

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Факультет економіки та управління

(повне найменування факультету)

Фінанси, банківська справа та страхування

(повне найменування кафедри)

Пояснювальна записка
до дипломного магістерського проекту (роботи)

магістра

(ступінь вищої освіти)

на тему: Управління рентабельністю та конкурентоспроможністю підприємства
на прикладі ПрАТ «Укрграфіт»

Виконав: магістрант(ка) 6 курсу, групи ФЕУз-112м
Спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та
страхування»

(код і найменування спеціальності)

Освітня програма (спеціалізація) Фінанси і кредит

Волков Микита Сергійович

(прізвище та ініціали)

Керівник

Андрющенко І.Є.

(прізвище та ініціали)

Рецензент

Волянський В. А.

(прізвище та ініціали)

2023 рік

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»
 (повне найменування закладу вищої освіти)

Факультет ФЕУ

Кафедра Фінанси, банківська справа та страхування

Ступінь вищої освіти магістр

Спеціальність 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»

(код і найменування)

Освітня програма (спеціалізація) «Фінанси і кредит»

(назва освітньої програми (спеціалізації))

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри С.Є.Н., доцент
Щарова С.В. Селек
 «14» листопада 2023 року

ЗАВДАННЯ
НА ДИПЛОМНИЙ ПРОЄКТ (РОБОТУ) СТУДЕНТА(КИ)

Волкова Микити Сергійовича

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема проєкту (роботи) Управління рентабельністю та конкурентоспроможністю підприємства на прикладі ПрАТ «Укрграфіт»

керівник проєкту (роботи) Андрющенко І.Є., доктор економічних наук, професор кафедри «Фінанси, банківська справа та страхування»,

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

затверджені наказом закладу вищої освіти від «20» жовтня 2023 року №399

2. Строк подання студентом проєкту (роботи) 16.12.2023 р.

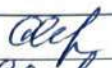
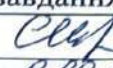
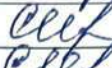





3. Вихідні дані до проєкту (роботи) Наукові праці українських та міжнародних авторів, інтернет-ресурси, матеріали науково-практичних конференцій, офіційний сайт та фінансова звітність підприємства ПрАТ «Укрграфіт», нормативно-правові акти, закони України тощо.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): Теоретичні основи дослідження рентабельності та конкурентоспроможності підприємства. Аналіз рентабельності та конкурентоспроможності підприємства на прикладі ПрАТ «Укрграфіт». Шляхи підвищення рівня рентабельності та конкурентоспроможності ПрАТ «Укрграфіт» на основі застосування сучасного досвіду та інформаційних технологій.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): Рис.1.1. Характеристика структури прибутку. Рис.1.2. Схема розподілу чистого прибутку. Рис.1.3 Графік визначення точки критичного об'ягу виробництва. Рис.3.1. Етапи управління рентабельністю на підприємстві. Рис.3.2. Заходи досягнення

конкурентних переваг підприємства на ринку. Рис. 3.3. Рекомендована організаційна структура ПрАТ «Укрграфіт».

6. Консультанти розділів проєкту (роботи)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	прийняв виконане завдання
Розділ 1 ДМР	Андрющенко І.Є., д.е.н., професор		
Розділ 2 ДМР	Андрющенко І.Є., д.е.н., професор		
Розділ 3 ДМР	Андрющенко І.Є., д.е.н., професор		
Нормо-контролер	Шестопалова О.В., ст.викл.		

7. Дата видачі завдання «19» червня 2023 року.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проєкту (роботи)	Строк виконання етапів проєкту (роботи)	Примітка
1	Збір матеріалу на проєктування	19.05.2023 – 20.06.2023	
2	Групування та аналіз зібраного матеріалу. Уточнення завдань проєктування	21.06.2023 – 15.07.2023	
3	Виконання теоретичної частини роботи	16.07.2023 – 18.08.2023	
4	Виконання графічної частини роботи	19.08.2023 – 01.10.2023	
5	Написання та оформлення дипломної магістерської роботи	02.10.2023 – 06.11.2023	
6	Перевірка роботи керівником, консультантами	07.11.2023 – 22.11.2023	
7	Попередній захист роботи	23.11.2023	
8	Переплітання оформленої дипломної магістерської роботи	16.12.2023	
9	Захист роботи у ЕК	20.12.2023	

Студент(ка)


(підпис)

М.С. Волков
(прізвище та ініціали)

Керівник проєкту (роботи)


(підпис)

І.Є. Андрющенко
(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Волков М.С. **Управління рентабельністю та конкурентоспроможністю підприємства на прикладі ПрАТ «Укрграфіт».** – Дипломна магістерська робота.

Дипломна магістерська робота зі спеціальності 072 магістр з фінансів, банківської справи та страхування. – Кафедра фінанси, банківська справа та страхування, Національний університет «Запорізька політехніка», 2023.

Магістерська дипломна робота присвячена дослідженню рентабельності та конкурентоспроможності підприємства та удосконаленню управління цими явищами.

Розглянуто теоретичні питання щодо дослідження рентабельності та конкурентоспроможності підприємства, досліджено показники рентабельності та конкурентоспроможності ПрАТ «Укрграфіт», вивчено вже існуючі методи управління рентабельністю та конкурентоспроможністю та запропоновано шляхи вдосконалення системи управління цими явищами.

В результаті дослідження, були запропоновані напрямки вдосконалення управління рентабельністю та конкурентоспроможністю підприємства: збільшення обсягу реалізації; вдосконалення структура реалізації; перегляд цін реалізації; зниження собівартості реалізації. Поглибленіше можна виділити наступні шляхи покращення ситуації: застосування найменших витрат за виробництво і товар; забезпечення індивідуальності продукту з підтримкою диференціації; концентрація на сегменті.

Ключові слова: РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ, КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ, УПРАВЛІННЯ, ПІДПРИЄМСТВО, ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ

ANNOTATION

Volkov M.S. Management of profitability and competitiveness of the enterprise on the example of PrJSC "Ukrgrafit". – Diploma master's degree work.

Diploma master's degree work in the specialty 072 Master of Finance, Banking and Insurance. - Department of Finance, Banking and Insurance, National university "Zaporizhzhia polytechnic", 2023.

Diploma master's degree work is devoted to researching the level of financial and economic security of the business entity and improving the mechanism of its management.

Theoretical questions regarding the study of the profitability and competitiveness of the enterprise were considered, indicators of profitability and competitiveness of PJSC "Ukrgrafit" were studied, already existing methods of profitability and competitiveness management were studied, and ways of improving the management system of these phenomena were proposed.

As a result of the study, directions for improving the management of profitability and competitiveness of the enterprise were proposed: increasing the volume of sales; improvement of the implementation structure; revision of sales prices; reduction of the cost of implementation. In more detail, the following ways of improving the situation can be distinguished: the use of the lowest costs for production and goods; ensuring the individuality of the product with the support of differentiation; segment focus.

Keywords: PROFITABILITY, COMPETITIVENESS, MANAGEMENT, ENTERPRISE, FINANCIAL REPORTING.

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ	
ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ	
ВСТУП	9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	12
1.1 Сутність і чинники рентабельності та конкурентоспроможності підприємства	12
1.2 Методи аналізу рентабельності підприємства	24
1.3 Методи і критерії оцінки конкурентоспроможності підприємства	32
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРО- МОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ПРАТ «УКРГРАФІТ»	38
2.1 Загально-економічна характеристика ПрАТ«Укрграфіт»	38
2.2 Аналіз рентабельності ПрАТ«Укрграфіт»	46
2.3 Аналіз рентабельності продукції ПрАТ«Укрграфіт»	53
2.4 Факторний аналіз рентабельності продукції ПрАТ«Укрграфіт»	59
2.5 Дослідження конкурентоспроможності підприємства на прикладі ПрАТ«Укрграфіт»	64
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРАТ «УКРГРАФІТ» НА ОСНОВІ ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНОГО ДОСВІДУ ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	74
3.1 Вітчизняний та міжнародний досвід управління рентабельністю та конкурентоспроможністю підприємства	74
3.2 Шляхи вдосконалення підвищення рівня рентабельності та	

конкурентоспроможності ПрАТ «Укрграфіт» на основі застосування сучасного досвіду та інформаційних технологій	80
ВИСНОВКИ	91
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	95
ДОДАТКИ	101

**ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ,
СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ**

КМУ	-	Кабінет Міністрів України
ВРУ	-	Верховна Рада України
ПрАТ	-	Приватне акціонерне товариство
грн.	-	гривень
млн.	-	мільйонів
тис	-	тисяч
в т.ч.	-	в тому числі
і т.д.	-	і так далі
р.	-	рік
рр.	-	роки
с.	-	сторінка
рис.	-	рисунок
табл.	-	таблиця
ін.	-	інші

ВСТУП

Неодмінною складовою переходу України до ринкових відносин є створення нових підприємницьких структур та приватизація підприємств. Цей перехід зумовив еволюцію відносин власності і типів суб'єктів господарювання в напрямку забезпечення їх розмаїття. Процеси ринкових перетворень привернули суттєву увагу до дослідження теоретичних та практичних проблем подальшого розвитку та підвищення ефективності функціонування підприємств як державного, так і приватного сектора економіки України.

Актуальність теми дослідження зумовлена тим, що глобалізаційні процеси постійно посилюються, результатом чого є ускладнення бізнес середовища діяльності підприємства, передусім загострення конкуренції на ринку та поява нових загроз. З цього випливає необхідність пошуку нових шляхів підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства. Проблеми шляхів підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства знайшли своє відображення у численних публікаціях вітчизняних та зарубіжних дослідників.

Основні підходи до методології дослідження конкуренції та конкурентоспроможності закладені в працях таких економістів як І. Ансофф, Я. Базилюк, М. Портер, Д. Рікардо, А. Сміт, Й. Шумпетер, Р. Фатхутдінов та інших вчених.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дипломна магістерська робота виконана згідно з темою кафедри фінансів, банківської справи та страхування НУ «Запорізька політехніка» № 05321 «Антикризове управління фінансовою стійкістю суб'єктів господарювання в економіці України». Внесок автора полягає у дослідженні рівня фінансово-економічної безпеки підприємства та запровадження заходів успішного управління нею.

Метою дипломної роботи є оцінка показників рентабельності та конкурентоспроможності ПрАТ «Укрграфіт» та удосконалення методів управління цими явищами.

В ході виконання дипломної роботи встановлено та виконано наступні завдання:

- дослідження теоретичних основ аналізу рентабельності та конкурентоспроможності підприємства;
- здійснення аналізу показників рентабельності та конкурентоспроможності продукції підприємства, дослідження динаміки змін цих показників;
- знайти шляхи підвищення рентабельності та конкурентоспроможності підприємства.

Об'єктом дослідження є показники рентабельності та конкурентоспроможності підприємства та критерії їх оцінки (на прикладі підприємства ПрАТ «Укрграфіт»).

Предметом дослідження є методи аналізу рентабельності та конкурентоспроможності продукції підприємства.

Методи аналізу фінансового стану підприємства постійно вдосконалюються по мірі настання змін в економічному середовищі нашої держави. Нові ідеї та принципи в цій сфері в першу чергу доходять до користувачів періодичних економічних видань, які також використовувались під час підготовки курсової роботи. Економічний аналіз підприємства використовує весь комплекс доступної інформації, носить оперативний характер і цілком підпорядкований волі керівництва підприємством. Тільки такий аналіз дає можливість реально оцінити стан справ на підприємстві, досліджувати структуру собівартості не тільки усієї випущеної і реалізованої продукції, але й собівартості окремих її видів, склад комерційних і управлінських витрат, дозволяє з особливою точністю вивчити характер відповідальності посадових осіб за дотриманням розділів бізнес-плану.

Інформаційною базою дослідження слугували наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, економічної теорії, законодавчі та нормативні документи Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, матеріали міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференцій, Інтернет-ресурси, форми фінансової звітності підприємства.

Елементи наукової новизни: проаналізоване наявне методичне забезпечення діагностики фінансової діяльності підприємств; оцінено рівень рентабельності та конкурентоспроможності підприємства ПРАТ «Укрграфіт»; розроблення пропозицій щодо вдосконалення системи управління рентабельністю та конкурентоспроможністю підприємства.

Практична значимість отриманих результатів досліджень буде сприяти підвищенню економічної ефективності та стабілізації розвитку підприємства, а також підвищенню рентабельності та конкурентоспроможності на ринку. І це внесок в теорію оцінки фінансової безпеки підприємства та управління нею, який може бути використаний при розробці системи управління рентабельності та конкурентоспроможності підприємства.

Структура та обсяг роботи. Дипломна магістерська робота «Управління рентабельністю та конкурентоспроможністю підприємства на прикладі ПРАТ «Укрграфіт» складається з анотації, вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків. Робота містить 120 сторінок комп'ютерного тексту, з них 94 сторінки основного тексту, 6 рисунків, 5 таблиць, 53 джерела, 5 додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Сутність і чинники рентабельності та конкурентоспроможності підприємства

Якщо темпи продаж підприємства падають, то чи буде спад відповідно цьому виробництву товарів або підприємство повинне дотримуватися вже існуючих темпів розвитку, зробивши запас на майбутнє? Або якщо попит на продукцію стрімко і несподівано збільшується, то чи можна з наявних потужностей зняти більше продукції? Чи повинне підприємство розвивати нові технології, що вимагають значних капіталовкладень, або обмежитися інтенсифікацією праці [1].

Все це зрештою пов'язано з аналізом використання ресурсів підприємства. Для оцінки ступеню ефективності роботи підприємства одержуваний результат (валовий дохід, прибуток), зіставляється з витратами або використовуваними ресурсами. Порівняння прибутку з витратами визначає рентабельність, або, точніше, норму рентабельності.

Рентабельність — це відносний показник, що характеризує рівень ефективності (доходності) діяльності підприємства [2, с.153].

Як економічна категорія прибуток являє собою кінцевий фінансовий індикатор, виробництво, результат діяльності який є найкращим обсягом і якістю компанії. Прибуток є чином відображає ефективність продукції, стан продуктивності праці, рівень витрат, можливостей задоволення інтересів інвестора.

Прибуток як кінцевий фінансовий результат підприємницької активності відповідає потребам як самої компанії, так і суму виплат державі та інвестору. Вона оцінює підвищення виробничого потенціалу підприємства за звітний період.

Збиток, що формується як перевищення витрат над доходами, є обставиною, що знижує величину власного капіталу. У складі прибутку за звітний період береться до уваги прибуток від усіх видів діяльності. Характеристика структури прибутку представлена на рис. 1.1.

Таким чином, у зростанні суми прибутку зацікавлені як сама організація, і держава. Збільшення прибутку може бути досягнуто як за рахунок збільшення вкладу персоналу підприємств, а й іншими факторами. Це диктує необхідність проведення систематичного аналізу формування, розподілу та використання прибутку.

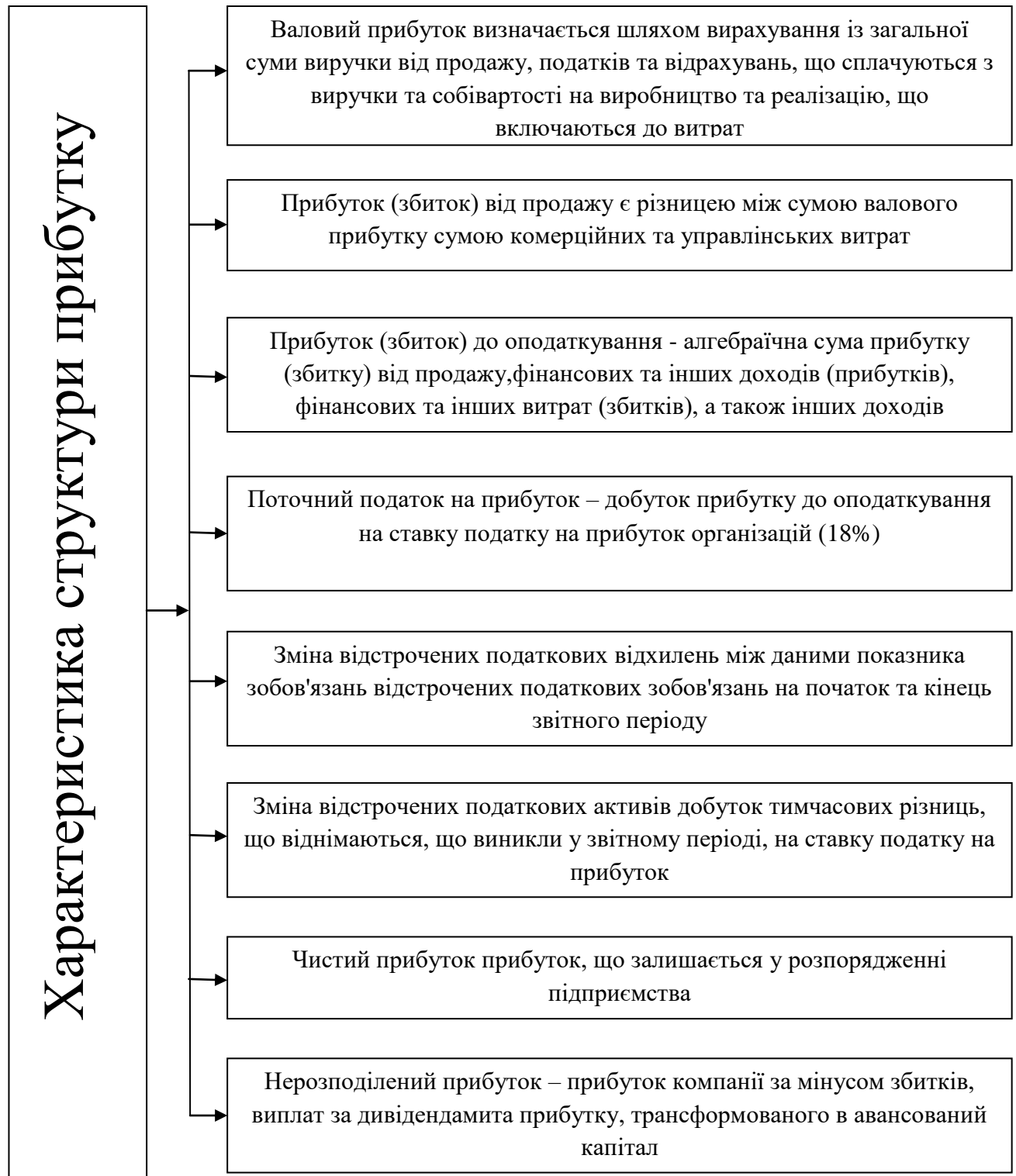


Рис.1.1. Характеристика структури прибутку

Слід звернути увагу на те, що абсолютна величина прибутку недостатньо характеризує економічну ефективність діяльності підприємства, оскільки має повною мірою властивістю порівнянності.

У зв'язку з цим необхідно обчислити показники рентабельності, які є відносними характеристиками фінансових результатів ефективності діяльності компанії. Вони оцінюють прибутковість (прибутковість) з різних точок зору та у поєднанні з показниками прибутку дають повну характеристику формування власних коштів підприємства та їх використання.

Чистий прибуток становить основу економічного розвитку підприємства. Шляхи використання прибутку та принципи розподілу реалізуються організацією самостійно та відображаються в обліковій політиці. Компанія при встановленні принципів розподілу та напрямків використання виходить з масштабів доходів, конкретних сфер діяльності та перспектив розвитку економіки, з урахуванням того, що окремі напрямки використання прибутку можуть змінюватись в залежності від конкретних умов [47, с.93].

У звітному році організація спрямовує на поточні потреби прибуток відповідно до їх призначення, тобто. витрачає прибуток минулих років. Частина прибутку може бути нерозподіленою. Що є додатковим фінансовим резервом, який може бути використаний для поповнення коштів та підвищення статутного капіталу. Відповідно до законодавства та установчих документів організація розподіляє та використовує чистий прибуток за такими основними напрямками (рис.1.2).

Одна й та величина прибутку залежно від використовуваного у виробництві капіталу може оцінюватися по-різному. Для акціонерних товариств та насамперед для інвесторів значним є зростання прибутковості власного та всього капіталу в цілому [37].

Таким чином, лише співвідношення прибутку до капіталу вказує на те, наскільки вдало був використаний у виробництві отриманий підприємством капітал, тобто яка сума отриманого прибутку на одиницю капіталу.

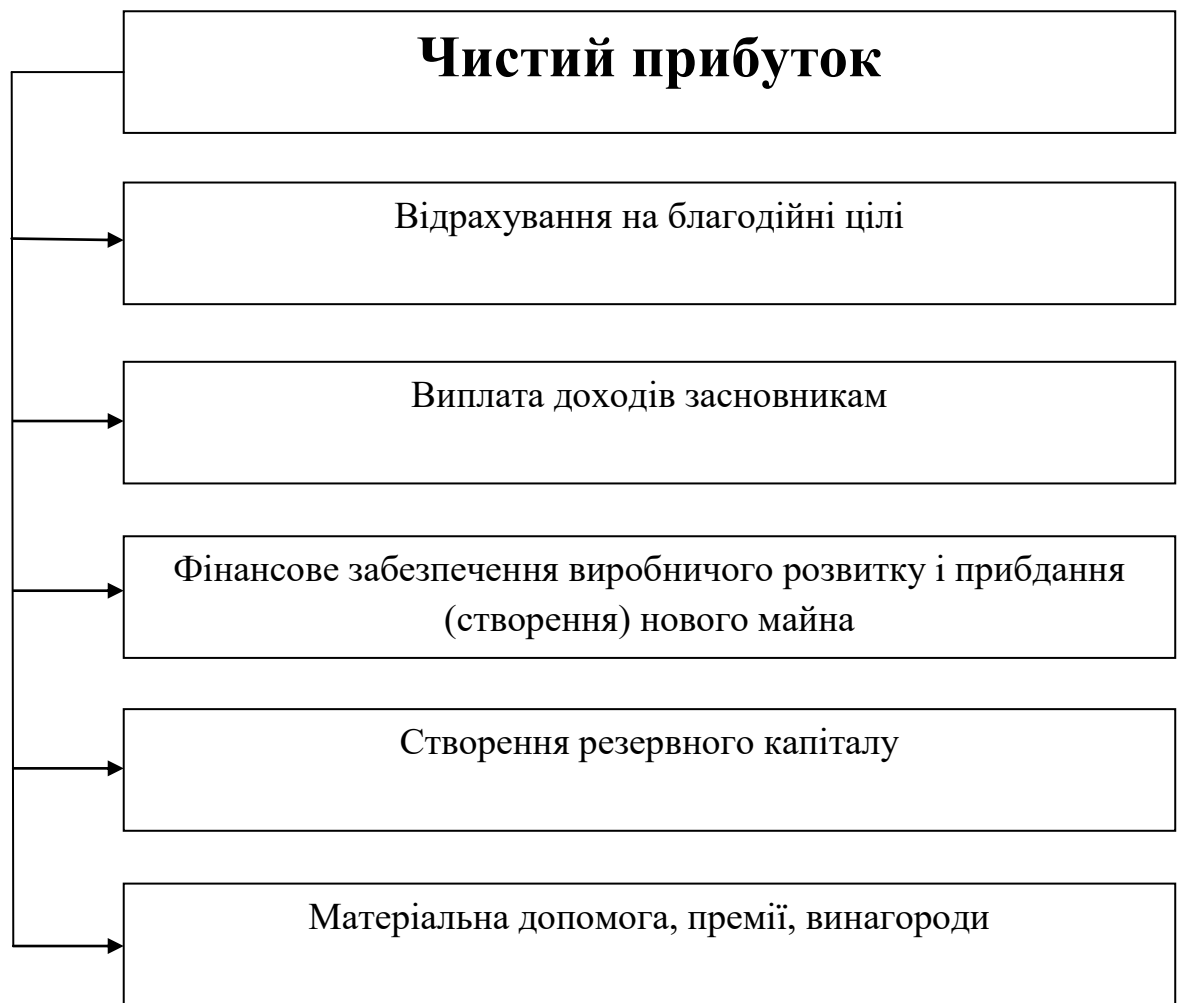


Рис.1.2. Схема розподілу чистого прибутку

Рентабельність - це відносна величина ефективності виробництва, що характеризує ступінь віддачі витрат та рівень використання капітальних ресурсів, міра прибутковості підприємства у довгостроковій перспективі [14, с.253].

В основі побудови коефіцієнтів рентабельності лежить співвідношення прибутку (зазвичай до розрахунку показників рентабельності включають чистий прибуток) або до витрачених коштів, або до виручки від продажу, або до інших активів підприємства. Показники рентабельності можна розрахувати як коефіцієнти і тоді вони будуть представлені у формі десяткового дробу або у вигляді показників рентабельності і представлені у вигляді відсотків.

Показники рентабельності характеризують відносну прибутковість чи прибутковість роботи підприємства. Вивчення показників рентабельності дозволяє оцінити ефективність роботи компанії, як загалом, і за окремими напрямками

діяльності: виробничої, інвестиційної, фінансової. Аналіз рентабельності підприємства у цілому окремих напрямів діяльності найповніше, проти абсолютними фінансовими результатами діяльності підприємства, відбиває кінцеві результати підприємницької активності.

Насамперед це відбувається тому, що рентабельність відображає отриманий ефект щодо готівкових або спожитих засобів. Дослідження напрямів змін показників рентабельності в динаміці дозволяє визначити здатність компанії покращити свою виробничу діяльність, зберегти та зміцнити свої позиції у цьому секторі ринку.

Вочевидь, під час аналізу слід підкреслити вплив чинників, визначили зміни прибутковості.

У практиці економічного аналізу найчастіше використовують дві групи показників рентабельності:

- рентабельність продукції (продажів);
- рентабельність капіталу (інвестицій) [11, с.51].

Факторами, що впливають на рентабельність, є, з одного боку, капітал, що забезпечує можливість продуктивної діяльності та отримання прибутку, з іншого — виручка від реалізації виробленої продукції, майна тощо (оборот), як джерело надходження коштів на підприємство та формування прибутку [10, с.193].

Резерви зростання ефективності підприємства представлені у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Резерви зростання ефективності підприємства

Резерв	Шляхи забезпечення
1	2
Резерви зростання прибутку	1) Зростання обсягу виробництва та продажу продукції; 2) Зростання цін продажів; 3) Зниження витрат за виробництво продукції.

1	2
Резерви зростання обсягу виробництва	1) Підвищення випуску товарної продукції з допомогою зростання обсягу виробництва продукції та зниження залишків незавершеного виробництва та внутрішньогосподарського обороту; 2) Зменшення залишків непроданих товарів за рахунок зниження залишків готової продукції на складі.
Резерви зниження собівартості	1) Зростання обсягу виробництва за рахунок найбільш повного застосування виробничої потужності організації; 2) Зниження собівартості випуск продукції з допомогою підвищення ефективності використання трудових, матеріальних ресурсів та основних засобів.
Резерви підвищення ціни	1) Підвищення якості товарів, що випускаються; 2) Пошук найефективніших ринків збуту продукції; 3) Оптимізація обсягів та термінів продажу продукції покупцям.
Резерви зростання рентабельності	1) Приріст суми прибутку від продажу продукції (робіт, послуг); 2) Зменшення собівартості товарів.

Показники рентабельності повніше, аніж прибуток, характеризують кінцеві результати роботи підприємства, оскільки їх величина показує співвідношення прибутку з наявними або використаними ресурсами.

Розрізняють наступні показники рентабельності:

- рентабельність підприємства;
- рентабельність продажу;
- рентабельність окремого виробу [2, с.155].

Аналіз передбачає:

- оцінку показників рентабельності та їх динаміки;
- визначення впливу факторів на зміну рентабельності;
- виявлення резервів підвищення рівня рентабельності [2, с.157].

Джерелами аналізу показників рентабельності є:

- бізнес-план;
- форма № 1 „Баланс підприємства”;
- форма № 2 „Звіт про фінансові результати”;
- „Звіт про витрати на виробництво продукції (робіт, послуг)”;
- планові та звітні калькуляції;
- інформація про ціни.

Якщо сума прибутку показує абсолютний ефект від діяльності, то рентабельність характеризує міру цієї ефективності, тобто відносний ступінь прибутковості підприємства або продукції, що виробляється. У загальній формі рентабельність розраховують як відношення прибутку до витрат, або застосованих ресурсів (капіталу). Рентабельність продукції характеризує ефективність витрат на її виробництво і збут [6, с.312].

Конкурентоспроможність продукції – це здатність продукції відповідати вимогам конкурентного ринку, запитам покупців порівняно з іншими аналогічними товарами, представленими на ринку. Конкурентоспроможність визначається, з одного боку, якістю товару, його технічним рівнем, споживчими властивостями, а з іншого – цінами, встановленими продавцем товарів. Крім того, на конкурентоспроможність впливає мода, сервіс під час продажу і після нього, реклама, імідж виробника, ситуація на ринку, коливання попиту [5].

Конкуренція - це вихідна категорія, що характеризує сутність ринкової економіки. Є кілька визначень цього поняття.

Наведемо деякі з них [7]:

Як зазначає у статті В.П. Жила: «Конкуренція - змагання господарюючих суб'єктів, коли їх самостійні дії ефективно обмежують можливість кожного їх односторонньо впливати на загальні умови обігу товарів на відповідному товарному ринку. Відповідно, конкуренція на ринку фінансових послуг - змагальність між

фінансовими організаціями, при якій їх самостійні дії ефективно обмежують можливість кожної з них односторонньо впливати на загальні умови надання фінансових послуг – на ринку фінансових послуг.

Таке визначення конкуренції передбачає, що: учасниками ринку є тільки господарюючі суб'єкти; конкуренція властива лише досконалому ринку. Ні те, ні інше перестав бути обгрунтованим, оскільки найважливішу роль конкуренції грає ринок споживчих товарів, де активними учасниками ринку за покупців виступають різні соціальні групи населення; найінтенсивніша конкуренція реально має місце в умовах досить «широкої» олігополії» [13].

Інший автор В.Л.Білоусов зазначає: «Конкуренція - боротьба фірм за обмежений обсяг платоспроможного попиту споживачів, що ведеться фірмами на доступних їм сегментах ринку. Це визначення передбачає лише конкуренцію продавців, що має місце при оліг-ополії в умовах розвиненої ринкової економіки.

Г.Л. Багієв у підручнику дає таке формулювання: «Конкуренція - це центр тяжкості всієї системи ринкового господарства. Продавці та покупці конкурують між собою, щоб досягти кожної своєї мети за рахунок конкурентів. Ціна, що встановилася під час конкурентної боротьби, виконує функцію регулювання попиту та пропозиції. У процесі суперництва на ринку укладаються угоди та змінюються частки участі у ринковій сфері. У цьому неформальному визначенні поняття конкуренції розкривається більш змістовно, тому що воно передбачає як досконалий, так і недосконалий ринок і містить вказівки про характер суперництва учасників ринку, цільової спрямованості та функції конкуренції.

Група авторів Зулькарнаєв І.У., Ільєсова Л.Р. представляють «Конкуренцію як багатофакторну категорію. Інтенсивність конкуренції залежить насамперед від:

- моделі (якості) ринку (досконалий чи недосконалий) ринок);
- форми ринку з кількісного розподілу учасників за пропозиції і попиту (поліполія, олігополія, монополія та його модифікації);
- стадії життєвого циклу товару, представленого на ринку;
- мотивів конкуренції, якими керуються продавці та покупці; типу підприємницьких реакцій зміни на ринку;

- ступеня втручання держави в економічні процеси, що здійснюються на ринку.

І далі зазначають, що конкуренція [26]:

- поживляє ринок;
- змушує підприємства та постачальників ресурсів належним чином задовольняти бажання споживачів;
- примушує при вступі в ту чи іншу галузь нових фірм розширювати виробництво та знижувати ціни продукту до рівня, відповідного витрат виробництва;
- змушує фірми переходити на найефективніші технології виробництва;
- забезпечує обстановку, що сприяє технічному та суспільному прогресу.

Діалог з цієї проблеми продовжує другий автор А.Н. Белковський, він зазначає: «Боротьба за економічне виживання та процвітання – закон ринку. Конкуренція (як і протилежність - монополія) може існувати лише за певному стані ринку. Різні види конкуренції (і монополії) залежить від певних показників стану ринку.

Розрізняють ринки досконалої та недосконалої конкуренції. Ринок досконалої конкуренції повинен задовольняти такі умови:

- на ньому існує багато виробників (продавців), кожен з яких малий щодо ринку загалом;
- ринок характеризується продуктовою однорідністю, тобто продукти за своїми характеристиками би мало бути суттєво однорідними;
- покупці повинні бути добре поінформовані про ринкові бар'єри;
- повинен забезпечуватися вільний вхід та вихід на ринок, тобто, повинні бути відсутні ринкові бар'єри;
- виробники та споживачі мають можливість формувати незалежні рішення.

Очевидно, що в реальних умовах ринки вільної конкуренції практично відсутні, тому що на реальних ринках усі ці умови переважно не задовольняються.

Зазвичай як виробники, і торговці, впливають на ринкову ціну, на обсяги своєї продукції, входять у голосні і негласні змови контролю ринкової ситуації; держава

обмежує доступ ринку іноземних виробників. З огляду на зазначених причин переважна кількість ринків ставляться до ринків - недосконалої конкуренції [27, с.273].

Найбільш характерні чинники, що впливають конкурентну боротьбу представляє автор А.П. Градова:

- розмір ринку - що більше, тим більше конкуренти;
- темпи зростання ринку - швидке зростання полегшує проникнення на ринок;
- потужності - зайві потужності призводять до падіння цін;
- перешкоди для входу чи виходу з ринку захищають позицію фірми, їхня відсутність робить ринки вразливими для проникнення туди неконкурентних новачків;
- ціна;
- рівень стандартизації товарів - покупці мають перевага, оскільки їм легко переключитися з одного товару на інший;
- мобільні технологічні модулі;
- вимоги до розмірів необхідних капітальних вкладень - жорсткі вимоги підвищують ризик; створюють додаткові бар'єри входу-виходу;
- вертикальна інтеграція підвищує вимоги до розмірів капіталу, призводить до сильних відмінностей у конкурентоспроможності та витратах на виробництво інтегрованих, частково інтегрованих та неінтегрованих фірм;
- економія на масштабі – збільшує частку ринку, необхідну досягнення конкурентоспроможності товару;
- швидке оновлення асортименту продукції.

Автор Фатхутдінов Р.А. пропонує такі форми конкурентної боротьби, які, на його думку, залежать від умов, часу і місця, що склалися, але її суть завжди одна і та ж: захопити більшу, ніж у конкурента, частку ринку або, по можливості, витіснити його з ринку. Мета конкурентної боротьби досягти конкурентної переваги, тобто. зайняти більш міцну конкурентну позицію над ринком. Конкурентна позиція – порівняльна характеристика основних ринкових параметрів фірми та її товару щодо конкурента [46, с.277].

І пропонує у своїй книзі «Конкурентоспроможність організації в умовах кризи: економіка, маркетинг, менеджмент» наступні підходи до категорій конкурентоспроможності: «Існує три крайності підходів до формуванню категорії «конкурентоспроможність»: по-перше, наявність власного мотиву до діяльності, очікування позитивних собі результатів; по-друге, наявність необхідних ресурсів для реалізації діяльності; і, по-третє, можливість та здатність протистояти суперникам (необхідно відзначити, що в рамках поняття конкурентоспроможність на відміну конкуренції це властивість має самостійне значення, а чи не є наслідком першого). Виходячи з цих умов, можна зробити висновок, що конкурентоспроможність об'єкта - це стан, що характеризує реальну або потенційну можливість виконання своїх функціональних обов'язків в умовах можливої протидії суперників. Дане визначення представляє найбільш загальну, застосовну без винятку всім об'єктам характеристику.

Зарубіжні колеги Маккей Х., Карлоф Б. у своєму дослідженні пропонують загострити увагу на наступних фактах: «Практика показує, що фінансового благополуччя найчастіше досягають підприємства з вищим конкурентним потенціалом. Під конкурентним потенціалом підприємства мається на увазі як реальна, і потенційна здатність компанії розробляти, виготовляти, збувати й обслуговувати у конкретних сегментах ринку конкурентоспроможні вироби, тобто. товари, що перевищують за якісно-ціновими параметрами аналоги і користуються пріоритетним попитом у споживачів. Висока конкурентоспроможність підприємства обумовлюється наявністю наступних трьох ознак [22]:

- споживачі задоволені і готові купити повторно продукцію цієї фірми (споживачі повертаються, а товару немає);
- суспільство, акціонери, партнери не мають претензій до фірми;
- працівники пишаються своєю участю в діяльності фірми, а сторонні вважають за честь працювати в цій компанії

Таким чином, із аналізу джерел літератури можна сформулювати наступний висновок для того щоб стати конкурентоспроможною компанією необхідно [20]:

- забезпечити конкурентоспроможність своєї продукції цільові сегменти ринку. Під конкурентоспроможністю товару мається на увазі оцінене споживачем властивість об'єкта перевищувати в певний момент часу за якісними та ціновими характеристиками аналоги в конкретному сегменті ринку без шкоди для виробника,

- підняти потенціал конкурентоспроможності підприємства, а отже та її підрозділів, рівня світових виробників у цій галузі.

Інакше кажучи, під конкурентоспроможністю розуміється комплекс споживчих і вартісних (цінових) характеристик товару, які визначають його успіх на ринку, тобто переваги цього товару порівняно з іншими пропозиціями конкурентних товарів-аналогів. Оскільки за товарами стоять їхні виробники, то можна впевнено говорити про конкурентоспроможність відповідних підприємств, об'єднань, фірм, а також країн, у яких вони базуються.

В умовах конкурентного ринку діяльність будь-якої господарської одиниці обов'язково підлягає подвійному контролю. Зовнішній контроль проводиться конкурентами, але не безпосередньо, а через якісні результати ринкової діяльності. Об'єктивну оцінку цієї діяльності дають врешті-решт покупці (споживачі).

Конкуренція – найефективніший і найдешевший метод економічного контролю, який не має собі рівних. Такого роду контроль коштує суспільству мінімальних витрат, він не тільки створює умови для забезпечення покупця товарами необхідної якості, а й сприяє виконанню цього у визначений строк. Це важлива динамічна сила, яка постійно підштовхує виробника до скорочення витрат виробництва та зниження цін, розширення виробництва та збуту, до боротьби за покупця, за покращення якості продукції [5].

Таким чином, вже сам по собі ринковий фактор слугує дійовим засобом, який примушує виробляти товари необхідного рівня якості у певний термін часу. Але цим не вичерпується роль конкурентного ринку. Він дуже сильно впливає на конкретні економічні, організаційно-управлінські та контрольні функції виробників, які направлені на вирішення проблем якості та конкурентоспроможності. Розвиток ринку і підвищення його вимог до товарів, посилення на ньому ролі покупців, зростання ролі науково-технічного фактора – все це змушує вдосконалювати форми

та методи вирішення проблем якості та конкурентоспроможності, механізму управління якістю.

Отже, рентабельність як поняття являє собою відносний показник, що характеризує рівень доходності діяльності підприємства. А конкурентоспроможність - це здатність продукції відповідати вимогам конкурентного ринку, запитам покупців порівняно з іншими аналогічними товарами, представленими на ринку. Конкурентоспроможність визначається, з одного боку, якістю товару, його технічним рівнем, споживчими властивостями, а з іншого – цінами, встановленими продавцем товарів.

1.2 Методи аналізу рентабельності підприємства

Рентабельність є однією з основних економічних категорій економіки. Безпосередньо термін «рентабельність» не викликає різних тлумачень, оскільки він означає співвідношення, в якому в чисельнику завжди стоїть прибуток. У найширшому і загальному розумінні під рентабельністю розуміють рентабельність або рентабельність виробництва і реалізації всієї продукції (робіт, послуг) або окремих її видів, загальну рентабельність діяльності підприємств, організацій, установ як основного суб'єкта господарювання, рентабельність різних галузей економіки.

Рентабельність безпосередньо пов'язана з прибутковістю. Однак його не можна ототожнювати з абсолютною величиною отриманого прибутку. Рентабельність - це відносний показник, тобто рівень прибутковості, який вимірюється у відношенні або відсотках. Показники рентабельності — це відносні характеристики фінансових результатів і ефективності підприємства.

Основними показниками аналізу рентабельності підприємства є:

- рентабельність активів за прибутком від звичайної діяльності до оподаткування;

- рентабельність капіталу (активів) за чистим прибутком;
- рентабельність власного капіталу;
- рентабельність виробничих фондів;
- рентабельність реалізованої продукції за прибутком від реалізації;
- рентабельність витрат;
- коефіцієнт реінвестування;
- період окупності капіталу;
- період окупності власного капіталу [47, с.153].

Дані розрахунку показників рентабельності показані у таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

Розрахунок показників рентабельності підприємства

Показник	Умовне позначення	Формула для розрахунку	Економічний зміст	Напрямок позитивних змін
1	2	3	4	5
1 Рентабельність активів за прибутком від звичайної діяльності до оподаткування*	$R_{\text{акт.зв.д.}}$	Прибуток від звичайної діяльності / Активи	Скільки прибутку від звичайної діяльності припадає на одиницю коштів, інвестованих в активи	Збільшення
2 Рентабельність капіталу (активів) за чистим прибутком*	$R_{\text{акт.ч.п.}}$	Чистий прибуток / Активи	Скільки припадає чистого прибутку на одиницю інвестованих в активи коштів	Збільшення
3 Рентабельність власного капіталу*	$R_{\text{в.к.}}$	Чистий прибуток / Власний капітал	Скільки припадає чистого прибутку на одиницю власного капіталу	Збільшення
4 Рентабельність виробничих фондів*	$R_{\text{в.ф.}}$	Чистий прибуток / Виробничі фонди	Скільки припадає чисто-го прибутку на одиницю вартості виробничих фондів	Збільшення
5 Рентабельність реалізованої продукції за прибутком від реалізації	$R_{\text{приб.р.}}$	Прибуток від реалізації / ЧД(В)Р	Скільки припадає прибутку від реалізації на одиницю виручки	Збільшення
6 Рентабельність витрат	$R_{\text{витр}}$	Прибуток від реалізації / витрати на виготовлення і реалізацію продукції	Скільки прибутку від реалізації припадає на одиницю витрат на виготовлення і реалізацію продукції	Збільшення
7 Коефіцієнт реінвестування	$K_{\text{реін}}$	Нерозподілений прибуток / Чистий прибуток	Скільки чистого прибутку капіталізовано; скільки чистого прибутку спрямовано на збільшення власного капіталу	Збільшення в межах, що не суперечить бажанню акціонерів отримувати підвищені дивіденди

Продовж. табл.1.2

1	2	3	4	5
3.8 Період окупності капіталу	$T_{ок.кап.}$	Активи / Чистий прибуток	За який період кошти, що інвестовані в активи, будуть компенсовані чистим прибутком	Зменшення
9 Період окупності власного капіталу	$T_{ок.вл.кап.}$	Власний капітал / Чистий прибуток	За який період власний капітал буде компенсований чистим прибутком	Зменшення

Передусім рентабельність усієї реалізованої продукції обчислюється як відношення валового прибутку від реалізації до собівартості реалізованої продукції.

Рентабельність продукції можна обчислити також як відношення прибутку до обсягу реалізованої продукції. У такому вигляді цей показник більше застосовується у зарубіжній практиці. У вітчизняній практиці розраховують валову, операційну та чисту рентабельність реалізованої продукції. Валова рентабельність реалізованої продукції визначається так:

$$R_{вал} = \frac{ПР_{вал}}{РП}, \quad (1.1)$$

де $R_{вал}$ — валова рентабельність реалізованої продукції;

$ПР_{вал}$ — валовий прибуток;

$РП$ — виручка від реалізації продукції .

Коефіцієнт валового прибутку показує ефективність виробничої діяльності підприємства, а також ефективність політики ціноутворення.

Операційна рентабельність реалізованої продукції визначається за формулою:

$$R_{оп} = \frac{ПР_{оп}}{РП}, \quad (1.2)$$

де $R_{оп}$ — операційна рентабельність реалізованої продукції;

$ПР_{оп}$ — операційний прибуток;

$РП$ — виручка від реалізації продукції [7, с.37].

Цей коефіцієнт показує рентабельність підприємства після вирахування витрат на виробництво і збут товарів.

Показник операційної рентабельності є одним із найкращих інструментів визначення операційної ефективності та показує спроможність керівництва підприємства одержувати прибуток від діяльності до вирахування витрат, що не відносяться до операційної діяльності.

Цей показник доцільно оцінювати спільно з показником валової рентабельності. Наприклад, якщо протягом кількох років валова рентабельність істотно не змінювалася, а показник операційної рентабельності поступово знижувався, то причина криється, скоріше за все, у збільшенні витрат за статтями адміністративних і збутових витрат.

Чиста рентабельність реалізованої продукції розраховується таким чином:

$$R_{ч} = \frac{ЧПр}{РП}, \quad (1.3)$$

де $R_{ч}$ — чиста рентабельність реалізованої продукції;

$ЧПр$ — чистий прибуток;

$РП$ — виручка від реалізації продукції [7, с. 224].

Незмінність протягом будь-якого періоду показника операційної рентабельності з одночасним зниженням показника чистої рентабельності може свідчити про збільшення фінансових витрат і одержання збитків від участі в капіталі інших підприємств, або про підвищення суми сплачуваних податкових платежів. Цей коефіцієнт показує повний вплив структури капіталу і фінансування компанії на її рентабельність.

У процесі аналізу необхідно вивчити динаміку вищенаведених показників рентабельності та здійснити їх порівняння зі значеннями аналогічних коефіцієнтів по галузі, а також з показниками рентабельності конкурентів.

Рентабельність продаж обчислюють діленням чистого прибутку ($ЧПр$) на суму виторгу від реалізації продукції, без ПДВ та акцизів ($РП$):

$$R_{\text{пр}} = \frac{\text{ЧП}}{\text{РП}}, \quad (1.4)$$

При оцінці рентабельності продажів на основі показників прибутку і виручки від реалізації розраховується коефіцієнт рентабельності щодо всієї продукції в цілому або за її окремими видами [9, с.319].

Показники рентабельності продажу характеризують дохідність реалізованої продукції і показують, яку суму прибутку отримує підприємство з кожної гривні реалізованої продукції.

Для поглибленого аналізу ефективності діяльності підприємства на практиці використовують показник рентабельності окремих видів продукції. Рентабельність окремих видів продукції обчислюється за формулою:

$$R_i = \frac{C_i - C_i}{C_i} \times 100\%, \quad (1.5)$$

де R_i — рентабельність i -го виду продукції, %;

C_i, C_i — відповідно ціна і собівартість i -го виду продукції [7, с.231].

У багатомономенклатурному виробництві в процесі аналізу рентабельності виробів слід застосовувати спосіб групувань. На-самперед усі вироби групують за ознакою „рентабельна чи нерентабельна продукція”. При цьому визначають кількість нерентабельних видів продукції, розраховують питому вагу (у відсотках до загальної кількості виробів), а також їхню питому вагу в обсязі реалізованої продукції. Треба також визначити, чи є серед нерентабельних виробів такі, що входять до складу найважливіших профільних видів продукції, чи є нові перспективні вироби.

Дуже важливо здійснити групування продукції, що виробляється, за рівнем рентабельності:

— вироби з низькою рентабельністю;

— вироби із середньою або нормальною рентабельністю (близькою до середньої рентабельності по галузі);

— вироби високорентабельні.

При цьому необхідно дати оцінку питомої ваги кожної групи в загальному обсязі реалізації.

Далі здійснюють групування виробів за ознакою ступеня та напряму зміни рентабельності порівняно з попереднім періодом. При цьому визначають кількість виробів, рентабельність яких:

— помітно зросла;

— суттєво не змінилася;

— знизилася [7, с.193].

Це дозволить керівництву підприємства прийняти правильне управлінське рішення щодо формування виробничої програми на майбутній період.

Групування виробів за зазначеними та, можливо, іншими ознаками дає змогу краще зрозуміти існуючі проблеми й визначити напрями підвищення прибутковості виробництва. При цьому треба враховувати вплив на рентабельність продукції таких факторів, як:

— зміна ринкових цін на продукцію даного підприємства;

— зміна податку на додану вартість;

— зміна рівня собівартості виробу з усіма факторами, які на неї впливають.

Вивчення впливу обсягу виробництва на рівень рентабельності — окреме питання аналізу прибутковості підприємства. Для цього рекомендується будувати графік розрахунку критичної точки обсягу виробництва (Рис 1.3).

Будується графік шляхом відкладання на горизонтальній осі обсяг випуску продукції у натуральному виразі, а на вертикальній — вартість випуску продукції в цінах реалізації, за вирахуванням ПДВ, і загальну її собівартість. Лінія ОВ показує вартість продукції, АВ — постійні витрати, АС — змінні витрати. Тоді вертикальна лінія B_1O_1 відображає величину вартості реалізованої кількості продукції, яка має такі складові: відрізок O_1B_1 — постійна частина витрат, B_1C_1 — змінні витрати і C_1B_1 — фактичний прибуток при випуску певної кількості продукції.

Графік дає можливість здійснити низку аналітичних розрахунків. Насамперед варто зауважити, що точка перетину лінії вартості продукції OB і лінії собівартості випуску AC — це той критичний обсяг виробництва, за якого виручка за продукцію дорівнює її собівартості. Перпендикуляр з точки C_k на горизонтальну вісь до точки O_k показує критичний обсяг виробництва. При обсягу виробництва продукції, меншому за критичний, підприємство працюватиме зі збитком, якщо обсяг буде більший — одержить прибуток.

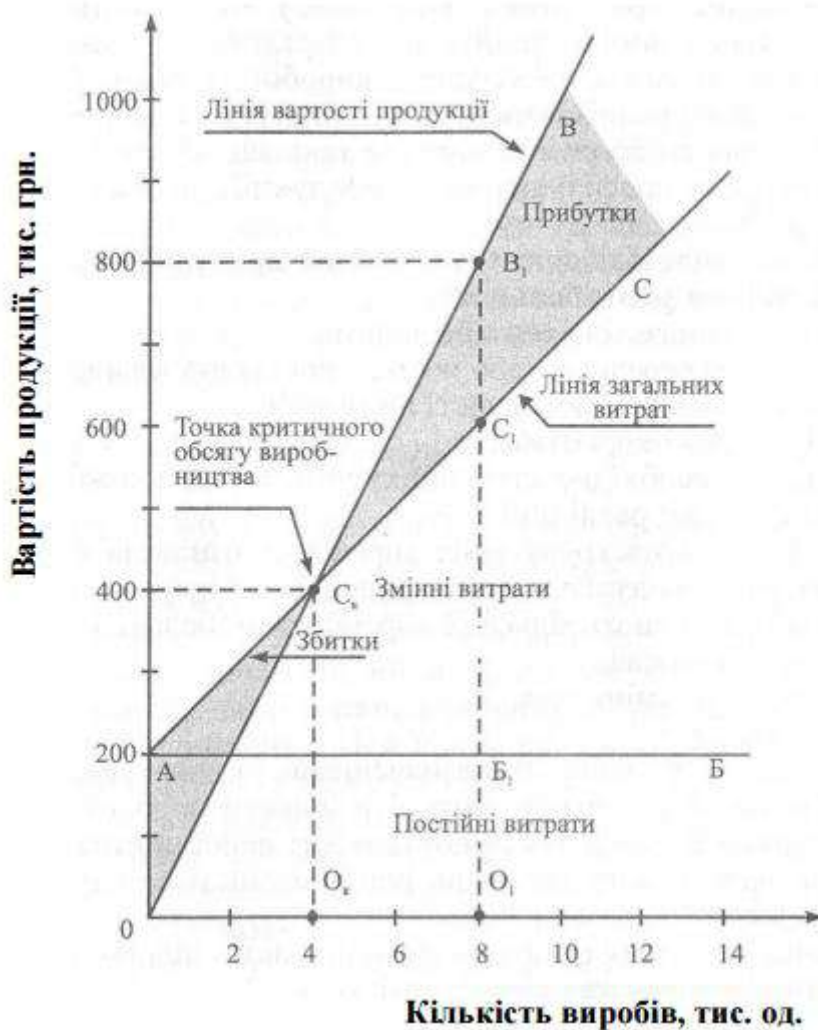


Рис.1.3 Графік визначення точки критичного обсягу виробництва[11].

За допомогою такого графіка можна проаналізувати різні варіанти обсягів виробництва і визначити ступінь їх прибутковості. Проте слід мати на увазі, що цей графічний метод передбачає низку допущень та умовностей, а саме:

— незмінність постійної частини витрат для будь-якого обсягу виробництва;

- повна пропорційність зміни змінних витрат;
- стабільні, незмінні ціни;
- випуск одного виду або однорідної продукції [11].

Реально дотримати всіх цих умов не вдається. Але для початкового аналізу варіантів обсягу виробництва цей графічний метод може бути дуже корисним і наочним. Розрахунок критичної точки обсягу виробництва можна здійснити, використовуючи таку формулу:

$$ВП_{без} = \frac{ПВ}{Ці - ЗВі}, \quad (1.6)$$

де $ВП_{без}$ — кількість виробленої (проданої) продукції, яка забезпечує беззбитковість (нульовий варіант);

$ПВ$ — загальна сума постійних витрат підприємства;

$Ці$ — ринкова ціна i -го виробу; $ЗВі$ — змінні витрати у складі i -го виробу [12, с.91].

Суму валового прибутку ($ПР_{вал}$), який одержить підприємство за заданої кількості виробів ($Кі$) розраховують за формулою:

$$ПР_{вал} = (Ці \cdot Кі) - (ПВ + ЗВі \cdot Кі) \text{ або } ПР_{вал} = (Ці - ЗВі) \cdot Кі - ПВ, \quad (1.7)$$

І нарешті, можна визначити потрібну кількість продукції для одержання бажаної суми валового прибутку ($ПР$):

$$К = \frac{ПР + ПВ}{Ці - ЗВі}, \quad (1.8)$$

У подальшому аналізі можна застосувати точніші розрахунки відносно бажаного варіанта обсягу виробництва.

Серед факторів, які впливають на собівартість продукції, особливу увагу слід звернути на час випуску продукції. У перший рік, як правило, рентабельність дуже

низька, але наступні кілька років спостерігається значне її підвищення. Згодом її величина стабілізується і навіть може зменшуватися. Однією з причин зростання рентабельності або супровідним фактором може бути збільшення обсягів виробництва цієї продукції.

Отже, існує низка коефіцієнтів, що досліджують показник рентабельності підприємства, серед яких розглянуті: рентабельність активів за прибутком від звичайної діяльності до оподаткування; рентабельність капіталу (активів) за чистим прибутком; рентабельність власного капіталу; рентабельність виробничих фондів; рентабельність реалізованої продукції за прибутком від реалізації; рентабельність витрат; коефіцієнт реінвестування; період окупності капіталу; період окупності власного капіталу; валова рентабельність, операційна рентабельність, чиста рентабельність, рентабельність продаж, рентабельність окремих видів продукції. Показник рентабельності продукції в цілому по підприємству може змінитися внаслідок зміни рентабельності окремих видів продукції та асортиментно-структурних зрушень у реалізованій продукції.

1.3 Методи і критерії оцінки конкурентоспроможності підприємства

Одним з важливих комплексних методів оцінки ринкової позиції підприємства є оцінка його конкурентних переваг. Адже саме здатність перемогти в конкурентній боротьбі і є ознакою досить міцної ринкової позиції підприємства. З метою оптимізації виробництва, покращення позиції підприємства на конкурентному ринку проводиться вивчення сегментації ринку та аналіз середовища, в якому організовує свою діяльність підприємство [15].

Якісний рівень оцінки ринкової позиції підприємства залежить від безлічі факторів, серед яких важливим є вибір методу, що відповідає поставленим цілям.

Методи оцінки підприємств по найбільш розповсюдженій класифікації групуються в такий спосіб:

- ті, що використовують дохідний підхід чи орієнтуються на результати (дисконтування грошового потоку, дисконтування прибутку, капіталізація грошового потоку/прибутку, метод періоду окупності і внутрішньої ставки прибутковості);

- ті, що базуються на вартості майна (балансової чи скоректованої вартості активів, вартості повного заміщення чи часткового відтворення, ліквідаційної вартості);

- методи порівняльної чи ринкової оцінки з застосуванням мультиплікаторів (ціна/балансовий прибуток, ціна/чистий прибуток, ціна/грошовий потік, ціна/виторг), галузевих співвідношень і ін [6].

Забезпечення належної якості продукції – це вимога часу, сучасної дійсності, коли будь-який товар задовольняти споживача не може, як це було при командно-адміністративній системі (нарядному централізованому розподілі товарних ресурсів). У нинішніх умовах споживач продукції є регулятором її рівня виробництва і попиту на ринку.

Організуючи виробництво нових видів, підприємець має враховувати особливості ринкової економіки. Для цього існує певна система показників, які дають можливість визначити рівень якості різноманітних видів продукції і постійно здійснювати належний контроль за дотриманням відповідного рівня якості.

Рівень якості – це кількісна характеристика міри придатності того чи іншого виду продукції для задоволення конкретного попиту на неї порівняно з відповідними базовими показниками цього ж виду продукції, якою вже користується споживач [14, с. 108].

Оцінювання якості продукції передбачає визначення її абсолютного, відносного, перспективного та оптимального рівнів.

Абсолютний рівень якості визначають шляхом обчислення певних показників без їх порівняння з відповідними показниками аналогічних виробів. Цей метод

визначення рівня якості є недостатнім, оскільки він не відображає міри її відповідності сучасним вимогам.

Відносний рівень якості доповнює функцію абсолютних показників, тому що встановлює співвідношення абсолютних показників якості продукції з відповідними показниками аналогічних кращих зразків.

Перспективний рівень якості виробів визначають пріоритетні напрямки розвитку науки і техніки. В першу чергу враховують пріоритетні галузі в розвитку економіки, а також окремі галузі, які мають важливе значення в розвитку народного господарства країни.

Оптимальний рівень якості має відповідати мінімальній величині загальних суспільних витрат на виробництво й експлуатацію (споживання) продукції.

Окремі показники якості товару є специфічними. У зв'язку з цим вони поділяються на три групи: одиничні показники, що характеризують окремі властивості виробу; комплексні, за допомогою яких визначається група властивостей виробу (надійність, довговічність, економічність і т. д.); узагальнюючі показники характеризують якість усієї сукупності продукції підприємства [5].

Найбільш складна система показників оцінювання якості – це перша група одиничних показників. Вона поділяється умовно на підгрупи:

а) показники призначення – пристосованість виробів до використання та сфери їх призначення (газові, водяні, теплові лічильники тощо);

б) показники надійності й довговічності властиві виробам, що можуть тривалий час зберігати свою роботоздатність за певних умов експлуатації, їх оцінюють за показниками строку експлуатації і технічного ресурсу (годинники, телевізори, автомобілі, мотоцикли та ін.);

в) показники технологічності характеризують ефективність конструкції машин та технології їх використання (автоматизовані технологічні лінії в різних галузях виробництва);

г) екологічні показники характеризують ступінь шкідливого впливу на здоров'я людини і довкілля (токсичність виробів, вміст шкідливих речовин, обсяг шкідливих викидів у довкілля за одиницю часу);

д) економічні показники відображають затрати на розробку, виготовлення й експлуатацію виробу (ціна за одиницю виробу, прибуток, витрати на експлуатацію за галузевою структурою виробництва товарів);

е) ергономічні показники визначають відповідність техніко-експлуатаційних параметрів виробу і враховують комплекс гігієнічних, антропометричних, фізіологічних властивостей людини, вимоги техніки безпеки; ж) естетичні показники визначають естетичні властивості (дизайн) виробу (стиль, мода, оригінальність, гармонійність);

з) показники стандартизації та уніфікації визначають ступінь використання стандартизованих та уніфікованих деталей, вузлів (підшипники, шини, двигуни та ін.);

і) патентно-правові – відображають затрати на розробку, виготовлення і експлуатацію нових виробів (визначаються за галузевою структурою виробництва товарів) [14, с. 110].

Комплексні показники характеризують групу властивостей продукції (сортність, марка, клас продукції тощо). Узагальнюючі показники визначають загальний рівень якості всієї сукупності продукції, що її виготовляє підприємство. З цією метою застосовують такі узагальнені показники:

- коефіцієнт оновлення асортименту;
- частку продукції, призначену для експорту в загальному її обсязі на підприємстві;
- частку продукції, на яку одержано сертифікати якості;
- обсяг товарів, реалізований за зниженими цінами;
- частка принципово нових (прогресивних) виробів у загальному їх обсязі.

З метою визначення якості виробів на виробництві застосовують найрізноманітніші методи, їх поділяють залежно від способу одержання інформації на об'єктивний, органолептичний, диференційований, комплексний.

Об'єктивний метод складається з:

- вимірювального методу, який передбачає використання при оцінюванні якості продукції технічних засобів контролю (приладів, заданих параметрів якості: ваги, шкали погрішності, ступеню обробки та ін.);

- реєстраційного методу, що ґрунтується на спостереженні й підрахунку кількості предметів, виробів, випадків. Наприклад, виробництво цегли: кількість штук, морозостійкість, відсоток водопоглинання, кількість відхилень від заданих нормативів;

- розрахункового методу, котрий використовується при визначенні показників якості нових видів виробів [14, с. 111].

У цілому за допомогою об'єктивного методу визначають більшість техніко-експлуатаційних показників: продуктивність, потужність, точність обробки матеріалів – для засобів праці; вміст металу в руді, надійність фарбування тканих та інших поверхонь – для предметів праці; еластичність та вологостійкість взуття, вміст жиру в харчових продуктах, цукру в кондитерських виробах – для споживчих товарів.

Органолептичний метод передбачає аналіз сприймань органами чуття людини (зір, слух, нюх, смак, дотик) споживчих властивостей товарів без застосування технічних вимірювальних та реєстраційних засобів. За цим методом застосовують бальну систему оцінювання показників якості товарів, виходячи зі стандартного переліку ознак (властивостей), які найбільш повно охоплюють основні якісні характеристики виробу. Кожній оцінці (відмінно, добре, задовільно, погано) відповідає певна кількість балів. Цей метод переважно застосовують при аналізі якості продуктів харчування, парфумів, окремих видів напоїв та ін.

Диференційований метод оцінювання рівня якості товарів передбачає порівнювання одиничних показників із відповідними показниками виробів- еталонів, стандартів та технічних умов. Оцінювання рівня якості полягає в обчисленні значень відносних показників, які порівнюються з еталонними (стандартними), що їх беруть за одиницю.

Комплексний метод дає можливість визначити узагальнюючий показник якості оцінюваного виробу. Ним може бути інтегральний показник, який

обчислюється шляхом порівняння корисного ефекту від споживання (експлуатації) певного виробу і загальної величини витрат на його створення і використання. Комплексну оцінку якості часом застосовують як середньозважену арифметичну величину з використанням відповідних коефіцієнтів вагомості всіх розрахункових показників [16].

Отже, існує ряд дієвих методів аналізу конкурентоспроможності продукції підприємства та все зводиться до визначення рівня якості продукції, що являє собою кількісну характеристику міри придатності того чи іншого виду продукції для задоволення конкретного попиту на неї порівняно з відповідними базовими показниками цього ж виду продукції, якою вже користується споживач.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ПРАТ «УКРГРАФІТ»

2.1 Загально-економічна характеристика ПрАТ «Укрграфіт»

21 вересня 1933 р. - день виробництва першої промислової партії вуглецевої продукції, випалених анодів для алюмінієвих електролізерів, вважають удень народження Дніпровського електродного заводу. Спочатку підприємство входило до складу алюмінієвого комбінату, що є частиною Запорізького промислового комплексу [33].

У 1940 р. завод було виділено у самостійну промислову структуру, у цей період побудовано цех графітації, що видав перші 1000 т. заготовок для електродів. Але з початком воєнних дій у м. Запоріжжя в 1941 р. завод був демонтований і евакуйований до Уралу. Понесені збитки були колосальні, терміни відновлення жорсткі, і вже в травні 1945 р. було знову організоване виробництво анодної й електродної мас. У 1948 р. завод було цілком відновлено і він почав працювати за повним технологічним циклом.

В наступні роки завод стрімко розвивався і розростався, були спроектовані і побудовані нові цехи, вводилося й освоювалося сучасне устаткування, розроблялися і впроваджувалися нові технологічні процеси.

У 1994 р. Дніпровський електродний завод був перетворений у Приватне Акціонерне Товариство "Український графіт". За останні роки, завдяки самовідданій праці колективу, підприємство змогло збільшити обсяги виробництва і рентабельність продукції, провести технічне переозброєння, поліпшити економічні показники діяльності, значно розширити асортимент і забезпечити конкурентоздатність своєї продукції [33].

Повне найменування юридичної особи: приватне акціонерне товариство «УКРАЇНСЬКИЙ ГРАФІТ».

Скорочена назва: ПрАТ "Укрграфіт".

Назва англійською: PRIVATE JOINT-STOCK COMPANY UKRAINSKY GRAFIT (PRJSC UKRGRAFIT).

Код ЄДРПОУ: 00196204.

Розмір статутного капіталу: 233 958 975,00 грн.

Організаційно-правова форма: акціонерне товариство.

Форма власності: недержавна власність.

Види діяльності

Основний: 27.90 Виробництво іншого електричного устаткування.

Інші:

23.20 Виробництво вогнетривких виробів.

23.99 Виробництво неметалевих мінеральних виробів, н.в.і.у.

46.69 Оптова торгівля іншими машинами й устаткуванням.

52.10 Складське господарство.

56.29 Постачання інших готових страв.

68.20 Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна.

41.20 Будівництво житлових і нежитлових будівель [35].

Підприємство завжди одним з перших здійснювало розробку і впроваджувало у виробництво нові види технологій, сучасні агрегати і технологічні лінії. Багато зроблено за останні 10 років. У 1997 році здійснене введення в промислову експлуатацію нового цеху вугільних заготовок, що не має аналогів у країнах Східної Європи і Росії. Застосування електричних кальцинаторів для глибокої термічної обробки сировини дозволило створити єдине в СНД виробництво електрокальцинованих антрацитів, що значно поліпшило експлуатаційні властивості виробленої вуглецевої продукції - катодних блоків для футеровки алюмінієвих електролізерів і блоків для футеровки лещаді і горна доменних печей. Освоєно виробництво матеріалів на основі електрокальцинованого антрациту з використанням до 70 % графіту. У 2000-2001 рр. упроваджена технологія й освоєно в промислових масштабах виробництво графітованих блоків для виготовлення анодів магнієвих електролізерів, що відрізняються зниженим питомим електричним

опором і підвищеною експлуатаційною стійкістю. У 2001 р. було побудовано цех і освоєно виробництво анодів для магнієвої промисловості з просоченнями неорганічними компаундами на основі фосфорних сполук, що не має аналогів на електродних заводах країн СНД. У 2003-2004 рр. освоєне виробництво маси холодноабивної вуглецевої теплопровідної маси для доменних печей і маси холодноабивної подової для алюмінієвих електролізерів. Проведено велику роботу з удосконалення технології і модернізації виробництва продукції, що серійно виробляється. У цей час підприємство має у своєму розпорядженні перспективні розробки як в області удосконалювання продукції, що серійно виробляється, так і в галузі створення нових видів продукції [33].

Особливу роль у розвитку підприємства зіграли розробка і впровадження системи керування якістю, що дозволила розвинути й удосконалити технологію, виробництво і систему керування підприємства в цілому, дозволила підняти на більш високий якісний рівень конкурентноздатність продукції. Сьогодні на підприємстві впроваджені міжнародні стандарти ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001. У сфері удосконалювання системи керування ПрАТ "Укрграфіт" має намір йти далі і впроваджувати концепцію керування якістю (TQM) із ще більш високим рівнем вимог до всіх аспектів функціонування підприємства.

На ПрАТ "Укрграфіт" постійно удосконалюються технологічні і виробничі процеси, ведеться робота з модернізації і розробки нових видів продукції. Величезна увага приділяється якості продукції, що виробляється.

Сьогодні продукція ПрАТ "Укрграфіт" широко використовується на металургійних підприємствах України, СНД, країнах ближнього і далекого зарубіжжя. Катодні блоки ПрАТ "Укрграфіт" визнані кращими на всіх підприємствах алюмінієвої промисловості СНД і складають серйозну конкуренцію на світовому ринку лідерам у виробництві цього виду продукції. Графітовані електроди виробництва ПрАТ "Укрграфіт" широко відомі в СНД і конкурентноздатні на світовому ринку. ПрАТ "Український графіт" є єдиним постачальником у СНД графітованих блоків і анодів із просоченням неорганічними

компаундами для магнієвої промисловості і у цей час виходить з цією продукцією на світовий ринок [33].

Завдяки вигідному географічному положенню, підприємство має можливість відвантаження експортної продукції залізничним, автомобільним, річковим і морським транспортом. На підприємстві використовуються сучасні й ефективні види упакувань, що забезпечують товарний вид продукції і її схоронність при транспортуванні усіма видами транспорту.

Продукція підприємства в 1999 р. була відзначена почесним знаком "Вища проба", за підсумками всеукраїнського рейтингу 2000 р. ПрАТ "Укрграфіт" ввійшло до числа "Сто кращих компаній України, що динамічно розвиваються". Продукція підприємства визнана переможцем і лауреатом усеукраїнського конкурсу якості "100 кращих товарів України 2003". У 2004 р. ПрАТ "Укрграфіт" було відзначено міжнародної нагороди "Європейська якість"[33].

Підприємство є дійсним членом Української Асоціації Виробників Чавуну, Української Асоціації Сталеплавильників, Асоціації ливарників України, Торгово-Промислової Палати України й Української Асоціації Якості, Міждержавної Асоціації Титан, що дозволяє вирішувати конкретні питання і гнучко реагувати на змінні умови роботи на ринку.

Історія ПрАТ «Укрграфіт» наведена у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Історія ПрАТ «Укрграфіт»

Рік	Подія
1	2
1929 р.	ВСНГ СРСР прийняв рішення про будівництво Дніпровського промислового комплексу
1929 р.	Рада праці й Оборони СРСР прийняв постанову про будівництво на Дніпру алюмінієвого комбінату в складі заводів електролізного, глиноземного і електродного

Продовж.табл.2.1.

1	2
1930 р.	Закладений фундамент Дніпровського алюмінієвого комбінату (ДАК)
1932 р.	Перший генератор ДГЕС введений в експлуатацію
1933 р.	Введений в експлуатацію сумішно-пресовий цех Спресовано перші партії анодів для алюмінієвих електролізерів
1933 р.	Початок промислового виробництва анодів для алюмінієвих електролізерів - День народження Дніпровського електродного заводу
1934 р.	Освоєно виробництво вугільних секторів до печей Міге
1936 р.	Освоєно виробництво вугільних електродів діаметром 600 мм і штампованих катодних блоків діаметром 400x400 мм
1938 р.	Освоєно виробництво анодної і подової вуглецевих мас у промислових обсягах
1939 р.	Освоєно виробництво електродної маси
1939 р.	Почато виробництво графітованих електродів
4 грудня 1939 р.	Наказом Наркома кольорової металургії №613 ДЭЗ виділений у самостійний завод з 1 січня 1940 р.
Лютий 1940 р.	Введено в експлуатацію цех графітації.
22 червня 1941 р.	Початок Великої Вітчизняної війни
18-27 серпня 1941 р.	Евакуація промислового устаткування, робітників і їхніх родин у східні регіони СРСР (до Уралу)
18 лютого 1944 р.	Постановою ДКО ДЕЗ включений у список заводів, що підлягають відновленню в першу чергу

Продовж.табл.2.1.

1	2
1945 р.	Вироблені перші партії анодної й електродної мас
1946 р.	Введені в експлуатацію дві випалювальні печі
1947 р.	Введені в експлуатацію три секції графітації . Освоєно виробництво графітованих анодів для хімічної промисловості
1948 р.	Введені в експлуатацію: прожарювальна піч, прес зусиллям 3000 тс, піч випалу і новий корпус цеху механічної обробки електродів
1949 р.	Розроблений проект подальшого розширення заводу
1952 р.	Введені в експлуатацію цех нафтових заготовок, корпус мехобробки вугільної продукції і корпус цеху графітації
1953 р.	Введені в експлуатацію дві випалювальні печі і прес зусиллям 1500 тс
1954 р.	Змонтовано і освоєно прес зусиллям 9000 тс для великогабаритних електродів і блоків
1955 р.	Почато виробництво графітованих електродів діаметром 500 мм
1958 р.	Підприємство відзначило свій 25-літній ювілей
1959 р.	Силами служб заводу спроектовано і введено в експлуатацію прес зусиллям 4000 тс. для пресування заготовок великогабаритних електродів
1960 р.	Освоєно виробництво графітованих електродів діаметром 550 мм
1962 р.	Введено в експлуатацію санаторій-профілакторій на 150 місць на о.Хортиця
1963 р.	Освоєння виробництва графітованих електродів діаметром 700 мм
1963 р.	Введена в експлуатацію нова секція печей графітації , випалювальна і прожарювальна печі
1966 р.	Вперше в СРСР освоєна промислова графітація постійним струмом

Продовж.табл.2.1.

1	2
1967 р.	Установлена потокова автоматична лінія для обробки графітованих електродів діаметром (450-700 мм)
1968 р.	Підприємству надано звання "Завод ім. 50-річчя Радянської України"
1973 р.	Освоєне виробництво вуглецевих блоків для футеровки доменних печей обсягом до 5000 куб.м.
1974 р.	Побудовано молодіжний гуртожиток на 640 місць
1975 р.	Мінкольорметом, Держбудом і Держпланом СРСР прийняте рішення про корінну реконструкцію підприємства на найближчі 10 років.
1977 р.	Розроблено інститутом ТИТАНУ проект реконструкції підприємства
1979 р.	Реконструйовані три секції печей графітації і почате відпрацювання технології виробництва великогабаритних електродів на основі коксу голчастої структури
1980 р.	Почате виробництво дрібнозернистого щільного графіту марки МПГ-7.
1981 р.	Освоєне виробництво матеріалу "Гратон" для виробництва лугів
1983 р.	Введено в експлуатацію на новій промисловій площадці комплекс у складі: складського господарства, цехів ремонтно-будівельного і ремонтно-механічного; гаража на 50 автомобілів; ділянки трансформаторно-масляного господарства; тепловозного і пожежного депо, інших допоміжних об'єктів .
1983 р.	До 50 літнього ювілею завод нагороджений орденом "Знак пошани"
1984 р.	Введений в експлуатацію комплекс з виробництва вуглець-вуглецевих композиційних матеріалів
1987 р.	Введено в експлуатацію нове сучасне відділення з просочення заготовок кам'яно-вугільним пеком.

Продовж.табл.2.1.

1	2
1994 р.	Дніпровський електродний завод перетворений у Відкрите акціонерне товариство "Український графіт"
1997 р.	Введено в експлуатацію новий цех вугільних заготовок
1998 р.	Почата робота з впровадження на підприємстві міжнародних стандартів серії ISO
2000 р.	Система менеджменту підприємства сертифікована на відповідність міжнародному стандарту ISO 9001
2001 р.	Введений в експлуатацію новий цех з виробництва анодів для магнієвої промисловості з просоченням неорганічними компаундами
2002 р.	Розроблені й освоєні нові марки вуглецевих блоків для футеровки доменної печі обсягом 5000 куб.м. Система менеджменту сертифікована на відповідність міжнародному стандарту ISO 14001 .
2003 р.	Розроблена стратегія розвитку підприємства. Система менеджменту сертифікована на відповідність міжнародному стандарту ОН SAS 18001
2005 р.	Введена в експлуатацію нова сучасна випалювальна піч за проектом фірми "Pecoserwis"
2006 р.	Введений в експлуатацію в цеху вугільних заготовок швидкісний змішувач фірми "Eirich". Система менеджменту сертифікована на відповідність міжнародному стандарту ISO 11462 "Система статистичного керування процесами", а іспитова лабораторія акредитована на відповідність міжнародному стандарту ISO 17025
2007 р.	Введена в експлуатацію нова випалювальна піч за проектом фірми "Riedhammer"
2008 р.	Введена в експлуатацію нова сучасна лінія з мехобробки вуглецевої продукції фірми "Wassmer"

Далі до наших днів відбувалося постійне вдосконалення виробництва та обладнання до сучасного рівня модернізації.

Сьогодні виробнича марка ПрАТ "Укрграфіт" і продукція підприємства визнана споживачами, українськими і міжнародними організаціями. За асортиментом і якістю своєї продукції ПрАТ "Укрграфіт" утримує ведучі позиції серед виробників аналогічної вуглеграфітової продукції в країнах СНД, успішно конкурує на світовому ринку.

2.2 Аналіз рентабельності ПрАТ«Укрграфіт»

Рентабельність є однією з основних економічних категорій економіки. Безпосередньо кажучи, термін «рентабельність» не допускає різних тлумачень, оскільки він означає співвідношення, в якому прибуток завжди стоїть у чисельнику. У найширшому і загальному розумінні під рентабельністю розуміють рентабельність або рентабельність виробництва і реалізації всієї продукції (робіт, послуг) або окремих її видів, загальну рентабельність діяльності підприємств, організацій, установ як основного суб'єкта господарювання; прибутковість різних галузей економіки.

Рентабельність безпосередньо зв'язана з отриманням прибутку. Однак її не можна ототожнювати з абсолютною сумою отриманого прибутку. Рентабельність - це відносний показник, тобто рівень прибутковості, що вимірюється у коефіцієнтах або відсотках. Показники рентабельності являються відносними характеристиками фінансових результатів та ефективності діяльності підприємства.

Основними показниками аналізу рентабельності підприємства є:

- рентабельність активів за прибутком від звичайної діяльності до оподаткування;
- рентабельність капіталу (активів) за чистим прибутком;
- рентабельність власного капіталу;

- рентабельність виробничих фондів;
- рентабельність реалізованої продукції за прибутком від реалізації;
- рентабельність витрат;
- коефіцієнт реінвестування;
- період окупності капіталу;
- період окупності власного капіталу.

Рентабельність активів за прибутком від звичайної діяльності до оподаткування показує скільки прибутку від звичайної діяльності припадає на одиницю коштів, інвестованих в активи. Розраховується за формулою:

$$R_{\text{акт.зв.д.}} = \frac{\text{Прибуток від звичайної діяльності}}{\text{Активи}} = \frac{\text{Ф.2, р.2290}}{\text{Ф.1, р.1300}} \quad (2.1)$$

Підставимо числові значення з Форми 1 та Форми 2 (Додатки А-Е) і обчислимо рентабельність активів за прибутком від звичайної діяльності до оподаткування за роками.

$$R_{\text{акт.зв.д.2018}} = \frac{3374356}{4349470} = 0,78.$$

$$R_{\text{акт.зв.д.2019}} = \frac{867843}{4863807} = 0,18.$$

$$R_{\text{акт.зв.д.2020}} = \frac{0}{4638618} = 0.$$

$$R_{\text{акт.зв.д.2021}} = \frac{0}{4399586} = 0.$$

$$R_{\text{акт.зв.д.2022}} = \frac{133307}{4374302} = 0,03.$$

Рентабельність капіталу (активів) за чистим прибутком показує скільки припадає чистого прибутку на одиницю інвестованих в активи коштів. Розраховується за формулою:

$$R_{\text{акт.ч.п.}} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Активи}} = \frac{\text{Ф.2, р.2350}}{\text{Ф.1, р.1300}} \quad (2.2)$$

Підставимо числові значення з Форми 1 та Форми 2 (Додатки А-Е) і обчислимо рентабельність активів за чистим прибутком за 2018-2022 рр.

$$R_{\text{акт.ч.п.2018}} = \frac{2766466}{4349470} = 0,63.$$

$$R_{\text{акт.ч.п.2019}} = \frac{710454}{4863807} = 0,15.$$

$$R_{\text{акт.ч.п.2020}} = \frac{0}{4638618} = 0.$$

$$R_{\text{акт.ч.п.2021}} = \frac{0}{4399586} = 0.$$

$$R_{\text{акт.ч.п.2022}} = \frac{52584}{4374302} = 0,01.$$

Рентабельність власного капіталу показує скільки припадає чистого прибутку на одиницю власного капіталу. Розраховується за формулою:

$$R_{г.к.} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Власний капітал}} = \frac{\Phi.2, p.2350}{\Phi.1, p.1495}. \quad (2.3)$$

Підставимо числові значення і обчислимо рентабельність власного капіталу за роками.

$$R_{\text{в.к.2018}} = \frac{2766466}{3685221} = 0,75.$$

$$R_{\text{в.к.2019}} = \frac{710454}{4361058} = 0,16.$$

$$R_{\text{в.к.2020}} = \frac{0}{4173708} = 0.$$

$$R_{\text{в.к.2021}} = \frac{0}{3821594} = 0.$$

$$R_{\text{в.к.2022}} = \frac{52584}{4000021} = 0,01.$$

Рентабельність виробничих фондів показує скільки припадає чистого прибутку на одиницю вартості виробничих фондів. Розраховується за формулою:

$$R_{г.ф.} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Виробничі фонди}} = \frac{\Phi.2, p.2350}{\Phi.1, (p.1011 + p.1100)}. \quad (2.4)$$

Підставимо числові значення з Форми 1 та Форми 2 (Додатки А-Е) і обчислимо рентабельність виробничих фондів за роками.

$$R_{\text{в.ф.2018}} = \frac{2766466}{1254675 + 2054875} = 0,84.$$

$$R_{\text{в.ф.2019}} = \frac{710454}{1347094 + 2561132} = 0,18.$$

$$R_{\text{в.ф.2020}} = \frac{0}{1502372 + 2139921} = 0.$$

$$R_{\text{в.ф.2021}} = \frac{0}{2214505 + 1639576} = 0.$$

$$R_{\text{в.ф.2022}} = \frac{52584}{2263834 + 1494514} = 0,01.$$

Рентабельність реалізованої продукції за прибутком від реалізації показує скільки припадає прибутку від реалізації на одиницю виручки. Розраховується за формулою:

$$R_{\text{приб.р.}} = \frac{\text{Прибуток від реалізації}}{\text{ЧД(В)Р}} = \frac{\Phi.2, \text{р.2000} - (\text{р.2050} + \text{р.2130} + \text{р.2150})}{\Phi.2, \text{р.2000}}. \quad (2.5)$$

Підставимо числові значення з Форми 2 (Додатки А-Е) і обчислимо рентабельність реалізованої продукції за прибутком від реалізації за роками.

$$R_{\text{приб.р.2018}} = \frac{5851544 - (2167270 + 117656 + 211868)}{5851544} = 0,57.$$

$$R_{\text{приб.р.2019}} = \frac{3543626 - (212090 + 150143 + 210836)}{3543626} = 0,84.$$

$$R_{\text{приб.р.2020}} = \frac{1651622 - (1650444 + 142493 + 105178)}{1651622} = (-0,15).$$

$$R_{\text{приб.р.2021}} = \frac{2638480 - (2633652 + 180131 + 132781)}{2638480} = (-0,12).$$

$$R_{\text{приб.р.2022}} = \frac{1545562 - (1227466 + 125264 + 48749)}{1545562} = 0,09.$$

Рентабельність витрат показує скільки прибутку від реалізації припадає на одиницю витрат на виготовлення і реалізацію продукції. Розраховується за формулою:

$$R_{\text{витр.}} = \frac{\text{Прибуток від реалізації}}{\text{Витрати на виготовлення і реалізацію продукції}} = \frac{\Phi.2, \text{р.2000} - (\text{р.2050} + \text{р.2130} + \text{р.2150})}{\Phi.2, (\text{р.2050} + \text{р.2130} + \text{р.2150})}. \quad (2.6)$$

Підставимо числові значення з Форми 2 (Додатки А-Д) і обчислимо рентабельність витрат за 2019-2022 рр.

$$R_{\text{витр.2018}} = \frac{5851544 - (2167270 + 117656 + 211868)}{2167270 + 117656 + 211868} = 1,34.$$

$$R_{\text{витр.2019}} = \frac{3543626 - (212090 + 150143 + 210836)}{212090 + 150143 + 210836} = 5,18.$$

$$R_{\text{витр.2020}} = \frac{1651622 - (1650444 + 142493 + 105178)}{1650444 + 142493 + 105178} = (-0,13).$$

$$R_{\text{витр.2021}} = \frac{2638480 - (2633652 + 180131 + 132781)}{2633652 + 180131 + 132781} = (-0,1).$$

$$R_{\text{витр.2022}} = \frac{1545562 - (1227466 + 125264 + 48749)}{1227466 + 125264 + 48749} = 0,1.$$

Коефіцієнт реінвестування показує скільки чистого прибутку капіталізовано; скільки чистого прибутку спрямовано на збільшення власного капіталу. Розраховується за формулою:

$$K_{\text{реін.}} = \frac{\text{Нерозподілений прибуток}}{\text{Чистий прибуток}} = \frac{\text{Ф.1, збільшення по р.1420}}{\text{Ф.2, р.2350}}. \quad (2.7)$$

Підставимо числові значення з Форми 1 та Форми 2 (Додатки А-Д) і обчислимо коефіцієнт реінвестування за роками.

$$K_{\text{реін.2018}} = \frac{3274754 - 506945}{2766466} = 1.$$

$$K_{\text{реін.2019}} = \frac{3950592 - 3274583}{710454} = 0,95.$$

$$K_{\text{реін.2020}} = 0.$$

$$K_{\text{реін.2021}} = 0.$$

$$K_{\text{реін.2022}} = \frac{3705552 - 3527094}{52584} = 3,39.$$

Період окупності капіталу показує за який період кошти, що інвестовані в активи, будуть компенсовані чистим прибутком. Розраховується за формулою:

$$T_{\text{ок.кап.}} = \frac{\text{Активи}}{\text{Чистий прибуток}} = \frac{\text{Ф.1, р.1300}}{\text{Ф.2, р.2350}}. \quad (2.8)$$

Підставимо числові значення з Форми 1 та Форми 2 (Додатки А-Д) і обчислимо період окупності капіталу за 2019-2022 рр.

$$T_{\text{ок.кап.2018}} = \frac{4349470}{2766466} = 1,57.$$

$$T_{\text{ок.кап.2019}} = \frac{4863807}{710454} = 6,85.$$

$$T_{\text{ок.кап.2020}} = 0.$$

$$T_{\text{ок.кап.2021}} = 0.$$

$$T_{\text{ок.кап.2022}} = \frac{4374302}{52584} = 83,19.$$

Період окупності власного капіталу показує за який період власний капітал буде компенсований чистим прибутком. Розраховується за формулою:

$$T_{\text{ок.вл.кап.}} = \frac{\text{Власний капітал}}{\text{Чистий прибуток}} = \frac{\Phi.1, \text{р.1495}}{\Phi.2, \text{р.2350}}. \quad (2.9)$$

Підставимо числові значення з Форми 1 та Форми 2 (Додатки А-Е) і обчислимо період окупності власного капіталу за роками.

$$T_{\text{ок.вл.кап.2018}} = \frac{3685221}{2766466} = 1,33.$$

$$T_{\text{ок.вл.кап.2019}} = \frac{4361058}{710454} = 6,14.$$

$$T_{\text{ок.вл.кап.2020}} = 0.$$

$$T_{\text{ок.вл.кап.2021}} = 0.$$

$$T_{\text{ок.вл.кап.2022}} = \frac{4000021}{52584} = 76,07.$$

Зведемо розраховані показники в таблицю з відображенням відхилення на кінець і початок звітного періоду і проаналізуємо отримані значення показників рентабельності підприємства (Таблиця 2.2).

Таблиця 2.2

Показники рентабельності підприємства

№ п/п	Назва показника	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.
1	2	3	4	5	6	7
1.	Рентабельність активів за прибутком від звичайної діяльності до оподаткування	0,78	0,18	0	0	0,03
2.	Рентабельність капіталу (активів) за чистим прибутком	0,63	0,15	0	0	0,01
3.	Рентабельність власного капіталу	0,75	0,16	0	0	0,01

Продовж.табл.2.2

1	2	3	4	5	6	7
4.	Рентабельність виробничих фондів	0,84	0,18	0	0	0,01
5.	Рентабельність реалізованої продукції за прибутком від реалізації	0,57	0,84	-0,15	-0,12	0,09
6.	Рентабельність витрат	1,34	5,18	-0,13	-0,1	0,1
7.	Коефіцієнт реінвестування	1	0,95	-	-	3,39
8.	Період окупності капіталу	1,57	6,85	-	-	83,19
9.	Період окупності власного капіталу	1,33	6,14	-	-	76,07

Рентабельність активів за прибутком від звичайної діяльності та рентабельність капіталу за чистим прибутком, рентабельність власного капіталу та рентабельність виробничих фондів у 2018 році приймали високе значення, що вказувало на позитивний результат діяльності ПрАТ «Укрграфіт», далі спостерігається суттєве зменшення показників, у 2020-2021 рр. значення дорівнюють нулю, а у 2022 році спостерігається незначний зріст показників.

Рентабельність реалізованої продукції за прибутком від реалізації та рентабельність витрат у 2018-2019 роках мали тенденцію збільшення, але у 2020-2021 рр. приймали від'ємні значення, а у 2022 році несуттєво збільшились.

За значеннями вищевказаних результатів показників можна зробити висновок, що підприємство є низькорентабельним. Найкраща ситуація спостерігається станом на 2018 рік.

Коефіцієнт реінвестування у 2022 році приймав найбільше значення, що дорівнює 3,39. За 2020-2021 рік показник розрахувати неможливо через відсутність даних.

Період окупності капіталу та власного капіталу найбільшого значення набули у 2022 році.. Найкращі значення показника спостерігаються у 2018 році. За 2020-2021 рр. дані показників відсутні через неможливість розрахунків.

Отже, у результаті проведених розрахунків, можна стверджувати, що підприємство є низькорентабельним та потребує заходів, що покращать ситуацію.

2.3 Аналіз рентабельності продукції ПрАТ«Укрграфіт»

Рентабельність продукції — економічна категорія, що характеризує ефективність реалізації продукції (товарів, робіт та послуг). Визначається як відношення чистого прибутку від реалізації до собівартості продукції.

Рентабельність – один із головних вартісних показників ефективності виробництва, який характеризує рівень віддачі активів і ступінь використання капіталу у процесі виробництва.

Коефіцієнти рентабельності – система показників, які характеризують здатність підприємства створювати необхідний прибуток у процесі своєї господарської діяльності. Коефіцієнти (показники) рентабельності визначають загальну ефективність використовуваних активів і вкладеного капіталу. Вони можуть бути розраховані як коефіцієнти і тоді представлені у вигляді десятинного дроби або у вигляді показників рентабельності і тоді представлені у вигляді процентів.

Показники рентабельності розраховуються на основі Балансу (форма 1) та Звіту про фінансові результати підприємства (форма 2). В основу розрахунку показників рентабельності можуть бути покладені різні величини прибутку підприємства.

Найчастіше для розрахунку коефіцієнтів рентабельності використовується чистий прибуток або прибуток до виплати процентів і податку на прибуток. Аналіз рентабельності підприємства дозволяє визначити ефективність вкладення коштів у підприємство та раціональність їхнього використання.

Для розрахунку валової рентабельності реалізованої продукції необхідно розраховувати показник валового прибутку, що розраховується за формулою:

$$ПР_{вал} = ЧД - С, \quad (2.10)$$

де ЧД – чистий дохід;

C – собівартість реалізованої продукції.

Розрахуємо валовий прибуток за 2018 рік за формулою (2.10) та вихідними даними з Додатку А:

$$\text{ПРвал}_{2018} = 5851544 - 2167270 = 3684274 \text{ (тис.грн.)}$$

Розрахуємо показник валової рентабельності реалізованої продукції за 2019 рік за формулою (1.1), використовуючи розрахований валовий прибуток та вихідні дані з Додатку А:

$$\text{Рвал}_{2018} = \frac{3684274}{5851544} = 0,629.$$

Отже, показник валової рентабельності в 2018 році вказує на те, що виробнича діяльність та політика ціноутворення підприємства є ефективною з показником у 62,9%.

Розрахуємо валовий прибуток за 2019 рік за формулою (2.10) та вихідними даними з Додатку Б:

$$\text{ПРвал}_{2019} = 3543626 - 2120940 = 1422686 \text{ (тис.грн.)}$$

Розрахуємо показник валової рентабельності реалізованої продукції за 2020 рік за формулою (1.1), використовуючи розрахований валовий прибуток та вихідні дані з додатку Б:

$$\text{Рвал}_{2019} = \frac{1422686}{3543626} = 0,401.$$

Отже, показник валової рентабельності в 2019 році вказує на те, що виробнича діяльність та політика ціноутворення підприємства є ефективною з показником у 40,1%.

Розрахуємо валовий прибуток за 2020 рік за формулою (2.10) та вихідними даними з Додатку В:

$$\text{ПРвал}_{2020} = 1651622 - 1650444 = 1178 \text{ (тис.грн.)}$$

Розрахуємо показник валової рентабельності реалізованої продукції за 2021 рік за формулою (1.1), використовуючи розрахований валовий прибуток та вихідні дані з додатку В:

$$\text{Рвал}_{2020} = \frac{1178}{1651622} = 0,0007.$$

Отже, показник валової рентабельності в 2020 році вказує на те, що виробнича діяльність та політика ціноутворення підприємства є ефективною з показником лишу у 0,07%.

Розрахуємо валовий прибуток за 2021 рік за формулою (2.10) та вихідними даними з Додатку Д:

$$ПР_{вал2021} = 2638480 - 2633652 = 4828 \text{ (тис.грн.)}$$

Розрахуємо показник валової рентабельності реалізованої продукції за 2021 рік за формулою (1.1), використовуючи розрахований валовий прибуток та вихідні дані з Додатку Д:

$$Р_{вал2021} = \frac{4828}{2638480} = 0,0018.$$

Отже, показник валової рентабельності в 2021 році вказує на те, що виробнича діяльність та політика ціноутворення підприємства є ефективною з показником лишу у 0,18%.

Розрахуємо валовий прибуток за 2022 рік за формулою (2.10) та вихідними даними з Додатку Е:

$$ПР_{вал2022} = 1545562 - 1227466 = 318096 \text{ (тис.грн.)}$$

Розрахуємо показник валової рентабельності реалізованої продукції за 2022 рік за формулою (1.1), використовуючи розрахований валовий прибуток та вихідні дані з Додатку Е:

$$Р_{вал2022} = \frac{318096}{1545562} = 0,206.$$

Отже, показник валової рентабельності в 2022 році вказує на те, що виробнича діяльність та політика ціноутворення підприємства є ефективною з показником лишу у 20,06%.

Для розрахунку операційної рентабельності реалізованої продукції необхідно розраховувати показник операційного прибутку, що розраховується за формулою:

$$ПР_{оп} = ПР_{вал} - ОВ, \tag{2.11}$$

де ПРвал– валовий прибуток;

ОВ – операційні витрати.

Розрахуємо операційний прибуток за 2018 рік за формулою (2.11) та вихідними даними з Додатку А:

$$\text{ПРОП}_{2018}=3684274-(117656+211868+22655)= 3332095 \text{ (тис.грн.)}.$$

Розрахуємо показник операційної рентабельності реалізованої продукції за 2018 рік за формулою (1.2), використовуючи розрахований валовий прибуток та вихідні дані з Додатку А:

$$\text{РОП}_{2018} = \frac{3332095}{5851544} = 0,57.$$

Отже, показник операційної рентабельності в 2018 році вказує на те, що рентабельність підприємства після вирахування витрат на виробництво і збут товарів складає 57%.

Розрахуємо операційний прибуток за 2019 рік за формулою (2.11) та вихідними даними з Додатку Б:

$$\text{ПРОП}_{2019}=1422686-(150143+210836+198614)= 863093 \text{ (тис.грн.)}.$$

Розрахуємо показник операційної рентабельності реалізованої продукції за 2019 рік за формулою (1.2), використовуючи розрахований валовий прибуток та вихідні дані з Додатку Б:

$$\text{РОП}_{2019} = \frac{863093}{3543626} = 0,244.$$

Отже, показник операційної рентабельності в 2019 році вказує на те, що рентабельність підприємства після вирахування витрат на виробництво і збут товарів складає 24,4%.

Розрахуємо операційний прибуток за 2020 рік за формулою (2.11) та вихідними даними з Додатку В:

$$\text{ПРОП}_{2020}=1178-(142493+105178+32166)=(-278659) \text{ (тис.грн.)}.$$

Розрахуємо показник операційної рентабельності реалізованої продукції за 2020 рік за формулою (1.2), використовуючи розрахований валовий прибуток та вихідні дані з Додатку В:

$$P_{оп2020} = \frac{-278659}{1651622} = (-0,169).$$

Отже, показник операційної рентабельності в 2020 році вказує на те, що рентабельність підприємства після вирахування витрат на виробництво і збут товарів складає -16,9%.

Розрахуємо операційний прибуток за 2021 рік за формулою (2.11) та вихідними даними з Додатку Д:

$$P_{Роп2021}=4828-(180131+132781+70361)=(-378\ 445) \text{ (тис.грн.)}.$$

Розрахуємо показник операційної рентабельності реалізованої продукції за 2021 рік за формулою (1.2), використовуючи розрахований валовий прибуток та вихідні дані з Додатку Д:

$$P_{оп2021} = \frac{-378\ 445}{2638480} = (-0,143).$$

Отже, показник операційної рентабельності в 2021 році вказує на те, що рентабельність підприємства після вирахування витрат на виробництво і збут товарів складає -14,3%.

Розрахуємо операційний прибуток за 2022 рік за формулою (2.11) та вихідними даними з Додатку Е:

$$P_{Роп2022}=318096-(125264+48749+143562)=521 \text{ (тис.грн.)}.$$

Розрахуємо показник операційної рентабельності реалізованої продукції за 2022 рік за формулою (1.2), використовуючи розрахований валовий прибуток та вихідні дані з Додатку Е:

$$P_{оп2022} = \frac{521}{1545562} = 0,00033.$$

Отже, показник операційної рентабельності в 2022 році вказує на те, що рентабельність підприємства після вирахування витрат на виробництво і збут товарів складає 0,033%.

Розрахуємо показник чистої рентабельності реалізованої продукції за 2018 рік за формулою (1.3), вихідні дані з Додатку А:

$$P_{ч2018} = \frac{2766466}{5851544} = 0,473.$$

Отже, чиста рентабельність реалізованої продукції за 2018 рік складає 47,3%.

Розрахуємо показник чистої рентабельності реалізованої продукції за 2019 рік за формулою (1.3), вихідні дані з Додатку Б:

$$P_{ч2019} = \frac{710454}{3543626} = 0,2.$$

Отже, чиста рентабельність реалізованої продукції за 2019 рік складає 20%.

Розрахуємо показник чистої рентабельності реалізованої продукції за 2020 рік за формулою (1.3), вихідні дані з Додатку В:

$$P_{ч2020} = \frac{0}{1651622} = 0.$$

Отже, чиста рентабельність реалізованої продукції за 2020 рік складає 0%.

Розрахуємо показник чистої рентабельності реалізованої продукції за 2021 рік за формулою (1.3), вихідні дані з Додатку Д:

$$P_{ч2021} = \frac{0}{2638480} = 0.$$

Отже, чиста рентабельність реалізованої продукції за 2021 рік складає 0%.

Розрахуємо показник чистої рентабельності реалізованої продукції за 2022 рік за формулою (1.3), вихідні дані з Додатку Е:

$$P_{ч2022} = \frac{52584}{1545562} = 0,034.$$

Отже, чиста рентабельність реалізованої продукції за 2022 рік складає 3,4%.

Для зручності подальшого аналізу та порівняння показників зведемо отримані результати до табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Показники рентабельності реалізованої продукції ПрАТ «Укрграфіт»

Рік \ Показник	2018	2019	2020	2021	2022
Рвал	0,629	0,401	0,0007	0,0018	0,206
Роп	0,57	0,244	-0,169	-0,143	0,00033
Рч	0,473	0,2	0	0	0,034

Отже, виходячи із даних таблиці, можна зробити наступні висновки.

Показник валової рентабельності реалізованої продукції мав найвище значення у 2018 році та складав 62,9%. Далі спостерігається зниження показника та у 2020 році він набуває критичного значення 0,07% та до 2022 року зростає до значення 20,6%. Це свідчить про те, що за останні 5 років ефективність виробничої діяльності підприємства ПрАТ «Укрграфіт», а також ефективність політики ціноутворення зменшилась.

Показник операційної рентабельності реалізованої продукції також мав найбільше значення у 2018 році та складав 57%, далі показник зменшувався та у 2020-2021 рр. приймав від'ємне значення, а у 2022 році склав 0,033%, що свідчить про те, що рентабельність підприємства після вирахування витрат на виробництво і збут товарів зменшувалась з роками.

Показник чистої рентабельності реалізованої продукції також мав найбільше значення у 2018 році та складав 47,3% та мав тенденцію зниження, у 2020-2021 рр. показник дорівнював нулю, а у 2022 р. збільшився до 3,4%. Отже вплив структури капіталу і фінансування компанії на її рентабельність був найбільшим у 2018 році.

2.4 Факторний аналіз рентабельності продукції ПрАТ«Укрграфіт»

Факторний аналіз — це багатовимірний метод, який застосовується для вивчення взаємозв'язків між значеннями змінних.

Визначимо вплив на зміну рентабельності таких чинників, як зміна цін та собівартості реалізованої продукції.

Загальна зміна рентабельності визначається за формулою:

$$\Delta R_Q = R_{Q_1} - R_{Q_0}, \quad (2.12)$$

де R_{Q0} , R_{Q1} - рентабельність за попередній та звітний періоди відповідно.

Маємо розраховані показники валової рентабельності реалізованої продукції за 2018 – 2022 роки, необхідно розрахувати показник 2017 року за даними додатку А та за формулою (1.1)

$$R_{вал2017} = \frac{634211}{2398514} = 0,264$$

Отже можемо розрахувати зміни рентабельності за 2018 – 2022 роки:

$$\Delta R_{Q2018} = R_{Q2018} - R_{Q2017} = 0,629 - 0,264 = 0,365.$$

$$\Delta R_{Q2019} = R_{Q2019} - R_{Q2018} = 0,401 - 0,629 = (-0,228).$$

$$\Delta R_{Q2020} = R_{Q2020} - R_{Q2019} = 0,0007 - 0,401 = (-0,4003)$$

$$\Delta R_{Q2021} = R_{Q2021} - R_{Q2020} = 0,0018 - 0,0007 = 0,0011.$$

$$\Delta R_{Q2022} = R_{Q2022} - R_{Q2021} = 0,206 - 0,0018 = 0,2042.$$

Отже, зміна рентабельності реалізованої продукції у 2018 році приймала значення 0,365, у 2019 році складала -0,228, у 2020 році показник приймав значення -0,4003, у 2021 р. – 0,0011, а у 2022 році зміна рентабельності склала 0,2042.

Також можна розрахувати вплив на зміну рентабельності цінового чинника розраховано за методом ланцюгових підстановок. При цьому поки що припустимо, що собівартість не змінюється, тобто залишається на рівні попереднього року. Формула має наступний вигляд:

$$\Delta R_p = \frac{V_1 - S_0}{V_1} - \frac{V_0 - S_0}{V_0}. \quad (2.13)$$

де V_0 , V_1 – виручка за попередній та звітний періоди відповідно; S_0 - собівартість продукції за попередній період.

Припускаючи, що виручка від реалізації не змінюється, а береться на рівні звітнього року, вплив фактора змін собівартості розраховується за формулою:

$$\Delta R_s = \frac{V_1 - S_1}{V_1} - \frac{V_1 - S_0}{V_1}. \quad (2.14)$$

де , V_1 – виручка за звітний період; S_0, S_1 - собівартість продукції за попередній та звітний періоди відповідно.

Сума впливу двох наведених чинників відповідає загальній зміні рентабельності за період:

$$\Delta R_Q = \Delta R_p + \Delta R_s . \quad (2.15)$$

Отже, почнемо розрахунки за 2018 рік, використовуючи дані додатку А.

Розрахуємо зміну рентабельності за формулою (2.13), припускаючи, що собівартість залишається на рівні попереднього періоду:

$$\Delta R_{p2018} = \frac{5851544 - 1764303}{5851544} - \frac{2398514 - 1764303}{2398514} = 0,434.$$

Отже, зміна рентабельності цінового чинника, що розрахована за методом ланцюгових підстановок складає 0,434.

Розрахуємо вплив фактора змін собівартості за формулою (2.14):

$$\Delta R_{s2018} = \frac{5851544 - 2167270}{5851544} - \frac{5851544 - 1764303}{5851544} = (-0,069)$$

Отже, зміна рентабельності продукції при зміні собівартості складає -0,069.

Розрахуємо загальну зміну рентабельності продукції за 2018 рік за формулою (2.15):

$$\Delta R_{Q2018} = 0,434 - 0,069 = 0,365.$$

Отже, показник зміни рентабельності реалізованої продукції за 2018 рік співпадає з розрахованим вище і складає 0,365.

Далі розрахуємо показники за 2019 рік, використовуючи дані додатку Б.

Розрахуємо зміну рентабельності за формулою (2.13), припускаючи, що собівартість залишається на рівні попереднього періоду:

$$\Delta R_{p2019} = \frac{3543626 - 2167238}{3543626} - \frac{5851470 - 2167238}{5851470} = (-0,241).$$

Отже, зміна рентабельності цінового чинника, що розрахована за методом ланцюгових підстановок складає -0,241.

Розрахуємо вплив фактора змін собівартості за формулою (2.14):

$$\Delta R_{S2019} = \frac{3543626 - 2120940}{3543626} - \frac{3543626 - 2167238}{3543626} = 0,013$$

Отже, зміна рентабельності продукції при зміні собівартості складає 0,013.

Розрахуємо загальну зміну рентабельності продукції за 2019 рік за формулою (2.15):

$$\Delta R_{Q2019} = (-0,241) + 0,013 = -0,228.$$

Отже, показник зміни рентабельності реалізованої продукції за 2019 рік співпадає з розрахованим вище і складає -0,228.

Далі розрахуємо показники за 2020 рік, використовуючи дані додатку В.

Розрахуємо зміну рентабельності за формулою (2.13), припускаючи, що собівартість залишається на рівні попереднього періоду:

$$\Delta R_{p2020} = \frac{1651622 - 2120950}{1651622} - \frac{3543626 - 2120950}{3543626} = (-0,6856).$$

Отже, зміна рентабельності цінового чинника, що розрахована за методом ланцюгових підстановок складає -0,6856.

Розрахуємо вплив фактора змін собівартості за формулою (2.14):

$$\Delta R_{S2020} = \frac{1651622 - 1650444}{1651622} - \frac{1651622 - 2120950}{1651622} = 0,2853.$$

Отже, зміна рентабельності продукції при зміні собівартості складає 0,081.

Розрахуємо загальну зміну рентабельності продукції за 2020 рік за формулою (2.15):

$$\Delta R_{Q2020} = (-0,6856) + 0,2853 = (-0,4003)$$

Отже, показник зміни рентабельності реалізованої продукції за 2020 рік співпадає з розрахованим вище і складає 0,095.

Далі розрахуємо показники за 2021 рік, використовуючи дані додатку Д.

Розрахуємо зміну рентабельності за формулою (2.13), припускаючи, що собівартість залишається на рівні попереднього періоду:

$$\Delta R_{p2021} = \frac{2638480 - 1650455}{2638480} - \frac{1651622 - 1650455}{1651622} = 0,3741.$$

Отже, зміна рентабельності цінового чинника, що розрахована за методом ланцюгових підстановок складає 0,374.

Розрахуємо вплив фактора змін собівартості за формулою (2.14):

$$\Delta R_{s2021} = \frac{2638480 - 2633652}{2638480} - \frac{2638480 - 1650455}{2638480} = (-0,373)$$

Отже, зміна рентабельності продукції при зміні собівартості складає 0,081.

Розрахуємо загальну зміну рентабельності продукції за 2021 рік за формулою (2.15):

$$\Delta R_{Q2021} = 0,3741 - 0,373 = 0,0011.$$

Отже, показник зміни рентабельності реалізованої продукції за 2021 рік співпадає з розрахованим вище і складає 0,0011.

Далі розрахуємо показники за 2022 рік, використовуючи дані додатку Е.

Розрахуємо зміну рентабельності за формулою (2.13), припускаючи, що собівартість залишається на рівні попереднього періоду:

$$\Delta R_{p2022} = \frac{1545562 - 2633710}{1545562} - \frac{2638480 - 2633710}{2638480} = (-0,706).$$

Отже, зміна рентабельності цінового чинника, що розрахована за методом ланцюгових підстановок складає -0,706.

Розрахуємо вплив фактора змін собівартості за формулою (2.14):

$$\Delta R_{s2022} = \frac{1545562 - 1227466}{1545562} - \frac{1545562 - 2633710}{1545562} = 0,91.$$

Отже, зміна рентабельності продукції при зміні собівартості складає 0,91.

Розрахуємо загальну зміну рентабельності продукції за 2022 рік за формулою (2.15):

$$\Delta R_{Q2022} = (-0,706) + 0,91 = 0,204.$$

Отже, показник зміни рентабельності реалізованої продукції за 2022 рік співпадає з розрахованим вище і складає 0,204.

Отже, з вище наведених розрахунків видно, що показники зміни рентабельності реалізованої продукції за 2018-2022 роки, розраховані двома шляхами, співпадають та складають: у 2018 році – 0,365, у 2019 році показник набув від’ємного значення та складав -0,228, у 2020 році показник складав -0,4003, у 2021 році показник мав значення 0,0011, а у 2022 році – 0,2042.

2.5 Дослідження конкурентоспроможності підприємства на прикладі ПрАТ«Укрграфіт»

З метою оптимізації виробництва, покращення позиції підприємства на конкурентному ринку проводиться вивчення сегментації ринку та аналіз середовища, в якому організовує свою діяльність підприємство.

За великої кількості факторів конкурентоспроможності товару на ринку, пріоритетну роль відіграють наступні:

- корисність для потенційного покупця (споживча вартість або здатність задовольнити вимоги, що пред’являються до даного типа і виду товару з боку споживача);

- ціна товару (при рівній корисності покупець віддасть перевагу дешевшому товару, але може придбати і дорожчий товар, якщо він виявиться для нього кориснішим; виняток – престижні або статусні товари, придбання яких необхідне для підтримки певного соціального статусу покупця);

- інноваційність продукції (введення важливої для покупця новизни у товар, що робить його оригінальним (ексклюзивним)).

Критерій конкурентоспроможності товару – це якісна та (або) кількісна характеристика продукції, що виступає основою для оцінки її конкурентоспроможності.

Поряд з цими критеріями виділяють також організаційні критерії (умови збуту, якість обслуговування і післяпродажну діяльність), але їх неможливо виміряти навіть за допомогою бальної шкали через вплив на них занадто великої кількості факторів.

Конкурентоспроможність товару – це не маневрування в ринковому просторі і в часі, а головне, – максимальне врахування вимог і можливостей конкретних груп покупців. Причини конкурентоспроможності товару необхідно шукати в конкурентних перевагах окремих його характеристик, що є наслідком ефективнішого управління процесом розробки, реалізації і експлуатації пропонованої продукції.

Так як одним із важливих комплексних методів оцінки ринкової позиції підприємства є оцінка його конкурентних переваг, адже саме здатність перемогти в конкурентній боротьбі і є ознакою досить міцної ринкової позиції підприємства, необхідно визначити конкурентні переваги підприємства ПрАТ «Укрграфіт».

Визначення конкурентоспроможності продукції підприємства передбачає порівняння її з продукцією підприємств-конкурентів. ПрАТ «Укрграфіт» виробляє вуглеграфітову продукцію, орієнтуючись на різні області металургійної промисловості: сталеплавильну, сталеливарну, феросплавну, алюмінієву, титаномагнієву та інші.

Основні види продукції, що виробляє та реалізує підприємство, за рахунок продажу яких отримано 10 або більше відсотків доходу є:

- електроди вугільні та інші вироби з графіту чи матеріалів вуглецевих інших для використання в електротехніці. Обсяг виробництва за 2022 рік складає 15138 т на суму 1082504 тис. грн.;

- графіт штучний; графіт колоїдний або напівколоїдний; вироби з графіту чи інших форм вуглецю, у вигляді напівфабрикатів. Обсяг виробництва за 2022 рік складає 28701 т на суму 460607 тис. грн.

Електроди вугільні та інші вироби з графіту чи матеріалів вуглецевих інших розподіляються на:

- електроди графітовані рядові, рядові просочені, спеціальні, спеціальні просочені марок ЕГ, ЕГП, ЕГС, ЕГСП, діаметром від 75 мм до 710 мм та довжиною до 2700 мм.

- бруси графітовані та аноди для магнієвої промисловості різних марок, конфігурацій та комплектності відповідно до узгоджених креслень перерізом до 660x200 мм та довжиною до 2250 мм.

- продукцію для алюмінієвих електролізерів - блоки подові, бокові та кутові різних марок та конфігурацій (за кресленнями замовника, перерізом до 490x720 мм та довжиною до 3980 мм). Середньо реалізаційна ціна становить 70945 грн/т та залежить від асортименту продукції в даній групі товарів.

- графіт штучний; графіт колоїдний або напівколоїдний; вироби з графіту чи інших форм вуглецю розподіляються на: Маса електродні марок "А", "Б" та "С": - дрібно-брикетну електродну масу (ДБЕМ), що виробляється трьох розмірів: (105x90x70) мм, (75x80x60) мм та (30x50x60) мм; - великоблочну циліндричну електродну масу (ВБЕМ) - виробляється діаметрами 400, 500, 550, 600, 900 мм та висотою 500, 850, 910, 1000 мм.

- маси вуглецеві холодно-набивні - марок МХД і МХТД, гаряче-набивна - марки МУТ, та маса вуглецева пастоподібна - марки МУП. Маса подову холодно-набивну марки - МХНП.

- конструкційні вироби з матеріалу різних марок на основі вуглецю - плити, пластини, тиглі, електроди, струмопідводи, нагрівачі, труби та інше (відповідно до креслень замовника). Навуглецювачі різних марок на основі коксу та антрациту. Середньо реалізаційна ціна становить 16524 грн/т та залежить від асортименту продукції в даній групі товарів [34].

Зростання або зменшення ціни на продукцію диктуються кон'юнктурою ринку, що включає в собі: ціну на сировину, попит та пропозицію, інколи політичну ситуацією в країні, та інші фактори. Загострення конкуренції внаслідок демпінгових дій виробником електродів - КНР призвело, починаючи з другої половини 2019 року, до стрімкого зниження цін на електроди. У 2020 році негативні чинники посилювалися через економічну ситуацію, спричиненою епідемією COVID-19, а у 2022

– через початок повномасштабної війни. Найбільш значущими для підприємства у 2018-2022 роках є ринки СНД, ЄС, США. Сума реалізації на експорт у середньому складає 1149153 тис. грн., що становить 69 % від загального обсягу реалізації продукції.

В результаті кризи в металургійній галузі та пандемії через COVID-19 та у подальшому через війну відбулося уповільнення світових виробничих потоків, у тому числі падіння виробництва і споживання сталевих продукції в більшості країн світу. Зниження попиту на металургійну продукцію в цілому та часткових зупинок металургійних заводів призвели до того, що споживання вуглеграфітової продукції на світових ринках також падає [34].

Одним із основних видів продукції, що виробляє підприємство, залишаються графітовані електроди різних марок. Частка продаж графітованих електродів від загального обсягу реалізації в грошовому виразі складає близько 57 %. Загострення цінової конкуренції та зупинка багатьох виробників титану, магнію та деяких феросплавних підприємств визначили зменшення попиту на маси, а також на графітовані аноди для магнієвої промисловості. Частка продажу електродної маси від загального обсягу реалізації в грошовому виразі складає близько 23 %.

Діяльність ПрАТ "Укрграфіт" не залежить від сезонних змін.

Споживачами вуглеграфітової продукції є підприємства металургійної промисловості: сталеплавильні, сталеливарні, феросплавні, алюмінієві, титаномангнієві та інші. Протягом звітного року підприємство здійснювало проведення моніторингу ринка на предмет задоволення споживачів продукцією відповідної якості. Проведення поступової модернізації устаткування для удосконалення якісних характеристик вуглеграфітової продукції надало можливість виготовляти вироби конкурентоспроможні на світовому ринку. Як наслідок, близько 69% обсягу продажу було орієнтовано на зовнішній ринок, у країни СНД, Західної та Центральної Європи, Америки, Близького та Середнього Сходу, Африки [34].

Металургія - індикатор економіки і стабільності. В результаті уповільнення світових виробничих потоків, зокрема через економічні війни США і Китаю, криза в металургійній галузі набрала суттєвих обертів на світових ринках. Спочатку

епідемія COVID-19, а потім повномасштабне вторгнення Російської Федерації спровокували глобальний економічний спад, який призвів до падіння виробництва і споживання сталевих продукції в більшості країн світу. Зважаючи на зниження попиту на металургійну продукцію в цілому та часткових зупинок металургійних заводів, споживання вуглеграфітової продукції на світових ринках також падає. Знижений попит на вуглеграфітову продукцію на фоні надлишкових дешевих пропозицій на ринку, призводить не тільки до падіння фінансових показників провідних виробників вуглеграфітової продукції, але і змушує деяких з них закривати частину своїх виробництв (в т.ч. європейські заводи).

Додатково період 2018-2022 рр. можна охарактеризувати, як період, який має багато показників ризиків. Пандемія COVID-19 та повномасштабна війна посилює нестабільність економічної та політичної ситуації, призвела до підвищення темпів інфляції, коливань національної валюти по відношенню до основних іноземних валют, тощо [34].

Основні ризики в діяльності підприємства є:

- ризик економічної і політичної нестабільності;
- велика конкуренція та нестабільність попиту в металургійній галузі, а також зупинка багатьох виробників електросталі;
- загострення цінової конкуренції через падіння попиту на ринку вуглеграфітової продукції.

Незважаючи на існуючу невизначеність, пов'язану із зміною економічної ситуації та песимістичними прогнозами розвитку світової та національної економіки в період війни, підприємство планує продовжувати свою діяльність на безперервній основі.

Першорядними питаннями для збереження конкурентоспроможного стану ПрАТ "Укрграфіт" на ринку є:

- у виробництві - збалансованість випуску всіх видів вуглеграфітової продукції, постійна робота над ресурсозбереженням та скорочення питомих витрат на одиницю продукції;

- у технології виробництва - розвиток та вдосконалення технології виробництва, розробка нових видів продукції;

- у реалізації продукції - стабільність якості продукції, та забезпечення необхідного рівня споживчої цінності продукції;

- у роботі на ринку - активна маркетингова політика, спрямована на збереження кожного існуючого споживача та залучення нових, за рахунок стабільного іміджу та дбайливого ставлення до кожного підприємства – споживача [34].

ПрАТ "Укрграфіт" виробляє вуглеграфітову продукцію, орієнтуючись на різні галузі металургійної промисловості, а саме: сталеплавильну, сталеливарну, феросплавну, алюмінієву, титаномagneсієву та інші.

Для кожного сегмента споживачів призначено певний товарний асортимент вуглеграфітової продукції, виділений на ПрАТ "Укрграфіт" в окремі товарні напрямки з метою підвищення керованості та найкращого задоволення потреб споживачів.

ПрАТ "Укрграфіт" виробляє вуглецеву та графітовану продукцію, маючи для цього, практично, окремі, але альтернативні виробничі лінії, що забезпечує високу стабільність виробництва, при можливості будь-якого балансування оптимальними обсягами випуску різних видів продукції в залежності від попиту ринку. На підприємстві впроваджена та успішно функціонує сучасна система управління, сертифікована на відповідність чотирьом міжнародним стандартам, що дає гарантії відповідності якості продукції, яка постачається, вимогам споживачів.

ПрАТ "Укрграфіт" активно працює на світовому ринку, широко співпрацюючи з країнами СНД і дальнього зарубіжжя. Продукція відвантажується майже у 30 країн світу, у тому числі в США, ОАЕ, Єгипет, Ізраїль, Німеччину, Великобританію, Румунію, Туреччину, Словенію, Швецію, Польщу, Італію, у країни СНД та інші. Частка експорту у загальному обсязі за 2018-2022 роки приймала значення у межах близько 65-69 %.

Підприємство не має своїх філій та дистриб'юторської мережі, тому здійснення комерційних операцій по збуту відбувається шляхом укладання прямих

договорів/контрактів зі споживачами вуглеграфітової продукції та договорів з посередниками як по території України так і зарубіжжя. Така схема збуту по широкому територіальному охопленні, роботі на декількох сегментах паралельно, здебільшого виправдовує себе, дозволяючи підприємству більш оперативно реагувати за зміну попиту, цінову політику та кон'юнктуру ринку [34].

У 2018-2022 роках основні види сировини ПрАТ «Укрграфіт» були такі як:

- кокс смоляний;
- вугілля кам'яне (антрацит);
- пек кам'яновугільний електродний.

Для виробництва електродної продукції сировина надходила відповідно з договорами та контрактами, укладеними з постачальниками з різних регіонів нашої країни та зарубіжжя. У 2020 році було завезено сировини близько 60 тис.тонн.

Основні джерела сировини:

- кокс смоляний VKG OIL AS, Естонія;
- ТОВ "Інтеркоалтрейдинг", Україна;
- DTEK Trading SA, Швейцарія;
- пек кам'яновугільний електродний ПрАТ "Авдіївський коксохімічний завод", Україна;
- Rain Carbon Poland Sp.zo.o, Польща;
- Carbon Construction & Trading Limited, Шотландія.

Ціни на сировину диктуються кон'юнктурою ринку та залежать від збалансованості попиту та пропозицій. Глобальний економічний спад, що призвів до падіння обсягів промислового виробництва, не міг не торкнутися цін на сировину. Після значного підвищення цін у 2018-2019 роках, протягом 2020-2022 років ціни на основні види сировини поступово зменшувались у доларовому еквіваленті, а в гривневому еквіваленті:

- ціни на вугілля кам'яне, антрацит, пек кам'яновугільний електродний зменшились до 9%;
- ціни на кокс смоляний залишились без змін внаслідок девальвації гривні;

- кокс нафтовий голкової структури підприємство не закуповувало, виробництво продукції проводилось із залишків сировини (пов'язано з падінням обсягів продаж).

Велика конкуренція та нестабільність попиту в металургійній галузі, стабільно високі ціни на енергоносії та сировину змушує ПрАТ "Укрграфіт" активно займатися пошуком і впровадженням нових технологічних рішень, які дозволяють освоювати нові марки та види продукції, що будуть затребувані споживачами на діючих та перспективних ринках збуту. Але впровадження нових технологій та нових видів продукції має інерційний характер, обумовлений великими об'ємами інвестицій. Необхідно враховувати також наявність певного лагу у часі на отримання репутаційного бонусу у споживача після покращення якісних характеристик продукції через його консерватизм.

ПрАТ "Укрграфіт" має відповідну стратегію поведіння на ринку, орієнтовану на диверсифікованість ризиків попиту та впровадження енергозберігаючих технологій, а саме:

- підприємство виробляє вуглеграфітову продукцію, орієнтуючись на різні області металургійної промисловості: сталеплавильну, феросплавну, алюмінієву, титаномагнієву та інші, маючи в асортименті як продукцію з коротким, так і з тривалим терміном експлуатації;

- збутова політика орієнтована на споживача, на диверсифікованість ризиків за рахунок розподілу збуту продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках; - вуглецева і графітована продукція підприємства виготовляється на незалежних виробничих лініях, що забезпечують можливість балансування оптимальними обсягами випуску різних видів продукції в залежності від попиту на ринку;

- на підприємстві інтегрована й успішно функціонує сучасна система управління, сертифікована на відповідність чотирьом міжнародним стандартам, що дає гарантії відповідності якості продукції, що постачається, вимогам споживачів; - підприємство має чітку політику інвестування коштів в енергозберігаючі технології і технічне переобладнання підприємства [34].

Незалежно від намірів та дій підприємства у сучасних умовах загострення конкуренції на світовому ринку, необхідна підтримка з боку держави, а саме:

- створення сприятливих умов розвитку внутрішнього ринку;
- захист і розвиток вітчизняного виробника;
- введення спеціальних тарифів для енергоємних підприємств; - законодавча і кредитна підтримка впровадження новітніх та енергозберігаючих технологій.

Основними конкурентами ПрАТ "Укрграфіт" на ринку графітованої і вугільної продукції є наступні виробники:

- "Казвуглець", Казахстан;
- "Нікопольський завод феросплавів", Україна.
- "Nippon Carbon", Японія;
- "SEC", Японія;
- "Tokai Sobex", Німеччина, Польща.
- "Tokai Carbone Savoie" Франція.
- "Graftech", Іспанія, Франція;
- "Elkem Carbon", Норвегія, ПАР;
- "Showa Denko", Німеччина, Іспанія та інші;
- "Bawtry Carbon", Англія;
- "RHEINFELDEN Carbon" Німеччина;
- "VUM", Словаччина;
- "Tokai Erftcarbon", Німеччина;
- "CIMM Group", Китай;
- "Fangda Carbon New Material", Китай;
- "Gongyi Anzheng Refractories", Китай;
- "Anssen Metallurgy Group", Китай;
- "Shanghai Lianhe Carbon Company", Китай;
- "BEIJING LY METALSS MINING", Китай;
- "Topfly Material", Китай;
- "Haihan Industry", Китай;
- "HEG", Індія;

- "GIL", Індія [34].

Велика конкуренція на ринку споживання вуглеграфітової продукції обумовлюють необхідність інвестування коштів в енергозберігаючі технології та технічне переобладнання підприємства. За останні роки, відповідно до своєї стратегії, підприємство займається переобладнанням технологічного ланцюга виробництва графітованих електродів. Визначені та реалізуються стратегічні плани розвитку підприємства, що забезпечать його конкурентоспроможність в майбутньому. Основним напрямком діяльності підприємства надалі є продовження роботи з модернізації випалювального переділу.

Так як одним із важливих комплексних методів оцінки ринкової позиції підприємства є оцінка його конкурентних переваг, адже саме здатність перемогти в конкурентній боротьбі і є ознакою досить міцної ринкової позиції підприємства, необхідно визначити конкурентні переваги підприємства ПрАТ «Укрграфіт» .

Конкурентоспроможність товару відображає міру його привабливості для кінцевого споживача. Але параметри і фактори конкурентоспроможності, значущі як для виробника, так і для споживача, часто виявляються невизначеними. Це перешкоджає вдосконаленню та зміцненню позицій за тими параметрами, що задовольняють очевидні та приховані потреби споживачів. Звідси перспективним завданням є розроблення нових та вдосконалення існуючих методик визначення конкурентоспроможності продукції для адекватної оцінки конкурентної позиції продукції на ринку.

Отже, серед конкурентних переваг ПрАТ «Укрграфіт» можна виділити наступні: збалансованість випуску всіх видів вуглеграфітової продукції, постійна робота над ресурсозбереженням та скорочення питомих витрат на одиницю продукції; розвиток та вдосконалення технології виробництва, розробка нових видів продукції; стабільність якості продукції, та забезпечення необхідного рівня споживчої цінності продукції; активна маркетингова політика, спрямована на збереження кожного існуючого споживача та залучення нових, за рахунок стабільного іміджу та дбайливого ставлення до кожного підприємства - споживача.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРАТ «УКРГРАФІТ» НА ОСНОВІ ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНОГО ДОСВІДУ ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

3.1 Вітчизняний та міжнародний досвід управління рентабельністю та конкурентоспроможністю підприємства

Управління рентабельністю підприємства – це складова частина тактики управління фінансовою рівновагою підприємства, установи, організації. Це визначений комплекс взаємопов'язаних засобів оцінки діяльності підприємства. Процес управління рентабельністю включає такі етапи, що показані на рис.3.1:

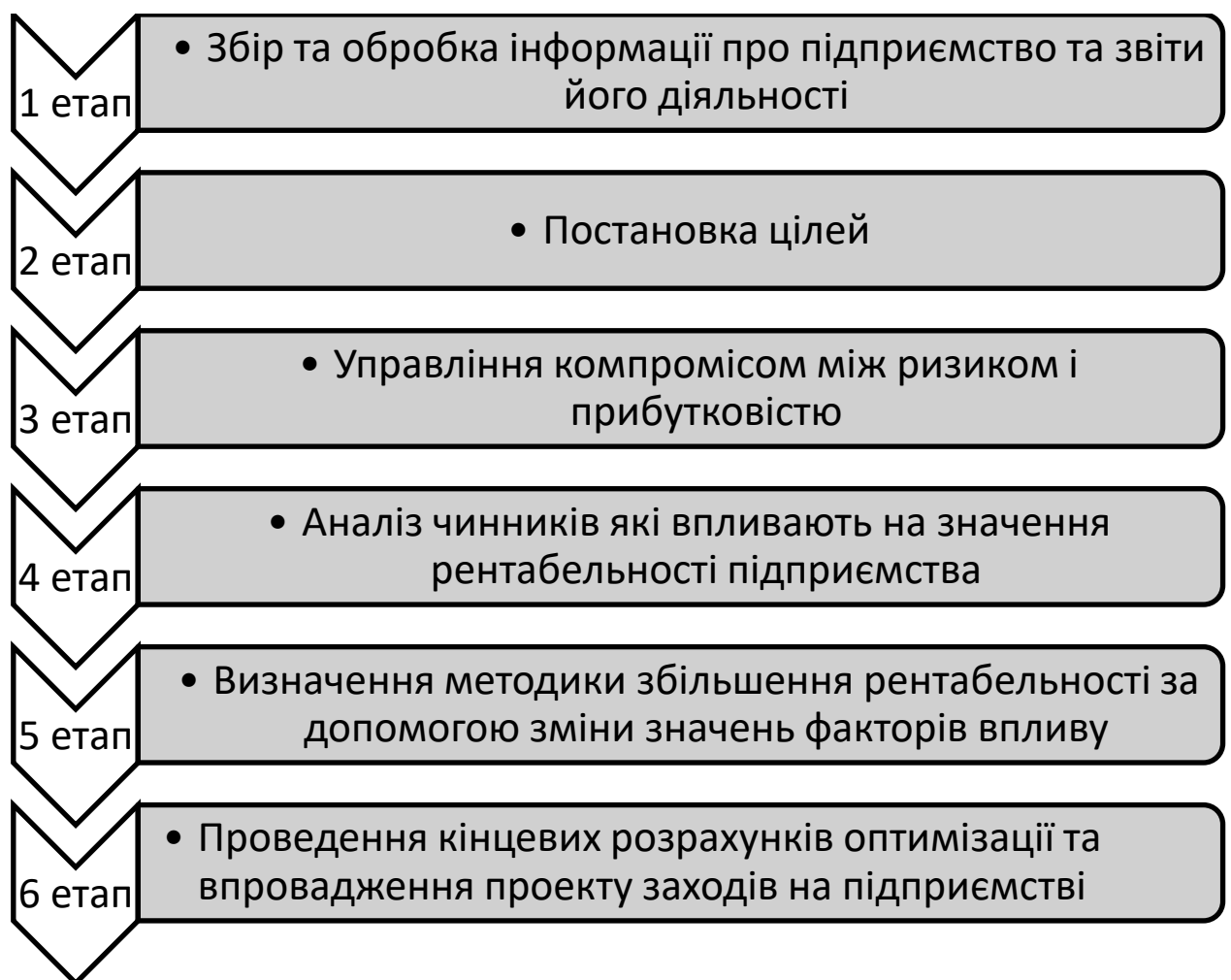


Рис.3.1. Етапи управління рентабельністю на підприємстві

Управління рентабельністю включає в себе наступні етапи в роботі: збір та обробка інформації про підприємство та звіти його діяльності (баланс, звіт про фінансові результати, звіт про власний капітал); постановка цілей (в залежності від обраної стратегії підприємства); управління компромісом між ризиком і прибутковістю; аналіз чинників які впливають на значення рентабельності підприємства; визначення методики збільшення рентабельності за допомогою зміни значень факторів впливу; проведення кінцевих розрахунків оптимізації та впровадження проекту заходів на підприємстві [43].

Отже, рівень рентабельності всіх організацій та установ залежить від величини прибутку, товарної продукції, витрат виробництва, величини основних виробничих фондів і нормованих обігових засобів. Важливими факторами, які забезпечують зростання прибутку і рентабельності підприємства, слугують зростання продуктивності праці, економія матеріальних ресурсів, підвищення фондівіддачі та рівня технічного прогресу, а саме: механізації та автоматизації трудомістких технологічних процесів, удосконалення організації виробництва та інше [21].

Для підвищення рентабельності підприємства в Україні зазвичай використовують такі методи:

- зосередження виробництва на високорентабельній продукції, удосконалення продукції з середнім рівнем рентабельності та зняття з виробництва низькорентабельної продукції;

- впровадження сучасних технологій у виробництво, які посприяють мінімізації витрат, економії часу, підвищенню якості продукції і тим самим приведуть до збільшення прибутку на підприємстві;

- корегування маркетингової політики, розробка ефективної реклами;

- уникнення зайвих витрат: штрафів, неустойок, пені та стягнень;

- підвищення грошової вартості продукції шляхом впровадження нових технологій та покращення якості;

- ведення ефективної політики управління діяльністю підприємства [3].

Що стосується методів визначення фінансових результатів підприємства, відповідно до законодавства України, прибуток є сумою фінансових результатів від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг, основних засобів, матеріальних цінностей, нематеріальних та інших активів та прибутку (збитків), отриманих від позареалізаційних операцій. Прибуток до оподаткування в Україні складається з таких показників прибутку, як прибуток від поточного діяльності, прибуток за інвестиційної діяльності, прибуток від фінансової діяльності.

У зарубіжних країнах для розрахунку прибутку використовуються такі системи, як «директ-костинг», «таргет-костинг», «стандарт-костинг».

Сутність системи «директ-костинг» полягає у розрахунку маржинального доходу як різниці між виручкою від реалізації продукції та змінними витратами. Директ-костинг дозволяє виявити продукцію з більшою рентабельністю, щоб перейти в основному на її випуск, оскільки різниця між продажною ціною та сумою змінних витрат не ховається внаслідок списання постійних витрат на собівартість окремих виробів. Система забезпечує можливість швидкого реагування виробництва на мінливі умови ринку.

Основне завдання, яке ставить перед собою система «стандарткостинг», – облік втрат та відхилень у прибутку організації. У основі лежить чітке, тверде встановлення норм всіх видів витрат. На основі встановлених стандартів можна заздалегідь обчислити собівартість одиниці виробу для визначення цін, а також скласти звіт про очікувані доходи майбутнього періоду.

Система «таргет-костинг» передбачає розрахунок собівартості виробу, з попередньо встановленої ціни реалізації. Витрати виробництва та реалізацію продукції спочатку повинні зумовлюватися ринком, а чи не виробничими можливостями організації. Лише у такому разі продукція буде гарантовано затребувана споживачем, а саме підприємство збереже переваги перед конкурентами [20].

Таким чином, запровадження міжнародного досвіду змінює вітчизняну концепцію обліку та розрахунку фінансових результатів, а також дає змогу проводити ефективну політику в галузі управління витратами.

Що стосується зарубіжного досвіду в управлінні конкурентоспроможністю продукції, то, наприклад, у всіх промислово розвинених країнах світу ведеться активний пошук шляхів вирішення проблеми підвищення конкурентоспроможності продукції на світовому ринку, а отже, і її якості. Головний акцент при вирішенні цієї проблеми робиться на необхідність планування як рівня якості, так і заходів щодо його забезпечення. Головним у зарубіжній практиці вважається принцип – якість не можна забезпечити шляхом перевірки, вона має бути закладена у виробі.

Так, особливостями японської моделі є взаємна відповідальність компанії та постачальників за випуск якісної продукції, довгострокове планування якості, обмін інформацією, підготовка кадрів у галузі управління якістю продукції, стандартизація, застосування обчислювальної техніки, атестація з присвоєнням знака якості.

Японський підхід до управління якістю продукції має низку відмінних рис, але його можна назвати універсальним. Відомо, що європейські та американські фірми, які переймали досвід японських компаній у цьому питанні, значно підвищували конкурентоспроможність своєї продукції світовому ринку. У своєму підході японські компанії орієнтуються головним чином постійне вдосконалення процесів і результатів праці в усіх підрозділах; на контроль якості процесів, а чи не якості продукції; на запобігання можливості припущення дефектів. Японському підходу властиво повне закріплення відповідальності за якість результатів праці за безпосереднім виконавцем, а також активне використання людського фактора та розвиток творчого потенціалу робітників та службовців.

В американській економіці питання підвищення якості національної продукції привертають останнім часом пильну увагу законодавчої та виконавчої влади. Після Другої світової війни промисловість США почала швидко розвиватися, особливо галузі, що виробляють товари широкого вжитку. Проте якість товарів була низькою. Як вважали американські фахівці, 20-25% всіх поточних витрат типового американського підприємства йшло на виявлення та усунення дефектів продукції. Тобто було зроблено основний наголос на покращення якості, як головної складової конкурентоспроможності продукції [19].

Багато фахівців США вважали низьку якість головним гальмом зростання продуктивності праці та конкурентоспроможності американської продукції.

Було вирішено приділити увагу вирішенню таких проблем, як:

- мотивація робітників та службовців (включаючи матеріальне стимулювання);
- створення гуртків якості;
- застосування статистичних методів контролю якості праці та продукції;
- підвищення свідомості службовців та менеджерів;
- ведення обліку витрат на якість;
- розробка та реалізація програм підвищення конкурентоспроможності продукції.

Фахівці США намагалися більше уваги приділяти вдосконаленню управління якістю, яке має означати радикальну перебудову свідомості керівництва, повний перегляд корпоративної культури та постійну мобілізацію сил на всіх рівнях організації на пошук можливостей постійного підвищення якості американської продукції.

Увага з боку законодавчої та виконавчої влади до питань підвищення якості національної продукції є новим явищем в економічному розвитку країни. Одне з головних завдань загальнонаціональної кампанії за підвищення якості — домогтися реалізації на ділі гасла «Якість насамперед!». Під цим гаслом щорічно проводяться місячники якості, ініціатором яких стало Американське товариство з контролю якості (АОКК) - провідне в країні науково-технічне суспільство, засноване в 1946 р. і налічує нині 53 тис. колективних та індивідуальних членів. Конгрес США заснував національні премії імені Малькольма Болдріджа за визначні досягнення в галузі підвищення якості продукції, які з 1987 р. щороку присуджуються трьом кращим фірмам.

Відмінні риси управління конкурентоспроможністю продукцією в США:

- підвищену увагу до процесу планування виробництва за об'ємними та якісними показниками, адміністративний контроль за виконанням планів;

- суворий контроль за якістю виготовлення продукції з використанням методів математичної статистики;

- вдосконалення управління компанією загалом.

Незважаючи на те, що європейський досвід управління якістю складається на основі різних підходів до цього питання країн-учасниць Союзу можна виділити загальні особливості, властиві всім країнам ЄС:

- створюється регіональна інфраструктура та мережа національних організацій, уповноважених проводити роботи із сертифікації продукції та систем якості, акредитації лабораторій, реєстрації спеціалістів з якості;

- принципи поведінки робіт, пов'язаних з оцінкою та підтвердженням якості, мають законодавчу основу;

- вимоги національних стандартів, правил та процедур сертифікації наведено до єдиного зразка [9, с. 235].

Отже, для підвищення рентабельності підприємства в Україні зазвичай використовують такі методи: зосередження виробництва на високорентабельній продукції, удосконалення продукції з середнім рівнем рентабельності та зняття з виробництва низькорентабельної продукції; впровадження сучасних технологій у виробництво, які посприяють мінімізації витрат, економії часу, підвищенню якості продукції і тим самим приведуть до збільшення прибутку на підприємстві; корегування маркетингової політики, розробка ефективної реклами; уникнення зайвих витрат: штрафів, неустойок, пені та стягнень; підвищення грошової вартості продукції шляхом впровадження нових технологій та покращення якості; ведення ефективної політики управління діяльністю підприємства.

Європейський досвід управління якістю продукції та рентабельністю складається на основі різних підходів до цього питання країн ЄС, основні з них такі: створюється регіональна інфраструктура та мережа національних організацій, уповноважених проводити роботи із сертифікації продукції та систем якості, акредитації лабораторій, реєстрації спеціалістів з якості; принципи поведінки робіт, пов'язаних з оцінкою та підтвердженням якості, мають законодавчу основу; вимоги

національних стандартів, правил та процедур сертифікації наведено до єдиного зразка.

3.2 Шляхи вдосконалення підвищення рівня рентабельності та конкурентоспроможності ПрАТ «Укрграфіт» на основі застосування сучасного досвіду та інформаційних технологій

Рентабельність характеризує ефективність роботи підприємства в цілому, дохідність різних напрямків діяльності (виробничої, підприємницької, інвестиційної), окупність витрат і т. д.

Таким чином, в сучасних умовах господарювання, підприємствам необхідно вжити заходів, що сприятимуть зростанню рентабельності їх діяльності. Всі фактори та шляхи підвищення ефективності підприємства можна поділити на внутрішні та зовнішні. Зовнішні фактори не залежать від діяльності підприємства, а формуються під дією ринкового механізму, законодавчого регулювання, економічної та політичної ситуації в державі.

До основних зовнішніх факторів, що мають позитивний вплив на рентабельність підприємства можна віднести:

- підтримання обмінного курсу гривні та митних тарифів;
- значне розширення внутрішнього ринку.
- проведення ефективної банківської політики через зниження процентних ставок по кредитах та створення надійних механізмів рефінансування виробничої діяльності;
- зниження податкового навантаження на підприємства;

Держава має створити відповідні організаційні передумови для безперервного підвищення ефективності діяльності всіх суб'єктів господарювання, що забезпечуватимуть постійне функціонування на національному, регіональному чи галузевому рівнях спеціальних інституціональних механізмів – організацій. Їхню

діяльність треба зосередити на розв'язанні ключових проблем підвищення ефективності різних виробничо-господарських систем та практичній реалізації стратегії і тактики розвитку національної економіки на всіх рівнях управління [17].

Внутрішні фактори збільшення рентабельності є суб'єктивними, адже на них підприємство може впливати безпосередньо. До цих факторів можна віднести сукупність дій та заходів, що сприятимуть підвищенню ефективності діяльності підприємства, а саме:

- збільшення обсягів реалізації продукції;
- підвищення продуктивності працівників;
- зростання ефективності використання основних фондів;
- оптимізація складу і структури оборотних коштів;
- введення ефективної маркетингової політики;
- підвищення якості продукції та її конкурентоспроможності.

Одним із резервів росту рентабельності підприємства є збільшення об'єму реалізації товарної продукції, адже чим більше продукції реалізується, при інших рівних умовах, тим більшою є сума прибутку, що має позитивний вплив на рентабельність.

При цьому підвищення рентабельності підприємства за рахунок збільшення обсягів реалізації товарів можливе за допомогою:

- здійснення ефективної маркетингової політики в галузі збуту товарів;
- диверсифікації асортименту шляхом внесення до переліку взаємодоповнюючих та взаємозамінних товарів;
- регіональної диверсифікації діяльності (розширення регіону збуту);
- розширення системи додаткових торгових послуг, пов'язаних із реалізацією товарів;
- вироблення високорентабельної продукції та зняття з виробництва низькорентабельної.

Можна зробити висновок, що для успішного розвитку будь-якого підприємства рентабельність є основною передумовою ефективності господарської діяльності. Для забезпечення зростання рентабельності необхідно раціоналізувати

витрати на виробництво та реалізацію продукції, підвищити продуктивність праці, налагодити систему збуту, удосконалити управління якістю та конкурентоспроможністю продукції.

Для збереження переваг перед конкурентами фірма повинна створювати нові переваги з такою швидкістю, з якою конкуренти можуть копіювати наявні. Максимізація рентабельності та конкурентоспроможності виробництва в цілому, і продукції зокрема, – одна з цілей діяльності будь-якого підприємства. Тому особлива увага в ході аналізу фінансових результатів приділяється резервам зростання конкурентоспроможності та рентабельності продукції підприємства.

Резервами зростання рентабельності є кількісно вимірні можливості її збільшення за рахунок зміни факторів, що впливають на неї, а також недопущення (попередження) збитків від інших факторів та видів діяльності.

Основними джерелами резервів збільшення рентабельності продукції є:

- збільшення обсягу реалізації продукції;
- зниження собівартості продукції (робіт, послуг). Важливим напрямом пошуку резервів зростання прибутку є зниження витрат на виробництво та реалізацію продукції (наприклад, економія палива, сировини, трудових витрат через удосконалення технології тощо). На підставі порівняння нормативів витрат, використання виробничих потужностей з фактичними витратами визначається резерв їх зниження, а отже, й зростання рентабельності;
- підвищення ціни реалізації при підвищенні якості продукції, продажу на більш вигідних ринках збуту [13].

Це вже певною мірою є фактором не лише підвищення рентабельності продукції, а й фактором підвищення її конкурентоспроможності. Підприємство має можливість збільшити рентабельність та конкурентоспроможність товару за рахунок зміни ринків збуту продукції. У цьому важлива роль належить маркетинговій службі підприємства. Моніторинг ринків збуту дає змогу виявити незадоволені потреби споживачів, коригувати цінову політику з метою підвищення ефективності діяльності підприємства в цілому і конкурентоспроможності його продукції зокрема.

Для оптимального управління конкурентоспроможністю та рентабельністю продукції необхідним є проведення аналізу зовнішнього середовища підприємства для визначення оптимальних напрямів виробництва продукції, оскільки підприємство «має виробляти те, що продається, а не продавати, те що виробляється». З цією метою здійснюють маркетинговий аналіз, предметом вивчення якого є зовнішнє середовище підприємства, зокрема ринкове [5].

Під зовнішнім середовищем розуміють сукупність всіх елементів, зміна властивостей яких впливає на господарюючий суб'єкт, а також на тих об'єктів, чії властивості змінюються у результаті зміни поведінки системи (контрагенти підприємства, органи державної влади, місцевого самоврядування, різноманітні макроекономічні фактори тощо). Зовнішнє середовище є динамічним. Одночасно з прискоренням технічного прогресу розширюються масштаби ринку, змінюються вимоги споживачів до продукції, кон'юнктура ринку тощо.

Сутність маркетингу полягає у виявленні та усуненні протиріч між запланованим розвитком підприємства та кон'юнктурою ринку, що реалізується шляхом організації і управління діяльністю підприємства, яка спрямована на забезпечення збуту продукції з метою отримання максимального прибутку, тобто забезпечення максимальної рентабельності та конкурентоспроможності товару.

Таким чином, саме активна маркетингова діяльність підприємства є одним з найнеобхідніших елементів, які визначають можливості зростання та підтримання на високому рівні конкурентоспроможності товару. Основні резерви при цьому повністю співпадають з вимогами споживачів: зниження ціни реалізації, підвищення якості продукції, сервісу реалізації тощо.

Якщо говорити про шляхи підвищення рентабельності продукції на підприємстві ПрАТ «Укрграфіт», то тут слід врахувати основні фактори, що впливають на рентабельність продукції та величину їх впливу.

На досліджуваному підприємстві, можна зробити висновок, що основними резервами, які б могли забезпечити зростання рентабельності продукції, є: структура реалізації; собівартість реалізації.

Так, структура реалізації може привести до зростання рентабельності продукції в тому випадку, якщо зросте кількість реалізації більш рентабельної продукції порівняно з менш рентабельною. Але вплив цього фактора все-рівно надає значно менші можливості для зростання рентабельності продукції порівняно з можливостями, які надає зміна собівартості реалізації. Так, у випадку зменшення собівартості продукції і утримання того ж рівня доходу від реалізації, звичайно ж, можна досягти вищого рівня рентабельності продукції.

Досягти конкурентних переваг та закріпити свої позиції підприємство може за рахунок наступних заходів (рис.3.2).

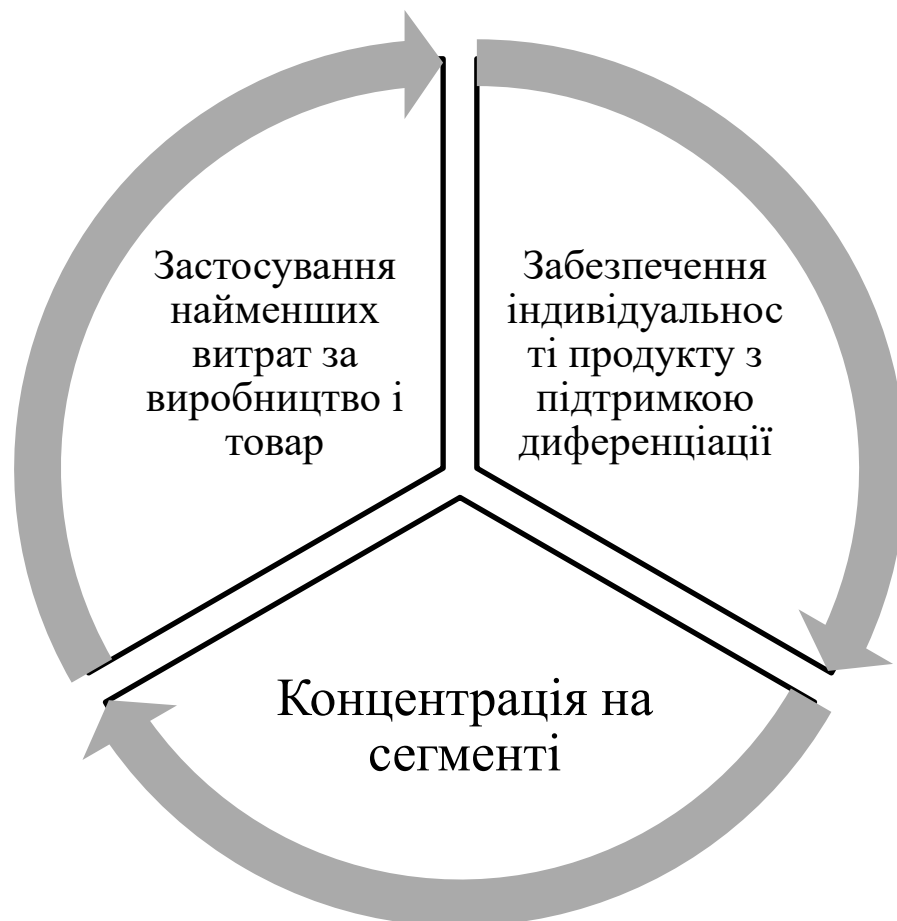


Рис.3.2. Заходи досягнення конкурентних переваг підприємства на ринку

1. Застосування найменших витрат за виробництво і товар. Мінімальні витрати означають - можливість підприємства розробляти, виготовляти і продати товар з аналогічними характеристиками, але з мінімальними витратами, ніж конкуренти.

Передумови: значна частка ринку, наявність конкурентних переваг (вихід на дешеву сировину, невеликі витрати на доставку та торгівлю товарами та ін.), жорсткий контроль витрат, потенціал економії витрат на проведення дослідження, рекламу, обслуговування.

Переваги: підприємства прибуткові навіть за обставин інтенсивної конкурентної боротьби, коли інші конкуренти мають шкоди; малі витрати організовують значні входні бар'єри; у разі продуктів-замінителів. Лідер з економії на витратах має більшу свободу вчинків, ніж конкуренти; невеликі витрати зменшують дія постачальників.

Ризики: конкуренти може зможуть запозичити методи зменшення витрат; серйозні технологічні нововведення можуть ліквідувати конкурентні переваги, що спостерігаються, і зробити малопродатним витрачений досвід; зосередження на витратах ускладнить своєчасну знахідку трансформацій запитів ринку; непередбачуване вплив чинників, множущихся витрат, ймовірно призведуть до зниження розриву в цінах в порівнянні з конкурентами.

2. Забезпечення індивідуальності продукту з підтримкою диференціації. Диференціація означає - можливість підприємства забезпечити покупця товаром, що розташовує більшою цінністю, тобто більшою споживчою ціною.

Передумови: незвичайний авторитет підприємства; значний потенціал щодо НДДКР; бездоганний дизайн; виготовлення та застосування матеріалів найбагатшої якості; ймовірно абсолютний облік запитів споживачів.

Переваги: споживачі обирають продукт підприємства; вибір споживачів та неповторність продукту формують значні входні бар'єри; індивідуальність продукту зменшують вплив споживачів; значна прибуток полегшує взаємовідносини з постачальниками.

Ризики:

- вартість продукту можливо стане настільки високою що споживачі, незважаючи на відданість наданого товарного знака, виберуть продукт інших фірм;
- допустимі імітування іншими фірмами, що призведе до зниження переваг, поєднаних з диференціюванням;
- трансформація системи цінностей споживачів призведе до зменшення чи втрати значення особливостей диференційованого продукту.

3. Концентрація на сегменті. Підприємства свої акти адресують обумовлений сегмент ринку. У цьому підприємство намагатися бути лідером з допомогою економії витратах, або до диференціювання товару, або до поєднання тієї чи іншої.

Передумови: підприємство має задовольняти запити споживачів результативніше, ніж конкуренти.

Переваги: показано раніше.

Ризики: відмінності у цінах на продукти спеціалізованих підприємств і підприємств, які обслуговують даний ринок, можливо в очах споживачів не відповідати перевагам характерним для цього сегмента товарам. За своєю сутністю товар (роботи, послуги) виявляються єдиним засобом придбання прибутку і тим найважливішим знаряддям конкурентної боротьби, її речової основою. Організаційні критерії, спрямовані на вдосконалення праці підприємства, через зростання конкурентоспроможності продукції, що відпускається, показані. Отже, провівши частковий аналіз окремих курсів збільшення конкурентоспроможності підприємства, можна зробити висновок, що в даний період немає загальноприйнятої методики вирішення настільки актуального питання. У вихідному рахунку таких варіацій безліч. І в сформованій ситуації залишається тільки пам'ятати і слідувати вузловому принципу: провівши комплексну діагностику фірми, і, зорієнтувавшись на ті чи інші недоліки в її роботі, віддати перевагу підходу, що максимально відповідає обставинам свого підприємства, і органічно внести його в спільну систему управління для створення міцного фундаменту постійної позиції над ринком.

Від організаційного порядку підприємства залежить, як воно зможе застосовувати свої внутрішні запаси, матеріальні, технічні, людські, управлінські та

фінансові ресурси. Організаційна будова має зорієнтуватися на прискорену виконання нових розробок, програм і проектів і пристосовуватися при цьому до трансформацій обставин на ринку таким чином, щоб підприємство за рахунок більш доцільного застосування ресурсів, зниження витрат мало потенціал знаходити рішення поставленим завданням.

У результаті розгляду внутрішнього середовища ПрАТ «Укрграфіт» можна дійти невтішного висновку у тому, що у підприємстві розкрито проблему відсутності маркетингової діяльності та системи планування для підприємства.

Тому, в рамках наявної організаційної структури запропонуємо утворити відділ маркетингу в числі двох осіб та планово-економічний відділ із трьох осіб (рисунок 3.3). В результаті досить широкого апарату фахівців підприємства, обрані відділи представляємо створити з їх числа: відділ маркетингу - два спеціалісти з відділу постачання, планово-економічний відділ - заступник головного бухгалтера, який має вищу економічну освіту, два спеціалісти виробничо-технічного відділу.

За планово-економічним відділом можна фіксувати такі функції:

- розробка та підготовка до ратифікації проектів перспективних та поточних планів економічної діяльності та розкручування підприємства;
- керівництво складанням середньострокових та борг-острокових комплексних планів виробничої, фінансової та комерційної діяльності підприємства;
- створення та встановлення економічної стратегії формування підприємства;
- розробка прогнозів економічного розвитку підприємства у відповідно до потреб ринку;
- комплексний синтез усіх видів діяльності підприємства;
- статистичний облік за всіма виробничими та техніко-економічними показниками праці підприємства.

За відділом маркетингу можна закріпити такі функції:

- маркетинговий аналіз ринків реалізації гумотехнічної продукції та виявлення нових замовників;
- проведення комплексу пошуків, об'єднаних з ринком, цінами, продукцією та замовниками, а також розгляду та оцінки конкурентів;

- регулювання зв'язків із замовниками, ведення листування, прийом відвідувачів тощо;

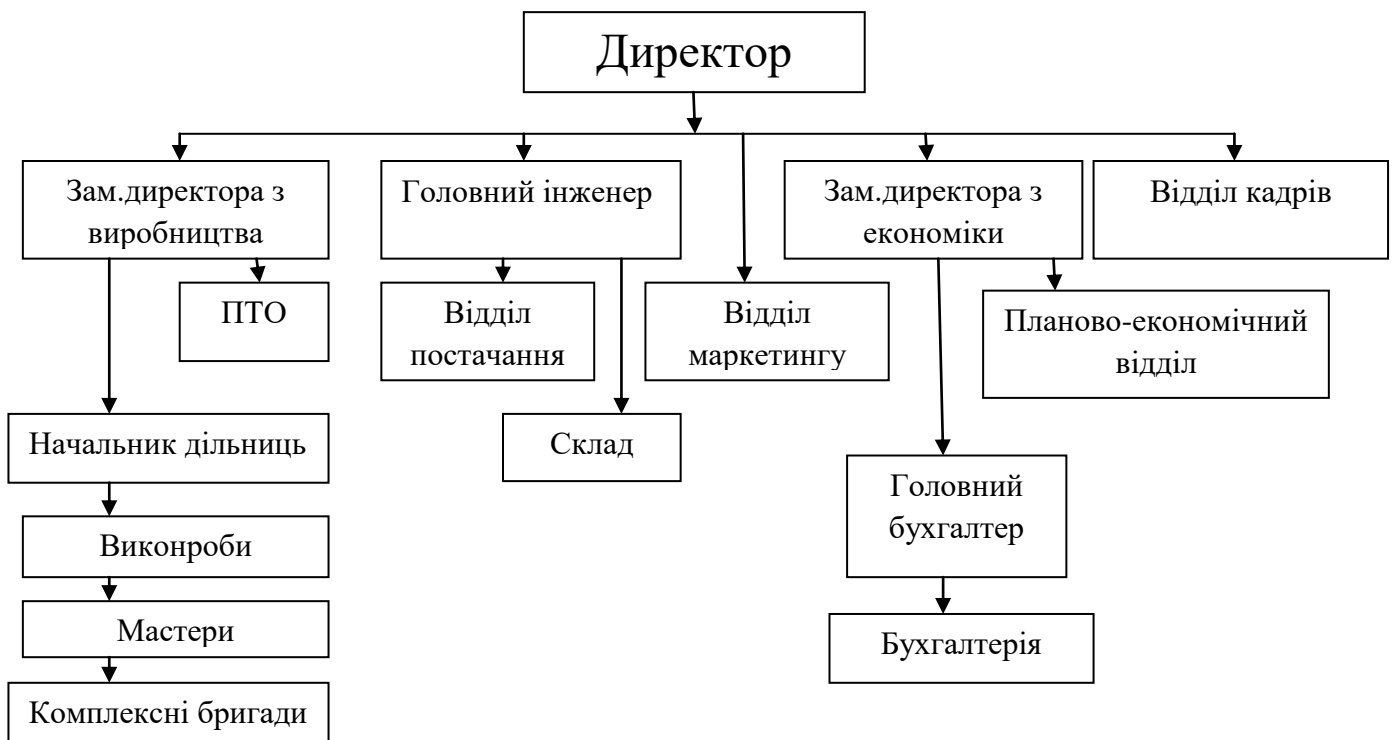


Рис. 3.3. Рекомендована організаційна структура ПрАТ «Укрграфіт»

Також важлива проблема, розкрита в результаті розгляду системи управління ПрАТ «Укрграфіт» – взаємозаміна функцій у функціональних блоках. Незважаючи на те, що організаційна структура підприємства вибудована за лінійно-функціональним принципом, який має в своєму розпорядженні відсутність дублювання старань і виробництва ресурсів у функціональних блоках, головний інженер і заступник директора з виробництва, по суті, розглядом рішень тих самих завдань, тільки з членуванням по об'єктах, таким чином, здійснюється дублювання функцій. Такий підхід не буде результативним, оскільки він приводить у виробництво у зменшення дієвості вживання робочого періоду та спілки особистої праці, як директора, так і фахівців.

Орієнтовна структурна структура показана на малюнку 3.3.

Напрошується висновок, що за заступником директора з виробництва вирішуємо зафіксувати всі функції, що відносяться до виробничої діяльності по всіх об'єктах, таким чином встановити за ним належні обов'язки:

- постачання своєчасної та якісної підготовки виробництва;
- щоденне керівництво діяльністю працівників, безпосередньо зайнятих виробничими роботами;
- керівництво та контроль за діяльністю виробничо-технічного відділу;
- розробка та реалізація заходів щодо підвищення якості продукції, регулярний аналіз її технічного рівня;
- закріпленість за об'єктом, що дозволить працівникам більш результативно і продуктивно мати в своєму розпорядженні свій робочий час.

У підпорядкуванні у головного інженера перебуватиме відділ постачання та склад і, внаслідок зменшення його норми керованості, можна рекомендувати забезпечити неповне підпорядкування йому заступника з виробництва у сфері технічних питань. Таким чином, за головним інженером зафіксувати такі функціональні обов'язки:

- встановлювати технічну політику і лінії технічного формування підприємства в обставинах ринкової економіки, лінії реконструкції та технічного переозброєння функціонуючого виробництва, рівень спеціалізації та диверсифікації виробництва на майбутнє;
- забезпечувати необхідний рівень технічної підготовки виробництва та стійке зростання, збільшення результативності виробництв та його продуктивність праці, урізання витрат, доцільне застосування виробничих ресурсів;
- утворювати розробку та втілення в життя планів впровадження останньої техніки та технології, проведення організаційно-технічних заходів;
- забезпечувати технічну дієвість проектних проблем, експлуатацію, ремонт та модернізацію оснащення підприємства;
- виконувати контроль за дотриманням проектної, конструкторської та технологічної дисципліни;
- складати заявки на закупівлю обладнання на контрактах лізингу та ін.

Аналогічні трансформації організаційної структури позитивним чином позначаються і на продуктивності робітників, оскільки в даному епізоді буде наявна справжня автономність одному начальнику (а не двом, як було), цілісність команди, ясне встановлення порядку роботи та закріпленість за об'єктом, що дозволить працівникам результативніше і продуктивно розташовувати своїм робочим часом.

Отже, серед шляхів збільшення рентабельності та конкурентоспроможності продукції та в цілому можливо за рахунок таких факторів: обсягу реалізації; структура реалізації; ціна реалізації; собівартість реалізації. Поглибленіше можна виділити наступні шляхи покращення ситуації: застосування найменших витрат за виробництво і товар; забезпечення індивідуальності продукту з підтримкою диференціації; концентрація на сегменті (тобто підприємства свої акти адресують на обумовлений сегмент ринку).

ВИСНОВКИ

Рентабельність як поняття являє собою відносний показник, що характеризує рівень доходності діяльності підприємства. А конкурентоспроможність - це здатність продукції відповідати вимогам конкурентного ринку, запитам покупців порівняно з іншими аналогічними товарами, представленими на ринку. Конкурентоспроможність визначається, з одного боку, якістю товару, його технічним рівнем, споживчими властивостями, а з іншого – цінами, встановленими продавцем товарів.

Існує низка коефіцієнтів, що досліджують показник рентабельності підприємства, серед яких розглянути: рентабельність активів за прибутком від звичайної діяльності до оподаткування; рентабельність капіталу (активів) за чистим прибутком; рентабельність власного капіталу; рентабельність виробничих фондів; рентабельність реалізованої продукції за прибутком від реалізації; рентабельність витрат; коефіцієнт реінвестування; період окупності капіталу; період окупності власного капіталу; валова рентабельність, операційна рентабельність, чиста рентабельність, рентабельність продаж, рентабельність окремих видів продукції. Показник рентабельності продукції в цілому по підприємству може змінитися внаслідок зміни рентабельності окремих видів продукції та асортиментно-структурних зрушень у реалізованій продукції.

Також існує ряд дієвих методів аналізу конкурентоспроможності продукції підприємства та все зводиться до визначення рівня якості продукції, що являє собою кількісну характеристику міри придатності того чи іншого виду продукції для задоволення конкретного попиту на неї порівняно з відповідними базовими показниками цього ж виду продукції, якою вже користується споживач.

ПрАТ «Укрграфіт» є одним із засновників вуглеграфітової промисловості в світі, і початок нашої історії сягає у далекий 1933 рік. Нині ми оперуємо повним циклом виробництва вуглецевих рішень для більшості промислових індустрій світу. Електродна, катодна та інша продукція УКРГРАФІТ відіграє найважливішу роль у

виробництві сталі, алюмінію, сплавів та інших матеріалів, які сьогодні використовує кожна людина на планеті. Сьогодні виробнича марка ПрАТ "Укрграфіт" і продукція підприємства визнана споживачами, українськими і міжнародними організаціями. За асортиментом і якістю своєї продукції ПрАТ "Укрграфіт" утримує ведучі позиції серед виробників аналогічної вуглеграфітової продукції в країнах СНД, успішно конкурує на світовому ринку.

У результаті дослідження показників рентабельності можна зробити наступні висновки. Рентабельність активів за прибутком від звичайної діяльності та рентабельність капіталу за чистим прибутком, рентабельність власного капіталу та рентабельність виробничих фондів у 2018 році приймали високе значення, що вказувало на позитивний результат діяльності ПрАТ «Укрграфіт», далі спостерігається суттєве зменшення показників, у 2020-2021 рр. значення дорівнюють нулю, а у 2022 році спостерігається незначний зріст показників. Рентабельність реалізованої продукції за прибутком від реалізації та рентабельність витрат у 2018-2019 роках мали тенденцію збільшення, але у 2020-2021 рр. приймали від'ємні значення, а у 2022 році несуттєво збільшились. За значеннями вищевказаних результатів показників можна зробити висновок, що підприємство є низькорентабельним. Найкраща ситуація спостерігається станом на 2018 рік. Коефіцієнт реінвестування у 2022 році приймав найбільше значення, що дорівнює 3,39. За 2020-2021 рік показник розрахувати неможливо через відсутність даних. Період окупності капіталу та власного капіталу найбільшого значення набули у 2022 році.. Найкращі значення показника спостерігаються у 2018 році. За 2020-2021 рр. дані показників відсутні через неможливість розрахунків. Отже, у результаті проведених розрахунків, можна стверджувати, що підприємство є низькорентабельним та потребує заходів, що покращать ситуацію.

У результаті дослідження показників рентабельності продукції підприємства можна зробити наступні висновки. Показник валової рентабельності реалізованої продукції мав найвище значення у 2018 році та складав 62,9%. Далі спостерігається зниження показника та у 2020 році він набуває критичного значення 0,07% та до 2022 року зростає до значення 20,6%. Це свідчить про те, що за останні 5 років

ефективність виробничої діяльності підприємства ПрАТ «Укрграфіт», а також ефективність політики ціноутворення зменшилась. Показник операційної рентабельності реалізованої продукції також мав найбільше значення у 2018 році та складав 57%, далі показник зменшувався та у 2020-2021 рр. приймав від'ємне значення, а у 2022 році склав 0,033%, що свідчить про те, що рентабельність підприємства після вирахування витрат на виробництво і збут товарів зменшувалась з роками. Показник чистої рентабельності реалізованої продукції також мав найбільше значення у 2018 році та складав 47,3% та мав тенденцію зниження, у 2020-2021 рр. показник дорівнював нулю, а у 2022 р. збільшився до 3,4%. Отже вплив структури капіталу і фінансування компанії на її рентабельність був найбільшим у 2018 році.

У результаті проведення факторного аналізу рентабельності продукції підприємства можна зробити наступні висновки. Зміна рентабельності реалізованої продукції у 2018 році приймала значення 0,365, у 2019 році складала -0,228, у 2020 році показник приймав значення -0,4003, у 2021 р. – 0,0011, а у 2022 році зміна рентабельності склала 0,2042. Також було розраховано зміни рентабельності іншим способом, за змінами рентабельності цінового чинника та за впливом фактора змін собівартості за формулою. У результаті видно, що показники розраховані двома способами співпадають.

Внаслідок дослідження конкурентоспроможності ПрАТ «Укрграфіт» було виділено наступні конкурентні переваги: збалансованість випуску всіх видів вуглеграфітової продукції, постійна робота над ресурсозбереженням та скорочення питомих витрат на одиницю продукції; розвиток та вдосконалення технології виробництва, розробка нових видів продукції; стабільність якості продукції, та забезпечення необхідного рівня споживчої цінності продукції; активна маркетингова політика, спрямована на збереження кожного існуючого споживача та залучення нових, за рахунок стабільного іміджу та дбайливого ставлення до кожного підприємства - споживача.

Для підвищення рентабельності підприємства в Україні зазвичай використовують такі методи: зосередження виробництва на високорентабельній

продукції, удосконалення продукції з середнім рівнем рентабельності та зняття з виробництва низькорентабельної продукції; впровадження сучасних технологій у виробництво, які посприяють мінімізації витрат, економії часу, підвищенню якості продукції і тим самим приведуть до збільшення прибутку на підприємстві; корегування маркетингової політики, розробка ефективної реклами; уникнення зайвих витрат: штрафів, неустойок, пені та стягнень; підвищення грошової вартості продукції шляхом впровадження нових технологій та покращення якості; ведення ефективної політики управління діяльністю підприємства.

Європейський досвід управління якістю продукції та рентабельністю складається на основі різних підходів до цього питання країн ЄС, основні з них такі: створюється регіональна інфраструктура та мережа національних організацій, уповноважених проводити роботи із сертифікації продукції та систем якості, акредитації лабораторій, реєстрації спеціалістів з якості; принципи поведінки робіт, пов'язаних з оцінкою та підтвердженням якості, мають законодавчу основу; вимоги національних стандартів, правил та процедур сертифікації наведено до єдиного зразка.

Серед шляхів збільшення рентабельності та конкурентоспроможності продукції та в цілому можливо за рахунок таких факторів: обсягу реалізації; структура реалізації; ціна реалізації; собівартість реалізації. Поглибленіше можна виділити наступні шляхи покращення ситуації: застосування найменших витрат за виробництво і товар; забезпечення індивідуальності продукту з підтримкою диференціації; концентрація на сегменті (тобто підприємства свої акти адресують на обумовлений сегмент ринку).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антощенкова В. В. Конкуентоспроможність, як основа ефективної національної економіки / В. В. Антощенкова // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. - 2019. - Вип. 200. - С. 84-95.
2. Бедринець М.Д., Довгань Л.П. Фінанси підприємств : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 292 с.
3. Бець М. П. Планування рентабельності виробництва / М. П. Бець // Економіка України. – 2007. – № 2. – С. 40-45.
4. Битов В. П., Кадебська Е. В. Управління конкурентоспроможністю продукції підприємств в ринкових умовах. Економічний форум. 2019. № 4. С. 98–102.
5. Брінь П. В., Мохамад Н. Конкуентоспроможність підприємства: сутність, показники та методичні засади динамічної оцінки. Причорноморські економічні студії. 2021. №64. С. 36–43.
6. Буряк П. Ю., Римар М. В., Бець Т. М. Фінансово-економічний аналіз. //Підручник-К. : ВД „Професіонал”. 2004. -528с.
7. Власова Н. О. Фінанси підприємств : навч. посіб. / Н. О. Власова, О. А. Круглова, Л. І. Безгінова. — К. : Центр учбової літератури, 2007. — 270 с.
8. Головчук Ю. О. Аналіз впливу факторів на конкурентоспроможність підприємства як інструмент зниження рівня невизначеності й ризику / Ю. О. Головчук //
9. Головчук Ю. О., Пчелянська Г. О. Особливості формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі парадигми інноваційного розвитку. Економіка та держава. 2020. №3. С. 66–70.
10. Горлачук В. В. Економіка підприємства : навч. посіб. / В. В. Горлачук, І. Г. Яненко. – Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2010. – 344 с.
11. Грабовецький, Б. Є. Економічний аналіз : навчальний посібник / Б. Є. Грабовецький. – Вінниця : ВНТУ, 2013. – 85 с.

12. Джонсон Р.А. Комплексне управління конкурентоспроможністю американських виробників : навчальний посібник. Київ : Бліц-Інформ, 2013. 592 с
13. Дорофеев М.Ю. Шляхи підвищення рентабельності підприємства / М.Ю. Дорофеев // Вісник Вінницького національного університету. – 2014. – С. 35–38.
14. Економічний аналіз: Навч. посібник/М. А. Болюх, В. З. Бурчевський, М. І. Горбатов та ін. ; За ред. М. Г. Чумаченка. – 2-е вид., перероб. і доп. -Київ: КНЕУ, 2003. – 556с.
15. Єфремова Н. Ф. Конкурентоспроможність підприємства та складники системи її забезпечення / Н. Ф. Єфремова, О. В. Коваленко, О. В. Присвітла // Проблеми системного підходу в економіці. - 2019. - Вип. 2(1). - С. 104-113.
16. Ігнатенко М. М., Леваєва Л. Ю., Тетерятнік Л. М. Методичні основи дослідження процесів формування конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2018. № 4 (44). С. 39–43.
17. Камарчук І. М., Шопський Ф. І., Шевченко О. В. Змістовно-теоретична характеристика міжнародної конкурентоспроможності підприємства. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. 2022. №66. С. 78–84.
18. Коваленко Н. В., Мізюк С. Г. Міжнародна конкурентоспроможність підприємства: сутність, основні складники та джерела формування конкурентних переваг. Приазовський економічний вісник. 2019. №2. С. 26–30.
19. Коваленко О. В. Рентабельність виробництва та шляхи її підвищення / О. В. Коваленко, А. В. Шевченко // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. - 2017. - Вип. 5(1). - С. 144-148.
20. Корінев В.Л. Обґрунтування прибутку підприємства з урахуванням рівня ціни на продукцію / В.Л. Корінев // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 3 (45). – С. 321–325.
21. Короткевич О.В. Рентабельність господарської діяльності підприємств / О.В. Короткевич // Економіка і прогнозування. – 2008. – № 3. – С. 61–69.

22. Косич А., Глущенко Д. Теоретичні та практичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства. Економіка та держава. 2016. № 11. С. 65–70.
23. Косова Т. Д. Фінансовий аналіз: навч. посібник / Т. Д. Косова. – К.: Центр учбової літератури. – 2013. – 440 с.
24. Лахтіонова Л. А. Фінансовий аналіз суб'єктів господарювання: Монографія. — К.: КНЕУ, 2001. — 387 с.
25. Липов В.В. Конкурентна стратегія розвитку України в умовах глобалізації Економіка України. 2018. № 4. С. 21–35.
26. Мацибора Т. Конкурентоспроможність як фактор інвестиційної привабливості видів економічної діяльності. Економіка України. 2011. № 9. С. 38–42.
27. Мельник Л.Ю., Сафронов С.О. Основи економічної теорії та підприємництва : навчальний посібник. Дніпропетровськ : Січ, 2002. 461 с.
28. Методичні рекомендації по аналізу фінансово-господарського стану підприємства та організацій. Лист ДПА №759/10/20-2117 від 27. 01. 98 р. // Галицькі контракти. – 1999. – № 4.
29. Мицак О., Ковтун Н., Лихач О. Удосконалення механізму управління фінансовими результатами підприємства. Галицький економічний вісник. Тернопіль : ТНТУ, 2019. Том 56. №1. С. 115–122.
30. Міненко С. І. Діагностика конкурентоспроможності в управлінні підприємством. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. 2019. Вип. 200. С. 209–217.
31. Нестерова С. В. Методика розподілу прибутку на підприємствах власності працівників / С. В. Нестерова // Вісник Технологічного університету Поділля. Економічні науки. – 1998. – № 3. –С. 38-42.
32. Окара Д.В., Чернишов В.Г., Шинкаренко Л.В. Дослідження економіки України на підставі індексу глобальної конкурентоспроможності. Глобальні та національні проблеми економіки. 2018. Вип. 22. С. 84–90.

33. Офіційний сайт ПрАТ «Укрграфіт». [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://ukrgrafit.zp.ua/> (Дата звернення: 05.11.2023)

34. Офіційний сайт «Система аналітики відкритих даних». [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://clarity-project.info/smida/00196204> (Дата звернення: 11.11.2023)

35. Офіційний сайт «YouControl — сервіс перевірки контрагентів». [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/31348357/. (Дата звернення: 05.11.2023)

36. Пчелянська Г. О., Головчук Ю. О. Вплив інституційних факторів на маркетингове ціноутворення органічної продукції. Причорноморські економічні студії. 2020. №49. С. 83–87. URL : http://bses.in.ua/journals/2020/49_2020/15.pdf.

37. Ребрик М.І., Кирич Н.Б. Шляхи підвищення рівня рентабельності діяльності підприємства // Матеріали VII Міжнародної науково-технічної конференції молодих учених та студентів. Актуальні задачі сучасних технологій Тернопіль (28-29 листопада 2018 р.) [Електронний ресурс] Електрон. дані – Тернопіль: ТНТУ імені Івана Пулюя, 2018, Україна. - Режим доступу:https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/27681/2/VII_AZST_2018v3_Rebryk_M_I-Ways_of_increasing_the_223-224.pdf. (Дата звернення: 15.09.2023)

38. Рожко З. П. Конкурентоспроможність українських підприємств молочної промисловості на міжнародному ринку / З. П. Рожко, Л. А. Струс, Н. М. Чеснік // Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Економіка і управління. - 2019. - Т. 30(69), № 2. - С. 61-66.

39. Семененко О. Г., Горбатенко О. А. Удосконалення інституційних засад розвитку та підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2019. № 2 (46). С. 80–84.

40. Стадник В. В., Йохна В. М., Соколюк Г. О. Економічна безпека: сутність, чинники та інструменти мінімізації ризиків в контексті сталого розвитку переробних підприємств. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2019. № 2. С. 7–11.

41. Сутність та роль конкуренції в ринковій економіці [Електронний ресурс] // Економіка і суспільство. – 2016. – Режим доступу: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/6_ukr/2.pdf (Дата звернення: 14.10.2023)
42. Тарнавська Н. Розвиток теорії конкурентних переваг в умовах експансії нововведень. Економіка України. 2011. № 4. С. 16–27.
43. Тітов М. В. Моделювання ефективності використання активів підприємства на основі методології розв’язання зворотних задач / М. В. Тітов // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 11. – С. 32-41.
44. Томілін О. О. Ризик-менеджмент підприємства та його вплив на конкурентоспроможність / О. О. Томілін, С. С. Шабельник // Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка. - 2019. - Т. 24, Вип. 3. - С. 46-51.
45. Устік Т. В., Будаков Н. О., Протащук С. С. Управління маркетинговими стратегіями та посилення умов конкурентоспроможності торгівельних підприємств. Вісник ХНАУ. Серія : Економічні науки. 2019. № 2. С. 389–397.
46. Філімоненко О. С. Фінанси підприємства : навч. посіб. – К. : Кондор, 2007. – 400 с.
47. Фінансовий аналіз : навч. посіб. / Салига С. Я., Дацій Н. В., Корецька С. О. та ін. – К. : ЦНЛ, 2006. – 210 с.
48. Фролова Т. О. Фінансовий аналіз: Навч.-метод. посібник для самостійного вивчення і практичних завдань. — К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2005. — 253 с.
49. Шаповал О. А., Хоменко Д. Ю. Теоретико-методологічні основи управління конкурентоспроможністю підприємства. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2019. № 5. С. 153–156.
50. Швед В.В. Конкурентоспроможність підприємства та особливості їх визначення в сучасних умовах / В.В. Швед, С.Л. Яблочников // Вісник Дніпропетровського університету. – 2013. – Випуск 7/1. – С. 92-97.
51. Щербак А.В. Конкуренція як фактор економічного зростання: світовий досвід та управлінські реалії. Економіка України. 2018. № 8. С. 3–15.
52. Яркіна Н. М. Економіка підприємства: навч. посіб. / Н. М. Яркіна. – К. : Ліра-К, 2015. – 498 с.

53. The Global Competitiveness Report 2017–2018 / World Economic Forum / 2017 / URL: <https://www.weforum.org>. (Дата звернення: 01.11.2023)

ДОДАТКИ

Додаток А

Фінансова звітність ПрАТ «Укрграфіт» за 2018 рік

Таблиця А.1

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

Баланс (Звіт про фінансовий стан)			
на 31 грудня 2018 р.			
Форм №1 Код за ДКУД 1901001			
А К Т И В	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
I	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	293	286
первісна вартість	1001	2 020	2 028
накопичена амортизація	1002	1 727	1 742
Незавершені капітальні інвестиції	1003	37 759	226 840
Основні засоби	1010	849 170	859 135
первісна вартість	1011	1 196 856	1 254 675
знос	1012	347 686	395 540
Інвестиційна нерухомість	1015	282	276
Первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	342	342
Знос інвестиційної нерухомості	1017	60	66
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	-	-
Накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі			
інших підприємств	1030	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	2	2
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	68	237
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Гудвіл	1050	-	-
Відстрочені еквізитаційні витрати	1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	887 574	1 086 776
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	936 464	2 054 875
Зиробничі запаси	1101	327 358	953 790
Незавершене виробництво	1102	532 213	816 419
Готова продукція	1103	76 573	284 318
Товари	1104	320	348
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Депозити перестраховування	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	373 063	668 098
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	18 274	65 245
з бюджетом	1135	31 595	118 673
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	9	47
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інші поточні дебіторська заборгованість	1155	3 900	17 360
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	115 253	336 988
Готівка	1166	3	3
Резерви в банках	1167	115 226	336 985
Витрати майбутніх періодів	1170	373	168
Частина перестраховування у страхових резервах	1180	-	-
у тому числі в:	1181	-	-
резервах довгострокових зобов'язань			
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	-	-
резервах незароблених премій	1183	-	-

Продовження додатку А

Продовж.табл. А.1

інших стрессових резервах	1184	-	-
Інші оборотні активи	1190	1 067	1 240
Усього за розділом II	1195	1 480 000	3 262 694
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	2 367 574	4 349 470

Пасиви	Код радян	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	233 959	233 959
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-
Капітал у дооцінках	1405	57 471	57 471
Додатковий капітал	1410	60 513	60 513
Емісійний дохід	1411	60 509	60 509
Накопичені курсові різниці	1412	-	-
Резервний капітал	1415	58 524	58 524
Нерозподілений прибуток (непокретий збиток)	1420	506 945	3 274 734
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Вилучений капітал	1430	(-)	(-)
Інші резерви	1435	-	-
Усього за розділом I	1495	917 412	3 685 221
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	29 426	29 107
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	207 386	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	128 438	135 112
Довгострокові забезпечення	1520	152 773	166 392
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	152 773	166 392
Цільове фінансування	1525	-	-
Благодійна допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:	1531	-	-
резерв довгострокових зобов'язань			
резерв збитків або резерв пов'язаних виплат	1532	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-
інші стрессові резерви	1534	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-
Призовий фонд	1540	-	-
Резерв на виплату дивиденду	1545	-	-
Усього за розділом II	1595	518 023	330 611
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	39 294	-
Векселі видані	1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	59 253	-
товари, роботи, послуги	1615	703 252	82 653
розрахунками з бюджетом	1620	52 666	162 718
у тому числі з податку на прибуток	1621	48 861	157 715
розрахунками зі страхування	1625	3 109	4 663
розрахунками з оплати праці	1630	11 938	17 879
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	7 937	2 931
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	54 098	61 952
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Відстрочені податкові доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	592	942
Усього за розділом III	1695	932 139	333 638
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
V. Частка партії в капіталі недержавного пенсійного фонду	1800	-	-
Баланс	1900	2 367 574	4 349 470

Керівник

Головний бухгалтер

Стьопчінна Вікторія Миколаївна


Станішевська Тетяна Олександрівна

Г Візначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Продовження додатку А

Таблиця А.2

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

Підприємство/		ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "УКРАЇНСЬКИЙ ГРАФІТ"		за ЄДРПОУ	00196204
		(вибілювання)			
		Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)		за Рік 2018 р.	
				Форма №2	Код за ДКУД 1801003
І. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ					
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року		
1	2	3	4		
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	5 851 544	2 398 514		
Чисті зароблені страхові премії	2010	-	-		
премії підписані, валова сума	2011	-	-		
премії, передані у перестраховання	2012	-	-		
зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	-	-		
зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	-	-		
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(2 167 270)	(1 764 303)		
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-		
Валовий:					
прибуток	2090	3 684 274	634 211		
збиток	2095	(-)	(-)		
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	-	-		
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	-	-		
зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	-	-		
зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	-	-		
Інші операційні доходи	2120	64 971	27 535		
у тому числі:	2121	-	-		
дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю					
дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	-	-		
дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	-	-		
Адміністративні витрати	2130	(117 656)	(85 000)		
Витрати на збут	2150	(211 868)	(194 639)		
Інші операційні витрати	2180	(22 655)	(35 579)		
у тому числі:	2181	-	-		
витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю					
витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	-	-		
Фінансовий результат від операційної діяльності:					
прибуток	2190	3 397 066	346 528		
збиток	2195	(-)	(-)		
Доход від участі в капіталі	2200	-	-		
Інші фінансові доходи	2220	7 738	1 807		
Інші доходи	2240	16 940	7 496		
у тому числі:	2241	-	-		
дохід від благодійної допомоги					
Фінансові витрати	2250	(46 966)	(26 206)		
Втрати від участі в капіталі	2255	(-)	(-)		
Інші витрати	2270	(422)	(30 127)		
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	-	-		

Продовження додатку А

Продовж.табл. А.2

Продовження додатка 2

Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	3 374 356	299 498
збиток	2295	(-)	(-)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(607 890)	(55 602)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	2 766 466	243 896
збиток	2355	(-)	(-)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	1 343	(76 022)
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	1 343	(76 022)
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	1 343	(76 022)
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	2 767 809	167 874

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	2 284 364	1 639 579
Витрати на оплату праці	2505	375 484	257 193
Відрахування на соціальні заходи	2510	102 841	73 670
Амортизація	2515	50 538	31 688
Інші операційні витрати	2520	347 350	280 275
Разом	2550	3 160 577	2 282 405

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	69838500	69838500
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	69838500	69838500
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	39,61233	3,49229
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	39,61233	3,49229
Дивіденди на одну просту акцію	2650	-	-

Керівник

Сьомкіна Вікторія Миколаївна

Головний бухгалтер

Семіненська Тетяна Олександрівна



Додаток Б
Фінансова звітність ПрАТ «Укрграфіт» за 2019 рік

Таблиця Б.1

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

Баланс (Звіт про фінансовий стан)			
на 31 грудня 2019 р.			
			Форма №1 Код за ДКУД
			1801001
А К Т И В	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	286	1 860
первісна вартість	1001	2 028	3 344
накопичена амортизація	1002	1 742	1 484
Незавершені капітальні інвестиції	1005	226 840	383 735
Основні засоби	1010	859 135	887 528
первісна вартість	1011	1 254 675	1 347 094
знос	1012	395 540	459 566
Інвестиційна нерухомість	1015	276	271
Первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	342	342
Знос інвестиційної нерухомості	1017	66	71
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	-	-
Накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	2	2
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	237	415
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Гудвіл	1050	-	-
Відстрочені аквізичні витрати	1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	1 086 776	1 273 811
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	2 054 875	2 561 132
Виробничі запаси	1101	953 790	1 202 161
Незавершене виробництво	1102	816 419	1 138 061
Готова продукція	1103	284 318	220 499
Товари	1104	348	411
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Депозити перестраховання	1115	-	-
Векоелі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	668 023	234 197
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	65 245	79 725
з бюджетом	1135	118 673	48 589
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	309
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	47	2
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	17 360	2 891
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	336 988	662 059
Готівка	1166	3	6
Рахунки в банках	1167	336 985	662 053
Витрати майбутніх періодів	1170	168	193
Частка перестраховника у страхових резервах	1180	-	-
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	-	-
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	-	-
резервах незароблених премій	1183	-	-

Продовження додатку Б

Продовж.табл. Б.1

інших страхових резервах	1184	-	-
Інші оборотні активи	1190	1 240	1 208
Усього за розділом II	1195	3 262 619	3 589 996
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	4 349 395	4 863 807
Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
I	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пабовий) капітал	1400	233 959	233 959
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-
Капітал у дооцінках	1405	57 471	57 471
Додатковий капітал	1410	60 513	60 512
Емісійний дохід	1411	60 509	60 509
Накопичені курсові різниці	1412	-	-
Резервний капітал	1415	58 524	58 524
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	3 274 583	3 950 592
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Вилучений капітал	1430	(-)	(-)
Інші резерви	1435	-	-
Усього за розділом I	1495	3 685 050	4 361 058
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	29 107	23 649
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	155 112	123 666
Довгострокові забезпечення	1520	166 392	214 264
Довгострокові забезпечення витрат первовалу	1521	166 392	214 264
Цільове фінансування	1525	-	-
Благодійна допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:	1531	-	-
резерв довгострокових зобов'язань			
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-
інші страхові резерви	1534	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-
Привілейний фонд	1540	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1545	-	-
Усього за розділом II	1595	330 611	361 579
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Векселі видані	1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	297
товари, роботи, послуги	1615	82 749	39 347
розрахунками з бюджетом	1620	162 718	4 723
у тому числі з податку на прибуток	1621	157 715	-
розрахунками за страхування	1625	4 663	4 052
розрахунками з оплати праці	1630	17 879	16 747
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	2 931	7 637
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за страхового діяльністью	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	61 952	67 115
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	842	1 252
Усього за розділом III	1695	333 734	141 170
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
V. Чиста вартість частки в державного пенсійного фонду	1800	-	-
Баланс	1900	4 349 395	4 863 807

Керівник

Стьопкіна Вікторія Миколаївна

Головний бухгалтер

Станішевська Тетяна Олександрівна

¹ Визначається в порядку встановлення відповідним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.



Продовження додатку Б

Таблиця Б.2

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за Рік 2019 р.

Форма N2 Код за ДКУД 1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	3 543 626	5 851 470
Чисті зароблені страхові премії	2010	-	-
<i>премії підписані, валова сума</i>	2011	-	-
<i>премії, передані у перестраховування</i>	2012	-	-
<i>зміна резерву незароблених премій, валова сума</i>	2013	-	-
<i>зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій</i>	2014	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(2 120 940)	(2 167 238)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-
Валовий:			
прибуток	2090	1 422 686	3 684 232
збиток	2095	(-)	(-)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	-	-
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	-	-
<i>зміна інших страхових резервів, валова сума</i>	2111	-	-
<i>зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах</i>	2112	-	-
Інші операційні доходи	2120	19 093	64 971
у тому числі:	2121	-	-
<i>дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i>			
<i>дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>	2122	-	-
<i>дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування</i>	2123	-	-
Адміністративні витрати	2130	(150 143)	(117 709)
Витрати на збут	2150	(210 836)	(211 903)
Інші операційні витрати	2180	(198 614)	(22 696)
у тому числі:	2181	-	-
<i>витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i>			
<i>витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>	2182	-	-
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	882 186	3 396 895
збиток	2195	(-)	(-)
Доход від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	3 027	7 738
Інші доходи	2240	20 703	16 940
у тому числі:	2241	-	-
<i>дохід від благодійної допомоги</i>			
Фінансові витрати	2250	(33 348)	(46 966)
Втрати від участі в капіталі	2255	(-)	(-)
Інші витрати	2270	(4 725)	(422)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	-	-

Продовження додатку Б

Продовж.табл. Б.2

Продовження додатка 4

Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	867 843	3 374 185
збиток	2295	(-)	(-)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(157 389)	(607 890)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	710 454	2 766 295
збиток	2355	(-)	(-)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	(34 446)	1 343
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	(34 446)	1 343
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	(34 446)	1 343
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	676 008	2 767 638

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	1 900 580	2 284 404
Витрати на оплату праці	2505	445 760	375 484
Відрахування на соціальні заходи	2510	118 227	102 841
Амортизація	2515	69 735	50 538
Інші операційні витрати	2520	635 885	347 446
Разом	2550	3 170 187	3 160 713

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	69838500	69838500
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	69838500	69838500
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	10,17281	39,60989
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	10,17281	39,60989
Дивіденди на одну просту акцію	2650	-	-

Керівник

Головний бухгалтер



Стьопкіна Вікторія Миколаївна

Станішевська Тетяна Олександрівна

Додаток В
Фінансова звітність ПрАТ «Укрграфіт» за 2020 рік

Таблиця В.1

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2020 р.

Форма №1 Код за ДКУД 1801001

А К Т И В	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	1 860	1 929
первісна вартість	1001	3 344	3 997
накопичена амортизація	1002	1 484	2 068
Незавершені капітальні інвестиції	1005	383 735	485 811
Основні засоби	1010	887 528	971 668
первісна вартість	1011	1 347 094	1 502 372
знос	1012	459 566	530 704
Інвестиційна нерухомість	1015	271	266
Первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	342	342
Знос інвестиційної нерухомості	1017	71	76
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	-	-
Накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	2	2
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	415	276
Відірачені податкові активи	1045	-	7 946
Гудвіл	1050	-	-
Відірачені аквізиційні витрати	1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	1 273 811	1 467 898
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	2 561 130	2 139 921
Виробничі запаси	1101	1 202 159	880 812
Незавершене виробництво	1102	1 138 061	1 115 514
Готова продукція	1103	220 499	143 348
Товари	1104	411	247
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Депозити перестраховування	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	234 197	167 686
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	79 725	73 674
з бюджетом	1135	48 589	43 730
у тому числі з податку на прибуток	1136	309	636
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	2	251
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	2 891	14 873
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	662 059	728 889
Готівка	1166	6	3
Рахунки в банках	1167	662 053	728 883
Витрати майбутніх періодів	1170	193	212
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	-	-
у тому числі в:	1181	-	-
резервах довгострокових зобов'язань			
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	-	-
резервах незароблених премій	1183	-	-

Продовження додатку В

Продовж.табл. В.1

Інших страхових резервах	1184	-	-
Інші оборотні активи	1190	1 208	1 484
Усього за розділом II	1195	3 589 994	3 170 720
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	4 863 805	4 638 618
Пасив			
I	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
I. Власний капітал	2	3	4
Зареєстрований (паіовий) капітал	1400	233 959 ✓	233 959 ✓
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-
Капітал у дооцінках	1405	57 471	57 471 ✓
Додатковий капітал	1410	60 512	60 511 ✓
Емісійний дохід	1411	60 509	60 509
Накопичені курсові різниці	1412	-	-
Резервний капітал	1415	58 524	58 524
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	3 950 580	3 763 243
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Вилучений капітал	1430	(-)	(-)
Інші резерви	1435	-	-
Усього за розділом I	1495	4 361 046	4 173 708
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	23 649	-
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	123 666	106
Довгострокові забезпечення	1520	214 264	281 383
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	214 264	281 383
Цільове фінансування	1525	-	-
Благодійна допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:	1531	-	-
резерв довгострокових зобов'язань			
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-
інші страхові резерви	1534	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-
Призовий фонд	1540	-	-
Резерв на виплату диск-поти	1545	-	-
Усього за розділом II	1595	361 579	281 489
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Векселі видані	1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями			
товари, роботи, послуги	1610	297	289
розрахунками з бюджетом	1615	39 356	33 530
у тому числі з податку на прибуток	1620	4 724	5 692
розрахунками зі страхування	1621	-	-
розрахунками з оплати праці	1625	4 052	4 908
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1630	16 747	20 567
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1635	7 637	52 449
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1640	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1645	-	-
Поточні забезпечення	1650	-	-
Доходи майбутніх періодів	1660	67 115	64 868
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1670	-	-
Усього за розділом III	1690	1 252	1 118
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1695	141 180	183 421
V. Чиста вартість активів пенсійного фонду	1700	-	-
Баланс	1900	4 863 805	4 638 618

Керівник

Стьопкіна Вікторія Миколаївна

Головний бухгалтер

Станішевська Тетяна Олександрівна

¹ Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Продовження додатку В

Таблиця В.2

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

(за підписом)		Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)	
Дата		Рік 2020 р.	
Підпис		Форма N2 Код за ДКУД 1801003	
I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	1 651 622	3 543 626
Чисті зароблені страхові премії	2010	-	-
премії підписані, валова сума	2011	-	-
премії, передані у перестраховування	2012	-	-
зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	-	-
зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(1 650 444)	(2 120 950)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-
Валовий:			
прибуток	2090	1 178	1 422 676
збиток	2095	(-)	(-)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	-	-
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	-	-
зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	-	-
зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	-	-
Інші операційні доходи	2120	175 107	19 093
у тому числі:	2121	-	-
дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	-	-
дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	-	-
Адміністративні витрати	2130	(142 493)	(150 144)
Витрати на збут	2150	(105 178)	(210 836)
Інші операційні витрати	2180	(32 166)	(198 615)
у тому числі:	2181	-	-
витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2182	-	-
витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	-	-
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	-	882 174
збиток	2195	(103 552)	(-)
Доход від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	1 949	3 027
Інші доходи	2240	548	20 703
у тому числі:	2241	-	-
дохід від благодійної допомоги	2241	-	-
Фінансові витрати	2250	(49 840)	(33 348)
Втрати від участі в капіталі	2255	(-)	(-)
Інші витрати	2270	(25 109)	(4 725)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	-	-

Продовження додатку В

Продовж.табл. В.2

Продовження додатка 2

Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	-	867 831
збиток	2295	(176 004)	(-)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	31 596	(157 389)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	-	710 442
збиток	2355	(144 408)	(-)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	(42 930)	(34 446)
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	(42 930)	(34 446)
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	(42 930)	(34 446)
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	(187 338)	675 996

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	1 126 577	1 900 580
Витрати на оплату праці	2505	418 566	445 760
Відрахування на соціальні заходи	2510	112 683	118 227
Амортизація	2515	76 377	69 735
Інші операційні витрати	2520	369 513	635 885
Разом	2550	2 103 716	3 170 187

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	69838500	69838500
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	69838500	69838500
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	(2,06774)	10,17264
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	(2,06774)	10,17264
Дивіденди на одну просту акцію	2650	-	-

Керівник

Головний бухгалтер

Стьопкіна Вікторія Миколаївна

Станішевська Тетяна Олександрівна

Додаток Д
Фінансова звітність ПрАТ «Укрграфіт» за 2021 рік

Таблиця Д.1

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2021 р.

Форма №1 Код за ДКУД 1801001

А К Т И В	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	1 929	2 560
первісна вартість	1001	3 997	5 773
накопичена амортизація	1002	2 068	3 213
Незавершені капітальні інвестиції	1005	485 811	379 647
Основні засоби	1010	971 668	1 609 358
первісна вартість	1011	1 502 372	2 214 505
знос	1012	530 704	605 147
Інвестиційна нерухомість	1015	266	260
первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	342	342
знос інвестиційної нерухомості	1017	76	82
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	-	-
накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	2	2
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	276	414
Відстрочені податкові активи	1045	7 946	76 894
Гудвил	1050	-	-
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	1 467 898	2 069 135
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	2 139 910	1 639 576
виробничі запаси	1101	880 801	547 565
незавершене виробництво	1102	1 115 514	925 782
готова продукція	1103	143 348	165 905
товари	1104	247	324
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Депозити переобстрахування	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	167 686	218 459
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	73 674	40 710
з бюджетом	1135	43 730	75 813
у тому числі з податку на прибуток	1136	636	636
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	251	131
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	14 851	10 377
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	728 889	335 691
готівки	1166	3	5
рахунки в банках	1167	728 883	335 670
Витрати майбутніх періодів	1170	212	279
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	-	-
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	-	-
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	-	-
резервах незароблених премій	1183	-	-

Продовження додатку Д

Продовж.табл. Д.1

інших страхових резервах	1184	-	-
Інші оборотні активи	1190	1 484	9 415
Усього за розділом II	1195	3 170 687	2 330 451
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	4 638 585	4 399 586

Пасив	Код роз'яс	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	233 950	233 950
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-
Капітал у дооцінках	1405	57 471	-
Додатковий капітал	1410	60 511	60 510
емісійний дохід	1411	60 509	60 509
накопичені курсові різниці	1412	-	-
Резервний капітал	1415	58 524	-
Неперодолений прибуток (непокритий збиток)	1420	3 763 194	3 527 125
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Видучений капітал	1430	(-)	(-)
Інші резерви	1435	-	-
Усього за розділом I	1495	4 173 659	3 821 594
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	106	517
Довгострокові забезпечення	1520	281 383	341 454
довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	281 383	341 454
Цільове фінансування	1525	-	-
благодійна допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:	1531	-	-
резерв довгострокових зобов'язань		-	-
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-
інші страхові резерви	1534	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-
Призовний фонд	1540	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1545	-	-
Усього за розділом II	1595	281 489	341 971
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Векселі видані	1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	289	639
товари, роботи, послуги	1615	33 546	83 723
розрахунками з бюджетом	1620	5 692	6 898
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	4 908	6 450
розрахунками з оплати праці	1630	20 567	27 018
Поточна кредиторська заборгованість за одержанням авансів	1635	52 449	35 510
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	64 868	74 691
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	1 118	1 092
Усього за розділом III	1695	183 437	236 021
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	-	-
Баланс	1900	4 638 585	4 399 586

Керівник

КУПРИНА Ірина

Головний бухгалтер

ЧЕПУРНА Наталія

1 Кодифікатор адміністративно-територіальної одиниці та території територіальних громад.

2 Визначається в порядку, затвердженому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Продовження додатку Д

Таблиця Д.2

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

за Рік 2021 р-

Форма № 2 Код за ДКУД 1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	2 638 480	1 651 622
Чисті зароблені страхові премії	2010	-	-
премії підписані, валова сума	2011	-	-
премії, передані у перестраховання	2012	-	-
зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	-	-
зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(2 633 652)	(1 650 455)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-
Валовий:			
прибуток	2090	4 828	1 167
збиток	2095	(-)	(-)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	-	-
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	-	-
зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	-	-
зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	-	-
Інші операційні доходи	2120	24 294	175 107
у тому числі:	2121	-	-
дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	-	-
дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	-	-
Адміністративні витрати	2130	(180 131)	(142 509)
Витрати на збут	2150	(132 781)	(105 178)
Інші операційні витрати	2180	(70 361)	(32 188)
у тому числі:	2181	-	-
витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	-	-
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	-	-
збиток	2195	(354 151)	(103 601)
Дохід від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	2 528	1 949
Інші доходи	2240	1 384	548
у тому числі:	2241	-	-
дохід від благодійної допомоги			
Фінансові витрати	2250	(32 467)	(49 840)
Втрати від участі в капіталі	2255	(-)	(-)
Інші витрати	2270	(3 756)	(25 109)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	-	-

Продовження додатку Д

Продовж.табл.Д.2

Продовження додатка 2

Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	-	-
збиток	2295	(386 462)	(176 053)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	68 948	31 596
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	-	-
збиток	2355	(317 514)	(144 457)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	(34 551)	(42 930)
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	(34 551)	(42 930)
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	(34 551)	(42 930)
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	(352 065)	(187 387)

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	1 952 778	1 126 577
Витрати на оплату праці	2505	534 983	418 566
Відрахування на соціальні заходи	2510	140 352	112 683
Амортизація	2515	77 692	76 377
Інші операційні витрати	2520	275 120	369 513
Разом	2550	2 980 925	2 103 716

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	69838500	69838500
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	69838500	69838500
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	(4,54640)	(2,06844)
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	(4,54640)	(2,06844)
Дивіденди на одну просту акцію	2650	-	-

Керівник

Головний бухгалтер



КУПІНА Ірина

ЧЕПУРНА Наталія

Додаток Е
Фінансова звітність ПрАТ «Укрграфіт» за 2022 рік

Таблиця Е.1

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

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

Форма №1 Код за ДКУД 1801001

А К Т И В	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
І	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	2 560	1 771
первісна вартість	1001	5 773	5 026
накопичена амортизація	1002	3 213	3 255
Незавершені капітальні інвестиції	1005	379 647	359 106
Основні засоби	1010	1 609 358	1 556 358
первісна вартість	1011	2 214 505	2 263 834
знос	1012	605 147	707 476
Інвестиційна нерухомість	1015	260	255
первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	342	342
знос інвестиційної нерухомості	1017	82	87
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	-	-
накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	2	2
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	414	405
Відстрочені податкові активи	1045	76 894	-
Гудвіл	1050	-	-
Відстрочені аквізиторські витрати	1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	2 069 135	1 917 897
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	1 639 537	1 494 514
виробничі запаси	1101	547 526	421 474
незавершене виробництво	1102	925 782	873 705
готова продукція	1103	165 905	198 770
товари	1104	324	565
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Депозити перестраховування	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	218 459	497 094
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	40 710	11 747
з бюджетом	1135	75 813	28 320
у тому числі з податку на прибуток	1136	636	636
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	131	50
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	10 377	324
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	335 691	419 539
готівка	1166	5	4
рахунки в банках	1167	335 670	419 535
Витрати майбутніх періодів	1170	279	108
Частка перестрахованих у страхових резервах у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	-	-
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	-	-
резервах незароблених премій	1183	-	-

Продовження додатку Е

Продовж.табл. Е.1

інших страхових резервах	1184	-	-
Інші оборотні активи	1190	9 428	4 709
Усього за розділом II	1195	2 330 425	2 456 405
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	4 399 560	4 374 302

Пасив	Код рисука	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пабовий) капітал	1400	233 959	233 959
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	60 510	60 510
емісійний дохід	1411	60 509	60 509
накопичені курсові різниці	1412	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	3 527 094	3 705 552
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Видучений капітал	1430	(-)	(-)
Інші резерви	1435	-	-
Усього за розділом I	1495	3 821 563	4 000 021
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	3 828
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	517	179
Довгострокові забезпечення	1520	341 454	230 151
довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	341 454	230 151
Цільове фінансування	1525	-	-
благодійна допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:	1531	-	-
резерв довгострокових зобов'язань			
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-
інші страхові резерви	1534	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-
Призовий фонд	1540	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1545	-	-
Усього за розділом II	1595	341 971	234 158
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Векселі видані	1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	639	220
товари, роботи, послуги	1615	83 723	75 370
розрахунками з бюджетом	1620	6 903	2 864
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	6 450	2 349
розрахунками з оплати праці	1630	27 018	9 393
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	35 510	1 164
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	74 691	48 347
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	1 092	416
Усього за розділом III	1695	236 026	140 123
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	-	-
Баланс	1900	4 399 560	4 374 302



КУПРИНА
ІРИНА
БЕЛІСІВНА
ЧЕПУРНА
НАТАЛІЯ
ВОЛОДИМ
ІРІВНА

КУПРИНА Ірина

ЧЕПУРНА Наталія

Кодифікатор адміністративно-територіальних одиниць та територій територіальних громад.

Визначено за роз'ясненням центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Продовження додатку Е

Таблиця Е.2

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за Рік 2022 р.

Форма № 2 Код за ДКУД 1801003

І. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	1 545 562	2 638 480
Чисті зароблені страхові премії	2010	-	-
премії підписані, валова сума	2011	-	-
премії, передані у перестраховування	2012	-	-
зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	-	-
зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(1 227 466)	(2 633 710)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-
Валовий:			
прибуток	2090	318 096	4 770
збиток	2095	(-)	(-)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	-	-
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	-	-
зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	-	-
зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	-	-
Інші операційні доходи	2120	170 101	24 294
у тому числі:	2121	-	-
дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	-	-
дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	-	-
Адміністративні витрати	2130	(125 264)	(180 111)
Витрати на збут	2150	(48 749)	(132 781)
Інші операційні витрати	2180	(143 562)	(70 348)
у тому числі:	2181	-	-
витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	-	-
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	170 622	-
збиток	2195	(-)	(354 176)
Дохід від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	1 191	2 528
Інші доходи	2240	76	1 384
у тому числі:	2241	-	-
дохід від благодійної допомоги			
Фінансові витрати	2250	(38 471)	(32 467)
Витрати від участі в капіталі	2255	(-)	(-)
Інші витрати	2270	(111)	(3 756)
Прибуток (збиток) від впливу різниці на монетарні статті	2275	-	-

Продовження додатку Е

Продовж.табл.Е.2

Продовження додатка 2

Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	133 307	-
збиток	2295	(-)	(386 487)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(80 723)	68 948
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	52 584	-
збиток	2355	(-)	(317 539)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	125 874	(34 551)
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	125 874	(34 551)
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	125 874	(34 551)
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	178 458	(352 090)

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	931 264	1 952 778
Витрати на оплату праці	2505	292 108	534 983
Відрахування на соціальні заходи	2510	92 839	140 352
Амортизація	2515	105 644	77 692
Інші операційні витрати	2520	86 931	275 120
Разом	2550	1 508 786	2 980 925

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	69838500	69838500
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	69838500	69838500
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0,75294	(4,54676)
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0,75294	(4,54676)
Дивіденди на одну просту акцію	2650	-	-

Керівник

Головний бухгалтер



КУПРІНА
ІРИНА
БОРИСІВНА
ЧЕПУРНА
НАТАЛІЯ
ВОЛОДИМ
ІРІВНА

КУПРІНА Ірина

ЧЕПУРНА Наталія