МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра економіки підприємства та організації підприємницької діяльності
(найменування кафедри)

Допущено до захисту
Завідувач кафедри
_____ Грінченко Р.В.
(підпис)
«____» червня 2026 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
(шифр та найменування спеціальності)
за освітньо-професійною програмою
«Економіка підприємства та організація підприємницької діяльності»
(назва освітньої програми)

на тему: «ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ПАТ «ОДЕСКАБЕЛЬ»)»

Виконавець:
студентка факультету економіки
та управління підприємництвом
Чередниченко Валерія Денисівна _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:
к.е.н., доцент
(науковий ступінь, вчене звання)
Орленко Ольга Михайлівна _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ОДЕСА – 2026

ЗМІСТ

ВСТУП.....3

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПОКАЗНИКА РЕНТАБЕЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ 6

1.1 Економічна сутність, види та функції рентабельності 6

1.2 Методичні підходи до аналізу рентабельності підприємства 14

1.3 Фактори, що впливають на рентабельність підприємства.....20

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПАТ «ОДЕСКАБЕЛЬ».....26

2.1 Загальна характеристика та історія створення ПАТ «Одескабель» 26

2.2 Аналіз техніко-економічних показників діяльності ПАТ «Одескабель».....36

2.3 Аналіз показників рентабельності ПАТ «Одескабель».....47

РОЗДІЛ 3. ЗАХОДИ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПАТ «ОДЕСКАБЕЛЬ».....55

3.1 Удосконалення маркетингової діяльності ПАТ «Одескабель» шляхом просування у соціальній мережі TikTok 55

3.2 Розробка індивідуальних умов співпраці з ключовими клієнтами ПАТ «Одескабель».....61

ВИСНОВКИ 69

СПИСОК ДЖЕРЕЛ 72

ДОДАТКИ 75

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасній економіці, що постійно змінюється під впливом глобалізаційних процесів, технологічного прогресу та нестабільного зовнішнього середовища, здатність підприємства ефективно функціонувати стає критично важливою. У цьому контексті рентабельність виступає не просто показником поточної результативності, а ключовим індикатором ефективності використання всього ресурсного потенціалу компанії та її стратегічним орієнтиром.

Актуальність дослідження шляхів підвищення рентабельності зумовлена необхідністю пошуку нових інструментів оптимізації витрат, впровадження інноваційних технологій та вдосконалення системи управління активами.

Особливо важливим питання підвищення рентабельності є для промислових підприємств, діяльність яких характеризується значною матеріаломісткістю, високими виробничими витратами та залежністю від технологічного рівня виробництва. Кабельна промисловість є однією з базових галузей економіки, оскільки забезпечує потреби енергетики, телекомунікацій, будівництва, транспорту та промислового сектору. В умовах посилення конкуренції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках підприємства галузі повинні постійно вдосконалювати систему управління витратами, модернізувати виробництво та підвищувати ефективність використання ресурсів.

Системний аналіз рентабельності дозволяє комплексно оцінити якість управлінських рішень, виявити неефективні ланки в ланцюгу створення вартості та розробити дієві заходи щодо зміцнення ринкових позицій. Саме тому теоретичне обґрунтування та практична розробка заходів підвищення рентабельності є необхідною умовою для зростання інвестиційної привабливості підприємства та забезпечення його сталого розвитку в довгостроковій перспективі.

Мета досліждення – теоретичне обґрунтування та розробка практичних рекомендацій щодо підвищення рентабельності підприємства на прикладі

ПАТ «Одескабель».

Завдання дослідження:

1. Розкрити економічну сутність, види та функції рентабельності підприємства.
2. Дослідити основні фактори, що впливають на рівень рентабельності підприємства.
3. Розглянути методичні підходи до аналізу рентабельності підприємства.
4. Надати загальну характеристику та дослідити історію створення ПАТ «Одескабель».
5. Провести аналіз техніко-економічних показників діяльності ПАТ «Одескабель».
6. Здійснити аналіз показників рентабельності ПАТ «Одескабель».
7. Обґрунтувати доцільність удосконалення маркетингової діяльності ПАТ «Одескабель» шляхом просування у соціальній мережі TikTok.
8. Розробити індивідуальні умови співпраці з ключовими клієнтами ПАТ «Одескабель» для підвищення рентабельності підприємства.

Об'єктом дослідження є напрями підвищення показників рентабельності підприємства ПАТ «Одескабель».

Предметом дослідження виступають теоретико-методичні та прикладні засади формування та підвищення рентабельності підприємства в сучасних умовах господарювання.

Методи дослідження. У процесі дослідження використано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів дослідження, зокрема: системний та структурно-логічний аналіз для вивчення сутності рентабельності та її ролі у системі управління підприємством; економічний і статистичний аналіз для оцінки фінансово-господарської діяльності та показників рентабельності підприємства; метод порівняння для зіставлення показників діяльності у динаміці; коефіцієнтний метод для аналізу фінансових результатів та ефективності використання ресурсів;

графічний метод для наочного представлення результатів дослідження; метод узагальнення для формування висновків і практичних рекомендацій щодо підвищення рентабельності підприємства.

Інформаційна база ґрунтується на наукових працях вітчизняних та зарубіжних науковців з питань рентабельності та ефективності діяльності підприємств, статистичних матеріалах, фінансовій звітності ПАТ «Одескабель» за 2023–2025 роки, внутрішніх документах підприємства, а також аналітичних матеріалах і результатах економічних досліджень.

Практичне значення роботи полягає у можливості використання запропонованих заходів для підвищення рентабельності, що сприятиме покращенню фінансових результатів і посиленню ринкових позицій ПАТ «Одескабель».

Структура і обсяг роботи. Включає вступ, три розділи, висновки, список використаних джерел та додатки. Загальний обсяг роботи становить 75 сторінок, містить 21 таблиці та 8 рисунків. Список використаних джерел складає 29 джерел.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПОКАЗНИКА РЕНТАБЕЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

1.1 Економічна сутність, види та функції рентабельності

У сучасних економічних умовах питання рентабельності підприємства набуває особливого значення, оскільки саме цей показник відображає ефективність використання ресурсів і здатність компанії досягати стабільної прибутковості.

На сьогодні в наукових дослідженнях представлено широкий спектр підходів до визначення економічного змісту поняття «рентабельність». Така багатозначність зумовлена тим, що цей показник широко застосовується для аналізу ефективності різних аспектів діяльності підприємства.

Залежно від контексту оцінювання рентабельність може розглядатися як показник прибутковості, економічної стійкості чи ефективності використання ресурсів, що сприяє формуванню різних методологічних підходів до її трактування.

Термін «рентабельність» розглядається науковцями як відносний економічний показник, що характеризує ефективність виробництва та розраховується як відношення прибутку до витрат, тобто є нормою прибутку [1].

С.С. Черниш зосереджує увагу на кваліметричних аспектах рентабельності, підкреслюючи, що «рентабельність – це якісний вартісний показник, що характеризує рівень віддачі витрат або міру використання наявних ресурсів у процесі виробництва та реалізації товарів, робіт і послуг». Аналіз рентабельності підприємства дозволяє визначити ефективність вкладення коштів у підприємство та раціональність їхнього використання» [1, с. 255].

В свою чергу О.М. Вовк, А.М. Ковальчук, Я.І. Комісаренко, А.В. Джулай стверджують, що «рентабельність – це комплексний відносний показник, який характеризує фінансово-економічну ефективність діяльності підприємства з точки зору отримання прибутку, відображає ефективність вкладеного капіталу або

спожитих ресурсів. Рентабельність свідчить про якість управління фірмою. Оптимальний рівень рентабельності має забезпечити підприємству сталий розвиток та процвітання» [2, с. 19].

О.І. Степаненко та Х.Ю. Павловська трактують рентабельність як економічний показник, що відображає частку прибутку, отриманого підприємством з кожної одиниці витрачених ресурсів. На думку авторів, показники рентабельності є важливим інструментом оцінювання результатів діяльності підприємства та його структурних підрозділів, застосовуються у процесі ціноутворення, формування інвестиційної політики та проведення порівняльного аналізу підприємств-конкурентів. Крім того, рентабельність використовується для обґрунтування управлінських рішень щодо формування асортименту та структури продукції, а також для оцінки раціональності виробництва [3].

Рентабельність відіграє центральну роль у функціонуванні будь-якого підприємства. Вона відображає здатність активів компанії генерувати прибуток і слугує основним критерієм оцінки ефективності їх використання.

Цей показник розраховується як співвідношення прибутку до загальної вартості активів підприємства, що дає змогу оцінити, наскільки ефективно вкладені ресурси приносять дохід. Висока рентабельність свідчить про раціональне управління активами та фінансову стійкість компанії, тоді як низький рівень цього показника може вказувати на недостатню ефективність використання ресурсів.

Основні аспекти ролі рентабельності у діяльності підприємства полягають у наступному [2, с. 20]:

1. Оптимізація використання активів – управління активами передбачає їх ефективне використання для максимального отримання прибутку. Високий рівень рентабельності свідчить про ефективне використання активів, тоді як низький може вказувати на необхідність їх реорганізації або покращення.

2. Прийняття інвестиційних рішень – аналіз рентабельності допомагає підприємству визначити доцільність інвестування в нові активи або модернізацію існуючих.

3. Зниження економічних ризиків – висока рентабельність забезпечує підприємству більшу стійкість до змін у ринковому середовищі. Це сприяє ухваленню зважених рішень щодо збереження, розширення чи реструктуризації активів, орієнтуючись на їхній вплив на фінансову стабільність компанії.

4. Визначення найприбутковіших активів – рентабельність допомагає зрозуміти, які активи приносять найбільший дохід, і сконцентрувати зусилля на їх подальшому розвитку. Менш прибуткові активи можуть бути оптимізовані, модернізовані або продані.

5. Вплив на стратегічне планування – рентабельність є важливим орієнтиром у виборі напрямків розвитку бізнесу. Вона дає змогу оцінити, які сфери діяльності є найбільш перспективними і здатними забезпечити стабільне зростання компанії в довгостроковій перспективі.

Показники рентабельності є відносними характеристиками фінансових результатів та ефективності функціонування підприємства. Вони відображають рівень доходності підприємства з різних аспектів і формуються відповідно до інтересів учасників ринкового обміну та економічного процесу.

Варто підкреслити, що показники рентабельності відіграють ключову роль у визначенні факторного середовища, яке впливає на формування прибутку та доходу підприємства. Саме тому вони є невід'ємним елементом аналітичного дослідження фінансового стану підприємства та використовуються в процесі порівняльного аналізу [4, с. 50].

Структура показників рентабельності базується на співвідношенні прибутку, як головного показника економічного ефекту діяльності, до певних ресурсів або витрат. Таким чином, у будь-якому показнику рентабельності ключовим

компонентом виступає прибуток, який визначає загальну ефективність використання ресурсів підприємства.

Крім того, аналіз рентабельності дозволяє оцінити не лише поточний фінансовий стан підприємства, а й прогнозувати його подальший розвиток, визначати напрями підвищення ефективності діяльності та оптимізації витрат [5].

Показники рентабельності виражаються у відсотках або коефіцієнтах і відображають частку прибутку в кожній грошовій одиниці витрат. Вибір виду прибутку для розрахунку рентабельності залежить від цілей аналізу, в рамках якого здійснюється оцінка цих показників. Використання рентабельності, обчисленої на основі чистого прибутку, дає змогу визначити вплив податкових та інших обов'язкових виплат, що здійснюються за рахунок прибутку підприємства.

Розрахунок рентабельності на основі прибутку від основної діяльності дозволяє окремо оцінити ефективність виробничої та невиробничої діяльності, що має значення для визначення пріоритетних напрямів інвестиційної діяльності підприємства.

Залежно від того, з яким показником порівнюється прибуток, у фінансовому аналізі виділяють три основні групи показників рентабельності: витратні, дохідні, ресурсні [5].

До витратних показників рентабельності належить рентабельність продукції, яка відображає ефективність виробництва та реалізації товарів підприємством. Цей показник дає змогу оцінити, наскільки вигідними є випуск і продаж продукції, враховуючи понесені витрати.

Рентабельність продукції відіграє важливу роль у внутрішньогосподарському аналізі, оскільки використовується для контролю рівня прибутковості окремих видів продукції, визначення доцільності виробництва певних товарів, а також при розробці стратегії ціноутворення. Крім того, цей показник допомагає обґрунтувати впровадження нових видів продукції, оцінюючи їхню потенційну прибутковість та конкурентоспроможність на ринку. Показник є надійною базою для оптимізації

товарної номенклатури, дозволяючи вчасно виявляти та згортати виробництво збиткових або низькорентабельних товарів [4].

Рентабельність продукції [4, с. 50]:

$$Р_{пр}= \frac{\text{Валовий прибуток}}{\text{Собівартість реалізованої продукції}} \quad (1.1)$$

Дохідні показники рентабельності включають групу коефіцієнтів рентабельності реалізації, в яких у знаменнику використовується чистий дохід підприємства. Вони характеризують комерційну ефективність діяльності, показуючи, який прибуток отримує компанія з кожної грошової одиниці виручки від продажу продукції або послуг. До найбільш поширених показників рентабельності реалізації належать валова, операційна та чиста рентабельність.

Валова рентабельність реалізації в основному відображає ефективність цінової стратегії підприємства, оскільки при її розрахунку в чисельнику використовується валовий прибуток [4]:

$$Р_{вр} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Чистий дохід}} \quad (1.2)$$

Цей показник демонструє, яку частку доходу підприємство зберігає після вирахування собівартості реалізованої продукції, що дає змогу оцінити рентабельність продажів та конкурентоспроможність цінової політики. Висока валова рентабельність свідчить про здатність компанії встановлювати ефективні ціни, контролювати витрати на виробництво і закупівлю товарів. Низький рівень цього показника може вказувати на проблеми з собівартістю, недостатньо високу націнку або ж сильну конкуренцію, яка змушує підприємство знижувати ціни.

Операційна рентабельність дозволяє оцінити ефективність підприємства з точки зору управління операційними витратами, які не пов’язані безпосередньо з

виробничим процесом. Вона відображає, яку частку операційного прибутку компанія отримує з кожної грошової одиниці чистого доходу, і є важливим показником фінансової стійкості та ефективності господарської діяльності.

Цей показник дає змогу проаналізувати, наскільки раціонально підприємство керує адміністративними, збутовими та іншими операційними витратами. Висока операційна рентабельність свідчить про ефективне управління ресурсами, оптимізацію витрат та здатність підприємства генерувати стабільний прибуток. Низький рівень цього показника може вказувати на надмірні витрати або недостатньо ефективну бізнес-модель [4].

Таким чином, формула відображає, наскільки ефективно компанія перетворює кожну грошову одиницю доходу на операційний прибуток [5]:

$$Р_{ор}=\frac{\text{Операційний прибуток}}{\text{Чистий дохід}} \quad (1.3)$$

Чиста рентабельність реалізації відображає загальну ефективність діяльності підприємства за весь період від виробництва продукції до отримання чистого прибутку. Вона показує, яку частку доходу компанія зберігає після вирахування всіх витрат, включаючи фінансові та інвестиційні витрати, а також податкові зобов’язання. Цей показник є ключовим орієнтиром для власників та інвесторів, оскільки він ілюструє реальну комерційну привабливість бізнесу та його здатність генерувати кошти для виплати дивідендів і подальшого самофінансування. Динамічний аналіз чистої рентабельності дозволяє оцінити не лише якість контролю над витратами, а й чутливість підприємства до зовнішніх чинників — зміни податкового навантаження та вартості кредитних ресурсів на ринку [4].

Чиста рентабельність розраховується за наступною формулою [4, с. 50]:

$$Р_{ЧР} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Чистий дохід}} \quad (1.4)$$

До групи ресурсних показників належать рентабельність активів і рентабельність власного капіталу.

Рентабельність активів відображає ефективність використання майна підприємства для отримання прибутку. Вона показує, наскільки результативно компанія залучає свої ресурси для ведення господарської діяльності.

Для оцінки ефективності отримання прибутку саме від операційної діяльності застосовується рентабельність оборотних активів. Цей показник дозволяє визначити, наскільки продуктивно підприємство використовує свої оборотні кошти, такі як запаси, дебіторська заборгованість та грошові кошти, для забезпечення прибутковості основних операцій. Його аналіз є важливим для виявлення резервів підвищення ефективності управління поточними активами, прискорення їх оборотності та оптимізації структури оборотного капіталу, що в сукупності позитивно впливає на загальний фінансовий результат підприємства.

Рентабельність активів розраховується за наступною формулою [4]:

$$P_A = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{середньорічна вартість активів}} \quad (1.5)$$

Показник рентабельності власного капіталу відображає, який прибуток отримують власники компанії на кожну грошову одиницю власного капіталу, вкладеного в бізнес. Цей показник відіграє важливу роль у фінансовому аналізі, оскільки дозволяє оцінити дохідність інвестицій акціонерів та ефективність використання підприємством власних коштів.

Рентабельність власного капіталу також слугує критерієм для оцінки котирування акцій підприємства на фондовому ринку. Високий рівень цього показника може свідчити про фінансову стійкість компанії, її здатність генерувати

прибуток і забезпечувати високу віддачу для інвесторів. Низьке значення може вказувати на недостатню прибутковість бізнесу або значні фінансові ризики [4].

Рентабельність власного капіталу розраховується за наступною формулою [4, с. 50]:

$$Р_{ВК} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Середня вартість власного капіталу}} \quad (1.6)$$

Отже, рентабельність є фундаментальною категорією, яка виходить за межі простого вимірювання прибутку та виступає інтегральним показником ефективності бізнесу. Вона поєднує в собі кількісну результативність діяльності та якісну оцінку використання ресурсів, що дозволяє розглядати її одночасно як об'єктивну економічну категорію та ключовий інструмент фінансового аналізу.

Система показників рентабельності виконує низку критично важливих функцій, зокрема оціночну, стимулюючу та прогностичну, що забезпечує менеджмент інформацією для прийняття стратегічних інвестиційних рішень і пошуку резервів оптимізації витрат. Розподіл показників на витратні, дохідні та ресурсні групи дає змогу забезпечити комплексний аналіз: якщо рентабельність продукції та реалізації фокусується на ефективності поточних операційних процесів і цінової політики, то рентабельність активів і власного капіталу відображає стратегічну успішність використання всього потенціалу підприємства. Таким чином, рентабельність є головним індикатором фінансово-господарської спроможності компанії, а її високий рівень є обов’язковою умовою для забезпечення фінансової стійкості, інвестиційної привабливості та спроможності до сталого розвитку в умовах динамічного ринкового середовища.

1.2 Методичні підходи до аналізу рентабельності підприємства

Вимірювання рентабельності – це процес оцінювання ефективності діяльності підприємства через розрахунок показників, які демонструють співвідношення отриманого прибутку до використаних ресурсів, зокрема витрат, активів або власного капіталу. Такий аналіз дозволяє зробити висновки про здатність підприємства приносити дохід у короткій та довгостроковій перспективі.

Рентабельність – один із ключових критеріїв оцінки фінансово-господарського стану підприємства. Її вимірювання дає змогу встановити, наскільки ефективно підприємство використовує свої ресурси та чи здатне воно забезпечити стабільний прибуток.

Також показники рентабельності є основою для:

- прийняття управлінських рішень,
- формування стратегії розвитку підприємства,
- аналізу динаміки результатів діяльності у різні періоди.

Крім того, інформація про рівень рентабельності є важливою для зовнішніх користувачів: інвесторів, банків, партнерів та державних органів. Для інвесторів вона свідчить про привабливість підприємства з точки зору капіталовкладень. Для кредиторів – про платоспроможність і надійність суб’єкта господарювання. Для держави – про ефективність функціонування підприємства у загальній системі національної економіки.

Систематичне вимірювання рентабельності також дає змогу:

- виявити "слабкі місця" у структурі витрат і доходів,
- порівняти ефективність діяльності з іншими підприємствами галузі,
- прогнозувати фінансові результати та визначити потребу в оптимізації витрат.

У сучасних умовах, коли підприємства функціонують в умовах високої конкуренції, нестабільного ринку й ризиків, пов’язаних із зовнішніми викликами

(економічна криза, війна, інфляція тощо), вимірювання рентабельності стає не просто інструментом оцінки, а необхідним елементом системи фінансового управління [5].

При проведенні аналізу рентабельності доцільно виокремити кілька взаємопов'язаних етапів його здійснення, кожен з яких має важливе значення для отримання об'єктивних і достовірних результатів (рис. 1.1).

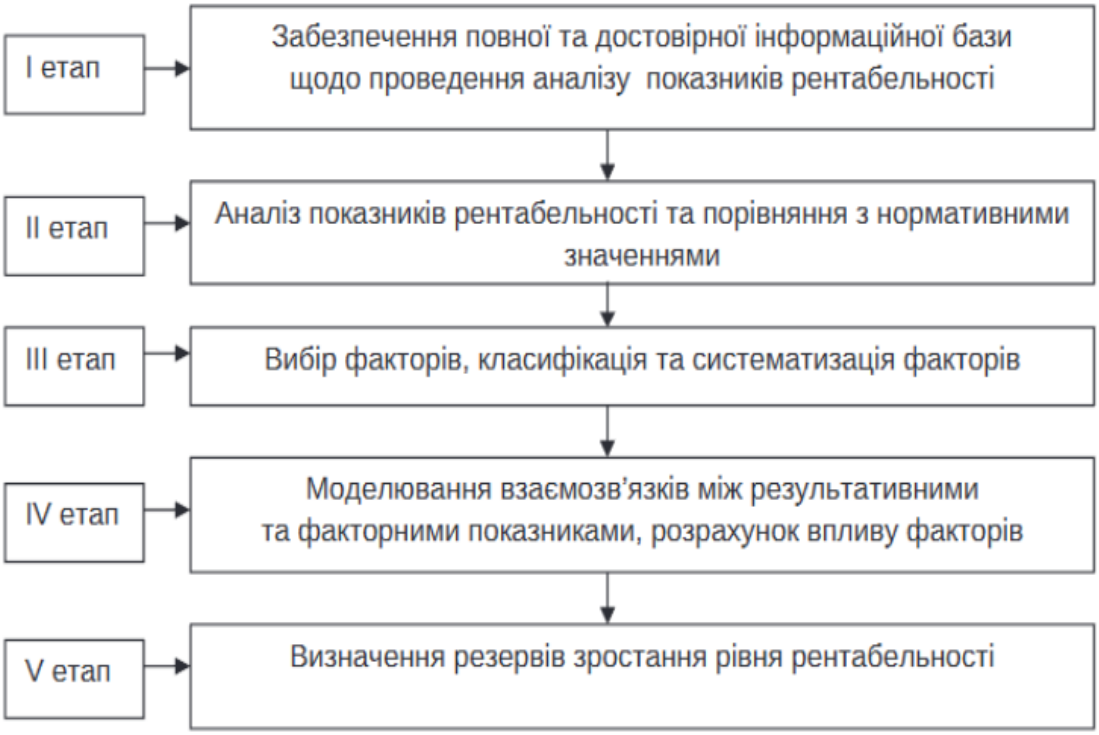


Рисунок 1.1. Основні етапи проведення аналізу рентабельності

Джерело: [5, с. 4]

Як видно з (рис. 1.1), аналіз рентабельності підприємства здійснюється поетапно та передбачає формування надійної інформаційної бази, оцінювання ключових показників, визначення факторів впливу та моделювання взаємозв'язків між ними.

У процесі вимірювання рентабельності застосовуються різні методи оцінки, кожен з яких має свої особливості, переваги та сферу використання.

Найпоширенішими є аналітичний, порівняльний, динамічний підхід та факторний аналіз.

Аналітичний метод передбачає використання внутрішньої фінансової звітності підприємства – балансу, звіту про фінансові результати, приміток до звітності. На основі цих документів розраховуються ключові коефіцієнти рентабельності: рентабельність продукції, активів, власного капіталу тощо. Такий підхід дозволяє оцінити ефективність роботи підприємства у певний період, визначити рівень прибутковості та виявити джерела прибутку або збитків [6].

Порівняльний метод використовується для зіставлення показників рентабельності підприємства з аналогічними показниками інших суб'єктів господарювання – конкурентів, лідерів ринку або середньогалузевими значеннями. Це дає змогу визначити конкурентні переваги або виявити відставання підприємства від середніх ринкових значень. Джерелом для такого аналізу можуть бути аналітичні бази даних (YouControl, Opendatabot), статистика Держстату або публічні звіти підприємств [7; 8; 9].

Динамічний метод полягає в аналізі зміни показників рентабельності у часі – наприклад, у порівнянні з попередніми роками або кварталами. Завдяки цьому можна оцінити позитивні або негативні тенденції, спрогнозувати подальший розвиток ситуації та зрозуміти вплив внутрішніх чи зовнішніх чинників на прибутковість діяльності [10].

Важливим елементом методичного інструментарію оцінювання рентабельності є факторний аналіз, який дозволяє не лише визначити рівень прибутковості, а й встановити причини його зміни. На відміну від традиційного розрахунку коефіцієнтів, факторний підхід дає змогу дослідити внутрішню структуру показників рентабельності та оцінити вплив окремих складових на кінцевий фінансовий результат [11].

Однією з найпоширеніших моделей факторного аналізу є модель DuPont, призначення якої полягає у виявленні факторів, що визначають ефективність

функціонування підприємства, та оцінюванні ступеня їх впливу на рентабельність власного капіталу. Відповідно до даного підходу, показник рентабельності власного капіталу розкладається на три взаємопов'язані компоненти: рентабельність продажів, оборотність активів та фінансовий леверидж.

Таким чином, модель дозволяє встановити, за рахунок чого формується рівень прибутковості[11]:

– ефективності операційної діяльності (через норму чистого прибутку);

– інтенсивності використання активів (через їх оборотність);

– або особливостей структури капіталу (через фінансовий важіль).

Застосування моделі DuPont у процесі аналізу рентабельності дає можливість не лише оцінити поточний рівень прибутковості, але й визначити напрями її підвищення. Вона використовується як для внутрішнього фінансового аналізу, так і для порівняльної оцінки інвестиційної привабливості підприємства та рівня ризику вкладення капіталу [11].

Подальшим розвитком даного підходу є модель сталого зростання PRAT, яка поєднує класичну модель DuPont із концепцією сталого економічного розвитку. У межах цієї моделі рентабельність власного капіталу доповнюється показником рівня утримання прибутку, що дозволяє оцінити здатність підприємства забезпечувати зростання без залучення додаткового зовнішнього фінансування [12, с. 14].

Модель PRAT базується на поєднанні чотирьох показників: рентабельності чистого прибутку, рівня утримання прибутку, оборотності активів та фінансового левериджу, які комплексно характеризують ефективність використання ресурсів і фінансову політику підприємства.

Такий підхід дозволяє оцінити як ефективність основної діяльності підприємства, так і особливості його фінансової політики та можливості подальшого розвитку. Рентабельність і оборотність активів показують, наскільки ефективно підприємство використовує свої ресурси, а рівень утримання прибутку

та фінансовий леверидж відображають його підхід до розподілу прибутку між власниками та до залучення позикових коштів.

До основних переваг використання моделі DuPont та її модифікації PRAT у процесі аналізу рентабельності належать [12, с. 14]:

1. можливість визначити внесок кожного фактора у зміну рівня прибутковості;

2. встановлення причин зростання або зниження рентабельності;

3. обґрунтування управлінських рішень щодо оптимізації витрат, структури капіталу та інвестиційної політики;

4. оцінка ефективності менеджменту через аналіз чистої маржі та ефективності використання активів;

5. визначення потенціалу сталого зростання підприємства.

Недоліком цієї моделі є те, що вона переважно враховує внутрішні показники діяльності підприємства та розрахована на використання власних фінансових ресурсів. Тому вона не повною мірою відображає вплив зовнішніх факторів, таких як зміни ринку, економічна ситуація чи залучення додаткового фінансування. Це може обмежувати її застосування в умовах нестабільного та відкритого економічного середовища.

Комбіноване використання цих методів дозволяє отримати повну та об’єктивну картину фінансового стану підприємства, а також визначити найбільш ефективні напрямки розвитку та резерви підвищення рентабельності.

Найважливішою умовою для проведення об’єктивного аналізу рентабельності є наявність достовірної та офіційної інформаційної бази. Основними джерелами таких даних є бухгалтерська (фінансова) звітність підприємства, складена за встановленими формами. Серед них провідне місце займають баланс (форма №1) та звіт про фінансові результати (форма №2).

Таблиця 1.1 – Основні підходи до вимірювання рентабельності підприємства

Метод оцінки	Коротка характеристика	Основне джерело даних	Ключові принципи
Аналітичний	Аналіз показників на основі фінансової звітності	Баланс (форма №1), Звіт про фінансові результати (форма №2)	Достовірність, об’єктивність
Порівняльний	Зіставлення з іншими підприємствами чи середніми значеннями	Аналітичні бази, звіти конкурентів	Порівнянність
Динамічний	Оцінка змін рентабельності в динаміці за періоди	Дані попередніх періодів	Своєчасність
Факторний (модель DuPont, PRAT)	Поділ показника рентабельності власного капіталу на складові: маржу прибутку, оборотність активів, фінансовий леверидж та рівень утримання прибутку	Баланс (форма №1), Звіт про фінансові результати (форма №2)	Комплексність, причинно-наслідковий аналіз, стратегічна орієнтація

Джерело: сформовано автором за даними [6,10, 11, 12,]

Баланс (форма №1) містить узагальнені дані про майновий стан підприємства на певну дату, зокрема вартість його активів, зобов’язань та власного капіталу. Саме на основі цих даних розраховується, зокрема, рентабельність активів і рентабельність власного капіталу. Баланс дозволяє визначити обсяг залучених і власних ресурсів, а отже, розрахувати ефективність їх використання.

Звіт про фінансові результати (форма №2) дає змогу оцінити фінансові підсумки діяльності підприємства за звітний період: виручку, собівартість, валовий, операційний та чистий прибуток. Саме з цього документа отримуються дані для розрахунку рентабельності продукції та інших ключових показників ефективності. Форма №2 є основним джерелом для кількісної оцінки прибутковості та для побудови моделей управління рентабельністю [13].

Окрім зазначених форм, можуть також використовуватись:

- примітки до фінансової звітності, які уточнюють окремі показники;
- офіційна звітність у відкритих джерелах (YouControl, Opendatabot);

- галузеві аналітичні огляди, що дозволяють порівнювати рентабельність підприємства із середньогалузевими значеннями [13].

Використання цих джерел дозволяє здійснити повноцінний, достовірний і багатоаспектний аналіз фінансової ефективності підприємства та зробити обґрунтовані висновки щодо її рівня.

Отже, методичні підходи до обчислення рентабельності ґрунтуються на системному використанні достовірних джерел фінансової інформації та дотриманні ключових принципів аналітичної роботи, зокрема об’єктивності, комплексності та порівнянності показників у динаміці. Застосування аналітичного, порівняльного, динамічного та факторного методів дозволяє всебічно оцінити ефективність діяльності підприємства, виявити тенденції змін фінансових результатів, а також визначити вплив окремих чинників на рівень рентабельності.

Комплексний підхід до аналізу забезпечує можливість не лише фіксувати поточний стан підприємства, а й виявляти приховані резерви підвищення ефективності його діяльності. Це, у свою чергу, сприяє формуванню обґрунтованих управлінських рішень щодо оптимізації витрат, підвищення прибутковості та зміцнення фінансової стійкості.

Правильний вибір методики та джерел аналізу забезпечує повноту, достовірність і об’єктивність оцінки рівня рентабельності як одного з ключових показників фінансової стабільності та конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах господарювання.

1.3 Фактори, що впливають на рентабельність підприємства

У сучасних умовах господарювання підприємства функціонують у динамічному середовищі, що складається із численних факторів, які можуть як позитивно, так і негативно впливати на їхню діяльність. Ці фактори поділяються на зовнішні, що знаходяться поза межами прямого контролю підприємства, та

внутрішні, які залежать від його управлінських рішень і ресурсної бази. Врахування цих факторів відіграє ключову роль у стратегічному плануванні, підвищенні конкурентоспроможності та забезпеченні сталого розвитку підприємства.

До основних зовнішніх факторів належать [14, с. 189]:

1. Інфляційні процеси – впливають на купівельну спроможність споживачів, собівартість продукції та рівень прибутковості.

2.Зростання конкуренції – підвищує необхідність вдосконалення продукції, послуг та маркетингових стратегій.

3. Природно-кліматичні чинники – можуть спричиняти додаткові витрати або порушення виробничого процесу.

4. Ефективність маркетингової діяльності – якісна реклама та просування продукції сприяють зростанню попиту.

5. Державне регулювання – зміни у законодавстві, податкова політика, введення нових нормативних актів впливають на діяльність підприємства.

6. Кон'юнктура ринку – визначає рівень попиту і пропозиції, змушуючи підприємства адаптувати стратегії розвитку.

7. Зростання споживчого попиту – сприяє розширенню виробництва та збільшенню доходів підприємства.

8. Науково-технічний прогрес – поява нових технологій на ринку, що може зробити поточну продукцію морально застарілою.

Позитивний вплив зовнішніх факторів, таких як зростання попиту або сприятливі державні ініціативи, може суттєво покращити фінансовий стан підприємства, посилити його ринкові позиції та сприяти підвищенню рентабельності. Натомість негативні фактори, як-от економічні кризи чи зміни у податковій політиці, можуть призвести до зниження прибутковості та необхідності адаптації бізнес-моделі.

Внутрішні фактори впливають на рівень ефективності функціонування підприємства та є результатом його управлінських рішень. До таких факторів належать [14, с. 190]:

1. Показники реалізації продукції – залежить від якості, цінової політики та маркетингових стратегій.

2. Модернізація виробничих потужностей – сприяє підвищенню продуктивності та зниженню витрат.

3. Покращення сировинної бази – забезпечує високу якість кінцевої продукції.

4. Планування та стратегічний розвиток – дозволяє оптимізувати виробничі процеси та мінімізувати ризики.

5. Якісне інформаційне забезпечення всіх учасників менеджменту, що приймають важливі рішення.

6. Раціональне використання внутрішніх резервів – зменшує витрати та підвищує прибутковість.

7. Комфортні умови праці – стимулюють продуктивність персоналу.

8. Навчання та підвищення кваліфікації працівників – підвищує ефективність роботи та інноваційний потенціал компанії.

9. Оздоровчі програми та мотиваційні заходи – забезпечують високу залученість працівників у робочий процес.

Для узагальнення та систематизації внутрішніх факторів впливу на рентабельність підприємства доцільно згрупувати їх за напрямами (табл. 1.2).

Таблиця 1.2 – Класифікація внутрішніх факторів впливу на рентабельність

Група факторів	Зміст фактора	Вплив на рентабельність
Виробничо-технічні	Модернізація виробничих потужностей, рівень технологій, якість сировини	Зниження собівартості продукції та енергомісткості виробництва
Організаційні	Планування, логістика, система управління	Оптимізація бізнес-процесів і скорочення операційних витрат
Соціально-кадрові	Мотивація, навчання та розвиток персоналу	Підвищення продуктивності праці та якості виконання робіт

Продовження таблиці 1.2

Комерційно-збутові	Маркетингова стратегія, канали збуту	Зростання обсягів реалізації та доходів підприємства

Джерело: сформовано автором за даними [14,15]

А також внутрішні чинники можна поділити на виробничі та невиробничі. До невиробничих відносяться такі аспекти, як організація збуту продукції, фінансове планування, соціальні умови праці та корпоративна культура. Вони можуть мати значний вплив на ефективність роботи підприємства навіть без суттєвих фінансових вкладень [14].

Найбільший вплив на рівень рентабельності мають виробничо-технічні та організаційні фактори, оскільки саме вони безпосередньо визначають рівень собівартості продукції та ефективність використання ресурсів. Соціально-кадрові та комерційні фактори опосередковано впливають на рентабельність через підвищення продуктивності праці та зростання обсягів реалізації продукції.

Поглиблений аналіз факторів впливу на рентабельність потребує використання системи відповідних показників, які дозволяють кількісно оцінити рівень прибутковості, та виявити резерви її зростання. Для систематизації таких показників та узагальнення методичних підходів до їх оцінювання доцільно застосовувати інтегровану класифікацію, наведену в (табл. 1.3).

Таблиця 1.3 – Інтегрований підхід до вітчизняної класифікації показників рентабельності

Критерій класифікації	Групи показників	Показники
За об’єктом оцінювання	Активи Капітал (власний, залучений) Витрати Продажі (доходи) Інвестиції	Рентабельність активів, рентабельність власного капіталу, рентабельність витрат, рентабельність інвестицій
За видом прибутку у чисельнику	Валова Операційна Прибуток до оподаткування Чистий прибуток	Чиста рентабельність реалізації, операційна рентабельність активів, економічна рентабельність виробництва

Продовження таблиці 1.3

За джерелом бази розрахунку	Фінансова звітність (Ф№1, Ф№2) Управлінський облік Інвестиційні розрахунки	Бухгалтерська рентабельність активів, рентабельність інвестиційного проекту
За функціональним призначенням	Операційна ефективність Фінансова стійкість Інвестиційна привабливість	Рентабельність продукції, рентабельність власного капіталу, внутрішня норма рентабельності
За рівнем узагальнення	Інтегральні Часткові Локальні	Загальна рентабельність підприємства, рентабельність оборотних активів, рентабельність окремого цеху
За часом оцінювання	Фактичні (ретроспективні) Планові (прогнозні) Стратегічні (оцінка життєвого циклу)	Фактична рентабельність реалізації, прогнозна рентабельність капіталу
За структурою факторного впливу	Простий показник Розкладений за факторами (через структурні елементи доходу/витрат/активів)	Рентабельність продажу у факторній моделі: ціна, собівартість, обсяг
За підходом до побудови	Абсолютні метрики (у відсотках) Відносні індекси Модифіковані рентабельності	ROI, ROE, EVA, ROA, ESG-рентабельність
За суб’єктом використання	Для внутрішнього аналізу (менеджмент) Для зовнішніх користувачів (інвестори, аудитори, кредитори)	Рентабельність для управлінської звітності, рентабельність для інвестиційного меморандуму

Джерело: [16, с. 164]

Наведена класифікація показників рентабельності в (табл. 1.3) дозволяє пов’язати їх із системою зовнішніх та внутрішніх факторів впливу на діяльність підприємства. Кожна група показників відображає результат дії певних чинників та дає можливість оцінити їхній вплив у кількісному вимірі.

Такий підхід до класифікації узгоджується з результатами сучасних наукових досліджень. Зокрема, у роботі О. Круглової зазначається, що формування рентабельності підприємства має комплексний характер і зумовлюється одночасним впливом економічних та неекономічних чинників. Автори доводять,

що на рівень рентабельності активів і власного капіталу істотно впливають платоспроможність, фінансова стійкість, оборотність активів та ефективність управління витратами [15]. Водночас автори наголошують на зростаючій ролі неекономічних чинників, зокрема якості управлінських рішень, соціальної відповідальності бізнесу, організаційної культури та кадрового потенціалу підприємства. За результатами емпіричного аналізу встановлено, що поєднання ефективного фінансового менеджменту з розвитком людського капіталу та соціально орієнтованої політики сприяє підвищенню стабільності фінансових результатів і зростанню рівня рентабельності в довгостроковій перспективі.

Отже, рентабельність підприємства формується під впливом сукупності зовнішніх і внутрішніх факторів, які перебувають у тісному взаємозв'язку між собою. Зовнішні чинники визначають загальні умови функціонування підприємства на ринку та створюють як можливості, так і загрози для його діяльності, на які підприємство змушене оперативно реагувати. Внутрішні фактори, у свою чергу, є результатом управлінських рішень і відображають рівень ефективності використання ресурсів, організації виробництва, кадрового потенціалу та системи управління.

Сучасні наукові підходи підтверджують, що найбільшого впливу на рентабельність досягають ті підприємства, які поєднують адаптацію до зовнішнього середовища з ефективним управлінням внутрішніми чинниками, зокрема фінансовими, організаційними та соціально-кадровими. Такий підхід дозволяє підвищити рівень рентабельності, зміцнити фінансову стійкість та забезпечити стійкі конкурентні переваги в довгостроковій перспективі.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПАТ «ОДЕСКАБЕЛЬ»

2.1 Загальна характеристика та історія створення ПАТ «Одескабель»

Публічне акціонерне товариство «Одескабель» є одним із найстаріших та найпотужніших підприємств кабельної промисловості України. Його діяльність базується на багаторічному виробничому досвіді, постійному технологічному оновленні та орієнтації на сучасні вимоги ринку. Для більш детального розуміння особливостей функціонування підприємства доцільно розглянути його основні юридичні дані, які узагальнено наведені в табл. 2.1.

Таблиця 2.1 – Юридичний паспорт ПАТ «Одескабель»

Зміст	Опис
Повне найменування юридичної особи	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «ОДЕСЬКИЙ КАБЕЛЬНИЙ ЗАВОД «ОДЕСКАБЕЛЬ»
Скорочена назва	ПАТ «Одескабель»
Код ЄДРПОУ	05758730
Дата реєстрації	04.01.1996 (30 років 2 місяці)
Уповноважені особи	Іоргачов Вадим Дмитрович – керівник
Розмір статутного капіталу	14 000 000,00 грн
Організаційно-правова форма	Акціонерне товариство
Види діяльновсті	Основний: - 27.31 Виробництво волоконно-оптичних кабелів Інші: - 27.32 Виробництво інших видів електронних і електричних проводів і кабелів - 24.44 Виробництво міді

Джерело: сформовано автором за даними [17-18]

Історія Одеського кабельного заводу бере свій початок у 1949 році, коли згідно з рішенням Ради Міністрів СРСР в місті Одеса було засновано державні союзні кабельні майстерні, основним завданням яких стало виготовлення шнурів і проводів. Уже 9 квітня 1949 року підприємством було вироблено перші метри освітлювального кабелю, що офіційно вважається датою створення заводу. Метою

організації підприємства було задоволення зростаючих потреб промислового сектору та житлово-комунального господарства в кабельно-провідниковій продукції [19].

З моменту заснування підприємство пройшло тривалий шлях розвитку, що супроводжувався розширенням виробничих потужностей, освоєнням нових видів продукції та впровадженням сучасних технологій. Кожен етап діяльності відображає поступове зміцнення позицій підприємства як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Основні етапи розвитку ПАТ «Одескабель» узагальнено та систематизовано в (табл. 2.2.).

Таблиця 2.2 – Основні історичні етапи становлення та розвитку ПАТ «Одескабель»

Рік/період	**Характеристика етапу розвитку**
1949	Заснування державних союзних кабельних майстерень в м. Одеса; виготовлення перших зразків освітлювального кабелю
1953-1956	Розширення виробництва кабельної продукції з полівінілхлоридною ізоляцією, збільшення номенклатури виробів
1960-1970	Проведення технічної модернізації підприємства та формування його як великого виробника кабельної продукції
1970-1980	Освоєння виробництва міських телефонних кабелів з великою кількістю пар (до 2400)
1980-1986	Запуск виробництва волоконно-оптичних кабелів для систем зв'язку
1990-1992	Вихід підприємства на міжнародні ринки збуту (країни Європи та Австралія)
1996	Реорганізація підприємства у відкрите акціонерне товариство та початок процесу приватизації
2000-2001	Завершення приватизації, відкриття нових виробничих потужностей з виготовлення LAN-кабелів та мідної катанки
2004	Впровадження сучасних систем управління відповідно до міжнародних стандартів
2011	Зміна організаційно-правової форми та перейменування у ПАТ «Одескабель»
2012-2013	Розширення географії експорту за рахунок виходу на ринки ЄС
2014-2017	Модернізація виробництва та збільшення обсягів випуску LAN-кабельної продукції
2018	Введення в експлуатацію нового виробничого комплексу для виготовлення сучасних кабелів

Джерело: сформовано автором за даними [19-20]

На сьогодні підприємство функціонує у формі публічного акціонерного товариства з приватною формою власності**.** Контроль над діяльністю здійснюється через загальні збори акціонерів, наглядову раду та виконавчий орган. Така організаційно-правова форма забезпечує прозорість управління, можливість залучення інвестицій та стабільний розвиток підприємства.

Зміни організаційно-правових форм та форм власності підприємства узагальнено (в табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Зміни організаційно-правової форми та форми власності ПАТ «Одескабель»

Період	**Організаційно-правова форма**	**Форма власності**	**Характеристика**
1949-1990	Державне підприємство	Державна	Функціонування в умовах планової економіки
1991-1995	Державне підприємство	Державна	Перехідний період
1996-2000	Відкрите акціонерне товариство	Змішана	Початок приватизації
2001-2026	Публічне акціонерне товариство	Приватна	Ринкова модель управління

Джерело: сформовано автором за даними [19]

Таким чином, трансформація організаційно-правової форми ПАТ «Одескабель» стала ключовим чинником підвищення ефективності управління підприємством та його адаптації до сучасних ринкових умов.

Структура власності ПАТ «Одескабель» сформована за участю як юридичних, так і фізичних осіб. Основні пакети акцій зосереджені у десяти власників, серед яких три юридичні особи та сім фізичних осіб детально наведено на (рис. 2.1). Водночас ключовий контроль над діяльністю підприємства належить фізичним особам представникам сімей Іоргачових та Меркулових, які виступають кінцевими бенефіціарними власниками та здійснюють вирішальний непрямий вплив на функціонування товариства.

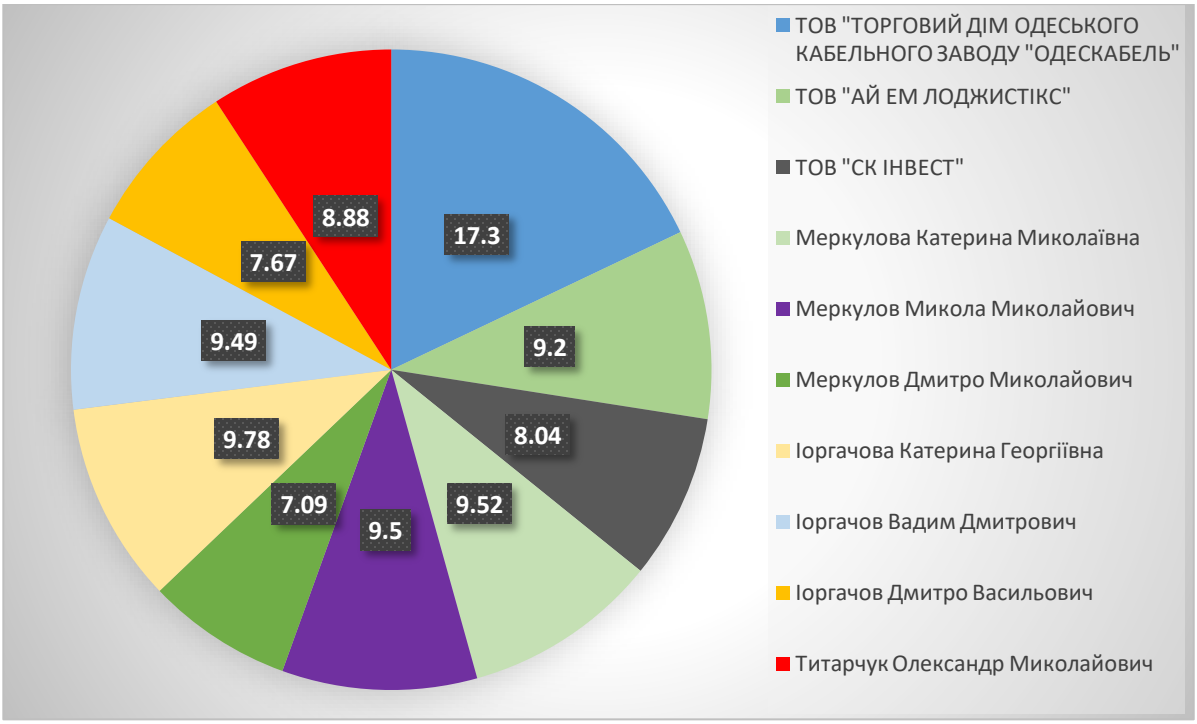


Рисунок 2.1 – Структура власності ПАТ «Одескабель» на 2026 р.

Джерело: сформовано автором на основі даних [17,21]

ПАТ «Одескабель» належить до промислового сектору економіки, а саме до кабельної та електротехнічної галузі, яка є складовою машинобудівного та електротехнічного комплексу України. Основним видом діяльності підприємства є виробництво кабельно-провідникової продукції для потреб енергетики, телекомунікацій, промисловості, будівництва та інфраструктурних об'єктів.

Аналіз ринку за КВЕД 27.31 – виробництво волоконно-оптичних кабелів показує, що цей сегмент в Україні досить різнорідний за структурою учасників і має чітко виражених лідерів. За цим видом діяльності в Україні зареєстровано 41 суб'єкт господарювання, з яких 21 – юридичні особи та 20 – фізичні особи-підприємці. При цьому розподіл виробників за регіонами є нерівномірним: Харківська область залишається найбільш насиченою виробниками цього профілю, тут розміщено 19 підприємств, що майже половина всього ринку, а Одеська область другий за значенням центр з 6 компаніями, серед яких центральне місце займає

ПАТ «Одескабель». У Києві функціонують 4 підприємства, у Вінницькій області 3, у Дніпропетровській та Київській областях по 2 виробники, і по одному в Кіровоградській, Львівській, Рівненській та Черкаській областях.

За фінансовими показниками лідером сегмента є саме ПАТ «Одескабель», за останніми доступними даними компанія задекларувала виручку понад 2370055000 грн у 2024 році, що значно перевищує показники інших виробників у цьому секторі, де виручка інших компаній, таких як ТОВ «Кабельний завод «Фікснет», ТОВ «ОТТ+», ТОВ «Кордак Україна» чи ДП «Тумен-Електро», становить десятки мільйонів гривень або менше [22].

Така масштабна виручка дозволяє «Одескабелю» не лише утримувати провідну позицію серед регіональних виробників в Одеській області, а й домінувати на загальноукраїнському ринку виробників оптичних кабелів, якщо оцінювати ринок у грошовому вираженні.

Продукція ПАТ «Одескабель» представлена широким асортиментом кабельно-провідникових виробів, що використовуються в енергетиці, телекомунікаціях, промисловості, будівництві та сфері інформаційних технологій. Основу виробничої номенклатури становлять кабелі зв’язку, волоконно-оптичні кабелі (модульні, з центральною трубкою, абонентські та внутрішньооб’єктові), а також силові кабелі й проводи з ПВХ та XLPE-ізоляцією різного рівня напруги. Основні групи продукції підприємства та їх функціональне призначення узагальнено в (табл. 2.4).

Таблиця 2.4 –Асортимент продукції ПАТ «Одескабель»

Група продукції	Функціональне призначення
Кабелі зв’язку	Використовуються для передачі сигналів у телекомунікаційних системах, мережах сигналізації та промисловому зв’язку
Волоконно-оптичні кабелі	Призначені для високошвидкісної передачі даних на великі відстані в телекомунікаційних і комп’ютерних мережах

Продовження таблиці 2.4

Силові кабелі, дроти, кабелі з вилками	Призначені для передачі та розподілу електроенергії в енергетиці, будівництві та промисловості
Радіочастотні та спеціальні кабелі	Використовуються у системах відеоспостереження, радіоелектроніці та спеціалізованих технічних комплексах
Нагрівальні кабелі	Використовуються для систем обігріву підлог, покрівель, трубопроводів та відкритих поверхонь
LAN-кабелі	Застосовуються для підключення рухомих або часто змінюваних елементів мережевого обладнання

Джерело: сформовано автором за даними [23]

Продукція ПАТ «Одескабель» користується попитом серед широкого кола споживачів, що представляють різні сектори економіки. Вироби підприємства застосовуються не лише на території України, а й у багатьох країнах світу, що підтверджує високий рівень якості та технологічний рівень продукції.

На внутрішньому ринку продукція підприємства використовується великими корпоративними клієнтами з різних галузей [20]:

1. Енергетичний сектор:

– державні та приватні енергогенеруючі компанії, зокрема ПрАТ «Укргідроенерго» та Національна атомна енергогенеруюча компанія «Енергоатом», які застосовують кабелі для передачі електричної енергії на об’єктах гідроенергетики та атомних станцій;

– енергетичні холдинги – DTEK, де кабелі підприємства використовувалися при будівництві та реконструкції енергетичних об’єктів по всій Україні.

2. Промисловість та видобувна галузь:

– споживачами продукції є великі металургійні підприємства, такі як ПАТ «Запоріжсталь», Запорізький титано-магнієвий комбінат, АрселорМіттал Кривий Ріг, ПАТ «Криворізький залізорудний комбінат». Кабелі використовуються

для живлення промислового обладнання, систем автоматизації та електротехнічних мереж.

3. Телекомунікаційні компанії:

– асортимент продукції підприємства, зокрема кабелі зв'язку, лінійні та волоконно-оптичні кабелі, широко застосовується провідними операторами українського ринку телекомунікацій — ПАТ «Укртелеком», Київстар, Vodafone Україна, Vega Telecom, TENET, Lanet, ВОЛЯ.

4. Будівельна та інфраструктурна галузі:

– серед клієнтів великі будівельні компанії, зокрема «KADORR Group», «БУДОВА», «Стікон», ПрАТ «ХК «Київміськбуд».

5. Нафтогазовий сектор:

– продукція підприємства застосовується у проєктах видобутку та транспортування вуглеводнів: АТ «Укргазвидобування», Термінальна мережа «Укргаз».

Окрім українських споживачів, ПАТ «Одескабель» має також експортних споживачів**.** Продукція підприємства поставляється до країн Центральної та Східної Європи, серед яких Німеччина, Італія, Іспанія, Чехія, Словаччина, Польща та інші, що підтверджує її конкурентоспроможність на світовому ринку [20].

Аналізуючи позиції ПАТ «Одескабель» на внутрішньому ринку, варто зазначити, що підприємство діє в умовах високої конкуренції, адже на території України працює 31 кабельний завод. У цьому конкурентному середовищі основними конкурентами ПАТ «Одескабель» є підприємства [24, с. 79] :

– ПАТ «Завод Південькабель» – один із провідних виробників кабельної продукції, сертифікований міжнародними європейськими лабораторіями та інститутами.

– ПАТ «Катех-Електро» – підприємство з великими обсягами виробництва та стабільними показниками реалізації, активний учасник галузевих асоціацій.

– ПАТ «Крок ГТ» – успішно працює на вітчизняному ринку, пропонуючи широкий асортимент кабельно-провідникової продукції.

– ПАТ «Кам'янець-Подільський кабельний завод» – спеціалізується на виробництві кабельно-провідникової продукції для ключових галузей економіки.

– ПАТ «Інтеркабель-Київ» – один із найбільших виробників кабельної продукції в Україні та лідер у сегменті вогнестійких кабелів, що входить до міжнародної промислової групи.

Серед вітчизняних підприємств кабельної галузі лідером з виробництва мідних та волоконно-оптичних кабелів є ПАТ «Одескабель», тоді як Харківське ПАТ «Південкабель» займає провідні позиції у сегменті алюмінієвих кабелів і проводів [24].

З огляду на провідні позиції ПАТ «Одескабель» на ринку кабельної продукції, доцільно більш детально розглянути особливості його організаційної побудови та системи управління.

Організаційна структура ПАТ «Одескабель» побудована за лінійно-функціональним типом управління з елементами корпоративного управління. Детальна організаційна структура підприємства наведена в Додатку А.

До органів управління підприємства належать [25]:

– Загальні збори акціонерів;

– Наглядова рада, у складі якої функціонують:

– Комітет Наглядової ради з питань аудиту;

– Комітет Наглядової ради з винагород та питань призначень;

– Генеральний директор, який здійснює поточне керівництво діяльністю підприємства.

Значна кількість підрозділів, підпорядковуються Генеральному директору, а також директорам за окремими напрямами діяльності, це дозволяє охопити всі ключові сфери функціонування підприємства – виробництво, технічне

забезпечення, фінанси, маркетинг і збут, якість, охорону праці, інноваційний розвиток та безпеку.

Аналіз фінансових показників діяльності підприємства є ключовим етапом дослідження, оскільки дозволяє комплексно оцінити його економічний стан, ефективність використання ресурсів та результативність господарської діяльності. Саме фінансові показники відображають реальний рівень прибутковості, витратності та загальної стабільності підприємства, що дає змогу виявити тенденції його розвитку у динаміці.

Дослідження таких показників, як чистий дохід, собівартість реалізованої продукції, фінансовий результат та чистий прибуток, є особливо важливим для визначення основних джерел формування доходів і витрат, а також оцінки ефективності операційної діяльності. На основі їх аналізу можна виявити проблемні аспекти у формуванні фінансових результатів та визначити потенційні резерви підвищення рентабельності підприємства. Динаміка зазначених показників наведена на рис. 2.2.

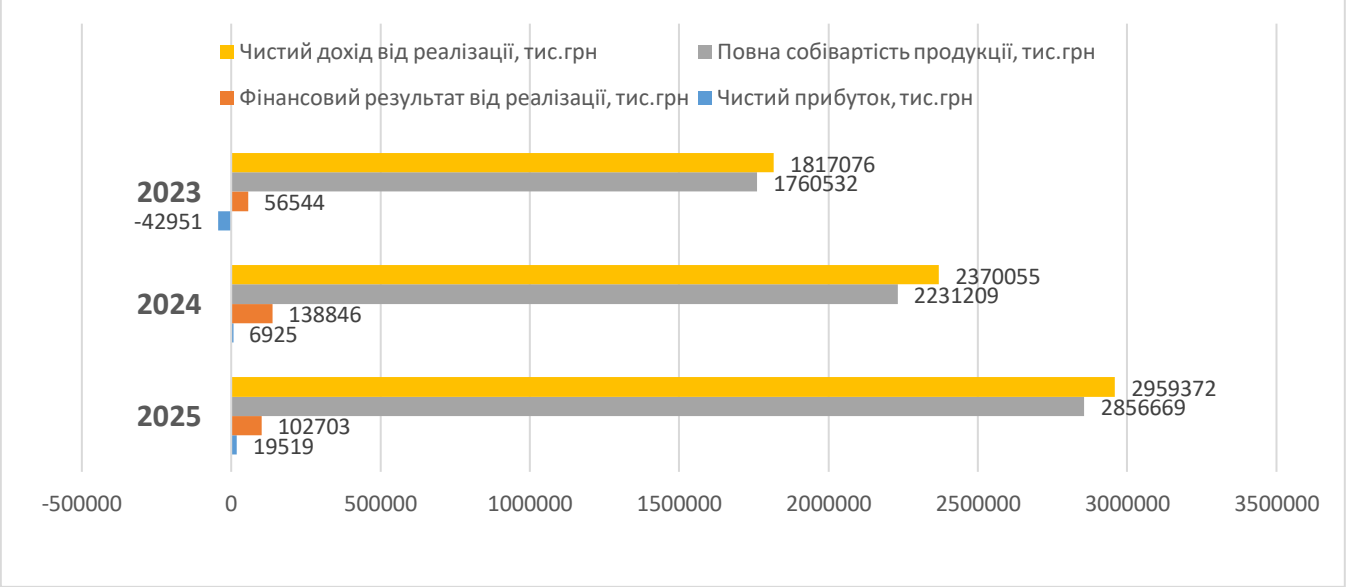


Рисунок 2.2 – Динаміка основних фінансових показників ПАТ «Одескабель» за 2023-2025 рр.

Джерело: [26]

За даними (рис. 2.2) можна проаналізувати, що у 2023–2025 рр. ПАТ «Одескабель» поступово збільшує обсяги реалізації продукції, однак високий рівень собівартості суттєво впливає на рівень прибутковості підприємства.

У 2023 році чистий дохід від реалізації становив 1817076 тис. грн, тоді як повна собівартість продукції досягла 1760532 тис. грн, тобто займала майже весь обсяг отриманого доходу. У результаті фінансовий результат від реалізації був невисоким і становив лише 56544 тис. грн. Крім того, підприємство отримало чистий збиток у розмірі 42951 тис. грн, що свідчить про перевищення витрат над доходами та недостатню ефективність діяльності у звітному році.

У 2024 році спостерігається позитивна динаміка фінансових показників підприємства. Чистий дохід від реалізації зріс до 2370055 тис. грн, а повна собівартість – до 2231209 тис. грн. Незважаючи на значне зростання собівартості, підприємству вдалося збільшити фінансовий результат від реалізації до 138846 тис. грн. За підсумками року ПАТ «Одескабель» отримало чистий прибуток у сумі 6925 тис. грн, що свідчить про покращення фінансового стану та підвищення ефективності діяльності порівняно з 2023 роком.

У 2025 році відбувається подальше зростання доходів підприємства. Чистий дохід від реалізації збільшиться до 2959372 тис. грн, однак повна собівартість продукції також залишатиметься дуже високою та становитиме 2856669 тис. грн. Через значний рівень витрат фінансовий результат від реалізації зменшиться до 102703 тис. грн порівняно з 2024 роком. Водночас підприємство отримає чистий прибуток у розмірі 19519 тис. грн, що свідчить про збереження позитивної тенденції розвитку та покращення загальної прибутковості діяльності.

Діяльність ПАТ «Одескабель» у 2023–2025 рр. характеризується зростанням обсягів реалізації продукції та поступовим покращенням фінансових результатів. Разом із тим основною проблемою підприємства залишається високий рівень повної собівартості продукції, який суттєво знижує рівень рентабельності та стримує зростання прибутку.

Отже, ПАТ «Одескабель» є одним із ключових підприємств кабельної промисловості України, яке має значний виробничий потенціал, тривалу історію розвитку та стійкі ринкові позиції. Підприємство пройшло складний шлях трансформації від державного виробництва до сучасного публічного акціонерного товариства.

Сформована організаційно-правова структура, ефективна система управління та концентрація контролю в руках основних власників забезпечують стабільність функціонування підприємства та можливість оперативного прийняття управлінських рішень. Водночас постійна модернізація виробництва, впровадження інноваційних технологій і розширення асортименту продукції сприяють підвищенню конкурентоспроможності підприємства як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Аналіз ринкового середовища свідчить про високий рівень конкуренції у галузі, однак ПАТ «Одескабель» утримує лідируючі позиції. Продукція підприємства користується попитом серед провідних компаній різних галузей економіки, що свідчить про її якість, надійність та відповідність сучасним стандартам.

2.2 Аналіз техніко-економічних показників діяльності ПАТ «Одескабель»

У сучасних умовах господарювання ефективність діяльності підприємства є ключовим фактором його конкурентоспроможності, фінансової стійкості та стабільного розвитку. Особливо це актуально для промислових підприємств, зокрема таких, як ПАТ «Одескабель», які функціонують в умовах динамічного ринку, зростання витрат на виробництво та посилення конкурентного середовища.

Аналіз техніко-економічних показників діяльності підприємства є необхідним для комплексного оцінювання результатів його функціонування. Він

дає змогу визначити ефективність використання трудових, матеріальних і фінансових ресурсів, виявити сильні та слабкі сторони виробничої діяльності, а також встановити внутрішні резерви підвищення ефективності виробництва та зниження витрат.

Оцінка основних фінансово-економічних показників дозволяє проаналізувати рівень рентабельності, ліквідності, платоспроможності та фінансової стабільності підприємства. Крім того, аналіз техніко-економічних показників дає можливість порівняти результати діяльності підприємства з показниками конкурентів і середньогалузевими значеннями, що сприяє оцінці його конкурентоспроможності на ринку.

Важливим аспектом проведення аналізу є також можливість прогнозування подальшого розвитку підприємства, визначення перспектив інвестиційної діяльності та обґрунтування управлінських рішень щодо підвищення ефективності функціонування підприємства. Таким чином, аналіз техніко-економічних показників ПАТ «Одескабель» є важливою складовою дослідження, оскільки дозволяє оцінити поточний стан підприємства та сформувати напрями підвищення його рентабельності й ефективності діяльності.

У табл. 2.5 представлено динаміку основних техніко-економічних показників діяльності ПАТ «Одескабель» за 2023–2025 роки.

Таблиця 2.5 – Основні техніко-економічні показники підприємства ПАТ «Одескабель» за 2023-2025 рр.

Показники	Роки			Відхилення	
	2023	2024	2025	2025/2023	
				абсолютне	відносне,%
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	1817076	2370055	2959372	1142296	62,9
Собівартість реалізованої продукції, тис. грн	1518638	1960868	2510258	991620	65,3
Валовий прибуток, тис. грн	298438	409187	449114	150676	50,5
Повна собівартість реалізованої продукції, тис. грн	1760532	2231209	2856669	1096137	62,3

Продовження таблиці 2.5

Фінансовий результат від операційної діяльності, тис.грн	47957	127237	124836	76879	160,3
Чистий прибуток (збиток), тис. грн	-42951	6925	19519	62470	-145,4
Середньооблікова чисельність працівників, осіб	845	863	954	109	12,9
Середньорічна вартість основних засобів, тис. грн.	438720	441228	469510	30790	7,0
Фондовіддача, грн./грн.	4,14	5,37	6,3	2,16	52,2
Фондомісткість, грн./грн.	0,24	0,19	0,16	-0,08	-33,3
Фондоозброєність, грн/особу	519,2	511,27	492,15	-27,05	-5,2
Середньорічний виробіток одного працівника, тис.грн./особу	2150,4	2746,3	3102,1	951,7	+44,3
Середній залишок оборотних коштів, тис. грн.	834696,5	931263	1157568,5	322872	38,7
Коефіцієнт оборотності оборотних засобів, оборотів	2,177	2,545	2,557	0,38	17,5
Тривалість одного обороту, днів	165	141	140	-25	-15,2
Витрати на 1 грн. реалізованої продукції, грн./грн.	0,969	0,974	0,965	-0,004	-0,4

Джерело: розраховано автором на основі [26]

За даними табл. 2.5 можна зробити висновок, що у 2023–2025 рр. діяльність ПАТ «Одескабель» характеризується позитивною динамікою основних техніко-економічних показників, що свідчить про зростання масштабів діяльності підприємства.

Чистий дохід від реалізації продукції у 2025 році порівняно з 2023 роком зріс на 62,9 %, що свідчить про збільшення обсягів реалізації продукції. Водночас собівартість реалізованої продукції також значно зросла — на 65,3 %, що вказує на підвищення виробничих витрат підприємства.

Валовий прибуток за досліджуваний період збільшився на 50,5 %, що є позитивною тенденцією. Разом із тим повна собівартість реалізованої продукції зросла на 62,3 %, що негативно впливає на рівень прибутковості підприємства.

Фінансовий результат від операційної діяльності зріс на 160,3 %, що свідчить про суттєве підвищення ефективності основної діяльності підприємства.

У 2023 році підприємство отримало чистий збиток, проте вже у 2024–2025 рр. діяльність стала прибутковою. Чистий прибуток у 2025 році становив 19519 тис. грн, що свідчить про покращення фінансових результатів та вихід підприємства на стабільно прибуткову діяльність.

Середньооблікова чисельність працівників збільшилася на 12,9 %, що пов’язано з розширенням діяльності підприємства та зростанням потреби у трудових ресурсах.

Середньорічна вартість основних засобів зросла на 7,0 %, що свідчить про оновлення та розширення виробничого потенціалу підприємства.

Позитивною тенденцією є зростання фондовіддачі на 52,2 %, що характеризує підвищення ефективності використання основних засобів. Водночас фондомісткість зменшилася на 33,3 %, що свідчить про скорочення потреби в основних засобах для отримання одиниці доходу. Разом з тим, фондоозброєність праці знизилася на 5,2 %, що може бути наслідком швидшого зростання чисельності працівників порівняно з зростанням вартості основних засобів.

Середньорічний виробіток одного працівника зріс на 44,3 %, що свідчить про підвищення продуктивності праці та ефективності використання трудових ресурсів.

Середній залишок оборотних коштів збільшився на 38,7 %, що пов’язано зі зростанням обсягів діяльності підприємства. Коефіцієнт оборотності оборотних засобів зріс на 17,5 %, що свідчить про прискорення обігу оборотного капіталу. Позитивною тенденцією також є скорочення тривалості одного обороту на 15,2 %, що вказує на більш ефективне використання оборотних коштів.

Витрати на 1 грн реалізованої продукції зменшилися на 0,4 %, що свідчить про незначне підвищення ефективності витрат підприємства.

ПАТ «Одескабель» у 2023–2025 рр. демонструє позитивну тенденцію розвитку, однак значне зростання собівартості продукції залишається одним із

основних факторів, що стримує підвищення рівня прибутковості та рентабельності підприємства.

Враховуючи випереджаючі темпи зростання собівартості продукції порівняно з фінансовими результатами діяльності підприємства, особливої актуальності набуває дослідження структури та динаміки операційних витрат. Ефективність діяльності підприємства значною мірою залежить від раціонального використання трудових, матеріальних та фінансових ресурсів, оскільки саме рівень ефективності їх використання визначає величину витрат на виробництво продукції та формування її собівартості. Відповідно, зростання витрат на ресурси або їх неефективне використання призводить до підвищення собівартості продукції та зниження прибутковості діяльності підприємства. Аналіз витрат за економічними елементами дає змогу оцінити ефективність використання ресурсного потенціалу підприємства, виявити основні фактори зростання собівартості та визначити резерви її зниження. Крім того, дослідження структури операційних витрат дозволяє встановити найбільш витратомісткі елементи виробництва та обґрунтувати напрями підвищення ефективності господарської діяльності підприємства. З цією метою доцільно провести аналіз операційних витрат ПАТ «Одескабель» за економічними елементами, результати якого наведено в (табл. 2.6).

Таблиця 2.6 – Аналіз операційних витрат на виробництво продукції за економічними елементами ПАТ «Одескабель» за 2023-2025 рр.

Елементи витрат	2023		2024		2025		Відхилення 2025/2023		
	тис.грн	Пит. вага,%	тис.грн	Пит. вага,%	тис.грн	Пит. вага,%	тис.грн	%	Пит. ваги,%
Матеріальні витрати	1438061	75,1	1859391	77	2214809	76,6	776748	76,6	1,5
Витрати на оплату праці	209116	10,9	246569	10,2	319028	11	109912	11	0,1
Вірахування на соц.заходи	40869	2,1	48012	2	62585	2,2	21716	2,2	0,1
Амортизація	46347	2,4	44399	1,8	44481	1,5	-1866	1,5	-0,9

Продовження таблиці 2.6

Інші операційні витрати	179883	9,4	217551	9	248735	8,6	68852	8,6	-0,8
Разом	1914276	100	2415922	100	2889638	100	975362	100	-

Джерело: розраховано автором на основі [26]

Аналіз структури операційних витрат ПАТ «Одескабель» показав, що у 2025 році домінують матеріальні витрати (76,6%), що пояснюється специфікою діяльності підприємства та високою матеріалоємністю виробництва, оскільки основну частину витрат становить сировина, зокрема метал (рис.2.3).

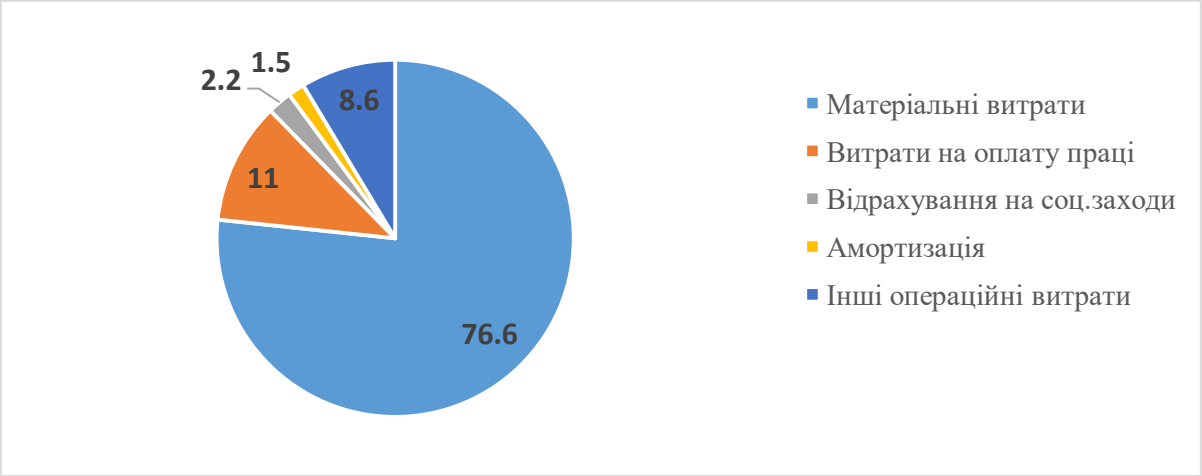


Рисунок 2.3 – Структура собівартості продукції ПАТ «Одескабель» за 2025 рік

Джерело: побудовано автором за даними [26]

Витрати на оплату праці займають 11,0% і мають тенденцію до зростання, тому що збільшилася чисельність персоналу, тоді як інші складові витрат є менш значними. Загалом у 2023–2025 рр. спостерігається збільшення витрат, що пов’язано з розширенням діяльності та зростанням цін на ресурси.

Для більш повної оцінки ефективності витрат підприємства доцільно здійснити порівняння собівартості реалізованої продукції та повної собівартості

виробництва. Динаміка собівартості реалізованої продукції та повної собівартості виробництва ПАТ «Одескабель» за 2023–2025 рр. наведена на (рис. 2.4).

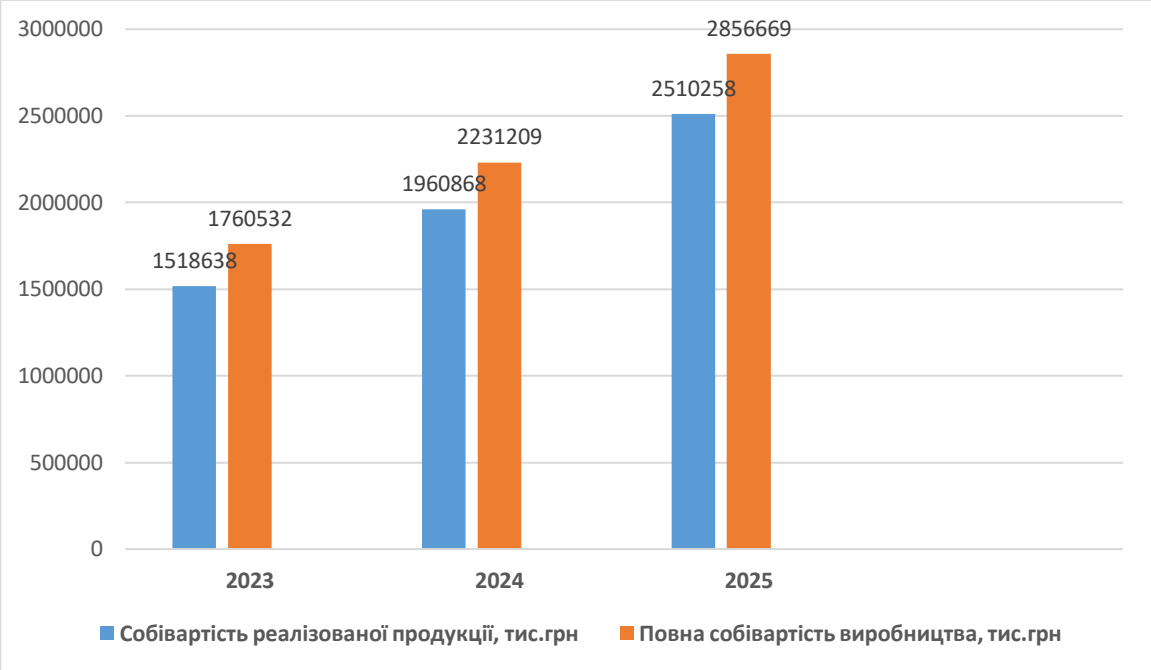


Рисунок 2.4 – Динаміка собівартості реалізованої продукції та повної собівартості виробництва ПАТ «Одескабель» за 2023-2025 рр.

Джерело: побудовано автором за даними [26]

Дані (рис. 2.4) свідчать про стійку тенденцію до зростання як собівартості реалізованої продукції, так і повної собівартості виробництва ПАТ «Одескабель» упродовж 2023–2025 рр., що пов’язано зі збільшенням обсягів виробництва та реалізації продукції.

Собівартість реалізованої продукції у 2025 році порівняно з 2023 роком зросла на 65,3 %, тоді як повна собівартість виробництва збільшилася на 62,3 %. Це свідчить про відносно стабільний рівень адміністративних витрат і витрат на збут у структурі загальних витрат підприємства. Водночас високий рівень собівартості продукції вказує на значну витратомісткість виробництва та необхідність подальшого пошуку резервів зниження витрат.

Для більш детальної оцінки формування собівартості продукції доцільно проаналізувати структуру витрат за функціональним призначенням, оскільки саме вона дозволяє визначити співвідношення між виробничими, адміністративними, збутовими та іншими операційними витратами підприємства. Результати аналізу наведені у (табл. 2.7).

Таблиця 2.7 – Структура витрат за функціональним призначенням на ПАТ «Одескабель» за 2023-2025 рр.

Показник	Роки			Абсолютне відхилення тис.грн	Відносне відхилення %
	2023	2024	2025	2025-2023	2025/2023
Собівартість реалізованої продукції, тис.грн	1518638	1960868	2510258	991620	+65,3
Адміністративні витрати, тис.грн	140147	149814	191459	51312	+36,6
Витрати на збут, тис.грн	101747	120527	154952	53205	+52,3
Інші операційні витрати, тис.грн	67912	80552	93757	25845	+38,05

Джерело: розраховано автором на основі [26]

Аналіз витрат за функціональним призначенням ПАТ «Одескабель» за 2023–2025 рр. свідчить про домінування собівартості реалізованої продукції у загальній структурі витрат, яка має стійку тенденцію до зростання. Зокрема, за досліджуваний період вона збільшилася на 65,3%, що є основним фактором загального зростання витрат підприємства. Така динаміка може бути зумовлена підвищенням цін на сировину зокрема метал, зростанням вартості електроенергії, в звязку в відключенями світла витрати на паливо для генератора, збільшенням витрат на оплату праці, а також розширенням обсягів виробництва.

Важливим показником оцінки ефективності діяльності підприємства є витрати на 1 грн реалізованої продукції (рис. 2.5). Даний показник характеризує рівень витратомісткості продукції та дозволяє оцінити ефективність використання ресурсів підприємства.

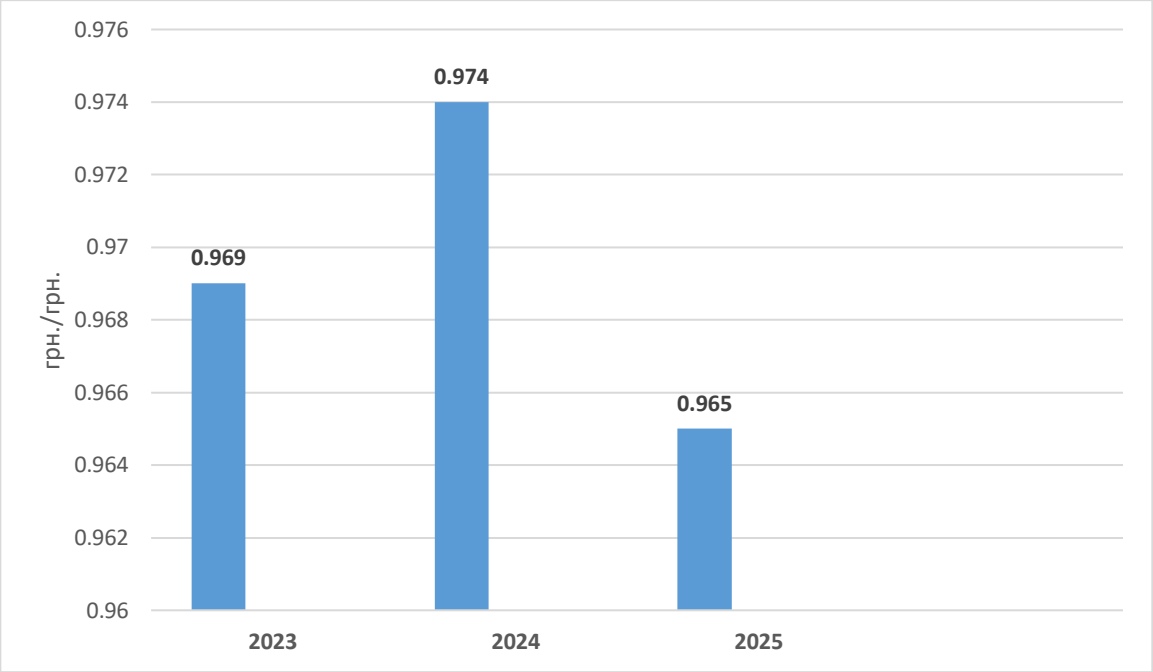


Рисунок 2.5 – Динаміка витрат на 1 грн. реалізованої продукції ПАТ «Одескабель» за 2023-2025 рр., грн

Джерело: побудовано автором за даними [26]

Як можна побачити з (рис. 2.5), витрати на 1 грн реалізованої продукції у 2023–2025 рр. коливалися в межах 0,965–0,974 грн. У 2024 році спостерігалося незначне зростання показника до 0,974 грн, що свідчить про певне погіршення ефективності використання ресурсів та підвищення рівня витратомісткості продукції.

Водночас у 2025 році відбулося зниження до 0,965 грн, що є позитивною тенденцією та свідчить про часткове підвищення ефективності господарської діяльності підприємства. Загалом показник залишається на досить високому рівні, що вказує на значну витратність виробництва та потребу подальшої оптимізації витрат.

Крім того, важливим елементом аналізу підприємства є аналіз фінансового стану, який дає змогу оцінити платоспроможність, ліквідність, фінансову стійкість та ділову активність підприємства. Динаміку показників наведено (у табл. 2.8).

Таблиця 2.8 – Динаміка показників ліквідності та платоспроможності ПАТ «Одескабель» за 2023-2025 рр.

Показники		Роки			Відхилення, в.п.
	Норматив	2023	2024	2025	2025/2023
Величина власного капіталу, тис.грн	-	397420	404345	423864	+6,7
Маневреність грошових коштів, грн	-	0,098	0,159	0,165	+68,4
Коефіцієнт покриття загальний	1,5–2	0,935	0,956	0,976	+4,39
Коефіцієнт швидкої ліквідності	1-1,5	0,368	0,404	0,460	+25
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,2-025	0,044	0,059	0,053	+20,5

Джерело: розраховано автором на основі [27]

Отже, хоча протягом 2023–2025 років спостерігається позитивна динаміка за всіма проаналізованими показниками, їх фактичні значення залишаються нижчими за нормативні межі. Підприємство на даний момент є недостатньо ліквідним і має обмежену платоспроможність. Для досягнення нормативного рівня фінансової стійкості необхідним є збільшення обсягу оборотних та високоліквідних активів, а також оптимізація структури поточних зобов’язань.

Після проведення аналізу ліквідності та платоспроможності доцільно проаналізувати фінансову стійкість підприємства, яка характеризує рівень його незалежності від зовнішніх джерел фінансування та здатність стабільно функціонувати в довгостроковій перспективі.

У (табл. 2.9) представлено динаміку показників фінансової стійкості підприємства ПАТ «Одескабель» за 2023–2025 роки, це дає змогу оцінити рівень фінансової стабільності підприємства.

Таблиця 2.9 – Динаміка показників фінансової стійкості ПАТ «Одескабель» за 2023-2025 рр.

Показник	Норматив	Роки			Відхилення, в.п.
		2023	2024	2025	2025/2023
Коефіцієнт концентрації власного капіталу	>0,5	0,303	0,256	0,229	-24,4
Коефіцієнт фінансової залежності	<0,5	0,697	0,744	0,771	+10,6
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	>0,5	-0,226	-0,342	-0,344	+52,2
Коефіцієнт співвідношення позикових та власних коштів	<1	2,304	2,906	3,36	+45,8

Джерело: розраховано автором на основі [27]

Аналізуючи динаміку показників фінансової стійкості ПАТ «Одескабель» за 2023–2025 рр., можна зробити висновок, що підприємство характеризується низьким рівнем фінансової автономії, високою залежністю від позикових коштів та відсутністю власних оборотних коштів. Така ситуація підвищує ризик втрати платоспроможності та потребує вжити заходів щодо оптимізації структури капіталу і зміцнення власної фінансової бази.

Узагальнюючи результати проведеного аналізу техніко-економічних показників діяльності ПАТ «Одескабель», можна зробити висновок, що підприємство у 2023–2025 рр. демонструє позитивні тенденції розвитку. Зокрема, спостерігається зростання обсягів реалізації продукції, підвищення продуктивності праці, ефективніше використання основних засобів та прискорення оборотності обігових коштів, що свідчить про покращення операційної діяльності та раціональніше використання ресурсного потенціалу.

Водночас результати аналізу фінансових показників вказують на наявність певних проблем, пов’язаних із недостатнім рівнем ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості. Незважаючи на покращення показників рентабельності та вихід підприємства зі збитковості, його залежність від позикових коштів залишається високою, що підвищує фінансові ризики.

Отже, для забезпечення сталого розвитку підприємству доцільно зосередити увагу не лише на підвищенні ефективності виробничої діяльності, але й на зміцненні фінансового стану, оптимізації структури капіталу та підвищенні рівня ліквідності.

2.3 Аналіз показників рентабельності ПАТ «Одескабель»

Важливим етапом оцінки ефективності діяльності ПАТ «Одескабель» є аналіз показників рентабельності, оскільки саме вони відображають кінцевий результат господарської діяльності підприємства та характеризують ефективність використання наявних ресурсів. На відміну від абсолютних показників прибутку, рентабельність дає змогу оцінити рівень дохідності підприємства через співвідношення отриманого прибутку до витрат, доходів, активів або власного капіталу [28].

Для комплексної оцінки прибутковості діяльності ПАТ «Одескабель» доцільно проаналізувати загальні показники рентабельності підприємства. Аналіз цих показників дозволить оцінити ефективність виробничої діяльності підприємства, рівень дохідності реалізації продукції, результативність використання активів та ефективність вкладення власного капіталу. Результати розрахунку загальних показників за 2023–2025 рр. наведено в (табл. 2.10).

Таблиця 2.10 – Загальні показники рентабельності (збитковості) підприємства ПАТ «Одескабель» за 2023-2025 рр.

Показники	2023	2024	2025	Абсолютне відхилення, в.п.	
				2024-2023	2025-2024
Рентабельність (збитковість) продукції,%	19,7	20,87	17,89	1,17	-2,98
Рентабельність (збитковість) продажу (ROS), %	-2,36	0,29	0,66	2,65	0,37
Рентабельність (збитковість) активів, (ROA), %	-3,21	0,48	1,14	3,69	0,66

Продовження таблиці 2.10

Рентабельність (збитковість) власного капіталу, (ROE), %	-10,25	1,73	4,71	11,98	2,98

Джерело: розраховано автором на основі [26-27]

Аналіз показників рентабельності ПАТ «Одескабель» за 2023–2025 рр. свідчить про загальне покращення ефективності діяльності підприємства. Рентабельність продукції у 2024 році зросла до 20,87 %, однак у 2025 році знизилася до 17,89 %, що пов’язано зі зростанням собівартості продукції.

Рентабельність продажу (ROS) змінилася з від’ємного значення у 2023 році (-2,36 %) до 0,66 % у 2025 році, що свідчить про підвищення прибутковості реалізації продукції. Рентабельність активів (ROA) зросла з -3,21 % до 1,14 %, що характеризує покращення ефективності використання активів підприємства.

Найбільш позитивна динаміка спостерігається за показником рентабельності власного капіталу (ROE), який зріс з -10,25 % у 2023 році до 4,71 % у 2025 році, що свідчить про підвищення ефективності використання власного капіталу.

Для більш детального дослідження доцільно перейти до глибшого аналізу майна ПАТ «Одескабель» шляхом оцінки прибутковості окремих складових активів. Такий підхід дає змогу визначити, які саме види майна забезпечують формування прибутку та наскільки ефективно підприємство використовує наявні ресурси у процесі господарської діяльності. З цією метою проаналізуємо показники рентабельності необоротних активів, оборотних активів та основних засобів, результати розрахунку яких наведено в табл. 2.11.

Таблиця 2.11 – Рентабельність (збитковість) активів та їх складових ПАТ «Одескабель» за 2023-2025 рр.

Показники	2023	2024	2025	Абсолютне відхилення, в.п.	
				2024-2023	2025-2024
Рентабельність (збитковість) необоротних активів,%	-8,8	1,27	3,42	10,07	2,15
Рентабельність (збитковість) оборотних активів,%	-5,20	0,67	1,53	5,87	0,86
Рентабельність (збитковість) основних засобів,%	-10,18	1,50	4,08	11,68	2,58

Джерело: розраховано автором на основі [26-27]

Аналіз показників рентабельності активів та їх складових свідчить про покращення ефективності використання майна ПАТ «Одескабель» у 2024–2025 рр. Рентабельність необоротних активів зросла з -8,8 % у 2023 році до 3,42 % у 2025 році, рентабельність оборотних активів – з -5,20 % до 1,53 %, а рентабельність основних засобів – з -10,18 % до 4,08 %. Перехід усіх показників від від'ємних до додатних значень свідчить про підвищення ефективності використання майна підприємства та його здатності генерувати прибуток.

Важливою складовою ефективної діяльності підприємства є раціональне використання трудових ресурсів, оскільки саме персонал забезпечує реалізацію виробничих процесів та формування фінансових результатів. Для оцінки ефективності використання трудового потенціалу ПАТ «Одескабель» доцільно проаналізувати показники рентабельності трудових ресурсів та рентабельності фонду заробітної плати. Зазначені показники характеризують рівень віддачі від використання трудових ресурсів і витрат на оплату праці, а також дають змогу оцінити ефективність кадрової політики підприємства. Результати розрахунку відповідних показників наведено в (табл. 2.12).

Таблиця 2.12 – Рентабельність (збитковість) фонду заробітної плати ПАТ «Одескабель» за 2023-2025 рр.

Показники	2023	2024	2025	Абсолютне відхилення, в.п.	
				2024-2023	2025-2024
Рентабельність (збитковість) фонду заробітної плати, %	-0,21	0,03	0,06	0,24	0,03

Джерело: розраховано автором на основі [26-27]

За даними (табл. 2.12), рентабельність фонду заробітної плати ПАТ «Одескабель» у 2023–2025 рр. мала тенденцію до зростання. У 2023 році показник становив -0,21 %, що свідчило про збитковість використання фонду оплати праці. У 2024 році рентабельність зросла до 0,03 % (+0,24 в.п.), а у 2025 році – до 0,06 % (+0,03 в.п.). Отже, підприємство покращило ефективність використання фонду заробітної плати, проте рівень його рентабельності залишається низьким і потребує подальшого підвищення.

Для оцінки ефективності використання виробничих ресурсів ПАТ «Одескабель» доцільно проаналізувати показники рентабельності витрат та рентабельності виробництва. Дані показники дозволяють визначити рівень прибутковості понесених витрат і ефективність функціонування виробничого процесу в цілому. Аналіз їх динаміки дає змогу оцінити результативність використання виробничих ресурсів підприємства та виявити тенденції, що впливають на формування фінансових результатів і рівень рентабельності діяльності. Результати розрахунків наведено в (табл. 2.13).

Таблиця 2.13 – Рентабельність (збитковість) виробничих ресурсів ПАТ «Одескабель» за 2023-2025 рр.

Показники	2023	2024	2025	Абсолютне відхилення, в.п.	
				2024-2023	2025-2024
Рентабельність (збитковість) витрат, %	-2,8	0,35	0,78	3,15	0,43
Рентабельність (збитковість) виробництва, %	2,2	4,8	3,99	2,6	-0,81

Джерело: розраховано автором на основі [26-27]

За результатами аналізу встановлено, що рентабельність витрат у 2024–2025 рр. має позитивну динаміку: показник зріс з -2,8 % у 2023 р. до 0,78 % у 2025 р., що свідчить про підвищення ефективності використання витрат і перехід підприємства від збитковості до прибутковості.

Рентабельність виробництва у 2024 р. зросла до 4,8 %, однак у 2025 р. знизилася до 3,99 %, що може свідчити про певне уповільнення ефективності використання виробничих ресурсів.

У цілому спостерігається покращення рентабельності витрат при нестабільній динаміці рентабельності виробництва.

Отже, рентабельність ПАТ «Одескабель» упродовж досліджуваного періоду залишається досить низькою. У 2023 році підприємство здійснювало діяльність зі збитком, унаслідок чого більшість показників рентабельності мали від’ємне значення. Проте у 2024–2025 рр. спостерігається поступове покращення фінансових результатів та зростання показників рентабельності, що пов’язано з переходом підприємства до прибуткової діяльності. Водночас більшість показників рентабельності у 2025 році залишаються на невисокому рівні.

Крім того, рентабельність продукції у 2025 році знизилася до 17,89 % порівняно з 20,87 % у 2024 році, що свідчить про випереджаючі темпи зростання собівартості продукції порівняно зі зростанням прибутку.

Незважаючи на позитивну динаміку та покращення фінансових результатів, рівень рентабельності ПАТ «Одескабель» залишається недостатньо високим, що свідчить про необхідність розробки та впровадження ефективних заходів щодо підвищення прибутковості діяльності підприємства, оптимізації витрат і більш раціонального використання наявних ресурсів.

Для більш глибокого дослідження причин зміни рівня рентабельності підприємства доцільно провести факторний аналіз рентабельності активів. Його проведення дає змогу визначити вплив окремих факторів на кінцевий результат та оцінити їх роль у формуванні рівня ефективності діяльності підприємства. Методика проведення факторного аналізу базується на використанні відповідної двофакторної моделі, розрахункові формули якої наведено нижче.

Для факторного аналізу використаємо двофакторну модель:

$$ROA = ROS \times K_{\text{об}} \tag{2.1}$$

де:

- ROS — рентабельність продажів

$$ROS = \frac{\text{ЧП}}{\text{ЧД}} \tag{2.2}$$

- Коб — коефіцієнт оборотності активів

$$K_{\text{об}} = \frac{\text{ЧД}}{\text{Активи}} \tag{2.3}$$

Результати розрахунку представлено в табл. 2.14.

Таблиця 2.14 – Вихідні дані для проведення факторного аналізу рентабельності активів ПАТ «Одескабель» за 2024–2025 рр.

Показник	2024	2025	Зміна (+,-)
Чистий прибуток (збиток), тис. грн	6924	19519	+12595
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	2370055	2959372	+589317
Середньорічна вартість активів, тис.грн	1446159	1713676,5	+267517,5
ROS (рентабельність продажів), %	0,29	0,66	+0,37
Коб (оборотність активів), оборотів	1,6	1,7	+0,1
ROA (рентабельність активів), %	0,46	1,12	+0,66

Джерело: розраховано автором на основі [26-27]

Для визначення впливу окремих факторів на зміну даного показника доцільно застосувати метод ланцюгових підстановок, який дозволяє оцінити внесок кожного фактора в загальну зміну результативного показника.

1. Вплив зміни рентабельності продажів (ROS):

$$\Delta ROA_{ROS} = (0{,}66 - 0{,}29) \times 1{,}6 = 0{,}6 \text{ в.п}$$

2. Вплив зміни оборотності активів (Коб):

$$\Delta ROA_{\text{Коб}} = 0{,}66 \times (1{,}7 - 1{,}6) = 0{,}07 \text{ в.п}$$

3. Загальна зміна рентабельності активів (ROA):

$$\Delta ROA = 0{,}6 + 0{,}07 = 0{,}67 \text{ в.п}$$

Результати факторного аналізу показали, що рентабельність активів ПАТ «Одескабель» у 2025 році зросла на 0,67 в.п. Порівняно з 2024 роком. Вирішальний вплив на зміну показника мало підвищення рентабельності продажів, внесок якого становив 0,60 в.п., або майже 90 % загального приросту. Це свідчить про те, що саме збільшення прибутковості реалізації продукції стало основною причиною покращення ефективності діяльності підприємства.

Водночас вплив оборотності активів був значно меншим і становив лише 0,07 в.п., що свідчить про незначне покращення ефективності використання ресурсів підприємства.

Отже, основним резервом подальшого зростання рентабельності ПАТ «Одескабель» є підвищення рентабельності продажів. Для досягнення більш вагомих результатів підприємству доцільно зосередити увагу на збільшенні обсягів прибутку шляхом розширення ринків збуту, удосконалення маркетингової діяльності та підвищення конкурентоспроможності продукції.

РОЗДІЛ 3. ЗАХОДИ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПАТ «ОДЕСКАБЕЛЬ»

3.1 Удосконалення маркетингової діяльності ПАТ «Одескабель» шляхом просування у соціальній мережі TikTok

У сучасних умовах господарювання підвищення рентабельності підприємства є одним із ключових напрямів забезпечення його конкурентоспроможності та фінансової стійкості. Для ПАТ «Одескабель», яке функціонує в умовах високої конкуренції на ринку кабельно-провідникової продукції, особливо важливого значення набуває не лише оптимізація витрат, а й активізація збутової діяльності та розширення ринку реалізації продукції.

Проведений у другому розділі аналіз діяльності ПАТ «Одескабель» показав, що після збиткового 2023 року підприємству вдалося поступово покращити результати діяльності, внаслідок чого у 2024–2025 роках спостерігалося зростання показників рентабельності. Це свідчить про поступову стабілізацію фінансового стану підприємства та адаптацію до сучасних умов функціонування.

Водночас, незважаючи на позитивну динаміку, рівень рентабельності залишається доволі низьким, що обмежує можливості підприємства щодо подальшого розвитку та посилення конкурентних позицій на ринку.

Проведений факторний аналіз рентабельності активів показав, що основний вплив на зростання даного показника мало підвищення рентабельності продажів. Це свідчить про те, що подальше підвищення ефективності діяльності ПАТ «Одескабель» доцільно забезпечувати насамперед за рахунок збільшення прибутковості реалізованої продукції.

У зв’язку з цим підприємство потребує впровадження відповідних заходів, спрямованих на збільшення обсягів реалізації продукції, розширення ринків збуту та підвищення ефективності діяльності загалом. Реалізація таких заходів сприятиме

зростанню доходів підприємства, покращенню фінансових результатів та підвищенню рівня рентабельності.

Проведений аналіз присутності ПАТ «Одескабель» в інформаційному та цифровому просторі показав, що підприємство має вкрай обмежене представлення в інтернет-середовищі. Фактично онлайн-активність компанії зводиться лише до наявності офіційного вебсайту, тоді як сторінки у соціальних мережах, зокрема в популярних цифрових платформах, відсутні. Така ситуація суттєво обмежує можливості підприємства щодо комунікації з потенційними клієнтами та партнерами, формування сучасного іміджу бренду та розширення каналів збуту продукції.

Отже, сучасний ринок промислової продукції характеризується зміною підходів до комунікації зі споживачами. Все більше підприємств використовують цифрові платформи для формування власного бренду, підвищення впізнаваності продукції та залучення нових партнерів. Особливої популярності набувають соціальні мережі, зокрема TikTok, який перестав бути виключно розважальною платформою та активно використовується великими компаніями для корпоративного просування.

У сучасних умовах цифровізації економіки підприємства все активніше використовують інтернет-платформи для просування власної продукції, формування позитивного іміджу та розширення ринку збуту. Особливої актуальності це набуває для промислових підприємств, які традиційно приділяли менше уваги цифровому маркетингу порівняно з компаніями споживчого сектору.

Сучасний споживач, у тому числі корпоративний, перед укладанням договорів та здійсненням закупівель дедалі частіше аналізує інформацію про виробника в інтернет-просторі, оцінює його репутацію, технологічний рівень виробництва та активність у цифровому середовищі.

Для ПАТ «Одескабель» доцільним є впровадження сучасної маркетингової стратегії, яка передбачатиме активну присутність підприємства в соціальній мережі TikTok. Основною метою такого заходу є підвищення впізнаваності бренду підприємства, демонстрація технологічних переваг продукції, формування довіри до компанії та залучення нових корпоративних клієнтів.

TikTok сьогодні є однією з найпопулярніших цифрових платформ у світі. Платформа активно використовується не лише для розважального контенту, а й для просування бізнесу, технологій, виробництва та промислових інновацій. В Україні TikTok уже активно використовують великі компанії та державні структури, зокрема DTEK та Укр Пошта, які через короткі відео демонструють виробничі процеси, сучасні технології, корпоративну культуру та реалізовані проєкти.

Зокрема, для DTEK використання TikTok стало ефективним інструментом формування сучасного іміджу компанії та налагодження комунікації з широкою аудиторією. Через короткі відеоролики компанія показує роботу енергетичної інфраструктури, діяльність працівників, процеси відновлення енергосистеми та впровадження новітніх технологій. Такий формат дозволяє зробити діяльність великого промислового підприємства більш зрозумілою та відкритою для суспільства.

Для ПАТ «Одескабель» використання TikTok дозволить:

- демонструвати сучасне виробництво та технологічне обладнання;
- показувати процес виготовлення кабельної продукції;
- висвітлювати сертифіковану якість продукції та відповідність міжнародним стандартам;
- демонструвати використання продукції підприємства на великих інфраструктурних об’єктах;
- формувати позитивний імідж українського виробника;
- підвищити впізнаваність бренду серед корпоративних замовників;
- залучити нових партнерів та дилерів.

Особливістю даного заходу є те, що він орієнтований не лише на кінцевого споживача, а й на корпоративний сектор. Багато будівельних, телекомунікаційних та енергетичних компаній сьогодні активно використовують соціальні мережі для пошуку партнерів, оцінки надійності постачальників та аналізу репутації підприємств.

Для реалізації запропонованого заходу щодо впровадження цифрового маркетингу та просування ПАТ «Одескабель» у соціальній мережі TikTok необхідно визначити відповідні витрати. У (табл. 3.1) наведено структуру витрат на організацію та забезпечення даного напряму діяльності підприємства на один рік.

Таблиця 3.1 – Витрати на впровадження цифрового маркетингу та просування на ПАТ «Одескабель» у TikTok на 1 рік

Витрати	Обґрунтування витрат	Сума, грн
Заробітна плата SMM-спеціаліста	Ведення корпоративного акаунта TikTok, розробка контент-плану, створення та публікація відеоконтенту, взаємодія з аудиторією (30 000 грн × 12 міс.)	360000
Податок ЄСВ (22%)	Нарахування на фонд оплати праці відповідно до чинного законодавства України	79200
Створення контенту	Витрати на підготовку матеріалів для відео, оформлення локацій, транспортні витрати та інші супутні витрати	9000
Обладнання для створення контенту	Придбання штатива, кільцевої лампи та мікрофона для якісної зйомки відеоконтенту	5000
Оплата інтернет-зв'язку	Забезпечення стабільного доступу до мережі для створення та публікації контенту (300 грн × 12 міс.)	3600
Підписка на CapCut	Використання професійних інструментів для монтажу відеоконтенту (330 грн × 12 міс.)	3960
Підписка на InShot	Використання додаткових інструментів для редагування відео та графіки (200 грн × 12 міс.)	2400
Всього	-	463160

Джерело: складено автором

Запропоновані витрати спрямовані на забезпечення ефективного функціонування цифрового маркетингу ПАТ «Одескабель» у соціальній мережі TikTok протягом року. Основну частину витрат становить заробітна плата SMM-спеціаліста, який відповідатиме за створення та просування контенту, підтримку

комунікації з аудиторією та розвиток корпоративного акаунта. Також враховано обов’язкові нарахування на оплату праці.

Окрему складову витрат становлять цифрові інструменти, зокрема підписки на програмне забезпечення для створення та монтажу відеоконтенту (CapCut та InShot), які забезпечують якісну обробку матеріалів та підвищують ефективність контент-стратегії підприємства. Крім того, передбачено витрати на стабільне інтернет-з’єднання, що є необхідною умовою для регулярної публікації контенту, оперативної взаємодії з аудиторією та ведення аналітики. Також враховано витрати на створення контенту та придбання базового обладнання для зйомки відеоматеріалів.

Загальна сума витрат на реалізацію заходу становить 463,2 тис. грн на рік.

Очікується, що реалізація даного заходу дозволить збільшити обсяги реалізації продукції підприємства за рахунок підвищення впізнаваності бренду та залучення нових корпоративних клієнтів.

Для оцінки доцільності запропонованого заходу необхідним є проведення комплексного економічного аналізу.

Впровадження цифрового маркетингу та просування продукції ПАТ «Одескабель» у соціальній мережі TikTok спрямоване на розширення каналів комунікації з потенційними клієнтами, підвищення впізнаваності бренду та формування додаткового попиту на продукцію підприємства. Оскільки підприємство працює переважно у B2B-сегменті, ефект від даного заходу є помірним і базується на непрямому впливі маркетингових комунікацій на обсяги реалізації.

За припущенями, можливе зростання чистого доходу від реалізації продукції становить у середньому 2%, що відповідає обережному прогнозу для промислових підприємств. Водночас собівартість продукції зростає пропорційно збільшенню обсягів реалізації, проте меншою мірою приблизно на 1,8%, оскільки частина витрат є умовно-постійною. Адміністративні витрати залишаються незмінними, а витрати на збут включають витрати на реалізацію маркетингової кампанії.

На основі зазначених припущень було проведено розрахунок прогнозних фінансових результатів та показників рентабельності підприємства після впровадження заходу. У (табл. 3.2) представлено прогнозований ефект від впровадження заходу цифрового маркетингу для ПАТ «Одескабель».

Таблиця 3.2 – Прогнозований економічний ефект від впровадження цифрового маркетингу на платформі TikTok для ПАТ «Одескабель»

Показник	До	Після	Відхилення	
			абсолютне	відносне %
Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн	2959372	3018559	59187	+2
Собівартість реалізованої продукції, тис. грн	2510258	2555443	45185	+1,8
Валовий прибуток, тис. грн	449114	463116	14002	+3,1
Чистий прибуток, тис. грн	19519	22642	3123	+16
Рентабельність продукції, %	17,89	18,12	0,23	+1,29
Рентабельність продажу (ROS), %	0,66	0,75	0,09	+13,64
Рентабельність активів (ROA), %	1,14	1,32	0,18	+15,79
Термін окупності, місяців	-	5,3	-	-

Джерело: складено автором

Результати розрахунків свідчать, що впровадження цифрового маркетингу на платформі TikTok для ПАТ «Одескабель» є економічно доцільним та ефективним заходом. За прогнозом, реалізація даного інструменту забезпечує зростання чистого доходу на 2%, що призводить до збільшення чистого прибутку на 3123 тис. грн, або на 16%.

Позитивна динаміка спостерігається також за всіма ключовими показниками рентабельності: рентабельність продукції зростає на 0,23 в.п., рентабельність продажу (ROS) – на 0,09 в.п., а рентабельність активів (ROA) – на 0,18 в.п. Це підтверджує підвищення загальної ефективності використання ресурсів підприємства.

Додатково слід відзначити короткий термін окупності заходу (0,48 року), що свідчить про швидке повернення вкладених коштів та низький рівень інвестиційного ризику. Таким чином, впровадження TikTok-маркетингу є доцільним як інструмент розширення ринку збуту та підвищення фінансових результатів підприємства.

3.2 Розробка індивідуальних умов співпраці з ключовими клієнтами ПАТ «Одескабель»

Другим важливим напрямом підвищення рентабельності ПАТ «Одескабель» є розвиток стратегічних партнерських відносин із великими корпоративними споживачами продукції підприємства.

Проведений аналіз показав, що продукція ПАТ «Одескабель» уже використовується провідними підприємствами енергетичної, телекомунікаційної та будівельної галузей України. Зокрема, підприємство співпрацює з енергетичним холдингом DTEK, телекомунікаційними операторами та великими забудовниками.

Водночас в умовах післявоєнного відновлення економіки України особливо перспективним є будівельний сектор. Відновлення житлової, промислової та енергетичної інфраструктури потребуватиме значних обсягів кабельно-провідникової продукції. Про зростання перспектив розвитку будівельної галузі свідчить позитивна динаміка обсягів виконання будівельних робіт в Україні протягом 2023–2025 років. Поступове відновлення будівельного сектору створює сприятливі умови для збільшення попиту на кабельно-провідникову продукцію, що відкриває для ПАТ «Одескабель» можливості розширення співпраці з будівельними компаніями та збільшення обсягів реалізації продукції. Динаміку обсягів виконання будівельних робіт наведено на (рис. 3.1).

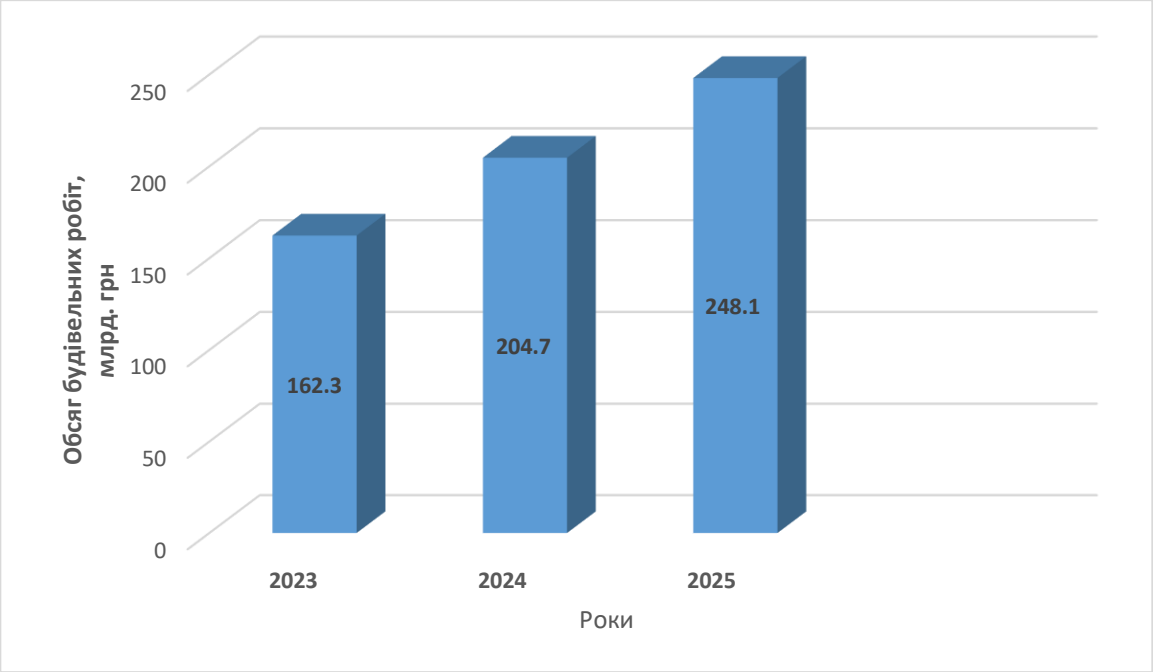


Рисунок 3.1 – Динаміка обсягів виконання будівельних робіт в Україні у 2023-2025 роках
Джерело: [29, с. 10]

З рисунка 3.1 видно, що будівельна галузь України демонструє тенденцію до активного зростання. У зв'язку з цим ПАТ «Одескабель» доцільно розширити співпрацю з великими будівельними компаніями: KADORR Group, БУДОВА, Стікон. Крім того, доцільним є поглиблення партнерських відносин із DTEK шляхом запровадження індивідуальних умов співпраці.

Для ключових партнерів доцільно запровадити:

– укладання довгострокових контрактів із фіксацією цін на певний період (12–24 місяці), що дозволяє забезпечити стабільність вартості продукції для клієнтів, знизити їхні цінові ризики та одночасно забезпечити підприємству прогнозованість обсягів реалізації;

– систему знижок залежно від обсягів закупівлі у розмірі 2–5%, де мінімальний рівень (2%) застосовується для середніх обсягів закупівель, а максимальний (до 5%) – для стратегічних партнерів із високими та регулярними

обсягами постачання, що стимулює збільшення закупівель і зміцнює довгострокову співпрацю;

– багаторівневу систему лояльності, яка включає три рівні: базовий рівень (1% додаткової знижки) за регулярні закупівлі протягом року, середній рівень (2%) за виконання встановлених річних обсягів закупівель та вищий рівень (3%) за довгострокову співпрацю понад 2 роки та стабільну платіжну репутацію, така система формує накопичувальний ефект і стимулює партнерів переходити на вищі рівні взаємодії;

– пріоритетне постачання продукції, що передбачає скорочені строки відвантаження, резервування продукції під великі замовлення та позачергове виконання критично важливих поставок для стратегічних клієнтів;

– безкоштовний технічний супровід та консультації щодо підбору продукції;

– гнучкі графіки поставок відповідно до етапів реалізації проєктів клієнта, що дозволяє узгоджувати поставки з виробничими та будівельними графіками партнерів, зменшуючи їхні складські витрати та підвищуючи ефективність використання продукції.

Укладання довгострокових контрактів дозволить підприємству забезпечити стабільні обсяги реалізації продукції, зменшити ризики втрати ринку збуту, покращити планування виробництва, підвищити завантаженість виробничих потужностей, збільшити прибуток підприємства та, як наслідок, підвищити рівень рентабельності.

Витрати, пов’язані з впровадженням системи індивідуальних умов співпраці з ключовими партнерами, носять переважно непрямий характер і формуються за рахунок змін у ціновій політиці та організації збутової діяльності підприємства. Насамперед вони проявляються у зменшенні рівня торгової націнки внаслідок надання індивідуальних знижок та фіксації цін у довгострокових контрактах, що призводить до часткового зниження маржинального прибутку. Основні статті витрат на реалізацію заходу наведені в (табл. 3.3).

Таблиця 3.3 – Склад витрат на впровадження системи індивідуальних умов співпраці з ключовими партнерами

Стаття витрат	Характер витрат	Орієнтовна сума на рік, грн
Надання індивідуальних знижок	Надання індивідуальних знижок у розмірі 2–5% для ключових партнерів залежно від обсягів закупівель	270000
Система лояльності для постійних партнерів	Запровадження багаторівневої системи лояльності	130000
Фіксація цін у довгострокових контрактах	Часткове скорочення маржинального прибутку через стабілізацію цін	180000
Організація пріоритетного постачання продукції	Формування резервних запасів продукції, скорочення строків відвантаження, забезпечення термінового виконання великих замовлень ключових партнерів	80000
Додаткові логістичні витрати	Термінова доставка, дрібнопартійні відвантаження, прискорена обробка замовлень та оптимізація транспортних маршрутів	30000
Маркетингові та представницькі заходи	Переговори з партнерами, ділові зустрічі, презентації продукції, участь у галузевих заходах та підготовка індивідуальних комерційних пропозицій	20000
Загальні витрати	-	710000

Джерело: складено автором

Найбільшу частку витрат займають індивідуальні знижки (38,0%) та фіксація цін у довгострокових контрактах (25,4%), що зумовлено їх прямим впливом на рівень виручки та маржинального прибутку підприємства. Загальний обсяг витрат на впровадження системи індивідуальних умов співпраці з ключовими партнерами становить 710 000 грн на рік.

Важливим елементом є розширена система лояльності, яка передбачає накопичувальні та довгострокові переваги для постійних партнерів. Такий підхід спрямований не лише на короткострокове стимулювання закупівель, а й на

формування стабільної клієнтської бази, підвищення рівня повторних замовлень та зміцнення партнерських відносин. Додатково система лояльності дозволяє підприємству підвищити прогнозованість обсягів реалізації та зменшити ризики втрати ключових клієнтів.

У сукупності зазначені витрати не мають характеру значних одноразових інвестицій, однак впливають на структуру прибутковості підприємства та компенсуються за рахунок збільшення обсягів реалізації продукції, стабілізації збуту та підвищення рівня завантаженості виробничих потужностей.

Після аналізу структури витрат на впровадження системи індивідуальних умов співпраці з ключовими партнерами доцільно оцінити економічну ефективність запропонованого заходу.

Враховуючи високу конкуренцію на ринку кабельно-провідникової продукції та значну частку вже сформованої клієнтської бази, очікуване зростання чистого доходу є помірним. За експертною оцінкою, у песимістичному сценарії воно становить 2%, а в оптимістичному – 5%, тому для подальших розрахунків прийнято середнє значення на рівні 2%. Собівартість реалізованої продукції зростає на 1,4%, що пояснюється частковим збільшенням виробничих і логістичних витрат, водночас ефект досягається також за рахунок оптимізації завантаження виробництва та більш рівномірного планування поставок. Загальний обсяг витрат на впровадження заходу становить 710000 грн. Отриманий приріст валового прибутку не повністю трансформується у чистий фінансовий результат підприємства, оскільки частина ефекту поглинається адміністративними витратами, витратами на збут, податковими зобов’язаннями та іншими операційними витратами. У зв’язку з цим до розрахунку чистого прибутку приймається лише частка приросту, що відображає реальну конверсію валового результату в кінцевий фінансовий ефект.

На основі зазначених припущень проведено розрахунок прогнозованих фінансових результатів діяльності підприємства та визначено вплив заходу на

основні показники ефективності, зокрема прибуток та рентабельність, які наведено в (табл. 3.4).

Таблиця 3.4 – Економічна ефективність заходу запровадження індивідуальних умов співпраці для партнерів ПАТ «Одескабель»

Показник	До	Після	Відхилення	
			абсолютне	відносне %
Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн	2959372	3018559	59187	+2
Собівартість реалізованої продукції, тис. грн	2510258	2545600	35342	+1,4
Валовий прибуток, тис. грн	449114	472959	23845	+5,3
Чистий прибуток (збиток), тис. грн	19519	23423	3904	+20
Рентабельність продукції, %	17,89	18,65	0,76	+4,3
Рентабельність продажу (ROS), %	0,66	0,78	0,12	+18,18
Рентабельність активів (ROA), %	1,14	1,42	0,28	+24,56
Термін окупності, місяців	-	8,7	-	-

Джерело: складено автором

Проведені розрахунки свідчать, що впровадження системи індивідуальних умов співпраці для ПАТ «Одескабель» є економічно доцільним та забезпечує покращення основних фінансових результатів діяльності підприємства. Зокрема, спостерігається зростання чистого доходу на 2% та збільшення валового прибутку на 5,3%, що підтверджує позитивний вплив заходу на ефективність збутової діяльності.

Найбільш суттєвим результатом є зростання чистого прибутку на 20%, що свідчить про підвищення результативності використання доходів після покриття витрат. Також покращуються всі основні показники рентабельності, зокрема рентабельність продажу (ROS) та рентабельність активів (ROA), що відображає підвищення загальної ефективності діяльності підприємства.

Отриманий термін окупності на рівні 8,7 місяців підтверджує помірний рівень інвестиційного ризику та відносно швидке повернення вкладених коштів, що робить запропонований захід економічно обґрунтованим і доцільним до впровадження.

Комплексна оцінка двох запропонованих заходів для ПАТ «Одескабель» впровадження цифрового маркетингу на платформі TikTok та системи індивідуальних умов співпраці з ключовими партнерами, дозволяє зробити висновок про їхню високу економічну доцільність та взаємодоповнюваність.

Результати розрахунків свідчать, що перший захід (TikTok-маркетинг) забезпечує швидкий та прямий ефект у вигляді зростання впізнаваності бренду, розширення каналів комунікації та збільшення попиту, що підтверджується зростанням чистого доходу, прибутку та показників рентабельності при короткому терміні окупності. У свою чергу, другий захід (індивідуальні умови співпраці) формує довгострокову основу стабільного збуту, сприяє закріпленню ключових клієнтів та забезпечує зростання фінансової стійкості підприємства, хоча його ефект проявляється більш помірно та має середньостроковий характер.

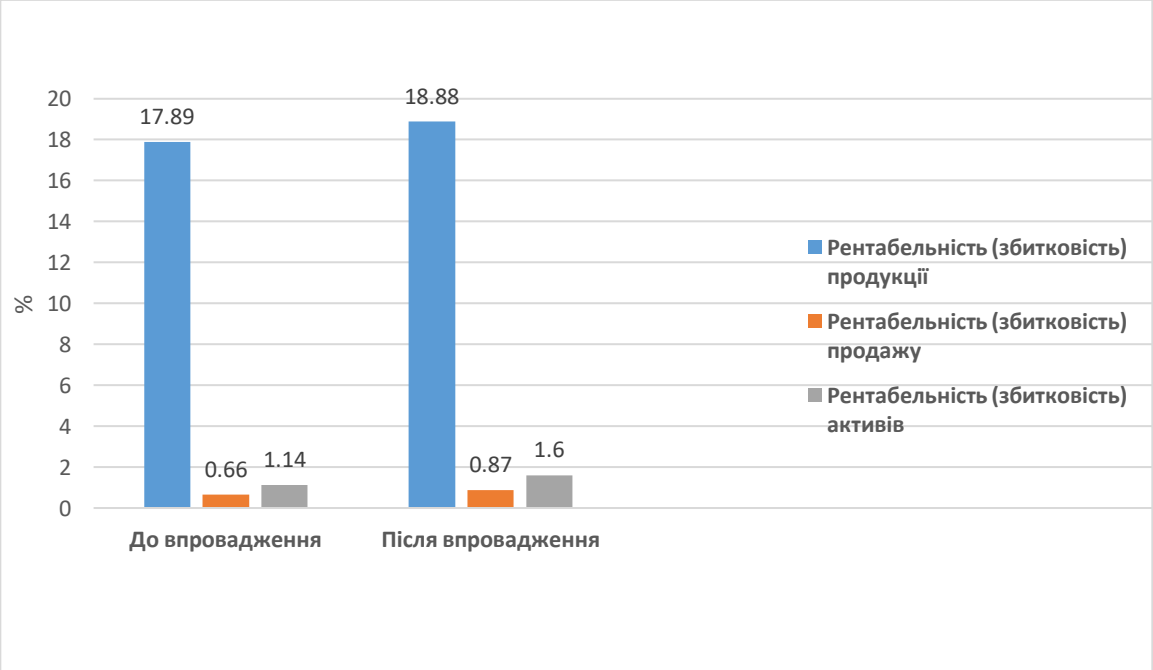


Рисунок 3.2 – Зміна показників рентабельності підприємства внаслідок впровадження комплексу заходів на ПАТ «Одескабель»

Джерело: складено автором

Важливо підкреслити, що між заходами існує пряма синергія: активність у соціальних мережах, зокрема через TikTok, формує позитивний імідж підприємства та підвищує рівень довіри до бренду, що особливо важливо для залучення великих будівельних та енергетичних компаній. У свою чергу, наявність системи індивідуальних умов співпраці дозволяє конвертувати цей інтерес у довгострокові контракти, забезпечуючи стабільні обсяги реалізації та зменшення ризиків втрати клієнтів.

Отже, поєднання цифрового маркетингу та персоналізованої партнерської політики створює комплексний ефект: перший захід формує попит і залучення клієнтів, тоді як другий – забезпечує їх утримання та стабільну монетизацію. У результаті підприємство отримує одночасно короткострокове зростання фінансових показників та довгострокове зміцнення ринкових позицій, що підтверджує доцільність впровадження обох заходів у стратегічному розвитку підприємства.

ВИСНОВКИ

1. Рентабельність є одним із ключових інтегральних показників, що характеризує ефективність діяльності підприємства, оскільки відображає не лише рівень прибутковості, а й якість використання наявних ресурсів. Вона дозволяє комплексно оцінити результати операційної, фінансової та інвестиційної діяльності, а також є важливим інструментом для аналізу ефективності управлінських рішень. Завдяки системі показників рентабельності можна визначати рівень ефективності витрат, використання активів і власного капіталу, що робить її необхідною складовою фінансового аналізу. Таким чином, рентабельність виступає важливим індикатором фінансового стану підприємства та його здатності до стабільного розвитку і підвищення конкурентоспроможності.

2. Рентабельність підприємства формується під впливом сукупності зовнішніх і внутрішніх факторів, які визначають умови його функціонування та рівень ефективності використання ресурсів. Зовнішні чинники створюють ринкові можливості та ризики, тоді як внутрішні відображають якість управлінських рішень, організацію виробництва та ефективність використання потенціалу підприємства. Поєднання адаптації до зовнішнього середовища з удосконаленням внутрішніх процесів є ключовою умовою підвищення рентабельності, зміцнення фінансової стійкості та забезпечення довгострокових конкурентних переваг.

3. Методичні підходи до аналізу рентабельності дають змогу комплексно оцінити ефективність діяльності підприємства, визначити тенденції зміни фінансових результатів та виявити фактори, що впливають на рівень прибутковості. Використання достовірної фінансової інформації та сучасних методів аналізу забезпечує об’єктивність оцінки, сприяє виявленню резервів підвищення ефективності діяльності й формуванню обґрунтованих управлінських рішень щодо зміцнення фінансового стану підприємства.

4. ПАТ «Одескабель» є одним із провідних підприємств кабельно-провідникової галузі України з багаторічною історією розвитку та значним виробничим потенціалом. Підприємство спеціалізується на виробництві широкого асортименту кабельно-провідникової продукції, зокрема волоконно-оптичних, силових і телекомунікаційних кабелів, які реалізуються як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Завдяки постійній модернізації виробництва, впровадженню сучасних технологій, ефективній системі управління та високій якості продукції підприємство утримує лідируючі позиції в галузі та залишається одним із ключових виробників кабельної продукції в Україні.

5. Аналіз основних техніко-економічних показників ПАТ «Одескабель» за 2023–2025 рр. свідчить про поступове відновлення та покращення результатів діяльності підприємства. Після збиткового 2023 року у 2024–2025 рр. підприємство відновило прибуткову діяльність і забезпечило зростання чистого прибутку, що характеризує позитивні зрушення в ефективності господарювання. Водночас високий рівень собівартості продукції продовжує обмежувати зростання прибутковості, а показники ліквідності та платоспроможності свідчать про недостатню фінансову стійкість підприємства, що вказує на необхідність подальшої оптимізації витрат, структури капіталу та підвищення ефективності управління фінансовими ресурсами.

6. Аналіз показників рентабельності ПАТ «Одескабель» свідчить про наявність позитивної динаміки у 2024–2025 рр., однак рівень рентабельності залишається досить низьким, що вказує на обмежену ефективність використання ресурсів підприємства.

Факторний аналіз рентабельності активів показав, що за умови підвищення прибутковості реалізації продукції саме цей фактор може стати ключовим джерелом подальшого зростання ефективності діяльності підприємства.

7. Проведене обґрунтування показало, що просування ПАТ «Одескабель» у соціальній мережі TikTok є ефективним інструментом підвищення рентабельності

підприємства. Реалізація заходу забезпечить зростання чистого прибутку на 3123 тис. грн, або на 16%, а також покращення основних показників рентабельності: рентабельність продукції збільшиться на 0,23 в.п., рентабельність продажів (ROS) – на 0,09 в.п., рентабельність активів (ROA) – на 0,18 в.п. Термін окупності становить 0,48 року, що свідчить про швидке повернення інвестицій та високу економічну доцільність впровадження даного заходу.

8. Проведені розрахунки підтвердили економічну ефективність запровадження індивідуальних умов співпраці з ключовими клієнтами ПАТ «Одескабель». У результаті реалізації заходу покращаться показники рентабельності продажів (ROS) та рентабельності активів (ROA), що свідчитиме про підвищення ефективності діяльності підприємства. Термін окупності становить 8,7 місяців, що підтверджує доцільність впровадження запропонованих умов співпраці та їх позитивний вплив на прибутковість і конкурентоспроможність підприємства.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ

1. Новіченко Л. С. Аналіз показників рентабельності підприємства: теоретичні та прикладні аспекти. *Економічні науки вісник Хмельницького національного університету*. 2021. №5 (2). С. 254 – 259. DOI: https://doi.org/10.31891/2307-5740-2021-298-5(2)-43

2. Кисіль Я. С., Кисіль М. С., Тітенко З. М. Рентабельність як основний показник ефективності управління активами підприємства. *Молодий вчений*. 2023. №9 (121). С. 18 – 21. DOI: https://doi.org/10.32839/2304-5809/2023-9-121-4

3. Степаненко О. І., Павловська Х. Ю. Аналіз рентабельності підприємства та шляхи її підвищення в умовах економічної нестабільності. *Причорноморські економічні студії*. 2022. Випуск 75. С. 93-101. DOI: https://doi.org/10.32843/bses.75-15

4. Івахненков С. В. Підходи до дослідження рентабельності підприємств в умовах воєнної економіки. *Наукові записки НаУКМА. Економічні науки*. 2022. №7. Випуск 1. С. 48 – 52. DOI: https://doi.org/10.18523/2519-4739.2022.7.1.48-53

5. Кошельок Г. В., Міндова О. І., Чернишова Л. В. Факторний аналіз рентабельності виробництва торгівельних підприємств. *Економіка та суспільство*. 2023. Випуск №47. С. 1-7. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-36

6. Рентабельність підприємства. URL: https://surl.lu/mylrjw (дата звернення: 25. 01. 2026)

7. Державна служба статистики України. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/ (дата звернення: 24. 01. 2026)

8. YouControl. URL: https://youcontrol.com.ua/ (дата звернення: 24. 01. 2026)

9. Opendatabot. URL: https://surl.lu/hevhbk (дата звернення: 24. 01. 2026)

10. Шандова Н. В., Мєшкова-Кравченко Н. В., Дорогань О.І. Оцінка рентабельності підприємства. *Публічне управління та адміністрування*. 2024. №4. С. 444-451. DOI: https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2024.4.60

11. Цюцяк І. Л., Цюцяк А. Л. Факторний аналіз рентабельності власного капіталу: сутність та методика проведення. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки.* 2020. Вип. 1-2. С. 238-249. DOI: http://doi.org/10.34025/2310-8185-2020-1.77-2.78.20

12. Парфентьєва О. Г. Фінансова стабільність та стале зростання: підходи, параметри, моделі. *Підприємництво та інновації*. 2024. №(31). С. 11-17. DOI: https://doi.org/10.32782/2415-3583/31.2

13. Barman R. D. Financial Statements: A tools to evaluate Business Performance. *Business, Management and Economics Engineering*. 2023. Vol 21(2). P. 819-835. DOI: https://surl.li/cqccft (дата звернення 10.02.2026)

14. Мошкун Г. І., Кривда О. В. Вплив зовнішніх та внутрішніх чинників на зростання рентабельності підприємства. *Міжнародна наук.-практ. конференція: Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи*. 2022. С. 189 – 190. DOI: https://confmanagement-proc.kpi.ua/article/view/271916

15. Круглова О., Козуб В., Козуб С., Наумова Т., Акімова Н., Твердохліб К. Уплив економічних та неекономічних чинників на рентабельність підприємства. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2023. № 1(48). С. 193–205. DOI: https://doi.org/10.55643/fcaptp.1.48.2023.3918

16. Ганусич В. О., Левкулич В. В. Рентабельність та прибутковість: концептуальні розбіжності у відчизняному та зарубіжному фінансовому аналізі. *Економічна наука. Інвестиції: практика та досвід.* 2025. №9. С. 161-168. DOI: https://doi.org/10.32702/2306-6814.2025.9.161

17. ПАТ «Одескабель» Опендатабот. URL: https://opendatabot.ua/c/05758730 (дата звернення 28.03.2026)

18. Публічне акціонерне товариство «Одеський кабельний завод «ОДЕСКАБЕЛЬ». You Control. URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/05758730/ (дата звернення 28.03.2026)

19. ПАТ «Одескабель» офіційний сайт. Історія заводу. URL: https://odeskabel.com/ua/about/history.html (дата звернення: 28.03.2026)

20. ПАТ «Одескабель» офіційний сайт. Про компанію. URL: https://odeskabel.com/ua/about/odeskabel-sogodni.html (дата звернення: 28.03.2026)

21. Статут ПАТ «ОДЕСКАБЕЛЬ». You Control. URL: https://youcontrol.com.ua/contractor/regulations/?id=7834299 (дата звернення 29.02.2026)

22. 27.31 Виробництво волоконно-оптичних кабелів. URL: https://youcontrol.market/catalog/vyrobnytstvo-elektroniky/27.31 (дата звернення: 28. 03. 2026)

23. Каталог продукції. URL: https://odeskabel.com/ua/products.html (дата звернення 29.03.2026)

24. Піскун А. В., Шаповал А. О. Аналіз конкурентноспроможності ПАТ «Одескабель». *Науковий вісник ОНЕУ. Збірник наукових праць.* 2023. №11-12 (312-313). С. 76-83. DOI: https://doi.org/10.32680/2409-9260-2023-11-12-312-313-76-83

25. Звіт про управління ПАТ «Одескабель» за 2022 р. URL: https://05758730.emitent.net.ua/ (дата звернення 6.02.2026)

26. Форма № 2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)» ПАТ «Одескабель» за 2022-2025 рр. URL: https://05758730.emitent.net.ua/ (дата звернення 20.03.2026)

27. Форма № 1 "Баланс (Звіт про фінансовий стан)" ПАТ «Одескабель» за 2023-2025 рр. URL: https://05758730.emitent.net.ua/ (дата звернення 20.03.2026)

28. Бойчик В. Є., Аналіз розвитку будівельної галузі України в умовах війни. *Економіка і регіон*. 2026. №1(100). С. 8-14. DOI: 10.26906/EiR.2026.1(100)

29. Мельникова К. В., Татарінова Г. В., Аналіз прибутковості та рентабельності підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки.* 2017. №20. С. 461-465.

ДОДАТКИ

Додаток А

