

Крупельницька І.Г., к. е. н.,
доцент кафедри обліку та оподаткування
*Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету*

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ ВИРОБНИЦТВА ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ ПАТ «ВОЛОДАРКА»

Крупельницька І.Г. Аналіз тенденцій виробництва та реалізації продукції ПАТ «Володарка». У статті висвітлено аналіз виготовленої та реалізованої продукції швейного виробництва в Україні та Вінницькій області зокрема. Досліджено ефективність діяльності ПАТ «Володарка» та проаналізовано обсяги виробництва та реалізації продукції на ПАТ «Володарка» за асортиментом і за періодами за методом елімінації для оцінки впливу певних чинників на зміну валового прибутку підприємства.

Ключові слова: аналіз, обсяг реалізації, обсяг виробництва, швейна промисловість, ПАТ «Володарка», елімінації, графічний метод, фактори впливу

Крупельницкая И.Г. Анализ тенденций производства и реализации продукции ОАО «Володарка». В статье проведен анализ изготовленной и реализованной продукции швейного производства в Украине и Винницкой области в частности. Исследована эффективность деятельности ОАО «Володарка» и проанализированы объемы производства и реализации продукции на ОАО «Володарка» по ассортименту и по периодам по методу элиминирования для оценки влияния определенных факторов на изменение валовой прибыли предприятия.

Ключевые слова: анализ, объем реализации, объем производства, швейная промышленность, ОАО «Володарка», элиминирование, графический метод, факторы влияния.

Krupelnyska I.G. Analysis of trends in production and sales of Public Joint Stock Company «Volodarka». In vysvitlenoanaliz floor and made sales of clothing manufacture in Ukraine Vinnitsa region in particular. The efficiency of PJSC «Volodarka» and analysis of production and sales at PJSC «Volodarka» Scope and method for periods elimination method to assess the impact of certain factors on the change in gross profits.

Keywords: analysis, sales, production, garment industry, PJSC «Volodarka» elimination, graphical method, influence.

Постановка проблеми. Швейна галузь України нині перебуває у незадовільному стані, це пояснюється низкою серйозних проблем, зокрема таких, як:

- відсутність на внутрішньому ринку України товарів вітчизняного виробництва та, відповідно, його тотальне заповнення дешевими, низькоякісними виробами з інших країн, значну частку серед яких займають товари так званого секонд-хенду;

- недостатньо розвинута інфраструктура галузі по всій території України;

- застосування вітчизняними підприємствами давальницьких схем виробництва, що тягне за собою низьку конкурентоспроможність таких товаровиробників;

- неактивна інвестиційна та інноваційна діяльність;

- неможливість конкуренції вітчизняної продукції як за ціною, так і за якістю.

Наявні та зазначені вище проблеми здійснюють негативний вплив на діяльність підприємств швейної промисловості України, а головне – вони гальмують можливий подальший розвиток галузі в майбутньому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням та вивченням проблем швейної

галузі, аналізом виробництва та реалізації продукції текстильної промисловості займалися такі науковці, як: Д.О. Барабась, Ю.М. Бездітко, Н.Б. Бідник, Л.Р. Галько, М.С. Грінчук, Ю.В. Гончаров, І.М. Грищенко, Ю.В. Нефьодова, Г.О. Земська, В.О. Гринцевич, О.О. Заремба, С.О. Ковальчук, Л.М. Очеретько, І.Б. Плотніченко, С.Р. Яцишин, Є.Б. Хаустова, Б.М. Курганська, Н.В. Чаленко, О.Б. Моргулець, В.В. Подольна, Р.І. Завадяк та ін. Однак в умовах сьогодення проблеми вітчизняних підприємств – виробників одягу все ще залишаються невирішеними.

Постановка завдання. Мета статті – апробація методу елімінації економічного аналізу підприємства швейної галузі для ефективності аналізу виробництва та реалізації продукції на прикладі ПАТ «Володарка» – провідного підприємства швейної галузі, визначити, які фактори найбільше впливають на обсяги діяльності швейного виробництва.

Виклад основних результатів. Легка промисловість в Україні ще з історичних позицій займала провідне місце у виробництві промислових товарів загального споживання. В Україні була зосереджена значна частка швейної промисловості Європи. Наша країна донедавна була лідером із виготовлення

одягу, однак через нестабільність законодавчо-нормативної бази, лобювання з боку політичної верхівки інтересів інших економіко-галузевих напрямів ситуація змінилася: виробництво швейних виробів зменшилось у декілька разів і продовжує зменшуватися. Така тенденція зумовлена низкою причин:

– відчутним зниженням купівельної спроможності українців;

– неефективністю менеджменту та маркетингу великих швейних підприємств, що унеможливило швидку переорієнтацію їх виробництва на випуск нової продукції;

– гостротою проблеми використання застарілого обладнання та технологій підприємствами, що здебільшого є причиною високої енерго- та матеріаломісткості продукції та супроводжується неконкурентоспроможністю як на ринках розвинених країн, так і на ринках країн, що розвиваються;

– неналагодженістю міжгалузевих зв'язків та втратою можливої сировинної бази.

Прогрес глобальних кризових процесів досить негативно позначився на загальних обсягах швейної продукції у світі. Наявність в Україні напруженої політичної ситуації на сході країни також негативно вплинула на обсяги діяльності підприємств усіх галузей, у тому числі і швейної, а також через нестабільність економіки України за останніх два роки відбулося значне зменшення замовлень іноземних компаній на виготовлення продукції для експорту, тому відповідні статистичні дані є обґрунтованими та мають логічне пояснення: за досліджуваній період 2012–2014 рр. скоротився обсяг виробництва галузі на 3,3%, експорт продукції – на 5,5% [4, с. 42].

Швейна галузь України нині знаходиться не в найкращому стані, обсяги виробництва мають тенденцію до скорочення, попит на вітчизняну продукцію помітно зменшується, це відбувається у зв'язку з багатьма причинами в симбіозі (кон'юнктура ринку, законодавство, соціально-політичний стан в країні і т. д.).

Вінницька область посідає не останнє місце у виробництві продукції швейної промисловості, що доведено в табл. 1 [5].

За аналізом показників із табл. 1 бачимо, що найбільше у Вінницькій області виготовляється верхнього одягу, як чоловічого, так і жіночого, найменше – суконь. Якщо розглядати у співвідношенні до виробництва по всій Україні, то бачимо що чоловічі та хлопчачі пальта, напівпальта, плащі, накидки та куртки мають найбільший відсоток у виробництві по Вінницькій області (18,69%) порівняно з виробництвом в Україні загалом. У загальному виробництві швейних виробів у Вінницькій області становить 12,35% у сумарному обсязі виробництва всієї швейної продукції в Україні, тобто більше ніж 1/7 виробів швейної галузі виготовляють у Вінницькій області [1].

ПАТ «Володарка» займається такими видами діяльності:

Таблиця 1

Аналіз частки виробництва Вінницької області в Україні за видами швейної продукції (у січні-жовтні 2015 р.)

Вид швейної продукції	Статистика по Україні	Статистика по Вінницькій обл.	% до всього по Україні	Питома вага, % по Україні	Пит. вага, %, по Вінницькій обл.	Відхилення питомої ваги
Костюми, комплекти, піджаки, блейзери, сукні, спідниці, спіднички-брюки, брюки, комбінезони та напівкомбінезони, бриджі та шорти, трикотажні машинного або ручного в'язання, жіночі та дівчачі, тис. шт.	2200	333,2	15,15	49,9	61,1	11,3
Пальта, напівпальта, плащі, накидки тощо. Анораки, лижні куртки, куртки вітрозахисні та подібні виробу чоловічі та хлопчачі, тис. шт.	462,3	86,4	18,69	10,5	15,9	5,4
Пальта та плащі тощо. Анораки, лижні куртки, куртки вітрозахисні та подібні виробу жіночі та дівчачі, тис. шт.	857,4	112,4	13,11	19,4	20,6	1,2
Сукні, крім трикожажних, жіночі та дівчачі, тис. шт.	893,3	12,9	1,44	20,2	2,4	-17,9
Разом швейні виробу	4413	544,9	12,35	100,00	100,00	0

– виробництво та реалізація чоловічого та жіночого ділового одягу, якість яких відповідає споживчим потребам населення;

– виробництво спецодягу для різних категорій працівників;

– комерційна, торгова, посередницька та інші види діяльності;

– оптова та роздрібна торгівля, відкриття та експлуатація магазинів.

Структура управління ПАТ «Володарка» є складною, наявні такі відділи: бухгалтерія, відділ кадрів, відділ зовнішніх зв'язків, відділ якості, відділ головного механіка, відділ маркетингу та продаж та виробництво (цехи, склади). Детальніше організаційна структура зображена на рис. 1.

Виробничий процес фабрики складається з таких основних елементів:

- укладання контракту з іноземним партнером;
- розроблення зразка виробу;
- постачання давальницької сировини;
- виробництво;
- складання і пакування;
- збут продукції.

Виробництво і реалізація продукції орієнтовані на ринкові потреби конкретних споживачів, на своєчасне й якісне виконання договірних зобов'язань.

Підприємство співпрацює на умовах давальницької сировини з фірмами трьох країн: Німеччиною – 62,5% від обсягу в діючих оптових цінах, Польщею – 5,6 %, Румунією – 31,9 %. Робота ПАТ «Володарка» не залежить від сезонних змін. Основні ринки збуту та основні клієнти – країни зарубіжжя. Основним конкурентом у галузі є київська фабрика «Воронін». Кількість постачальників основної сировини, що займають більше 10% в загальному обсязі постачання – два постачальники.

Перспективні плани розвитку ПАТ «Володарка» – збільшення обсягів виробництва на внутрішній ринок та на експорт. Планується додат-

ково закупити обладнання в пошивочні цехи для збільшення продуктивності праці. Саме для забезпечення виконання перспективних планів підприємства ефективним буде проведення факторного аналізу виробництва та реалізації продукції виробника швейної продукції.

Основні завдання аналізу виробництва та реалізації продукції досліджуваного підприємства:

– оцінювання динаміки виробництва та реалізації продукції;

– визначення впливу факторів на зміну величини цих показників;

– виявлення внутрішньогосподарських резервів збільшення випуску і реалізації продукції;

– розроблення рекомендацій щодо освоєння виявлених резервів.

Об'єктами аналізу виробництва і реалізації швейної продукції ПАТ «Володарка» є:

– обсяг виробництва і реалізації продукції в цілому і за асортиментом;

– якість і конкурентоспроможність продукції;

– структура виробництва і реалізації продукції;

– ритмічність виробництва і реалізації продукції.

Обсяг виробництва і реалізації промислової продукції може виражатися в натуральних, умовно-натуральних, трудових і вартісних вимірниках. Узагальнюючі показники обсягу виробництва продукції одержують за допомогою вартісної оцінки. Основними показниками обсягу виробництва є товарна і валова продукція.

Валова продукція – це вартість усієї виробленої продукції і виконаних робіт включно із незавершеним виробництвом. Виражається в зіставних і діючих цінах.

Товарна продукція відрізняється від валової тим, що в неї не включають залишків незавершеного виробництва і внутрігосподарський оборот. За складом на багатьох підприємствах валова продукція збігається з товарною, якщо немає внутрігос-

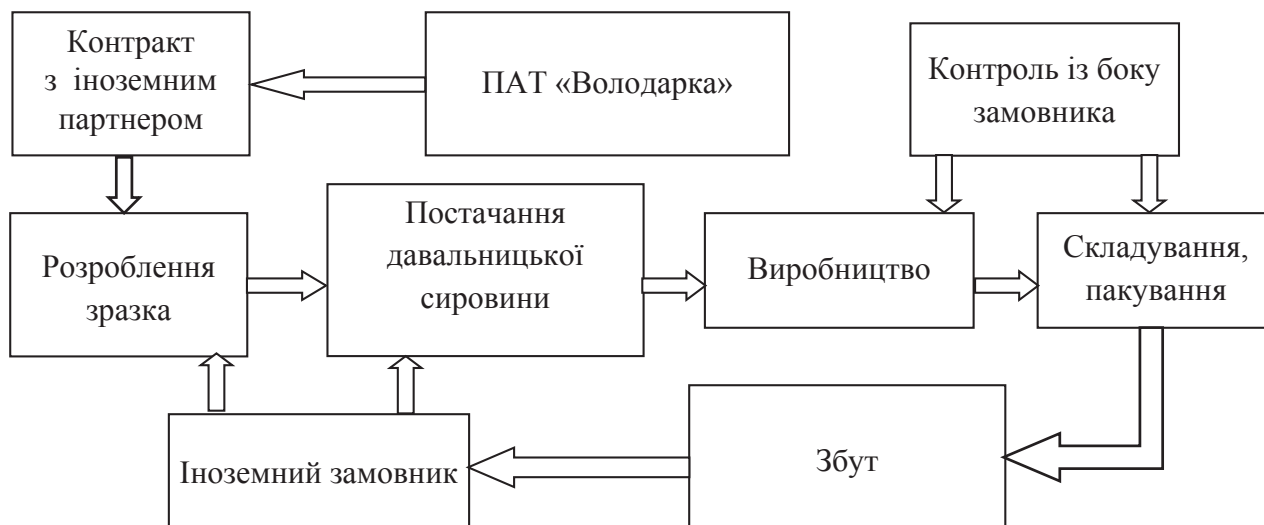


Рис. 1. Виробничий процес ПАТ «Володарка»

подарського обороту і незавершеного виробництва [8, с. 216].

Обсяг реалізації продукції визначають або за відвантаженням продукції покупцям, або за оплатою (за чистим доходом). Він може виражатися в зіставних, планових і діючих цінах. В умовах ринкової економіки цей показник набуває першочергового значення. Реалізація продукції є зв'язною ланкою між виробництвом і споживачем. Від того, як продається продукція, який попит на неї на ринку, залежить і обсяг її виробництва.

Велике значення для оцінювання виконання виробничої програми мають і натуральні показники обсягів виробництва та реалізації продукції (у нашому випадку метри погонні та готові вироби в шт.) Їх використовують для аналізу обсягів виробництва і реалізації продукції за окремими видами і групами однорідної продукції.

Проаналізуємо динаміку випуску продукції швейної галузі на прикладі ПАТ «Володарка» за асортиментом (табл. 2). Наведено основні види продукції, які становлять більше 5% від загального

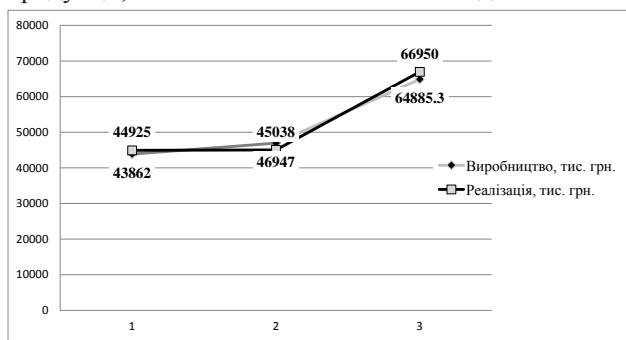


Рис. 2. Порівняння обсягів виробництва та реалізації продукції на ПАТ «Володарка»

обсягу виробленої продукції. Дані взяті з публічного річного звіту акціонерного товариства.

Із таблиці видно, що за три роки обсяг виробництва зріс на 3 085 тис. грн. у 2013 р. порівняно з 2012 р. і на 17 938,3 тис. грн. – у 2014 р. Проте в натуральному вимірнику загальний обсяг виробництва в 2014 р. порівняно з 2013 р. зменшився на 28 700 метрів погонних.

Обсяг виробництва у грошовому вимірнику в 2013 р. порівняно з 2012 р. збільшується по всіх видах продукції, крім чоловічих курток, обсяг пошиття яких зменшується з кожним роком (у 2013 р. – на 3 718 тис. грн., у 2014 р. – на 988,2 тис. грн.), що може бути пов'язане зі зменшенням споживчого попиту на даний вид продукції.

Так само ми можемо проаналізувати обсяг реалізованої продукції на ПАТ «Володарка» за останні три роки (табл. 3), щоб дослідити тенденції зміни обсягу реалізованих готових виробів за асортиментом, обов'язково враховуючи, що зазначаються основні види реалізованої продукції, які становлять більше 5% від загального обсягу реалізації.

Для більшої наочності динаміку виробництва і реалізації продукції можна відобразити графічно (рис. 2).

Таким чином, обсяги виробництва та реалізації швейної продукції на ПАТ «Володарка» співвідносяться нерівномірно: у 2012 р. і в 2014 р. обсяг виробництва менший за обсяг реалізації, тобто виготовляється менше, ніж реалізується, що можливо завдяки продажу нереалізованої минулорічної продукції, а в 2013 р., навпаки, реалізується менше, ніж було виготовлено, на 1 909 тис. грн., тобто у цьому році присутній надлишок пропозиції над можливим попитом на швейну продукцію фабрики.

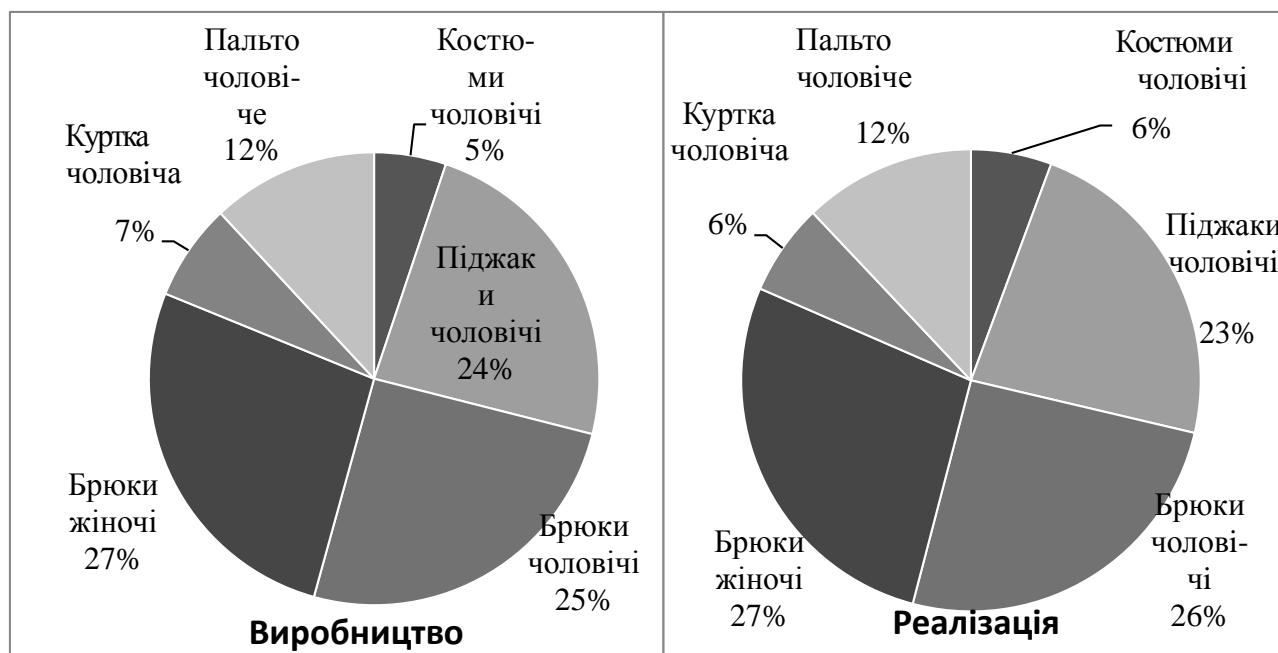


Рис. 3. Структура виготовленої та реалізованої продукції за 2012 р.

Таблиця 2

Динаміка обсягу виробництва ПАТ «Володарка» основних видів продукції

№ п/п	Основний вид продукції	2012		2013		2014		Відхилення 2013/2012		Відхилення 2014/2013	
		у натур. вимір	у тис. грн.	у натур. вимір	у тис. грн.	у натур. вимір	у тис. грн.	у натур. вимір	у тис. грн.	у натур. вимір	у тис. грн.
1	Костюми чоловічі	23092	3348	35200	4715	32400	7580.8	12108	1367	-2800	2865,8
2	Піджаки чоловічі	106166	14281	103100	15979	98300	23615.1	-3066	1698	-4800	7636,1
3	Брюки чоловічі	113338	4256	134500	5247	129600	8063.2	21162	991	-4900	2816,2
4	Брюки жіночі	119817	4555	113800	4714	109900	6877.2	-6017	159	-3900	2163,2
5	Куртка чоловіча	30926	6530	16400	2812	5500	1823.8	-14526	-3718	-10900	-988,2
6	Пальто чоловіче	53361	10892	59700	13480	43600	15221.7	6339	2588	-16100	1741,7
7	Жилети	-	-	-	-	14700	1703.5	0	0	14700	1703,5
	Всього	446700	43862	462700	46947	434000	64885,3	16000	3085	-28700	17938,3

Таблиця 3

Динаміка обсягу реалізованих основних видів продукції ПАТ «Володарка»

№ п/п	Основний вид продукції	2012		2013		2014		Відхилення 2012/2013		Відхилення 2013/2014	
		у натур. вимір	у тис. грн.	у натур. вимір	у тис. грн.	у натур. вимір	у тис. грн.	у натур. вимір	у тис. грн.	у натур. вимір	у тис. грн.
1	Костюми чоловічі	25061	3453	28088	4226	35005	8211	3027	773	6917	3985
2	Піджаки чоловічі	101402	15494	101642	15458	97948	24463	240	-36	-3694	9005
3	Брюки чоловічі	112180	4112	125368	4792	132046	8036	13188	680	6678	3244
4	Брюки жіночі	120982	4595	113685	4642	109873	7075	-7297	47	-3812	2433
5	Куртка чоловіча	28317	5963	16802	3627	5211	1764	-11515	-2336	-11591	-1863
6	Пальто чоловіче	53320	11308	52768	12293	43691	15621	-552	985	-9077	3328
7	Жилети	-	-	-	-	14594	1780	0	0	14594	1780
	Всього по вибірці	441262	44925	438353	45038	438368	66950	-2909	113	15	21912

За допомогою графічного методу аналізу можна також провести аналіз структури реалізованої чи виготовленої продукції на ПАТ «Володарка» за асортиментом продукції та роками. Так, склад та структура виготовленої та реалізованої продукції за 2012 р. зображена на рис. 3, за 2013 р. – рис. 4, за 2014 р. – на рис. 5.

Отже, на рис. 3 ми бачимо, що найбільше виготовлялося та реалізовувалося протягом 2012 р. чоловічих та жіночих брюк, піджаків чоловічих – трохи менше (24%), а реалізовувалося піджаків чоловічих лише 23%, проте найменшу частку в пошиві та продажі займають куртки та костюми чоловічі.

Ми бачимо, що виробництво брюк жіночих і чоловічих, як і в 2013 р., на ПАТ «Володарка» залишається наймасовішим протягом 2013 р., проте пошив курток чоловічих зменшується до 3% від загального обсягу виробництва (у 2012 р. виробництво курток досягало 7%), а реалізація чоловічих курток сягає лише 4%.

У 2014 р. у більшому обсязі починають виготовляти і продавати жилети (3%); щодо чоловічих курток, то обсяги їх пошиву і реалізації далі знижуються і становлять у 2014 р. лише 1%. Проте виробництво та реалізація брюк чоловічих на ПАТ «Володарка» дещо збільшилося в 2014 р. і становить 30% від загального обсягу виробництва всіх видів продукції.

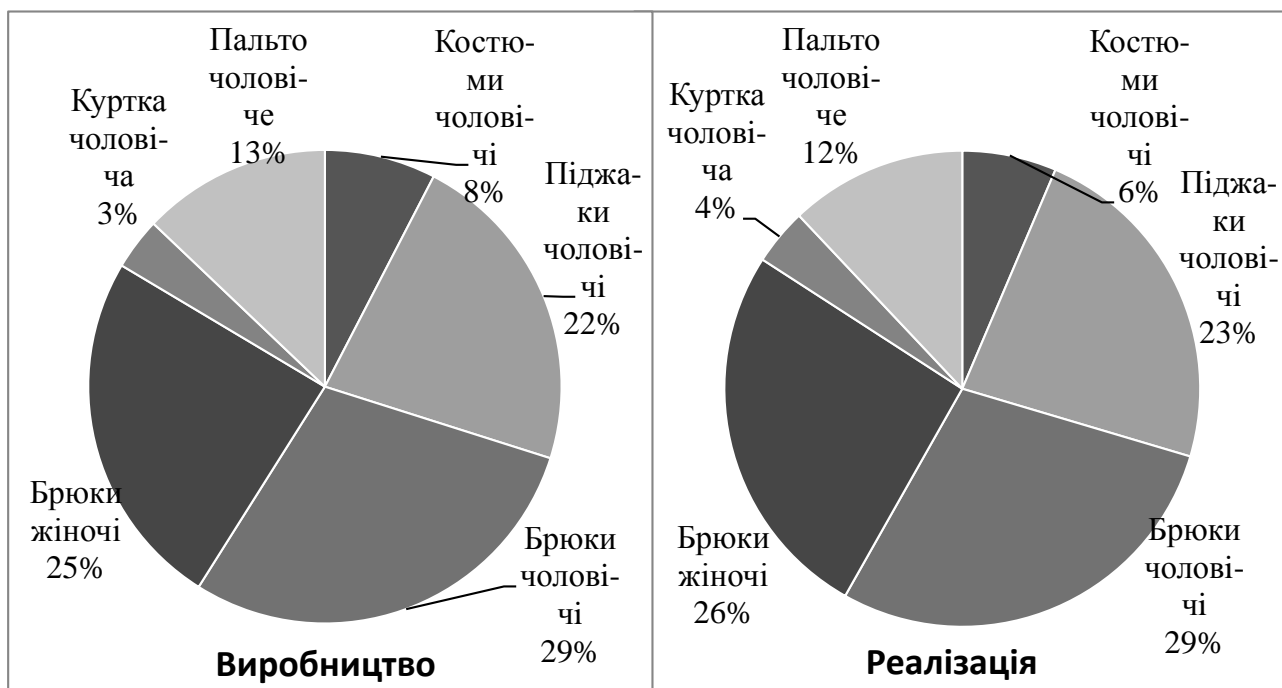


Рис. 4. Структура виготовленої та реалізованої продукції за 2013 р.

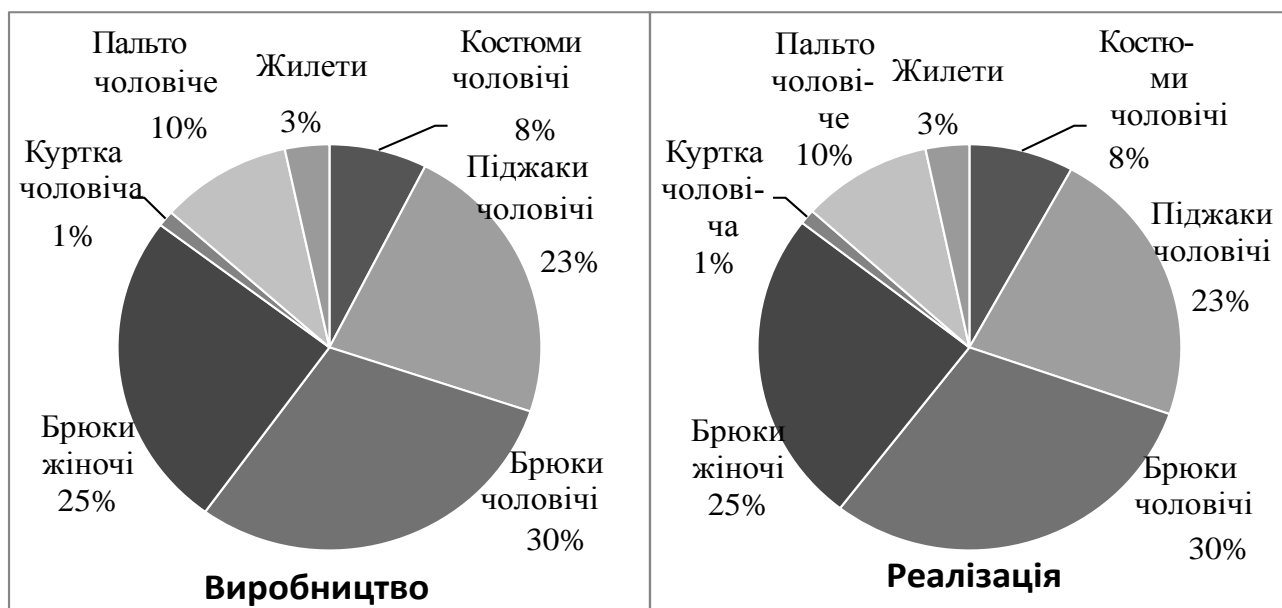


Рис. 5. Структура виготовленої та реалізованої продукції за 2014 р.

Отже, за допомогою графічного методу аналізу ми можемо побачити, як змінюється структура виробництва та реалізації продукції певного виду кожного року, і можемо проаналізувати тенденції на майбутнє щодо зменшення чи збільшення виробництва того чи іншого виду продукції на ПАТ «Володарка».

Таким чином, виробництво і реалізація – найважливіші функції підприємства, хоча показники, що визначають ці аспекти ринкової активності, суттєво відрізняються. Під результатом виробництва розуміють продукцію, яка підготовлена до реалізації, а під результатом реалізації – продукцію, яка знайшла свого покупця, тобто відвантажена й сплачена останнім. Саме цим пояснюється розбіжність результатів аналізу виробничої й збутової діяльності підприємства. На сьогоднішній день ми продовжуємо зазначене дослідження щодо структури виробництва, попиту та об'ємів реалізації і плануємо в майбутньому опублікувати результати дослідження на основі показників діяльності підприємства, враховуючи і поточний період.

За допомогою факторного аналізу та використовуючи метод елімінування в економічному аналізі, ми можемо з'ясувати фактори (чинники) впливу на збільшення валового прибутку від реалізації в 2014 р. порівняно з 2013 р., адже валовий прибуток від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) у 2014 р. зріс на 207,1%, що є великим проривом у розвитку діяльності ПАТ «Володарки».

Для виконання факторного аналізу відобразимо вихідні дані в табл. 4.

Спираючись на зазначені дані, можна скласти дві факторні моделі:

$$1) y = d - c; \quad (1)$$

$$2) y = (a \cdot b) - c. \quad (2)$$

Ми використовуємо другу модель (змішану) (формула 2), оскільки вона більш детально показує вплив різних факторів на зміну валового прибутку на підприємстві.

Використовуючи метод ланцюгових підстановок – один із методів елімінування, розрахуємо вплив факторів на результативний показник (у).

Таким чином:

$$y_0 = (a_0 \times b_0) - c_0 = (438353 \times 0,103) - 40116 = 4922 \text{ тис. грн.} \quad (3)$$

$$y_1 = (a_1 \times b_1) - c_1 = (438368 \times 0,148) - 51835 = 15115 \text{ тис. грн.} \quad (4)$$

Умовні позначення:

$$y' = (a_1 \times b_0) - c_0 = (438368 \times 0,103) - 40116 = 5035,9 \text{ тис. грн.} \quad (5)$$

$$y'' = (a_1 \times b_1) - c_0 = (438368 \times 0,148) - 40116 = 26834 \text{ тис. грн.} \quad (6)$$

Вплив факторів:

– вплив обсягу реалізованої продукції в натуральному вимірнику:

$$\Delta y_a = y' - y_0 = 5035,9 - 4922 = 113,9 \text{ тис. грн.} \quad (7)$$

– вплив середньої реалізаційної вартості:

$$\Delta y_b = y'' - y' = 26834 - 5035,9 = 21798,1 \text{ тис. грн.} \quad (8)$$

– вплив собівартості реалізованої продукції:

$$\Delta y_c = y_1 - y'' = 15115 - 26834 = -11719 \text{ тис. грн.} \quad (9)$$

Перевірка:

$$\Delta y = y_1 - y_0 = \Delta y_a + \Delta y_b + \Delta y_c \quad (10)$$

$$15115 - 4922 = 113,9 + 21798,1 + (-11719) \text{ тис. грн.} \quad (11)$$

$$10193 = 10193 \text{ тис. грн.} \quad (12)$$

Отже, валовий прибуток від реалізації в 2014 р. порівняно з 2013 р. збільшився на 10 193 тис. грн. Це відбулося під впливом таких факторів:

1) у зв'язку зі збільшенням обсягу реалізації в натуральному вимірнику в 2014 р. порівняно з 2013 р. на 15 метрів погонних валовий прибуток від реалізації зріс у 2014 р. на 113,9 тис. грн.;

Таблиця 4

Вихідні дані для факторного аналізу впливу чинників на зміну валового прибутку від реалізації на ПАТ «Володарка» в 2014 р.

№ п/п	Показник	Вимірник	Умовні позначення	2013 р.	2014 р.	Абсолютне відхилення
1.	Загальний обсяг реалізованої продукції	тис. грн.	d	45038	66950	21912
2.	Обсяг реалізованої продукції у натуральному вимірнику	метри погонні	a	438353	438368	15
3.	Середня реалізаційна вартість продукції	тис. грн./м. погонні	b	0,103	0,148	0,045
4.	Собівартість реалізованої продукції	тис. грн.	c	40116	51835	11719
5.	Валовий прибуток від реалізації *	тис. грн.	y	4922	15115	10193

Примітка. Валовий прибуток відрізняється від вищезазначеного в звітності у зв'язку з вибіркою продукції (в обсяг реалізованої продукції в натуральному і грошовому вимірнику входять лише види продукції, що становлять більше 5% від усього обсягу реалізації), тобто не врахована реалізація продукції малими обсягами виробництва.

2) зі збільшенням середньої реалізаційної вартості продукції в 2014 р. на 0,045 тис. грн./метр погонний, валовий прибуток від реалізації збільшився в 2014 р. порівняно з 2013 р. на 21 798,1 тис. грн.;

3) у зв'язку зі зростанням собівартості реалізованої продукції на 11 719 тис. грн. у 2014 р. валовий прибуток від реалізації продукції зменшився в 2014 р. порівняно з попереднім роком на 11 719 тис. грн.

Тобто аналіз показав, що вартість затрачених ресурсів зростає повільнішими темпами (собівартість продукції), ніж ціна на реалізовану продукцію, тому ПАТ «Володарка» в 2014 р. отримало значно більший прибуток, ніж у попередніх роках.

Висновки. Ураховуючи результати виконаного аналізу виробництва та реалізації продукції на ПАТ «Володарка» в 2012–2014 рр. за асортиментом виготовленої продукції, можна запропонувати такі шляхи вдосконалення діяльності підприємства:

– аналізуючи споживчий попит на продукцію підприємства, рекомендується встановити реальну ціну на продукцію, але не нижчу, ніж собівартість виробництва, та збільшити обсяги виробництва тих видів продукції, на які існує найбільший попит на ринку споживання;

– здійснити помірне переоснащення виробничого обладнання, що дасть можливість також збільшити обсяг виробництва продукції;

– проаналізувати собівартість виробленої продукції та визначити можливі варіанти зниження собівартості продукції без критичного зниження якості виготовленої продукції на підприємстві;

– розширити асортимент продукції, що виготовляється на підприємстві, здійснивши для цього пере-кваліфікацію працівників, що дасть змогу залучити нових покупців та збільшити обсяги виробництва й реалізації продукції.

Список літератури:

1. Фінансова звітність ПАТ «Володарка» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.05502381.pat.ua/>.
2. Адвокатова Н.О. Дослідження сучасного стану підприємств легкої промисловості України / Н.О. Адвокатова // Економічні інновації. – 2012. – № 47. – С. 5–14.
3. Плотніченко І.Б. Сучасний стан та перспективи розвитку швейної промисловості України / І.Б. Плотніченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/17270/1/18-109-114.pdf>.
4. Нижик В.М., Шарко В.В. Сучасний стан та перспективи розвитку підприємств легкої промисловості / В.М. Нижик, В.В. Шарко // Інноваційна економіка. – 2012. – С. 41–46.
5. Виробництво основних видів промислової продукції по місяцях 2015 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/pr/ovp/ovp_u/ovp2015.htm.
6. Аналіз господарської діяльності : [навч. посіб. для студ. ВНЗ] / За заг. ред. І.В. Сіменко, Т.Д. Косової ; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Київ : ЦУЛ, 2013. – 384 с.