

УДК 338.1:330.4

С. М. Гайдено,
к. е. н., доцент, доцент кафедри підприємництва та бізнес-адміністрування,
Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0112-369X>
Д. В. Соколов,
старший викладач кафедри підприємництва та бізнес-адміністрування,
Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3237-0095>

DOI: 10.32702/2306-6792.2024.5.96

ОСОБЛИВОСТІ ФАКТОРНОГО МОДЕЛЮВАННЯ В КОНТЕКСТІ ОЦІНКИ ФІНАНСОВИХ ПОКАЗНИКІВ ПІДПРИЄМСТВ ШВЕЙНОГО БІЗНЕСУ

S. Haidenko,
PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Entrepreneurship
and Business Administration, O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv
D. Sokolov,
Senior Lecturer of the Department of Entrepreneurship and business administration
O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

FEATURES OF FACTOR MODELING V CONTEXTUAL ASSESSMENTS OF FINANCIAL INDICATORS GARMENT BUSINESS ENTERPRISES

Статтю присвячено дослідженню особливостей застосування факторного моделювання в межах оцінки фінансових показників підприємств швейного бізнесу. Методологічною та інформаційною основою роботи є матеріали періодичних видань, наукові праці, Internet-ресурси, публічна фінансова звітність ПрАТ "Хмільницька швейна фабрика "Лілея" за 2020 р. та 2022 р. У процесі проведення факторного аналізу фінансових показників підприємства швейного бізнесу використано логарифмічний метод факторного аналізу при побудові факторної моделі аналізованого показника (виручки від реалізації певного виду продукції). У статті визначено особливості використання логарифмічного методу факторного аналізу, охарактеризовано його основні переваги та недоліки. Визначено чинники, які визначатимуть створення відповідного механізму взаємозв'язку окремих складових, що включає розгляд відповідних фінансових показників згідно з основними видами реалізованої продукції ("білового одягу").

The article is devoted to the study of the features of the application of factor modeling within the framework of assessing the financial indicators of enterprises of the sewing business. The methodological and informational basis of the work is the materials of periodicals, scientific works, Internet resources, public financial reporting of PJSC Khmilnyskyi Shvejna Fabrika "Lileya" for 2020 and 2022. In the process of factor analysis of the financial indicators of the garment business enterprise, the logarithmic method of factor analysis was used in the construction of the factor model of the analyzed indicator (revenues from the sale of a certain type of product). The article defines the features of using the logarithmic method of factor analysis, describes its main advantages and disadvantages. The factors that will determine the creation of an appropriate mechanism for the interconnection of individual components, which includes consideration of relevant financial indicators according to the main types of sold products ("business clothes"), have been identified.

The article determines the impact of individual factors on the general change in financial indicators from the sale of a certain type of product (using the example of "business clothes") of PJSC "Khmelnytsia Sewing Factory "Lilya" based on the company's financial statements for 2020 and 2022. The relationship is graphically presented the influence of factors on the overall change in revenue from the sale of "business clothes" (blouses, dresses, vests and men's shirts). As part of determining the influence of factors on the general change in revenue from the sale of a certain type of product, a mathematical model for performing specific calculations was characterized, which includes the following indicators: revenue from the sale of the i -th type of "business clothing" product; the quantity of the i -th type of products sold and the average sales price of the i -th type of "business clothing" products. On the basis of the performed mathematical calculations, the final results were obtained, which reflect the absolute and relative influence of factors on the overall change in revenue from the sale of "business clothes" of PJSC "Khmelnytsia Sewing Factory "Lilya".

Ключові слова: факторне моделювання, швейний бізнес, логарифмічний метод, факторний аналіз, фінансові показники, підприємницька діяльність.

Key words: factor modeling, sewing business, logarithmic method, factor analysis, financial indicators, entrepreneurial activity.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЗАВДАННЯМИ

В умовах нестабільного бізнес-середовища значення факторного аналізу фінансових показників є важливим для виявлення основних тенденцій розвитку різних сегментів економіки держави та підприємств швейного бізнесу зокрема. Водночас зростає потреба підприємств швейного бізнесу в оцінці власного фінансового стану з метою підвищення якості прийняття рішень щодо ефективного управління фінансовими потоками та, як наслідок, підвищення рівня фінансової безпеки підприємства, а також пошук можливих напрямів їх розвитку. Поряд з цим реалізація фінансового потенціалу підприємств швейного бізнесу неможлива без формування базових підходів у системі моделювання фінансових показників на основі факторного аналізу, що пов'язано з впливом як зовнішніх, так і внутрішніх чинників. Враховуючи представлене, можна стверджувати, що застосування факторного моделювання для обґрунтування фінансової результативності діяльності підприємства та перевірки її на економіко-математичних моделях є досить актуальним завданням.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Теоретичні підходи щодо оцінки показників фінансової результативності діяльності підприємств швейного бізнесу висвітлені у наукових працях багатьох вчених: О. В. Батрак [1], Т. Є. Воронкова, Л. А. Маслюк [3], Т. М. Янко-вець, А. С. Бондаренко [8] та ін. Практичні основи застосування факторного моделювання фінансових показників діяльності підприєм-

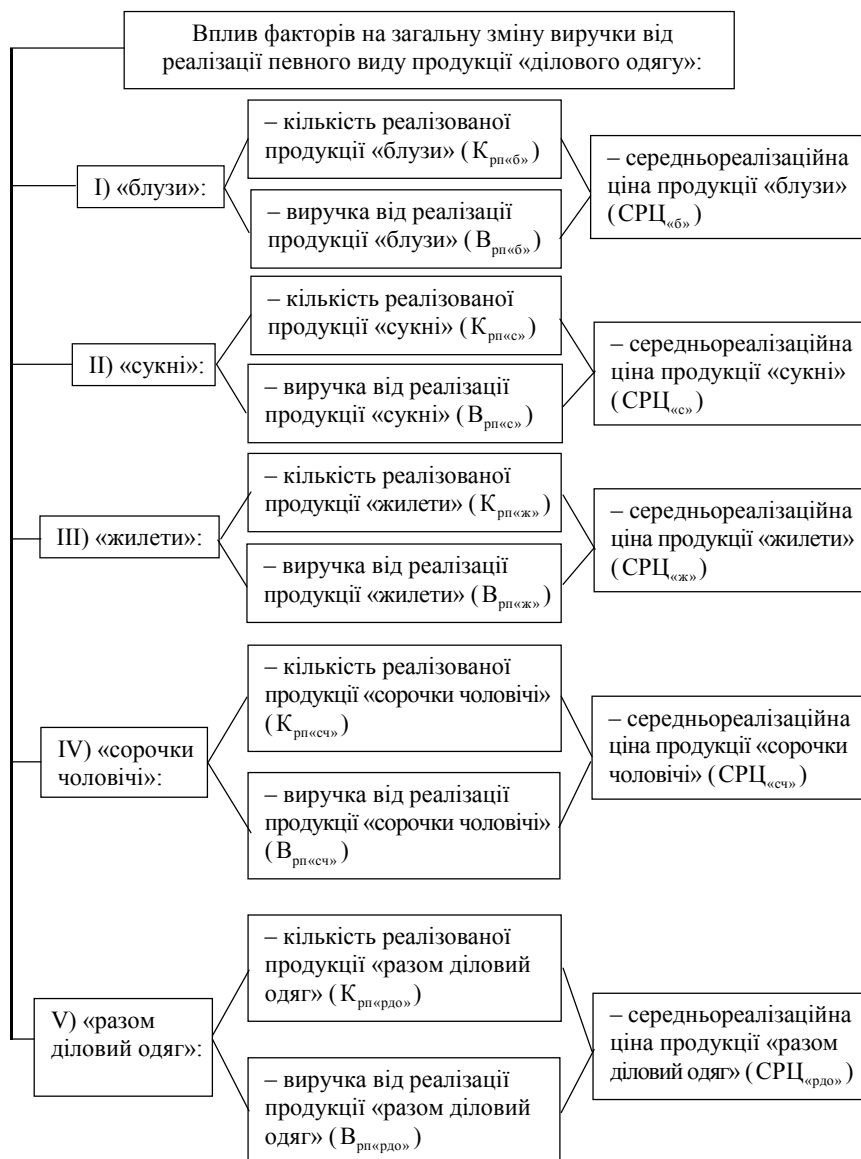
ства висвітлені в роботах С. І. Бегун [2], С. В. Іванов [4], А. М. Поддєрьогін, С. В. Скочій [5], І. Спільник, Л. Шупа [6], поряд з цим питання оцінки фінансових показників підприємств швейного бізнесу в межах аналізу економіко-статистичних моделей у ході проведення факторного моделювання залишилися поза увагою дослідників.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Мета статті полягає у застосуванні факторного моделювання в межах оцінки фінансових показників підприємств швейного бізнесу (на прикладі ПрАТ "Хмельницька швейна фабрика "Лілея", м. Хмельник), спираючись на дані фінансової звітності.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Сутність факторного моделювання полягає у встановленні взаємозв'язків між результативним показником і чинниками, що на нього впливають (взаємозалежність виражається за допомогою формул). Факторне моделювання включає: вибір чинників впливу на досліджувані показники; виявлення залежності між аналізованим показником і чинником та визначення виду взаємозв'язку; побудову факторної моделі. Водночас зазначимо, що за допомогою факторного аналізу з'ясовують, за рахунок яких чинників відбувається формування фінансових показників підприємницької діяльності підприємства, визначають найважливіші чинники, які мають найбільш вагомий вплив на формування фінансових результатів діяльності підприємства. Від цього багато в чому залежить успіх фінансово-господарської діяльності підприємства та перспективи розвитку в цілому.



Рису. 1. Взаємозв'язок впливу факторів на загальну зміну виручки від реалізації певного виду продукції "ділового одягу"

Для проведення факторного аналізу фінансових показників підприємства скористаємося логарифмічним методом факторного аналізу при побудові факторної моделі аналізованого показника. Особливістю логарифмічного методу факторного аналізу є те, що при його використанні не потрібно встановлювати порядок дії чинників (як у методі ланцюгових підстановок). До переваг логарифмічного методу можна віднести високу точність, а також розподіл сумарної дії чинників пропорційно частці ізольованого впливу кожного чинника на рівні результативного показника. У той же час даний метод має і недоліки, основний з яких полягає в тому, що він не є універсальним, оскільки не може бути використаний для аналізу всіх типів моделей факторної системи. Як результат, логарифміч-

ний метод використовується для вирішення задачі прямого детермінованого факторного аналізу лише з мультиплікативними факторними системами.

У роботі визначення впливу окремих факторів на загальну зміну фінансових показників від реалізації певного виду продукції швейного підприємства (розглянемо "діловий одяг") виконаємо на прикладі конкретного підприємства — ПрАТ "Хмільницька швейна фабрика "Лілея", для цього використаємо фінансову звітність підприємства за 2020 р. та 2022 рр. (<http://00308637.pat.ua/emitents/reports/year/2022/>). Аналіз факторів, які визначатимуть створення відповідного механізму взаємозв'язку окремих складових включає розгляд відповідних фінансових показників згідно з основними видами продукції "ділового одягу":

I) «блузи»:

— кількість реалізованої продукції "блузи" ($K_{рп«б»}$);

— середньореалізаційна ціна продукції "блузи" ($СПЦ_{«б»}$);

— виручка від реалізації продукції "блузи" ($V_{рп«б»}$);

II) "сукні":

— кількість реалізованої продукції "сукні" ($K_{рп«с»}$);

— середньореалізаційна

ціна продукції "сукні" ($СПЦ_{«с»}$);

— виручка від реалізації продукції "сукні" ($V_{рп«с»}$);

III) "жилети":

— кількість реалізованої продукції "жилети" ($K_{рп«ж»}$);

— середньореалізаційна ціна продукції "жилети" ($СПЦ_{«ж»}$);

— виручка від реалізації продукції "жилети" ($V_{рп«ж»}$);

IV) "сорочки чоловічі":

— кількість реалізованої продукції "сорочки чоловічі" ($K_{рп«сч»}$);

Таблиця 2. Інформаційні додаткові дані для визначення впливу факторів на загальну зміну виручки від реалізації певного виду продукції "ділового одягу" (логарифмічним методом факторного аналізу)

Фактори	Умовні позначення	Одиниці виміру	2020 р.	2022 р.
Кількість реалізованої продукції «блузи»	$K_{rp\langle б \rangle}$	од.	818	803
Середньореалізаційна ціна продукції «блузи»	$CP_{\langle б \rangle}$	грн / од.	108,68	137,24
Виручка від реалізації продукції «блузи»	$V_{rp\langle б \rangle}$	тис. грн	88,9	110,2
Кількість реалізованої продукції «сукні»	$K_{rp\langle с \rangle}$	од.	413	401
Середньореалізаційна ціна продукції «сукні»	$CP_{\langle с \rangle}$	грн / од.	161,50	206,98
Виручка від реалізації продукції «сукні»	$V_{rp\langle с \rangle}$	тис. грн	66,7	83,0
Кількість реалізованої продукції «жилети»	$K_{rp\langle ж \rangle}$	од.	716	701
Середньореалізаційна ціна продукції «жилети»	$CP_{\langle ж \rangle}$	грн / од.	448,32	569,90
Виручка від реалізації продукції «жилети»	$V_{rp\langle ж \rangle}$	тис. грн	321,0	399,5
Кількість реалізованої продукції «сорочки чоловічі»	$K_{rp\langle сч \rangle}$	од.	2335	2302
Середньореалізаційна ціна продукції «сорочки чоловічі»	$CP_{\langle сч \rangle}$	грн / од.	519,40	655,65
Виручка від реалізації «сорочки чоловічі»	$V_{rp\langle сч \rangle}$	тис. грн	1212,8	1509,3
Кількість реалізованої продукції «разом діловий одяг»	$K_{rp\langle рдо \rangle}$	од.	4282	4207
Середньореалізаційна ціна продукції «разом діловий одяг»	$CP_{\langle рдо \rangle}$	грн / од.	394,54	499,64
Виручка від реалізації продукції «разом діловий одяг»	$V_{rp\langle рдо \rangle}$	тис. грн	1689,4	2102,0

— середньореалізаційна ціна продукції "сорочки чоловічі" ($CP_{\langle сч \rangle}$);

— виручка від реалізації продукції "сорочки чоловічі" ($V_{rp\langle сч \rangle}$);

V) "разом діловий одяг":

— кількість реалізованої продукції "разом діловий одяг" ($K_{rp\langle рдо \rangle}$);

— середньореалізаційна ціна продукції "разом діловий одяг" ($CP_{\langle рдо \rangle}$);

— виручка від реалізації продукції "разом діловий одяг" ($V_{rp\langle рдо \rangle}$).

Варто побудувати певний взаємозв'язок між вище наведеними показниками у вигляді блок-схеми (див. рис. 1). Діагностуючи підхід визначення впливу факторів на загальну зміну виручки від реалізації певного виду продукції "ділового одягу", доречно навести математичну модель для виконання конкретних обчислень:

$$V_{rp\langle до \rangle} = K_{rp\langle до \rangle} * CP_{\langle до \rangle}$$

де $V_{rp\langle до \rangle}$ — виручка від реалізації і-го виду продукції "ділового одягу", тис. грн;

$K_{rp\langle до \rangle}$ — кількість реалізованого і-го виду продукції, од.;

$CP_{\langle до \rangle}$ — середньореалізаційна ціна і-го виду продукції, грн / од.

Обґрунтовуючи далі підвищення ефективності функціонування швейного підприємства за рахунок застосування моделі визначення впливу факторів на зміну обсягу реалізації видів ділового одягу, потрібно впевнено зазначити, що для розрахунків їх абсолютного впливу не завадить скористатися логарифмічним методом факторного аналізу. Підґрунтям для майбутніх розрахунків повинна стати наявність ґрунтовно проробленої інформації, з точки зору основних і додаткових даних (див. табл. 1 і табл. 2).

На основі даних табл. 1, 2 в першу чергу розраховується абсолютний вплив факторів на загальну зміну виручки від реалізації певного виду продукції "ділового одягу":

а) "блузи" (в наслідок зміни):

— кількості реалізованої продукції "блузи":

$$\pm \Delta V_{rp\langle б \rangle}^{K_{rp\langle б \rangle}} = \pm \Delta V_{rp\langle б \rangle} * \frac{\log I_{V_{rp\langle б \rangle}^{K_{rp\langle б \rangle}}}}{\log I_{V_{rp\langle б \rangle}}}$$

$$\pm \Delta V_{rp\langle б \rangle}^{K_{rp\langle б \rangle}} = 21,3 * \frac{-0,0080378}{0,0932799} = -1,8 \text{ тис. грн}$$

— середньореалізаційної ціни продукції "блузи":

$$\pm \Delta V_{rp\langle б \rangle}^{CP_{\langle б \rangle}} = \pm \Delta V_{rp\langle б \rangle} * \frac{\log I_{V_{rp\langle б \rangle}^{CP_{\langle б \rangle}}}}{\log I_{V_{rp\langle б \rangle}}}$$

$$\pm \Delta V_{rp\langle б \rangle}^{CP_{\langle б \rangle}} = 21,3 * \frac{0,1013311}{0,0932799} = 23,1 \text{ тис. грн}$$

— сумарного абсолютного впливу всіх факторів на загальну зміну виручки від реалізації продукції "блузи" та рівняється загальному абсолютному відхиленню за оцінюваним показником використаної моделі ($\sum \pm \Delta V_{rp\langle б \rangle}$):

$$\sum \pm \Delta V_{rp\langle б \rangle} = \pm \Delta V_{rp\langle б \rangle}^{K_{rp\langle б \rangle}} + \pm \Delta V_{rp\langle б \rangle}^{CP_{\langle б \rangle}}$$

$$\sum \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{сб} \rangle} = -1,8 + 23,1 = 21,3 \text{ тис. грн}$$

б) "сукні" (в наслідок зміни):

— кількості реалізованої продукції "сукні":

$$\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}^{K_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}} = \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle} * \frac{\log I_{B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}}^{K_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}}}{\log I_{B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}}}$$

$$\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}^{K_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}} = 16,3 * \frac{-0,0128057}{0,0949523} = -2,2 \text{ тис. грн}$$

— середньореалізаційної ціни продукції "сукні":

$$\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}^{C_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}} = \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle} * \frac{\log I_{B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}}^{C_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}}}{\log I_{B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}}}$$

$$\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}^{C_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}} = 16,3 * \frac{0,1077559}{0,0949523} = 18,5 \text{ тис. грн}$$

— сумарного абсолютного впливу всіх факторів на загальну зміну виручки від реалізації продукції "сукні" та рівняється загальному абсолютному відхиленню за оцінюваним показником використаної моделі ($\sum \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}$):

$$\sum \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle} = \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}^{K_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}} + \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}^{C_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}}$$

$$\sum \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle} = -2,2 + 18,5 = 16,3 \text{ тис. грн}$$

в) "жилети" (в наслідок зміни):

— кількості реалізованої продукції "жилети":

$$\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}^{K_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}} = \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle} * \frac{\log I_{B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}}^{K_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}}}{\log I_{B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}}}$$

$$\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}^{K_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}} = 78,5 * \frac{-0,0091950}{0,0950118} = -7,6 \text{ тис. грн}$$

— середньореалізаційної ціни продукції "жилети":

$$\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}^{C_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}} = \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle} * \frac{\log I_{B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}}^{C_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}}}{\log I_{B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}}}$$

$$\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}^{C_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}} = 78,5 * \frac{0,1042105}{0,0950118} = 86,1 \text{ тис. грн}$$

— сумарного абсолютного впливу всіх факторів на загальну зміну виручки від реалізації продукції "жилети" та рівняється загальному абсолютному відхиленню за оцінюваним показником використаної моделі ($\sum \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}$):

$$\sum \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle} = \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}^{K_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}} + \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}^{C_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}}$$

$$\sum \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle} = -7,6 + 86,1 = 78,5 \text{ тис. грн}$$

г) "сорочки чоловічі" (в наслідок зміни):

Таблиця 2. Інформаційні додаткові дані для визначення впливу факторів на загальну зміну виручки від реалізації певного виду продукції "ділового одягу" (логарифмічним методом факторного аналізу)

Фактори	Одиниці виміру	2020 р.	2022 р.	$\pm \Delta_i$	I_i	$\log_i$
$K_{\text{рп} \langle \text{б} \rangle}$	од.	818	803	-15	0,9816626	-0,0080378
$C_{\text{рп} \langle \text{б} \rangle}$	грн / од.	108,68	137,24	28,56	1,2627898	0,1013311
$B_{\text{рп} \langle \text{б} \rangle}$	тис. грн	88,9	110,2	21,3	1,2395951	0,0932799
$K_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}$	од.	413	401	-12	0,9709443	-0,0128057
$C_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}$	грн / од.	161,50	206,98	45,48	1,2816099	0,1077559
$B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}$	тис. грн	66,7	83,0	16,3	1,2443778	0,0949523
$K_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}$	од.	716	701	-15	0,9790503	-0,0091950
$C_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}$	грн / од.	448,32	569,90	121,58	1,2711902	0,1042105
$B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}$	тис. грн	321,0	399,5	78,5	1,2445483	0,0950118
$K_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}$	од.	2335	2302	-33	0,9858672	-0,0061816
$C_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}$	грн / од.	519,40	655,65	136,25	1,2623219	0,1011701
$B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}$	тис. грн	1212,8	1509,3	296,5	1,2444756	0,0949864
$K_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}$	од.	4282	4207	-75	0,9824848	-0,0076742
$C_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}$	грн / од.	394,54	499,64	105,10	1,2663862	0,1025662
$B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}$	тис. грн	1689,4	2102,0	412,6	1,2436368	0,0946936

— кількості реалізованої продукції "сорочки чоловічі":

$$\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}^{K_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}} = \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle} * \frac{\log I_{B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}}^{K_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}}}{\log I_{B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}}}$$

$$\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}^{K_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}} = 296,5 * \frac{-0,0061816}{0,0949864} = -19,3 \text{ тис. грн}$$

— середньореалізаційної ціни продукції "сорочки чоловічі":

$$\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}^{C_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}} = \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle} * \frac{\log I_{B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}}^{C_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}}}{\log I_{B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}}}$$

$$\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}^{C_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}} = 296,5 * \frac{0,1011701}{0,0949864} = 315,8 \text{ тис. грн}$$

— сумарного абсолютного впливу всіх факторів на загальну зміну виручки від реалізації продукції "сорочки чоловічі" та рівняється загальному абсолютному відхиленню за оцінюваним показником використаної моделі ($\sum \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}$):

$$\sum \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle} = \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}^{K_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}} + \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}^{C_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}}$$

$$\sum \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle} = -19,3 + 315,8 = 296,5 \text{ тис. грн}$$

д) "разом діловий одяг" (в наслідок зміни):

— кількості реалізованої продукції "разом діловий одяг":

$$\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}^{\text{К}} = \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle} * \frac{\log I_{B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}^{\text{К}}}}{\log I_{B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}}}$$

$$\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}^{\text{К}} = 412,6 * \frac{-0,0076742}{0,0946936} = -33,8 \text{ тис. грн}$$

— середньореалізаційної ціни продукції "разом діловий одяг":

$$\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}^{\text{СРЦ}} = \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle} * \frac{\log I_{B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}^{\text{СРЦ}}}}{\log I_{B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}}}$$

$$\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}^{\text{СРЦ}} = 412,6 * \frac{0,1025662}{0,0946936} = 446,4 \text{ тис. грн}$$

— сумарного абсолютного впливу всіх факторів на загальну зміну виручки від реалізації продукції "разом діловий одяг" та рівняється загальному абсолютному відхиленню за оцінюваним показником використаної моделі ($\sum \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}$):

$$\sum \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle} = \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}^{\text{К}} + \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}^{\text{СРЦ}}$$

$$\sum \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle} = -33,8 + 446,4 = 412,6 \text{ тис. грн}$$

По-друге, розраховується відносний вплив факторів на загальну зміну виручки від реалізації певного виду продукції "ділового одягу":

а) "блузи" (в наслідок зміни):

— кількості реалізованої продукції "блузи":

$$\pm vB_{\text{рп} \langle \text{б} \rangle}^{\text{К}} = \frac{\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{б} \rangle}^{\text{К}}}{B_{\text{рп} \langle \text{б} \rangle}^0} * 100\%$$

$$\pm vB_{\text{рп} \langle \text{б} \rangle}^{\text{К}} = \frac{-1,8}{88,9} * 100\% = -2,02\%$$

— середньореалізаційної ціни продукції "блузи":

$$\pm vB_{\text{рп} \langle \text{б} \rangle}^{\text{СРЦ}} = \frac{\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{б} \rangle}^{\text{СРЦ}}}{B_{\text{рп} \langle \text{б} \rangle}^0} * 100\%$$

$$\pm vB_{\text{рп} \langle \text{б} \rangle}^{\text{СРЦ}} = \frac{23,1}{88,9} * 100\% = 25,98\%$$

— сумарного відносного впливу всіх факторів на загальну зміну виручки від реалізації продукції "блузи" та рівняється загальному відносному відхиленню за оцінюваним показником використаної моделі ($\sum \pm vB_{\text{рп} \langle \text{б} \rangle}$):

$$\sum \pm vB_{\text{рп} \langle \text{б} \rangle} = \pm vB_{\text{рп} \langle \text{б} \rangle}^{\text{К}} + \pm vB_{\text{рп} \langle \text{б} \rangle}^{\text{СРЦ}}$$

$$\sum \pm vB_{\text{рп} \langle \text{б} \rangle} = -2,02 + 25,98 = 23,96\%$$

$$\sum \pm vB_{\text{рп} \langle \text{б} \rangle} = \frac{\sum \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{б} \rangle}}{B_{\text{рп} \langle \text{б} \rangle}^0} * 100\%$$

$$\sum \pm vB_{\text{рп} \langle \text{б} \rangle} = \frac{21,3}{88,9} * 100\% = 23,96\%$$

б) "сукні" (в наслідок зміни):

— кількості реалізованої продукції "сукні":

$$\pm vB_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}^{\text{К}} = \frac{\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}^{\text{К}}}{B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}^0} * 100\%$$

$$\pm vB_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}^{\text{К}} = \frac{-2,2}{66,7} * 100\% = -3,30\%$$

— середньореалізаційної ціни продукції "сукні":

$$\pm vB_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}^{\text{СРЦ}} = \frac{\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}^{\text{СРЦ}}}{B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}^0} * 100\%$$

$$\pm vB_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}^{\text{СРЦ}} = \frac{18,5}{66,7} * 100\% = 27,74\%$$

— сумарного відносного впливу всіх факторів на загальну зміну виручки від реалізації продукції "сукні" та рівняється загальному відносному відхиленню за оцінюваним показником використаної моделі ($\sum \pm vB_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}$):

$$\sum \pm vB_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle} = \pm vB_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}^{\text{К}} + \pm vB_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}^{\text{СРЦ}}$$

$$\sum \pm vB_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle} = -3,30 + 27,74 = 24,44\%$$

$$\sum \pm vB_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle} = \frac{\sum \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}}{B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}^0} * 100\%$$

$$\sum \pm vB_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle} = \frac{13,6}{66,7} * 100\% = 24,44\%$$

в) "жилети" (в наслідок зміни):

— кількості реалізованої продукції "жилети":

$$\pm vB_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}^{\text{К}} = \frac{\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}^{\text{К}}}{B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}^0} * 100\%$$

$$\pm vB_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}^{\text{К}} = \frac{-7,6}{321,0} * 100\% = -2,37\%$$

— середньореалізаційної ціни продукції "жилети":

$$\pm vB_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}^{\text{СРЦ}} = \frac{\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}^{\text{СРЦ}}}{B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}^0} * 100\%$$

$$\pm vB_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}^{\text{СРЦ}} = \frac{86,1}{321,0} * 100\% = 26,82\%$$

— сумарного відносного впливу всіх факторів на загальну зміну виручки від реалізації продукції "жилети" та рівняється загальному відносному відхиленню за оцінюваним показником використаної моделі ($\sum \pm vB_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}$):

$$\sum \pm vB_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle} = \pm vB_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}^K + \pm vB_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}^{\text{СПЦ}}$$

$$\sum \pm vB_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle} = -2,37 + 26,82 = 24,45\%$$

$$\sum \pm vB_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle} = \frac{\sum \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}}{B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}^0} * 100\%$$

$$\sum \pm vB_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle} = \frac{78,5}{321,0} * 100\% = 24,45\%$$

г) "сорочки чоловічі" (в наслідок зміни):

— кількості реалізованої продукції "сорочки чоловічі":

$$\pm vB_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}^K = \frac{\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}^K}{B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}^0} * 100\%$$

$$\pm vB_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}^K = \frac{-19,3}{1212,8} * 100\% = -1,59\%$$

— середньореалізаційної ціни продукції "сорочки чоловічі":

$$\pm vB_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}^{\text{СПЦ}} = \frac{\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}^{\text{СПЦ}}}{B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}^0} * 100\%$$

$$\pm vB_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}^{\text{СПЦ}} = \frac{315,8}{1212,8} * 100\% = 26,04\%$$

— сумарного відносного впливу всіх факторів на загальну зміну виручки від реалізації продукції "сорочки чоловічі" та рівняється загальному відносному відхиленню за оцінюваним показником використаної моделі ($\sum \pm vB_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}$):

$$\sum \pm vB_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle} = \pm vB_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}^K + \pm vB_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}^{\text{СПЦ}}$$

$$\sum \pm vB_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle} = -1,59 + 26,04 = 24,45\%$$

$$\sum \pm vB_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle} = \frac{\sum \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}}{B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}^0} * 100\%$$

$$\sum \pm vB_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle} = \frac{296,5}{1212,8} * 100\% = 24,45\%$$

д) "разом діловий одяг" (в наслідок зміни):

— кількості реалізованої продукції "разом діловий одяг":

$$\pm vB_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}^K = \frac{\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}^K}{B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}^0} * 100\%$$

$$\pm vB_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}^K = \frac{-33,8}{1689,4} * 100\% = -2,00\%$$

— середньореалізаційної ціни продукції "разом діловий одяг":

$$\pm vB_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}^{\text{СПЦ}} = \frac{\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}^{\text{СПЦ}}}{B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}^0} * 100\%$$

$$\pm vB_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}^{\text{СПЦ}} = \frac{446,4}{1689,4} * 100\% = 26,42\%$$

— сумарного відносного впливу всіх факторів на загальну зміну виручки від реалізації продукції "разом діловий одяг" та рівняється загальному відносному відхиленню за оцінюваним показником використаної моделі ($\sum \pm vB_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}$):

$$\sum \pm vB_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle} = \pm vB_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}^K + \pm vB_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}^{\text{СПЦ}}$$

$$\sum \pm vB_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle} = -2,00 + 26,42 = 24,42\%$$

$$\sum \pm vB_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle} = \frac{\sum \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}}{B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}^0} * 100\%$$

$$\sum \pm vB_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle} = \frac{412,6}{1689,45} * 100\% = 24,42\%$$

По-третє, розраховується структура впливу факторів на загальну зміну виручки від реалізації певного виду продукції "ділового одягу":

а) "блузи" (в наслідок зміни):

— кількості реалізованої продукції "блузи":

$$\pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{б} \rangle}^K = \frac{\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{б} \rangle}^K}{\sum \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{б} \rangle}} * 100\%$$

$$\pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{б} \rangle}^K = \frac{-1,8}{21,3} * 100\% = -8,45\%$$

— середньореалізаційної ціни продукції "блузи":

$$\pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{б} \rangle}^{\text{СПЦ}} = \frac{\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{б} \rangle}^{\text{СПЦ}}}{\sum \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{б} \rangle}} * 100\%$$

$$\pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{б} \rangle}^{\text{СПЦ}} = \frac{23,1}{21,3} * 100\% = 108,45\%$$

— сумарної структури впливу всіх факторів на загальну зміну виручки від реалізації продукції "блузи" та рівняється в загальному визначенні 100% за оцінюваним показником використаної моделі ($\sum \pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{б} \rangle}$):

$$\sum \pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{б} \rangle} = \pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{б} \rangle}^K + \pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{б} \rangle}^{\text{СПЦ}}$$

$$\sum \pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{б} \rangle} = -8,45 + 108,45 = 100\%$$

б) "сукні" (в наслідок зміни):
— кількості реалізованої продукції "сукні":

$$\pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}^{\text{Крп} \langle \text{с} \rangle} = \frac{\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}^{\text{Крп} \langle \text{с} \rangle}}{\sum \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}} * 100\%$$

$$\pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}^{\text{Крп} \langle \text{с} \rangle} = \frac{-2,2}{16,3} * 100\% = -13,50\%$$

— середньореалізаційної ціни продукції "сукні":

$$\pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}^{\text{СРЦ} \langle \text{с} \rangle} = \frac{\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}^{\text{СРЦ} \langle \text{с} \rangle}}{\sum \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}} * 100\%$$

$$\pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}^{\text{СРЦ} \langle \text{с} \rangle} = \frac{18,5}{16,3} * 100\% = 113,50\%$$

— сумарної структури впливу всіх факторів на загальну зміну виручки від реалізації продукції "сукні" та рівняється в загальному визначенні 100% за оцінюванням показником використаної моделі ($\sum \pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}$):

$$\sum \pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle} = \pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}^{\text{Крп} \langle \text{с} \rangle} + \pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle}^{\text{СРЦ} \langle \text{с} \rangle}$$

$$\sum \pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{с} \rangle} = -13,50 + 113,50 = 100\%$$

в) "жилети" (в наслідок зміни):
— кількості реалізованої продукції "жилети":

$$\pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}^{\text{Крп} \langle \text{ж} \rangle} = \frac{\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}^{\text{Крп} \langle \text{ж} \rangle}}{\sum \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}} * 100\%$$

$$\pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}^{\text{Крп} \langle \text{ж} \rangle} = \frac{-7,6}{78,5} * 100\% = -9,68\%$$

— середньореалізаційної ціни продукції "жилети":

$$\pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}^{\text{СРЦ} \langle \text{ж} \rangle} = \frac{\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}^{\text{СРЦ} \langle \text{ж} \rangle}}{\sum \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}} * 100\%$$

$$\pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}^{\text{СРЦ} \langle \text{ж} \rangle} = \frac{86,1}{78,5} * 100\% = 109,68\%$$

— сумарної структури впливу всіх факторів на загальну зміну виручки від реалізації продукції "жилети" та рівняється в загальному визначенні 100% за оцінюванням показником використаної моделі ($\sum \pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}$):

$$\sum \pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle} = \pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}^{\text{Крп} \langle \text{ж} \rangle} + \pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle}^{\text{СРЦ} \langle \text{ж} \rangle}$$

$$\sum \pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{ж} \rangle} = -9,68 + 109,68 = 100\%$$

г) "сорочки чоловічі" (в наслідок зміни):
— кількості реалізованої продукції "сорочки чоловічі":

$$\pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}^{\text{Крп} \langle \text{сч} \rangle} = \frac{\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}^{\text{Крп} \langle \text{сч} \rangle}}{\sum \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}} * 100\%$$

$$\pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}^{\text{Крп} \langle \text{сч} \rangle} = \frac{-19,3}{296,5} * 100\% = -6,51\%$$

— середньореалізаційної ціни продукції "сорочки чоловічі":

$$\pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}^{\text{СРЦ} \langle \text{сч} \rangle} = \frac{\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}^{\text{СРЦ} \langle \text{сч} \rangle}}{\sum \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}} * 100\%$$

$$\pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}^{\text{СРЦ} \langle \text{сч} \rangle} = \frac{315,8}{296,5} * 100\% = 106,51\%$$

— сумарної структури впливу всіх факторів на загальну зміну виручки від реалізації продукції "сорочки чоловічі" та рівняється в загальному визначенні 100% за оцінюванням показником використаної моделі ($\sum \pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}$):

$$\sum \pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle} = \pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}^{\text{Крп} \langle \text{сч} \rangle} + \pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle}^{\text{СРЦ} \langle \text{сч} \rangle}$$

$$\sum \pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{сч} \rangle} = -6,51 + 106,51 = 100\%$$

д) "разом діловий одяг" (в наслідок зміни):
— кількості реалізованої продукції "разом діловий одяг":

$$\pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}^{\text{Крп} \langle \text{рдо} \rangle} = \frac{\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}^{\text{Крп} \langle \text{рдо} \rangle}}{\sum \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}} * 100\%$$

$$\pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}^{\text{Крп} \langle \text{рдо} \rangle} = \frac{-33,8}{412,6} * 100\% = -8,19\%$$

— середньореалізаційної ціни продукції "разом діловий одяг":

$$\pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}^{\text{СРЦ} \langle \text{рдо} \rangle} = \frac{\pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}^{\text{СРЦ} \langle \text{рдо} \rangle}}{\sum \pm \Delta B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}} * 100\%$$

$$\pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}^{\text{СРЦ} \langle \text{рдо} \rangle} = \frac{446,4}{412,6} * 100\% = 108,19\%$$

— сумарної структури впливу всіх факторів на загальну зміну виручки від реалізації продукції "разом діловий одяг" та рівняється в загальному визначенні 100% за оцінюванням показником використаної моделі ($\sum \pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}$):

$$\sum \pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle} = \pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}^{\text{Крп} \langle \text{рдо} \rangle} + \pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle}^{\text{СРЦ} \langle \text{рдо} \rangle}$$

$$\sum \pm \gamma B_{\text{рп} \langle \text{рдо} \rangle} = -8,19 + 108,19 = 100\%$$

На основі виконаних математичних обчислень отримано кінцеві результати, що відображають вплив факторів на загальну зміну виручки від реалізації певного виду продукції "ділового одягу" ПрАТ "Хмільницька швейна фабрика "Лілея" (див. табл. 3).

Таблиця 3. Результати оцінки впливу факторів на загальну зміну виручки від реалізації певного виду продукції "ділового одягу"

Фактори	Вплив факторів:		Структура впливу факторів, %
	абсолютний, тис. грн	відносний, %	
а) загальна зміна виручки від реалізації продукції «блузи» (в наслідок зміни):	21,3	23,96	100
— кількості реалізованої продукції «блузи»	-1,8	-2,02	-8,45
— середньореалізаційної ціни продукції «блузи»	23,1	25,98	108,45
б) загальна зміна виручки від реалізації продукції «сукні» (в наслідок зміни):	16,3	24,44	100
— кількості реалізованої продукції «сукні»	-2,2	-3,30	-13,50
— середньореалізаційної ціни продукції «сукні»	18,5	27,74	113,50
в) загальна зміна виручки від реалізації продукції «жилети» (в наслідок зміни):	78,5	24,45	100
— кількості реалізованої продукції «жилети»	-7,6	-2,37	-9,68
— середньореалізаційної ціни продукції «жилети»	86,1	26,82	109,68
г) загальна зміна виручки від реалізації продукції «сорочки чоловічі» (в наслідок зміни):	296,5	24,45	100
— кількості реалізованої продукції «сорочки чоловічі»	-19,3	-1,59	-6,51
— середньореалізаційної ціни продукції «сорочки чоловічі»	315,8	26,04	106,51
д) загальна зміна виручки від реалізації продукції «разом діловий одяг» (в наслідок зміни):	412,6	24,42	100
— кількості реалізованої продукції «разом діловий одяг»	-33,8	-2,00	-8,19
— середньореалізаційної ціни продукції «разом діловий одяг»	446,4	26,42	108,19

Оцінюючи представлені дані табл. 3 можна наголосити на тому, що результати кінцевого розрахунку відображали вплив факторів на:

а) загальну зміну виручки від реалізації продукції "блузи", яка характеризує це, в тому що вона в 2022 р. у порівнянні з 2020 р. підвищилася на 21,3 тис. грн, або на 23,96% і перш за все це спостерігалось, за рахунок впливу:

— зменшення кількості реалізованої продукції "блузи" відображалось від'ємною величиною, яка дорівнювала -1,8 тис. грн, або -2,02%, а в структурі складало -8,45%;

— зростання середньореалізаційної ціни продукції "блузи" представлялося позитивним значенням, яке складало 23,1 тис. грн, або 25,98%, а в структурі дорівнювало 108,45%;

б) загальну зміну виручки від реалізації продукції "сукні", яка представляє це, в тому що вона в 2022 р. відносно 2020 р. збільшилася на 16,3 тис. грн, чи на 24,44% і, як правило це віддзеркалювалося під наступним впливом факторів:

— скорочення кількості реалізованої продукції "сукні" мало знак "-" та складало -2,2 тис. грн, чи -3,30%, а в структурі дорівнювало -13,50%;

— підвищення середньореалізаційної ціни продукції "сукні" мало знак "+" та було рівним 18,5 тис. грн, чи 27,74%, а в структурі мали 113,50%;

в) загальну зміну виручки від реалізації продукції "жилети", яка характеризує це, в тому що вона в 2022 р. у порівнянні з 2020 р. зросла на 78,5 тис. грн, або на 24,45% і перш за все це спостерігалось, за рахунок впливу:

— зменшення кількості реалізованої продукції "жилети" відображалось від'ємною величиною, яка дорівнювала -7,6 тис. грн, або -2,37%, а в структурі складало -9,68%;

— збільшення середньореалізаційної ціни продукції "жилети" представлялося позитивним значенням, яке складало 86,1 тис. грн, або 26,82%, а в структурі дорівнювало 109,68%;

г) загальну зміну виручки від реалізації продукції "сорочки чоловічі", яка представляє це, в тому що вона в 2022 р. відносно 2020 р. підвищилася на 296,5 тис. грн, чи на 24,45% і, як правило це віддзеркалювалося під наступним впливом факторів:

— зниження кількості реалізованої продукції "сорочки чоловічі" мало знак "-" та складало -19,3 тис. грн, чи -1,59%, а в структурі дорівнювало -6,51%;

— зростання середньореалізаційної ціни продукції "сорочки чоловічі" мало знак "+" та було рівним 315,8 тис. грн, чи 26,04%, а в структурі мали 106,51%;

д) загальну зміну виручки від реалізації продукції "разом діловий одяг", яка зображувала це, в тому що вона в 2022 р. співвідносячи з 2020 р. збільшилася на 412,6 тис. грн, або на 24,42% і відбулося це під впливом:

— скорочення кількості реалізованої продукції "разом діловий одяг" в неефективній величині, яка досягла значення -33,8 тис. грн, або -2,00%, а в структурі отримали -8,19%;

— підвищення середньореалізаційної ціни продукції "разом діловий одяг" в ефективному значенні, яке прийняло величину 446,4 тис. грн, або 26,42%, а в структурі прийняло міру в 108,19%.

В кінцевому підсумку щодо виконаних математичних обчислень, які спрямовані на отримання фінальних результатів впливу факторів на загальну зміну виручки від реалізації всіх різновидів продукції "ділового одягу" ПрАТ "Хмільницька швейна фабрика "Лілея", слід відзначити наступне за:

— кількістю реалізованої продукції, яка знижувалася було отримано "мінусову" величину абсолютного й відносного впливу та їх структури, що в остаточному наслідку призвело до зменшення виручки та відображалось на погіршенні кінцевих фінансових результатів обраного підприємства;

— середньореалізаційною ціною продукції, яка збільшувалася, характеризувалося "плюсовим" розміром абсолютного й відносного впливу та їх структури, що відображалось у підвищенні виручки, яка в загальній тенденції зміни віддзеркалювала покращення підприємницької діяльності підприємства швейного бізнесу, а також слід відзначити, що її структура переважала величину в 100%, оскільки за кількістю реалізованої продукції спостерігався негативний вплив.

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Таким чином, особливості факторного моделювання у підприємницькій діяльності ПрАТ "Хмільницька швейна фабрика "Лілея" вказують на те, що досліджуване підприємство може застосовувати на практиці отримані результати та ґрунтовно пророблені пропозиції для постійного підвищення ефективності його функціонування та покращення рівня проведення діагностики підприємницької діяльності.

Література:

1. Батрак О. В. Фінансова стійкість як об'єкт діагностики швейних підприємств у системі антикризового управління. Економіка та держава. 2020. № 4. С. 241—245.
2. Бегун С. І. Факторний аналіз фінансових результатів діяльності підприємства: статистична оцінка. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2020. № 3 (23). С. 168—176.
3. Воронкова Т. Є., Маслюк А. А. Підвищення ефективності діяльності підприємств легкої промисловості в умовах ринкових відносин. Інвестиції: практика та досвід. 2016. № 20. С. 47—52.
4. Іванов С. В. Використання апарату економіко-математичного моделювання в практиці виробничо-торгівельного підприємства. Економіка: реалії часу. Науковий журнал. 2015. № 2 (18). С. 94—100.

5. Поддєрьогін А. М., Скочій С. В. Факторний аналіз формування прибутку виробничого підприємства. Збірник наукових праць Університету державної фіскальної служби України. 2018. № 2. С. 304—318.

6. Спільник І., Шупа Л. Факторне моделювання та аналіз рентабельності власного капіталу. Економічний аналіз. 2012. № 11 (3). С. 55—59.

7. Фінансова звітність ПрАТ "Хмільницька швейна фабрика "Лілея" м. Хмільник [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://00308637.pat.ua/emitents/reports/year/2022/>.

8. Янковець Т. М., Бондаренко А. С. Інноваційні підходи в підвищенні прибутковості вітчизняних підприємств з виробництва одягу. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія: Економічні науки. 2016. № 3. С. 138—149.

References:

1. Batrak, O. V. (2020), "Financial solvency as an object of diagnostics of sewing enterprises in the anti-crisis management system", *Economy and the state*, vol. 4, pp. 241—245.
 2. Begun, S. I. (2020), "Factor analysis of the financial results of the enterprise: statistical evaluation", *Economic journal of Lesya Ukrainka East European National University*, vol. 3 (23), pp. 168—176.
 3. Voronkova, T. E. and Maslyuk L. L. (2016), "Increasing the efficiency of light industry enterprises in the conditions of market relations", *Investments: practice and experience*, vol. 20, pp. 47—52.
 4. Ivanov, S. V. (2015), "The use of the apparatus of economic and mathematical modeling in the practice of a production and trade enterprise", *Economy: realities of time. Scientific journal*, vol. 2 (18), pp. 94—100.
 5. Poddyerogin, A. M. and Skochii S. V. (2018), "Factor analysis of profit formation of a manufacturing enterprise", *Collection of scientific works of the State Fiscal Service University of Ukraine*, vol. 2, pp. 304—318.
 6. Spilnnyk, I. and Shupa L. (2012), "Factor modeling and analysis of profitability of equity capital", *Economic analysis*, vol. 11 (3), pp. 55—59.
 7. PJSC Khmilnytskyi Sewing Factory "Lilya" (2023), "Financial statements", available at: <http://00308637.pat.ua/issuers/reports/year/2022/> (Accessed 30 December 2023).
 8. Yankovets, T. M. and Bondarenko A. S. (2016), "Innovative approaches in increasing the profitability of domestic clothing manufacturing enterprises", *Bulletin of the Kyiv National University of Technology and Design. Series: Economic Sciences*, vol. 3, pp. 138—149.
- Стаття надійшла до редакції 20.02.2024 р.*