

Хмельницький національний університет
Факультет економіки і управління
Кафедра економіки, аналітики, моделювання
та інформаційних технологій в бізнесі

ДИПЛОМНА РОБОТА

магістр

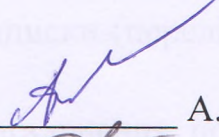
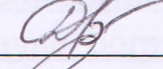
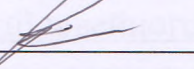
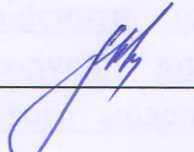
«Економетричне моделювання оцінювання обсягу реалізованої продукції
швейного підприємства (на прикладі ПрАТ «ГОРИНЬ» (м. Славута))»

Галузь знань 05 Соціальні і поведінкові науки

Спеціальність 051 Економіка

Освітня програма Економічна кібернетика

Шифр ДРЕК.23200.01.08.ПЗ

Виконав: студент II курсу група ЕКМ-23-1  А. С. Шеремета
Сервітник:  О. В. Проскурович
Нормоконтролер:  О. В. Пилипак
До захисту допускаю:
ав. кафедри ЕАМ та ІТБ  П. М. Григоруку
14 12 2024 р.

Хмельницький, 2024

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет: економіки і управління

Кафедра: економіки, аналітики, моделювання та інформаційних технологій в бізнесі

Освітній рівень: «магістр»

Галузь знань: 05 «Соціальні і поведінкові науки»

Спеціальність: 051 «Економіка»

Освітня програма: Економічна кібернетика

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри ЕАМ та ІТБ

П.М. Григорук

« 2 » _____ 2024 року

З А В Д А Н Н Я НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ Шереметі А. С.

1. Тема роботи: «Економетричне моделювання оцінювання обсягу реалізованої продукції швейного підприємства (на прикладі ПрАТ «ГОРИНЬ» (м. Славути))»

керівник роботи: Проскурович О. В. к.е.н., доцент, доцент кафедри ЕАМ та ІТБ,
підтверджені наказом вищого навчального закладу від 12.08.2024 р. № 104-кп дод.
15

2. Строк подання студентом роботи 23.12.2024 р.

3. Вихідні дані до роботи: наукова та навчально-методична література,
науковий видання, нормативні та законодавчі акти, статистичні дані, звітність підприємства.

4. зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): У дипломній роботі слід:

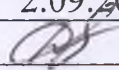
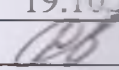
- у першому розділі слід провести узагальнення поглядів вітчизняних та зарубіжних вчених та провести теоретичне обґрунтування підходів щодо моделювання обсягу реалізованої продукції швейного підприємства;

- у другому розділі варто проаналізувати господарську діяльність швейного підприємства - ПрАТ «ГОРИНЬ» (м. Славути);

- у третьому розділі необхідно здійснити моделювання та подальше вдосконалення обсягу реалізованої продукції швейного підприємства за допомогою економетричного та трендового моделювання із застосуванням інформаційних технологій.

5. Перелік графічного матеріалу: таблиця теоретичних підходів щодо визначення обсягів реалізованої продукції, таблиця основних техніко-економічних показників швейного підприємства, вихідні дані та результати моделювання і прогнозування обсягів реалізованої продукції швейного підприємства.

6. Консультанти розділів проекту (роботи)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
II	Проскурович О.В.	2.09.2024	19.10.2024
			

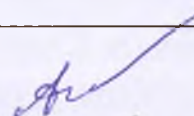
7. Дата видачі завдання: 2.09.2024

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

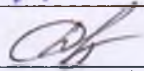
№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Підпис
1	написання I-го розділу ДР	21.10. - 8.11.24	
2	написання II-го розділу ДР	11.11. - 15.11.24	
3	написання III-го розділу ДР	18.11. - 29.11.24	
4	оформлення чорнового варіанту ДР (написання вступу, висновків, переліку посилань, додатків)	2.12. - 06.12.24	
5	оформлення графічної частини ДР	07.12. - 08.12.24	
6	чистове оформлення ДР	09.12. - 11.12.24	
7	зовнішнє рецензування ДР	12.12. - 13.12.24	
8	підготовка до захисту ДР (проведення попереднього захисту)	14.12. - 16.12.24	
9	захист дипломної роботи	17.12. - 18.12.24	

Студент

Керівник роботи



 (підпис)



 (підпис)

А. С. Ш

О. В. Прос

РЕФЕРАТ

Тема дипломної роботи: Економетричне моделювання оцінювання обсягу реалізованої продукції швейного підприємства (на прикладі ПрАТ «ГОРИНЬ» (м. Славута))

Прізвище та ініціали автора: Шеремета А. С.

Керівник роботи: Проскурович О. В.

Дипломна робота магістра викладена на 98 сторінках. Вона містить 28 таблиць, 34 рисунки, перелік джерел посилань з 38 найменувань та 2 додатки.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: РЕАЛІЗАЦІЯ, ОБСЯГ РЕАЛІЗОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ, ШВЕЙНЕ ПІДПРИЄМСТВО, МОДЕЛЮВАННЯ, ПРОГНОЗУВАННЯ, ЛІНІЙНА РЕГРЕСІЯ, ТРЕНДОВА ЗАЛЕЖНІСТЬ.

Об'єктом дослідження виступає обсяг реалізованої продукції швейного підприємства. Предметом дослідження є економіко-математичні моделі моделювання та прогнозування обсягу реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ».

Метою дипломного дослідження є опрацювання наукових підходів, моделювання та прогнозування обсягу реалізованої продукції швейного підприємства засобами економіко-математичного моделювання.

За результатами дипломної роботи проведено теоретичне дослідження, опрацювання та здійснено моделювання та прогнозування обсягу реалізованої продукції швейного підприємства.

Співнявши в процесі дипломного дослідження результати можна використовувати для оцінки та підвищення обсягу реалізованої продукції. Зайняті в роботі моделі можуть бути адаптовані до умов функціонування підприємства швейного підприємства.

Дата подання роботи до захисту 17.12.2024

ЗМІСТ

	С.
Вступ.....	6
1 Теоретичні засади формування обсягу реалізованої продукції на ринку робочого одягу в Україні	9
1.1 Загальні підходи до трактування категорії «реалізована продукція».....	9
1.2 Оцінка стану вітчизняного ринку одягу спеціального призначення	10
2 Аналіз господарської діяльності ПрАТ «ГОРИНЬ»	24
2.1 Загальна характеристика діяльності акціонерного товариства...	28
2.2 Аналіз основних техніко-економічних показників роботи товариства	28
2.3 Аналіз обсягів випуску та реалізації продукції акціонерного товариства	50
3 Моделювання обсягу реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ»	60
Кореляційно-регресійний аналіз обсягу реалізованої продукції акціонерного товариства	60
Прогнозування обсягу реалізованої продукції акціонерного товариства	74
Висновки.....	89
Перелік джерел посилання.....	93
Додаток А Баланс ПрАТ «ГОРИНЬ» з 2018 р. по 2023 р.....	97
Додаток Б Звіт про фінансові результати ПрАТ «ГОРИНЬ» з 2018 р. по 2023 р.....	98

ВСТУП

Визначальним фактором покращення розвитку національної економіки є ефективне функціонування виробничо-збутового процесу. Одним із його напрямків є збалансованість щодо пошиття та реалізації спецодягу. При цьому, слід відмітити, що будь-які робітничі спеціальності потребують безпечних умов праці, які забезпечуються наявністю спецодягу. Це викликано потребою у захисті працівників від впливу пилу, олів, розчинників та інших шкідливих факторів. Спецодяг виготовляється з урахуванням особливостей трудового процесу, а тому для різних видів діяльності його шиють окремо. Пошиття спецодягу дозволяє: забезпечити захист здоров'я співробітників компанії, дотримуватись вимог з техніки безпеки, підтримувати позитивний імідж компанії, виділятися на ринку і покращувати конкурентоспроможність.

ПрАТ «ГОРИНЬ» виготовляє спецодяг під різні потреби вже понад 75 років. Вона співпрацює лише з перевіреними постачальниками тканини та фурнітури. Крім того, фахівці компанії постійно розробляють нові моделі одягу, яка б якомога точніше відповідала вимогам робочого процесу окремо взятого суб'єкта підприємництва. Покращена технологія пошиття спецодягу дозволяє надавати гарантію якості на всі вироби, які виробляє ПрАТ «ГОРИНЬ». Одночасно фірма займається брендуванням спецодягу за допомогою друку та вишивки. Логотип, нанесений на робочий одяг персоналу, підвищує впізнаванність бренда та суб'єкта підприємництва загалом, що значно приваблює нових клієнтів і зміцнює довіру вже наявних [21].

Успішний розвиток виробничо-збутового процесу щодо пошиття спецодягу забезпечує створення нових робочих місць та сприяє розвитку соціально-економічних процесів у суспільстві. Проте, умови військової агресії дещо змінили спрямованість і результативність, логістичну інфраструктуру та сферу застосування виробничих підприємств з пошиття спецодягу. Проблемними питаннями залишаються забезпеченість персоналом, посилення

ризиків, що пов'язані з переміщенням населення та руйнування інфраструктури, зменшенням попиту та зниженням платоспроможності замовників спецодягу.

Тому актуальними питаннями сьогодення є процеси переорієнтації виробничого процесу до потреб ринку. Зокрема, менеджерам ПрАТ «ГОРИНЬ» слід замислитись над випуском фірмового одягу для сфери обслуговування та харчування (готелів, кафе, ресторанів, торговельних точок, транспорту і туризму), для охоронних підприємств та медичних закладів. Поряд з літнім та зимовим спецодягом рекомендуємо випускати демісезонний і утеплений, що дозволить розширити асортимент акціонерного товариства та покращить його фінансовий стан.

Мета дипломного дослідження полягає у визначенні, оцінці та аналізі, економіко-математичному моделюванні та подальшому прогнозуванні виробничо-збутової діяльності виробничого підприємства з пошиття спецодягу.

Об'єктом дослідження виступають процеси виробничо-збутової діяльності через обсяг реалізованої продукції вітчизняного швейного підприємства.

Предметом дослідження є економіко-математичні моделі зростання обсягу реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ» (м. Славута).

Мета, об'єкт і предмет кваліфікаційної роботи визначили провідні напрямки дослідження і тим самим зумовили відповідну її структуру. В якості вихідних даних використовувалась інформація фінансової, статистичної та оперативної звітності ПрАТ «ГОРИНЬ» з 2018 р. по 2023 р. [10 - 12].

Для досягнення визначеної мети, у дипломній роботі, вирішено такі завдання:

- 1) дослідження сутності економічної категорії «реалізована продукція»;
- 2) оцінка тенденцій розвитку вітчизняних суб'єктів підприємництва з пошиття спецодягу;
- 3) аналіз основних техніко-економічних показників діяльності ПрАТ «ГОРИНЬ»;
- 4) моніторинг стану та динаміки обсягу випуску та реалізації продукції швейного підприємства;

5) застосування кореляційно-регресійного аналізу зміни обсягу реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ»;

6) прогнозування обсягу реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ»;

7) узагальнення отриманих результатів щодо зростання обсягів реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ».

Оцінка, аналіз, моделювання та прогнозування обсягу реалізованої продукції виробничого підприємства з пошиття спецодягу забезпечують покращення рівня його конкурентоспроможності на вітчизняному і міжнародному рівнях.

1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ОБСЯГУ РЕАЛІЗОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА РИНКУ РОБОЧОГО ОДЯГУ В УКРАЇНІ

1.1 Загальні підходи до трактування категорії «реалізована продукція»

Результатом виробничо-збутової діяльності будь-якого суб'єкта підприємництва та швейного підприємства зокрема є реалізація продукції. Успішне її нарощування забезпечує подальше відновлення виробничого підприємства, отримання коштів за виготовлену та відвантажену споживачам продукцію і отримання позитивного фінансового результату. Тому, дослідження підходів щодо трактування категорії «реалізована продукція» має вагомe значення для покращення результату діяльності економічного суб'єкта. У таблиці 1.1 узагальнено основні тлумачення цієї категорії.

Таблиця 1.1 – Трактування економічної категорії «реалізація продукції (робіт чи послуг)»

Автор, джерело	Трактування
Стандарт бухгалтерського обліку 15 «Дохід», п. 8 [23]	«господарча операція суб'єкта підприємницької діяльності, що передбачає передачу права власності на продукцію (роботи, послуги) іншому суб'єкту підприємницької діяльності в обмін на еквівалентну суму коштів або боргових зобов'язань»
Е. С. Хендріксен і М. Ф. Ван Бреда [16]	«відображення доходу у вигляді грошей або інших активів, що формується в результаті обміну або відвантаження товару (послуги)»
Р. Ентоні та Дж. Ріс [16]	«розмір доходу, який отримано від продажу товару (роботи чи послуги)»
Л. Бернстайн [16]	«процес перетворення виробничих прав і ресурсів у грошове вираження, який формується при визначенні обсягів продажу активів суб'єктів підприємництва в процесі їх оплати (передоплати)»
П.А. Лайко та Ю.І. Ляшенко [19]	«кінцева стадія кругообігу коштів господарюючого суб'єкта, у вигляді результату виробничо-збутового процесу й відправлення продукції споживачеві»
Н. Бабченко [4]	«тривалий процес щодо здійснення збуту і продажу продукції (товарів та послуг)»
О. Бірюкова [16]	«процес відчуження активів суб'єкта підприємництва шляхом продажу для їх подальшого відтворення, отримання прибутку та задоволення різноманітних його потреб»
П.Л. Сук [35]	«завершальна стадія кругообігу засобів виробництва, яка формує передумови для нового кругообігу шляхом передачі або продажу готової продукції, (виконаних робіт, наданих послуг) споживачам, одержання оплати за них та отримання фінансового результату виробничо-збутової діяльності»

Залежно від прийнятої системи оподаткування, у практиці вітчизняних суб'єктів підприємництва, застосовуються такі методи визнання моменту реалізації товарів (робіт, послуг) [23]:

- 1) за методом нарахування – коли продукцію відвантажено (доставлено) споживачеві і тим самим відбулася передача права власності на цю продукцію;
- 2) касовий метод – якщо за відвантаженою продукцію отримано кошти і вони зараховані на рахунок постачальника.

Отже, процес реалізації продукції завжди передбачає зміну форми власності, який полягає у триманні коштів за відвантаженою продукцію. Під процесом реалізації будемо розуміти процес купівлі-продажу або поставки продукції споживачеві, що супроводжується отриманням доходу. Згідно п. 137.1 Податкового кодексу України дохід від реалізації товарів визнається за датою переходу до покупця права власності на такий товар в межах договору купівлі-продажу. В свою чергу, дохід від надання послуг та виконання робіт визнається за датою складання акту або іншого документа, оформленого відповідно до вимог чинного законодавства, який підтверджує виконання робіт або надання послуг. Зазначений дохід після сплати податку на додану вартість, для певних товарів і акцизного збору формує обсяг реалізованої продукції суб'єкта підприємництва.

1.2 Оцінка стану вітчизняного ринку одягу спеціального призначення

В умовах сьогодення багато керівників, які піклуються про імідж та безпеку своїх працівників, підкреслюючи свій фірмовий стиль намагаються створювати умови щоб їх підлеглі виглядали елегантно. Це поживає попит на вітчизняному ринку одягу спеціального призначення.

За оцінками експертів [18]:

1) за останні декілька роки в Україні потреба у робочому одязі з кожним роком збільшується приблизно на 10-12 %;

2) динамізм зростання попиту на спецодяг приваблює нових виробників та операторів ринку (щорічно більше десятка). Загалом у 2021 р. налічується 508 компаній з виробництва спецодягу;

3) сьогодні зростає не тільки попит на спецодяг, а й вимоги замовників щодо його якості. При виборі робочого одягу замовники звертають увагу не лише на ціну виробу але і на якість, яка в більшій мірі стає визначальною.

У світі досить швидкими темпами функціонує ринок професійного одягу в країнах Бенілюксу, Німеччині, Франції, Великій Британії та скандинавських державах. У Європі найбільш широко професійний одяг використовується у готельному бізнесі, системі громадського харчування, дорожній службі та роздрібній торгівлі. За останні десять років сукупні обсяги замовлень уніформи в Європі зросли з 155 млн. виробів до 170 млн швейних виробів (що відповідало обороту близько 3 млрд. євро). Місткість вітчизняного ринку спецодягу значно нижча. Аналітики оцінюють його в 1,3-1,4 млн комплектів, що в грошовому вимірі становить близько 15,5 - 16 млн євро [2 - 3].

За західними мірками професійний одяг класифікується за такими ознаками – захисний, робочий, професійний повсякденний, діловий та уніформа.

В Україні діє трошки інша градація [8]:

1) спеціальний одяг, виготовлений у суворій відповідності з існуючими стандартами та призначений для людей, які працюють у небезпечних чи специфічних умовах (для шахтарів, медиків);

2) робочий одяг, який використовується для забезпечення захисту працівника від загальних забруднень;

3) формений одяг, призначений для силових, льотно-повітряних та охоронних структур;

4) корпоративний, який створює імідж компанії у сфері послуг, закладах громадського харчування, роздрібною торгівлі, туризмі, готелях, медичних установах.

В структурі асортименту спецодягу також вирізняють робочий одяг, як захисний комплект, що складається із засобів захисту [7]:

- 1) рук (рукавиці будівельні, гумові, робочі, краги тощо);
- 2) ніг – робочого взуття (чоботи, черевики, черевики, валянки);
- 3) голови (навушники шумозахисні, шолом, маска, каска з щитком, каска звичайна, напівмаска, підшоломник, шапка зимова, кашкет, чеpecь, головні убори для роботи);
- 4) очей (різного роду окуляри), органів дихання (комплекс захисту органів дихання, респіратор, протигаз тощо).

На вітчизняному ринку найбільш широко представлений робочий одяг, який спеціалісти класифікують таким чином: традиційний, одяг середнього класу (так званий, «євроодяг») та елітна продукція. Охарактеризуємо кожен з них [7, 9]:

1) сегмент ринку традиційного («чорного») робочого одягу формується за рахунок дешевого одягу, до якості якого не висуваються особливі вимоги. Низька ціна є основним фактором, що визначає вибір подібної продукції. Частка ринку, яку займає традиційний робочий одяг, становить трохи більше 50 %.

2) сегмент ринку робочого одягу середнього класу або «євроодягу» відрізняється від традиційного: кращою якістю тканини, фурнітури та пошиття; вищою ціною; ліпше відповідає характеру виконуваних робіт, а також несе в собі певний елемент корпоративного стилю (символіка або логотип підприємства, фірмові кольори компанії) тощо. Він допомагає у формуванні позитивного іміджу компанії та є додатковим інструментом в маркетингу та перевагою у конкурентній боротьбі. Частка ринку, який займає спецодяг середнього класу становить близько 30 – 40 %;

3) елітний робочий одяг являє собою високоякісну уніформу, що розробляється для кожного замовника індивідуально. В процесі його конструювання враховуються усі індивідуальні вимоги замовника та застосовуються не типові дизайнерські рішення. Він формує «модні тенденції»

на ринку спецодягу. Через його значну вартість, високі вимоги до якості тканин і обладнання частка елітного спецодягу становить не більше 10 %.

Виготовлення робочого одягу здійснюється як правило великими партіями. Це зумовлює низку особливостей у просуванні товарів на ринку. Зокрема, у розвинених країнах Європи та Америки реалізацією спецодягу кінцевому споживачеві займаються гуртові організації, які викупувають у виробника усю повністю партію готової продукції. Відмінною особливістю вітчизняного ринку спецодягу є відсутність у ланцюжку продажу посередницької ланки: переважна більшість робочого одягу реалізується за методом прямих продажів.

Сьогодні на українському ринку робочого одягу пропозиція значно перевищує попит. Це досить посилює конкурентну боротьбу між його виробниками. За оцінками фахівців зі сфери виробництва, зниження ціни не завжди є дієвим у конкурентній боротьбі. До основних конкурентних переваг вітчизняних компаній на ринку робочого одягу відносять стабільну якість продукції, здатність оперативно виконати будь-яке замовлення клієнта, запропонувати повне екіпірування (починаючи від одягу та взуття та закінчуючи засобами індивідуального захисту) та наявність гнучкої системи знижок на продукцію.

Позитивним моментом у діяльності вітчизняних компаній на ринку спецодягу є його широкий асортимент. Сучасні реалії показують, що українські виробники спецодягу намагаються пропонувати споживачам як продукцію «на всі випадки життя» так і товари різних цінових категорій (від найдешевших до елітних виробів).

В асортименті практично будь-якого суб'єкта підприємництва є [7]:

1) робочий одяг для літнього, зимового та демісезонного періодів, що забезпечує захист від загальновиробничих забруднень. Це робочі костюми, бавовняні комбінезони, сорочки, фартухи, камуфльовані костюми, робочі халати, утеплені куртки, ватяні штани, ватники тощо. Сюди можна віднести і

робочий одяг, виготовлений за євростандартом: напівкомбінезони, костюми (поєднання напівкомбінезону, куртки і бейсболки), утеплені костюми тощо;

2) спецодяг для захисту від впливу агресивних середовищ: кислотостійкий, бензо-, маслостійкий, грязевідштовхувальний і тому подібний;

3) сигнальний асортимент, що забезпечує безпеку при роботі поблизу об'єктів, що рухаються і на автомагістралях: жилети, костюми для працівників дорожніх ремонтних служб і так далі.

Деякі компанії, поряд із робочим одягом, пропонують споживачам робоче взуття та засоби індивідуального захисту.

Для виготовлення робочого одягу використовуються як вітчизняні так і імпорتنі тканини. Однак, переважна більшість робочого одягу сьогодні виготовляється з імпортних тканин. Частка спецодягу, пошитого з продукції українських виробників, становить лише 10 – 15 %. Решта одягу виготовляється з тканин, завезених з Китаю, Польщі, Кореї, Гонконгу, країн Середньої Азії [1].

На сучасних виробництвах при пошитті спецодягу використовуються суміші (бавовна та поліефір, бавовна та поліестер) з підвищеною міцністю, стійкістю до розриву та стирання, «Ортон», «Грета», «Оксфорд», «Дюспо», високоякісні бавовняні тканини нового покоління із високими показниками гігроскопічності та іншими корисними властивостями.

Отже, одяг спеціального призначення розробляється певним чином для кожного виробництва, з урахуванням спеціальних вимог його діяльності, необхідний для захисту працівників від шкідливих умов та впливів зовнішнього середовища. Конкретний вид спецодягу забезпечує необхідні для роботи характеристики залежно від виду діяльності працівників: зручність, функціональність та практичність. До головних факторів, які впливають та формують якість готових виробів спеціального призначення відносять: якісні матеріали та фурнітура, високотехнологічний процес і відповідні чинні нормативні документи.

Споживчими властивостями виробів спеціального призначення виступають: функціональність, безпека, гігієнічність, комфортність та

експлуатаційні властивості. До того ж, спецодяг має забезпечувати необхідні гігієнічні умови під час роботи, нормальну терморегуляцію організму, бути зручним, легким, не обмежувати рухи, добре очищатись від забруднення і пратися. Ці вимоги найбільш повно задовольняють бавовняні, вовняні і синтетичні тканини, льняні, шовкові, тканини з плівковим покриттям і такі, що просочені різними сполуками (водостійкі, водовідбиваючі, термостійкі, вогнестійкі, маслосафтозахисні, кислотостійкі тощо).

Вітчизняний та світовий ринок асортименту тканин для виготовлення спецодягу досить насичений і різноманітний, що дозволяє створювати одяг спеціального призначення із врахуванням вимог чинного законодавства, сучасних модних тенденцій та корпоративної етики.

Традиційно, вагомим сегментом переробної промисловості є виробництво одягу. Адже, ринок одягу стрімко зростає залежно від потреб населення. Окремою складовою у виробництві одягу є виробництво робочого одягу, що займається виробництвом спеціального одягу для працівників окремих професій.

Вітчизняний ринок одягу спеціального призначення стрімко відновлюється [20]. Підприємства, які спеціалізуються на виготовленні робочого одягу зорієнтовані в різних областях України: ТОВ «Спецодяг Поділля» (м. Вінниця), ТОВ «АВІА-Спецодяг» (м. Калинівка, Вінницька обл.), ВТК ТОВ «Антал» (м. Київ), ТОВ «Спецодяг плюс» (и. Біла Церква), ТОВ «Ніка-Текст Плюс» (м. Київ), ТОВ ВКФ (виробничо-комерційна фірма) «Спецодяг» (м. Київ), ТОВ «Торговий дім «Спецодяг» (м. Київ), компанія «Еліт Стиль» (м. Київ), Компанія BSAFE (м. Київ), ТОВ «Іона» (м. Львів), ТОВ «ВКП робочий одяг» (Харківська обл.), ТОВ «СМ спецодяг-Україна» (м. Харків), ПП «Професійний робочий одяг» (м. Луцьк), ПрАТ «Борислав-спецодяг» (Львівська обл.), ТОВ «Карпати спецодяг» (м. Розділ, Львівська обл.), ТзОВ ВТП «Мінг» (м. Рівне), ТОВ «Реал» (м. Калуш), компанія «Бреві», (м. Полтава), ТОВ «Долина спецодяг» (м. Долина, Івано-Франківська обл.), ТзОВ «Пелта» (м. Луцьк) ТОВ виробничо-торгівельна фірма «СПЕЦОДЯГ» (м. Тернопіль) та інші тощо. Вони виготовляють спецодяг різного асортименту [17, 24].

Одяг спеціального призначення розглядається нами не лише як уніформа, що ідентифікує вид діяльності та певну компанію. Він є одночасно і засобом індивідуального захисту працівників тих професій, що працюють в екстремальних умовах (медики, пожежники, будівельники, поліцейські та інші). Важливими чинниками, що формують якість та напрямки експлуатації робочого одягу за видами діяльності є споживні властивості матеріалів з яких виготовляють певний виріб та рівень технологічного процесу [32]. Виготовлення одягу спеціального призначення різного функціонального використання за передбаченими нормами і правилами забезпечить щоденний комфорт працівників в процесі його експлуатації, а в умовах підвищеної небезпеки – захист працівників на робочому місці від впливу шкідливих та небезпечних речовин, підвищених чи знижених температурних режимів навколишнього середовища [34]. Тому аналіз розвитку ринку спецодягу потребує поглибленого дослідження, є важливим і актуальним питанням.

Стрімкий розвиток ринку одягу та робочого одягу зокрема викликаний підвищеним попитом на його продукцію. Одяг виконує захисну і естетичну функції та допомагає кожній людині створювати власний образ та демонструвати соціальний статус у суспільстві. Одночасно, ринок одягу є вигідною сферою вкладання капіталу, залучає велику кількість культур, тенденцій, людських та матеріальних ресурсів.

Для сучасного рівня розвитку світового ринку одягу властивими є: скорочення життєвого циклу товарів, прискорення частоти оновлення асортименту, посилення конкуренції за споживача. Потреба у вирішенні екологічних та етичних проблем, зміна моди, смаків і вподобань споживачів зумовлюють зростання обсягів виробництва різноманітних видів якісного одягу для різних цінових сегментів ринку. Не залишився осторонь і вітчизняний ринок одягу, на якому протягом останніх років спостерігаються значні коливання.

Розвиток вітчизняного ринку виробництва одягу характеризує зміна кількості суб'єктів підприємництва з 2010 р. по 2022 р. (таблиця 1.2) [24].

Таблиця 1.2 – Зміна кількості діючих суб'єктів підприємництва

Вид діяльності	Роки	Кількість діючих суб'єктів господарювання		
		усього, одиниць	з них ФОП, одиниць	у % до загального показника суб'єктів господарювання відповідного виду діяльності
текстильне виробництво, виробництво одягу, шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів загалом:	2010	20779	17418	83,8
	2011	15199	11984	78,8
	2012	13824	10900	78,8
	2013	14332	11143	77,7
	2014	16735	13966	83,5
	2015	16962	14197	83,7
	2016	16264	13923	85,6
	2017	16176	13658	84,4
	2018	16602	13930	83,9
	2019	16864	14106	83,6
	2020	15764	12959	82,2
	2021	14623	11757	80,4
	2022	13085	11043	84,4
виробництво інших текстильних виробів технічного та промислового призначення	2010	147	90	61,2
	2011	97	62	63,9
	2012	84	53	63,1
	2013	83	54	65,1
	2014	91	62	68,1
	2015	98	66	67,3
	2016	153	126	82,4
	2017	144	113	78,5
	2018	131	95	72,5
	2019	137	90	65,7
	2020	129	82	63,6
	2021	131	78	59,5
	2022	113	76	67,3
виробництво робочого одягу	2010	1175	728	62,0
	2011	951	500	52,6
	2012	887	462	52,1
	2013	957	474	49,5
	2014	1041	608	58,4
	2015	1068	614	57,5
	2016	1032	604	58,5
	2017	1052	584	55,5
	2018	1127	640	56,8
	2019	1170	675	57,7
	2020	1193	684	57,3
	2021	1135	627	55,2
	2022	974	608	62,4

За даними таблиці 1.2 видно, що кількість підприємств виробництва одягу загалом, впродовж досліджуваного періоду, у відсотках до загального показника суб'єктів господарювання відповідного виду діяльності становила близько 80 %, а частка виробництва робочого одягу коливалася від 50 % до 62 %. В свою чергу

частка виробництва інших текстильних виробів технічного та промислового призначення знаходилась в межах від 60 % до 82 %.

Динаміка кількості суб'єктів підприємництва подана у таблиці 1.3 [24].

Таблиця 1.3 – Темпи приросту кількості діючих суб'єктів підприємництва

Вид діяльності	Роки	Кількість діючих суб'єктів господарювання, одиниць	Темпи приросту, %
текстильне виробництво, виробництво одягу, шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів загалом:	2010	20779	-
	2011	15199	- 26,85
	2012	13824	- 9,05
	2013	14332	3,67
	2014	16735	16,77
	2015	16962	1,36
	2016	16264	- 4,12
	2017	16176	- 0,54
	2018	16602	2,63
	2019	16864	1,58
	2020	15764	- 6,52
	2021	14623	- 7,24
	2022	13085	- 10,52
виробництво інших текстильних виробів технічного та промислового призначення	2010	147	-
	2011	97	- 34,01
	2012	84	- 13,40
	2013	83	- 1,19
	2014	91	9,64
	2015	98	7,69
	2016	153	56,12
	2017	144	- 5,88
	2018	131	- 9,03
	2019	137	4,58
	2020	129	- 5,84
	2021	131	1,55
	2022	113	- 13,74
виробництво робочого одягу	2010	1175	-
	2011	951	- 19,06
	2012	887	- 6,73
	2013	957	7,89
	2014	1041	8,78
	2015	1068	2,59
	2016	1032	- 3,37
	2017	1052	1,94
	2018	1127	7,13
	2019	1170	3,82
	2020	1193	1,97
	2021	1135	- 4,86
	2022	974	- 14,19

За даними таблиці 1.3 прослідковується тенденція до переважного скорочення числа суб'єктів підприємництва, що займають виробництвом одягу у 2011 р. та 2012 р., 2016 р. та 2017 р., з 2020 р. по 2022 р. Найбільше скорочення відбулося у 2011 р. на 26,85 % та у 2022 р. на 10,52 %. Останнє скорочення кількості підприємств викликане повномасштабним вторгненням РФ і масовим закриттям підприємств на Сході України.

Більш оптимістична картина спостерігається щодо кількості суб'єктів підприємництва з виробництва робочого одягу. Зокрема, у 2011 р. та 2012 р. відбувається скорочення кількості підприємств на 19,06 % та 6,73 % відповідно, у 2016 р. на 3,37 % та у два останніх роки на 4,86 % та 14,19 % відповідно. Позитивним є зростання кількості підприємств, що займаються виробництвом робочого одягу у 2018 р. на 7,13 %, у 2013 р. на 7,89 % та у 2014 р. на 8,78 %. Достатньо гарна картина спостерігається, щодо зростання кількості суб'єктів підприємництва, які займаються виробництвом інших текстильних виробів та технічного та промислового призначення у 2016 р. на 56,12 %, у 2014 р. та 2015 р. на 9,64 % та 7,69 % відповідно.

Проаналізуємо число підприємств, що займається виробництвом робочого одягу в територіальному розрізі за даними таблиці 1.4 [24].

Таблиця 1.4 - Кількість діючих підприємств за видами економічної діяльності (виробництво робочого одягу, код за КВЕД–2010 – 14.12)

Регіон	Роки							
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Україна	433	454	428	468	487	495	509	508
Вінницька область	16	17	18	19	19	18	18	17
Волинська область	14	13	13	13	11	12	13	13
Дніпропетровська область	18	18	17	22	29	25	25	32
Донецька область	16	18	22	16	18	17	22	19
Житомирська область	12	14	14	15	15	12	11	11
Закарпатська область	8	7	8	11	9	9	10	7
Запорізька область	19	23	25	27	27	26	21	20
Івано - Франківська область	17	22	19	20	23	23	23	29
Київська область	22	25	23	24	23	22	23	26
Кіровоградська область	9	10	8	8	10	10	9	7
Луганська область	4	5	7	5	2	3	3	2
Львівська область	43	42	41	48	50	55	53	49
Миколаївська область	11	11	11	11	12	13	12	11

Продовження таблиці 1.4

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Одеська область	16	17	12	13	17	16	15	15
Полтавська область	22	21	18	20	20	19	17	20
Рівненська область	14	13	13	13	13	13	17	17
Сумська область	8	8	8	9	11	12	12	14
Тернопільська область	16	14	11	12	14	13	9	10
Харківська область	22	23	23	25	23	25	28	29
Херсонська область	4	4	4	4	6	7	8	6
Хмельницька область	10	11	8	10	11	11	12	11
Черкаська область	18	17	15	17	17	16	21	23
Чернівецька область	4	4	4	4	3	3	3	3
Чернігівська область	14	14	14	14	17	17	19	21
м. Київ	76	83	72	88	87	98	105	96

Отже, за даними таблиці 1.4 видно, що у 2021 р. в Україні налічується 508 компаній, що займається виробництвом робочого одягу. Позитивним є зростання їх числа протягом досліджуваного періоду. Найбільше підприємств (49 одиниць) знаходиться у Львівській області та у м. Київ (96 одиниць). Лише два підприємства було у Луганській області і три підприємства у Чернівецькій області. У Хмельницькій області налічується 11 підприємств, число яких майже не змінювалося протягом останніх років.

Динаміка кількості підприємств з пошиття спецодягу з 2014 р. по 2021 р. подана у таблиці 1.5 [24].

Таблиця 1.5 – Динаміка кількості підприємств виробництва робочого одягу

Регіон	Темпи приросту за роками, %						
	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018	2020/ 2019	2021/ 2020
Україна	4,85	- 5,73	9,35	4,06	1,64	2,83	-0,20
Вінницька область	6,25	5,88	5,56	-	-5,26	-	-5,56
Волинська область	-7,14	-	-	-15,38	9,09	8,33	-
Дніпропетровська область	-	-5,56	29,41	31,82	-13,79	-	28,00
Донецька область	12,50	22,22	-27,27	12,50	-5,56	29,41	-13,64
Житомирська область	16,67	-	7,14	-	-20,00	-8,33	-
Закарпатська область	-12,50	14,29	37,50	-18,18	-	11,11	-30,00
Запорізька область	21,05	8,70	8,00	-	-3,70	-19,23	-4,76
Івано - Франківська область	29,41	-13,64	5,26	15,00	-	-	26,09
Київська область	13,64	- 8,00	4,35	-4,17	-4,35	4,55	13,04
Кіровоградська область	11,11	- 20,00	-	25,00	-	-10,00	-22,22
Луганська область	25,00	40,00	-28,57	- 60,00	50,00	-	-33,33
Львівська область	-2,33	-2,38	17,07	4,17	10,00	-3,64	-7,55
Миколаївська область	-	-	-	9,09	8,33	-7,69	-8,33

Продовження таблиці 1.5

1	2	3	4	5	6	7	8
Одеська область	6,25	-29,41	8,33	30,77	-5,88	- 6,25	-
Полтавська область	-4,55	-14,29	11,11	-	-5,00	-10,53	17,65
Рівненська область	-7,14	-	-	-	-	30,77	-
Сумська область	-	-	12,50	22,22	9,09	-	16,67
Тернопільська область	-12,50	-21,43	9,09	16,67	-7,14	-30,77	11,11
Харківська область	4,55	-	8,70	-8,00	8,70	12,00	3,57
Херсонська область	-	-	-	50,00	16,67	14,29	-25,00
Хмельницька область	10,00	-27,27	25,00	10,00	-	9,09	-8,33
Черкаська область	-5,56	-11,76	13,33	-	- 5,88	31,25	9,52
Чернівецька область	-	-	-	-25,00	-	-	-
Чернігівська область	-	-	-	21,43	-	11,76	10,53
м. Київ	9,21	-13,25	22,22	-1,14	12,64	7,14	-8,57

У 2021 р. найбільше збільшилось число підприємств з виробництва робочого одягу у Дніпропетровській і Івано-Франківській областях на 28 % та 26,1 % відповідно, у Полтавській та Сумській областях на 17,65 % та 16,67 % відповідно, на 11 % у Чернігівській та Тернопільській областях. Крім того, відбулося значне їх скорочення у Луганській та Закарпатській областях на 33,3 % та 30 % відповідно, у Херсонській та Кіровоградській областях на 25 % та 22,2 % відповідно. На 8,33 % зменшилось число підприємств з пошиття одягу спеціального призначення на Хмельниччині.

Надамо оцінку обсягам виготовленої продукції з виробництва робочого одягу з 2013 р. по 2020 р. (таблиця 1.6) [24].

Таблиця 1.6 – Обсяг виробленої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності – виробництва робочого одягу з 2013 р. по 2020 р.

Роки	Обсяг виробленої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання		
	усього, тис. грн	з них у фізичних осіб-підприємців, тис. грн	у % до загального показника суб'єктів господарювання відповідного виду діяльності
2013	1088363,9	102983,6	9,5
2014	1320375,6	115606,9	8,8
2015	2068099,8	176651,8	8,5
2016	2792736,5	251913,2	9,0
2017	3721842,7	321312,9	8,6
2018	4845056,5	418938,1	8,6
2019	5454634,0	508876,9	9,3
2020	5803710,5	660523,6	11,4

За даними таблиці 1.6 помітна незначна тенденція частки фізичних осіб-підприємців у загальному обсязі виробництва спеціального одягу. Вона коливається від 9 % до 11,4 % у 2020 р. Найбільший розмір обсягу виробництва робочого одягу було досягнуто у 2019 р. – 5454634 тис. грн, а найменший – у 2013 р. – 1088364 тис. грн.

Динаміка обсягу виробництва робочого одягу з 2013 р. по 2020 р. подана у таблиці 1.7 [24].

Таблиця 1.7 – Динаміка обсягу виробництва робочого одягу з 2013 р. по 2020 р.

Роки	Обсяг виробленої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання	
	усього, тис. грн	Темпи приросту, %
2013	1088363,9	-
2014	1320375,6	21,32
2015	2068099,8	56,63
2016	2792736,5	35,04
2017	3721842,7	33,27
2018	4845056,5	30,18
2019	5454634,0	12,58
2020	5803710,5	6,40

За даними таблиці 1.7 видно, що за досліджуваний період темпи приросту з обсягу виробництва робочого одягу скорочуються з 56,63 % у 2015 р. до 6,4 % у 2020 р. Позитивною тенденцією є зростання обсягів з пошиття одягу спеціального призначення з 2013 р. по 2020 р.

Зміна обсягів реалізованої продукції на суб'єктах підприємництва з виробництва робочого одягу подана у таблиці 1.8 [24].

За даними таблиці 1.8 найбільша частка фізичних осіб-підприємців у загальному показнику суб'єктів господарювання з виробництва робочого одягу була досягнута у 2020 р. – 11 %. Загалом вона змінюється від 1,1 % у 2022 р. до 10,3 % у 2010 р. Досить низький відсоток – 1,1 % у 2022 р. Це пояснюється зменшенням частки фізичних осіб-підприємців в останні роки у виробництві робочого одягу.

Таблиця 1.8 – Динаміка обсягів реалізації робочого одягу

Роки	Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання		
	усього, тис. грн	з них у фізичних осіб-підприємців, тис. грн	у % до загального показника суб'єктів господарювання відповідного виду діяльності
2010	768567,2	79518,0	10,3
2011	927529,5	73768,0	8,0
2012	1187647,6	111768,1	9,4
2013	1444406,8	119703,3	8,3
2014	1557534,9	138485,2	8,9
2015	2428553,1	234197,7	9,6
2016	3269584,1	300523,1	9,2
2017	4648455,5	346866,9	7,5
2018	6153812,7	448954,3	7,3
2019	5794026,4	547591,1	9,5
2020	6432115,3	710411,5	11,0
2021	8231455,0	770972,8	9,4
2022	6388357,7	69899,7	1,1

Динаміку обсягів реалізації робочого одягу в Україні подано у таблиці 1.9 [24].

Таблиця 1.9 – Динаміка обсягів реалізації робочого одягу суб'єктів господарювання

Роки	Обсяг реалізованої продукції, тис. грн	Темпи приросту, %
2010	768567,2	-
2011	927529,5	20,68
2012	1187647,6	28,04
2013	1444406,8	21,62
2014	1557534,9	7,83
2015	2428553,1	55,92
2016	3269584,1	34,63
2017	4648455,5	42,17
2018	6153812,7	32,38
2019	5794026,4	-5,85
2020	6432115,3	11,01
2021	8231455	27,97
2022	6388357,7	-22,39

З даних таблиці 1.9 прослідковується тенденція до переважного зростання обсягів реалізації робочого одягу з 2010 р. по 2018 р. та у 2020 р. та 2021 р. на 11,01 % та 27,97 % відповідно. Досить вагомо обсяг реалізації робочого одягу зріс у 2015 р. на 56 %, що пояснюється зростанням попиту на робочий одяг у цей період.

Відповідно, у 2022 р. відбулося скорочення обсягів реалізації робочого одягу на 22,4 % через зменшення попиту і скорочення тих видів діяльності для яких виготовлявся одяг спеціального призначення.

Графічно динаміку обсягів реалізації робочого одягу представимо на рисунку 1.1.

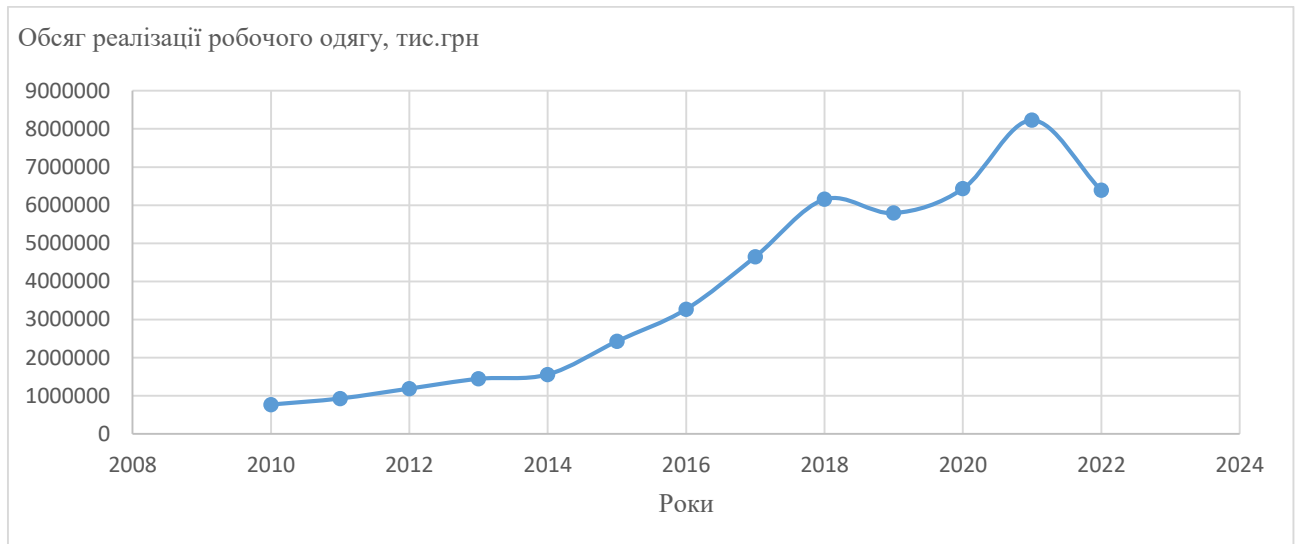


Рисунок 1.1 – Тенденція зміни обсягів реалізації робочого одягу в Україні

За рисунком 1.1 наглядно прослідковується переважне зростання обсягів реалізації робочого одягу з 2010 р. по 2018 р. та у 2020 р. і 2021 р. на 11,01 % та 27,97 % відповідно.

Отже, попри турбулентність в економіці та політиці України, військові дії вітчизняний ринок спецодягу та засобів індивідуального захисту (ЗІЗ) зберігає стійку тенденцію до зростання. Це викликано тим, що успішне здійснення будь-яких проєктів безпосередньо залежить від ступеня комфорту і благополуччя працівників, а ключову роль в цьому питанні відіграє спецодяг і засоби індивідуального захисту. Тому, грамотні власники бізнесу надають вагоме значення так званій «екіпіровці» персоналу. Для цього вони регулярно придбають робочу уніформу для потреб своїх суб'єктів підприємництва. Тим самим

спецодяг перетворився з добре відомої «спецівки» в елемент конкурентної боротьби, яка дедалі більше загострюється.

Зростання попиту на робочий одяг і досить незначні початкові інвестиції для організації його виробництва і продажу стимулюють появу нових учасників. Аналітичні дані свідчать [24, 29] про щорічне поповнення ринку спецодягу приблизно десятма новоствореними компаніями. Один тільки Київ нараховує більше 10 великих підприємств-виробників і близько 80 середніх і дрібних. Одночасно на ринку спецодягу присутні і західні компанії, які мають неабиякий досвід, потенціал і можливості його виробництва і реалізації.

Серед найбільших виробників робочого (професійного) одягу є [36]:

- 1) МахіМіні (медичний одяг), Волиньспецторг (робочий одяг, в тому числі утеплений, медичний та кухарський одяг, одяг для продавців, одяг для військових та охоронних підрозділів);
- 2) Спецодяг (медичні костюми; одяг для кухарів-чоловіків); ТМ GROOMER professional (одяг для грумерів);
- 3) ТМ TEXSTYLE (кухарський одяг); ТМ «Грація» (медичний одяг; уніформа для кухарів); VYPUSKNIYK.COM.UA (мантії для магістрів і бакалаврів);
- 4) ТОВ Куртаж (формений, корпоративний, льотно-повітряний та туристичний).

На базі зростаючої пропозиції вітчизняної продукції і наявності стабільних каналів надходження іноземних товарів, ринок спецодягу в Україні в даний час переживає не тільки кількісну, але і якісну трансформацію. Сучасний споживач не стільки орієнтується на низьку ціну при придбання робочого одягу як на його якість і безпечність умов праці.

В останні роки рівень конкуренції значно загострився. Однак, вітчизняні виробники спецодягу різко поліпшили свої показники. Завдяки конкурентній боротьбі багато українських компаній змогли не тільки зберегти свої позиції на ринку, а й отримати цілу низку переваг [32]:

- 1) оперативне реагування на зміну попиту;

- 2) врахування індивідуальних побажань клієнтів;
- 3) можливість забезпечити повну комплектацію (спецодяг, взуття, ЗІЗ);
- 4) використання у виробництві якісних вітчизняних тканин і комплектуючих;
- 5) продумані знижки і бонуси для постійних і оптових покупців.

Узагальнення економічної літератури [20; 24; 27] щодо розвитку ринку робочого одягу дозволило сформувані існуючі тенденції:

- нестабільність ситуації на вітчизняному ринку загалом, яке призводить до зростання цін та потреби зменшувати свої витрати, що вимагає порівнювати якість і ціну на робочий одяг;

- поява нових технологій у виробництві робочого одягу підвищують вимоги до інноваційної складової ринку одягу;

- вплив пандемії COVID-19 призвів до зниження купівельної спроможності населення внаслідок втрати роботи та орієнтації виробників робочого одягу переважно на споживачів низького і середнього цінних сегментів;;

- військові події на Сході та Півдні України зорієтували пошиття форменого одягу для ЗСУ, ДСНС, медичних працівників виходячи із військових потреб;

- зростання кількості компаній-конкурентів.

Загалом в Україні ринок робочого одягу характеризується високим темпом зростання, що робить його привабливим для нових підприємців. Оскільки галузеві бар'єри входу на ринок не високі, темпи його зростання досить швидкі. Тому, для підвищення конкурентоспроможності і збереження або завоювання провідних позицій на ринку робочого одягу вітчизняні виробники повинні [1]:

1) виготовляти комфортний багатофункціональний спецодяг, який би забезпечив активний спосіб життя і праці;

2) поживавити діджиталізацію ринку продажу спецодягу за допомогою: реклами своєї продукції у різних соціальних мережах та Інтернет платформах; створення мобільних додатків, що спростить замовлення покупців та перегляд асортименту робочого одягу; функціонування чат-ботів у месенджерах, які

допоможуть дізнатися наявність речей та розмірів; чіткої політики щодо можливості доставки та повернення спецодягу, якщо він не підійшов замовнику;

3) впроваджувати ідеї екологічності у виробництво робочого одягу, що дозволить використовувати вторинні матеріали, які легше піддаються переробці;

4) залучати різноманітні інноваційні ідеї у виробництві спецодягу: тканину-генератор, тобто тканину яка виробляє електроенергію від вітру та енергії сонця, тканину-охолоджувач, яка здатна охолоджувати тіло людини; тканину, яка здатна змінювати свій колір в залежності від оточуючого середовища; тканину яка не піддається пошкодженням при застосуванні ножа.

Отже, вітчизняний ринок з виготовлення спецодягу досить насичений і різноманітний, що дозволяє створювати одяг спеціального призначення із врахуванням вимог чинного законодавства, сучасних модних тенденцій та корпоративної етики.

Таким чином, у першому розділі кваліфікаційної роботи опрацьовані підходи до визначення категорії «реалізація продукції», розглянуто основні види одягу спеціального призначення, вимоги до його виробництва, сучасну ситуацію та провідні тенденції розвитку вітчизняних підприємств з виробництва одягу спеціального призначення. Намічено заходи для покращення їх діяльності. Усе це дозволяє перейти до безпосереднього аналізу та подальшого моделювання та прогнозування обсягу реалізованої продукції та результатів господарської діяльності компанії, що займається пошиттям одягу спеціального призначення – ПрАТ «ГОРИНЬ» .

2 АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПрАТ «ГОРИНЬ»

2.1 Загальна характеристика діяльності акціонерного товариства

Приватне акціонерне товариство (ПрАТ) «ГОРИНЬ» функціонує на ринку вже понад 30 років. Воно зареєстроване 16 вересня 1993 р. і займається виробництвом робочого одягу [12].

Згідно КВЕД відноситься до таких галузей [13]:

14.12 – «виробництво робочого одягу»;

14.13 – «виробництво іншого верхнього одягу»;

14.19 – «виробництво іншого одягу й аксесуарів»;

47.19 – «інші види роздрібної торгівлі в неспеціалізованих магазинах»;

68.10 – «купівля та продаж власного нерухомого майна»;

68.20 – «надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна»;

77.11 – «надання в оренду автомобілів і легкових автотранспортних засобів»;

95.29 – «ремонт інших побутових виробів і предметів особистого вжитку»;

96.01 – «прання та хімічне чищення текстильних і хутряних виробів».

Організаційною формою є акціонерне товариство.

Кінцевим бенефіціарним власником є Зайонц Валерій Миколайович. Його відсоток частки становить 81,55 %. Засновником товариства є п'ять організацій [11]:

1) «Оберіг» закритого акціонерного підприємства «Горинь» - внесок становить 2 тис. грн;

2) дочірнє підприємство «Мінерва» закритого акціонерного підприємства «Горинь» - внесок становить 2 тис. грн;

3) «Швейсервіс» закритого акціонерного підприємства «Горинь» - внесок становить 2 тис. грн;

4) дочірнє підприємство «Пролісок» закритого акціонерного підприємства «Горинь» - внесок становить 9 тис. грн;

5) товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ) «Дочірнє підприємство «Перлина» - внесок становить 10 тис. грн.

Керівником призначено Балик Андрія Васильовича.

Воно розташоване за адресою: 30000, Хмельницька обл., Шепетівський р-н, м. Славута, вул. Богдана Хмельницького, буд. 12 [25].

ПрАТ «ГОРИНЬ» має власний сайт <https://gorin.ua> [25]. Інформація про товариство розміщена на сайтах Clarity Project [11], opendatabot.ua [12] та youcontrol.com.ua [13].

Історія становлення ПрАТ «ГОРИНЬ» налічує майже 80 років.

Швейне виробництво в м. Славута розпочалось у вересні 1945 р. зі створення артілі ім. Михайлова. На той час у ній працювало 60 осіб, які шили сорочки, білизну, тілогрійки, перешивали солдатські шинелі на пальта. Вже тоді підприємство було одним з найкращих по результативності роботи в країні [25].

У сімдесяті роки минулого століття, завдяки високоефективній роботі, підприємство розширюється та збільшує свій асортимент. Ці роки ознаменувалися для фабрики будівництвом двох двоповерхових цехів, в яких випускався спецодяг, ватні куртки, натільна та постільна білизна [25].

З 1984 р. фабрика успішно виконувала замовлення Міністерства оборони країни. У цей час підприємство реалізовує мобілізаційні плани та є стратегічно важливим для держави. При цьому суттєво розширена матеріальна база виробництва, покращені умови праці працівників фабрики. Будується новий цех, склад, їдальня, дитячий садок та житловий будинок. У складних дев'яностих на підприємстві та його філіях працювало понад 1200 швачок [25].

У серпні 1994 р. підприємство приватизовано під новою назвою «Славутське виробничо-торгівельне колективне швейне виробництво «Горинь». При цьому підприємство виконувало потужне замовлення угорської фірми на пошиття сорочок, блуз, робітничих костюмів з давальницької сировини. Висока якість виробів суб'єкта підприємництва регулярно відзначається подяками та нагородами від замовника.

У 1999 р. підприємство перейменовано на ЗАТ «Горинь». Нині це – ПрАТ «Горинь». Протягом усього розвитку підприємство та його працівники відзначені державними нагородами, грамотами та подарунками Міністерства оборони, Хмельницької обласної адміністрації та ради [25].

Сьогодні ПрАТ «ГОРИНЬ» - це потужне виробництво, яке відповідає високим соціальним стандартам, підтвердженим міжнародним аудитом, оснащене сучасним обладнанням, на якому працюють віддані справі кваліфіковані фахівці. Працівники ПрАТ «ГОРИНЬ» шиють спецодяг для працівників відомих брендів «Мерседес Бенц», «Сканія», «БМВ», «Арселорміттал» та інших фірм [25].

2.2 Аналіз основних техніко-економічних показників роботи товариства

Аналіз господарської діяльності ПрАТ «ГОРИНЬ» розпочнемо з оцінки його основних техніко-економічних показників. Для цього використаємо річну фінансову звітність товариства – баланс та звіт про фінансові результати з 2018 р. по 2023 р. (додатки А та Б) [11 - 13, 25]. Вихідна інформація для проведення такого аналізу подана у таблицях 2.1 – 2.3.

За інформацією, що подана у цих таблицях, впродовж досліджуваного періоду, на ПрАТ «ГОРИНЬ», відбувається зростання майже усіх кількісних та якісних показників його роботи. Скорочення спостерігається лише щодо рентабельності діяльності щодо збуту продукції, вартості основних фондів та їх активної частини, чисельності персоналу та робітників підприємства, матеріаловіддачі, чистого прибутку та рентабельності підприємства. Негативним у роботі ПрАТ «ГОРИНЬ» є його збиткова діяльність з 2019 р. по 2022 р., що безперечно позначилась на результативності його роботи. Зменшення вартості засобів праці пояснюється їх зношеністю та не придбанням нових основних фондів. Скорочення персоналу викликано сповільненням виробничого процесу і не високим рівнем заробітної плати.

Таблиця 2.1 – Основні техніко-економічні показники господарської діяльності ПрАТ «ГОРИНЬ» з 2018 р. по 2023 р.

ч/ч	Показник	Один. вим.	Рік					Темпи росту за роками,%						
			2018	2019	2020	2021	2022	2023	2019/ 2018	2020/ 2019	2021/ 2020	2022/ 2021	2023/ 2022	2023/ 2018
1	Обсяг випуску продукції	тис. грн	21 503	20 400	17 470	17 765	24 657	28 457	94,87	85,64	101,69	138,80	115,41	132,34
2	Операційні витрати		19 246	20 786	17 044	18 067	24 932	26 428	108,00	82,00	106,00	138,00	106,00	137,32
3	Обсяг реалізації продукції		21 608	19 367	17 349	17 091	24 559	28 578	89,63	89,58	98,51	143,70	116,36	132,26
4	Собівартість реалізованої продукції		15 553	16 830	13 833	14 655	20 250	21 525	108,21	82,19	105,94	138,18	106,29	138,40
5	Валовий: прибуток (+), збиток (-)		6055	2537	3516	2437	4309	7053	41,90	138,59	69,30	176,85	163,68	116,48
6	Рентабельність діяльності	%	28,02	13,10	20,27	14,26	17,54	24,68	46,75	154,71	70,34	123,07	140,67	88,07
7	Витрати на гривню товарної продукції	грн	0,90	1,02	0,98	1,02	1,01	0,93	113,84	95,75	104,24	99,43	91,85	103,76
8	Витрати на гривню реалізованої продукції		0,72	0,87	0,80	0,86	0,82	0,75	120,73	91,75	107,54	96,16	91,35	104,64
9	Вартість ОВФ, у т.ч.:	тис.	4772	4560	3334	2341	2348	2782	95,56	73,11	70,22	100,30	118,47	58,30
	- активної частини ОФ	грн	2 147	2 508	2 000	1 522	1 761	1 947	116,79	79,76	76,07	115,73	110,57	90,69
10	Фондовіддача	грн	4,51	4,47	5,24	7,59	10,50	10,23	99,28	117,13	144,81	138,38	97,42	227,00
11	Машиновіддача		10,01	8,13	8,73	11,67	14,00	14,61	81,23	107,37	133,67	119,93	104,38	145,93
12	Середньооблікова чисельність працівників	осіб	117	120	109	99	106	100	102,56	90,83	90,83	107,07	94,34	85,47
	- робітників		103	114	102	89	100	86	110,68	89,47	87,25	112,36	86,00	83,50
13	Середньорічний виробіток працівника	тис.	183,79	170,00	160,28	179,44	232,61	284,57	92,50	94,28	111,96	129,63	122,34	154,84
	- одного робітника		208,77	178,95	171,27	199,61	246,57	330,90	85,72	95,71	116,54	123,53	134,20	158,50
14	Середньомісячний виробіток працівника	грн / особу	15,32	14,17	13,36	14,95	19,38	23,71	92,50	94,28	111,96	129,63	122,34	154,84
	- одного робітника		17,40	14,91	14,27	16,63	20,55	27,57	85,72	95,71	116,54	123,53	134,20	158,50
15	Фонд оплати праці працівників	тис.	9832	10619	8707	9230	12737	13501	108,00	82,00	106,00	138,00	106,00	137,32
	робітників	грн	8282	8945	7335	7775	10729	11373	108,00	82,00	106,00	138,00	106,00	137,32
16	Середньомісячна зарплата працівника	грн	7 003	7 374	6 657	7 769	10 013	11 251	105,30	90,28	116,71	128,89	112,36	160,66
	- робітника		6 701	6 538	5 992	7 280	8 941	11 020	97,58	91,65	121,48	122,82	123,26	164,46
17	Сума матеріальних витрат	тис. грн	7802	8426	6909	7324	10107	10714	108,00	82,00	106,00	138,00	106,00	137,32
18	Матеріаловіддача	грн	2,76	2,42	2,53	2,43	2,44	2,66	87,84	104,44	95,93	100,58	108,88	96,37
19	Чистий: прибуток (+), збиток (-)	тис. грн	2548	-3317	-381	-2285,4	-269,4	1078,5	-	11,49	599,84	11,79	-	42,33
20	Рентабельність підприємства	%	16,38	-19,71	- 2,75	-15,60	-1,33	5,01	-	13,97	566,22	8,53	-	30,58

Таблиця 2.3 – Відносні відхилення за основними показниками господарської діяльності акціонерного товариства

ч/ч	Показник	Відносне відхилення за роками, %					
		2019/ 2018	2020/ 2019	2021/ 2020	2022/ 2021	2023/ 2022	2023/ 2018
1	Обсяг випуску продукції	-5,13	-14,36	1,69	38,80	15,41	32,34
2	Операційні витрати	8,00	-18,00	6,00	38,00	6,00	37,32
3	Обсяг реалізації продукції	- 10,37	-10,42	-1,49	43,70	16,36	32,26
4	Собівартість реалізованої продукції	8,21	-17,81	5,94	38,18	6,29	38,40
5	Валовий: прибуток (+), збиток (-)	- 58,10	38,59	- 30,70	76,85	63,68	16,48
6	Рентабельність діяльності	-53,25	54,71	- 29,66	23,07	40,67	-11,93
7	Витрати на гривню товарної продукції	13,84	-4,25	4,24	-0,57	-8,15	3,76
8	Витрати на гривню реалізованої продукції	20,73	-8,25	7,54	-3,84	-8,65	4,64
9	Вартість ОВФ, у т.ч.:	-4,44	-26,89	-29,78	0,30	18,47	-41,70
	– активної частини ОФ	16,79	-20,24	-23,93	15,73	10,57	-9,31
10	Фондовіддача	-0,72	17,13	44,81	38,38	-2,58	127,00
11	Машиновіддача	-18,77	7,37	33,67	19,93	4,38	45,93
12	Середньооблікова чисельність працівників	2,56	-9,17	-9,17	7,07	-5,66	-14,53
	– робітників	10,68	-10,53	-12,75	12,36	-14,00	-16,50
13	Середньорічний виробіток працівника	-7,50	-5,72	11,96	29,63	22,34	54,84
	Середньорічний виробіток робітника	-14,28	-4,29	16,54	23,53	34,20	58,50
14	Середньомісячний виробіток працівника	-7,50	-5,72	11,96	29,63	22,34	54,84
	Середньомісячний виробіток робітника	-14,28	-4,29	16,54	23,53	34,20	58,50
15	Фонд оплати праці працівників	8,00	-18,00	6,00	38,00	6,00	37,32
	- робітників	8,00	-18,00	6,00	38,00	6,00	37,32
16	Середньомісячна зарплата працівника	5,30	-9,72	16,71	28,89	12,36	60,66
	Середньомісячна зарплата робітника	-2,42	-8,35	21,48	22,82	23,26	64,46
17	Сума матеріальних витрат	8,00	-18,00	6,00	38,00	6,00	37,32
18	Матеріаловіддача	-12,16	4,44	-4,07	0,58	8,88	-3,63
19	Чистий: прибуток (+), збиток (-)	-	-88,51	499,84	-88,21	-	-57,67
20	Рентабельність підприємства	-	-86,03	466,22	-91,47	-	-69,42

Ефективність матеріальних витрат погіршується через необґрунтовану політку щодо постачання запасів на ПрАТ «ГОРИНЬ». За останніх шість років на ПрАТ «ГОРИНЬ» дещо зросли витрати на гривню як випущеної (на 3,76 %) так і реалізованої продукції (на 4,64 %) за певного зростання операційних витрат (на 37,32 %) та собівартості реалізованої продукції (38,40 %). Аналогічними темпами зростають обсяги виробництва (на 32,34 %) та реалізації (на 32,26 %) робочого одягу зазначене зростання розміру витрат негативно характеризує діяльність акціонерного товариства.

Зростання якісних показників використання ресурсів ПрАТ «ГОРИНЬ» вказує на покращення ефективності використання персоналу, основних фондів

та їх активної частини. Це позитивно впливає на економічну результативність акціонерного товариства.

Перевагою фінансової діяльності є отримання чистого прибутку. Однак, ПрАТ «ГОРИНЬ» лише у 2018 р. та 2023 р. отримало чистий прибуток в розмірі 2548 тис. грн та 1078,5 тис. грн відповідно. Отже, його розмір скоротився на половину (на 57,67 %). З 2019 р. та 2022 р. діяльність ПрАТ «ГОРИНЬ» є збитковою. Проте, розмір збитку зменшився у 2020 р. на 88,51 % та на 88,21 % у 2022 р., що засвідчує факт пошуку шляхів та резервів виходу підприємства з кризового стану.

У звітному році (2023 р.) скоротились витрати на гривню товарної та реалізованої продукції, що позитивно характеризує результати виробничо-збутової діяльності акціонерного товариства. Проте, зменшення рівня фондоддачі вказує на погіршення ефективності використання фондів ПрАТ «ГОРИНЬ». Одночасно скоротилась чисельність як персоналу так і робітників компанії, що викликана великою плинністю кадрів на підприємстві.

Аналізуючи дані таблиць з 2.1 по 2.2, на ПрАТ «ГОРИНЬ» відбувається коливання кількісних показників, які характеризує результат його виробничо-збутової діяльності. Це стосується обсягів товарної та реалізованої продукції, що наочно відслідковується за допомогою рисунку 2.1.

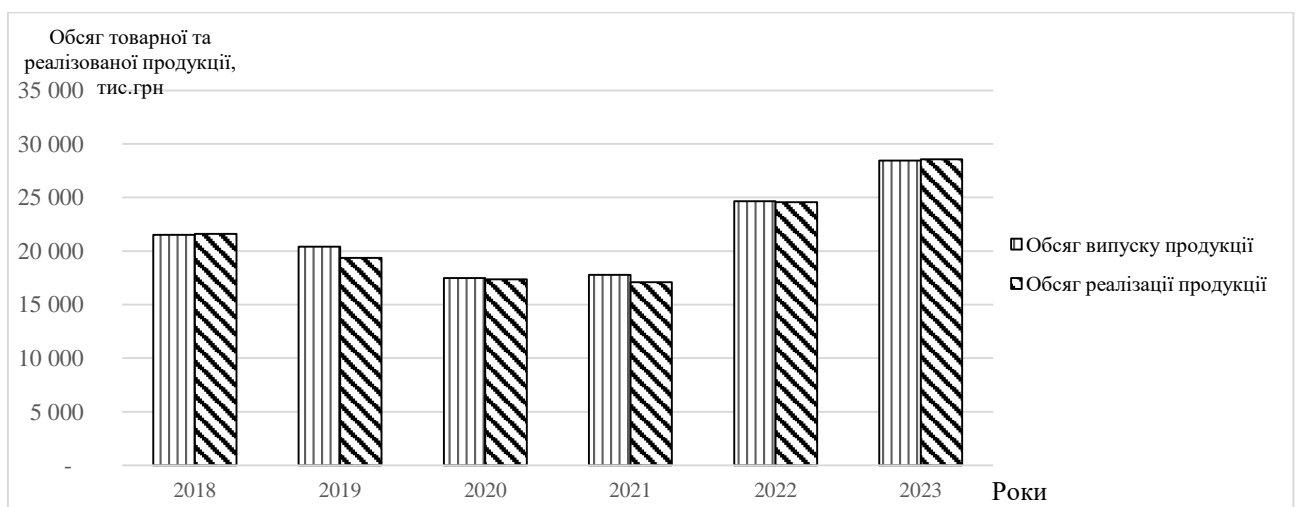


Рисунок 2.1 – Динаміка обсягів товарної та реалізованої продукції

За графічним зображенням на рисунку 2.1 наочно видно однакові темпи зміни як обсягу товарної так і реалізованої продукції. Їх розмір майже не відрізняється. Аналітичні дані таблиць з 2.1 по 2.3 показують незначне перевищення обсягів товарної продукції над реалізованою у період з 2019 р. по 2022 р. Це вказує на негативні процеси у збутовій діяльності ПрАТ «ГОРИНЬ». Адже, продукція не знаходить свого споживача, зберігається на складах підприємства чим втрачає свої властивості і створює додаткові витрати щодо її зберігання. Зокрема, у 2019 р. на 1033 тис. грн та у 2021 р. на 674 тис. грн, у 2020 р. на 121 тис. грн та 2022 р. на 98 тис. грн було реалізовано менше. Однак, ситуація покращилась у звітному році, оскільки ПрАТ «ГОРИНЬ» на 121 тис. грн більше реалізувало робочого одягу. Ці позитивні зрушення у виробничо-збутовій діяльності ПрАТ «ГОРИНЬ» засвідчують, що у 2023 р. та 2018 р. підприємство не лише реалізовує усю випущену продукцію, але і залишки не реалізованої продукції у минулих роках.

За рисунком 2.1 та даними таблиць 2.1 – 2.3 простежується коливання обсягів товарної та реалізованої продукції у досліджуваному періоді. Зокрема, обсяг виробництва робочого одягу на ПрАТ «ГОРИНЬ» з 2018 р. по 2020 р. скорочувався на 5,13 % та 14,36 % або на 1103 тис. грн та 2930 тис. грн відповідно. Проте, в наступні роки він поступово зростав: на майже 2 % або 295 тис. грн у 2021 р., досить стрімко у 2022 р. на 38,8 % або 6892 тис. грн, наступного року темпи зростання уповільнилися на половину і становили 15,41 % або 3800 тис. грн у 2023 р. Зростання виробництва одягу спеціального призначення позитивно характеризує результати виробничої діяльності ПрАТ «ГОРИНЬ». Воно засвідчує, що товариство нарощує свої виробничі потужності і працює під замовлення.

Аналогічні зміни відбуваються щодо динаміки обсягів реалізації робочого одягу. З 2018 р. по 2021 р. він зменшувався: майже однаковими темпами у 2019 р. та 2020 р. - на 2241 тис. грн або на 10,37 %, на 2018 тис. грн або на 10,42 % відповідно та майже на 2 % або 258 тис. грн у 2021 р. Однак, у наступних двох роках його значення зростало: на 7468 тис. грн або на 43,70 % у 2022 р. та на

4019 тис. грн або на 16,36 % у 2023 р. За увесь аналізований період обсяги товарної та реалізованої продукції зросли на 32 % або на 6954 тис. грн та 6970 тис. грн відповідно.

Досить актуальною є система знижок і бонусів, які надає ПрАТ «ГОРИНЬ» в разі придбання робочого одягу великими партіями. Сформувавши замовлення на 1 млн. грн замовник гарантовано отримує винагороду 50 тис. грн. При цьому, обов'язкове укладання агентського договору в електронному форматі через ресурс paperless.com.ua за підписом ЕЦП. Виплата винагороди у розмірі 5% здійснюється, якщо договір укладено у не пізніше як 30 днів з моменту відправки зворотної форми і здійснена повна оплата за розміщене замовлення. Усі ці та інші маркетингові заходи сприяють пошвидленню процесу реалізації продукції ПрАТ «ГОРИНЬ» [25].

Взаємозв'язок між обсягом та собівартістю товарної продукції на ПрАТ «ГОРИНЬ» можна оцінити за динамікою витрат на кожну гривню виробництво робочого одягу. Зміна обсягів випуску і собівартості товарної продукції акціонерного товариства подана на рисунку 2.2.

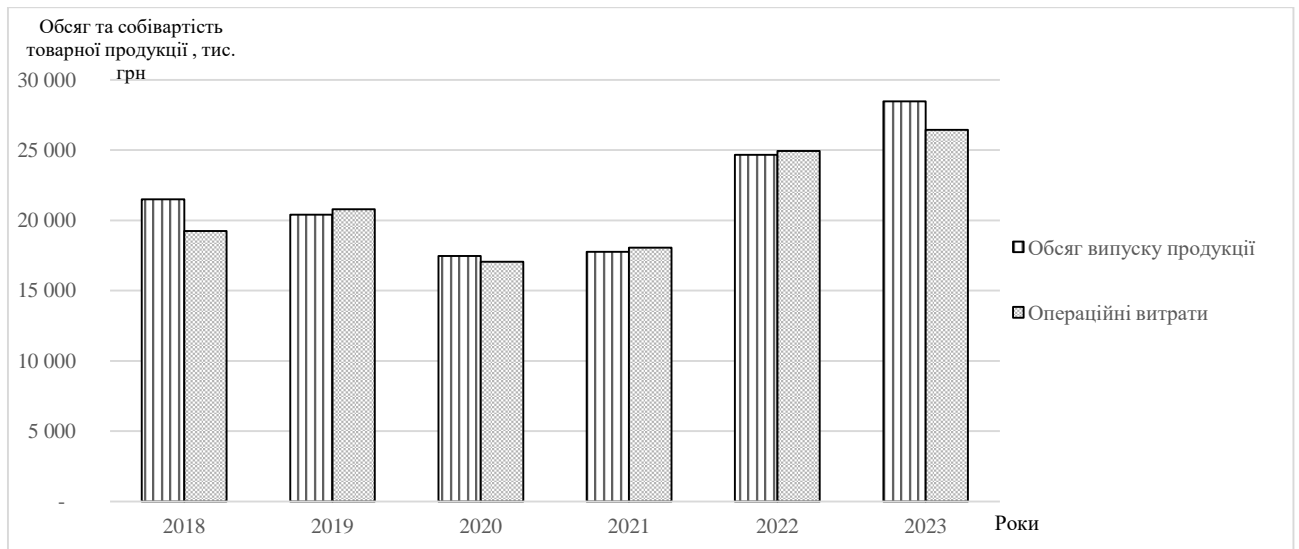
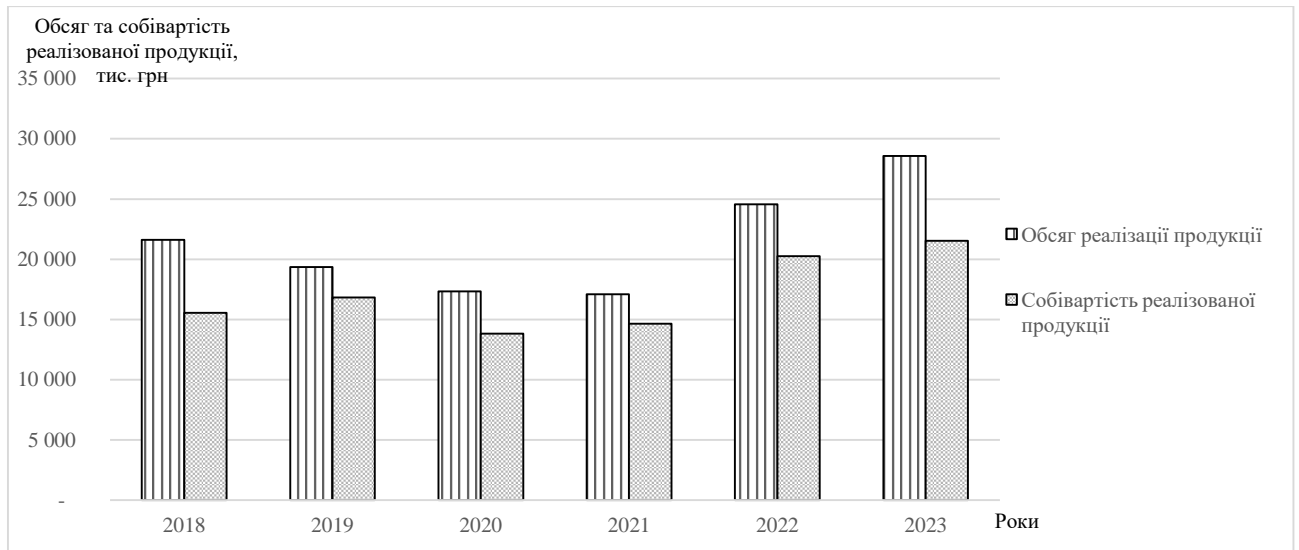


Рисунок 2.2 – Динаміка обсягу та собівартості товарної продукції

Графічне зображення зміни обсягу товарної продукції та операційних витрат показує, що у 2018 р., 2020 р. та 2023 р. розмір витрат був нижчим за обсяг товарної продукції ПрАТ «ГОРИНЬ». Це вдало характеризує результат виробничої діяльності акціонерного товариства.

Зміна обсягів та собівартості реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ» зображена на рисунку 2.3.



Рисунком 2.3 – Динаміка обсягу та собівартості реалізованої продукції

За рисунком 2.3 видно, що на ПрАТ «ГОРИНЬ», впродовж усього аналізованого періоду, собівартість реалізованої продукції значно нижча за розмір обсягу реалізованої продукції. Це позитивно характеризує у діяльність акціонерного товариства.

Зазначена залежність безсумнівно позначається на динаміці витрат з кожної гривні обсягів як товарної так і реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ». Зокрема, за вищого розміру операційних витрат щодо зміни обсягу товарної продукції у 2019 р., 2021 р. та 2022 р. значення витрат з кожної гривні товарного випуску було трошки більше за одиницю. Їх абсолютний розмір становив 1,01 грн у 2022 р. та по 1,02 грн у 2019 р. та 2021 р. Оптимальніше для підприємства є їх менше значення та скорочення протягом досліджуваного

періоду. На ПрАТ «ГОРИНЬ» розмір витрат на одну гривню товарної продукції становив 0,90 грн, а у 2023 р. він зріс на 0,03 грн або на 3,76 %. Це не є катастрофічним для зростаючих обсягів виробництва робочого одягу. Позитивним для його діяльності є скорочення розміру витрат у 2023 р. щодо попереднього року на 8,15 % або на 0,08 грн та у 2020 р. щодо 2019 р. на 4,25 % або на 0,04 грн.

За певного коливання розміру витрат на гривню реалізованої продукції з 2018 р. по 2023 р. їх розмір був менший за гривню впродовж усього аналізованого періоду. Певне його зростання відбулося у 2019 р. на 20,73 % або на 0,15 грн, у 2021 р. на 7,54 % або на 0,06 грн щодо попереднього року та на 4,64 % або на 0,03 грн за увесь досліджуваний період. В усі інші періоди розмір витрат з кожної гривні обсягу реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ» зменшувався. Для оцінки результативності роботи акціонерного товариства це є позитивним явищем. Зміна розмірів витрат з кожної гривні обсягів товарної та реалізованої продукції впродовж аналізованого періоду подана на рисунку 2.4.

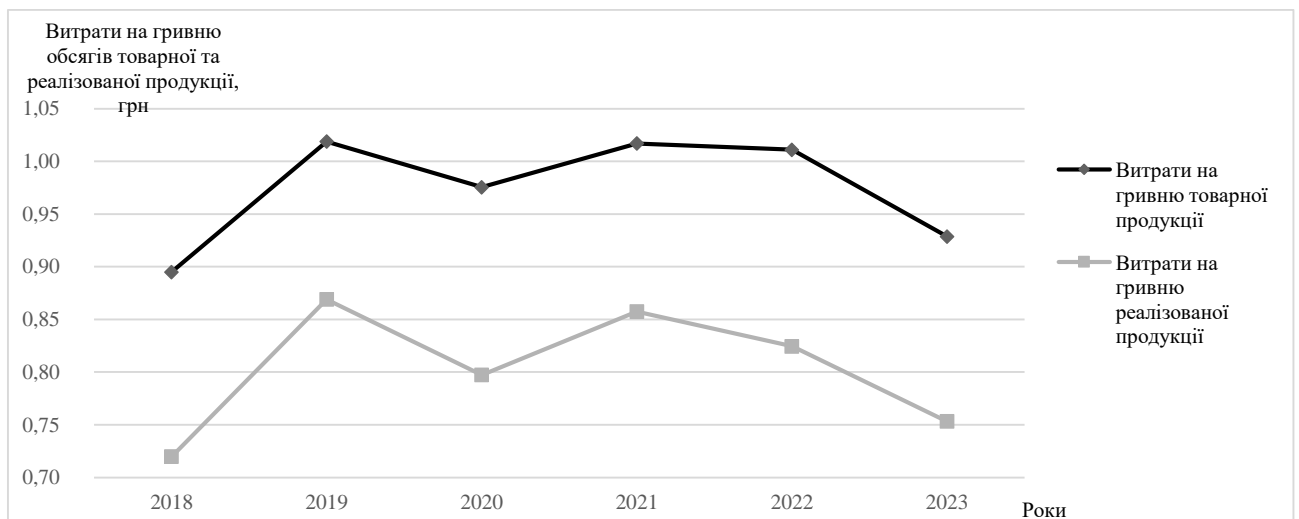


Рисунок 2.4 – Динаміка витрат на гривню товарної та реалізованої продукції

Згідно графічного подання на рисунку 2.4, впродовж усього аналізованого періоду, витрати на гривню обсягу товарної продукції мали вищий рівень за витрати з кожної гривні реалізованої продукції. Вони також мають однакову

тенденцію щодо зміни в увесь досліджуваний період. Позитивним є їх скорочення з 2021 р. по 2023 р., що дозволяє оптимізувати їх рівень. Стрімке скорочення на 8,15 % та 8,65 % відповідно або на 0,03 грн відбулося у звітному році порівняно з попереднім. Зниження рівня витрат з кожної гривні реалізації робочого одягу у 2020 р., 2022 р та 2023 р. щодо попереднього року пов'язано з перевищенням темпів зміни обсягу реалізованої продукції над темпами зміни собівартості реалізованої продукції акціонерного товариства. Найбільше зростання витрат на 20,73 % відбувається з 2018 р. по 2019 р. через підвищення рівня відпускних цін на продукцію акціонерного товариства, покращення структури продажу робочого одягу та зростання частки більш рентабельних виробів.

Надважливим у діяльності будь-якого підприємства, в сучасних умовах, є забезпеченість персоналом. Тому оцінка і аналіз наявного персоналу (рисунок 2.5) та ефективності його використання на ПрАТ «ГОРИНЬ» (рисунок 2.6).

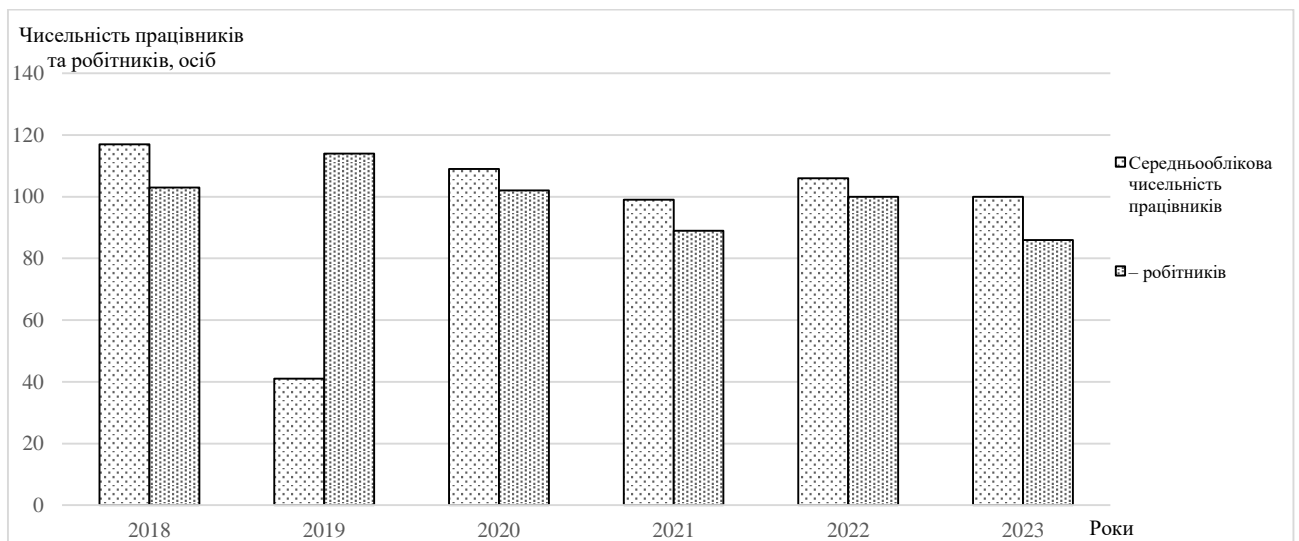


Рисунок 2.5 – Зміна чисельності персоналу ПрАТ «ГОРИНЬ»

Згідно рисунка 2.5 на ПрАТ «ГОРИНЬ» чисельність персоналу з року в рік скорочується: 117 осіб у 2018 р. та 100 осіб у 2023 р. Вона коливалася з року в рік не більше ніж на 11 осіб. З 2018 р. по 2019 р. було додатково прийнято на

роботу три особи, з 2021 р. по 2022 р. – 7 осіб. В усі інші періоди чисельність як працівників так і робітників скорочувалася: з 2019 р. по 2020 р. на 11 осіб та 12 робітників, з 2020 р. по 2021 р. – на 10 осіб та 13 робітників та з 2022 р. по 23 р. – на 6 осіб та 14 робітників. За увесь досліджуваний період чисельність персоналу та робітників зменшилась на 17 осіб. Скорочення числа працівників і робітників ПрАТ «ГОРИНЬ» вплинуло на зміну середньорічного і середньомісячного рівня продуктивності праці персоналу (рисунок 2.6).

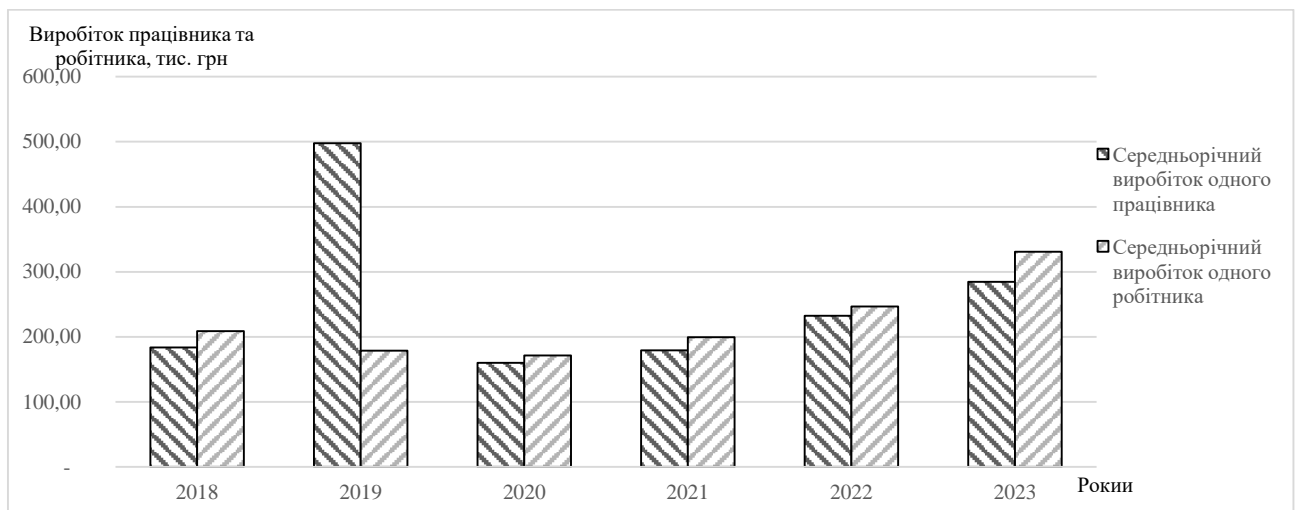


Рисунок 2.6 – Зміна середньорічного виробітку працівника та робітника

Позитивним явищем у господарській діяльності ПрАТ «ГОРИНЬ» є вищий рівень як середньорічної так і середньомісячної продуктивності праці одного робітника ніж продуктивність праці одного працівника впродовж усього аналізованого періоду. Це обумовлено вирішальним впливом праці робітників на результати виробничо-господарської діяльності акціонерного товариства.

За рисунком 2.6 коливання виробітку на ПрАТ «ГОРИНЬ» становило: скорочення у 2019 р. на 7,50 % для одного працівника і 14,28 % для робітника і у 2020 р. на 5,72 % і 4,29 % відповідно. Уповільнення темпів падіння продуктивності праці та подальше її зростання позитивно характеризує ефективність використання праці на акціонерному товаристві. Зокрема, з 2021 р. по 2023 р. відбувалося зростання продуктивності праці: одного працівника на 11,96 % у 2021 р., на 29,63 % у 2022 р. та на 22,34 % у 2023 р.; одного робітника

у 2021 р. на 16,54 %, у 2022 р. на 23,53 % і на 34,20 % у 2023 р. Усе це позитивно характеризує ефективність використання персоналу на ПрАТ «ГОРИНЬ». За увесь досліджуваний період продуктивність праці зросла на половину (на 54,84 % для одного працівника і на 58,50 % для одного робітника). Зміна цих показників на акціонерному товаристві викликана коливанням питомої ваги робітників у чисельності персоналу, кількістю робочих днів та тривалістю робочої зміни.

Рівень матеріального заохочення працівників ПрАТ «ГОРИНЬ» характеризує зміна рівня середньомісячної заробітної плати (рисунок 2.7).

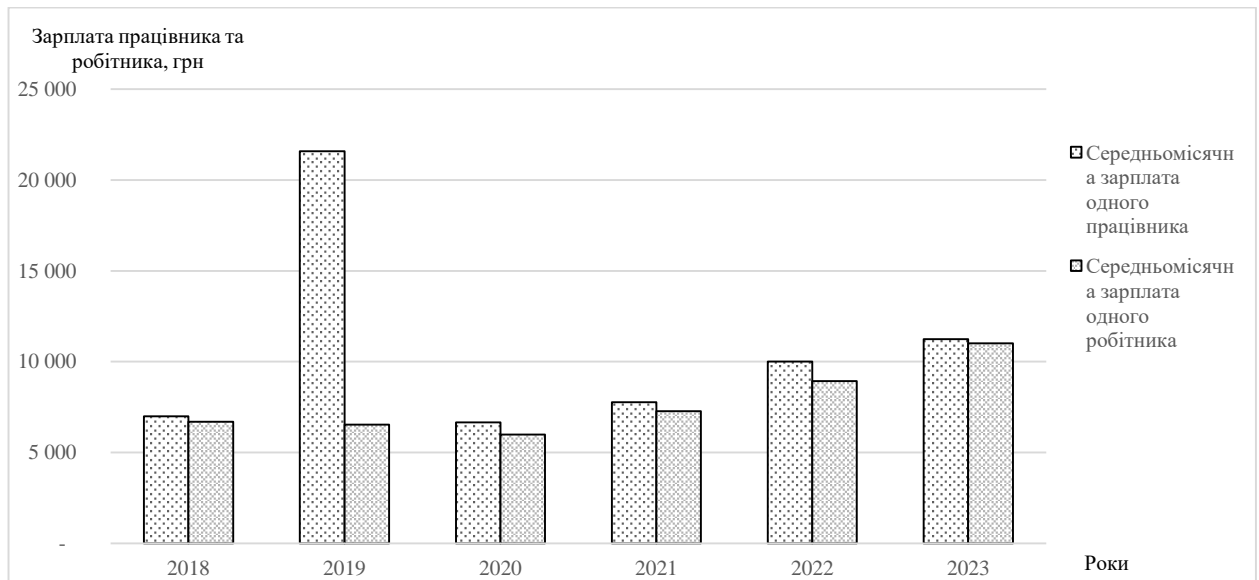


Рисунок 2.7 – Зміна середньомісячної заробітної плати працівника та робітника

За рисунком 2.7 помітне скорочення рівня середньомісячної заробітної плати як одного працівника так і робітника лише у 2020 р. щодо 2019 р. на 717 грн та 546 грн відповідно. У 2019 р. щодо попереднього року дещо зменшився рівень оплати праці робітника на 162 грн. Ця спричинено скороченням фонду оплати праці у ці періоди.

За даними таблиць з 2.1 по 2.3, на ПрАТ «ГОРИНЬ», прослідковується загальна тенденція зростання рівня середньомісячної зарплати як одного працівника так одного робітника з 2020 р. по 2023 р. Зокрема, вона збільшилась

у 2021 р. на 1112 грн для працівника і на 1287 грн одного робітника, у наступному році на 2244 грн та 1661 грн відповідно та у звітному році на 1238 грн для працівника і на 2079 грн одного робітника. За увесь досліджуваний період зарплата працівників акціонерного товариства зросла на 4248 грн для і на 4319 грн для одного робітника. Вона становила 11251 грн для одного працівника і 11020 грн у одного робітника. Це сталося через збільшення фонду оплати праці персоналу, покращення умов праці та якості його роботи. Більший рівень заробітної плати у робітників пояснюється особливостями оплати праці ПрАТ «ГОРИНЬ».

Ефективність роботи персоналу акціонерного товариства встановлюється шляхом порівняння темпів росту середньомісячної продуктивності праці і заробітної плати (рисунок 2.8, таблиця 2.4).

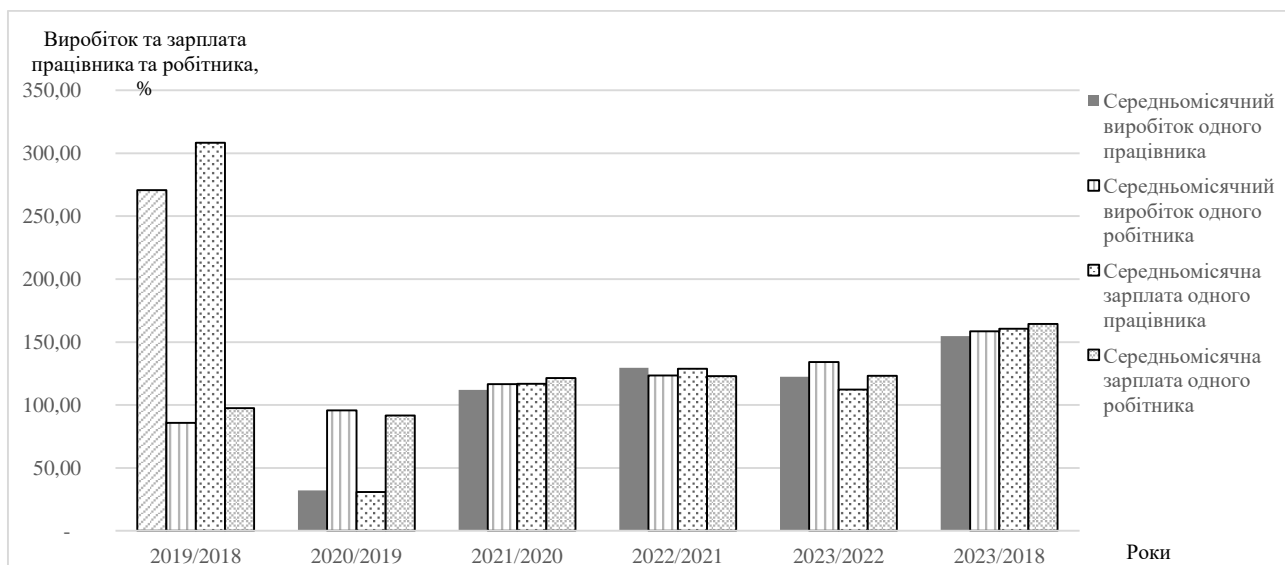


Рисунок 2.8 – Зміна темпів росту середньомісячного виробітку і заробітної плати одного працівника та робітника акціонерного товариства

За даними таблиці 2.4 та рисунком 2.8, з 2020 р. по 2021 р. та за увесь досліджуваний період темпи зміни середньомісячної заробітної плати дещо випереджали темпи зміни виробітку як працівника так і робітника. Це достатньо позитивно характеризує діяльність персоналу акціонерного товариства.

Таблиця 2.4 – Динаміка середньомісячної продуктивності праці та заробітної плати одного працівника та робітника

Показник	Темпи приросту за роками, %					2023/2018
	2019/2018	2020/2019	2021/2020	2022/2021	2023/2022	
Середньомісячний виробіток працівника	-7,50	-5,72	11,96	29,63	22,34	54,84
Середньомісячний виробіток робітника	-14,28	-4,29	16,54	23,53	34,20	58,50
Середньомісячна зарплата працівника	5,30	-9,72	16,71	28,89	12,36	60,66
Середньомісячна зарплата робітника	- 2,42	-8,35	21,48	22,82	23,26	64,46

Також помітною є тенденція до одночасного скорочення або зростання як продуктивності праці так і заробітної плати. Зокрема, з 2019 р. по 2020 р. ці показники скорочуються. Це вказує на погіршення ефективності використання персоналу та зменшення рівня оплати праці. Ситуацію вдалося виправити у наступні роки, коли зазначені показники на ПрАТ «ГОРИНЬ» зростають. З 2021 р. по 2023 р. темпи зростання продуктивності праці були вищі за темпи росту заробітної плати. Це вказує на те, що працівники ПрАТ «ГОРИНЬ» працювали ефективніше ніж отримували за це платню. Це безперечно позначилось і на плинності кадрів у цей період. Однак, впродовж досліджуваного періоду, рівень зростання виробітку залишається досить не високим, тому слід поживавити роботу у цьому напрямку. Також варто подумати і відшукати резерви задля підвищення рівня оплати праці на акціонерному товаристві.

Досить вагому роль у розвитку ПрАТ «ГОРИНЬ» мають засоби праці. Динаміка основних фондів на подана на рисунку 2.9.

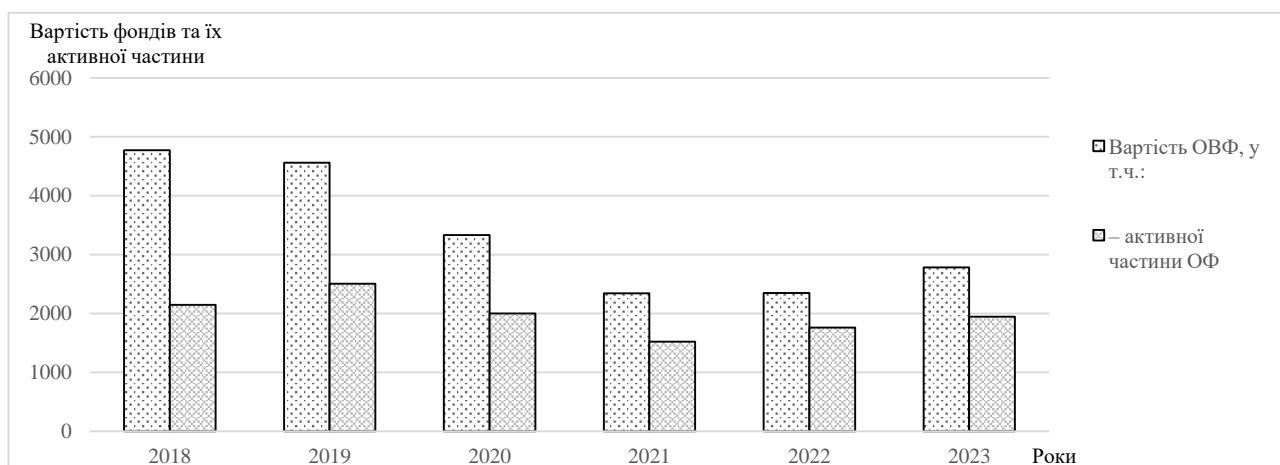


Рисунок 2.9 – Динаміка вартості основних фондів та їх активної частини

Згідно рисунка 2.9, протягом аналізованого періоду, відбувається суттєве зменшення вартості фондів та їх активної частини: на 41,70 % по основним фондам і на 9,31 % по їх активній частині. Досить стрімке скорочення відбулося з 2020 р. по 2021 р.: по основним фондам на 29,78 % і 23,93 % по активній частині фондів відповідно та з 2019 р. по 2020 р. – на 26,89 % та 20,24 % відповідно. Однак, у 2022 р. та 2023 р. щодо попереднього року їх вартість зросла, що пояснюється додатковим придбанням і удорожчанням їх вартості. Незначне зростання вартості основних фондів і їх активної частини відбулося у 2022 р. на 0,30 % і 15,73 % відповідно. У звітному році вартість фондів і їх активної частини збільшилась на 18,47 % і 10,57 % відповідно відносно попереднього року. До покращення ефективності використання засобів праці акціонерного товариства можна віднести високу частку активної частини, яка коливається від 45 % у 2018р. до 75 % у 2022 р., а у звітному році вона зменшилась на 5 п. і становила 70 %. Особливістю діяльності акціонерного товариства, яке займається пошиттям одягу спеціального призначення є потреба у складських приміщеннях. Проте, в останні роки, воно переважно працює під замовлення. Тому попри високі обсяги виробництва робочого одягу, вартість основних фондів є незначною. Це безсумнівно позначається на розмірі фондо- та машиновіддачі акціонерного товариства (рисунок 2.10).

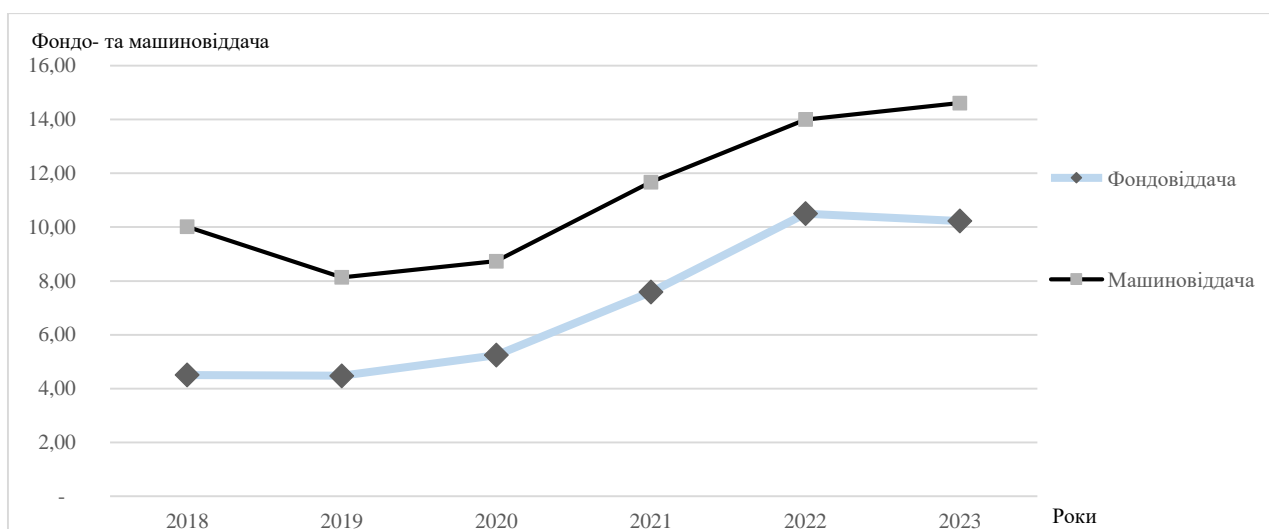


Рисунок 2.10 – Динаміка фондо- та машиновіддачі на ПрАТ «ГОРИНЬ»

На ПрАТ «ГОРИНЬ», попри невелику вартість основних фондів щодо обсягу реалізованої продукції, впродовж досліджуваного періоду, досить високий рівень як фондовіддачі у 2018 р. (4,51 грн), у 2020 р. (5,24 грн), у 2022 р. (10,50 грн) так і машиновіддачі у 2018 р. (10,01 грн), 2021 р. (11,67 грн), 2023 р. (14,61 грн). Відповідно до рисунка 2.10 наочно видно, що суттєве зростання як фондо- так машиновіддачі відбувалось з 2019 р. по 2022 р. У 2022 р. темпи зростання уповільнилися і становили 38,38 % по фондовіддачі та 19,93 % по машиновіддачі. У 2023 р. збільшився рівень лише машиновіддачі на 4,38 % за скорочення фондовіддачі на 2,58 %. Лише у 2019 р. відбувається зменшення цих показників: на 18,77 % та 0,72 % відповідно. Це вказує на погіршення ефективності використання основних фондів на акціонерному товаристві. За аналізований період рівень фондовіддачі збільшився на 127 %, а машиновіддачі – на 45,93 %. Цей факт вказує на покращення ефективності використання засобів праці на ПрАТ «ГОРИНЬ» у 2023 р. щодо 2018 р.

Для безперебійного процесу виробничо-господарської діяльності необхідною є організація матеріально-технічного забезпечення акціонерного товариства. Зміна вартості матеріальних запасів, з 2018 р. по 2023 р., подана на рисунку 2.11.

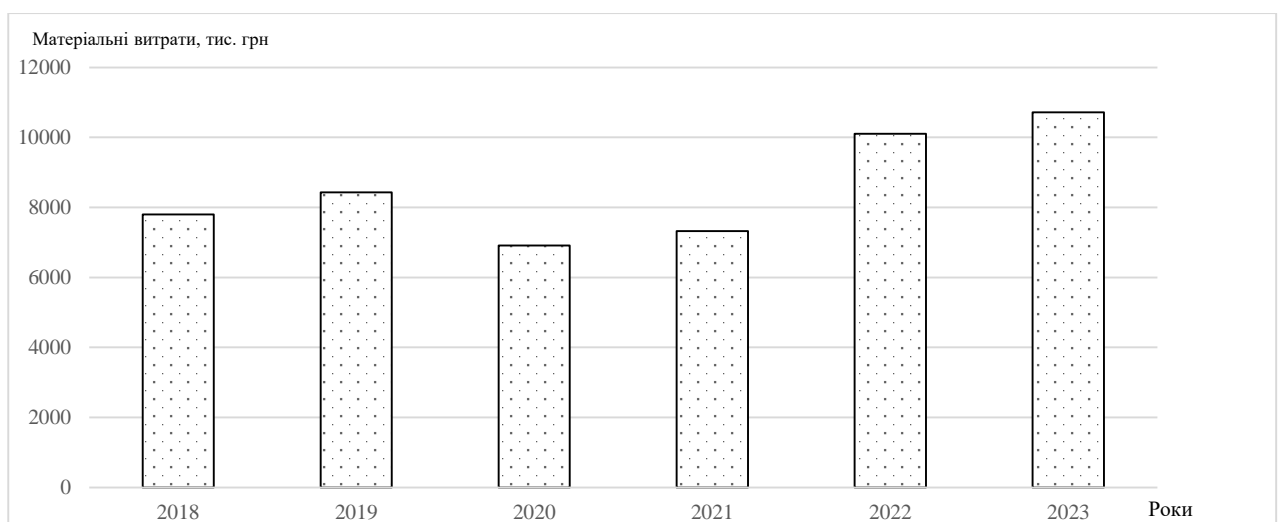


Рисунок 2.11 – Динаміка вартості матеріальних запасів ПрАТ «ГОРИНЬ»

На акціонерному товаристві з пошиття одягу спеціального призначення, протягом досліджуваних років, вартість матеріальних запасів зменшилась лише у 2020 р. на 1516,71 тис. грн або на 18 %. Це наочно видно на рисунку 2.11. Однак, впродовж аналізованого періоду, спостерігається зростання цього показника: вартість матеріалів зростає з 2018 р. по 2019 р. на 8 %, з 2020 р. по 2021 р. та з 2022 р. по 2023 р. – на 6 % та на 38 % у 2022 р. Це коливання позначається на динаміці ефективності їх використання (рисунок 2.12).

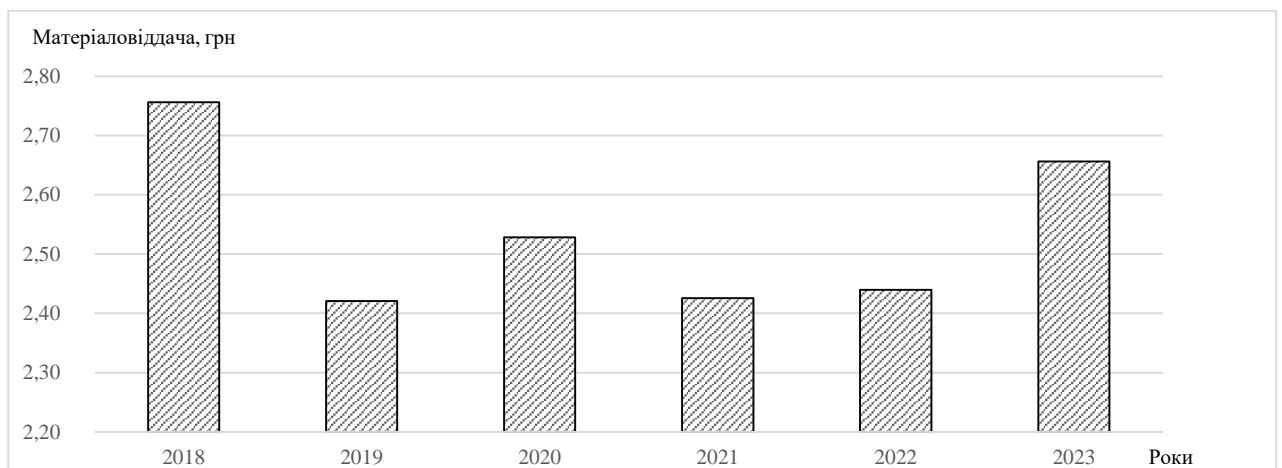


Рисунок 2.12 – Динаміка матеріаловіддачі акціонерного товариства

За графічним поданням на рисунку 2.11, на ПрАТ «ГОРИНЬ», прослідковується певне скорочення рівня матеріаловіддачі з 2018 р. по 2019 р. на 12,16 % або на 0,34 грн, у 2021 р. на 0,10 грн або на 4,07 % та протягом аналізованого періоду на 3,63 %.

Впродовж аналізованого періоду спостерігається незначне коливання рівня матеріаловіддачі від 2,76 грн до 2,66 грн. Вона зменшилася за шість років на 3,63 % та збільшилась у звітному році щодо попереднього року на 8,88 %. Ця ситуація позитивно позначається на покращенні ефективності використання предметів праці у звітному періоді.

Традиційно, кінцевим фінансовим результатом роботи акціонерного товариства є чистий фінансовий результат (прибуток чи збиток). Діяльність ПрАТ «ГОРИНЬ» впродовж аналізованого періоду була переважно збитковою.

Прибутковою вона була у 2018 р. та 2023 р.. Цьому є підтвердження динаміка валового (рисунок 2.13) та чистого (рисунок 2.14) прибутку.

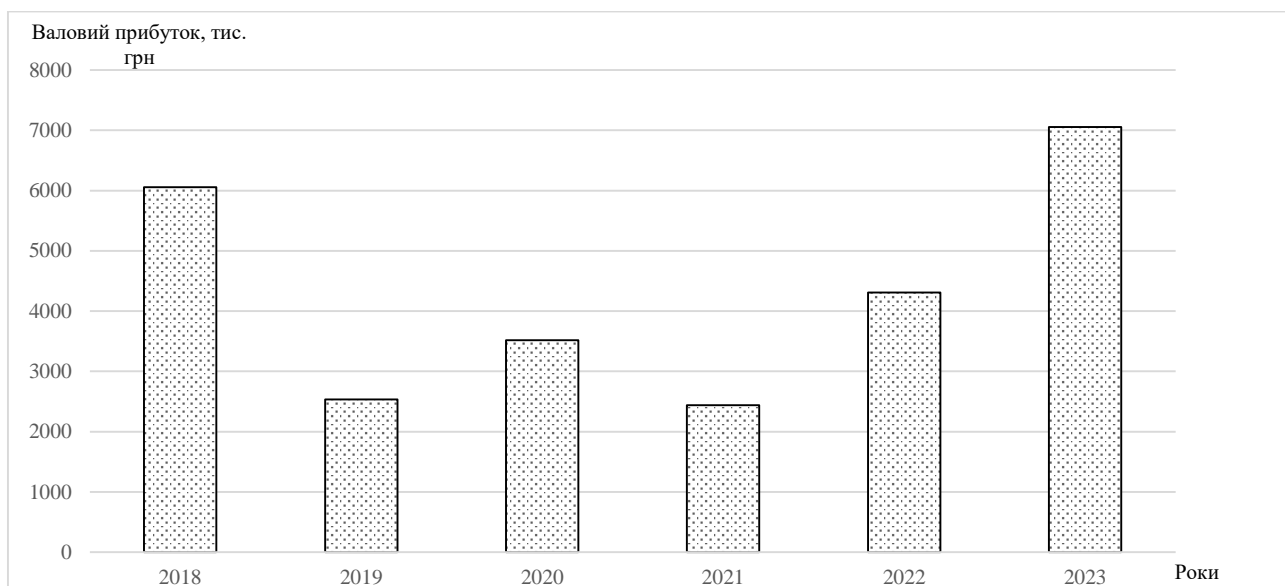


Рисунок 2.13 – Зміна валового прибутку

Як видно на рисунку 2.13 валовий прибуток змінювався з року в рік. Зокрема, він зростав з 2019 р. по 2020 р. на 979 тис. грн або на 38,59 %, на 1872,4 тис. грн або на 76,85 % у 2022 р., на 63,68 % або на 2744,1 тис. грн у 2023 р. щодо попереднього року. За увесь досліджуваний період він збільшився на 16,48 % або на 998 тис. грн. Однак, його розмір зменшився у 2019 р. на 3518 тис. грн або на 58,1 % та у 2021 р. на 1079,5 тис. грн, що на 30,7 %.

Динаміка збитковості ПрАТ «ГОРИНЬ» подана на рисунку 2.14.

Зовсім інша ситуація відбувається щодо зміни чистого фінансового результату – прибутку та збитку акціонерного товариства. За графічним поданням його зміни, на рисунку 2.14, бачимо прибуткову діяльність лише у 2018 р. – 2548 тис. грн та у 2023 р. – 1078,5 тис. грн. Тобто розмір прибутку, за досліджуваний період, скоротився на 1470 тис. грн або на 58 %. Проблемною для ПрАТ «ГОРИНЬ» є його збиткова діяльність з 2019 р. по 2022 р. При цьому, розмір збитку коливався: з 3317 тис. грн у 2019 р. до ,4 тис. грн у 2022 р.

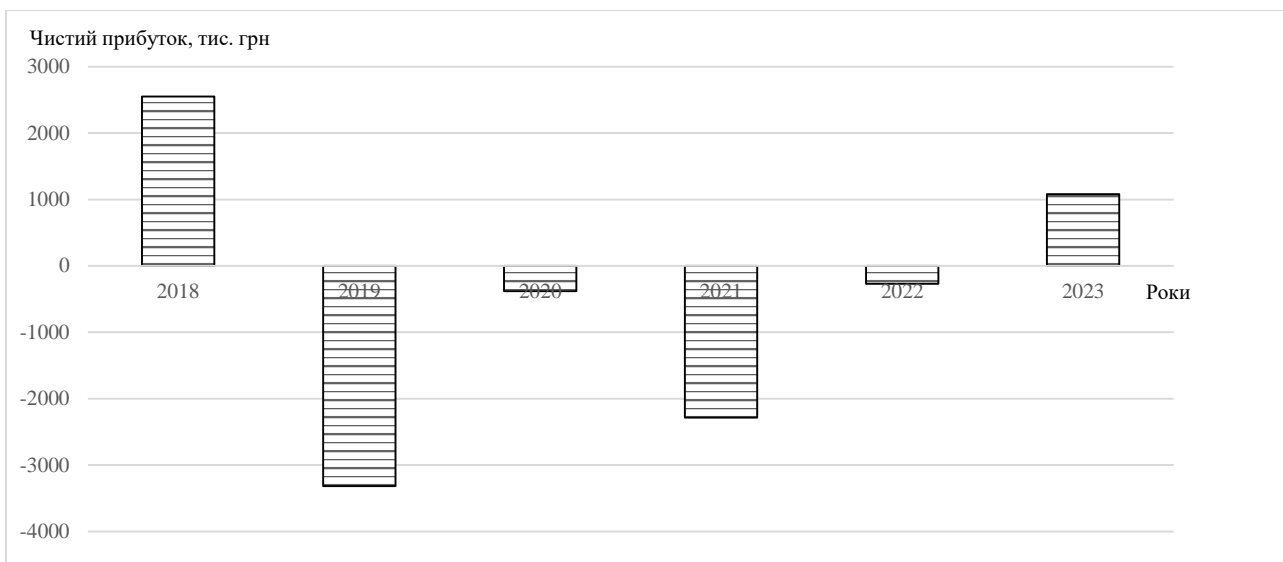


Рисунок 2.14 – Динаміка чистого прибутку (збитку) ПрАТ «ГОРИНЬ»

Менеджменту ПрАТ «ГОРИНЬ» слід активізувати роботу з покращення результативності як виробничої так і господарської діяльності. Динаміка рентабельності подана на рисунку 2.15.

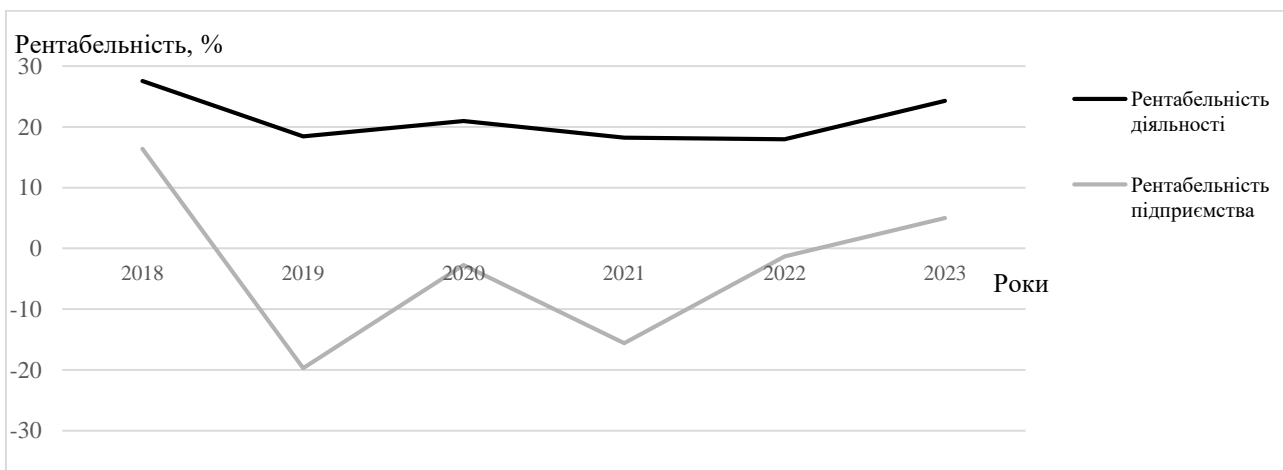


Рисунок 2.15 – Динаміка рентабельності (збитковості) ПрАТ «ГОРИНЬ»

Оскільки рентабельність діяльності визначалась, як відношення валового прибутку до обсягу реалізованої продукції, то вона характеризує результативність виробничо-збутової діяльності акціонерного товариства. ПрАТ «ГОРИНЬ» протягом аналізованого періоду отримувало валовий прибуток, тому

і рентабельність діяльності має позитивне значення. Її розмір коливається з 28,02 % у 2018 р. до 24,68 % у 2023 р. Вона майже не змінювалась у 2019 р., 2021 р. та 2022 р. і становила близько 13 % - 18 %.

Зовсім інша картина спостерігається щодо зміни рентабельності підприємства. Цей показник визначається на основі чистого фінансового результату та собівартості реалізованої продукції. Він становив у 2018 р. 16,38 % і мав максимально позитивне значення за увесь досліджуваний період. Збиткова діяльність протягом 2019 р. – 2022 р. призвела до збитковості ПрАТ «ГОРИНЬ». Проте, у звітному році акціонерне товариство отримало чистий прибуток і рентабельність становила 5,01 %.

Отже, на ПрАТ «ГОРИНЬ», впродовж досліджуваних шести років, відбувається зростання більшості показників, крім рентабельності діяльності і підприємства, чисельності персоналу та його робітників, вартості засобів праці та їх активної частини. Зростання кількісних показників позитивно характеризує діяльність акціонерного товариства. Проте, збиткова діяльність ПрАТ «ГОРИНЬ», позначилась на результативності діяльності підприємства. На це безперечно вплинула загальна ситуація в економіці країни, умови військового стану та зменшення платоспроможного попиту населення. Попри поступового скорочення чисельності працівників і робітників та фонду їх оплати праці залишається вкрай низьким рівень заробітної плати. Тому адміністрації акціонерного товариства слід детально проаналізувати ці негаразди та розробити програму заходів для покращення ситуації в майбутньому на ПрАТ «ГОРИНЬ».

До факторів нарощування обсягів виробничо-збутової діяльності відносять наступні: стратегія діяльності акціонерного товариства, його спеціалізація (товарний профіль), забезпеченість виробничого процесу персоналом, засобами та предметами праці, цінова та маркетингова політики. Коливання обсягів виробництва та реалізованої робочого одягу потребують більш детального його аналізу, що і буде зроблено у наступному підрозділі.

2.3 Аналіз обсягів випуску та реалізації продукції акціонерного товариства

Зважаючи на специфіку діяльності акціонерного товариства, яке займається пошиттям та реалізацією одягу спеціального призначення, його результатом господарювання можна вважати обсяги виробничо-збутової діяльності. Вона визначається обсягами товарної та реалізованої продукції – одягу спеціального призначення. ПрАТ «ГОРИНЬ» займається [25]:

1) пошиттям спецодягу з давальницької сировини, що передбачає пошиття одягу спеціального призначення з сировини та за технічними умовами замовника. Це дозволяє досягти швидкого виходу на норму виготовлення з нульовим рівнем браку;

2) розробкою індивідуальних моделей згідно потреб клієнтів за індивідуальними конструкціями спеціального одягу, який максимально задовольняє потреби замовників. При цьому фірма надає професійні рекомендації для кращого виконання замовлення;

3) виготовленням тестових зразків, які допоможуть сформулювати уяву клієнта щодо якісного пошиття одягу спеціального призначення. Виготовлений зразок можна з легкістю адаптувати до умов його використання;

4) формуванням корпоративної культури якісного використання спецодягу, яка передбачає усунення негативних проявів емоційної напруги та покращить ефективність та задоволеність у використанні робочого одягу.

На сайті ПрАТ «ГОРИНЬ» розміщено сторінку зворотного зв'язку щодо взаємодії з замовниками. Вона дозволяє сформулювати можливість порахувати та виготовити моделі згідно дизайну та вимог клієнта.

ПрАТ «ГОРИНЬ» займається пошиттям одягу спеціального призначення для працівників: виробництва, промисловості, медицини, харчової промисловості [11 - 13, 25].

Позитивним в діяльності ПрАТ «ГОРИНЬ» є високий рівень ефективності господарської діяльності протягом майже 80 років. На підприємстві

здійснюється контроль якості згідно національних та міжнародних норм та стандартів.

Працівники ПрАТ «ГОРИНЬ» постійно дбають про якість виробництва одягу спеціального призначення з необхідної тканини. Вони використовують новітні технології та значний досвід на ринку легкої промисловості. При цьому дотримуються та використовують інноваційні методи та новітнє обладнання для досягнення значних результатів. Працівники акціонерного товариства працює як злагоджена команда, яка забезпечує ефективне господарювання щодо пошиття та реалізації робочого одягу.

ПрАТ «ГОРИНЬ» має можливість приймати участь у міжнародних проєктах. Воно виготовляє широкий спектр високоякісного спецодягу як для вітчизняних так і закордонних замовників. Серед них є всесвітньо відомі бренди та компанії: Mercedes, BMW, Scania, АрселорМіттал, Міністерство оборони, Укрзалізниця [25].

Зважаючи на це, актуальним є аналіз обсягів товарної та реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ». В його процесі дотримуються такої послідовності [25 - 27]:

- 1) встановлення обсягів товарної та реалізованої продукції у вартісному і кількісному вимірюванні за основними групами товарів та загалом по акціонерному товариству;
- 2) оцінка динаміки обсягів товарної та реалізованої продукції в цілому та за його структурою;
- 3) аналіз виконання прогностичних завдань з обсягів товарної та реалізованої продукції;
- 4) моніторинг ритмічності та сезонності продажу окремих видів робочого одягу;
- 5) аналіз факторів, що впливають на обсяг та структуру товарної та реалізованої продукції.

Аналіз обсягів товарної та реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ» розпочнемо із загальної тенденції зміни цих показників (рисунок 2.16).

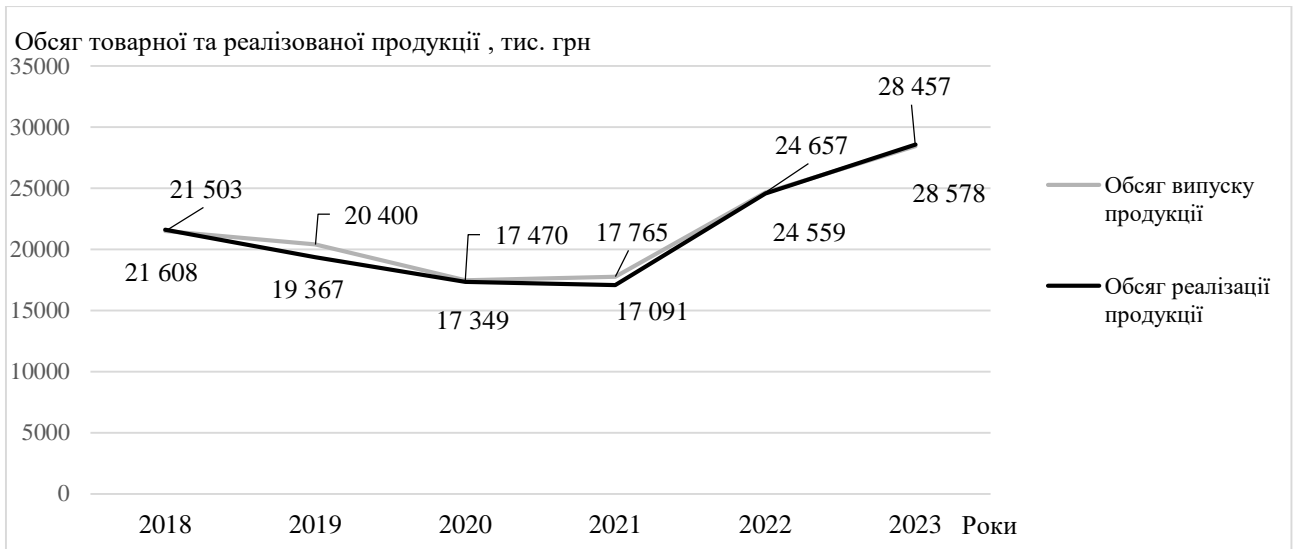


Рисунок 2.16 – Зміна обсягів товарної та реалізованої продукції

Як видно з рисунка 2.16, динаміка обсягів товарної та реалізованої продукції досить схожа. У щорічному вираженні відбувається коливання цих показників. Зокрема, найбільше зростання, у вартісному вимірі, відбулося з 2021 р. по 2022 р. на 6892 тис. грн або на 38,85 % та на 7468,2 тис. грн або на 43,7 % відповідно. У звітному році щодо попереднього зростання становило 15,41 % та 16,36 % відповідно. З 2020 р. по 2021 р. відбувається незначне скорочення в межах 2 % обсягу реалізованої продукції за одночасного зростання на цю ж величину обсягу виробництва робочого одягу. Проблемним у роботі акціонерного товариства був період з 2018 р. по 2020 р. Відбулося скорочення обсягів на 5,13 % та 10,37 % відповідно та на 14,36 % та 10,42 % відповідно у 2020 р. За останніх 6 років обсяг товарної продукції збільшився на 6954 тис. грн або на 32,34 % та обсяг реалізованої продукції – на 6969,7 тис. грн або 32,6 %. Отже, за досліджуваний період, темпи приросту обсягів товарної та реалізованої продукції однакові. Це вказує на певну стабільність щодо результатів виробничо-збутової діяльності.

За відсутності інформації дослідити рівномірність зміни обсягів товарної та реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ» не можливо. Також не реально отримати дані щодо сезонності виробництва та продажу одягу спеціального

призначення. Оскільки на ПрАТ «ГОРИНЬ» не здійснюють прогнозування рівня обсягів товарної та реалізованої продукції, то також цей вид аналізу провести не представляється можливим.

Наступним етапом аналізу обсягу реалізованої продукції акціонерного товариства є його аналіз у асортиментному та номенклатурному розрізі (таблиці з 2.5 по 2.11).

У таблиці 2.5 наведено вихідні дані для аналізу обсягів товарної та реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ» в номенклатурному розрізі за основними видами продукції.

У таблицях 2.6 та 2.7 подана динаміка обсягів товарної та реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ» за асортиментом. У них визначено темпи зміни обсягу виробництва та реалізації робочого одягу акціонерного товариства.

У таблицях 2.8 та 2.9 визначена зміна як обсягу товарної так і реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ» за асортиментом за останніх шість років.

Надалі, у таблицях 2.10 та 2.11 узагальнена зміна структури обсягів товарної та реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ» за асортиментом з визначенням абсолютного відхилення за кожним її видом.

Проаналізуємо інформацію поданих таблиць. Зокрема, за даними таблиці 2.6 обсяг виробництва робочого одягу загалом збільшився, протягом аналізованого періоду, на 32,34 %. Аналогічне зростання відбувалося за усіма його видами крім виробництва комбінезонів, яке суттєво скоротилось на 63,36 %. За даними таблиці 2.6 видно, що виробництво комбінезонів на ПрАТ «ГОРИНЬ» скорочувалось майже протягом усього досліджуваного періоду: у 2019 р. на 76,52 %, у 2020 р. на 6,38 % та у 2021 р. на 22,22 %. Суттєво зменшувалось і виробництво сорочок, халатів, комплектів, чоловічих костюмів: у 2019 р. на 52 % та на 100 % у 2020 р. Одночасно, у 2020 р. на 26,822 % зменшилося виробництво штанів.

В усі інші періоди обсяги виробництва робочого одягу зростають: виробництво жакетів зросло у 2019 р. на 158,7 %, у 2022 р. на 33,18 %, у 2020 р., 2021 р. та у звітному році щодо попереднього – в середньому на 6%.

Таблиця 2.5 – Вихідні дані для аналізу обсягів товарної та реалізованої продукції за асортиментом

ч/ч	Основний вид продукції	2018 р.						2019 р.						2020 р.					
		Обсяг виробництва			Обсяг реалізації			Обсяг виробництва			Обсяг реалізації			Обсяг виробництва			Обсяг реалізації		
		у натуральній формі (тис. шт.)	у грошовій формі (тис. грн)	у відсотках до всієї виробленої продукції	у натуральній формі (тис. шт.)	у грошовій формі (тис. грн)	у відсотках до всієї реалізованої продукції	у натуральній формі (тис. шт.)	у грошовій формі (тис. грн)	у відсотках до всієї виробленої продукції	у натуральній формі (тис. шт.)	у грошовій формі (тис. грн)	у відсотках до всієї реалізованої продукції	у натуральній формі (тис. шт.)	у грошовій формі (тис. грн)	у відсотках до всієї виробленої продукції	у натуральній формі (тис. шт.)	у грошовій формі (тис. грн)	у відсотках до всієї реалізованої продукції
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	19	20	21	22
1	Штани	83,6	8481	39,44	85,6	8684	40,19	58,2	9210	45,15	52,1	8440	43,58	45,8	6740	38,58	43,9	6800	39,20
2	Жакети	40,5	3274	15,23	40,5	3274	15,15	97,2	8470	41,52	88,6	8220	42,44	63,5	8970	51,35	59,4	8789	50,66
3	Напівкомбізони	44,2	8006	37,23	44,6	8078	37,38	22	1880	9,22	21,1	1900	9,81	18	1760	10,07	18	1760	10,14
4	Сорочки, халати, комплекти, костюми чоловічі	15,4	1742	8,10	14,7	1572	7,28	12,2	840	4,12	11,4	807	4,17						
5	Разом	х	21503	100	х	21608	100	х	20400	100	173,2	19367	100	х	17470	100	х	17349	100

Продовження таблиці 2.5

ч/ч	2021 р.						2022 р.						2023 р.					
	Обсяг виробництва			Обсяг реалізації			Обсяг виробництва			Обсяг реалізації			Обсяг виробництва			Обсяг реалізації		
	у натуральній формі (тис. шт.)	у грошовій формі (тис. грн)	у відсотках до всієї виробленої продукції	у натуральній формі (тис. шт.)	у грошовій формі (тис. грн)	у відсотках до всієї реалізованої продукції	у натуральній формі (тис. шт.)	у грошовій формі (тис. грн)	у відсотках до всієї виробленої продукції	у натуральній формі (тис. шт.)	у грошовій формі (тис. грн)	у відсотках до всієї реалізованої продукції	у натуральній формі (тис. шт.)	у грошовій формі (тис. грн)	у відсотках до всієї виробленої продукції	у натуральній формі (тис. шт.)	у грошовій формі (тис. грн)	у відсотках до всієї реалізованої продукції
1	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	46,8	6 887	38,77	41	6 351	37,2	57,3	8 432	34,20	58,6	9 077	36,96	65,1	9 580	33,67	66,3	10270	35,94
2	66,9	9 450	53,20	63	9 322	54,5	89,1	12 586	51,05	89,8	13 287	54,10	95,3	13 462	47,31	103,7	15344	53,69
3	14	1 369	7,71	14	1 369	8,0	22	2 151	8,72	22	2 151	8,76	30	2 933	10,31	30	2933	10,26
4	-	59	0,33	-	50	0,3	-	1487	6,03	-	44	0,18	-	2481	8,72	-	30,9	0,11
5	х	17765	100	118	17091	100	х	24657	100	х	24559	100	х	28457	100	х	28577,7	100

Таблиця 2.6 – Динаміка обсягів товарної продукції ПрАТ «ГОРИНЬ» за асортиментом

Номенклатура	Абсолютне значення обсягу товарної продукції за роками, тис. грн						Темпи змін за роками, %					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2019/ 2018	2020/ 2019	2021/ 2020	2022/ 2021	2023/ 2022	2023/ 2018
Штани	8481	9210	6740	6 887	8 432	9 580	8,60	-26,82	2,18	22,44	13,61	12,96
Жакети	3274	8470	8970	9 450	12 586	13 462	158,70	5,90	5,35	33,18	6,96	311,18
Напівкомбінезони	8006	1880	1760	1 369	2 151	2 933	-76,52	-6,38	-22,22	57,14	36,36	-63,36
Сорочки, халати, комплекти, костюми чоловічі	1742	840	0	59	1 487	2 481	-51,78	-100,00	-	2 420,34	66,85	42,42
Разом	21503	20400	17470	17 765	24 657	28 457	-5,13	-14,36	1,69	38,79	15,41	32,34

Таблиця 2.7 – Динаміка обсягів реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ» за асортиментом

Номенклатура	Абсолютне значення обсягу реалізованої продукції за роками, тис. грн						Темпи змін за роками, %					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2019/ 2018	2020/ 2019	2021/ 2020	2022/ 2021	2023/ 2022	2023/ 2018
Штани	8684	8440	6800	6 351	9 077	10 270	-2,81	-19,43	-6,61	42,93	13,14	18,26
Жакети	3274	8220	8789	9 322	13 287	15 344	151,07	6,92	6,06	42,54	15,48	368,65
Напівкомбінезони	8078	1900	1760	1 369	2 151	2 933	-76,48	-7,37	-22,22	57,14	36,36	-63,69
Сорочки, халати, комплекти, костюми чоловічі	1572	807	0	50	44	31	- 48,66	-100,00	-	- 12,00	-29,77	-98,03
Разом	21608	19367	17349	17 091	24 559	28 578	-10,37	-10,42	-1,49	43,69	16,36	32,26

Таблиця 2.8 – Зміна обсягу товарної продукції ПрАТ «ГОРИНЬ» за асортиментом

Номенклатура	Абсолютне значення обсягу товарної продукції за роками, тис. грн						Абсолютне відхилення за роками, тис. грн					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2019- 2018	2020- 2019	2021- 2020	2022- 2021	2023- 2022	2023- 2018
Штани	8481	9210	6740	6887	8432	9580	729	-2470	147	1545	1148	1099
Жакети	3274	8470	8970	9450	12586	13462	5196	500	480	3136	876	10188
Напівкомбінезони	8006	1880	1760	1369	2151	2933	-6126	-120	-391	782	782	-5073
Сорочки, халати, комплекти, костюми чоловічі	1742	840	0	59	1487	2481	-902	-840	59	1428	994	739
Разом	21503	20400	17470	17 765	24 657	28 457	-1103	-2930	295	6891	3800	6954

Таблиця 2.9 – Зміна обсягу реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ» за асортиментом

Номенклатура	Абсолютне значення обсягу реалізованої продукції за роками, тис. грн						Абсолютне відхилення за роками, тис. грн					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2019-2018	2020-2019	2021-2020	2022-2021	2023-2022	2023-2018
Штани	8684	8440	6800	6351	9077	10270	-244	-1640	-449	2726	1193	1586
Жакети	3274	8220	8789	9322	13287	15344	4946	569	533	3965	2057	12070
Напівкомбінезони	8078	1900	1760	1369	2151	2933	-6178	-140	-391	782	782	-5145
Сорочки, халати, комплекти, костюми чоловічі	1572	807	0	50	44	31	-765	-807	50	-6	-13	-1541
Разом	21608	19367	17349	17091	24559	28578	-2241	-2018	-258	7468	4019	6970

Таблиця 2.10 – Зміна структури обсягу товарної продукції ПрАТ «ГОРИНЬ» за асортиментом

Номенклатура	Структура обсягу товарної продукції за роками, %						Абсолютне відхилення за роками, тис. грн					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2019-2018	2020-2019	2021-2020	2022-2021	2023-2022	2023-2018
Штани	39,44	45,15	38,58	38,77	34,20	33,67	5,71	-6,57	0,19	-4,57	-0,53	-5,77
Жакети	15,23	41,52	51,35	53,20	51,05	47,31	26,29	9,83	1,85	-2,15	-3,74	32,08
Напівкомбінезони	37,23	9,22	10,07	7,71	8,72	10,31	-28,02	0,86	-2,37	1,02	1,58	-26,92
Сорочки, халати, комплекти, костюми чоловічі	8,10	4,12	-	0,33	6,03	8,72	-3,98	-4,12	0,33	5,70	2,69	0,62
Разом	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	-	-	-	-	-	-

Таблиця 2.11 – Зміна структури обсягу реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ» за асортиментом

Номенклатура	Структура обсягу реалізації за роками, %						Абсолютне відхилення за роками, тис. грн					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2019-2018	2020-2019	2021-2020	2022-2021	2023-2022	2023-2018
Штани	40,19	43,58	39,20	37,2	36,96	35,94	3,39	-4,38	-2,04	-0,20	-1,02	-4,25
Жакети	15,15	42,44	50,66	54,5	54,10	53,69	27,29	8,22	3,88	-0,44	-0,41	38,54
Напівкомбінезони	37,38	9,81	10,14	8,0	8,76	10,26	-27,57	0,33	-2,14	0,75	1,51	-27,12
Сорочки, халати, комплекти, костюми чоловічі	7,28	4,17	-	0,3	0,18	0,11	-3,11	-4,17	0,29	-0,11	-0,07	-7,17
Разом	100,00	100,00	100,00	100,0	100,00	100,00	-	-	-	-	-	-

Дещо інші тенденції відбуваються щодо обсягів реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ». За даними таблиці 2.7 слід відмітити, що тенденція щодо зміни загального обсягу реалізованої продукції акціонерного товариства повторюється і за його видами. Зокрема, зменшення обсягу реалізованої продукції з 2018 р. по 2021 р. відбувається і загалом і за його основними видами. Зокрема, у 2019 р. значно скоротився продаж напівкомбінезонів (на 76,48 % або на 6178 тис. грн), сорочок, халатів, комплектів, чоловічих костюмів (на 49 % та 902 тис. грн), штанів (на 2,81 % або на 244 тис. грн). Зазначена тенденція продовжувалась впродовж наступних двох років до 2021 р. А з 2022 р. відбулося зростання обсягів реалізованого одягу спеціального призначення: на 43 % штанів та жакетів, на 57 % або 782 тис. грн напівкомбінезонів. У звітному році ситуація ще більш сприятлива, оскільки майже за усіма товарними групами відбувається нарощування обсягів реалізованої продукції: штанів на 13,14 %, жакетів на 15,48 %, напівкомбінезонів на 36,36 %. Ситуацію погіршилась лише щодо реалізації сорочок, халатів, комплектів, чоловічих костюмів на 29,77 % або на 13 тис. грн.

У структурі виробництва одягу спеціального призначення, протягом аналізованого періоду, переважає виробництво штанів і жилетів (у 2019 р. 45,15 % та 41,52 % відповідно та у 2023 р. 34 % та 47 % відповідно). Аналогічна ситуація помітна і щодо структури обсягу реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ».

Структуру обсягу реалізованої продукції (робочого одягу) акціонерного товариства за три останніх роки представлено на рисунках з 2.17 по 2.19.

Зміна структури реалізованої продукції з 2018 р. по 2023 р. подана у таблиці 2.11. За даними цієї таблиці, протягом останніх шести років, обсяг реалізованої продукції акціонерного товариства за своєю структурою нерівномірний. У 2018 р. в структурі реалізації переважають штани та напівкомбінезони (40 % і 37 % відповідно). Однак, в наступних п'ять років структура реалізації робочого одягу майже не змінилася.

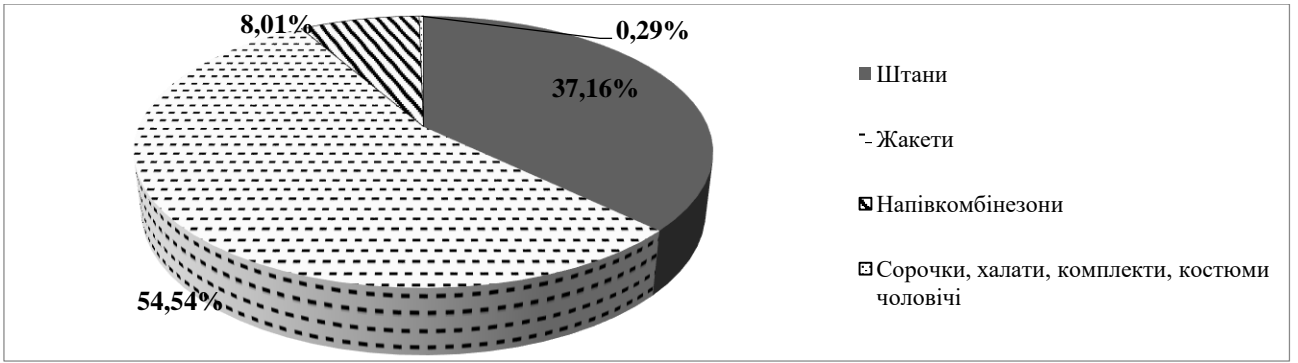


Рисунок 2.17 – Структура обсягу реалізованої продукції у 2021 р.

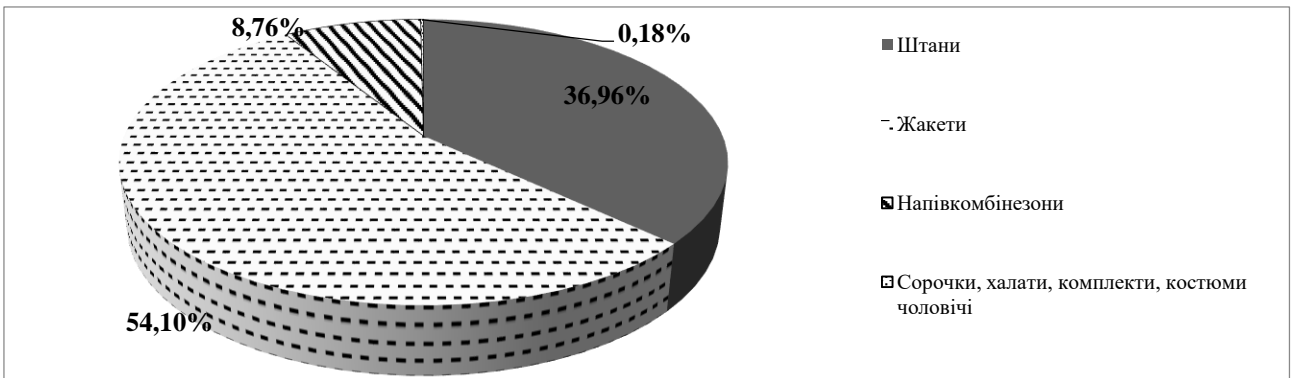


Рисунок 2.18 – Структура обсягу реалізованої продукції у 2022 р.

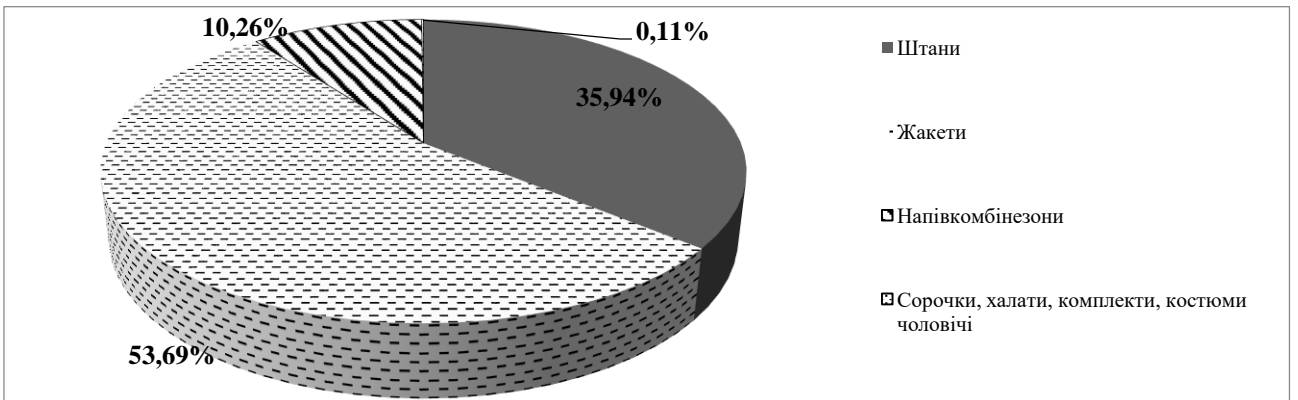


Рисунок 2.19 – Структура обсягу реалізованої продукції у 2023 р.

Графічне подання зміни його структури за три останніх роки показало незначну зміну у межах одного відсотка щодо частки реалізації штанів, жакетів та напівкомбінезонів.

За даними таблиці 2.11 у структурі обсягу реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ», з 2020 р. по 2023 р., переважає реалізація жакетів, штанів та напівкомбінезонів. У 2021 р. та 2022 р. їх питома вага майже не змінилась і становила 54 %, 37 % та 8 % відповідно. З 2020 р. скорочується динаміка реалізації штанів, напівкомбінезонів та сорочок, халатів, комплектів, чоловічих костюмів. Значно кращою є ситуація щодо зміни обсягу реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ» за товарною групою «жакети». Вона засвідчує зростання у 2023 р. на 38,54 % щодо 2018 р. Жакети спеціального призначення користуються попитом серед замовників і ПрАТ «ГОРИНЬ» намагається нарощувати їх обсяги збуту.

Отже, результати виробничо-збутової діяльності акціонерного товариства у частині обсягу товарної та реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ» потребують покращення за рахунок його нарощування та покращення структури реалізації. Акціонерному товариству слід залучати певні інвестиційні кошти (гранти), удосконалювати загальну стратегію та маркетингову-цінову політику, розширювати асортимент одягу спеціального призначення.

Скорочення розміру обсягу реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ» з 2018 р. по 2021 р., погіршення загального стану розвитку акціонерного товариства за останніх шість років потребують пошуку нових шляхів покращення ситуації, що і буде зроблено у наступному розділі кваліфікаційної роботи.

3 МОДЕЛЮВАННЯ ОБСЯГУ РЕАЛІЗОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ ПрАТ «ГОРИНЬ»

3.1 Кореляційно-регресійний аналіз обсягу реалізованої продукції акціонерного товариства

Основним результатом виробничо-збутової діяльності ПрАТ «ГОРИНЬ» є обсяг реалізації одягу спеціального призначення. Основним спрямуванням його дослідження є не лише оцінка динаміки його зміни, а і пошук шляхів нарощування. Для цього засобами кореляційно-регресійного аналізу визначимо найбільш впливові фактори його зміни та можливий розмір у перспективі. Спочатку відберемо найбільш впливові фактори, які можуть змінювати результуючий показник – обсягу реалізованої продукції акціонерного товариства.

У таблиці 3.1 подано динаміку обсягу реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ» з 2018 р. по 2023 р. та фактори, які на нашу думку можуть впливати на його зміну [11].

Таблиця 3.1 – Динаміка обсягу реалізації одягу спеціального призначення ПрАТ «ГОРИНЬ»

Показники	Рівень показника за роками					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Обсяг реалізованої продукції, тис. грн	21 608	19 367	17 349	17 091	24 559	28 578
Матеріаловіддача, грн	2,76	2,42	2,53	2,43	2,44	2,66
Середньомісячний виробіток одного працівника, грн	15,32	14,17	13,36	14,95	19,38	23,71
Фондовіддача, грн	4,51	4,47	5,24	7,59	10,50	10,23

Абсолютне значення результативного показника та відібраних факторів взято зі статистичної та фінансової звітності ПрАТ «ГОРИНЬ» [11].

В процесі кореляційно-регресійного аналізу, за допомогою матриці попарних порівнянь (таблиця 3.2), визначимо тісноту зв'язку між результуючим показником (обсяг реалізованої продукції) і відібраними факторами.

Таблиця 3.2 – Кореляційна матриця

Показники	Обсяг реалізованої продукції	Матеріаловіддача	Середньомісячний виробіток працівника	Фондовіддача
Обсяг реалізованої продукції	1	0,4286	0,9510	0,6962
Матеріаловіддача	0,4286	1	0,2837	-0,1341
Середньомісячний виробіток працівника	0,9510	0,2837	1	0,8454
Фондовіддача	0,6962	- 0,1341	0,8454	1

За даними кореляційної матриці (таблиця 3.2) усі три відібраних фактори суттєво впливають на зміну обсягу реалізованої продукції акціонерного товариства. Зокрема, найбільший вплив на зміну обсягу реалізованої продукції здійснює середньомісячний виробіток одного працівника (0,9510), рівень фондовіддачі (0,6962) та матеріаловіддачі (0,4286). Вагома залежність існує між середньомісячним виробітком одного працівника на фондовіддачею, оскільки коефіцієнт кореляції становить 0,8454. Значення коефіцієнта кореляції за абсолютною величиною наближається до 0,85, що вказує на наявність значного зв'язку між продуктивністю праці персоналу та фондовіддачею. Це може спричинити мультиколінеарний зв'язок між цими факторами. Тому їх разом не бажано включати у модель.

Традиційно, чим ближче значення коефіцієнта кореляції до одиниці тим вплив відібраного чинника на результуючий показник більший. При цьому варто враховувати і економічну сутність відібраних показників.

Отже, відібрані три фактори візьмемо для подальшого дослідження зміни обсягу реалізації одягу спеціального призначення акціонерного товариства (таблиця 3.3).

Таблиця 3.3 – Вихідні дані для КРА зміни обсягу реалізованої продукції

Показники		Рівень показника за роками					
		2018	2019	2020	2021	2022	2023
Обсяг реалізованої продукції	Y	21 608	19 367	17 349	17 091	24 559	28 578
Матеріаловіддача	x ₁	2,76	2,42	2,53	2,43	2,44	2,66
Середньомісячний виробіток одного працівника	x ₂	15,32	14,17	13,36	14,95	19,38	23,71
Фондовіддача	x ₃	4,51	4,47	5,24	7,59	10,50	10,23

За поданими у таблиці 3.3 даними, загальний результат виробничо-збутової діяльності акціонерного товариства – обсяг реалізованої продукції коливається протягом усього досліджуваного періоду. На ПрАТ «ГОРИНЬ» розмір обсягу реалізації одягу спеціального призначення зменшувався з 2018 р. по 2021 р. Зокрема, він скоротився на 10 % у 2019 р. та 2020 р. або на 2241 тис. грн та 2018 тис. грн відповідно. У наступному році темпи скорочення дещо уповільнилися і становили близько 1,5 % або 258 тис. грн. У подальшому, позитивним явищем, було досягнуто нарощування обсягу реалізованої продукції на 44 % або на 7468 тис. грн у 2022 р. Проте, у звітному році щодо попереднього темпи зростання дещо уповільнилися і становили 16,36 % або 4019 тис. грн. Зменшення темпів зростання викликано військовим станом в країні, що спричинив падіння обсягів діяльності у багатьох галузях економіки та зменшення попиту на одяг спеціального призначення.

Наочне відображення динаміки обсягу реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ» з 2018 р. по 2023 р. здійснено на рисунку 3.1.

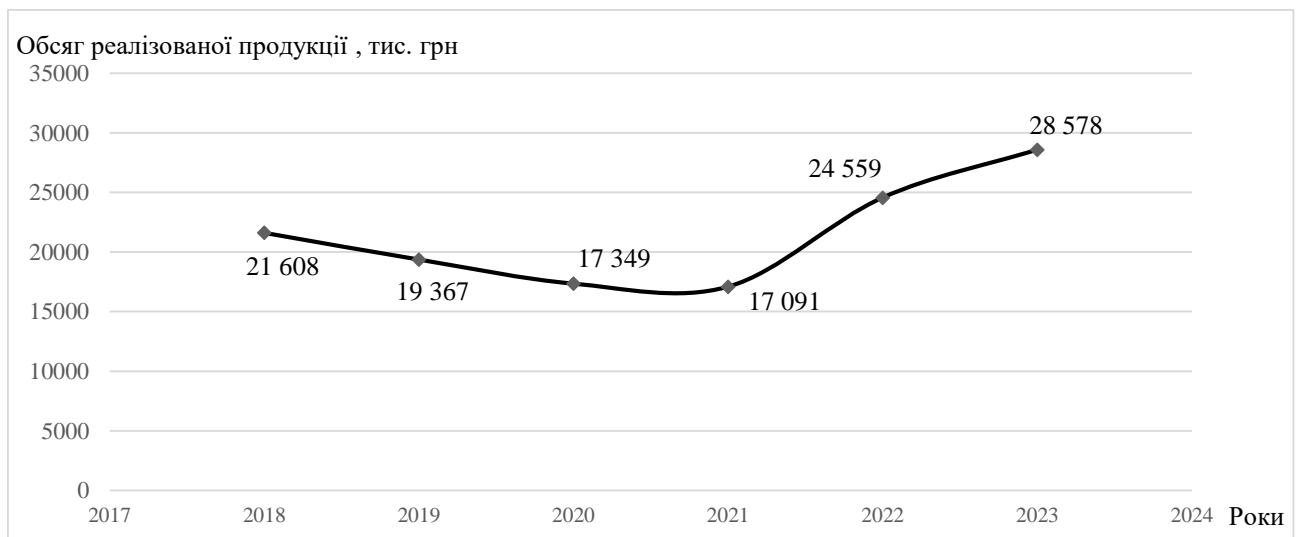


Рисунок 3.1 – Динаміка обсягу реалізації одягу спеціального призначення

Отже, за рисунком 3.1 видно, що протягом шести останніх років ситуація щодо результату виробничо-збутової діяльності акціонерного товариства

неоднозначна. Найкращим виявився період з 2021 р. по 2023 р. Однак, темпи нарощування обсягу реалізації робочого одягу є не досить великими і потребують посилення. Тому, для стабілізації збутової діяльності на ПрАТ «ГОРИНЬ» слід застосувати кореляційно-регресійний аналіз. Вихідна інформація для нього подана у таблиці 3.3. За даними цієї таблиці відібрано три основних фактори впливу на зміну обсягу реалізованої продукції акціонерного товариства – матеріаловіддача (x_1), середньомісячний виробіток одного працівника (x_2) та фондівіддача (x_3). Усі ці фактори характеризують ефективність використання ресурсів (предметів праці, персоналу та засобів праці) акціонерного товариства.

Застосувавши інструмент аналізу даних «Регресія» у електронних таблицях нами побудована трьох факторна економетрична модель зміни обсягу реалізованої продукції акціонерного товариства:

$$Y_p = 1315x_1 + 1370x_2 - 523x_3 - 1249; \quad (3.1)$$

$$R^2 = 0,9458; F_{\text{розрах}} = 11,63 < F_{\text{табл}} = 19,16.$$

За побудованою моделлю (3.1) найбільший вплив на зміну обсягу реалізованої продукції акціонерного товариства здійснює продуктивність праці персоналу. Це доводить високе абсолютне значення параметра моделі (1370). Воно показує, що за додаткового зростання середньомісячного виробітку одного працівника на 1 % обсяг реалізації одягу спеціального призначення збільшиться на 1370 тис. грн. Параметр біля першого фактору вказує, що за зростання рівня матеріаловіддачі на 1 % обсягу реалізованої продукції акціонерного товариства зросте на 1315 тис. грн. На зміну рівня реалізації продукції обернений вплив здійснює рівень фондівіддачі. За оптимального зменшення рівня фондівіддачі на 1 % обсяг реалізації робочого одягу збільшиться на 523 тис. грн.

Трьох факторна модель (3.1) має високе значення коефіцієнта детермінації, яке становить 0,9458. Воно вказує на те що на 94,58 % відібрані три фактори впливають на зміну обсягу реалізованої продукції акціонерного товариства. При

цьому лише 5,42 % припадає на дію факторів які не включені у модель (3.1). Зважаючи на високе значення коефіцієнта детермінації, яке за абсолютним значенням перевищує 0,75 побудовану нами модель (3.1) слід вважати адекватною.

Одночасно, для встановлення адекватності економетричної моделі застосовують критерій Фішера. Через те, що його розрахункове значення (11,63) менше за табличне (19,16), модель (3.1) не можна вважати адекватною за критерієм Фішера. Проте, адекватність моделі (3.1) доведена високим значенням коефіцієнта детермінації. Тому, за нею можна здійснювати прогнозування обсягу реалізації одягу спеціального призначення ПрАТ «ГОРИНЬ».

Достовірність параметрів економетричної моделі оцінюють за критерієм Ст'юдента. Традиційно, якщо розрахункові значення цього критерію перевищують його табличне значення (3,18), то параметри достовірні. За проведеними підрахунками ($t_{a0} = 0,72$; $t_{a1} = 2,60$; $t_{a1} = 0,16$; $t_{a0} = 0,07$), у моделі (3.1) жоден параметр не є достовірним. Це викликано малим періодом спостережень – 6 років.

Проведемо дослідження мультиколінеарності між факторами за алгоритмом Фаррара –Глобера. Цей алгоритм налічує декілька кроків [14].

На першому кроці слід здійснити нормалізацію змінних. Проміжні розрахунки та нормалізовані значення представимо у таблиці 3.4.

Нормалізацію пояснюючих змінних здійснено за вбудованою функцією «НОРМАЛІЗАЦІЯ» аргументами якої є: абсолютне значення показники, його середнє значення та стандартне відхилення.

На другому кроці визначено кореляційну матрицю r , яка складається з матриці парних коефіцієнтів кореляції між факторами:

$$R = \begin{vmatrix} 1 & 0,2856 & -0,1295 \\ 0,2856 & 1 & 0,8450 \\ -0,1295 & 0,8450 & 1 \end{vmatrix} \quad (3.2)$$

Знайдемо множинний коефіцієнт кореляції за формулою:

Таблиця 3.4 – Проміжні розрахунки та нормалізовані дані відібраних показників

ч/ч	Вихідні дані				Проміжні розрахунки								Нормалізовані дані			
	Обсяг реалізації, Y, тис. грн	Матеріаловіддача а x ₁ , грн	Продуктивність праці, x ₂ , грн	Фондовіддача, x ₃ , грн	Y-Y _c	(Y-Y _c) ²	X ₁ -X _{1c}	(X ₁ -X _{1c}) ²	X ₂ -X _{2c}	(X ₂ -X _{2c}) ²	X ₃ -X _{3c}	(X ₃ -X _{3c}) ²	Y*	X ₁ *	X ₂ *	X ₃ *
1	21608	2,76	15,32	4,51	182,67	33367,11	0,22	0,05	-1,50	2,24	-2,58	6,66	0,04	1,71	-0,41	-1,02
2	19367	2,42	14,17	4,47	-2058,33	4236736,11	-0,12	0,01	-2,65	7,00	-2,62	6,86	-0,50	-0,93	-0,73	-1,03
3	17349	2,53	13,36	5,24	-4076,33	16616493,44	-0,01	0,00	-3,46	11,94	-1,85	3,42	-1,00	-0,08	-0,95	-0,73
4	17091	2,43	14,95	7,59	-4334,33	18786445,44	-0,11	0,01	-1,87	3,48	0,50	0,25	-1,06	-0,85	-0,51	0,20
5	24559	2,44	19,38	10,50	3133,67	9819866,78	-0,10	0,01	2,57	6,58	3,41	11,63	0,77	-0,78	0,71	1,34
6	28578	2,66	23,71	10,23	7152,67	51160640,44	0,12	0,01	6,90	47,54	3,14	9,86	1,75	0,93	1,90	1,24
Сер.знач.	21425	2,54	16,82	7,09	-											
Разом	128552	15,24	100,89	42,54	0,00	100653549,3	0,00	0,10	0,00	78,77	0,00	38,68	0,00	0,00	0,00	0,00
Дисперсія	16775592	0,02	13,13	6,45	-											

$$r_{кр} = \frac{t}{\sqrt{t^2 + n - 2}}, \quad (3.3)$$

де t – табличне значення критерію Ст'юдента на рівні значимості $\alpha=0,05$ та степенями вільності $n - 2 = 4$, яке становить $t = 2,78$.

Отже, $r_{кр}$ дорівнює 0,8114. Порівняємо визначені значення парних коефіцієнтів кореляції з його критичним значенням. Оскільки $r(x_2, x_3)$ значення парного коефіцієнта кореляції $r(x_2, x_3)$ становить 0,8450 і воно перевищує його критичне значення (0,8114), то зв'язок між другим і третім факторами (продуктивністю праці і фондівіддачею) тісний. Протилежна ситуація властива взаємодії між першим і другим факторами $r(x_2, x_1) = 0,2856$ та між першим і третім факторами $r(x_1, x_3) = 0,1295$. Значення парних коефіцієнтів кореляції при цих факторах є менші за його критичне значення (0,8114). Тому ми стверджуємо, що зв'язок між першим і другим та другим і третім факторами не є тісним.

На третьому кроці, для встановлення наявності мультиколінеарності, визначається критерій Пірсона (χ^2):

$$\chi^2 = - \left[n - 1 - \frac{1}{6}(2m + 5) \right] \ln|r|, \quad (3.4)$$

де $|r|$ - визначник кореляційної матриці r .

Для обчислення визначника кореляційної матриці застосуємо функцію «МОПРЕД». Отже, визначник становить: $|r| = 0,1251$; підставимо його значення у формулу (3.3) і отримаємо значення критерія Пірсона в розмірі 6,58. Значення цього критерію порівнюється з табличним при $m(m-1)/2$ ступені вільності і рівні значущості α . Для цього використаємо вбудовану функцію «ХИ2ОБР». Табличне значення критерія Пірсона ($\chi^2_{таб}$) становить 5,99. Оскільки, розрахункове значення критерія Пірсона перевищує його табличне значення, то в масиві відібраних факторів існує мультиколінеарність. Для визначення між якими конкретно змінними вона існує слід розрахувати F-критерії Фішера та t-критерії Ст'юдента для кожної змінної.

На четвертому кроці варто визначити матрицю C , яка є оберненою до матриці парних коефіцієнтів кореляції із застосуванням:

$$C = \begin{vmatrix} 2,29 & -3,16 & 2,96 \\ -3,16 & 7,86 & -7,05 \\ 2,96 & -7,05 & 7,34 \end{vmatrix} \quad (3.5)$$

На п'ятому кроці обчислюємо значення F -критеріїв Фішера для кожної з трьох пояснюючих змінних за наступною формулою:

$$F_k = \left(z_{kk} - 1 \right) \frac{n - m}{m - 1} \quad (3.6)$$

де z_{kk} - діагональні елементи оберненої матриці C .

Розраховані значення F -критеріїв становлять: $F_1 = 1,93$; $F_2 = 10,29$; $F_3 = 9,51$. Вони порівнюються з табличним ($F_{\text{таб}} = 5,99$) при $k_1 = m - 1$ і $k_2 = n - m$ ступенях вільності та рівні значущості α . Оскільки, $F_1 < F_{\text{таб}}$, $F_2 > F_{\text{таб}}$, $F_3 > F_{\text{таб}}$, то друга і третя (продуктивність і фондovіддача) змінна мультиколінеарні між собою.

Одночасно віднайдемо значення часткових коефіцієнтів детермінації для кожної змінної за такою формулою:

$$R_{x_k}^2 = 1 - \frac{1}{z_{kk}} \quad (3.7)$$

Їх абсолютні значення становлять: $R^2(x_1) = 0,5624$; $R^2(x_2) = 0,8728$; $R^2(x_3) = 0,8638$. Оскільки, значення коефіцієнта детермінації для другого і третього факторів перевищують за абсолютним значенням $0,85$; то можна стверджувати про наявність мультиколінеарності між ними.

На шостому кроці визначаємо частинні коефіцієнти кореляції, які показують на тісноту зв'язку між змінними x_i та x_j при умові, що всі інші змінні не впливають на цей зв'язок:

$$r_{kj,12..m} = -\frac{z_{kj}}{\sqrt{z_{kk} \times z_{jj}}}, \quad (3.8)$$

де z_{kj} - елемент оберненої матриці C , що міститься в k -у рядку і j -у стовпці;

z_{kk} і z_{jj} - діагональні елементи оберненої матриці C (3.5)

Розраховані значення частинних коефіцієнтів кореляції становить: $r_{12} = 0,7450$; $r_{13} = 0,7236$; $r_{23} = -0,9281$. Порівнюючи ці коефіцієнти із коефіцієнтом множинної кореляції (0,8114), одержимо наступні результати:

– оскільки, $r_{12} < r_{кр}$, то між змінними x_1 (матеріаловіддача) і x_2 (продуктивність праці) не існує тісного зв'язку, якщо не враховувати вплив фондівіддачі;

– оскільки, $r_{13} < r_{кр}$, то між змінними x_1 (матеріаловіддача) та x_3 (фондовіддача) не існує тісного зв'язку, якщо не враховувати вплив продуктивності праці;

– оскільки, $r_{23} > r_{кр}$, то між змінними x_2 (продуктивність праці) і x_3 (фондовіддача) існує тісний зв'язок, якщо не враховувати вплив матеріаловіддачі.

На сьомому кроці визначимо чи сильно пов'язані фактори x_1 і x_2 , x_1 і x_3 та x_2 і x_3 відповідно. Для цього обчислимо t -критерії Ст'юдента:

$$t_{kj} = \frac{r_{kj,12..m} \sqrt{n-m-1}}{1-r_{kj,12..m}^2} \quad (3.9)$$

Розраховані значення критерія Ст'юдента становлять: $t_{12} = 2,37$; $t_{13} = 2,15$; $t_{23} = 9,47$. За його табличного значення ($t_{таб} = 4,30$) порівняємо їх між собою. Оскільки, $t_{12} \leq t_{таб}$ та $t_{13} \leq t_{таб}$, то між змінними x_1 і x_2 та між x_1 і x_3 не існує сильного зв'язку; а через те що, $t_{23} \geq t_{таб}$, то між змінними x_2 і x_3 існує мультиколінеарний зв'язок.

Віднайдемо ступінь впливу кожного з трьох факторів на результуючий показник Y за формулою:

$$r_i^2 = \frac{t_i^2 \cdot R^2}{t_1^2 + t_2^2 + \dots + t_n^2} \quad (3.10)$$

Оскільки, $r_1^2 = 0,5550$; $r_2^2 = 0,5236$; $r_3^2 = 0,8615$; то найбільше впливає на обсяг реалізованої продукції (Y) фондovіддача (x_3) – на 86,15 %, потім – матеріалovіддача (x_1) – на 55,30 % і найменше впливає продуктивність праці (x_2) – на 52,36 %.

Отже, проведене дослідження вихідних даних показали, що серед відібраних даних існує мультиколінеарність. Відомо, що для включення факторів у модель потрібно, щоб вони були слабо пов'язані між собою, та одночасно пов'язані з результируючим показником (обсягом реалізованої продукції). Оскільки, між факторами: середньомісячний виробіток одного працівника (x_2) та фондovіддачею (x_3) виявлено мультиколінеарний зв'язок, то краще у модель ці фактори x_2 та x_3 разом не включати.

Таким чином, у подальшому дослідженні варто розглянути дві двох факторні та три одно факторні моделі наступного типу: $Y = a_0 + a_1X_1 + a_2X_3$, $Y = a_0 + a_1X_1 + a_2X_2$ та $Y = a_0 + a_1X_1$, $Y = a_0 + a_1X_2$, $Y = a_0 + a_1X_3$.

За функцією «LINEST» визначено параметри та основні характеристики таких трьох факторних залежностей:

$$Y_{p1} = 5545x_1 + 1019x_2 - 9778; \quad (3.11)$$

$$R^2 = 0,9318; F_{\text{розр}} = 20,50 > F_{\text{табл}} = 9,55.$$

$$Y_{p2} = 17066x_1 + 1238x_3 - 30662; \quad (3.12)$$

$$R^2 = 0,7621; F_{\text{розр}} = 4,80 < F_{\text{табл}} = 9,55.$$

$$Y_{p3} = 1619 + 1435x_2 - 609x_3; \quad (3.13)$$

$$R^2 = 0,9451; F_{\text{розр}} = 25,81 > F_{\text{табл}} = 9,55.$$

Також побудовано одно факторну модель, яка показує окремий вплив чисельності персоналу на зміну обсягу реалізованої продукції торговельно-посередницького підприємства:

$$Y_{p4} = 3363 + 1074x_2; \quad (3.14)$$

$$R^2 = 0,9044; F_{\text{розн}} = 37,83 > F_{\text{табл}} = 7,71.$$

Усі чотири моделі з (3.11) по (3.14) мають достатньо високе значення коефіцієнта детермінації. Воно вказує, що у моделі (3.11) на 93,18 % матеріаловіддача і середньомісячний виробіток одного працівника, на 76,21 % у моделі (3.12) матеріаловіддача і фондівіддача, на 94,51 % у моделі (3.13) середньомісячний виробіток одного працівника та фондівіддача і на 90,44 % середньомісячна продуктивність праці одного працівника впливають на зміну обсягу реалізації одягу спеціального призначення акціонерного товариства.

За моделлю (3.11) обсяг реалізованої продукції збільшиться на 5545 тис. грн та 1019 тис. грн, якщо зростуть на 1 % рівень матеріаловіддачі та продуктивність праці працівника відповідно. ПрАТ «ГОРИНЬ» має можливість збільшити обсяг реалізації одягу спеціального призначення на 17066 тис. грн та 1238 тис. грн, на основі моделі (3.12), якщо зможе підвищити на 1 % матеріало – та фондівіддачу. За моделлю (3.13) за зростання на 1 % середньомісячного виробітку одного працівника та оптимального скорочення рівня фондівіддачі обсяг реалізованої продукції зросте на 1435 тис. грн та на 609 тис. грн відповідно. Якщо підвищити лише на 1 % рівень продуктивності праці персоналу, то реалізація збільшиться, за моделлю (3.14) на 1074 тис. грн.

У економетричних моделях (3.11), (3.13) та (3.14) достовірним виявився параметр біля другої змінної (x_2), оскільки його розрахункове значення ($t_{a2} = 5,74$; $t_{a2} = 5,01$ та $t_{a2} = 6,15$ відповідно) більше за табличне значення критерію Стьюдента ($t_{\text{табл}} = 3,18$ – для двох факторних моделей і $t_{\text{табл}} = 2,78$ для моделі (3.14)).

За високого значення коефіцієнта детермінації у моделях (3.11) – (3.14), за ними можна здійснювати прогнозування обсягу реалізації одягу спеціального призначення акціонерного товариства. Одночасно, підставою для подальшого його прогнозування є те, що моделях (3.11), (3.13) та (3.14) значення критерію Фішера є більшим за табличне ($F_{\text{розрах.}} > F_{\text{табл.}}$).

Реальні та змодельовані значення обсягу реалізованої продукції акціонерного товариства подано у таблиці 3.5.

Таблиця 3.5 – Фактичні та змодельовані дані обсягу реалізованої продукції

Показники		Рівень показника за роками					
		2018	2019	2020	2021	2022	2023
Обсяг реалізованої продукції	Y	21 608	19 367	17 349	17 091	24 559	28 578
Змодельовані дані за моделлю (3.1)	Y_p	21 007	19 009	17 640	18 466	23 035	29 394
Змодельовані дані за моделлю (3.11)	Y_{p1}	21 108	18 080	17 849	18 907	23 498	29 111
Змодельовані дані за моделлю (3.12)	Y_{p2}	21 952	16 194	18 975	20 127	23 971	27 332
Змодельовані дані за моделлю (3.13)	Y_{p3}	20 847	19 219	17 589	18 451	23 034	29 411
Змодельовані дані за моделлю (3.14)	Y_{p4}	19 814	18 580	17 710	19 426	24 185	28 836

Для наочного відображення зміни обсягу реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ» за моделями (3.1) та з (3.11) по (3.14), побудовано графік, який зображено на рисунку 3.2.

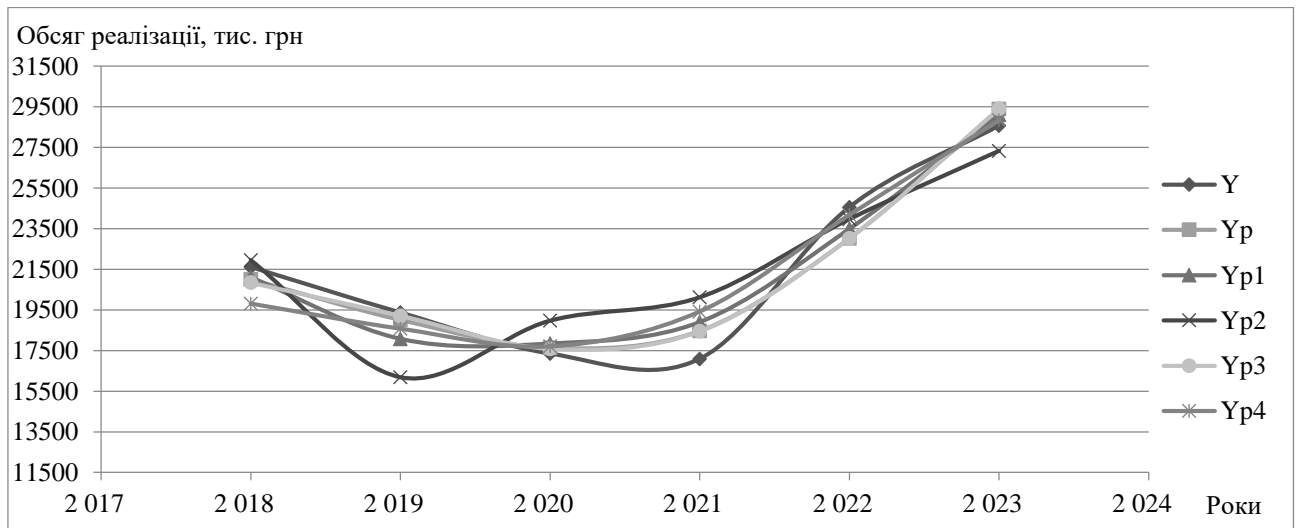


Рисунок 3.2 – Динаміка обсягу реалізації робочого одягу: фактичного рівня та змодельованого за моделями (3.1) (3.11 – 3.14)

Деталізуємо графічне подання змодельованих даних обсягу реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ» на рисунках з 3.3 по 3.7.

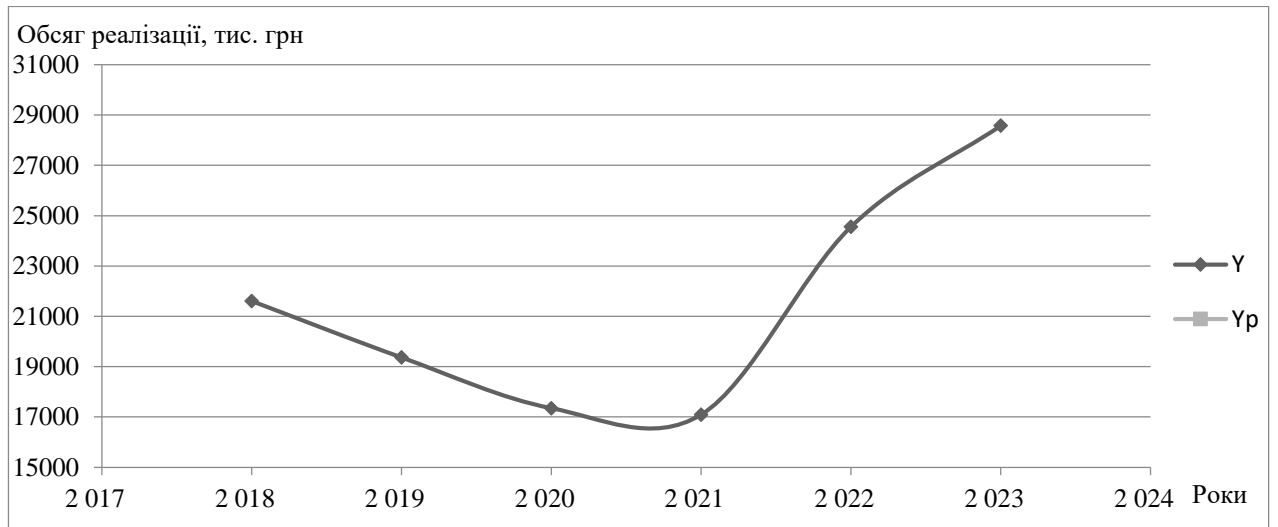


Рисунок 3.3 – Динаміка обсягу реалізації робочого одягу: фактичного рівня та змодельованого за моделлю (3.1)

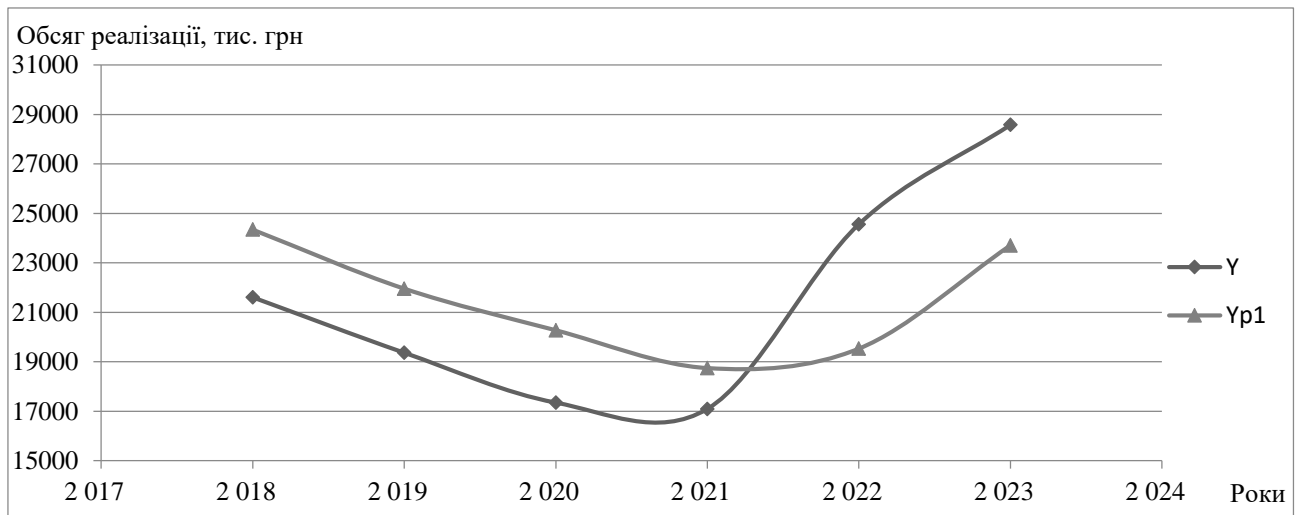


Рисунок 3.4 – Динаміка обсягу реалізації робочого одягу: фактичного рівня та змодельованого за моделлю (3.11)

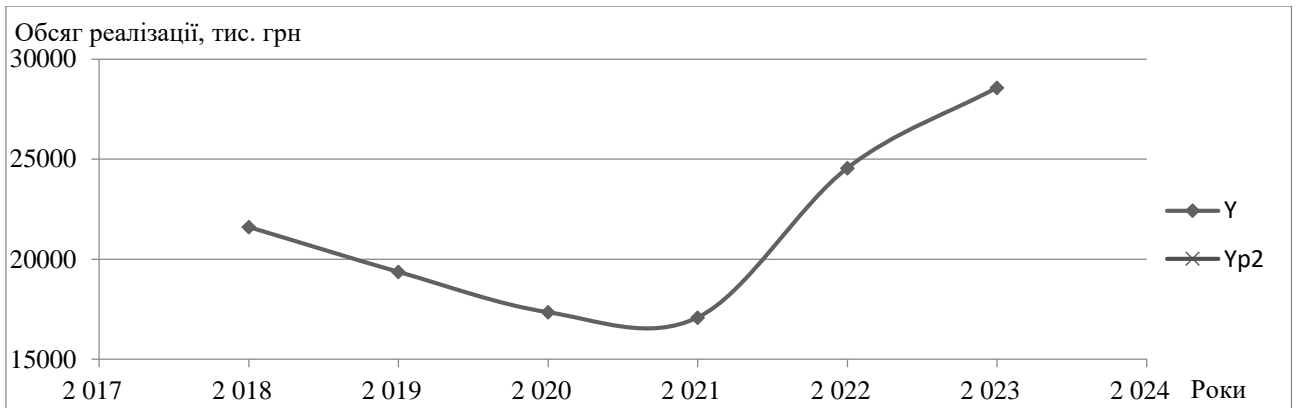


Рисунок 3.5 – Динаміка обсягу реалізації робочого одягу: фактичного рівня та змодельованого за моделлю (3.12)

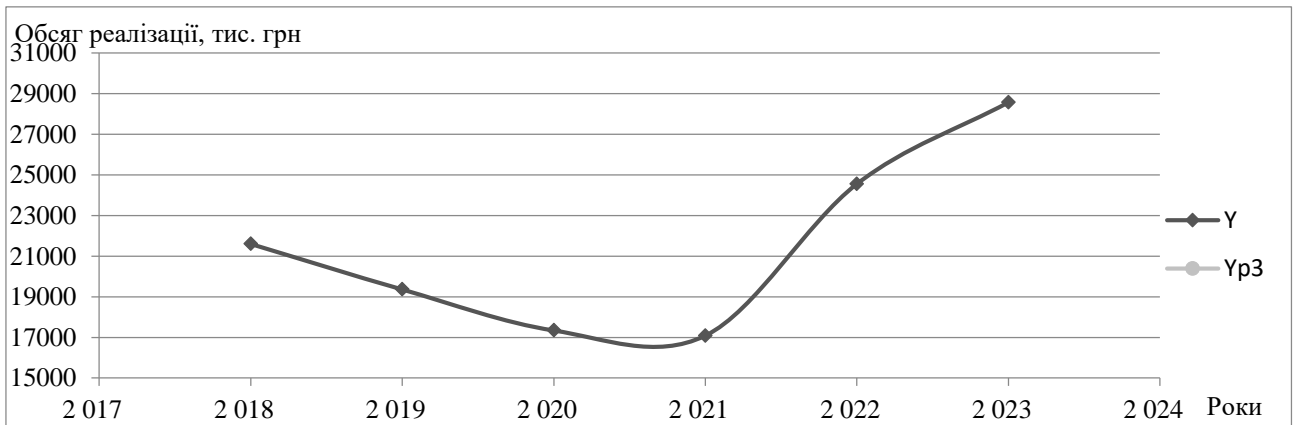


Рисунок 3.6 – Динаміка обсягу реалізації робочого одягу: фактичного рівня та змодельованого за моделлю (3.13)

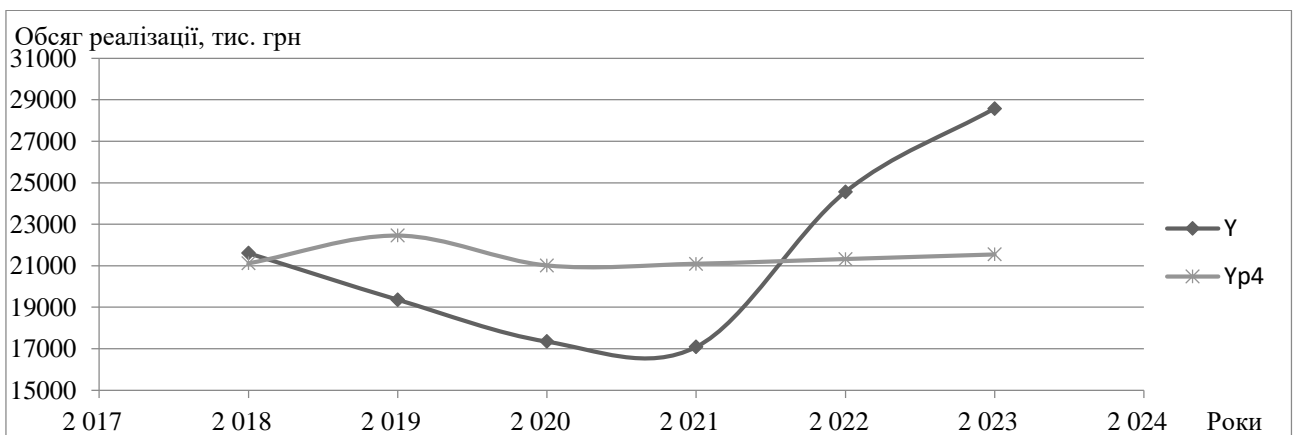


Рисунок 3.7 – Динаміка обсягу реалізації робочого одягу: фактичного рівня та змодельованого за моделлю (3.14)

За даними таблиці 3.5 та графічного подання зміни обсягу реалізованої продукції акціонерного товариства на рисунках з 3.2 по 3.7 видно, що змодельовані значення досить наближені до фактичних і повторюють загальну тенденцію його зміни. Краще описує зміну обсягу реалізації одягу спеціального призначення модель (3.1), (3.13) та (3.14), оскільки змодельовані значення більш наближені до фактичних.

Зважаючи на адекватність побудованих економетричних моделей, за ними варто здійснити прогнозування, що і буде зроблено у наступному підрозділі.

3.2 Прогнозування обсягу реалізованої продукції акціонерного товариства

Процес прогнозування зміни обсягу реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ» та факторів, які на нього впливають розпочнемо з трендового прогнозування. Для цього, за допомогою трендових моделей, визначимо вплив часового фактору на зміну обсягу реалізованої продукції акціонерного товариства, матеріаловіддачі (M), середньомісячної продуктивності праці персоналу (P) та розміру фондівіддачі (F). У результаті побудуємо наступні трендові моделі за поліноміальною залежністю:

$$Y_t = 27949 - 7222t + 1236t^2; \quad (3.15)$$

$$R^2 = 0,9243; F_{\text{розн}} = 18,31 > F_{\text{табл}} = 9,55;$$

$$M_t = 2,99 - 0,31t + 0,04t^2; \quad (3.16)$$

$$R^2 = 0,7372; F_{\text{розн}} = 4,21 < F_{\text{табл}} = 9,55;$$

$$P_t = 18,95 - 4,35t + 0,86t^2; \quad (3.17)$$

$$R^2 = 0,9885; F_{\text{розн}} = 128,46 > F_{\text{табл}} = 9,55;$$

$$F_t = 3,42 + 0,48t + 0,13t^2; \quad (3.18)$$

$$R^2 = 0,9052; F_{\text{розн}} = 14,33 > F_{\text{табл}} = 9,55.$$

Проаналізуємо основні характеристики трендових моделей:

1) у трендових моделях (3.15), (3.17) та (3.18) коефіцієнт детермінації доводить, що на 92,43 % часовий фактор впливає на зміну обсягу реалізованої продукції акціонерного товариства, на 98,85 % часовий фактор спричиняє зміну середньомісячного виробітку одного працівника та на 90,52 % - зміну фондівіддачі. Ці моделі виявились адекватними і за критерієм Фішера і за коефіцієнтом детермінації, тому на їх основі доречно прогнозувати обсяг реалізованої продукції, продуктивність праці і фондівіддачу;

2) у трендовій моделі (3.16) не високе значення коефіцієнта детермінації (0,7372). Воно вказує на те, що часовий фактор на 74 % впливає на зміну матеріалівіддачі. Модель (3.16) є не адекватною за критерієм Фішера, оскільки його розрахункове значення менше за табличне.

Тому, прогнозування зміни матеріалівіддачі проведемо лише для того, щоб дізнатися як зміниться її значення з урахуванням існуючих в акціонерному товаристві тенденцій.

Результати прогнозування за трендовими моделями (3.15 – 3.18) подано у таблиці 3.6 та наочно представлено на рисунках 3.8 – 3.11.

Таблиця 3.6 – Фактичні, розрахункові та прогнозні значення обсягу реалізованої продукції, матеріалівіддачі, продуктивності праці персоналу та фондівіддачі

Роки	t	t ²	Фактичні дані:				Розрахункові та прогнозні дані:			
			матеріалівіддачі	продуктивності праці персоналу	фондівіддачі	обсягу реалізованої продукції	Y _t	M _t	P _t	F _t
2018	1	1	2,76	15,32	4,51	21 608	21 964	2,72	15,46	4,03
2019	2	4	2,42	14,17	4,47	19 367	18 451	2,53	13,70	4,90
2020	3	9	2,53	13,36	5,24	17 349	17 411	2,43	13,67	6,04
2021	4	16	2,43	14,95	7,59	17 091	18 845	2,42	15,36	7,44
2022	5	25	2,44	19,38	10,50	24 559	22 751	2,49	18,78	9,10
2023	6	36	2,66	23,71	10,23	28 578	29 130	2,64	23,93	11,03
2024	7	49	прогноз				37 982	2,88	30,80	13,23
2025	8	64					49 308	3,21	39,40	15,68
2026	9	81					63 106	3,62	49,73	18,40

Як видно, з даних таблиці 3.6, змодельовані значення обсягу реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ», за трендовою моделлю (3.15), достатньо наближені до фактичних значень. Більш відхиляються від фактичних розрахункові значення відібраних факторів: матеріало- і фондвіддачі.

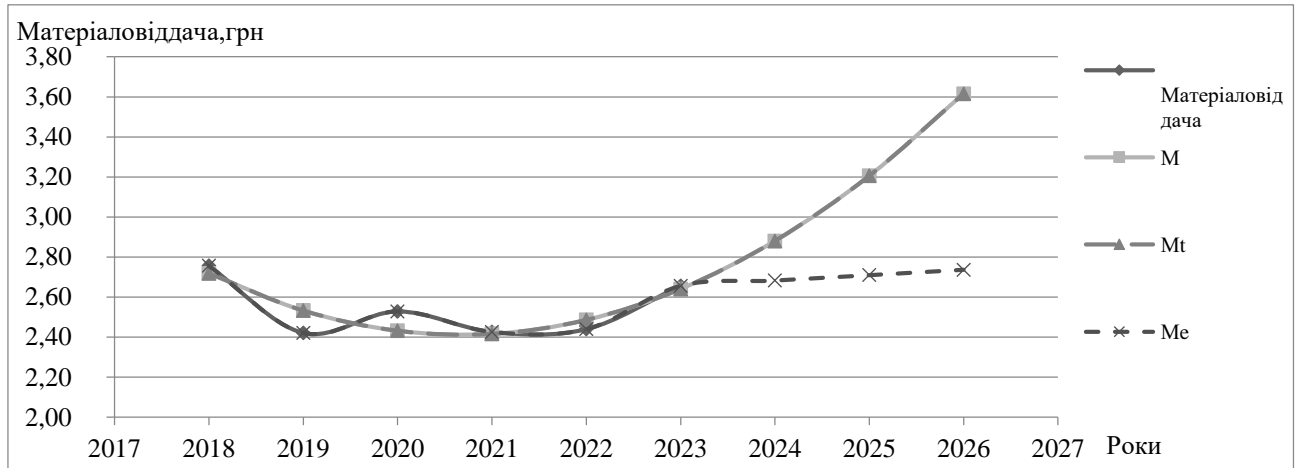


Рисунок 3.8 – Динаміка фактичних, розрахункових та прогнозних значень матеріаловіддачі акціонерного товариства

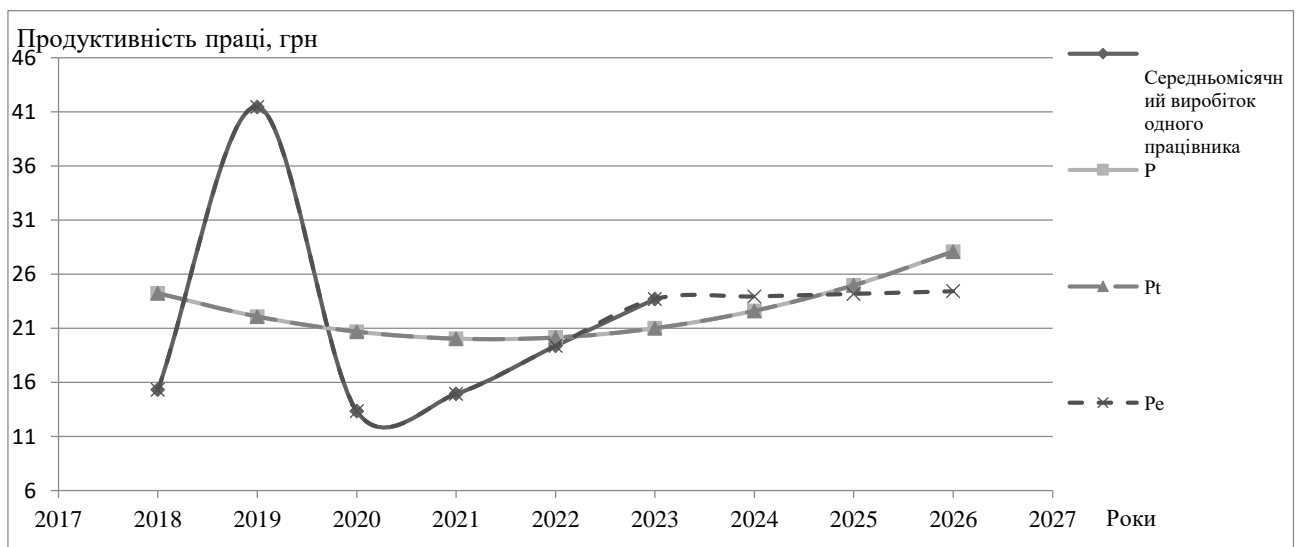


Рисунок 3.9 – Динаміка фактичних, розрахункових та прогнозних значень продуктивності праці персоналу акціонерного товариства

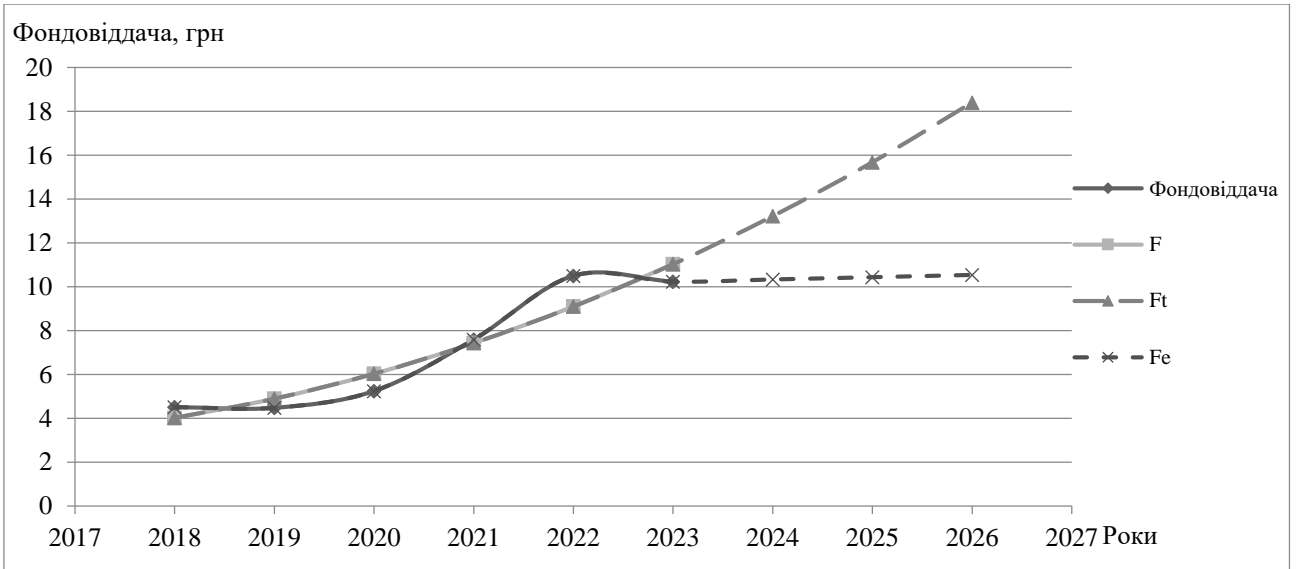


Рисунок 3.10 – Динаміка фактичних, розрахункових та прогнозних значень фондівіддачі акціонерного товариства

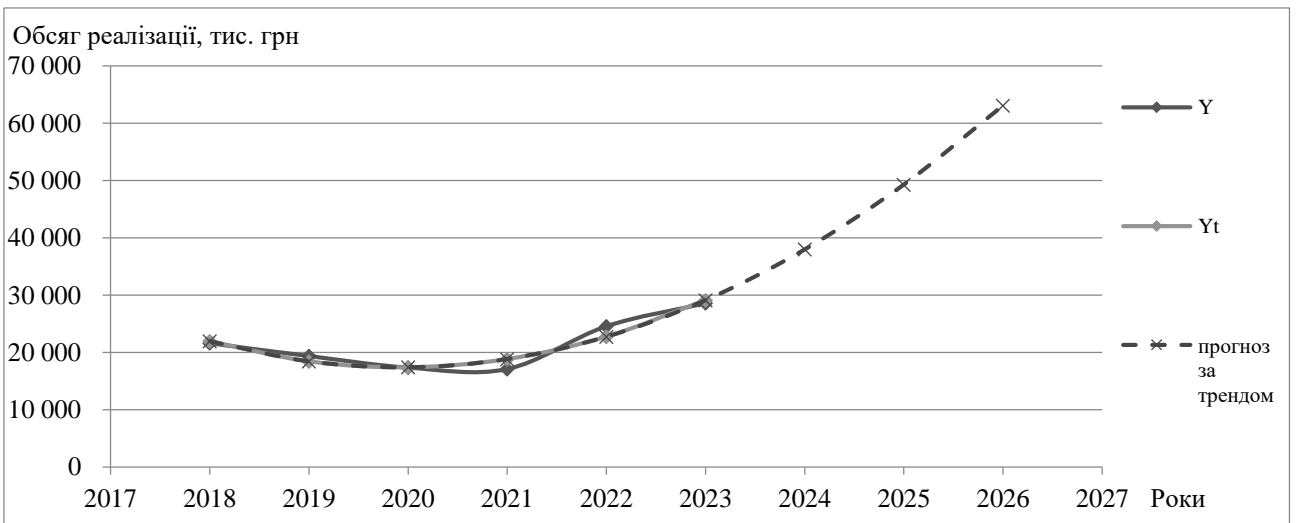


Рисунок 3.11 – Динаміка обсягу реалізації робочого одягу: фактичних, розрахункових та прогнозних значень за моделлю (3.15)

За результатами трендового прогнозування у 2024 р. відбудеться стрімке зростання обсягу реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ» на 8852 тис. грн щодо його розрахункового значення та на 9405 тис. грн щодо фактичного значення у 2023 р. У 2024 р. спостерігається зростання матеріалівіддачі, продуктивності праці персоналу та фондівіддачі щодо фактичного і змодельованого значення у звітному році. У наступних два роки за подальшого зростання на 1% рівня

продуктивності праці персоналу, матеріало- та фондівіддачі обсяг реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ» продовжуватиме зростати щодо змодельованого та фактичного значення. За моделлю (3.15) обсяг реалізації одягу спеціального призначення збільшиться у 2025 р. на 20177 тис. грн та у 2026 р. 33975 тис. грн щодо його змодельованих даних. Одночасно, його значення зросте у 2025 р. та у наступному році на 20730 тис. грн та 34528 тис. грн відповідно до його фактичного розміру у 2023 р.

Обґрунтоване збільшення рівня матеріало- та фондівіддачі, середньомісячного виробітку одного працівника є позитивною тенденцією для ПрАТ «ГОРИНЬ». При цьому прогнозний обсяг реалізованої продукції акціонерного товариства зростає щодо його як змодельованого так і фактичного значення у звітному році. Тому, ці результати (щодо зміни факторів та результативного показника) можна порекомендувати керівництву ПрАТ «ГОРИНЬ». Проте, з деякою пересторогою, оскільки прогнозні дані обсягу реалізованої продукції акціонерного товариства збільшуються дуже швидкими темпами, а це не завжди реально в сучасних умовах.

Тому, менеджменту ПрАТ «ГОРИНЬ» варто запропонувати і такий альтернативний варіант: підвищувати лише на 1 % рівень матеріало- і фондівіддачі та середньомісячного виробітку одного працівника щорічно. Результати за експертним методом прогнозування подано у таблиці 3.7 та наочно представлено на рисунках 3.8 – 3.11.

Отже, за даними таблиці 3.7 видно, що отримані результати прогнозування, на основі пропозицій експертів, дозволили збільшити обсяг реалізованої продукції акціонерного товариства у найближчих три роки як щодо фактичного так і щодо змодельованого значення у 2023 р.

Існуючі на ПрАТ «ГОРИНЬ» тенденції зумовлюють зміну як факторів впливу (рівня матеріало- та фондівіддачі, середньомісячного виробітку одного працівника) так і обсягу реалізації одягу спеціального призначення. Тому, для прогнозування результатів господарської діяльності ПрАТ «ГОРИНЬ» ми застосували стандартну функцію «TREND». Результати прогнозування за моделями (3.1) та (3.11) – (3.14) подано у таблиці 3.8 та наочно представлено на рисунках 3.8 – 3.11.

Таблиця 3.7 – Результати прогнозування обсягу реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ» експертним шляхом

Показники		Роки								
		2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Фактичні та прогнозні дані:	обсягу реалізованої продукції	21 608	19 367	17 349	17 091	24 559	28 578	–	–	–
	матеріаловіддачі	2,76	2,42	2,53	2,43	2,44	2,66	2,68	2,71	2,74
	продуктивності праці персоналу	15,32	14,17	13,36	14,95	19,38	23,71	23,95	24,19	24,43
	фондовіддачі	4,51	4,47	5,24	7,59	10,50	10,23	10,33	10,43	10,54
Розрахункові та прогнозні дані обсягу реалізованої продукції :	Y_p	21 007	19 009	17 640	18 466	23 035	29 394	29 701	30 010	30 323
	Y_{p1}	21 108	18 080	17 849	18 907	23 498	29 111	29 499	29 892	30 289
	Y_{p2}	21 952	16 194	18 975	20 127	23 971	27 332	27 912	28 498	29 089
	Y_{p3}	20 847	19 219	17 589	18 451	23 034	29 411	29 689	29 970	30 253
	Y_{p4}	19 814	18 580	17 710	19 426	24 185	28 836	25 066	25 182	25 299

Таблиця 3.8 – Результати прогнозування обсягу реалізованої продукції за функцією «TREND»

Показники		Роки								
		2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Фактичні та прогнозні дані:	обсягу реалізованої продукції	21 608	19 367	17 349	17 091	24 559	28 578	–	–	–
	матеріаловіддачі	2,76	2,42	2,53	2,43	2,44	2,66	2,88	3,21	3,62
	продуктивності праці персоналу	15,32	14,17	13,36	14,95	19,38	23,71	30,80	39,40	49,73
	фондовіддачі	4,51	4,47	5,24	7,59	10,50	10,23	13,23	15,68	18,40
Розрахункові та прогнозні дані обсягу реалізованої продукції :	Y_p	21 007	19 009	17 640	18 466	23 035	29 394	37 833	48 762	62 033
	Y_{p1}	21 108	18 080	17 849	18 907	23 498	29 111	37 573	48 138	60 935
	Y_{p2}	21 952	16 194	18 975	20 127	23 971	27 332	34 871	43 460	53 829
	Y_{p3}	20 847	19 219	17 589	18 451	23 034	29 411	37 751	48 594	72 965
	Y_{p4}	19 814	18 580	17 710	19 426	24 185	28 836	36 447	45 685	56 779

Одержані результати прогнозування обсягу реалізованої продукції акціонерного товариства за функцією «TREND» показують, що у 2024 р. він збільшився щодо фактичного та змодельованого значення за 2023 р.

Графічне зображення, на рисунках 3.8 – 3.10, зміни рівня матеріало- і фондівіддачі та середньомісячного виробітку одного працівника підтверджує описані вище тенденції. Зокрема, за результатами трендового прогнозування рівень матеріало-, фондівіддачі та середньомісячного виробітку одного працівника будуть стрімко зростати, а за результатами експертного прогнозування темпи зростання є більш стабільними. На нашу думку, варто прислухатись до думок експертів акціонерного товариства щодо збільшення на 1 % рівня матеріало- і фондівіддачі та середньомісячного виробітку одного працівника. Це дозволить отримати більш реалістичні прогнозні значення обсягу реалізації одягу спеціального призначення на ПрАТ «ГОРИНЬ» у перспективі.

На рисунку 3.12 зображена динаміка обсягу реалізованої продукції акціонерного товариства залежно від зміни часового фактору за різними формами залежності: лінійною, поліноміальною, степеневою та експоненціальною.

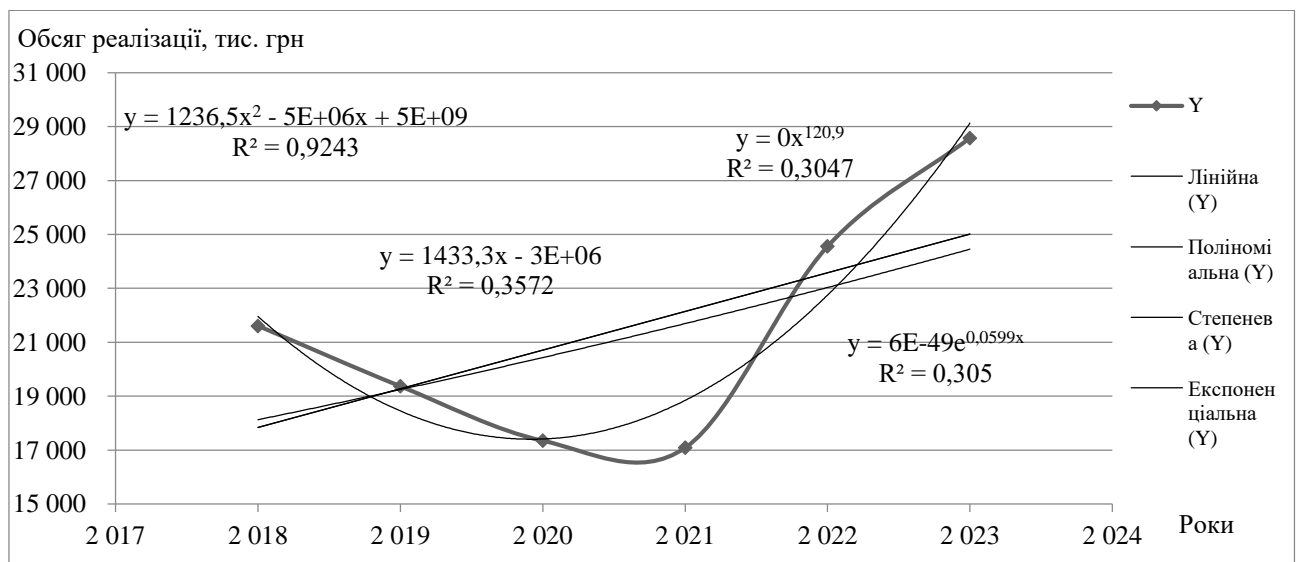


Рисунок 3.12 – Динаміка обсягу реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ» за різними формами залежності

Вище значення коефіцієнта детермінації (0,9243) вказує на те, що поліноміальна залежність більш точно описують зміну обсягу реалізованої продукції акціонерного товариства. За усіма іншими функціями доведено, що часовий фактор лише на 30 % впливає на зміну обсягу реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ».

На рисунках 3.12 та 3.13 зображено результати прогнозування обсягу реалізованої продукції акціонерного товариства за моделями (3.1) та (3.11 – 3.14) за трендовим та експертним методом прогнозуваннями.

Отже, графічне подання на рисунках 3.12 та 3.13 видно, що у перспективі ситуація на ПрАТ «ГОРИНЬ» щодо результату виробничо-збутової діяльності з пошиття та реалізації одягу спеціального призначення стабілізується. Він поступово, а за певними моделями стрімко буде зростати.

Згідно експертного прогнозування, за трьох факторною моделлю (3.1), трьома двох факторними моделями (3.11 – 3.13), одно факторною моделлю (3.14) обсяг реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ» поступово зростатиме. Для цього важливо підвищити рівень матеріало- і фондівіддачі та середньомісячного виробітку одного працівника щорічно. Це допоможе не лише покращити ефективність використання ресурсів акціонерного товариства, а і значно підвищити результат господарювання.

З урахуванням існуючих на ПрАТ «ГОРИНЬ» тенденцій здійснено трендове прогнозування. Значення факторів змінилися наступним чином:

1) рівень матеріалівіддачі у 2024 р. буде становити 2,88 грн проти 2,66 грн у 2023 р., надалі він буде зростати і у 2025 р. дорівнюватиме 3,21 грн, а у 2026 р. 3,62 грн;

2) продуктивність праці персоналу у подальшому буде зростати: у 2024 р. до 30,80 грн проти 23,71 грн у 2023 р., а в наступних два роки до 39,40 грн та 49,73 грн відповідно;

3) рівень фондівіддачі теж має тенденцію до зростання: у 2024 р. він буде становити 13,23 грн проти 10,23 грн у 2023 р., надалі відбуватиметься поступове зростання і у 2025 р. він дорівнюватиме 15,68 грн, а у 2026 р. – 18,40 грн.

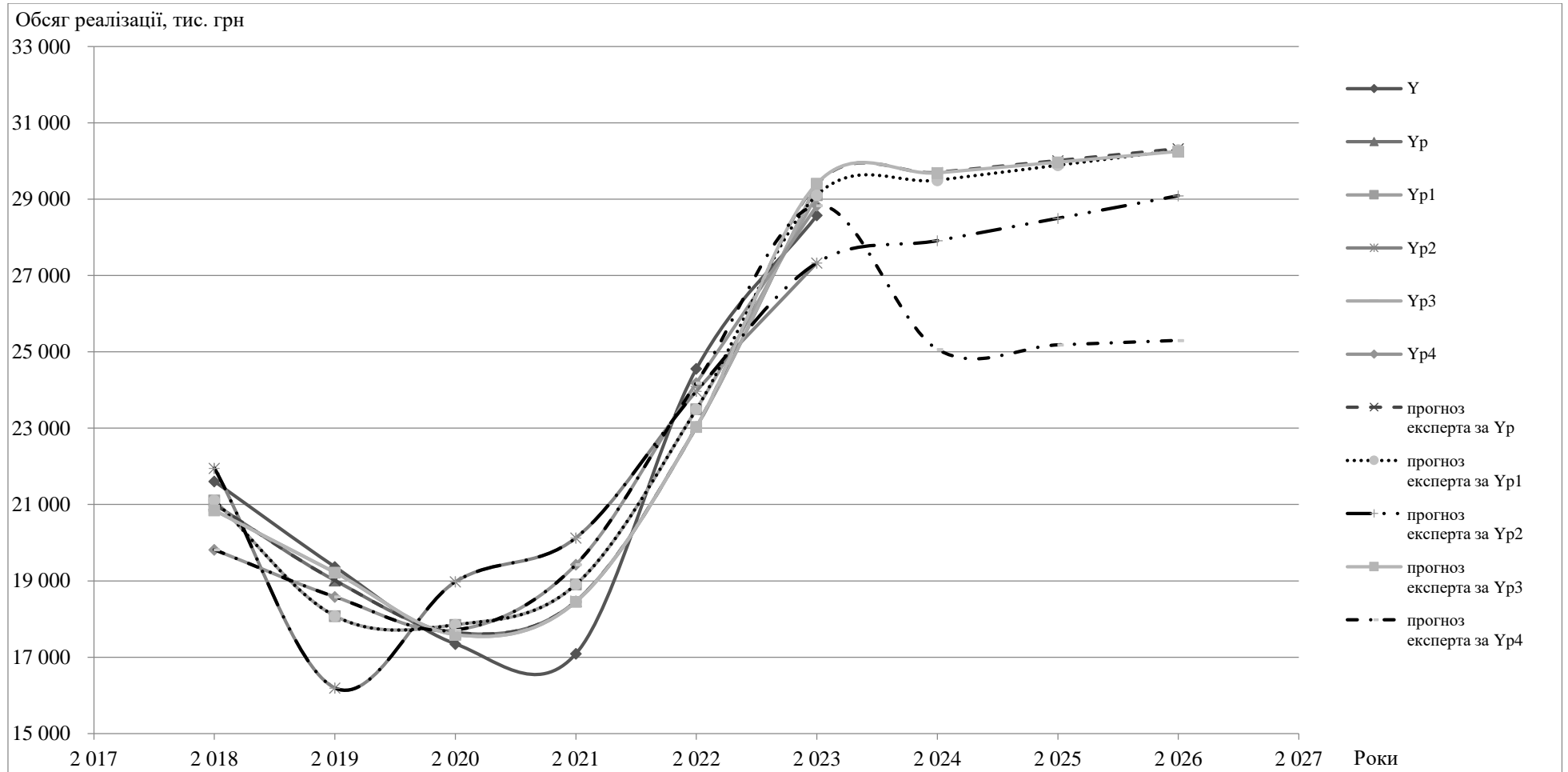


Рисунок 3.13 – Динаміка фактичних, розрахункових та прогнозних значень обсягу реалізованої продукції за моделями (3.1) (3.11 – 3.14) за трендовим методом прогнозування зміни факторів

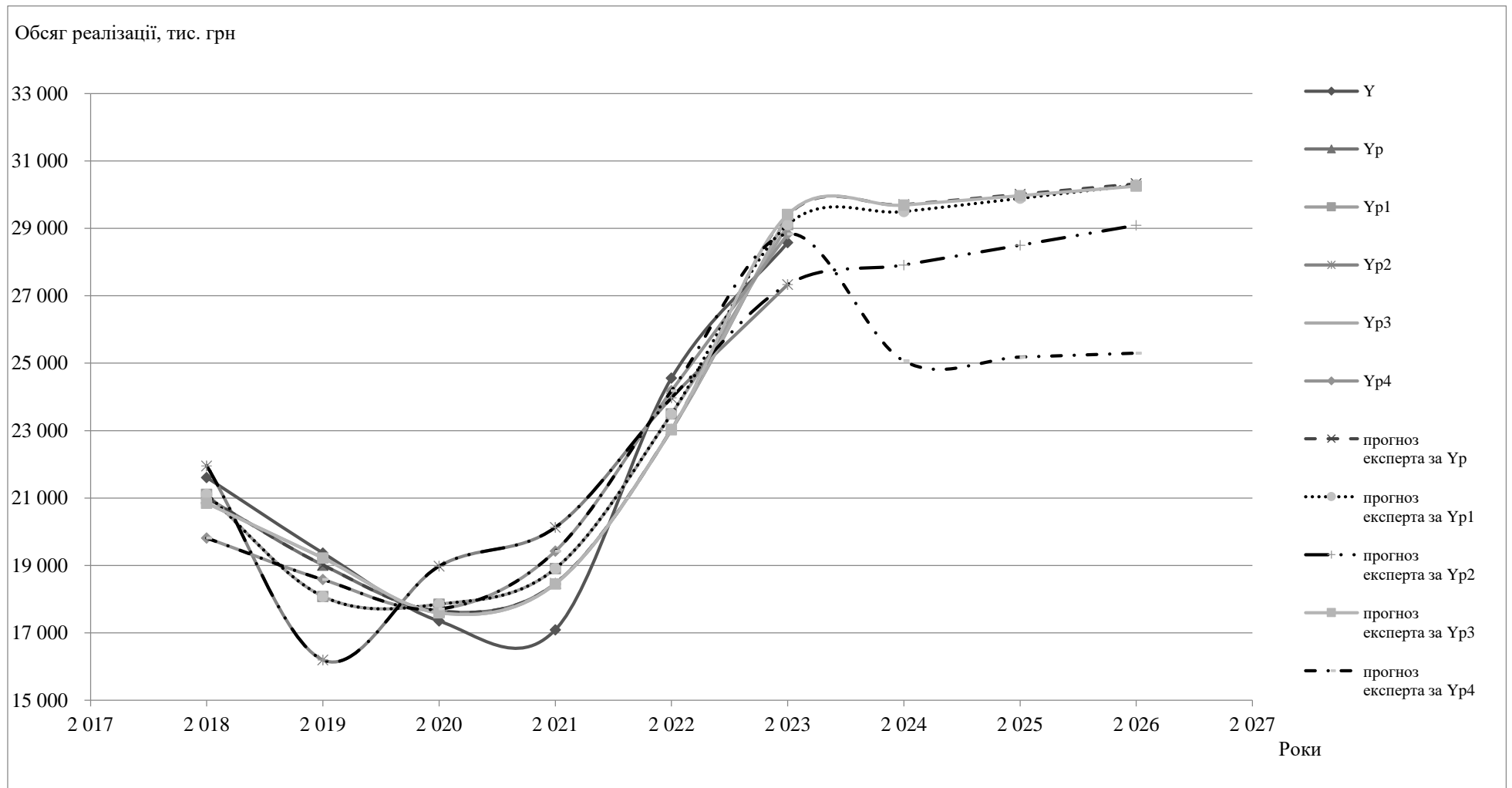


Рисунок 3.14– Динаміка фактичних, розрахункових та прогнозних значень обсягу реалізованої продукції за моделями (3.1) (3.11 – 3.14) за експертним методом прогнозування зміни факторів

Підставивши спрогнозовані значення цих факторів у побудовані економетричні моделі (3.1) та з (3.11) по (3.14) отримано такі значення обсягу реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ»:

1) за трьох факторною моделлю (3.1) у 2024 р. він зросте на 32,38 % порівняно з його фактичним значенням (28578 тис. грн) та на 28,71 % щодо розрахункового значення 2023 р. (29394 тис. грн) і становитиме 37883 тис. грн; надалі він буде зростати щодо фактичного значення на 70,63 % у 2025 р. та на 117,07 % у 2026 р. Зростання щодо змодельованого значення спостерігатимемо у 2025 р. на 65,89 % та у 2026 р. на 111,04%;

2) за першою двох факторною моделлю (3.11) у 2024 р. він зросте на 31,48 % порівняно з його фактичним значенням та на 29,07 % згідно розрахункового значення 2023 р. (29111 тис. грн) і становитиме 37833 тис. грн. У 2025 р. ця тенденція не лише збережеться, а сильно посилиться: він дорівнюватиме 48762 тис. грн (що на 68,45 % більше за фактичне та на 65,36 % щодо змодельованого значення). А у 2026 р. темпи росту ще збільшаться до 60935 тис. грн на 109,32 % щодо змодельованого значення та зросте на 113,23 % щодо фактичного значення за 2023 р.;

3) за другою двох факторною моделлю (3.12) він збільшуватиметься у 2024 р. на 22,02 % порівняно з його фактичним значенням та на 27,58 % згідно розрахункового значення 2023 р. (27332 тис. грн) і становитиме 34871 тис. грн. У 2025 р. ця тенденція збережеться і він дорівнюватиме 43460 тис. грн, що на 52,08 % більше за фактичне значення та на 59,01 % за розрахункове значення. У 2026 р. він зросте на 96,94 % щодо розрахункового і на 88,36 % щодо фактичного значення до 53829 тис. грн;

4) за третьою двох факторною моделлю (3.13) він збільшуватиметься у 2024 р. на 32,10 % порівняно з його фактичним значенням та на 28,36 % згідно розрахункового значення 2023 р. (29411 тис. грн) і становитиме 37751 тис. грн. У 2025 р. вказана тенденція збережеться і він дорівнюватиме 48594 тис. грн, що на 59,86 % більше за фактичне значення та на 65,22 % за розрахункове значення.

У 2026 р. він стрімко зросте на 148,09 % щодо розрахункового і на 155,32 % щодо фактичного значення до 72965 тис. грн (максимальне прогнозне значення);

5) за одно факторною моделлю (3.14) він зростатиме аналогічними темпами. У 2024 р. – на 27,53 % порівняно з його фактичним значенням та на 26,39 % щодо розрахункового значення 2023 р. (28836 тис. грн) і становитиме 36447 тис. грн. У наступні роки ця тенденція посилиться: у 2025 р. він збільшиться на 58,43 % відносно розрахункового та на 59,86 % щодо фактичного значення і дорівнюватиме 45685 тис. грн. У 2026 р. він збільшиться ще на 98,68 % відносно фактичного та на 96,90 % щодо змодельованого значення і становитиме 56779 тис. грн.

Отже, якщо існуючі на акціонерному товаристві тенденції зміни матеріаловіддачі, фондівіддачі та середньомісячного виробітку одного працівника збережуться, то обсяг реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ», за усіма моделями, зросте у 2024 р. на 30 %, у 2025 р. трохи більше ніж на половину та досить стрімко (майже у два рази) у 2026 р. щодо фактичних та змодельованих його даних за 2023 р. На наш погляд, це досить стрімке зростання обсягу реалізації одягу спеціального призначення. Тому, з результатами трендового прогнозування ми ознайомимо керівництво ПрАТ «ГОРИНЬ» і запропонуємо їм альтернативний варіант: підвищити хоча б на 1 % значення факторів: рівня матеріало- і фондівіддачі та середньомісячного виробітку одного працівника

Застосувавши експертів з числа провідних фахівців акціонерного товариства було вирішено збільшити на один відсоток значення усіх факторів, які становили:

- 1) рівень матеріаловіддачі збільшиться на 0,03 грн впродовж усього прогнозного періоду з 2,68 грн до 2,74 грн;
- 2) продуктивність праці персоналу зростала з 2024 р. по 2026 р. на 0,24 грн і становила у 2026 р. 24,43 грн;
- 3) рівень фондівіддачі поступово збільшувався на 0,10 грн: у 2024 р. до 10,33 грн проти 10,23 тис. грн у 2023 р., у 2025 р. до 10,43 грн і у 2026 р. до 10,54 грн.

Усе це дозволило підвищити обсяг реалізованої продукції акціонерного товариства у перспективі:

1) за моделлю (3.1) він зростатиме: у 2024 р. на 3,93 % проти фактичного і на 1,04 % проти розрахункового значення та становитиме 29701 тис. грн. У 2025 р. він збільшиться на 2,10 % щодо розрахункового і на 5,01 % відносно фактичного значення за 2023 р. та становитиме 30010 тис грн. У наступному році він знов зросте на 6,11 % щодо фактичного та на 3,16 % відносно розрахункового значення та досягне 30323 тис. грн;

2) за моделлю (3.11) у 2024 р. він зросте на 3,23 % проти звітнього року і на 1,34 % проти розрахункового значення та становитиме 29499 тис. грн. У 2025 р. проти фактичного значення за 2023 р. він зросте на 4,403 % та відносно змодельованого значення за 2023 р. на 2,69 % і досягне 29892 тис грн. У 2026 р. він становитиме 30289 тис. грн, що на 6 % більше за фактичне значення та на 4,05 % за розрахункове у 2023 р.;

3) за моделлю (3.12) його тенденція зміниться і він буде скорочуватися у 2024 р. на 2,33 % порівняно з його фактичним значенням та зростатиме на 2,12 % згідно розрахункового значення 2023 р. і становитиме 27912 тис. грн. У 2025 р. ця тенденція збережеться і він дорівнюватиме 28498 тис. грн, що на 4,26 % більше за розрахункове значення та на 0,3 % менше за фактичне значення 2023 р. У 2026 р. він зросте на 6,43 % щодо розрахункового і на 1,79 % щодо фактичного значення до 29089 тис. грн;

4) за моделлю (3.13) він поступово зростатиме на 3,89 % проти його фактичного значення і у 2024 р. становитиме 29689 тис. грн, що на 0,94 % більше за розрахункове значення у 2023 р. (29411 тис грн). У 2025 р. тенденція зростання продовжиться – на 4,87 % проти фактичного і на 1,90 % щодо змодельованого значення і становитиме 29970 тис. грн. У наступному році (2026 р.) обсяг реалізованої продукції зросте на 5,86 % відносно фактичного значення за 2023 р. та на 2,86 % щодо розрахункового значення і досягне 30253 тис. грн;

4) за одно факторною моделлю (3.14) тенденція зміни обсягу реалізованої продукції зміниться в протилежну сторону. Його розмір скорочуватиметься

щороку на 12 % порівняно з його фактичним значенням і на 13 % проти розрахункового значення за 2023 р. та становитиме у 2024 р. 25066 тис грн, у наступному році 25182 тис. грн та у 2026 р. 25299 тис. грн.

Отже, за результатами проведеного дослідження були побудовані економетричні моделі (3.1), з (3.11) по (3.14) та трендова модель (3.15) зміни обсягу реалізованої продукції акціонерного товариства. За цими моделями здійснено його прогнозування на три наступних роки – з 2024 р. по 2026 р.

Одночасно, на основі поліноміальної залежності за моделями (3.16 – 3.18) визначено вплив часового фактору на зміну чинників, які суттєво впливають на зміну обсягу реалізованої продукції акціонерного товариства. До таких чинників відносять: матеріаловіддача, продуктивність праці персоналу та фондівіддача. За побудованими моделями з (3.16) по (3.18) здійснено прогнозування рівня цих чинників на майбутніх три роки.

Результати прогнозування, за використання трендового методу довели, що протягом наступних трьох років, усі моделі дали позитивну динаміку зростання результуючого показника в порівнянні з його фактичними та змодельованими даними. Одночасно, усі моделі показали зростання обсягу реалізації одягу спеціального призначення акціонерного товариства у перспективі відносно його фактичного значення за звітний рік (28578 тис. грн).

За використання експертного методу було запропоновано щорічно збільшувати на один відсоток рівень матеріало- та фондівіддачі і середньомісячного виробітку одного працівника. Це дозволить більш оптимістичніше досягти зростання обсягу реалізованої продукції за усіма моделями. Проте, результати прогнозування обсягу реалізації одягу спеціального призначення за одно факторною моделлю (3.14) попри зростання його рівня у наступних три роки показали скорочення темпів росту реалізації як щодо фактичного так і змодельованого значення.

Зважаючи на значно нижчі (в межах 2 % - 6 %) темпи приросту обсягу реалізованої продукції, прогнозні значення за експертним методом, будуть більш наближені до фактичного та змодельованого значення за 2023 р.

Отже, керівництву ПрАТ «ГОРИНЬ» слід запропонувати обидва варіанта прогнозування обсягу реалізації одягу спеціального призначення, а менеджери згідно динамічних умов розвитку акціонерного товариства виберуть найоптимальніший. На нашу думку, результати прогнозування обсягу реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ» за моделями (3.1), (3.11 – 3.14) отримані за експертного методу (таблиця 3.7, рисунок 3.14), є кращими. Вони надають практичну можливість коригувати значення факторів ще на етапі прогнозування. Це дозволяє приймати більш якісні – релевантні управлінські рішення на перспективу. При цьому акціонерне товариство самостійно контролює зміну внутрішніх чинників, які впливають на результат виробничо-збутової діяльності. Що стосується результатів прогнозування обсягу реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ» за функцією «TREND» (таблиця 3.6, рисунок 3.13) та за трендовими залежностями (таблиця 3.15), то можна стверджувати, що прогнозні значення на наступні періоди завжди будуть залежати від загальної тенденції зміни обсягу реалізації одягу спеціального призначення акціонерного товариства за досліджуваний період. За трендового прогнозування, обсяг реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ» в перспективі буде зростати відносно його фактичного та змодельованого значень за 2023 р. дуже швидкими темпами – в межах 30 % у перший рік, 50 – 60 % у другий рік та майже у два рази в третій рік.

ВИСНОВКИ

Динамізм швейної галузі відіграє вагому роль у розвитку національної економіки України та забезпеченні добробуту її громадян. За умов євроінтеграційних процесів діяльність галузі має бути спрямована на: зміцнення конкурентоспроможності своїх підприємств, забезпечення зростання якості і асортименту товарного випуску та реалізації продукції, адаптацію її до вимог ЄС. Вагомого значення набуває розвиток швейної галузі щодо пошиття робочого одягу. За сучасних умов його основними тенденціями є [33]: стабільне зростання попиту у зв'язку з необхідністю відповідати європейським нормам охорони праці. Ринок спецодягу стрімко розвивається, зважаючи на зростання потреби у ньому серед підприємств будівельної галузі, обробної промисловості, розподілу електроенергії, газу й води, оптової та роздрібною торгівлі, туризму, медицини, сфери послуг та інших галузей.

Зацікавленість вітчизняних будівельних, виробничих компаній, охоронних фірм в якійсій формі для співробітників сприяє розвитку ринку вітчизняного спецодягу. Одяг спеціального призначення – це одяг що гарантує захист співробітників від несприятливих впливів робочого середовища, знижує ризик виробничого травматизму та відрізняє працівників окремої компанії від інших.

Зважаючи на велику пропозицію щодо спецодягу зарубіжних виробників вітчизняний профільний ринок переживає якісну трансформацію. Сьогодні жертвувати якістю на користь зниження ціни економічно не доцільно, оскільки такий одяг важко реалізувати. А можливість запропонувати замовнику не окремий товар, а повну комплектацію значно підвищує конкурентоспроможність підприємств з пошиття одягу спеціального призначення.

Результатом виробничо-збутової діяльності є реалізація товарів замовникам. При цьому кількісно-якісна оцінка проданих товарів формує обсяг реалізованої продукції. Традиційно, під цим показником розуміють розмір чистого доходу (виручки) від реалізації товарів.

У першому розділі кваліфікаційної роботи узагальнено погляди закордонних та вітчизняних науковців на трактування категорії «реалізація» та проведено аналіз рівня розвитку підприємств з пошиття робочого одягу. Він характеризується нарощуванням обсягів виробництва та реалізації одягу спеціального призначення. У роботі проаналізовано рівень розвитку підприємств з пошиття робочого одягу та досліджено основні тенденції розвитку ринку одягу спеціального призначення в Україні.

У другому розділі проведено аналіз господарської діяльності ПрАТ «ГОРИНЬ». Він передбачав надання характеристики роботи акціонерного товариства з пошиття одягу спеціального призначення, аналізу його основних техніко-економічних показників та поглибленого аналізу обсягів товарної та реалізованої продукції підприємства.

Результати аналізу виробничо-збутової діяльності довели, що на ПрАТ «ГОРИНЬ», впродовж досліджуваних шести років, зростає більшість показників, крім рентабельності діяльності і підприємства, чисельності персоналу та його робітників, вартості засобів праці та їх активної частини. Одночасно збиткова діяльність акціонерного товариства позначилась на результативності його діяльності. За поступового скорочення персоналу та фонду їх оплати праці залишається вкрай низьким рівень заробітної плати. Результати виробничо-збутової діяльності щодо обсягів товарної та реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ» потребують покращення за рахунок їх нарощування та покращення структури реалізації. Акціонерному товариству слід залучати певні інвестиційні кошти (гранти), удосконалювати загальну стратегію та маркетингову-цінову політику, розширювати асортимент одягу спеціального призначення.

Уповільнення темпів росту обсягу реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ», погіршення загального стану розвитку акціонерного товариства за останніх шість років потребують пошуку нових шляхів покращення ситуації. Тому пропонується застосувати кореляційно-регресійний аналіз зміни обсягу реалізації одягу спеціального призначення. Результатом проведеного

дослідження є економетричні та трендові моделі його зміни, що побудовані на реальних даних про діяльність ПрАТ «ГОРИНЬ».

За допомогою кореляційно-регресійного аналізу визначено вплив внутрішніх факторів: рівня матеріало-, фондівдачі та середньомісячного виробітку одного працівника на обсяг реалізованої продукції акціонерного товариства. Усі ці фактори чинять стимулюючий та досить значний вплив на зміну обсягу реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ».

У результаті економетричного моделювання обсягу реалізованої продукції акціонерного товариства побудовано трьох факторну модель (3.1). Визначено, що за зростання на 1 % продуктивності праці персоналу обсяг реалізації одягу спеціального призначення збільшиться на 1370 тис. грн. У моделі (3.1) на 95 % матеріаловіддача, продуктивність праці та фондівдача впливають на зміну обсягу реалізованої продукції. Модель (3.1) є адекватною як за коефіцієнтом детермінації так і за критерієм Фішера. Тому за нею здійснено прогнозування обсягу реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ».

Також побудовано три двох факторні моделі (3.11) та (3.13) та одно факторна модель (3.14). Вони теж мають високе значення коефіцієнта детермінації. Воно вказує на те, що на 93 % у моделі (3.11) матеріаловіддача і продуктивність праці персоналу, на 76 % у моделі (3.12) матеріало- та фондівдача, на 95 % у моделі (3.13) фондівдача і продуктивність, а у моделі (3.14) лише продуктивність праці персоналу на 90 % чинять вплив на зміну обсягу реалізації одягу спеціального призначення. За достатньо високого значення коефіцієнта детермінації та перевищення розрахункового значення критерію Фішера над його табличним значенням двох факторні моделі (3.11), (3.12) та (3.13) і модель (3.14) є адекватними. Отже, за ними варто здійснювати прогнозування обсягу реалізованої продукції ПрАТ «ГОРИНЬ» .

У роботі встановлено вплив часового фактору на зміну як розміру обсягу реалізованої продукції акціонерного товариства так і факторів, що чинять на нього вплив. Побудовано трендові моделі (3.15 – 3.18) за поліноміальною залежністю. Згідно коефіцієнта детермінації доведено суттєвий вплив часового

фактору на зміну як результуючого показника (на 92 %) так і трьох відібраних факторів. Тому, у подальшому трендові моделі використовувались для прогнозування значень обраних факторів на три майбутніх роки.

Результати прогнозування обсягу реалізованої продукції акціонерного товариства за функцією «TREND» та за трендовими залежностями довели, що прогнозне значення на наступні періоди завжди буде залежати від загальної тенденції його зміни протягом досліджуваних шести років. Прогнозування експертним шляхом дозволяє коригувати (збільшувати у нашому випадку) значення обраних факторів на 1 %, що дозволить підвищити обсяг реалізованої продукції акціонерного товариства.

За використання трендового методу прогнозування, усі моделі, показали стрімку позитивну динаміку результуючого показника у майбутньому в порівнянні з фактичними та змодельованими даними.

За використання експертного методу темпи зростання обсягу реалізованої продукції дещо уповільнилися і становили близько 3 % - 6 % щодо його фактичного та змодельованого значення. Однак, незважаючи на зростання прогнозного значення обсягу реалізованої продукції за моделлю (3.14), його зміна була від'ємною щодо фактичного і змодельованого значення.

Менеджерам ПрАТ «ГОРИНЬ» слід довести результативність обох варіантів прогнозування. Релевантність прийняття ними рішення буде залежати від динамічних умов розвитку акціонерного товариства. Також на оптимальність управлінського рішення буде впливати обрана стратегія його діяльності, розмір укладених контрактів та загальна економічна ситуація в країні.

Таким чином, нарощування обсягів реалізації одягу спеціального призначення швейного підприємства дозволить покращити якісні показники його розвитку у перспективі.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. LTM — Майстерня спецодягу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://specodegda.com.ua/uk/rynok-speczodyagu-v-ukrayini-hto-ye-hto/>
2. Аналіз ринку одягу та взуття України. 2023 рік. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-odezhdy-i-obuvi-v-ukraine-2023-god>
3. Аналіз ринку одягу та взуття України. 2024 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-odezhdy-i-obuvi-v-ukraine-2024-god>
4. Бабченко Н. В. Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики: збірник наукових праць / відп. ред.: Н. М. Корбозерова; Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка. - К. : Логос, 2006. - Вип. 10. - 2006. - С. 24-28
5. Белявцев М.І. Інфраструктура товарного ринку: навч. посібник / М. І. Белявцев, Л.В. Шестопалова – Київ : Центр навч. л-ри, 2005. – 410 с.
6. Гаєвська Я. К. Методи прогнозування в інноваційній діяльності / Я. К. Гаєвська, К. М. Друца, Л. В. Поврозіна // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Серія : Актуальні проблеми розвитку українського суспільства. - 2015. - № 28. - С. 85-90. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vcpiaks_2015_28_17
7. Голінько В.І. Проектування засобів індивідуального захисту працюючих : навч. посіб. / В.І. Голінько, Л.Д. Третякова, С.І. Чеберячко; М-во освіти і науки України, Нац. гірн. ун-т. – Дніпро : НГУ, 2017. – 181 с.
8. Головенко Т.М. Аналіз асортименту і факторів впливу на якість одягу спеціального призначення / Т.М. Головенко, О.В. Шовкомуд, Л.Г. Бартків, Ю.Є. Федосєєва // Товарознавчий вісник. – [Електронний ресурс]. – 2023. – Випуск 16. – С. 286-297. – Режим доступу: https://c-bulletin.com.ua/web/uploads/pdf/Commodity_Bulletin_Vol_16_No_1.pdf
9. Гринів Б.В. Економічний аналіз господарської діяльності: навч.

посібник [Електронний ресурс]. – Київ: Центр учбової літератури, 2011. – 392 с.
– Режим доступу: <https://westudents.com.ua/knigi.html>

10. Динаміка відновлення індустрії у цифрах 2021 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ukrlegprom.org/ua/news/dynamika-vidnovlennya-industriyi-u-czyfrah-2021-roku/>

11. Діяльність ПрАТ «ГОРИНЬ» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://clarity-project.info/edr/21339381/finances>

12. Діяльність ПрАТ «ГОРИНЬ» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://opendatabot.ua/c/21339381>

13. Діяльність ПрАТ «ГОРИНЬ». – Режим доступу: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/21339381/

14. Домарадська Г. С. Прогнозування і макроекономічне планування: навч. посіб. / Г. С. Домарадська, Т. М. Гладун, Р. В. Фещур. – Львів : Магнолія-2006. – 2007. – 211 с.

15. Економіко-статистичне моделювання і прогнозування: навч. посіб. / В. П. Кічор, Р. В. Фещур, В. В. Козик [та ін.]; Нац. ун-т «Львівськ. Політехніка». – Львів: Нац. ун-т «Львівськ. політехніка», 2007. – 154 с.

16. Золотарьова Н. С., Шаповалова Є. О. Реалізація продукції, як завершена стадія кругообігу засобів на підприємстві [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://core.ac.uk/download/pdf/32610087.pdf>

17. Каталог підприємств України / Виробництво робочого одягу. URL: <https://www.rada.com.ua/ukr/catalog/?words=%E2%E8%F0%EE%E1%ED%E8%F6%F2%E2%EE+%F0%EE%E1%EE%F7%EE%E3%EE+%EE%E4%FF%E3%F3®ion=0§or=0&title=1&body=1&mode=0>

18. Костинюк Ю. Б. Сучасний стан ринку одягу в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.spilnota.net.ua/ru/article/id-3959/>

19. Лайко П. А. Фінанси АПК: навч. посібник / П. А. Лайко, Ю. І. Ляшенко. - Київ: Дія, 2000. - С. 33.

20. Мірко Н.В. Оцінка стану та тенденцій розвитку внутрішнього ринку продукції легкої промисловості / Н.В. Мірко // Ефективна економіка. - 2010. -

№10. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=345>

21. Моделі і методи соціально-економічного прогнозування : підручник / [Геєць В. М., Клебанова Т. С., Черняк О. І., Іванов В. В., Дубровіна Н. А. та ін.] – Харків: ІНЖЕК, 2005. – 396 с.

22. Момот І. В. Огляд українського ринку спеціального одягу / І. В. Момот // Вісник Белл-Протексьон. – 2012. – № 3. – С. 14—20.

23. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід», затверджене наказом Мінфіну від 29.11.1999 р. № 290 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://document.vobu.ua/doc/3371>

24. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

25. Офіційний сайт ПрАТ «ГОРИНЬ» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://gorin.ua>.

26. Пархоменко В. М. Бухгалтерський облік в сільському господарстві в первинних документах і проводках / За редакцією М.Ф. Огійчука та В.М. Пархоменка. - Харків: Фактор, 2008. - 480 с.

27. Перспективи розвитку ринку спецодягу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tk-odyag.com.ua/perspektivi-rozvitku-rinku-spesodyagu-v-ukraїni/>

28. Планування та прогнозування в умовах ринку : [навч. посіб.] / Під заг. ред. Г. В. Воронкової. – Київ: Професіонал, 2006. – С. 526.

29. Полковниченко С. О. Оцінка сучасного стану розвитку ринку одягу в Україні / С. О. Полковниченко, М. С. Коровінченко // Ефективна економіка. – [Електронний ресурс]. – 2021. – № 6. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8975>

30. Присенко Г. В. Прогнозування соціально-економічних процесів : [навч. посібник] / Г. В. Присенко, Є. І. Равікович. – Київ: КНЕУ, 2005. – 380 с.

31. Проскурович О. В. Комп'ютерні технології економічного аналізу: навч. посібник / О. В. Проскурович, В. А. Бойчук. – Львів. : «Новий Світ–2000», 2012.

– 310 с.

32. Ринок євроспеодягу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ark.ua/blog/rinok-vrospecodyagu-ukrani.html>

33. Ринок одягу в Україні: фактори попиту. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-odezhdy-v-ukraine-factory-sprosa>

34. Ринок одягу та взуття в Україні: тенденції воєнного часу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pro-consulting.ua/ua>

35. Сук Л. К. Фінансовий облік : навч. посібник / Л. К. Сук, П. Л. Сук. - 2-ге вид., переробл. і доповн. - Київ : Знання, 2012. - 647 с.

36. Українська асоціація підприємств легкої промисловості. URL: <https://ukrlegprom.org/ua/members-category/overalls/>.

37. Як український e-commerce пережив 2023. Річні показники. Прогноз 2024. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.promodo.ua>

38. Яцура В. В. Соціально-економічне прогнозування : [навч. посібник] / В. В. Яцура, О. С. Сенишин, М. О. Горинь. – Львів, 2010. – 412 с.

