,37	1,92	2,25
2 Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,46	0,87	0,83	1,53	2,01
3 Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,003	0,003	0,1	0,6	0,3
Аналіз платоспроможності (фінансової стійкості) підприємства					
1 Коефіцієнт платоспроможності (автономії)	0,78	0,79	0,79	0,83	0,85
2 Коефіцієнт фінансової стійкості	0,62	0,64	0,93	0,93	0,94
3 Коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами	0,1	0,35	0,27	0,48	0,56
4 Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,01	0,04	0,03	0,07	0,08
Аналіз ділової активності					
1 Коефіцієнт оборотності активів	0,18	0,22	0,28	0,34	0,46
2 Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	18,3	8,3	6,65	9,4	10,4
3 Строк погашення дебіторської заборгованості, днів	19,7	42,4	54,2	38,7	34,2
4 Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	8,2	10,9	7,1	13,2	37,5
5 Коефіцієнт оборотності основних засобів (ФВ)	0,19	0,24	0,31	0,39	0,53
6 Коефіцієнт оборотності власного капіталу	0,23	0,28	0,35	0,41	0,55
Аналіз рентабельності (збитковості) підприємства					
1 Рентабельність капіталу	-0,03	-0,003	--0,025	0,08	-0,03
2 Рентабельність власного капіталу	-0,039	-0,003	-0,03	0,1	-0,04
3 Рентабельність реалізованої продукції	1,84	1,77	1,53	1,6	1,25
4 Рентабельність продажу	-0,73	-0,77	-0,53	0,6	-0,25
5 Рентабельність господарської діяльності	-0,04	-0,003	-0,02	0,06	-0,015

Коефіцієнт швидкої ліквідності, починаючи з 2020 року вищий за нормативний (0,6-0,8) і зростає. У 2023 році він становить 2,01, що свідчить про те, що підприємство може сплатити поточні зобов'язання за умови своєчасного проведення розрахунків з дебіторами.

Нормативне значення коефіцієнта абсолютної ліквідності $>0,2-0,25$. У 2022 і 2023 рр. цей показник перевищує нормативний. Це свідчить про невелику довго строку дебіторську заборгованість, яка сформувалася на підприємстві у цей період. Підприємство може у 2023 році сплатити негайно 30% поточної заборгованості.

Динаміка коефіцієнтів ліквідності наведена на рисунку 2.9.

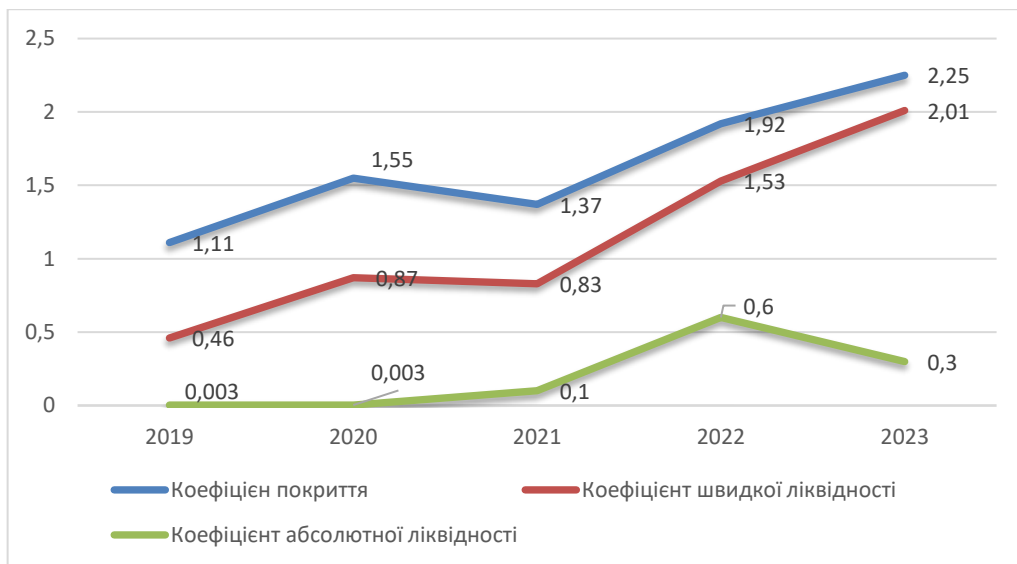


Рисунок 2.9 - Динаміка показників ліквідності підприємства

Коефіцієнт платоспроможності (автономії) більший нормативного ($> 0,5$) і поступово збільшується, це свідчить про те, що підприємство є фінансово автономним, незалежним від зовнішнього фінансування і його майно і боргові права (активи) фінансуються виключно за рахунок власного капіталу.

Коефіцієнт фінансової стійкості має тенденцію до зростання, тобто надходження позичкового капіталу були незначними, а частка власного капіталу збільшилася до 0,94 у 2023 році.

Коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами. Рівень фінансування оборотних активів за рахунок довгострокових джерел фінансових ресурсів збільшується і становить 56% у 2023 році.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу збільшився. В 2019 році 1% власного капіталу і прирівняних до нього джерел засобів направлялося на фінансування поточної діяльності, а в 2023 році ця частка склала 8% (рисунок 2.10).

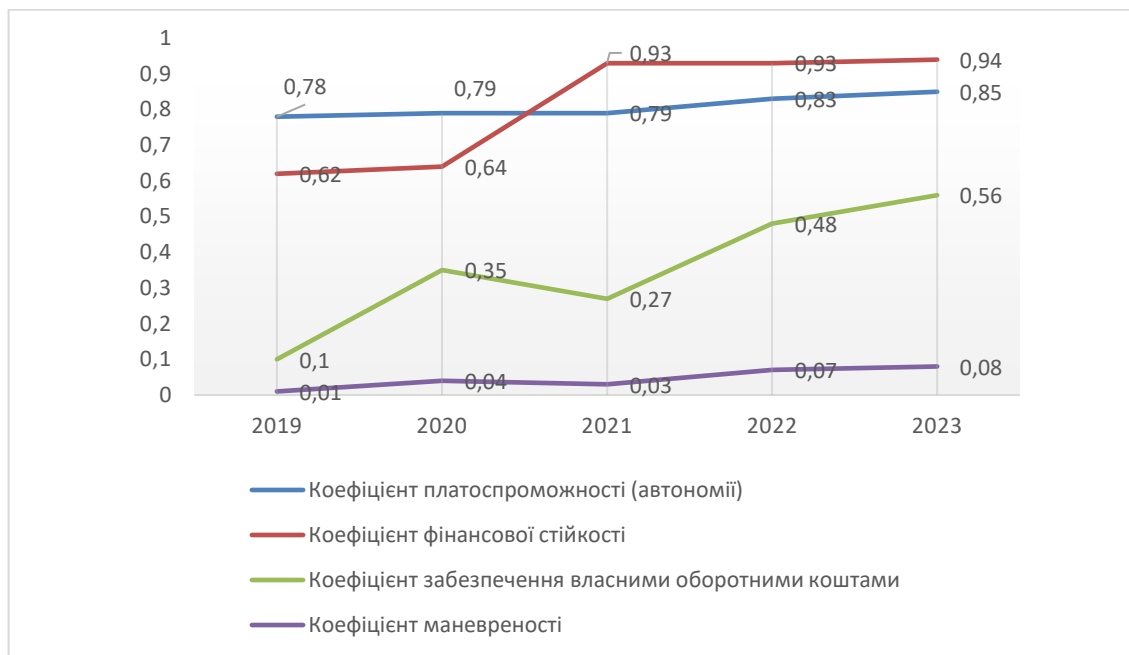


Рисунок 2.10 - Динаміка показників фінансової стійкості підприємства

Ділова активність характеризує усю сукупність зусиль підприємства щодо просування на ринках продукції, праці, капіталу. Динаміка коефіцієнтів, що характеризують її представлена на рисунку 2.11.

Коефіцієнт оборотності активів має тенденцію збільшення і в 2023 році склав 46%, що є сприятливою умовою переведення активів у ліквідні кошти.

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості 2021 року зменшувався, а потім спостерігається тенденція до збільшення, це свідчить про те, що кошти більше разів погашаються протягом року.

Середній строк погашення дебіторської заборгованості зменшився з 54 днів у 2021 році до 34 днів у 2023 році, тобто на 20 днів.

Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів свідчить про те, що товарно-матеріальні запаси швидко реалізуються, а збільшення його про те, що попит на продукцію збільшується.

Фондовіддача основних засобів має тенденцію до збільшення. У звітному періоді вона склала 55 грн на одиницю вкладених коштів, що на 23 гривні більше ніж у 2021 році.

Коефіцієнт оборотності власного капіталу теж збільшувався. У 2023 році він 0,55 проти 0,32 у 2021 році. Підприємство використовує власний капітал не достатньо ефективно.

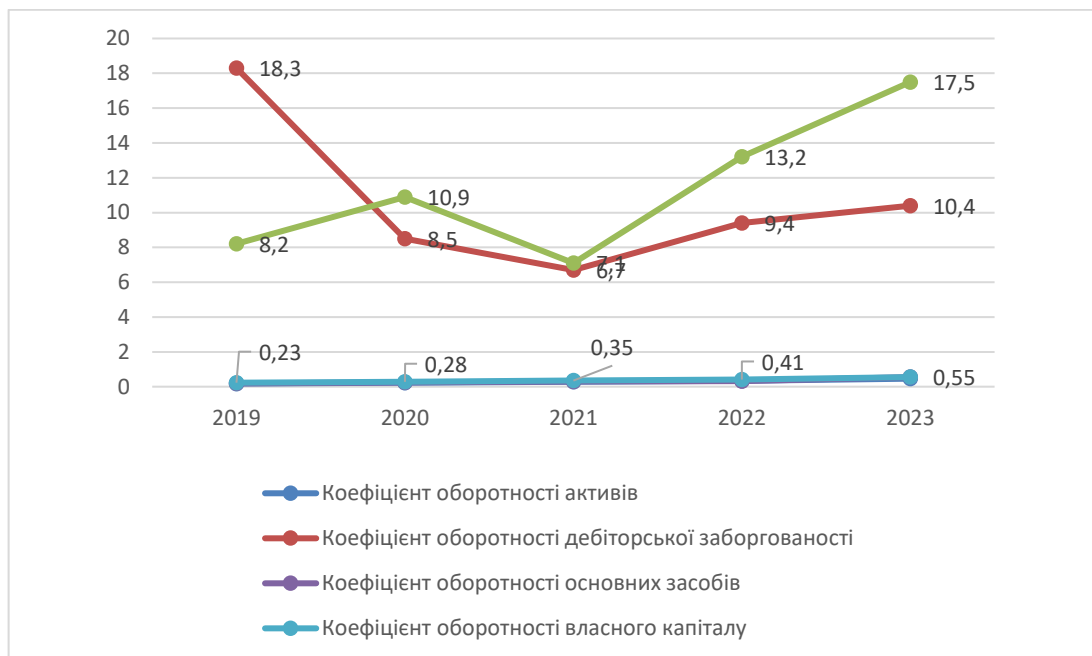


Рисунок 2.11 - Динаміка показників ділової активності

У 2022 році коефіцієнт рентабельності капіталу склав 0,02, рентабельності власного капіталу 0,03, рентабельності продажу 0,07 і рентабельності господарської діяльності 0,06. В інших періодах діяльність підприємства була збиткова, про це свідчать показники в таблиці 2.22 зі знаком мінус.

Спостерігається тенденція до зменшення коефіцієнта рентабельності продукції з 1,84 у 2019 році до 1,25 у 2023. Це свідчить про погіршення результатів діяльності підприємства.

За проведеним дослідженням фінансового стану підприємства за 2019-2023 рр. можна зробити висновки про те, що баланс підприємства є ліквідним, структура балансу підприємства задовільна, підприємство платоспроможне. Підприємство стійке, стабільно працює і є фінансово автономним. Попит на продукцію збільшується. Виробничо-господарська діяльність підприємства не рентабельна.

2.2.7 Аналіз збутової діяльності

Підприємство має виготовляти тільки ті товари і в такому обсязі, які воно може реалізувати.

Залишки готової продукції відображаються у другому розділі балансу «Оборотні активи» (рядок 1103) за фактичною собівартістю.

Згідно даних таблиці 2.23 середньорічні запаси готової продукції за останні три роки зменшувалися з 47 тис.грн до 33,5 тис.грн. , тобто на 13,5 тис.грн або 28,7%.

Таблиця 2.23 - Запаси виробів на складі

Роки	2021	2022	2023	Відхилення 2023р. від 2021 р.	
				+/-, тис.грн	+/-, %
Запаси виробів на складі, тис.грн	47	47	33,5	13,5	28,7

В організаційній структурі підприємства відсутній відділ маркетингу і співробітник – маркетолог, що і відображається на збутовій діяльності підприємства.

На підприємстві виготовляється збиткова продукція.

Останні п'ять років на підприємстві не плануються витрати на збут.

Не достатньо уваги приділяється стимулюванню як покупців так і співробітників, які займаються збутом продукції.

На підприємстві необхідно скласти плани виготовлення продукції на основі розробленої збутової політики. Саме за її допомогою визначаються ринкові можливості підприємства. В виробничій програмі, складеній за результатами маркетингових досліджень будуть збалансовані взаємозалежні показники обсягів виробництва та реалізації продукції.

3 ОБГРУНТУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ У СФЕРІ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

За результатами виконаного в кваліфікаційній роботі аналізу господарської діяльності підприємства запропоновано наступні управлінські рішення щодо підвищення ефективності збутової діяльності на підприємстві:

3. 1 Пропозиції щодо зміни в структурі асортименту

Внаслідок того, що ринок стає висококонкуцентним з'являються проблеми реалізації товарів та надання послуг. Вирішити їх неможливо без розробки та впровадження обґрунтованої асортиментної політики підприємства.

Асортиментна політика на досліджуваному підприємстві передусім має розглядатися як сфера компетентності керівника та його перших заступників і включає сукупність принципів, стратегій і методик, що приводять до формування оптимального асортименту продукції, що випускається підприємством, з погляду підвищення ефективності діяльності й задоволення потреб покупців.

Загальновідомо, що основними цілями асортиментної політики є [41]:

- збільшення обсягів реалізації за рахунок оптимізації структури асортименту;
- вихід на нові ринки;
- підвищення економічної стійкості підприємства шляхом формування раціональної асортиментної політики;
- досягнення конкурентної переваги за рахунок більш привабливого асортименту;
- зниження витрат, пов'язаних із структурою асортименту;
- збільшення оборотності товарних запасів;
- оптимальне завантаження виробничих потужностей.

В зв'язку з тим, що споживачі висувають підвищені вимоги до якості, асортименту та оформлення товару, асортиментна політика набуває важливого значення для будь якого промислового підприємства, в тому числі й для підприємств швейної промисловості.

Основним фактором, що впливає на формування асортименту є попит споживачів, тому його обов'язково враховують при формуванні асортименту.

Від асортиментної політики залежить ефективність збутової діяльності підприємства. Глибина, широта і гармонійність асортименту товарів часто визначають вибір покупцем певного підприємства для здійснення купівлі. Забезпечення широкого вибору товарів, які враховують специфіку потреб покупців, є важливою умовою задоволення їхнього попиту. Для постійних покупців підприємства важливу роль відіграє також стійкість асортименту, яка гарантує постійну можливість здійснення купівлі [42].

Асортиментна політика потребує використання як стратегічних підходів, що дозволить формувати перспективний асортимент продукції через впровадження у виробництво нових видів, так і оперативного втручання, тобто своєчасної зміни структури виробництва у відповідності з поточною динамікою попиту.

Ефективність оптимізації асортименту залежить від того, наскільки вона регулярно проводиться. Рекомендують асортимент та його структуру переглядати раз на півроку, в разі зміни маркетингової політики, то негайно.

Як доводить господарська практика, формування асортименту може здійснюватися різними методами з урахуванням цілого ряду факторів, таких як технологічні можливості, стан попиту споживачів, наявність аналогічних товарів на ринку збуту. Споживчий попит та формування асортименту між собою тісно взаємопов'язані. Для формування асортименту суттєвим фактором є також цінові характеристики продукції. Від структури асортименту продукції, своєчасного його оновлення, залежить величина витрат населення та попит споживачів. Тому при формуванні асортименту важливою вимогою є при

мінімальних витратах часу на покупку максимально задовольнити попит споживача.

В асортименті досліджуваного підприємства ПрАТ «КТФ» є робочі халати, яких у 2023 році реалізовано в обсязі 3000 шт. Собівартість виробу становить 439 грн (змінні витрати 241 грн на одиницю продукції, загальна сума постійних витрат 594 тис. грн), а середня ціна 410 грн. Тобто виготовлення робочих халатів є збитковим, але вони користуються попитом на ринку.

На величину прибутку впливають зміни у структурі виробленої продукції. Тобто збільшення частки малорентабельної продукції спричиняє зменшення прибутку і навпаки чим більша частка рентабельної продукції, тим більше прибутку отримає підприємство.

У даному випадку використаємо маржинальний аналіз, суть якого полягає у визначенні співвідношення обсягу продажів (випуску продукції), собівартості і прибутку завдяки прогнозуванню рівня цих величин за заданих обмежень. Основною категорією його є маржинальний дохід. Маржинальний дохід (прибуток) — це різниця між виторгом від реалізації (без урахування ПДВ і акцизів) та змінними витратами.

Іноді маржинальний дохід називають сумою покриття — це та частина виторгу, яка залишається на покриття постійних витрат і формування прибутку.

Чим вище рівень маржинального доходу, тим швидше відшкодовуються постійні витрати, і організація має можливість отримувати прибуток.

1 Виручка від реалізації (BP) [43] визначається за формулою:

$$BP = C * K, \quad (3.1)$$

де C - ціна виробу, грн;

K – кількість реалізовано продукції, шт.

Розрахована за формулою (3.1) виручка:

$$BP = 410 * 3000 = 1230 \text{ тис.грн}$$

2 Загальна сума змінних витрат ($ЗВ$):

$$ЗВ = ЗВ_{од} * K, \quad (3.2)$$

де $ZB_{од}$ - змінні витрати, тис.грн.

Змінні витрати за формулою (3.2):

$$ZB = 241 * 3000 = 723 \text{ тис. грн}$$

3 Прибуток від реалізації халатів:

$$П = ВР - С, \quad (3.3)$$

де C – собівартість продукції, тис.грн

Прибуток (збитки) за формулою (3.3) складають:

$$П = 1230 - (723 + 594) = -87 \text{ тис.грн.}$$

4. Маржинальний дохід (сума покриття) (D_m) визначається за формулою:

$$D_m = ВР - ZB, \quad (3.4)$$

За формулою (3.4) :

$$D_m = 1230 - 723 = 507 \text{ тис. грн}$$

5. Точка беззбитковості (T) дає змогу з'ясувати етап, коли прибуток буде дорівнювати нулю та покриватиме усі витрати компанії на забезпечення виготовлення продукції. У грошовому вираженні вона визначається за формулою:

$$T = ВР * ПВ / D_m, \quad (3.5)$$

де $ПВ$ – постійні витрати, тис.грн.

Розрахована за формулою (3.5) точка беззбитковості:

$$T = 1230 * 594 / 507 = 1441,1 \text{ тис. грн.}$$

Отже, для забезпечення беззбитковості підприємству потрібна виручка від реалізації халатів 1441,1 тис. грн. Так як ціна одного виробу становить 410 грн, підприємству потрібно виготовити $1441,1 / 410 = 3514$ робочих халатів.

В результаті змін в структурі асортименту чистий дохід від реалізації цього виду продукції збільшиться на 211,1 тис. грн (1441,1-1230).

3.2 Удосконалення організаційної структури підприємства

Організаційна структура підприємства – це один з найважливіших елементів внутрішнього середовища підприємства і регулює: розподіл завдань по відділам і підрозділам підприємства; компетентність відділів та підрозділів у вирішенні певних проблем; загальну взаємодію відділів та підрозділів. Формується вона для довготривалого забезпечення конкурентоспроможності підприємства і раціональної організації праці.

Структура організації є логічним співвідношенням функціональних зон та рівнів управління, що використовуються для досягнення цілей організації [44].

Щоб не втратити позиції на ринку на підприємстві необхідно постійно працювати над удосконаленням діючої організаційної структури та шукати перспективи її позитивних змін у відповідності до вимог сучасного економічного середовища.

Для вдосконалення організаційної структури необхідно:

1. Чітко сформулювати мету, пріоритети розвитку, поточні та тактичні цілі підприємства. На даний час переважна більшість вітчизняних підприємств намагається розширити асортимент та наростити обсяги виробництва, розширюючи при цьому свій технологічний парк.

2. Максимально спростити структуру.

3. Процес вдосконалення організаційної структури має відбуватись паралельно із розвитком підприємницької діяльності та із аналізом основних економічних показників.

Ефективність організаційної структури виявляється в успішному рентабельному функціонуванні підприємства. Чим досконаліша структура управління, тим ефективніший вплив на об'єкт управління і вища результативність роботи підприємства.

Підприємство обирає зручну організаційну структуру в залежності від умов виробництва і зони діяльності. Підприємство має лінійну організаційну структуру. Вона відповідає його умовам і розміру, проте вимагає удосконалення.

На ПРАТ «Кременчуцька трикотажна фабрика» відсутній відділ маркетингу. Існуюча організаційна структура управління збутовою діяльністю недостатньо ефективна. Роботу з клієнтами і збут продукції здійснює співробітник економічної служби.

Для вивчення ринку збуту та ринку закупівель слід було б на підприємстві ввести посаду менеджера з продажу і реклами. Але це досить маленьке підприємство і у нього немає необхідності і можливості це зробити. Тому пропонуємо доповнити організаційну структуру підприємства і внести зміни в штатний розпис, де передбачити посаду менеджера зі збуту (0,5 штатної одиниці) з місячним фондом 7,5 тис.грн ($15 \text{ тис.грн} * 0,5 = 7,5 \text{ тис.грн}$).

В зв'язку з цим переглянути функціональні обов'язки співробітника, який зараз виконує цю роботу, доповнити їх і запропонувати йому суміщення.

Річні витрати з урахуванням нарахувань соціального характеру на цей захід складуть $7,5 * 12 + 0,195 * 7,5 * 12 = 108,9$ тис.грн.

3.3 Планування представницьких витрат та заходи щодо нематеріального стимулювання споживачів

Для будь якого сучасного підприємства складно уявити ведення бізнесу без існування такої категорії витрат як представницькі витрати. Ці витрати пов'язані з комерційною діяльністю, прийомом та обслуговуванням представників інших організацій та установ, які прибули для переговорів з метою встановлення та підтримання взаємовигідного співробітництва, а також учасників, які прибули на засідання ради (правління) організації.

Більш докладно складові представницьких витрат охарактеризовано нижче. Це витрати, пов'язані з:

- проведенням офіційного прийому (сніданку, обіду або інших аналогічних заходів) представників (учасників);
- транспортним забезпеченням;
- відвідуванням культурно-видовищних заходів;
- буфетним обслуговуванням під час переговорів та заходів культурної програми та інші.

Величина представницьких витрат нормується. Вони повинні бути документально підтверджені і безпосередньо пов'язані з господарською діяльністю підприємства.

Так, при планування офіційного прийому повинні бути оформлені наступні документи:

- наказ (розпорядження) про проведення офіційного прийому (або іншого заходу), підписаний керівними особами із зазначенням дати, місця та відповідальних за проведення заходу осіб;
- затверджена керівником програма офіційного прийому (або іншого заходу);
- затверджений керівником кошторис витрат;
- запрошення, надіслані представникам інших організацій;
- звіт про фактичні витрати з доданими первинними документами, що підтверджують витрати [45].

З метою розширення ринку збуту, підвищення, рівня впізнаваності бренлу підприємства в роботі рекомендовано запланувати збільшення представницьких витрат за вищезазначеними статтями в 2024 році не менше ніж на 250 тис. грн (приблизно 2,7% від собівартості продукції). Відповідно до облікової політики підприємства вони будуть включені до складу адміністративних витрат і вимагатимуть підтвердження реальності понесення у вигляді звіту про проведений захід (переговори, участь у виставках, ярмарках тощо). Такий підхід забезпечить можливість віднесення представницьких витрат до складу валових витрат і відповідно отримання податкової економії в 2024 році за рахунок зменшення оподаткованого прибутку в сумі не менше, ніж $(533,3 - (533,3 - 250)) * 0,18 = 45,81$ тис. грн порівняно з 2023 роком.

Другий аспект рекомендацій стосується стимулювання збуту. Вироблена підприємством продукція повинна бути продана з отриманням найбільшої вигоди і з урахуванням всіх переваг і побажань клієнтів. Тому головне завдання підприємства - сумістити бажання клієнтів і власні виробничі можливості [46].

В кваліфікаційній роботі пропонуються такі види стимулювання збуту залежно від суб'єктів.

1. Стимулювання споживачів:

1) Зниження ціни за допомогою прямої знижки:

- знижка у відсотках. На упаковці зазначається, що ціну знижено на 10 або 20 %. Це не призводить до змін в організації торговельної зали або маркуванні товару. На товар наклеюють дві етикетки — з ціною старою (перекреслена) і новою;

- знижка із зазначенням її розмірів у грошовому вираженні ("мінус 100 грн");

- зазначення нової ціни (без розміру знижки). У цьому разі інформують про причину встановлення нової ціни: випуск удосконаленого продукту; річниця; свято.

Знижки стимулюють споживачів і збільшують обсяг збуту.

2) Поєднаний продаж. Застосовується до товарів, що доповнюють один одного. Ціна комплекту встановлюється нижчою від суми цін кожного з товарів.

2. Моральна мотивація збутового персоналу підприємства.

Створення відповідного психологічного клімату на підприємстві: регулярне проведення зборів співробітників; створення дружньої, сприятливої атмосфери на роботі; надання можливості зробити кар'єру, гарантії зайнятості.

З метою удосконалення системи просування продукції на підприємстві можуть бути запропоновані такі методи стимулювання збуту: VTL-реклама (розіграші, робота на виставках, подарунок за покупку, мерчандайзинг, презентації); подієвий прямий маркетинг (спонсорство, брендинг, піар-підтримка - піар в Інтернеті; презентації, публічні виступи, ярмарки та ін.); продакт-плейсмент; активний директ-маркетинг, що включає пряму поштову та імейл-рекламу, телемаркетинг та інші засоби комунікації, розраховані на відгук або прямі продажі. В результаті застосування такого підходу забезпечується формування і використання нових комунікаційних підсистем маркетингу підприємства.

3.4 Рекомендації щодо вибору каналів збуту

Товари відмінної якості і за доступними цінами мають попит у покупців. Не менш важливим для споживача має місце розташування магазину, режим його роботи, можливість поміряти товар. Проведене опитування покупців трикотажних виробів свідчить про те, що більшість віддають перевагу якості продукції і виробнику. Цим вимогам відповідає продукція фабрики. З проведеного опитування можна зробити висновок, що продукція підприємства має попит у потенційних покупців.

Вибір каналів збуту є одним із найважливіших стратегічних маркетингових рішень, що залежить від багатьох чинників і визначається такими важливими критеріями [47]:

- розмірами ринку;
- його географічною протяжністю;
- типом продукції підприємства;
- стадією життєвого циклу підприємства та продукції;
- типом споживача продукції підприємства.

Вагомий вплив на конфігурацію каналів збуту здійснює безпосередньо підприємство, а саме: його розміри і прибутковість діяльності. Тому доцільно обирати канали збуту більш короткі або взагалі використовувати прямий збут.

Виробник здійснює прямий маркетинг – сам реалізує товар. При цьому варіанті розподілу фірма виробник уникає витрат на дистриб'юторів, зберігає контроль над продажем товарів.

Існують декілька варіантів методів прямого маркетингу:

- продаж товарів удома;
- продаж товарів через магазини, які належать виробникові;
- продаж за телефоном (телемаркетинг);
- продаж за каталогом;
- реклама, що передбачає прямий відгук.

Особливу увагу варто приділити розвитку власної мережі роздрібною торгівлі, що дає можливість забезпечити стійкий попит на продукцію .

У підприємства немає власного магазину, але на території фабрики є вільні приміщення, в яких можна створити магазин. Витрати на його обладнання наведені у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 - Розрахунок вартості обладнання магазину

№ з/п	Витрати	Вартість, грн
1	Вивіска для магазину	4000
2	Рахунковий пристрій	10000
3	Прилавок розрахунковий	7100
4	Стелажі (7000*2)	14000
5	Заробітна плата продавця з нарахуваннями (річні витрати)	159720
	Разом	194820

Ефективність на рівні підприємства характеризує зв'язок між величиною отриманого результату від його діяльності та кількістю інвестованих або витрачених у виробництві ресурсів [48].

Як економічна категорія ефективність має різновиди, зокрема:

- економічна ефективність характеризує відповідність витрат і результатів діяльності підприємства у грошовій формі;
- соціальна ефективність відображає відповідність витрат і соціальних результатів діяльності підприємства цілям і соціальним інтересам суспільства;
- екологічна ефективність показує відповідність витрат і екологічних результатів інтересам держави й суспільства.

Економічна ефективність діяльності суб'єкта господарювання залежить не лише від зовнішніх чинників та факторів впливу, але й від стратегії розвитку самого підприємства, його ефективної системи менеджменту.

Запропоновані в кваліфікаційній роботі заходи щодо нематеріального стимулювання споживачів мають соціальну ефективність, а решта економічну.

Загальні витрати на запропоновані рішення складуть 553,72 тис. грн. (108,9+250+194,82).

Враховуючи досвід реалізації подібних заходів іншими суб'єктами господарювання галузі легкої промисловості, очікуваний приріст обсягів продажів становитиме в діапазоні 5-7%.

Загальні доходи фабрики у 2023 році склали 11699 тис. грн.

Отже, за найбільш ймовірнішим (помірним) сценарієм обсяг продажів збільшиться на $11699 * 0,06 = 701,94$ тис. грн.

Прибуток від впровадження описаних вище заходів складе 148,22 тис грн (701,94 - 553,72).

З урахуванням першого та другого заходів, інформація про які зведена в таблиці 3.2, прибуток від операційної діяльності збільшиться на 405,13 тис. грн (211,1 + 45,81+148,22).

Таблиця 3.2 – Ефективність заходів щодо удосконалення збутової діяльності ПрАТ «КТФ»

Назва заходу	Напрямок поліпшення	Сума витрат, тис. грн	Сума ефекту, тис. грн
Зміна в структурі асортименту	Збільшення чистого доходу (обсягів продажів)	-	211,1
Збільшення представницьких витрат	Отримання податкової економії	250,0	45,81
	Збільшення чистого доходу		
Введення у штатний розклад посади менеджера з продажу і реклами	Збільшення чистого доходу	108,9	148,22
Відкриття власного фірмового магазину на території фабрики	Збільшення чистого доходу	194,82	
Разом	-	553,72	405,13

Отже, запропоновані заходи в сукупності забезпечать можливість покрити збитки ПрАТ «Кременчуцька трикотажна фабрика» в сумі 188 тис. грн і сформувати додатний фінансовий результат в обсязі 217,13 тис. грн.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі бакалавра поставлено та вирішено актуальне завдання обґрунтовано управлінські рішення у сфері збутової діяльності підприємства.

Одержані результати дозволяють зробити такі висновки:

1. У результаті дослідження наукових поглядів на зміст поняття «збутова діяльність» встановлено, що під ним доцільно розуміти, процес просування готової продукції на ринок з метою отримання максимального прибутку. Основними елементами збутової діяльності є зберігання, доробка, упаковка, складська переробка продукції; виконання транспортних операцій, надання послуг з її доставки; укладання договорів зі споживачами та безпосередній контакт із покупцем у вигляді дій із фізичної передачі товару, оформлення замовлень, організації платіжно-розрахункових операцій і власне продаж, який завершує процес збуту товару. Система управління збутовою діяльністю промислового підприємства включає головну мету, цілі діяльності, стратегічну спрямованість, систему забезпечення. Найбільш ефективна система, канали і методи збуту обираються на стадії розробки політики підприємства і виробництво продукції орієнтуються на конкретні форми і методи збуту з самого початку.

2. Комплексний аналіз господарської діяльності підприємства свідчить про те, що у 2023 році в порівнянні з попереднім роком чистий дохід від реалізації товарів збільшився на 2809 тис.грн (31,6%), кількість працюючих збільшилася на 2 особи (14,3%), продуктивність праці на 8,01 тис.грн/міс. (15,1%), а заробітна плата зменшилася на 2855 грн/міс. (22,3%). На підприємстві темп зростання продуктивності праці випереджає темп зростання середньої заробітної праці на 47%.

Собівартість реалізованої продукції у звітному періоді збільшилася на 3782 тис.грн або 68,2%. Операційні витрати зменшилися на 120 тис.грн. або на 14,1%

в результаті того, що зменшилися витрати по усім елементам, крім інших операційних витрат. Витрати на 1 грн реалізованої продукції збільшилися на 4,9%. Валовий прибуток у попередньому році 3346 тис.грн, а в звітному зменшився на 973 тис.грн (29%) і склав 2373 тис.грн. Це пояснюється тим, що в порівнянні з попереднім роком темп зростання собівартості перевищив темп зростання чистого доходу.

Діяльність підприємства у 2023 році стала збитковою в результаті значного збільшення адміністративних витрат (1140 тис.грн).

Аналіз збутової діяльності підприємства показав, що на протязі останніх років залишки готової продукції не змінювалися, виключенням є 2023 рік, коли вони зменшилися на 13,5 тис.грн або 28,7% в порівнянні з базовим періодом. В організаційній структурі підприємства відсутній відділ маркетингу. Останні п'ять років у звітності не відображені витрати на збут. Не достатньо уваги приділяється стимулюванню.

3. За результатами виконаного в кваліфікаційній роботі аналізу господарської діяльності підприємства запропоновано наступні управлінські заходи у збутовій діяльності:

- пропозиції щодо зміни в структурі асортименту.

На підприємстві виготовляються робочі халати, собівартість яких перевищує ціну. Тобто їх виготовлення є збитковим, але продукція користується попитом на ринку. Для забезпечення беззбитковості потрібна виручка від реалізації халатів 1441,1 тис. грн. Так як ціна одного виробу становить 410 грн, підприємству потрібно виготовити 3514 робочих халатів. Як альтернативний варіант розглядається підвищення ціни.

Розрахунки показали, що в результаті змін в структурі асортименту чистий дохід від реалізації цього виду продукції збільшиться на 211,1 тис. грн.

- уосконалення організаційної структури підприємства.

Пропонується доповнити організаційну структуру підприємства і внести зміни в штатний розпис, де передбачити посаду менеджера зі збуту (0,5 штатних одиниць). В зв'язку з цим переглянути функціональні обов'язки співробітника

який зараз виконую цю роботу, доповнити їх і запропонувати йому суміщення. Річні витрати з урахуванням нарахувань соціального характеру на цей захід складуть 108,9 тис.грн.

- планування представницьких витрат та заходи щодо нематеріального стимулювання споживачів. З метою розширення ринків збуту, підвищення, рівня впізнаваності бренду підприємства в роботі рекомендовано запланувати збільшення представницьких витрат в 2024 році не менше, ніж на 250 тис. грн (приблизно 2,7% від собівартості продукції). Вони будуть віднесені до складу валових витрат і відповідно отримана податкова економія в 2024 році за рахунок зменшення оподаткованого прибутку в сумі не менше, ніж 45,81 тис. грн порівняно з 2023 роком.

Нематеріальні заходи мотивації пропонуються як для споживачів (зниження ціни за допомогою прямої знижки і поєднаний продаж), так і для співробітників, які пов'язані зі збутом продукції (моральна мотивація);

- рекомендації щодо вибору каналів збуту.

У підприємства немає власного магазину, але на території фабрики є вільні приміщення, де можна розмістити магазин. Витрати на його обладнання складуть 194,82 тис. грн.

Запропоновані заходи в сукупності забезпечать можливість збільшити операційний прибуток на 405,13 тис. грн, а отже покрити збитки ПрАТ «КТФ» сформувати додатний фінансовий результат в обсязі 217,13 тис. грн.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1 О. В. Шереметинська, О. І. Гаврилюк. Управління збутовою діяльністю підприємств суб'єктів ЗЕД в сучасних умовах. *Ефективна економіка*, 2016. № 1. URL:

<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4732#:~:text=%D0%B2%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%87%D0%B0%D1%94%20%D0%B7%D0%B1%D1%83%D1%82%D0%BE> (дата звернення 20.05. 2024).

2 Залозна Ю.С. Удосконалення організації збутової діяльності вугледобувних підприємств України в умовах нестабільності попиту: теорія і практика: монографія. / Ю.С. Залозна, Н.В. Трушкіна. НАН України, Інститут економіки промисловості. Київ: 2020. 166 с. URL : https://iie.org.ua/wp-content/uploads/2020/08/monohrafiia_zbut_20.07.2020_compressed.pdf (дата звернення 25.05. 2024).

3 Балабанова Л.В. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємств: навч. посіб. Київ: Професіонал, 2006. 336 с. URL :<https://discovery.kpi.ua/Record/000351626> (дата звернення 21.05. 2024).

4 С. О. Тульчинська, Ю. Е. Лебедева. Фактори впливу на збутову політику підприємства. *Ефективна економіка*. 2016. № 9. URL:<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5140> (дата звернення 24.05. 2024).

5 Амеліна І.В., Дмитренко О.І. Теоретичні основи менеджменту збуту продукції підприємства. *Економіка і регіон*.2021. № 4(83) С. 38-43. URL :<file:///C:/Users/PC/Downloads/2523-D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-3645-1-10-20220705.pdf> (дата звернення 22.05. 2024).

6 Виноградська А.М. Комерційне підприємництво: сучасний стан, стратегії розвитку. Монографія. Київ : Центр навчальної літератури, 2014. 807 с.

7 Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник. Київ : Лібра, 2012. 712 с. URL : <https://lib.nmu.org.ua/books/bibliotechka-marketologa/garkavenko-s-s-marketynng-pidruchnyk/> (дата звернення 25.05.2024).

8 Белявцев М., Беспята М. Стратегічне маркетингове управління збутом підприємств. Маркетинг в Україні. 2010. (1). С. 24–26. URL : <https://lib.dsau.dp.ua/book/65881/> (дата звернення 26.05.2024).

9 Гарматюк О.В. Сучасна система збуту продукції підприємства. *Національна економіка. Інтелект XXI 2018.* (3). С.52-55. URL : http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2018/2018_3/10.pdf/ (дата звернення 26.05.2024).

10 Гамалій В.Ф., Романчук С.А., Фабрика І.В. Сучасні проблеми збутової політики українських підприємств . Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. *Економічні науки.* 2012. вип. 22, ч.ІІ. С.10-13. URL : <https://dspace.kntu.kr.ua/server/api/core/bitstreams/9214cde0-abdf-4536-8ec5-d5c4d58df55c/content> (дата звернення 27.05.2024).

11 Ключник А.В. Збутова політика та її значення у розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства // *Глобальні та національні проблеми економіки* .URL : <http://global-national.in.ua/archive/4-2015/87.pdf> (дата звернення 21.05.2024).

12. Організація виробництва : підручник / за ред. А.І. Яковлева, С.П. Сударкіної, М.І. Ларки. Харків : НТУ “ХПІ”, 2016. 436 с. URL : <https://core.ac.uk/download/pdf/79662998.pdf> (дата звернення 27.05.2024).

13 В.В.Сисоєв, Т.В.Сакун. Механізм управління збутовою діяльністю молокопереробного підприємства. *Вісник НТУ «ХПІ»* 2018. № 48(1324). С.108-115. URL : <https://core.ac.uk/download/pdf/187510565.pdf> (дата звернення 28.05.2024).

14 Терент’єва Н.В. Принципи та функції управління збутовою діяльністю / Н. В. Терент’єва // *Вісник Запорізького національного університету: Збірник наукових праць. Економічні науки.* Запоріжжя: Запорізький національний університет. 2016. 1 (29). С. 127-138.

15 С.Шпилик. Управління збутовою діяльністю підприємства . *Галицький економічний вісник*. 2012. 4(37). с.88-95. URL :<https://core.ac.uk/download/pdf/60790421.pdf> (дата звернення 29.05.2024).

16 Комеліна О. В. Логістичне управління збутовою діяльністю підприємства: концептуальний підхід. *Економіка та суспільство*. 2017. (13). URL : http://economyandsociety.in.ua/journal/13_ukr/85.pdf (дата звернення 30.05.2024).

17 Петриняк У. Я. Удосконалення сучасного управління збутової діяльності в системі маркетингу молокопереробних підприємств. *Науковий вісник ЛНУВМБТ ім. С. З. Гжицького*. 2013. Том. 15. 1 (55). Част. 5. С. 143-148.

18 Балабанова Л. В. Стратегічне маркетингове управління збутом підприємства : монографія / Л. В. Балабанова, Ю. П. Митрохіна. Донецьк: Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, 2009. 245 с.

19 Трушкіна Н. В. Напрями вдосконалення управління збутовою діяльністю вугільних підприємств *Економіка: реалії часу*. 2015. 3 (19). С. 194-199. URL :<http://economics.opu.ua/files/archive/2015/n3.html>.2014 (дата звернення 01.06.2024).

20 Бондаренко С.М. Ділова досконалість підприємств, як фактор конкурентоспроможності національної економіки України. *Економічний простір*. 2016. (116). С. 200-208. URL : <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/6084> (дата звернення 01.06.2024).

21 Бондаренко С.М., Леус А.Ю. Оцінка рівня якості продукції на підприємстві. *Ефективна економіка*. 2017. № 4.

URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5527> (дата звернення 01.06.2024).

22 Бугас В.В. Економічна сутність конкурентоспроможності та конкурентних переваг підприємства. *Modern Economics*. 2018. (11). С. 34-37. URL : [https://doi.org/10.31521/modecon.V11\(2018\)-05](https://doi.org/10.31521/modecon.V11(2018)-05) (дата звернення 03.06.2024).

23 Гринько Т.В., Гвініашвілі Т.З., Сотула В.В. Особливості управління збутовою діяльністю підприємства в сучасних умовах. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 51. URL :file:///C:/Users/PC/Downloads/2455-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1 (дата звернення 04.06.2024).

24 Н.В.Терент'єва Управління збутовою діяльністю в системі управління підприємством. *Ефективна економіка*. 2016. (2). URL:<http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4783> (дата звернення 04.06.2024).

25 Ямкова О.М. Зміст формування збутової політики виробничих підприємств. *Економіка і управління*. 2012. (2). С.52-59. URL :http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe? (дата звернення 06.06.2024).

26 Слесь І.Р. Методики оцінки ефективності управління збутовою діяльністю підприємства . *Економічні студії*. 2018. 4 (22). С.74-78. URL :<https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/623833.pdf> (дата звернення 07.06.2024).

27 Шевчик М. Г. Інструменти оцінки збутової політики підприємства. *Науковий вісник нац. університету біоресурсів і природокористування України*. 10/11/2011. Част. 2. С. 324-332. URL: <http://elibrary.nubip.edu.ua/7926/1/10smg.pdf> (дата звернення 14.06.2024).

28 Музичка Є.О. Оцінка ефективності збутової діяльності торговельних підприємств. *Економічний часопис XXI*. 2013. (11-12) (2). С. 64 – 67. URL: https://pnv.in.ua/images/Magazine/2_2020/2_2020-58-64.pdf (дата звернення 14.06.2024).

29 Абрамович, І. А. Методичні підходи оцінки ефективності збутової діяльності переробних підприємств. *Агросвіт*. 2014. (4). С. 25-28. URL :<http://www.agrosvit.info/?op=1&z=1499&i=4> (дата звернення 15.06.2024).

30 Кошельок Г.В., Єгунов Ю.А., Тарасова Ю.А. Факторний аналіз витрат на збут підприємства. *Східна Європа: Економіка, бізнес та управління*. 2022.

Випуск 2 (35) С.113-119. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/35_2022/18.pdf. (дата звернення 16.06.2024).

31 Офіційний сайт ПРАТ «Кременчуцька трикотажна фабрика». URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/00310924/ (дата звернення 18.06.2024).

32 Звітність підприємства URL: <https://clarity-project.info/edr/00310924/finances>.(дата звернення 18.06.2024).

33 В. Причепя, Л. П. Руда. Економіка та організація виробництва. Навч. посібник. Вінниця : ВНТУ, 2017. 186с. URL:https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/fmib/35prychepa_ekonomika_ta_organizaciya_vyrobnictva/index.html (дата звернення 19.06.2024).

34 Аналіз господарської діяльності: навчальний посібник/ за ред. І.В.Сіменко, Т.Д. Косової. Київ: Центр учбової літератури. 2013. 384 с. URL:<https://pe.nmu.org.ua/ua/student/informzabezp/%D0%9F%D1%96%D0%B4%D1%80%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D0%90%D0%93%D0%94%D0%9F.pdf> (дата звернення 19.06.2024).

35 Пилипенко О. В. Методичні вказівки і завдання до виконання контрольної роботи з дисципліни “Теорія економічного аналізу” (для бакалаврів економічних спеціальностей). Київ: МАУП, 2004. 36 с. URL:https://library.maup.com.ua/metod/1636-kontr_T_ek_an.pdf (дата звернення 19.06.2024).

36 Організація виробництва : підручник / за ред. А.І. Яковлев, С.П. Сударкіної, М.І. Ларки. Харків : НТУ “ХПІ”, 2016. 436с. URL:<https://core.ac.uk/download/pdf/79662998.pdf> (дата звернення 20.06.2024).

37 Петрова В. Ф. Конспект лекцій з дисципліни «Фінансовий аналіз» (для студентів заочної форми навчання освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліст та слухачів другої вищої освіти спеціальності 7.03050901 – Облік і аудит). Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. 138 с.

[URL:file:///C:/Users/PC/Desktop/%D0%A4%D1%96%D0%BD.%D0%B0%D0%BD%D0%B0%BB%D1%96%D0%B7.pdf](file:///C:/Users/PC/Desktop/%D0%A4%D1%96%D0%BD.%D0%B0%D0%BD%D0%B0%BB%D1%96%D0%B7.pdf) (дата звернення 21.06.2024).

38 Міщук Г.Ю., Джигяр Т.М., Шишкіна О.О. Економічний аналіз: навч. посібник Рівне: НУВГП, 2017. 156 с. URL:<https://kpdі.edu.ua/biblioteka/%.pdf> (дата звернення 18.06.2024).

39 Економічний аналіз: Навч. посібник. За ред. Волкової Н.А./ Н.А. Волкова, Р.М. Волчек, О.М. Гайдаєнко та ін. Одеса: ОНЕУ, ротاپронт. 2015. 310с. URL:[http://xn--e1ajqk.kiev.ua/wp-content/uploads/2019/12/Ekonomichnij-analiz_\(дата_zverнення_19.06.2024\).](http://xn--e1ajqk.kiev.ua/wp-content/uploads/2019/12/Ekonomichnij-analiz_(дата_zverнення_19.06.2024).)

40 Яцух О.О., Захарова Н.Ю. Фінансовий стан підприємства та методика його оцінки. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління.* 2018. Том 29 (68). (3). С.173 - 179. URL: <http://elar.tsatu.edu.ua/bitstream/123456789/11043/1/4.pdf> (дата звернення 11.06.2024).

41 А.В.Троян. Особливості асортиментної політики в сучасних умовах господарювання. *Ефективна економіка.* 2014. (1). URL:<http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2708> (дата звернення 11.06.2024).

42 Федорович Р.В. Аналіз в управлінні збутовою політикою підприємства. С.234-249. URL: <https://core.ac.uk/download/161260418.pdf>. (дата звернення 12.06.2024).

43 В.В.Бала. Розрахунок точки безбитковості як необхідна умова для визначення інвестиційної привабливості підприємства. *Ефективна економіка.* 2011. (6). URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=818> (дата звернення 17.06.2024).

44 Бондарчук Л.В. Удосконалення організаційної структури підприємства в системі ефективного менеджменту персоналу / *Вісник Хмельницького національного університету,* 2009. (1). С. 41-45. URL:http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2009_1/zmist.files/_24.pdf (дата звернення 17.06.2024).

45 Представницькі витрати. URL: <https://livingfo.com/predstavnytski-vytraty/> (дата звернення 12.06.2024).

46 О. В. Шереметинська, Ю. Невмержицька. Стимулювання збуту: заходи та засоби, які допомагають при формуванні маркетингової діяльності підприємства при здійсненні ЗЕД. *Ефективна економіка*. 2016. (2). URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4785> (дата звернення 15.06.2024).

47 О. М. Олефіренко. Теоретичні основи визначення інструментів та каналів збуту продукції промисловий підприємств. *Ефективна економіка*. 2015. (2.) URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5848> (дата звернення 13.06.2024).

48 Андрійчук В.Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, практика, аналіз: монографія. Київ: КНЕУ, 2005. 292 с. URL: <https://scholar.google.com.ua/citations?user=Zykj2yIAAAAJ&hl> (дата звернення 18.06.2024).

ДОДАТОК А

Фінансова звітність за 2022 рік

2023 рік	2022 рік	2021 рік 2020 рік
----------	----------	----------------------

Дата звіту 2023-03-01
 Період 2022 рік, 12 міс
 КАТОТТГ UA53020110010112104
 Кількість працівників 14

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

АКТИВ

Назва рядка	Код рядка	На початок звітної періоду, тис. грн	На кінець звітної періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	0.00	0.00
первісна вартість	1001	0.00	
накопичена амортизація	1002	0.00	
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0.00	
Основні засоби	1010	11 746.00	11 371.00
первісна вартість	1011	26 659.00	26 775.00
знос	1012	14 913.00	15 404.00
Інвестиційна нерухомість	1015	0.00	
первісна вартість	1016	0.00	
знос	1017	0.00	
Довгострокові біологічні активи	1020	0.00	
первісна вартість	1021	0.00	
накопичена амортизація	1022	0.00	
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0.00	
інші фінансові інвестиції	1035	0.00	
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0.00	
Відстрочені податкові активи	1045	0.00	
Гудвіл	1050	0.00	
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0.00	
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0.00	
Інші необоротні активи	1090	0.00	
Усього за розділом I	1095	11 746.00	11 371.00
II. Оборотні активи Запаси	1100	513.00	338.00
Виробничі запаси	1101	466.00	291.00
Незавершене виробництво	1102	0.00	
Готова продукція	1103	47.00	47.00
Товари	1104	0.00	
Поточні біологічні активи	1110	0.00	
Депозити перестрашування	1115	0.00	
Векселі одержані	1120	0.00	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	548.00	473.00
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	162.00	364.00
з бюджетом	1135	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітної періоду, тис. грн	На кінець звітної періоду, тис. грн
у тому числі з податку на прибуток	1136	0.00	
з нарахованих доходів	1140	0.00	
із внутрішніх розрахунків	1145	0.00	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1.00	
Поточні фінансові інвестиції	1160	0.00	
Гроші та їх еквіваленти	1165	88.00	473.00
Готівка	1166	2.00	1.00
Рахунки в банках	1167	86.00	472.00
Витрати майбутніх періодів	1170	0.00	
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0.00	
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0.00	
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0.00	
резервах незароблених премій	1183	0.00	
інших страхових резервах	1184	0.00	
Інші оборотні активи	1190	0.00	
Усього за розділом II	1195	1 312.00	1 648.00
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0.00	
Баланс	1300	13 058.00	13 019.00

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітної періоду, тис. грн	На кінець звітної періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	3 382.00	3 382.00
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0.00	
Капітал у дооцінках	1405	0.00	
Додатковий капітал	1410	9 082.00	9 082.00
Емісійний дохід	1411	0.00	
Накопичені курсові різниці	1412	0.00	
Резервний капітал	1415	0.00	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-2 156.00	-1 624.00
Неоплачений капітал	1425	0.00	
Вилучений капітал	1430	0.00	
Інші резерви	1435	0.00	
Усього за розділом I	1495	10 308.00	10 840.00
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення Відстрочені	1500	0.00	
податкові зобов'язання			
Пенсійні зобов'язання	1505	0.00	
Довгострокові кредити банків	1510	0.00	
Інші довгострокові зобов'язання	1515	1 790.00	1 321.00
Довгострокові забезпечення	1520	0.00	
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0.00	
Цільове фінансування	1525	0.00	
Благодійна допомога	1526	0.00	
Страхові резерви	1530	0.00	
у тому числі: резерв довгострокових зобов'язань	1531	0.00	
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0.00	
резерв незароблених премій	1533	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
інші страхові резерви	1534	0.00	
Інвестиційні контракти	1535	0.00	
Призовий фонд	1540	0.00	
Резерв на виплату джек-поту	1545	0.00	
Усього за розділом II	1595	1 790.00	1 321.00
Ш. Поточні зобов'язання і забезпечення Короткострокові кредити банків	1600	0.00	
Векселі видані	1605	0.00	
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0.00	
товари, роботи, послуги	1615	17.00	16.00
розрахунками з бюджетом	1620	74.00	78.00
у тому числі з податку на прибуток	1621	4.00	1.00
розрахунками зі страхування	1625	31.00	44.00
розрахунками з оплати праці	1630	116.00	175.00
за одержаними авансами	1635	480.00	323.00
за розрахунками з учасниками	1640	0.00	
із внутрішніх розрахунків	1645	0.00	
за страховою діяльністю	1650	0.00	
Поточні забезпечення	1660	151.00	164.00
Доходи майбутніх періодів	1665	0.00	
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0.00	
Інші поточні зобов'язання	1690	91.00	58.00
Усього за розділом III	1695	960.00	858.00
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0.00	
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0.00	
Баланс	1900	13 058.00	13 019.00

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

Фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	8 890.00	7 301.00
Чисті зароблені страхові премії	2010	0.00	
Премії підписані, валова сума	2011	0.00	
Премії, передані у перестраховання	2012	0.00	
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0.00	
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0.00	
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	5 544.00	4 771.00
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0.00	
Валовий: прибуток	2090	3 346.00	2 530.00
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0.00	
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0.00	
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0.00	

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0.00	
Інші операційні доходи	2120	788.00	448.00
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0.00	
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0.00	
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0.00	
Адміністративні витрати	2130	2 400.00	2 253.00
Витрати на збут	2150	0.00	
Інші операційні витрати	2180	1 201.00	884.00
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0.00	
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0.00	
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	533.00	
збиток	2195	159.00	
Дохід від участі в капіталі	2200	0.00	
Інші фінансові доходи	2220	0.00	
Інші доходи	2240	0.00	
Дохід від благодійної допомоги	2241	0.00	
Фінансові витрати	2250	0.00	
Втрати від участі в капіталі	2255	0.00	
Інші витрати	2270	0.00	
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0.00	
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	533.00	
збиток	2295	159.00	
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-1.00	-4.00
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0.00	
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	532.00	
збиток	2355	163.00	

Сукупний дохід

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0.00	
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0.00	
Накопичені курсові різниці	2410	0.00	
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0.00	
Інший сукупний дохід	2445	0.00	
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0.00	0.00
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0.00	
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0.00	0.00
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	532.00	-163.00

Елементи операційних витрат

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Матеріальні затрати	2500	5 479.00	4 498.00
Витрати на оплату праці	2505	2 150.00	2 037.00
Відрахування на соціальні заходи	2510	468.00	448.00
Амортизація	2515	493.00	472.00
Інші операційні витрати	2520	343.00	369.00
Разом	2550	8 933.00	7 824.00

Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Середньорічна кількість простих акцій	2600	13 528 320.00	13 528 320.00
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	13 528 320.00	13 528 320.00
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0.04	-0.01
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0.04	-0.01
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0.00	

Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом)

Рух коштів у результаті операційної діяльності

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Надходження від: Реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3000	174.00	21.00
Повернення податків і зборів	3005	0.00	
у тому числі податку на додану вартість	3006	0.00	
Цільового фінансування	3010	9.00	21.00
Надходження від отримання субсидій, дотацій	3011	0.00	
Надходження авансів від покупців і замовників	3015	1 821.00	487.00
Надходження від повернення авансів	3020	0.00	
Надходження від відсотків за залишками коштів на поточних рахунках	3025	0.00	
Надходження від боржників неустойки (штрафів, пені)	3035	0.00	
Надходження від операційної оренди	3040	7 000.00	6 499.00
Надходження від отримання роялті, авторських винагород	3045	0.00	
Надходження від страхових премій	3050	0.00	
Надходження фінансових установ від повернення позик	3055	0.00	
Інші надходження	3095	13.00	
Витрачання на оплату: Товарів (робіт, послуг)	3100	4 633.00	3 251.00

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Праці	3105	1 678.00	1 424.00
Відрахувань на соціальні заходи	3110	454.00	448.00
Зобов'язань з податків і зборів	3115	897.00	1 341.00
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на прибуток	3116	5.00	7.00
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на додану вартість	3117	129.00	730.00
Витрачання на оплату зобов'язань з інших податків і зборів	3118	356.00	203.00
Витрачання на оплату авансів	3135	364.00	194.00
Витрачання на оплату повернення авансів	3140	0.00	
Витрачання на оплату цільових внесків	3145	9.00	21.00
Витрачання на оплату зобов'язань за страховими контрактами	3150	0.00	
Витрачання фінансових установ на надання позик	3155	0.00	
Інші витрачання	3190	72.00	162.00
Чистий рух коштів від операційної діяльності	3195	897.00	200.00

Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Надходження від реалізації: фінансових інвестицій	3200	0.00	
необоротних активів	3205	0.00	
Надходження від отриманих: відсотків	3215	0.00	
дивідендів	3220	0.00	
Надходження від деривативів	3225	0.00	
Надходження від погашення позик	3230	0.00	
Надходження від вибуття дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3235	0.00	
Інші надходження	3250	0.00	
Витрачання на придбання: фінансових інвестицій	3255	0.00	
необоротних активів	3260	0.00	
Виплати за деривативами	3270	0.00	
Витрачання на надання позик	3275	0.00	
Витрачання на придбання дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3280	0.00	
Інші платежі	3290	0.00	
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	3295	0.00	0.00

Рух коштів у результаті фінансової діяльності

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Надходження від: Власного капіталу	3300	0.00	
Отримання позик	3305	734.00	728.00
Надходження від продажу частки в дочірньому підприємстві	3310	0.00	
Інші надходження	3340	0.00	

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Витрачання на: Викуп власних акцій	3345	0.00	
Погашення позик	3350	1 246.00	843.00
Сплату дивідендів	3355	0.00	
Витрачання на сплату відсотків	3360	0.00	
Витрачання на сплату заборгованості з фінансової оренди	3365	0.00	
Витрачання на придбання частки в дочірньому підприємстві	3370	0.00	
Витрачання на виплати неконтрольованим часткам у дочірніх підприємствах	3375	0.00	
Інші платежі	3390	0.00	
Чистий рух коштів від фінансової діяльності	3395	-512.00	-115.00
Чистий рух грошових коштів за звітний період	3400	385.00	85.00
Залишок коштів на початок року	3405	88.00	3.00
Вплив зміни валютних курсів на залишок коштів	3410	0.00	
Залишок коштів на кінець року	3415	473.00	88.00

ДОДАТОК Б

Фінансова звітність за 2023 рік

2023 рік

2022 рік 2021 рік 2020 рік

Дата звіту 2024-02-19
 Період 2023 рік, 12 міс
 Бухгалтер КОСТИК ТАМІЛА ПАВЛІВНА
 КАТОТТГ UA53020110000092487
 Кількість працівників 16

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

АКТИВ

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього періоду, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	0.00	0.00
первісна вартість	1001	0.00	
накопичена амортизація	1002	0.00	
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0.00	
Основні засоби	1010	11 371.00	10 987.00
первісна вартість	1011	26 775.00	26 869.00
знос	1012	15 404.00	15 882.00
Інвестиційна нерухомість	1015	0.00	
первісна вартість	1016	0.00	
знос	1017	0.00	
Довгострокові біологічні активи	1020	0.00	
первісна вартість	1021	0.00	
накопичена амортизація	1022	0.00	
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0.00	
інші фінансові інвестиції	1035	0.00	
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0.00	
Відстрочені податкові активи	1045	0.00	
Гудвіл	1050	0.00	
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0.00	
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0.00	
Інші необоротні активи	1090	0.00	
Усього за розділом I	1095	11 371.00	10 987.00
II. Оборотні активи Запаси	1100	338.00	156.00
Виробничі запаси	1101	291.00	
Незавершене виробництво	1102	0.00	
Готова продукція	1103	47.00	20.00
Товари	1104	0.00	
Поточні біологічні активи	1110	0.00	
Депозити перестрашування	1115	0.00	
Векселі одержані	1120	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	473.00	561.00
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	364.00	626.00
з бюджетом	1135	0.00	27.00
у тому числі з податку на прибуток	1136	0.00	
з нарахованих доходів	1140	0.00	
із внутрішніх розрахунків	1145	0.00	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	0.00	
Поточні фінансові інвестиції	1160	0.00	
Гроші та їх еквіваленти	1165	473.00	210.00
Готівка	1166	1.00	1.00
Рахунки в банках	1167	472.00	209.00
Витрати майбутніх періодів	1170	0.00	
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0.00	
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0.00	
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0.00	
резервах незароблених премій	1183	0.00	
інших страхових резервах	1184	0.00	
Інші оборотні активи	1190	0.00	28.00
Усього за розділом II	1195	1 648.00	1 608.00
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0.00	
Баланс	1300	13 019.00	12 595.00

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	3 382.00	3 382.00
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0.00	
Капітал у дооцінках	1405	0.00	
Додатковий капітал	1410	9 082.00	9 082.00
Емісійний дохід	1411	0.00	
Накопичені курсові різниці	1412	0.00	
Резервний капітал	1415	0.00	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-1 624.00	-1 818.00
Неоплачений капітал	1425	0.00	
Вилучений капітал	1430	0.00	
Інші резерви	1435	0.00	
Усього за розділом I	1495	10 840.00	10 646.00
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0.00	
Пенсійні зобов'язання	1505	0.00	
Довгострокові кредити банків	1510	0.00	
Інші довгострокові зобов'язання	1515	1 321.00	1 233.00
Довгострокові забезпечення	1520	0.00	
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0.00	
Цільове фінансування	1525	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
Благодійна допомога	1526	0.00	
Страхові резерви	1530	0.00	
у тому числі: резерв довгострокових зобов'язань	1531	0.00	
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0.00	
резерв незароблених премій	1533	0.00	
інші страхові резерви	1534	0.00	
Інвестиційні контракти	1535	0.00	
Призовий фонд	1540	0.00	
Резерв на виплату джек-поту	1545	0.00	
Усього за розділом II	1595	1 321.00	1 233.00
Ш. Поточні зобов'язання і забезпечення Короткострокові кредити банків	1600	0.00	
Векселі видані	1605	0.00	
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0.00	
товари, роботи, послуги	1615	16.00	8.00
розрахунками з бюджетом	1620	78.00	67.00
у тому числі з податку на прибуток	1621	1.00	6.00
розрахунками зі страхування	1625	44.00	41.00
розрахунками з оплати праці	1630	175.00	151.00
за одержаними авансами	1635	323.00	190.00
за розрахунками з учасниками	1640	0.00	
із внутрішніх розрахунків	1645	0.00	
за страховою діяльністю	1650	0.00	
Поточні забезпечення	1660	164.00	14.00
Доходи майбутніх періодів	1665	0.00	
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0.00	
Інші поточні зобов'язання	1690	58.00	245.00
Усього за розділом III	1695	858.00	716.00
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0.00	
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0.00	
Баланс	1900	13 019.00	12 595.00

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

Фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	11 699.00	8 890.00
Чисті зароблені страхові премії	2010	0.00	
Премії підписані, валова сума	2011	0.00	
Премії, передані у перестраховання	2012	0.00	
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0.00	
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0.00	
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	9 326.00	5 544.00

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0.00	
Валовий: прибуток	2090	2 373.00	3 346.00
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0.00	
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0.00	
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0.00	
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0.00	
Інші операційні доходи	2120	757.00	788.00
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0.00	
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0.00	
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0.00	
Адміністративні витрати	2130	2 634.00	2 400.00
Витрати на збут	2150	0.00	
Інші операційні витрати	2180	684.00	1 201.00
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0.00	
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0.00	
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	533.00	
збиток	2195	188.00	
Дохід від участі в капіталі	2200	0.00	
Інші фінансові доходи	2220	0.00	
Інші доходи	2240	0.00	
Дохід від благодійної допомоги	2241	0.00	
Фінансові витрати	2250	0.00	
Втрати від участі в капіталі	2255	0.00	
Інші витрати	2270	0.00	
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0.00	
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	533.00	
збиток	2295	188.00	
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-6.00	-1.00
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0.00	
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	532.00	
збиток	2355	194.00	

Сукупний дохід

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0.00	
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0.00	
Накопичені курсові різниці	2410	0.00	
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0.00	

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Інший сукупний дохід	2445	0.00	
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0.00	0.00
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0.00	
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0.00	0.00
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-194.00	532.00

Елементи операційних витрат

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Матеріальні затрати	2500	4 283.00	5 479.00
Витрати на оплату праці	2505	1 909.00	2 150.00
Відрахування на соціальні заходи	2510	426.00	468.00
Амортизація	2515	478.00	493.00
Інші операційні витрати	2520	577.00	343.00
Разом	2550	7 673.00	8 933.00

Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Середньорічна кількість простих акцій	2600	13 528 320.00	13 528 320.00
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	13 528 320.00	13 528 320.00
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-0.01	0.04
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-0.01	0.04
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0.00	

Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом)

Рух коштів у результаті операційної діяльності

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Надходження від: Реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3000	6 704.00	174.00
Повернення податків і зборів	3005	0.00	
у тому числі податку на додану вартість	3006	0.00	
Цільового фінансування	3010	9.00	9.00
Надходження від отримання субсидій, дотацій	3011	0.00	
Надходження авансів від покупців і замовників	3015	190.00	1 821.00
Надходження від повернення авансів	3020	0.00	

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Надходження від відсотків за залишками коштів на поточних рахунках	3025	0.00	
Надходження від боржників неустойки (штрафів, пені)	3035	0.00	
Надходження від операційної оренди	3040	4 762.00	7 000.00
Надходження від отримання роялті, авторських винагород	3045	0.00	
Надходження від страхових премій	3050	0.00	
Надходження фінансових установ від повернення позик	3055	0.00	
Інші надходження	3095	0.00	
Витрачання на оплату: Товарів (робіт, послуг)	3100	7 585.00	4 633.00
Праці	3105	1 862.00	1 678.00
Відрахувань на соціальні заходи	3110	509.00	454.00
Зобов'язань з податків і зборів	3115	1 184.00	897.00
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на прибуток	3116	5.00	
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на додану вартість	3117	353.00	129.00
Витрачання на оплату зобов'язань з інших податків і зборів	3118	380.00	356.00
Витрачання на оплату авансів	3135	626.00	364.00
Витрачання на оплату повернення авансів	3140	0.00	
Витрачання на оплату цільових внесків	3145	9.00	9.00
Витрачання на оплату зобов'язань за страховими контрактами	3150	0.00	
Витрачання фінансових установ на надання позик	3155	0.00	
Інші витрачання	3190	145.00	72.00
Чистий рух коштів від операційної діяльності	3195	-255.00	897.00

Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Надходження від реалізації: фінансових інвестицій	3200	0.00	
необоротних активів	3205	0.00	
Надходження від отриманих: відсотків	3215	0.00	
дивідендів	3220	0.00	
Надходження від деривативів	3225	0.00	
Надходження від погашення позик	3230	0.00	
Надходження від вибуття дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3235	0.00	
Інші надходження	3250	0.00	
Витрачання на придбання: фінансових інвестицій	3255	0.00	
необоротних активів	3260	0.00	
Виплати за деривативами	3270	0.00	
Витрачання на надання позик	3275	0.00	
Витрачання на придбання дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3280	0.00	
Інші платежі	3290	0.00	
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	3295	0.00	0.00

Рух коштів у результаті фінансової діяльності

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Надходження від: Власного капіталу	3300	0.00	
Отримання позик	3305	526.00	734.00
Надходження від продажу частки в дочірньому підприємстві	3310	0.00	
Інші надходження	3340	0.00	
Витрачання на: Викуп власних акцій	3345	0.00	
Погашення позик	3350	534.00	1 246.00
Сплату дивідендів	3355	0.00	
Витрачання на сплату відсотків	3360	0.00	
Витрачання на сплату заборгованості з фінансової оренди	3365	0.00	
Витрачання на придбання частки в дочірньому підприємстві	3370	0.00	
Витрачання на виплати неконтрольованим часткам у дочірніх підприємствах	3375	0.00	
Інші платежі	3390	0.00	
Чистий рух коштів від фінансової діяльності	3395	-8.00	-512.00
Чистий рух грошових коштів за звітний період	3400	-263.00	385.00
Залишок коштів на початок року	3405	473.00	88.00
Вплив зміни валютних курсів на залишок коштів	3410	0.00	
Залишок коштів на кінець року	3415	210.00	473.00