

6
04.06.2024

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»**

ФАКУЛЬТЕТ БІЗНЕСУ ТА СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ

**КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ, БІЗНЕСУ ТА МАРКЕТИНГОВИХ
ТЕХНОЛОГІЙ**

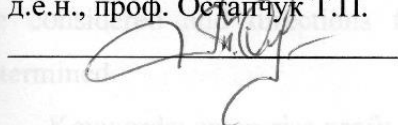


МОСТОВА Анна Ігорівна
(студентка групи ПВ-5)

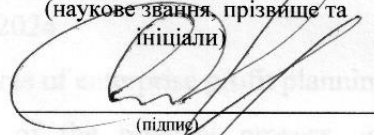
**БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
ПЛАНУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

(представлена на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»
галузі знань 07«Управління та адміністрування» спеціальності
076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»)

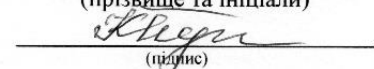
Допущено до захисту
протокол № 5
від 03.06.2024
зав. кафедри менеджменту,
бізнесу та маркетингових технологій
д.е.н., проф. Остапчук Т.П.



Керівник роботи:
к.е.н., доц. Денисюк О.Г.
(наукове звання, прізвище та
ініціали)


(підпис)

Рецензент
к.е.н., доц. Бужимська К.О.
(прізвище та ініціали)


(підпис)

Житомир, 2024

Анотація

Мостова А.І. Планування прибутку підприємства. Рукопис.

Бакалаврська кваліфікаційна робота представлена на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр», галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Державний університет «Житомирська політехніка», Житомир, 2024.

У бакалаврській кваліфікаційній роботі розглянуто особливості планування прибутку підприємства та визначено напрями удосконалення відповідного процесу.

Ключові слова: прибуток підприємства, ефективність, рентабельність, планування, прогнозування.

Annotation

Mostova A.I. Enterprise profit planning. Manuscript.

The bachelor's qualification work is presented for obtaining the degree of higher education «bachelor», field of knowledge 07 «Management and administration» specialty 076 «Entrepreneurship, trade and stock market activity». Zhytomyr Polytechnic State University, Zhytomyr, 2024.

In the bachelor's qualification thesis, the features of enterprise profit planning are considered and directions for improvement of the relevant process are determined.

Keywords: enterprise profit, efficiency, profitability, planning, forecasting.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПЛАНУВАННЯ ПРИБУТКУ	
ПІДПРИЄМСТВА	6
1.1. Економічна сутність поняття прибутку підприємства.....	6
1.2. Економічний механізм планування прибутку підприємства.....	18
1.3. Методичні засади оцінки ефективності планування прибутку підприємства.....	30
1.4. Нормативно-правове та інформаційне забезпечення відносин у сфері планування прибутку підприємства.....	37
Висновки до розділу 1	42
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА СТАНУ ТА НАПРЯМИ	
УДОСКОНАЛЕННЯ ПЛАНУВАННЯ ПРИБУТКУ ТОВ «ФОРА»	44
2.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства.....	44
2.2. Діагностика фінансово-економічного стану ТОВ «Фора»	59
2.3. Оцінка системи планування прибутку підприємства.....	71
2.4. Шляхи підвищення ефективності діяльності ТОВ «ФОРА» та планування його подальшого розвитку	83
Висновки до розділу 2	96
ВИСНОВКИ.....	98
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	102
ДОДАТКИ.....	109

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Основною метою діяльності будь-якого комерційного вітчизняного підприємства є отримання прибутку, а прийняття управлінських рішень мають ґрунтуватися виключно на забезпеченні рентабельності та досягнення зазначеної мети. Прибуток є основою самофінансування діяльності підприємства, головним фактором його сталого розвитку, а рентабельність показує, чи є доцільним провадження тієї чи іншої діяльності на підприємстві. Саме тому дослідження прибутку та рентабельності як детермінант прийняття управлінських рішень на підприємстві залишається актуальним у сучасних умовах функціонування економічних систем.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У вітчизняній економічній науці досить багато вчених здійснюють дослідження, які стосуються прибутку, його формування та розподілу, серед них: І. Бланк, Ю. Гайбура, Л. Загнітко, І. Єпіфанова, В. Гуменюк, П. Каминський, С. Николишин, С. Тульчинська, І. Бершадська, Т. Беслей, М. Гхатак. Визначення прибутку як економічної категорії у правовому аспекті представлено у Господарському та Податковому кодексах. Дослідження рентабельності як основної характеристики діяльності підприємства у своїх працях здійснювали такі вчені: О. Шляга, Л. Шипуля, К. Чигріна, М. Лищенко, Ю. Гайбура, Л. Загнітко, І. Бержанір, Н. Гвоздей та Ю. Улянич.

Зазначене обумовило вибір теми, постановку мети та завдань бакалаврської кваліфікаційної роботи. Обрана тема повністю відповідає проблемам напряму підготовки за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

Метою бакалаврської кваліфікаційної роботи є узагальнення та подальший розвиток теоретико-методичних засад планування прибутку підприємства, а також визначення резервів підвищення рентабельності господарської діяльності ТОВ «ФОРА».

Поставлена мета обумовила вирішення наступних *завдань*:

- визначити економічний зміст прибутку підприємства;
- дослідити механізм планування прибутку підприємства;
- обґрунтувати методичні засади аналізу рівня прибутковості підприємства;
- проаналізувати нормативно-правове та інформаційне забезпечення відносин у сфері планування прибутку підприємства;
- надати організаційно-економічну характеристику підприємства;
- провести діагностику фінансово-економічного стану ТОВ «ФОРА»;
- проаналізувати систему планування прибутку ТОВ «ФОРА»;
- визначити основні шляхи підвищення ефективності діяльності ТОВ «ФОРА» та планування його подальшого розвитку.

Об’єктом дослідження у бакалаврській кваліфікаційній роботі виступає процес планування прибутку підприємства, **предметом** – теоретичні та методичні засади підвищення прибутковості господарської діяльності підприємства.

Методи дослідження. Теоретико-методичною основою бакалаврської кваліфікаційної роботи є синтез класичних теорій та новітніх поглядів на проблему управління прибутком підприємства, системний підхід щодо застосування сукупності сучасних теорій на підприємстві. Також для дослідження поглядів на вибір методів управління прибутком підприємства буде використано ретроспективний аналіз. В практичному розділі буде використано метод аналізу статистичних даних, економіко-математичний метод для оцінювання отриманих показників, порівняльний аналіз – для оцінки характеристик досліджуваного підприємства по періодам.

Інформаційною базою дослідження виступили наукові фахові, навчальні та методичні публікації провідних вітчизняних та зарубіжних вчених, чинне законодавство України, статистичні дані, дані фінансової та управлінської звітності ТОВ «ФОРА».

Практичне значення одержаних результатів полягає у обґрунтуванні

шляхів підвищення прибутковості господарської діяльності підприємства.

Структура та обсяг бакалаврської кваліфікаційної роботи.

Бакалаврська кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних літературних джерел, додатків. Основний зміст роботи викладено на 107 сторінках друкованого тексту. Робота містить 24 таблиць та 20 рисунків. Список використаних джерел налічує 62 найменування. Робота містить 4 додатки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПЛАНУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Економічна сутність поняття прибутку підприємства

Однією з ключових характеристик суб'єкта господарювання в умовах ринкової економіки є здатність генерувати позитивний фінансовий результат, який слід оцінювати у контексті інвестиційної привабливості підприємства. Це створює передумови для максимізації ринкової капіталізації підприємства міста і враховується учасниками інвестиційної діяльності як і поточному періоді, і у прогнозованому періоді. Необхідність забезпечення позитивної динаміки зростання фінансового результату є потребою суб'єкта господарювання в сучасних ринкових умовах, враховуючи вимоги до прозорості та публічності компаній, які мають на меті збільшення капіталізованої вартості. Роботи у цій галузі дуже багато, але на сьогоднішній день немає детального підходу до соціальної значущості отримання суб'єктами підприємництва прибутку. Адже бізнес-сектор відіграє значну роль у питаннях адресної фінансової та матеріальної допомоги для невідкладних потреб як армії, так і домогосподарств.

У процесі створення інвестиційної вартості підприємства особливу роль відіграє формування та зростання фінансових результатів діяльності, що потребує дослідження економічного змісту категорії «фінансові результати». Саме ефективність фінансових результатів господарської діяльності є основою розширення виробництва та забезпечення реалізації економічного потенціалу розвитку підприємства. Оцінка фінансових результатів з позицій динаміки їх абсолютного та відносного приросту є показником не лише успішності суб'єктів господарювання на мікрорівні, а й характеризує ефективність економічної діяльності на мезо- та макрорівні, щодо актуальності та доцільності заходів, передбачених у стратегічних документах

для розвитку окремих напрямків національної економіки [5].

У наукових колах досить поширена думка щодо ототожнення категорій «фінансовий результат» та «прибуток» або «збиток» [9, с. 162], що зумовлює необхідність уточнення суттєвих особливостей фінансового результату підприємства. Систематизація наукових поглядів щодо визначення економічного змісту поняття «фінансовий результат» наведено у табл. 1.1, що дозволяє дослідити його з різних сторін.

Таблиця 1.1

Систематизація наукових поглядів щодо визначення економічного змісту
поняття «фінансовий результат», «чистий прибуток»

Науковий погляд	Характеристика
1	2
Бержанір І., Вінницька О., Гвоздей Н. [4]	Фінансовий результат доцільно розглядати як об'єкт та інструмент, що базується на принципах відповідності витрат доходам і є основним показником в управлінні господарською діяльністю підприємства.
Вашків О. П., Фірман Н. Я. [9]	Фінансовий результат діяльності визначає стан підприємства як і на сьогодні так і прогнозує його можливості в перспективі.
Лучко М. Р., Жукевич С. М., Фаріон А. І. [34]	Поняття «фінансовий результат» визначають як суму валового доходу від звичайної і надзвичайної діяльності підприємства, зменшеного на суму витрат, пов'язаних із виконанням господарської діяльності на підприємстві, непрямих податків та податку на прибуток за окремий звітний період.
Зубко Л., Ігнатенко О. В. [22]	Під фінансовими результатами слід розуміти збільшення прибутку (збитку) та підвищення рівня рентабельності (збитковості) підприємства від фінансово-господарської діяльності за звітний період.
Зудова І. Ю., Стась О. Г. [23]	Фінансовий результат підприємства виступає основою економічного розвитку і зміцнення фінансових відносин з контрагентами та відображає ефективність його господарювання за всіма напрямками діяльності.
Іванілов О. С. [24]	Фінансові результати підприємства є головним важелем створення підприємства та його подальшого існування та розвитку.
Кононенко Ж. А., Грибовська Ю. М., Ходаківська Л. О. [28]	Фінансовий результат як облікова категорія визначається різницею між доходами і витратами або зміною величини (приріст або зменшення) власного капіталу підприємства за певний час, створеного у процесі статутної діяльності підприємства, за винятком зміни капіталу за рахунок внесків або вилучення власниками.
Каминський П. Д. [25]	Прибуток є обов'язковою умовою розширеного відтворення та функціонування підприємств, основою забезпечення їх конкурентоспроможності на ринку

1	2
Кириченко С. О., Кашпуренко Т. О. [26]	Прибуток - різниця між валовими доходами та витратами. Отримання прибутку є наслідком ризикової та суспільно-корисної діяльності підприємства
Колісник В. О., Педченко Н. С. [27]	Прибуток не лише основа функціонування окремого підприємства, але і база економічного розвитку держави в цілому
Лесюк А. С. [31]	Прибуток – позитивний фінансовий результат господарської діяльності підприємства, характеризує ефективність виробництва і зрештою свідчить про рівень і якість до виробленої продукції
Лищенко М. О. [33]	Прибуток є найважливішою економічною категорією, а його отримання є однією із головних задач підприємства. Прибуток – найпростіша і одночасно найбільш складна категорія ринкової економіки. Він є основною і головною рушійною силою економіки ринкового типу.
Масюк Ю. В., Боюн В. Ю. [35]	Прибуток – результат діяльності підприємства, що визначається шляхом порівняння сукупних доходів і витрат, є основою економічного та соціального розвитку фірми і держави.
Наконечна С. А. [37]	Прибуток виступає генератором виробничого процесу, спонукає підприємство здійснювати нововведення, стимулювати інвестиції, випуск продукції і зайнятість.
Нескордева І. І., Аккерман О. С. [39]	Прибуток є однією з найважливіших економічних категорій, основною та обов’язковою умовою розширеного відтворення та функціонування підприємства, забезпечення його конкурентоспроможності на ринку.
Николишин С. Є. [40]	Прибуток в умовах ринкової економіки є головною метою підприємницької діяльності, основним внутрішнім джерелом формування фінансових ресурсів, що забезпечують розвиток підприємства, важливим джерелом задоволення соціальних потреб трудового колективу, основним захисним механізмом від загрози банкрутства підприємства.
Пармаклі Д. М., Деркач Т. В., Бахчиванжи Л. А. [44]	Кінцевий результат діяльності суб’єкта господарської діяльності, який визначається, як різниця між валовим доходом і валовими витратами, отриманими впродовж здійснюваної ризикової та суспільно-корисної діяльності
Опікунова Н. В., Лопата В. Г. [41]	Прибуток – це сума на яку доходи перевищують пов’язані з ними витрати; – це перевищення сукупних доходів на сукупними витратами.
Партола А. С. [45]	Прибуток підприємства в загальному розумінні являє собою частину вартості прибуткового продукту, створеного працею, і є складовою частиною доходу підприємства
Орликовський М. О., Гришковець В. В., Зелінський Р. С., Мордюк В. В. [42]	Прибуток, займаючи центральне місце в ринковій економіці, є стимулом для суб’єктів господарювання якомога ефективніше використовувати наявні трудові, матеріальні та фінансові ресурси. Позитивний фінансовий результат – прибуток – є метою, заради якої працює або, принаймні, повинно працювати підприємство. Прибуток підприємства – основний чинник його економічного і соціального розвитку.
Щербіна В. В., Зубенко А. С. [61]	Прибуток – це частина вартості додаткового продукту, додатковий прибуток, виражений у грошах частина чистого доходу, одна з його форм.

1	2
Пігуль Н. Г., Власова О. М., Пігуль Є. І. [46]	Прибуток – кінцевий результат, який створює підприємству фінансові ресурси, що необхідні для розширення його діяльності, необхідні для формування його сталості і конкурентоспроможності на ринку товарів і послуг.
Поддєрьогін А. М., Джуфер Д. Б. [48]	Прибуток – чистий дохід підприємця на вкладений капітал, виражений у грошовій формі, що характеризує винагороду за ризик підприємницької діяльності та визначається як різниця між сукупним доходом і сукупними витратами у процесі здійснення цієї діяльності та спрямований на досягнення конкретного рівня конкурентоспроможності й іміджу підприємства.
Поп'юк Б. С. [49]	Прибуток підприємства як вираження кінцевих фінансових результатів його господарської діяльності є об'єктом управління. Є обов'язковою умовою забезпечення самофінансування та зміцнення конкурентоспроможності підприємства на ринку.
Скалюк Р. В. [51]	Прибуток підприємства виступає не лише як основа функціонування окремого підприємства, але і як база економічного розвитку держави в цілому. Прибуток є не лише стимулом господарської діяльності підприємств, а й основним джерелом розвитку їхньої діяльності
Строченко Н., Коблянська І. [55]	Прибуток – перевищення доходів від продажу товарів та послуг над витратами на виробництво і продаж цих товарів; один із найважливіших показників фінансових результатів господарської діяльності підприємства, підприємця. Прибуток обчислюється як різниця між виручкою від реалізації продукту господарської діяльності та сумою витрат факторів виробництва на цю діяльність у грошовому вираженні.
Суліма Н. М., Степасюк Л. М., Величко О. В. [56]	Прибуток є важливою і головною рушійною силою економіки, основним спонукальним мотивом діяльності підприємців, певним гарантом прогресу соціально-економічної системи. Вважається, що прибуток є узагальнюючим показником діяльності підприємства
Тютюнник С.В., Тютюнник Ю. М. [58]	Прибуток являє собою форму доходу підприємця, який здійснює певний вид діяльності; є результатом лише вмілого та успішного здійснення цього бізнесу
Шляга О. В., Шипуля Л. І. [60]	Прибуток – це одна з головних рушійних сил ринкової економіки, мотивом діяльності підприємця і має опосередкований вплив на добробут персоналу господарюючого суб'єкту.

Дослідження наукових поглядів щодо визначення економічного змісту поняття «фінансовий результат» дозволило виокремити наступні ключові риси поняття «фінансовий результат»:

–основа для розрахунку бенчмарків ефективності інвестицій капіталу та активів у підприємство, що оцінюється зацікавленими сторонами інвестиційної діяльності як у поточному періоді, так і у прогнозованому;

- генерується за результатами підприємницької діяльності;
- переважання позитивних грошових потоків над витратами підприємства;
- може демонструвати позитивний або від’ємний результат діяльності суб’єкта господарювання;
- дозволяє оцінювати якість сформованих економічних відносин з контрагентами підприємства;
- основний важіль розвитку та становлення підприємства в своїй ринковій ніші, а також джерело забезпечення фінансової стійкості.

Більш традиційним вважається підхід, який розглядає фінансовий результат як різницю між позитивними та негативними грошовими потоками підприємства, відповідно доходів та витрат у певному звітному періоді, який оцінюється за потребами користувачів фінансової звітності – власників, інвесторів, СЕО, менеджменту підприємства [9, с. 895].

При прийнятті важливих економічних рішень необхідно враховувати сучасні тенденції економічної науки. Так, І. М. Боярко [6] стверджує, що комерційні підприємства ставлять «жорстку місію» – максимізувати прибуток, а прийняття рішень у таких умовах націлені лише на прибуток. Орієнтація виключно на прибуток може призвести до ситуації, коли підприємство не може зреагувати на зміни, які мають соціальне значення. Тому І. М. Боярко. пропонує поєднувати «про-ціль із метою», забезпечуючи правильний баланс між про-соціальною поведінкою та ефективністю підприємства. Ці гібридні форми організації часто називають «соціальними підприємствами» [6].

Враховуючи різноманітні підходи до визначення значення та суті прибутку як економічної категорії можна виділити такі його основні характеристики (рис. 1.1), які відповідають умовам ринкової економіки.

У державі, як економічного суб’єкта саме за рахунок прибутку відбувається формування (в значних обсягах) бюджетних ресурсів, забезпечується розширення підприємств, фінансується матеріальне

стимулювання працівників, соціально-культурних заходів тощо. У зв'язку із цим в плануванні формування прибутку та напрямках його використання зацікавлені не лише власники підприємств, але й держава [8].



Рис. 1.1. Основні характеристики прибутку в умовах ринкової економіки

Джерело: [9]

Розглянувши підходи вчених-економістів та законодавче визначення сутності категорії «прибуток», можемо запропонувати наступне визначення: прибуток – це результат діяльності підприємства, що визначається шляхом порівняння сукупних доходів та витрат, є основою економічного та соціального розвитку фірми та держави.

На формування, використання прибутку та нарощування рентабельності підприємства впливають низка факторів різного характеру. Оскільки підприємство здійснює свою діяльність у внутрішньому та зовнішньому середовищі, то фактори також можна розділити за ознакою середовища.

Зовнішні чинники охоплюють поведінку на ринку та конкуренцію, регулювання державою (її політика та нормативно-правова база) та природні умови, інфляцію та діяльність профспілок, ціни на транспорт, енергію, поведінка постачальників і споживачів та інші.

Внутрішні фактори поділяються на основні та неосновні. До основних

належать: обсяг продажу продукції; товарна структура продукції; організація руху товару; організація процесу продажу товарів; чисельність та склад працівників; форми та системи економічного стимулювання праці працівників; продуктивність праці працівників підприємства; впровадження заходів енергозаощадження; фондоозброєність та технічна озброєність праці працівників; стан матеріально-технічної бази підприємства; суми виплачених податків, фондівіддача; склад та структура оборотних коштів; вживаний порядок ціноутворення; організація роботи щодо стягнення дебіторської заборгованості; економія; ділова репутація [20]. Вплив деяких внутрішніх факторів можливо оцінити за допомогою показників рентабельності. Показники рентабельності характеризують ефективність використання активів, які впливають на формування прибутку підприємства. Тому вони є обов'язковими елементами при дослідженні підприємства [14].

Розрахунок рентабельності ґрунтується на показниках прибутку. Для цього можуть використати різні види прибутку: чистий прибуток, валовий прибуток, прибуток за видами діяльності (операційної, фінансової, інвестиційної та інших видів діяльності), прибуток від реалізації продукції чи прибуток до оподаткування. Оскільки рентабельність є відносним показником, то прибуток зіставляють з авансованою вартістю, яка може використовуватись у різних варіаціях (позиковий капітал, власний капітал, основний капітал, оборотний капітал чи весь капітал підприємства).

Зазвичай показники рентабельності поєднують у декілька груп, які:

- базуються на витратному підході;
- розкривають прибутковість продажів;
- засновані на ресурсному підході [25].

Розрахунок показників надасть можливість менеджменту підприємства визначити оптимальний рівень рентабельності. Рентабельність у довгостроковій перспективі дозволить підприємству, яке зуміє її досягнути, бути гнучким до викликів у короткостроковому періоді. Оптимальний рівень рентабельності спочатку дозволить підприємству сформувати резерви, а

згодом буде свідчити не лише про наявність прибутку, але й про можливості його використання в перспективі.

Забезпечення позитивної динаміки зростання фінансового результату є потребою суб'єкта господарювання у сучасних ринкових умовах, з огляду на вимоги прозорості та публічності компаній, які переслідують мету зростання капіталізованої вартості.

Публікація у відкритому доступі фінансової звітності, що розкриває дані про фінансові результати та рух грошових потоків є об'єктом дослідження інвесторів, що проводять інвестиційний аналіз та оцінку активів. Фінансові результати використовуються при обчисленні ряду показників оцінки акцій підприємства, зокрема, ринкова ціна/прибуток, обсяг виручки на акцію, прибуток на одну акцію та ін. Привабливість отриманих значень при розрахунку комплексу наведених показників визначає доцільність інвестицій у цінні папери даного підприємства, потенційну можливість реалізації акцій за більш вигідною ціною на фондовому ринку [28].

Фінансові результати є об'єктом уваги з боку власників компаній як з огляду можливості отримання дивідендів, так і забезпечення стійкого положення на ринку задля розвитку та отримання нових ринків збуту продукції.

Фокус дослідження менеджменту та CFO на підприємстві сконцентовано на генеруванні якісних грошових потоків, що дозволяють створити інвестиційну цінність за підсумками фінансово-господарської діяльності. Здійснення аналізу фінансового стану та своєчасне виявлення ризиків недоотримання позитивного фінансового результату або вірогідність збитковості у звітному періоді – основні задачі даної групи користувачів фінансової звітності.

Отже, кожний сегмент користувачів фінансової звітності, що здійснює аналіз фінансових результатів діяльності підприємства, переслідує власне коло інтересів та здійснює реалізацію відповідних завдань.

Отримання позитивного фінансового результату дозволяє оцінити підсумки реалізації підприємницької діяльності та ефективності комплексу заходів, що реалізуються у розрізі стратегії розвитку компанії, яка потребує перегляду на регулярній основі в умовах невизначеності економічного середовища та необхідності швидкого реагування задля забезпечення фінансово-економічної безпеки.

Доцільно наголосити на розгляді фінансових результатів через призму джерела формування активів економічного зростання та соціального спрямування [29, с. 361]. В умовах воєнного стану актуалізується дослідження саме напрямку соціальної значущості отримання позитивних фінансових результатів суб'єктами господарювання. Адже, підприємницький сектор грає суттєву роль у питаннях адресної фінансової та матеріальної допомоги за актуальними потребами як армії, так і домогосподарств. Саме тому, соціально орієнтований підприємець приймає активну участь у проектах та закупівлях волонтерських фондів, надає фінансову підтримку державним ініціативам у розвитку армії та оборонної сфери.

Соціальний фокус також має прояв у зростанні податкових відрахувань до державного та місцевих бюджетів, що на базі розподільної функції фінансів дозволяє скерувати рух фінансових ресурсів між відповідними суспільно-значущими сферами, що у кінцевому підсумку впливає на зростання економічного добробуту не лише на мікрорівні фінансової системи, а також є підґрунтям забезпечення інноваційно-інвестиційних змін на макрорівні.

Формування якісної інформації щодо фінансових результатів діяльності підприємства можливе на базі комплексного підходу до процесу обліково-аналітичного забезпечення управління фінансовими результатами, яке складається з ряду елементів:

- нормативно-законодавчі засади щодо формування та розподілу позитивного фінансового результату діяльності підприємства;

- внутрішній та зовнішній механізми формування та використання прибутку підприємства, що охоплюють дослідження стану ринку, інвестиційних ризиків, специфіку облікової політики й аудиту та ін.;

- методичне забезпечення реалізації форм внутрішнього контролю фінансових результатів діяльності підприємства.

Наявність формалізованого підходу до правил ведення облікового забезпечення фінансово-господарських операцій та процедур складання та подання фінансової звітності на базі єдиної для всіх законодавчої бази створює передумови системності управління фінансовими результатами діяльності підприємства. Господарський Кодекс України регламентує процеси формування розподілу прибутку [16]. Податковий Кодекс України стандартизує як економічні поняття, так і особливості подання фінансової звітності, оподаткування прибутку, регламентування інших дотичних особливостей [47].

При дослідженні зовнішнього механізму, слід враховувати необхідність проведення оцінки комплексу факторів, які є основою виникнення систематичних ризиків на підприємстві. Специфічні ризики можуть мати місце у фінансово-господарській діяльності у випадку певних прогалин у внутрішньому механізмі обліково-аналітичного забезпечення управління фінансовими результатами. Систематизація екзогенних та ендогенних факторів впливу на фінансові результати діяльності підприємства наведена на рис. 1.1. Оцінка факторів впливу на фінансові результати діяльності підприємства дає можливість розробити стратегію розвитку задля оптимізації параметрів прибутку та доходності [51, с. 86].

Серед розглянутого спектру ендогенних факторів впливу на фінансові результати діяльності підприємства, особливої уваги заслуговує конкурентний аспект продукції, що пропонується ринку. Наявність позитивного фінансового результату є маркером забезпечення конкурентоспроможності на мікрорівні фінансової системи. Зважений підхід до управління даним ключовим внутрішнім джерелом фінансових ресурсів

підприємства дозволяє оптимізувати виробничі процеси за рахунок інвестиційного забезпечення інноваційних програм розвитку, що передбачають удосконалення технологічних аспектів виробничої діяльності, сприяючи зростанню якості товарів та послуг. Прийняття рішень щодо імплементації нових товарів у асортиментний ряд продукції мають передувати низхідній динаміці виручки товарів, які вже певний час підприємство пропонує споживачам.



Рис. 1.1. Фактори впливу на прибуток підприємства

Джерело: [58]

Одним з основних бенчмарків оцінки є рентабельність товарних груп, що має порівнюватись у динаміці з метою пошуку найбільш вигідних напрямків інвестування капіталу. Представлена стратегія оновлення асортиментного ряду дозволить прогнозувати рентабельність товарів у прогнозованій перспективі та підтримувати очікуваний рівень позитивних грошових потоків від операційної діяльності [59].

Таким чином, управління факторами впливу на зміну фінансових результатів діяльності підприємств може здійснюватися з використанням комплексу натурально-вартісних індикаторів, а також обчислення бенчмарків рентабельності. Існує достатньо широкий спектр показників рентабельності, розрахунок яких дозволяє порівняти фінансовий стан підприємства з середніми значеннями дохідності за галуззю певного інвестиційного напрямку. Управління рентабельністю має на меті досягнення певної динаміки значень прибутковості підприємства, що стосується оцінки двох базових індикаторів – рентабельності активів та рентабельності власного капіталу [60].

Застосування факторного аналізу створює передумови для оптимізації структури капіталу, активів та напрямків господарської діяльності. У будь-якому разі доцільність та ефективність прийнятих рішень будуть оцінюватися комплексно – показниками прибутку та коефіцієнтами рентабельності; крім цього, повинні враховуватися також суб'єктивні моменти, фактори та результати [61].

Таким чином, обліково-аналітичне забезпечення управління фінансовими результатами діяльності підприємства повинно будуватись з

урахуванням факторів зміни як внутрішнього економічного середовища, так і потенційних систематичних ризиків невизначеності зовнішнього економічного середовища.

Отримання прибутку дозволяє оцінити підсумки реалізації підприємницької діяльності та ефективність комплексу заходів, що реалізуються у розрізі стратегії розвитку компанії, яка потребує перегляду на регулярній основі в умовах невизначеності економічного середовища та необхідності швидкого реагування задля забезпечення фінансово-економічної безпеки провадження діяльності.

Отже, сучасна економічна наука визначає, що прибуток та рентабельність є водночас метою та наслідком управлінських рішень. За своєю сутністю ці дві категорії пов'язані та залежні між собою. Необхідно зауважити, що отримання прибутку завжди було основною метою діяльності фірми, а отже й управлінські рішення спираються, у першу чергу, на перспективи отримання прибутку.

Обґрунтовано, що забезпечення управління прибутком підприємства повинно будуватись з урахуванням факторів зміни як внутрішнього економічного середовища, так і потенційних систематичних ризиків невизначеності зовнішнього економічного середовища. Також, оцінка ендогенних та екзогенних факторів впливу на фінансові результати діяльності підприємства надає можливість розробити стратегію розвитку задля оптимізації параметрів прибутку та дохідності.

1.2. Економічний механізм планування прибутку підприємства

Планування прибутку – це складова частина фінансового планування і важлива ділянка фінансово-економічної роботи на підприємстві. У процесі розробки планів по прибутку важливо не тільки врахувати всі фактори, що

впливають на величину можливих фінансових результатів, а й, розглянувши варіанти виробничої програми, вибрати ті напрямки, які забезпечують максимальний прибуток. Правильне планування обсягу прибутку на підприємствах має ключове значення для розвитку бізнесу. Актуальність теми планування прибутку в умовах ринкової економіки на сучасному етапі передбачає жорсткі вимоги до організації управлінської системи підприємства. Постійні зміни економічної ситуації вимагають швидкого реагування управлінського апарату на ризики внутрішнього середовища. Для підтримки стабільного фінансового стану організації необхідно змінити політику підприємства в бік ситуації, що сприятливо впливає на фінансовий результат.

Планування прибутку є складовою фінансового планування і найважливішим аспектом фінансово-економічної діяльності підприємств. Від достовірності визначеного планового прибутку залежить ефективність діяльності підприємства. Розрахунок планового прибутку має бути економічно обґрунтований, що дасть змогу здійснювати своєчасне і повне фінансування інвестицій, сприятиме приросту власних оборотних активів, тощо [27].

Прибуток має плануватися окремо з кожного виду діяльності підприємства: від продажу товарної продукції; іншої продукції та послуг нетоварного характеру; продажу основних фондів, іншого майна і нематеріальних активів; від позареалізаційних доходів і витрат. Основними методами планування прибутку від продажу товарної продукції є аналітичний метод та метод прямого розрахунку.

Основою розрахунку прибутку має бути обсяг виробничої програми, який базується на замовленнях споживачів і госпдоговорах. Найпоширенішим методом планування прибутку від продажу товарної продукції є метод прямого рахунку. Суть його полягає в тому, що прибуток визначається як різниця між виручкою від реалізації товарної продукції (доходами) за вирахуванням податку на додану вартість та акцизів і її

собівартістю. Така методика розрахунку прибутку застосовується при плануванні результатів від продажу товарної продукції, коли легко визначити обсяг реалізованої продукції в цінах продажу та за собівартістю [22].

Цей метод застосовується, як правило, якщо асортимент виготовленої продукції невеликий. В умовах випуску широкого асортименту продукції та необхідності планування прибутку на рік і перспективу, його розрахунок на відповідний плановий період виконується аналітичним методом. При цьому прибуток розраховується не за кожним видом продукції, що випускається в запланованому році, а за всією порівнюваною і не порівнюваною товарною продукцією.

Отже, сучасні умови господарювання надають підприємствам повну самостійність з питань виробництва та реалізації продукції: планування і організація технологічного процесу, обсяги виробництва, структура продукції, її асортимент, контрагенти та напрями реалізації тощо. Зокрема, від структури асортименту продукції прямо пропорційно залежить процес розподілу сировинних ресурсів підприємства. Лише їх розумне та збалансоване використання дасть змогу запобігти перевитрат сировини та отримати максимальний результат від її використання.

Відповідно до розподілу сировини відбувається формування фінансових потоків, які охоплюють всі «клітини» виробництва чи будь-якого процесу на підприємстві. Важливе значення при формуванні варіантів товарного асортименту мають рішення про систему організації виробництва тих або інших товарів або асортиментних груп. Ці рішення залежать від багатьох чинників: потенційної ємності ринку і їхнього географічного розміщення, системи постачальників комплектуючих виробів і інших ресурсів, потенційно можливого ефекту масштабів виробництва [22].

Варіанти системи організації припускають різноманітні поєднання форм і напрямків спеціалізації, концентрації і розміщення виробництва, диференціювання останнього на самостійні етапи, що дозволять виділяти їх в окремі, але взаємопов'язані підприємства. Кожний з подібних варіантів

створює різноманітні передумови для досягнення того або іншого рівня витрат виробництва. Тому очевидно, що правильно обрана стратегія виробництва та відповідні обсяги випуску продукції забезпечують бажаний обсяг реалізації та фінансові результати – прибуток, що відповідають масштабам цієї діяльності. При цьому необхідно враховувати, що виробнича діяльність підприємства зумовлена загальною економічною ситуацією, галузевими пропорціями та платоспроможним попитом населення.

Основна мета планування прибутку підприємства – стратегічний напрямок із забезпечення зростання його суми і рівня, а також ефективний його розподіл за напрямками економічного розвитку. Згідно з визначеною метою об'єктом планування прибутку виступають як особливості формування прибутку підприємства в сучасних економічних умовах, так і його розподіл. Планування валового прибутку здійснюється за видами діяльності підприємства. У процесі планування прибутку враховуються усі фактори, що можуть впливати на фінансові результати [20].

Значення прибутку полягає в тому, що він є синтетичним показником оцінки господарської діяльності та є джерелом фінансування виробництва та інвестиційного планування. При плануванні прибутку враховуються всі сторони господарської діяльності підприємства: рівень використання основного капіталу, машин та обладнання, технології, організації виробництва і праці тощо. Абсолютна величина прибутку відображає результати зниження собівартості та зростання об'єму реалізованої продукції. В наукових джерелах при плануванні прибутку, як правило, використовується два методи - прямого розрахунку та аналітичний метод [15].

Метод прямого розрахунку базується на вилученні з чистого доходу підприємства всіх його витрат. Аналітичний метод - на основі показника витрат на 1 грн. товарної продукції, а також відсотка базової рентабельності [15]. Прибуток від реалізації продукції (послуг) доцільно розраховувати за різними видами господарської діяльності окремо. Такий підхід обумовлений

тим, що деякі види діяльності не оподатковуються податком на прибуток і додану вартість (ПДВ), це підвищує точність і об'єктивність розрахунків бази оподатковування, величини податків на прибуток.

Доцільно також враховувати результати фінансової діяльності підприємства за минулий період (наприклад, наявність збитків на початок планового року). При плануванні розраховують величину необхідного (цільового) прибутку, що забезпечує умови самофінансування підприємства при вирішенні стратегічних і тактичних завдань, та величину можливого прибутку при запланованому обсягу товарообігу, величині доходів і витрат.

Ефективність механізму планування прибутку має визначатись під час його прогнозування та розробки стратегічних напрямків.

Весь процес планування прибутку на підприємстві включає в себе шість етапів (рис. 1.2). зовнішніх можливостей і обмежень підприємства, внутрішніх можливостей і обмежень підприємства, схильності до ризику.

Планування прибутку підприємства		
I етап		Формування первинної інформації
II етап		Визначення обсягів планового прибутку і найважливіших економічних і фінансових показників діяльності підприємства
III етап		Аналіз політики формування та використання прибутку підприємства на відповідність заявленим цілям
IV етап		Аналіз рентабельності діяльності за видами продукції для ідентифікації резервів підвищення прибутку
V етап		Коригування структури виготовленої продукції в цілях підвищення прибутку
VI етап		Затвердження складу та структури продукції та можливість її коригування у відповідності до заявлених цілей

Рис. 1.2. Узагальнений процес планування прибутку підприємства

Джерело: [27]

Дослідження практики планування прибутку на підприємствах та узагальнення результатів наукових досліджень дали змогу нам запропонувати структурно-логічну схему планування прибутку підприємства (рис. 1.3).

Планування прибутку підприємства повинно базуватися на аналізі та оцінці досягнутих фінансових результатів. При цьому аналіз повинен бути

спрямованим на виявлення явних та неявних ризиків, що можуть або впливають на діяльність підприємства. Відмітимо, що запропонована схема планування застосовується для обґрунтування оптимальних варіантів, які є найбільш прийнятними з точки зору формування доходів, економії видатків та забезпечення рентабельності підприємства. Разом з тим цю схему пропонується використовувати для обґрунтування декількох варіантів одного економічного рішення, тобто різних сценаріїв, а не обґрунтування альтернативних варіантів здійснення господарської діяльності. Це, у свою чергу, обмежує застосування даного методу і зменшує диверсифікованість економічного планування в розрізі складання і виконання планів з формування прибутку.





Рис. 1.3. Структурно-логічна схема планування прибутку підприємства
Джерело: [27]

Система цілей підприємства залежить від п'яти компонентів: Щоб усебічно оцінити результативність того чи іншого заходу, того чи іншого управлінського рішення, необхідно з'ясувати, як змінилися чи зміняться у зв'язку з його проведенням основні показники господарської діяльності: обсяг виробництва і реалізації продукції, її собівартість, прибуток, рентабельність та фінансовий стан підприємства загалом.

Проведення того чи іншого заходу може бути ефективним з точки зору зростання виробництва продукції, але при цьому може підвищитися її собівартість, знизитися прибуток і рівень рентабельності, що для підприємства і суспільства в цілому буде не вигідним. Тому перш ніж запроваджувати визначений захід необхідно всебічно проаналізувати та оцінити його.

У процесі планування прибутку підприємства враховуються як зовнішні, так і внутрішні умови його діяльності. До зовнішніх умов відносяться зміни в макроекономічному середовищі, такі як зміни у законодавстві, структурі попиту, рівні інфляції та інші фактори.

Відповідно до П(С)БО17 «Податок на прибуток» введено нові терміни: обліковий прибуток (збиток) та податковий прибуток (збиток). Обліковий прибуток (збиток) визначається в бухгалтерському обліку та відображається у фінансовій звітності за звітний період, а податковий прибуток (збиток)

визначається за податковим законодавством об'єктом оподаткування за той самий період.

Планування прибутку може пройти через пасивну і активну стадії. Пасивна стадія включає розробку плану з прибутку з урахуванням змін зовнішніх і внутрішніх умов, тоді як активна стадія полягає у максимізації прибутку через пошук та мобілізацію резервів підвищення продуктивності праці, зниження витрат на виробництво, збільшення обсягів продажів та інші заходи [27].

На підприємствах виробничої сфери можуть використовуватися різні методи розрахунку прибутку від реалізації продукції, такі як прямий розрахунок, розрахунок за показниками витрат на одиницю продукції та економічний (аналітичний) метод.

При методі прямого розрахунку прибуток розраховується за окремими видами продукції, що виробляються і реалізуються за такою формулою:

$$\Pi_{oper} = \sum_{i=1}^n \Pi_{pi} \times N_i \quad (1.1),$$

де Π_{oper} – операційний прибуток від реалізації планового обсягу продукції, тис. грн.; Π_{pi} – прибуток від реалізації i -го виробу, який визначається відніманням від гуртової ціни виробу витрати на його виробництво і збут.

Вказаний метод планування прибутку використовується на підприємствах масового та крупносерійного виробництва. Він достатньо точний, але занадто трудомісткий, коли треба розрахувати великий асортимент продукції. Крім того, він не дає можливості визначити вплив на прибуток окремих факторів.

Розрахунок прибутку на основі показника витрат на одну гривню продукції може застосовуватись по підприємству в цілому з розрахунку прибутку від випуску та реалізації всієї продукції. Передбачається використання даних про виробничі витрати, реалізацію продукції за попередній період, а також очікувану їх зміну, що прогнозується в

наступному періоді. Це укрупнений метод, який застосовується на підприємствах серійного та одиничного типу виробництва. При даному методі розрахунку також бракує можливості визначити вплив окремих чинників на обсяг прибутку, його зміну.

Економічний (аналітичний) метод відрізняється від уже розглянутих методів розрахунку прибутку тим, що дає змогу визначити не тільки загальну суму прибутку, але також і вплив на неї зміни окремих чинників: обсягу виробництва (реалізації) продукції; собівартості продукції; рівня гуртових цін і рентабельності продукції; асортименту та якості продукції [44].

Розрахунок прибутку цим методом здійснюється окремо за порівняною і непорівняною продукцією в плановому періоді. Порівняна продукція – це продукція, що вироблялася в попередньому періоді. Непорівнянна продукція – це продукція, що не вироблялася на підприємстві в попередньому періоді.

Розрахунок планового прибутку за порівняною продукцією здійснюється в такій послідовності:

- ✓ визначається базовий прибуток і базова рентабельність продукції (на підставі звітних або очікуваних даних за період, що передував плановому);
- ✓ порівняна продукція планового періоду визначається за собівартістю періоду, що передував плановому;
- ✓ виходячи з рівня базової рентабельності продукції розраховується прибуток за порівняною продукцією в плановому періоді;
- ✓ розраховується вплив окремих чинників на зміну прибутку в періоді, що планується [49].

Плановий прибуток від випуску (реалізації) непорівняної продукції розраховується методом прямого розрахунку або із використанням показника середньої рентабельності продукції по підприємству.

Отриманий підприємством прибуток є об'єктом розподілу. У розподілі прибутку можна виділити два етапи:

- 1) розподіл прибутку (на цьому етапі учасниками розподілу є держава

та підприємство, пропорції розподілу складаються під впливом таких чинників: об'єктів і ставок оподаткування, порядку надання податкових пільг);

2) розподіл і використання прибутку, що залишився в розпорядженні підприємства після здійснення платежів у бюджет [55].

На сьогоднішній день, використання чистого прибутку та розподіл його напрямків і пропорцій визначається кожним підприємством індивідуально відповідно до його цілей, стратегії та умов діяльності. Фінансовий результат підприємства, що складається з прибутку або збитку, залежить від умов прибутковості, на які впливають наступні фактори:

1. Ринкові ціни на продукцію та послуги: Ціни формуються залежно від попиту та пропозицій на ринку. Підприємство може встановлювати ціни на свою продукцію та послуги, враховуючи конкурентність на ринку і стратегію позиціонування.

2. Обсяг виробництва та реалізації продукції (послуг): Чим більший обсяг виробництва та реалізації, тим більше можливостей для збільшення прибутку. Ефективне управління виробництвом та реалізацією може сприяти підвищенню прибутковості.

3. Витрати на виробництво продукції (послуг): Оптимізація витрат на виробництво дозволяє знижувати витрати та збільшувати прибуток. Ефективне управління витратами може включати в себе раціоналізацію процесів виробництва, зниження витрат на сировину та матеріали, енерго- та ресурсозбереження.

З урахуванням цих факторів підприємство може визначати оптимальні стратегії розподілу чистого прибутку, враховуючи свої поточні потреби та майбутні плани розвитку. Це може включати інвестування в розвиток бізнесу, виплату дивідендів акціонерам, реінвестування виробничих потужностей або розширення бізнесу [54].

Аналіз «витрати – обсяг – прибуток» – досить універсальний елемент фінансового планування. Він дозволяє:

- а) визначати обсяги виробництва та реалізації продукції (надання послуг) з точки зору їх беззбитковості;
- б) приймати рішення щодо цільових розмірів прибутку;
- в) визначати граничний обсяг виробництва продукції (надання послуг), подальше збільшення якого зменшує прибуток, тому що починається зниження граничного прибутку [55].

Наступний елемент, який має важливе значення в плануванні прибутку – це *точка беззбитковості* (“*пори́г рентабельності*”), тобто така виручка від реалізації, при якій підприємство не має збитків, але ще не має і прибутків. При цьому витрати підприємства дорівнюють його доходам.

Точку беззбитковості визначають наступним чином:

$$ТБ = \frac{B_{пост.}}{Ц - B_{змін.}} \quad (1.2),$$

де ТБ – точка беззбитковості, тобто такий обсяг продажу, починаючи з якого ціна продажу товару перевищує витрати на його виробництво та реалізацію; $B_{пост.}$ – величина постійних (фіксованих) витрат, грн.; $B_{змін.}$ – величина змінних витрат на одиницю продукції, грн.; Ц – гуртова ціна продажу, грн.

За формулою 1.2 розраховується точка беззбитковості при випуску одного найменування продукції. Якщо підприємство випускає декілька видів продукції, виникає проблема розподілу постійних витрат. В економічній літературі розглядаються різні варіанти їх розподілу. Це розподіл постійних витрат між виробами пропорційно виручці від реалізації, змінним витратам, кількості годин роботи устаткування, заробітній платі виробничих робітників тощо.

Таким чином, для визначення планової величини обсягу виробництва та продажу, що відповідає беззбитковому стану підприємства, необхідно знати три величини:

- 1) гуртова ціну продажу товару;
- 2) обсяг постійних (фіксованих) витрат, тобто таких витрат, величина

яких у короткому періоді часу не пов'язана з обсягом виробництва і реалізації та їх змінами (витрати на устаткування, його утримання й експлуатацію, амортизаційні відрахування, адміністративні витрати, витрати на оренду, рекламу, соціальне страхування, наукові дослідження, розробки тощо);

3) обсяг змінних витрат, тобто таких витрат, які змінюють свою величину у зв'язку із зміною обсягу виробництва та реалізації продукції (витрати на сировину та матеріали, заробітну плату основного виробничого персоналу, електроенергію, транспортування тощо).

Так, аналогічний механізм може бути використаний і для визначення обсягу виробництва та реалізації продукції, необхідного для отримання запланованої величини прибутку.

Граничний обсяг нарощування виробництва продукції визначається для того, щоб забезпечити максимальну ефективність виробництва та максимізувати прибуток. Це важливо для того, щоб уникнути збільшення витрат та зменшення прибутку на кожен додаткову одиницю продукції, що виробляється.

Граничний дохід - це додатковий дохід, який отримується від продажу однієї додаткової одиниці продукції. Граничні витрати - це додаткові витрати, пов'язані з виробництвом однієї додаткової одиниці продукції.

Отже, підприємство може визначити оптимальний обсяг виробництва та реалізації продукції, який дозволить досягти запланованої величини прибутку, урахувуючи граничний дохід і граничні витрати. Цей підхід дозволяє максимізувати ефективність виробництва та отримання прибутку/ Граничний обсяг виробництва досягається, коли різниця між граничним доходом (ГД) та граничними витратами (ГВ) дорівнює нулю: $ГД - ГВ = 0$.

Отже, об'єктом планування прибутку є обсяг реалізації, рівень цін та цінова політика підприємства, операційні витрати підприємства. Суб'єктами при плануванні прибутку є фахівці з фінансів або економіки та керівник підприємства. Планування фінансових результатів господарської діяльності проводиться на основі планів по прибутку, що розробляються на рік.

Прогнозування доходів і формування прибутку відбувається експертним шляхом, без використання моделей і методів прогнозування, що обмежує ефективність використання прогнозів для розробки та реалізації фінансових планів.

Таким чином, на планування прибутку підприємства значний вплив здійснює наявний високий рівень витрат на одиницю виробленої продукції, робіт, високий рівень адміністративних, інших операційних та фінансових витрат, при можливості їх оптимізації та зниження створиться можливість прибуткової діяльності підприємства в майбутньому, що є позитивним.

1.3. Методичні засади оцінки ефективності планування прибутку підприємства

Оскільки прибуток є кількісним показником діяльності підприємства, то для ефективного управлінського рішення необхідно враховувати рівень і динамку змін рентабельності всього підприємства та окремих сфер його функціонування.

Прагнення до одержання прибутку орієнтує товаровиробників на збільшення обсягу виробництва продукції, яка необхідна споживачу, зниження витрат на виробництво. При розвитку конкуренції цим досягається не тільки мета підприємництва, але і задоволення суспільних потреб. Для підприємця прибуток є сигналом, що вказує, де можна добитися найбільшого приросту вартості, створює стимули для інвестування в ці сфери. Свою роль відіграють і збитки. Вони висвітлюють помилки і прорахунки в спрямуванні коштів, організації виробництва і збуту продукції. Ось чому вирішення завдання щодо організації обліку та формування фінансових результатів, розподілу та використання прибутку для підприємств з різною формою власності є актуальною та загальною задачею на всіх рівнях ієрархії управління [28].

На підприємствах виробничої сфери можуть бути застосовані три методи розрахунку прибутку від реалізації продукції: прямого розрахунку, за показниками витрат на одну гривню продукції, економічний (аналітичний) метод.

Для вирішення конкретних задач управління прибутком підприємства застосовується цілий ряд спеціальних систем та методів аналізу, що дозволяють отримати кількісну оцінку окремих аспектів його формування, розподілу та використання.

В залежності від методів, що використовуються, В. О. Колісник та Н. С. Педченко [27] пропонують такі основні системи проведення аналізу на підприємстві: горизонтальний аналіз, вертикальний аналіз, порівняльний аналіз, аналіз ризиків, аналіз коефіцієнтів, інтегральний аналіз (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Переваги та недоліки основних систем аналізу прибутку

Система аналізу прибутку	Переваги	Недоліки
Горизонтальний (трендовий) аналіз	простий у застосуванні і не потребує великих затрат часу та праці; можливість графічного відображення результатів; результати є основою для побудови факторних моделей; можливість прогнозування.	вивчення окремих показників, а не ситуації взагалі; результати не мають великого значення без дослідження впливу окремих факторів на зміну аналізованих показників.
Вертикальний (структурний) аналіз	широкий спектр застосування; дає можливість зробити конкретні висновки; простий у застосуванні; можливість графічного відображення результатів.	трудомісткий; результати відображають ситуацію, яка склалася на момент проведення аналізу; складність у виявленні факторів, що вплинули на результат.
Порівняльний аналіз	простий у застосуванні; використання для контролю поточного формування прибутку; можливість проведення аналізу на галузевому, регіональному рівні та на рівні підприємства; результати вказують на ефективність функціонування підприємства.	брак інформації або її недостовірність
Аналіз ризиків	результати допомагають у прийнятті управлінських рішень.	мінливість зовнішнього середовища; неточність результатів; трудомісткість.
Аналіз	простий у застосуванні; результати	трудомісткий.

коефіцієнтів	дають можливість зробити висновки про ефективність формування, розподілу та використання прибутку.	
Інтегральний аналіз	результати дають найбільш загальну характеристику умов формування прибутку; результати допомагають у прийнятті управлінських рішень.	складний у застосуванні; трудомісткий.

Джерело: [18]

В таблиці 1.2 визначені переваги та недоліки основних систем аналізу прибутку.

Таким чином, в залежності від поставлених завдань необхідно вибирати той чи інший метод аналізу. На прикладі підприємства поліграфічної галузі відобразимо шляхи підвищення прибутковості діяльності за допомогою використання методів економіко-математичного моделювання.

Серед усіх галузей народного господарства поліграфія посідає найголовніше місце, оскільки є синтезом виробництва і культури. Завдяки поліграфічним технологіям широкі верстви населення прилучаються до надбань науки і культури, літератури і мистецтва. Поліграфічна промисловість поєднує промислові підприємства, які виготовляють друковану продукцію (книги, газети, журнали, плакати, географічні карти, діаграмні стрічки та диски, тощо).

Розглянемо деякі підходи до визначення сутності рентабельності. Дослідники О. Шляга та Л. Шипуля розглядають прибуток і рентабельність як основні якісні показники, що відображають економічну ефективність підприємства, його фінансовий стан, успіхи та можливості у виконанні розробленої програми економічного та соціального розвитку. Рентабельність і прибуток тісно пов'язані між собою. Зростання рентабельності об'єктивно свідчить про збільшення одержуваного прибутку. Іншими словами, при зростанні прибутку створюються умови для збільшення рентабельності [60]. Автори розглядають поняття прибутку та рентабельності невід'ємно один від одного та вказують на їх взаємозалежність.

Проте К. Чигріна зазначає, що «показники рентабельності повніше, ніж прибуток, характеризують остаточні результати господарювання, тому що їх величина відображає співвідношення ефекту з вкладеним капіталом або спожитими ресурсами» [59]. Бержанір І., Н. Гвоздей та Ю. Улянич розглядають рентабельність як індикатор, який характеризує ефективність фінансово-економічного механізму й прибутковість діяльності підприємства в умовах жорсткої ринкової конкуренції та світової економічної кризи. Автори зазначають, що рентабельність відображає адекватність системи управління та доцільність заходів у процесі функціонування виробничо-торговельного підприємства [3].

Аналіз рентабельності полягає у дослідженні рівнів та динаміки фінансових коефіцієнтів рентабельності, що є відносними показниками фінансових результатів діяльності підприємства [3]. Таке визначення акцентує увагу саме на тому, що умовою належного рівня рентабельності та ефективності підприємства є налагодженість системи управління та прийняття рішень. Вчені Ю. Гайбура та Л. Загнітко визначають, що прибутковість (рентабельність) підприємств є ключовим показником, який одночасно відображає результати фінансово-господарської діяльності й забезпечує ідентифікацію напрямів та резервів її підвищення [14]. Дане визначення характеризує рентабельність як можливість забезпечення підвищення ефективності діяльності підприємства, наголошує про можливість її зростання.

Лищенко М. розглядає рентабельність як «показник, що відображає ефективність роботи підприємства, що націлене на отримання максимального прибутку у короткостроковій перспективі та який вказує на якість управлінських рішень, що стосуються фінансової, операційної та інвестиційної діяльності підприємства» [33, с. 181]. Автор також вказує нам на те, що якість управлінських рішень впливає на показники рентабельності.

Отже, рентабельність – це комплексний відносний показник, який характеризує фінансово-економічну ефективність діяльності підприємства з

точки зору отримання прибутку, відображає ефективність вкладеного капіталу або спожитих ресурсів (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Показники оцінки рентабельності підприємства

Назва показника	Алгоритм розрахунку	Оптимальне значення	Економічна суть
1	2	3	4
Рентабельність продаж	Відношення прибутку від операційної діяльності до виручки від реалізації	Більше 0,2; має тенденцію до збільшення	Показує частку операційної діяльності у виручці від реалізації
Рентабельність операційної діяльності	Відношення прибутку від операційної діяльності до повної собівартості	Більше 0,2; має тенденцію до збільшення	Показує роль операційної діяльності у собівартості виробленої продукції
Рентабельність діяльності	Відношення чистого прибутку до чистого доходу (виручки) від реалізації продукції	Більше 0,2; має тенденцію до збільшення	Показує наявність можливостей підприємства до відтворення та розширення виробництва і

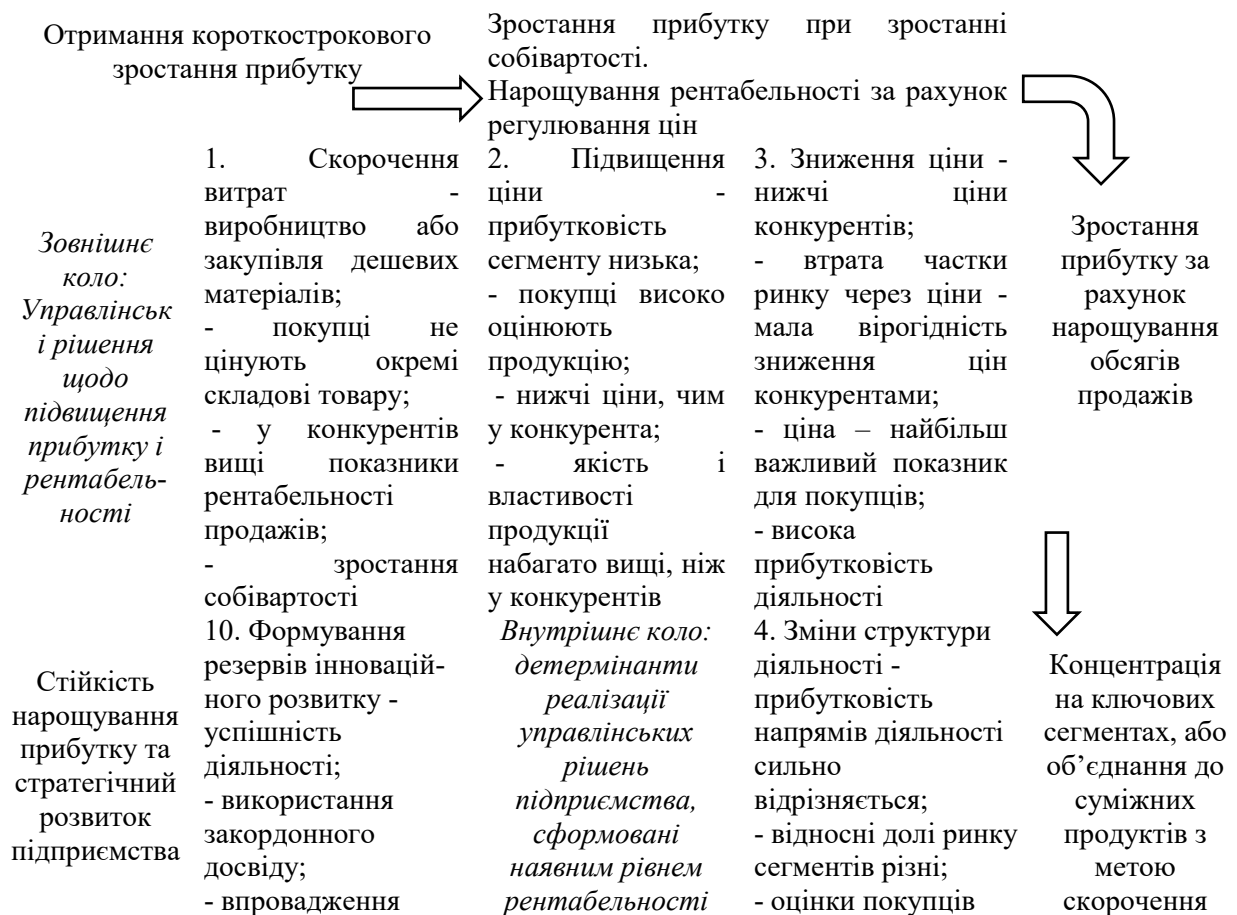
Продовження табл. 1.3

1	2	3	4
			характеризує прибутковість діяльності підприємства
Рентабельність діяльності до оподаткування	Відношення прибутку від усіх видів діяльності до оподаткування до собівартості	Більше 0,2; має тенденцію до збільшення	Показує частку прибутку до оподаткування у собівартості виробленої продукції, характеризує вплив оподаткування на прибутковість фірми
Рентабельність капіталу	Відношення прибутку від усіх видів діяльності до оподаткування до вартості активів	Більше 0,2; має тенденцію до збільшення	Характеризує ефективність сформованих активів
Рентабельність власного капіталу	Відношення чистого прибутку до власного капіталу	Більше 0,2; має тенденцію до збільшення	Показує частку чистого прибутку у власному капіталі та характеризує ефективність вкладення коштів у підприємство
Рентабельність активів	Відношення чистого прибутку до активів підприємства	Більше 0,2; має тенденцію до збільшення	Показує обсяг чистого прибутку на одну гривню активів та характеризує ефективність використання активів

Джерело: [33]

Рентабельність свідчить про якість управління фірмою. Оптимальний рівень рентабельності має забезпечити підприємству сталий розвиток та процвітання. Нині у світовій і вітчизняній економіці активізуються кризові процеси. Підприємствам для забезпечення належного рівня економічного відтворення необхідно шукати способи та резерви збільшення прибутків та підвищення рентабельності. Резервами збільшення прибутку підприємства є:

- диверсифікація виробництва;
- збільшення випуску продукції;
- зниження собівартості продукції шляхом раціонального використання матеріальних ресурсів, виробничих потужностей та площ, праці та робочого часу;
- поліпшення якості продукції;
- продаж зайвого устаткування та іншого майна або здача його в оренду;
- розширення асортименту;
- розширення ринку продажу.



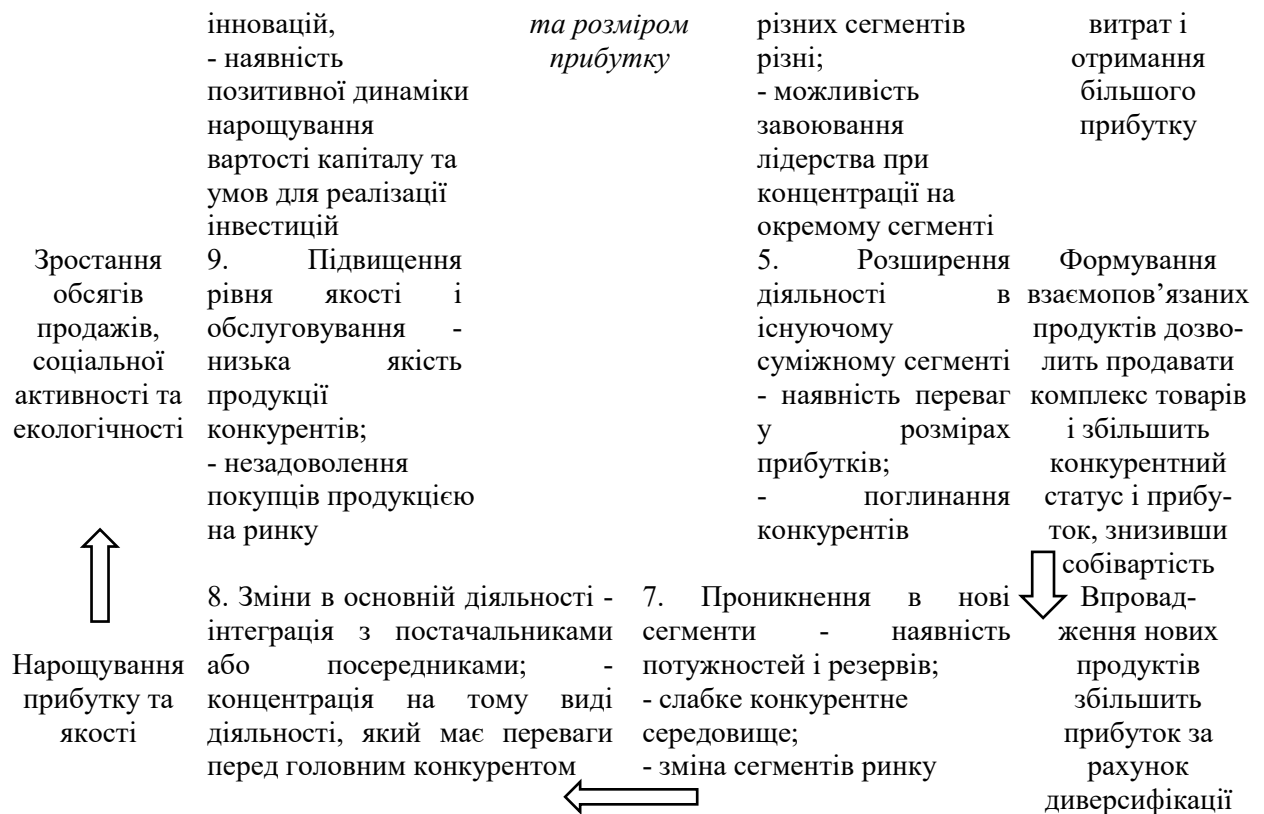


Рис. 1.4. Детермінанти прийняття рішень щодо активізації резервів
нарощування прибутку та рентабельності підприємства

Шляхи підвищення рівня рентабельності пов'язані з реалізацією управлінських рішень щодо:

- вкладання прибутку у розвиток інвестиційної, фінансової та іншої неосновної діяльності підприємства;
- зниження витрат від браку;
- зниження собівартості продукції;
- підвищення продуктивності праці;
- скорочення адміністративно-управлінського персоналу;
- скорочення невиробничих витрат; — скорочення ризиків неплатоспроможності;
- удосконалення управління активами [35].

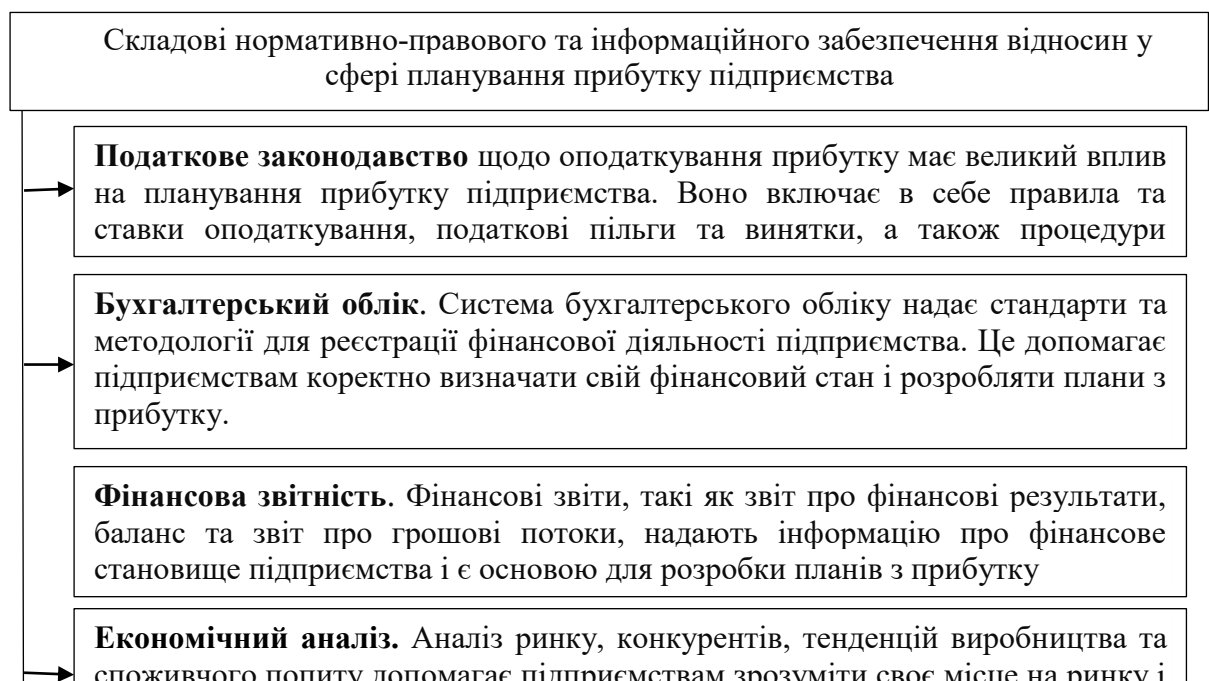
Проекти резервів підвищення рівня рентабельності можна формувати на кожному підприємстві окремо, однак їх генерування доцільно робити після оцінки основних показників рентабельності. Підвищення рівня рентабельності залежить від умов і напрямів стратегічного управління, а її

реалізація може стати одним із тактичних інструментів у розвитку підприємства. За нинішніх умов господарювання оптимальний рівень рентабельності має бути основною детермінантою у прийнятті управлінських рішень на підприємстві. Зауважимо, що у нинішніх умовах розвитку кризових явищ в економіці, прибуток та рентабельність потребують пошуків нових резервів зростання. Тому запропоновано систему прийняття управлінських рішень щодо напрямів функціонування й розвитку на основі основних детермінант нарощування рентабельності (рис. 1.4).

Внутрішнє коло описує наявні детермінанти, що визначають напрями розвитку підприємства, а зовнішнє – множину та варіативність рішень. Отже, залежно від аналізу умов формування прибутків та нарощування рівня рентабельності запропоновано схему обґрунтування управлінських рішень і показано взаємозв'язок.

1.4. Нормативно-правове та інформаційне забезпечення відносин у сфері планування прибутку підприємства

Нормативно-правове та інформаційне забезпечення відносин у сфері планування прибутку підприємства включає ряд законодавчих та регулятивних документів, а також інформаційних ресурсів, які надають важливу базу для розробки та впровадження планів з прибутку. Деякі аспекти цього забезпечення наведені на рис. 1.5.



→

→

→

Рис. 1.5. Складові нормативно-правового та інформаційного забезпечення відносин у сфері планування прибутку підприємства

Джерело: власна розробка

Оскільки підприємства функціонують у середовищі та умовах, які їм створює держава, то доцільно дослідити визначення прибутку у нормативно-правовій базі України.

Пропонуємо весь спектр нормативно-правового забезпечення процесів обліку, планування та оподаткування можливих операцій щодо прибутку підприємства поділити на чотири рівні, а саме:

I рівень. Конституція (Основний Закон) України.

II рівень. Закони України: загальні та спеціальні Закони України.

III рівень. Підзаконні нормативно-правові акти: Національні або Міжнародні стандарти обліку, Накази, Інструкції, Методичні рекомендації, Положення, Листи Міністерства фінансів України та інше.

IV рівень. Внутрішні нормативні акти суб'єкта господарювання.

Так, основою законодавства в будь-якій сфері в Україні є Конституція України як закон найвищої сили. Зокрема, статтею 42 Конституції України, визначено, що кожен має право на підприємницьку діяльність, яка не заборонена законом. При цьому у статті 92 вказано, що «виключно законами України визначаються правові засади й гарантії підприємництва».

Порядок формування і розподілу прибутку підприємства регламентується Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову

звітність в Україні», Національними Положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку, Господарським кодексом України, Податковим кодексом України, методичними рекомендаціями Міністерства фінансів України, а також обліковою політикою підприємства. На масу прибутку підприємства впливає також собівартість виробництва продукції (послуг), тому кожне підприємство прагне мінімізувати витрати при цьому не погіршуючи якість товару та інші показники.

У законодавстві України поняття прибутку визначено у статті 142 Господарського кодексу, де зазначено, що «прибуток (доход) суб'єкта господарювання є показником фінансових результатів його господарської діяльності, що визначається шляхом зменшення суми валового доходу суб'єкта господарювання за певний період на суму валових витрат та суму амортизаційних відрахувань» [16]. Дане визначення дає нам поняття не лише фінансової сутності прибутку, але і його розрахунку як різниці між доходами та витратами. Крім того, прибуток має часову сутність та розраховується за певний період.

У Податковому кодексі (стаття 134) зазначено, що «прибуток визначається шляхом коригування (збільшення або зменшення) фінансового результату до оподаткування (прибутку або збитку), визначеного у фінансовій звітності підприємства відповідно до національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку або міжнародних стандартів фінансової звітності, на різниці, які виникають відповідно до положень Податкового кодексу» [47].

У Податковому кодексі України від 2 грудня 2010 р. № 2755-VI було збережено перелік основних обмежень (скорочено лише деякі положення, що ускладнювали облік і контроль за формуванням податкової бази з податку на прибуток підприємств). Податковим кодексом України (пп. 134.1.1 п. 134.1 ст. 134) передбачено, що об'єктом оподаткування податком на прибуток підприємств є прибуток із джерелом походження в Україні та за її межами, який визначається шляхом коригування (збільшення або зменшення)

фінансового результату до оподаткування (прибутку або збитку), визначеного у фінансовій звітності підприємств.

Проте з 2015 р. істотно зменшено перелік витрат, а також коло платників податку на прибуток, які здійснюють коригування: це підприємства, у яких річний дохід від будь-якої діяльності (за вирахуванням непрямих податків), визначений за правилами бухгалтерського обліку за річний звітний (податковий) період, не перевищує 20 млн. грн. Обмеження витрат встановлено лише щодо сум облікової амортизації основних засобів або нематеріальних активів; уцінки і втрат від зменшення корисності основних засобів або нематеріальних активів; залишкової вартості окремого об'єкта основних засобів або нематеріальних активів у разі ліквідації або продажу такого об'єкта тощо. Це означає, що для багатьох підприємств податок на прибуток сплачується з бази оподаткування, при визначенні якої можуть враховуватись усі витрати підприємства (без будь-яких обмежень).

Згідно НП(С)БО 1, прибуток – це сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати. Ефективність функціонування підприємства не тільки від розміру прибутку, який він отримує, але й від характеру його розподілу. Одна частина прибутку у вигляді податків поступає до бюджету держави і використовується на потреби суспільства, а інша – залишається у використанні підприємства (на виплату дивідендів, розширення виробництва, створення резервних фондів і т.п.). Саме розподіл прибутку (тобто управління ним) і є запорукою прибутковості і ефективності діяльності підприємства [2].

Конвергенція бухгалтерського та податкового обліків при оподаткуванні прибутку не означає відмову від встановлення обмежень на вирахування витрат при визначенні бази оподаткування податком на прибуток підприємств, а також вимагає забезпечення прозорості, достовірності та спрощення обліку і контролю. Реформування податку на прибуток підприємств України в умовах необхідності забезпечення стійкості державних фінансів у довгостроковій перспективі та підвищення

конкурентоспроможності національної економіки вимагає законодавчого закріплення належного обмеження витрат при визначенні бази оподаткування для всіх платників податку на прибуток та одночасного запровадження податкових пільг з метою державної підтримки інноваційно-інвестиційних проєктів підприємств.

Як зазначається у ст. 44 Господарського кодексу України та ст. 15 Закону України «Про господарські товариства», чистий прибуток, одержаний після сплати процентів по кредитах банків та по облігаціях, перерахунку передбачених законодавством України податків та інших платежів до бюджету, а також сплати дивідендів, залишається у повному розпорядженні товариства, яке, відповідно до установчих документів, визначає напрями його використання.

Таким чином, під час створення підприємства в установчих документах засновники мають право зазначити напрями, за якими буде розподілений прибуток. Під час проведеного дослідження ми встановили, що за час роботи підприємства засновники мають право змінити перелік напрямів розподілу прибутку.

Перш за все це пов'язане з:

- внутрішньою політикою підприємства;
- зміною засновників підприємства;
- ефективним або неефективним веденням управлінського, фінансового та податкового обліку;
- змінами на ринку товарів (робіт, послуг);
- бажанням засновників збільшити обороти виготовлення товарів (робіт, послуг).

Зауважимо, що якщо власники підприємства в установчих документах внесуть пункт, у якому зазначать, що розподіл прибутку буде проводитись на підставі рішення зборів засновників (учасників), то протоколом зборів засновників будуть визначатись напрями й розміри прибутку, який буде розподілений.

Таким чином, основними документами, які дають право на зміну в обліку відображення операцій з розподілу прибутку, можуть бути або установчі документи, або протоколи зборів засновників (учасників).

З проведеного аналізу напрямів розподілу чистого прибутку підприємств ми визначили, що основними напрямками розподілу прибутку є:

- формування резервного капіталу; – покриття збитків минулих періодів;
- виплата дивідендів; – збільшення розміру зареєстрованого (пайового) капіталу;
- заохочувальні фонди;
- інші фонди.

Стаття 15 Закону України «Про господарські товариства» зазначає, що підприємства проводять щорічне формування резервного капіталу (не менше 5% від розміру чистого прибутку) до розміру, який повинен бути таким, як у встановлених установчих документах, але не менше 25% від розміру статутного капіталу.

Вчені-економісти та законодавство України у визначенні сутності прибутку роблять акценти на те, що він є результатом діяльності підприємства, визначається шляхом співвідношення доходів і витрат та є основою економічного розвитку фірми та держави.

Як висновок зазначимо, що нормативно-правове та інформаційне забезпечення грає ключову роль у плануванні прибутку підприємства, надаючи необхідні ресурси і рамки для ефективного управління фінансами та досягнення стратегічних цілей. Акцентовано увагу, що формування якісної інформації щодо фінансових результатів діяльності підприємства можливе на базі комплексного підходу до процесу забезпечення управління прибутком.

Висновки до розділу 1

В результаті дослідження теоретичних основ планування прибутку підприємства можна зробити наступні висновки.

1. Прибуток – це економічна категорія, що характеризує певну міру винагороди, що надається власникам факторів виробництва, в обмін на їх внесок у здійснення виробничо-фінансової діяльності, що мала місце протягом відповідного звітного періоду і в результаті якої була/не було створено додану вартість (додатковий продукт), а отримані власниками факторів виробництва доходи арифметично перевищили суму понесених ними витрат.

2. Планування прибутку є ключовим елементом стратегічного управління підприємством. Воно дозволяє підприємству спрогнозувати свої фінансові результати і визначити шляхи досягнення поставлених цілей. Планування прибутку передбачає аналіз зовнішніх факторів, таких як ринкові умови та законодавство, а також внутрішніх факторів, таких як виробничі можливості та стратегічні цілі підприємства.

3. Ефективне планування прибутку вимагає систематичного підходу, включаючи регулярне оновлення планів відповідно до змінних умов і вимог ринку. Планування прибутку передбачає проведення аналізу фінансових даних та використання контрольних механізмів для виявлення відхилень від запланованих результатів і прийняття відповідних корективних заходів.

4. У сучасних умовах ринкової конкуренції планування прибутку повинно бути гнучким і адаптивним до змінних умов, щоб забезпечити успішну адаптацію підприємства до змін на ринку. Планування прибутку повинно бути інтегровано в загальну стратегію управління підприємством і співпрацювати з іншими фінансовими і оперативними планами.

Загалом, планування прибутку є важливим і складним процесом, який вимагає уважного аналізу, систематичного підходу та гнучкості для досягнення успішних фінансових результатів підприємства.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА СТАНУ ТА НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПЛАНУВАННЯ ПРИБУТКУ ТОВ «ФОРА»

2.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства

ТОВ «ФОРА» – підприємство, засноване 2002 року, є великою українською мережею супермаркетів, є частиною торгово-промислової групи Fozzy Group.

Мережа «ФОРА» у 2024 році налічує 300 магазинів (у тому числі 150 у Києві) у 8 областях України, середньою площею 330 м² формату «мінімаркет» або «магазин біля дому», що працюють у низькому та середньому ціновому сегменті. Також є 6 майданчиків формату «Ексклюзив». Абсолютна більшість магазинів цієї мережі розміщуються у приміщеннях колишніх радянських гастрономів на перших поверхах житлових будинків. В асортименті – понад 23 000 найменувань продуктів харчування і побутових товарів залежно від розміру торговельної площі.



Рис. 2.1. Основні дані про мережу ТОВ «ФОРА»

Джерело: сформовано автором

Юридична адреса: Україна, м. Вишневе, обл. Київська, вул. Промислова, 5, індекс 08132.

Основний напрямок діяльності ТОВ «ФОРА» – це роздрібна торгівля переважно продуктами харчування через власну мережу магазинів.

Основний вид діяльності за КВЕД:

47.11 Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами.

Інші види діяльності: Виробництво м'ясних продуктів, Виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання, Виробництво готової їжі та страв, Виробництво інших харчових продуктів, н.в.і.у. тощо.

ТОВ «ФОРА» – магазин самообслуговування біля дому для щоденних покупок. Середня кількість працівників ТОВ «ФОРА» в 2023 році складала 8872 співробітників.

Компанія входить до складу Fozzy Group – однієї з найбільших торгово-промислових груп України. Організаційна структура ТОВ «ФОРА» наведена в Додатку А. Генеральний директор здійснює загальне керівництво виробничо-господарської діяльності підприємства. Несе повну відповідальність за прийняті управлінські рішення, за ефективність діяльності підприємства та збереження майна. Департамент найму – займається організацією відбору, набору та найму персоналу необхідної кваліфікації і в необхідному обсязі; створює ефективні системи штатних співробітників; розробляє кар'єрні плани працівників; розробляє кадрові технології.

Департамент роздрібної торгівлі займається організацією продажу продукції в роздріб, веде облік реалізованої продукції. Для ефективної реалізації функцій департаменту створені наступні структурні елементи:

- роздрібна мережа – це сукупність торгових одиниць, які знаходяться на певній території, під єдиним керівництвом та здійснюють продаж продукції населенню;
- відділ моніторингу збирає та аналізує інформацію про кон'юнктуру ринку та місце на ньому підприємства ТОВ «ФОРА»;

- менеджмент роздрібної торгівлі здійснює оперативне управління роздрібною мережею.

Фінансовий департамент управляє всією фінансовою діяльністю компанії ТОВ «ФОРА». Для оптимізації діяльності в структурі департаменту створені такі відділи:

- відділ бухгалтерії займається складанням фінансової та господарської звітності;

- відділ аналітики займається фінансовим аналізом діяльності підприємства, розробляє рекомендації для підвищення економічної ефективності компанії;

- юридичний відділ забезпечує дотриманням законності в діяльності підприємства, врегульовує економічні відносини, займається укладенням договорів, виставленням претензій, складанням правових документів, подачею позовів.

Маркетинговий департамент визначає політику збуту підприємства з урахуванням наявних ресурсів і існуючої динаміки ринку, координує роботу департаменту роздрібної торгівлі. В структурі маркетингового департаменту виділені:

- інформаційний відділ збирає та аналізує інформацію щодо комерційної діяльності підприємства, факторів які впливають на продаж продукції, розробляє стратегію ринкової діяльності та рекомендації щодо збутової діяльності підприємства;

- відділ дизайну забезпечує конкурентоспроможність продукції за рахунок художньо-конструкторського формування естетичних і функціональних якостей продукції, застосування передового дизайнерського досвіду;

- відділ зв'язку з громадськістю займається діяльністю спрямованою на встановлення і підтримання взаєморозуміння між компанією і громадськістю.

Виробничий департамент здійснює забезпечення та організацію

виробництва продукції. До складу департаменту входять:

- відділ закупок – займається забезпеченням матеріально-технічної бази виробництва;
- відділ якості забезпечує випуск підприємством якісної і конкурентоспроможної продукції, запобігає випуск продукції, яка не відповідає вимогам стандартів і технічних умов;
- виробничі підрозділи (цеха, відділення, дільниці, бригади, лабораторії), які займаються безпосереднім виробництвом продукції;
- відділ запасів забезпечує зберігання готової продукції та сировини, контролює своєчасне поповнення запасів.

Компанія ТОВ «ФОРА» переслідує цінності, наведені на рис. 2.2.

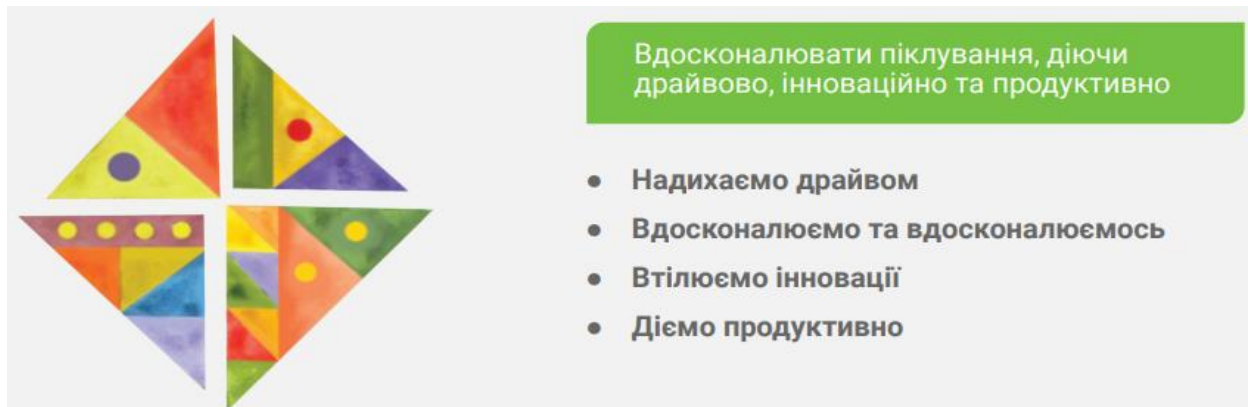


Рис. 2.2. Місія та цінності ТОВ «ФОРА»

Джерело: сформовано автором за даними підприємства

Економічна та виробнича політика підприємства спрямована на збільшення виробничих потужностей підприємства та удосконалення позицій на ринку.

Таблиця 2.1

Позиціювання підприємства за П. Темпоралом

Обіцянка бренда	Низькі ціни та якість товарів та щотижневі акції
Рациональні вигоди бренда	Економічно обґрунтовані ціни
Емоційні вигоди бренда	Дизайн який подобається споживачам продукції ТОВ «ФОРА»
Brand personality	Дизайнерські магазини та низькі ціни, які знаходяться поряд з домом
Tone of voice	Чітко доносить інформацію до споживачів

Як видно з проведеного аналізу ТОВ «ФОРА» постійно удосконалює свою взаємодію зі споживачами, це допомагає йому більш ефективно діяти на ринку та збільшувати кількість магазину, а також долю ринку. Для визначення конкурентного середовища необхідно провести аналіз 5 сил М. Портера.

Таблиця 2.2

Аналіз 5 сил за М. Портером в Україні

Група факторів	Бали (1-5)	Стан факторів	Вплив на організацію	Реакція організації
Конкуренція	5	На ринку спостерігається олігополія (Ашан, АТБ, Сільпо, Фора)	Компанія Ашан імпортує якісні продукти, яке має великий попит у споживачів на ринку	Проведення акцій з виграшом товарів.
Появлення нових конкурентів	2	Ринок повністю контролюють близько 5 компаній	Дуже мала ймовірність появи нових конкурентів	Максимальне розповсюдження продукції компанії ТОВ «Фора»
Постачальник	0	-	-	-
Споживач	5	Ціни на товари продукцію піднімаються, тому споживач віддає перевагу, більш якісному товару	Зріст попиту на товари ТОВ «Фора»	Укладення нових договорів з ПП для максимального розповсюдження товару.
Посередник	4	Велика конкуренція за появленням нових посередників на ринку рітейлу	Зменшення попиту на продукцію	Торговим представникам компанії ТОВ «ФОРА» треба максимально поширити продукцію компанії за допомогою складання нових угод з ПП

Джерело: сформовано автором за даними підприємства

Підводячи підсумки аналізу слід зазначити, що на ринку спостерігається олігополія, ринок контролюють 4 компанії (Ашан, АТБ, Сільпо, Фора). На ринку не спостерігається поява нових конкурентів. Внаслідок підвищення цін, споживачі віддають перевагу більш дешевій продукції компанії «АТБ», яка має в своєму активі бюджетну продукцію, яку поживають масово. Торгові представники та мерчендайзери компанії ТОВ

«Фора» максимально поширюють продукцію, укладаючи угоди з новими роздрібними точками продажу, тим самим збільшуючи долю ринку компанії.

Для оцінки функціонування ТОВ «ФОРА» на території України, необхідно провести PEST та SWOT аналіз економіки України.

На першому етапі оцінки та аналізу економіки України використовується аналіз PEST. Це один із популярних методів аналізу макросередовища. Цей аналіз іноді називають STEP-аналізом. Це простий і зручний метод вивчення зовнішнього середовища, який можна ефективно використовувати для вивчення економіки кожної країни. Аналіз шкідників включає визначення переліку політичних (політичних), економічних (економічних), соціальних (технічних) та технологічних (технологічних) факторів навколишнього середовища, які безпосередньо та опосередковано впливають на бізнес. Аналіз PEST також є інструментом довгострокового стратегічного планування і готується протягом 3-5 років, щорічно оновлюючи дані. PEST-аналіз – це послідовність певних етапів, серед яких виділяють наступні:

1. виявлення факторів для аналізу. На цьому етапі необхідно скласти перелік факторів, які можуть мати прямий чи опосередкований вплив на майбутні результати економічного розвитку країни, які поділяються на 4 групи: політичні, економічні, соціальні та технологічні;

2. визначення ступеня впливу факторів. Визначивши фактори, що впливають на бізнес, необхідно визначити силу впливу кожного фактора в масштабі. Найпоширенішою є 5-бальна шкала, згідно з якою чим більша кількість за шкалою, тим сильніше чинник впливає на розвиток економіки;

3. оцінка ймовірності зміни фактора. На цьому етапі ймовірність коливань оцінюється за 5-бальною шкалою, де «1» означає мінімальну ймовірність зміни факторів навколишнього середовища, а «5» означає максимальну ймовірність;

4. оцінка реальної значущості факторів. Наступним кроком є оцінка впливу кожного окремого фактора, обраного для аналізу. У цьому випадку

необхідно чітко визначити фактори, які можуть безпосередньо впливати на компанію, і постійно контролювати їх;

5. складання підсумкової таблиці PEST. Останнім етапом аналізу є приведення всіх обчислень до матричної форми.

Фактори аналізу PEST перераховані та проаналізовані в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

PEST-аналіз зовнішнього середовища ТОВ «ФОРА»

Фактор	Стан/прояв фактору	Тенденція розвитку фактору	Характер впливу фактору на економіку України
1	2	3	4
1. Економічний фактор			
Рівень інфляції	У 2023 році рівень інфляції зменшився на 21,5% і складає – 5,3%	Падіння	«+» – середній темп знецінення грошей; «-» – можлива дефляція
Рівень безробіття	18 % у 2023 році	Зростання	«-» неплатоспроможне населення
Приріст ВВП в 2022	5,3 %	Зростання	«+» – підвищення виробництва; «+» – покращення привабливості країни як країни для інвестування.
Зростання заробітної плати	Протягом 2023 року мінімальна заробітна плата залишатиметься на рівні 6700 грн	Зростання	«+» – підвищення платоспроможності населення та їх купівельної спроможності;
2. Політико правові фактори			
Зовнішня політика	Допомога країн ЄС,	Зростання	«+» – співробітництво та лояльні відносини з європейськими країнами; «-» – блокада митниці
Політична дестабілізація	Нестабільна політична ситуація	Падіння	«-» – протиріччя між політичними силами, «-» – низький рівень довіри наряду до влади
Війна на території України, анексія Криму	Регіони в зоні бойових дій і, військова ситуація та прогнози, авіобомбардування.	Погіршення	«-» – втрата територій; «-» – військові дії на території України; «-» – непередбачуваність розвитку подій; «-» – ризики для інвесторів
3. Соціокультурні фактори			
Демографічна структура населення	За два роки повномасштабної війни чисельність населення України у межах 1991 року скоротилася з 42 мільйонів до 35 мільйонів осіб.	Падіння	«-» – скорочення населення і трудового потенціалу країни

Продовження табл. 2.3

1	2	3	4
Менталітет	Характерні риси для українців: демократичність, емоційність, індивідуалізм, миролюбність, уміння вести господарство.	Зростання	«+» – для країни з розвинутою індивідуалістичною культурою легше впроваджувати інновації; «+» – потужний потенціал розвитку різних сфер господарювання
4. Технологічні фактори			
Рівень розвитку ІТ	Ринок ІТ-послуг є розвинутим	Зростання	«+» – можливість використання комп'ютерних технологій у діяльності; «+» – швидкість обміном інформацією;
Доступ до новітніх технологій	У країні вільний доступ до новітніх технологій.	Зростання	«+» – швидкість обміном інформацією;

Джерело: сформовано автором за даними підприємства

Ймовірність групових (наприклад, економічних) факторів оцінюється шляхом присвоєння їй деякої ваги від 0 (низька ймовірність) до 1 (висока ймовірність). Сума ймовірностей прояву для кожної групи факторів повинна бути рівною одиниці.

Ступінь впливу (значення) цього чинника на розвиток економіки України визначається п'ятибальною шкалою: 5 – сильний вплив, серйозна небезпека; 1 – відсутність удару, незначні загрози.

Загальний вплив групи факторів на розвиток економіки України визначається множенням ймовірності прояву цього чинника на силу його впливу та обчислюється загальна та зважена оцінка для даної країни (табл. 2.4).

Узагальнена оцінка вказує на ступінь впливу на економіку України та визначає необхідність визначення способів реагування на поточні та прогнозовані екологічні фактори.

Загальна оцінка впливу :

Економічні фактори = $1,2 + 1,5 + 1 + 0,8 = 4,5$

Політико-правові фактори = $2 + 0,6 + 2,5 = 4,6$

Соціокультурні фактори = $0,8 + 2 + 0,9 = 3,7$

Таблиця 2.4

Загальна оцінка факторів впливу на ТОВ «ФОРА»

Фактор	Імовірність прояву фактору, Р (0÷1)	Значимість фактору, І (1÷5)	Загальна оцінка впливу фактору, РхІ	Засоби реагування на прояв фактору
1. Економічні фактори				
Рівень інфляції	0,3	4	1,2	Зміцнення економічних зв'язків з ЄС
Рівень безробіття	0,3	5	1,5	Стимулювання розвитку малого та середнього бізнесу
Приріст ВВП	0,2	5	1	Підвищення виробництва
Зростання заробітної плати	0,2	4	0,8	Розвиток інфраструктури
Рівень інфляції	0,3	4	1,2	Зміцнення економічних зв'язків з ЄС
Рівень безробіття	0,3	5	1,5	Стимулювання розвитку малого та середнього бізнесу
Приріст ВВП	0,2	5	1	Підвищення виробництва
Зростання заробітної плати	0,2	4	0,8	Розвиток інфраструктури
2. Політико-правові фактори				
Зовнішня політика	0,4	5	2	Закінчення військового конфлікту, повернення Криму та східних областей
Політична дестабілізація	0,2	3	0,6	Формування довіри народу до влади
Військовий конфлікт на території країни, анексія Криму	0,4	5	2	Налагодження відносин з іншими країнами
Військовий конфлікт на території країни, анексія Криму	0,4	5	2	Налагодження відносин з іншими країнами
3. Соціокультурні фактори				
Демографічна структура населення	0,2	4	0,8	Розширення ринків праці
Менталітет	0,3	3	0,9	Розвиток малого та середнього бізнесу завдяки заохоченню індивідуалізму
4. Технологічні фактори				
Рівень розвитку ІТ	0,3	4	1,2	Використання ІТ технологій для своєї діяльності

Доступ до новітніх технологій	0,3	4	1,2	Розвиток інновацій
Оновлення науково-технічної бази	0,4	4	1,6	Фінансування розвитку науки, оновлення устаткування наукових центрів

Джерело: розроблено автором

Технологічні фактори $= 1,2 + 1,2 + 1,6 = 3,12$

Тому аналіз PEST показує, що найважливішими чинниками є: економічні та політико-правові. Для сталого розвитку економіки України рекомендується приділяти найбільшу увагу економічним та політичним факторам та розробити ефективну стратегію їх стабілізації.

Щоб більш детально з'ясувати, які загрози та недоліки, плюси та мінуси існують в економіці України, необхідно провести SWOT-аналіз економічного потенціалу даної території та країни. Цей метод характеризується як поєднання всіх результатів тесту. SWOT-аналіз дозволяє оцінити порівняльно якісні позитивні та негативні риси країни. Цей метод дає відповідь на питання про перспективні сфери розвитку, а також дає можливість застерегти від негативних наслідків економічного розвитку.

SWOT-аналіз (Strengths (S) – сильні сторони, Weaknesses (W) – слабкості, Opportunities (O) – можливості, Threats (T) – загрози) – це визначення сильних і слабких сторін підприємства, а також можливостей і загроз, що витікають із зовнішнього середовища.

SWOT-аналіз є важливим методом порівняльного аналізу, який дозволяє розробити чотири типи стратегій діяльності підприємства:

SO стратегія – спрямована на використання сильних сторін організації, щоб отримати віддачу від можливостей у зовнішньому середовищі.

WO стратегія – передбачає подолання слабких сторін підприємства за рахунок використання можливостей у зовнішньому середовищі.

ST стратегія – орієнтована на подолання загроз із зовнішнього середовища за рахунок сильних сторін в підприємства [9].

WT стратегія – повинна показати, як позбутися від факторів слабкостей на підприємстві і спробувати запобігти навислу над нею загрозу [10].

На основі даних про організацію, отриманих завдяки опитуванню визначеного кола працівників, емпіричних та статистичних даних підприємства можна побудувати наступну SWOT-таблицю (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

SWOT-таблиця ТОВ «ФОРА»

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
Відома торгівельна марка. Розгалужена мережа магазинів. Велика кількість постійних покупців, зростання кількості учасників ПЛ. Комфортні умови для здійснення покупок, зручне розташування магазинів. Сучасні сервіси: КСО, онлайн магазин, зручний мобільний додаток, доставка/самовивіз. Постійні акції та персональні пропозиції для учасників ПЛ. Безконтактна оплата додатком Фора Пей, покупка без касира. Відкриття нових магазинів, розширення мережі. Екологічні ініціативи та благодійність як забезпечення сприйняття соціально відповідальної компанії.	Велика кількість магазинів старого формату. Обмежений географічний регіон діяльності. Недокомплектція штатних вакансій, дефіцит кадрів. Сервіс доставки онлайн замовлень. Зручність онлайн магазину та асортимент.
Можливості (O)	Загрози (T)
Розширення мережі шляхом відкриття нових магазинів. Розвиток компанії завдяки дотриманню вимог та стандартів, пов'язаних з обмеженнями під час пандемії. Впровадження та продаж продуктів власного виробництва. Трансформація HR-процесів. Програма Суперфорівці – турбота про співробітників та їх розвиток. Сервісна культура. Залучення нових постачальників, розширення асортименту та покращення якості деяких категорій продукції. Подальший розвиток компанії завдяки новим ресурсам та сервісам Зростання кількості магазинів в регіонах. Впровадження новітніх технологій задля оптимізації бізнес-процесів.	Подальше розширення конкурентних мереж. Обмеження внаслідок війни. Втрати об'єктів внаслідок бойових дій та окупації територій. Дефіцит кадрів через відтік трудової сил з України. Політична та соціальна нестабільність. Негативне сприйняття мережі в Києві через велику кількість магазинів старого формату, які потребують ремонту. Міграція населення.

Джерело: розроблено автором

Враховуючи наведені сильні сторони (S) ТОВ «ФОРА», можна зробити такі висновки:

1. Відома торгівельна марка: Це створює позитивне сприйняття компанії серед споживачів і може сприяти збільшенню продажів та розширенню клієнтської бази ТОВ «ФОРА».

2. Розгалужена мережа магазинів: Це дозволяє ТОВ «ФОРА» бути доступною для більшої кількості споживачів та конкурувати на різних ринках.

3. Сучасні сервіси та зручність покупок: Інвестиції в технології та сервіси дозволяють компанії привертати нових клієнтів та забезпечувати задоволення потреб поточних клієнтів.

4. Акції та персональні пропозиції: Це може стимулювати зростання лояльності клієнтів та збільшення їхніх покупок у ТОВ «ФОРА».

5. Безконтактна оплата та онлайн-сервіси: Це сприяє зручності та безпеці для клієнтів, а також може підвищити швидкість обслуговування та зменшити черги.

6. Розширення мережі: Відкриття нових магазинів дозволить ТОВ «ФОРА» захопити нові ринки та збільшити обсяги продажів.

7. Екологічні ініціативи та благодійність: Це може позитивно впливати на сприйняття компанії споживачами та підвищити імідж бренду як соціально відповідальної.

Загалом, ці сильні сторони вказують на успішність ТОВ «ФОРА» та позитивні перспективи для подальшого розвитку та збільшення конкурентоспроможності на ринку.

Враховуючи наведені загрози (Т) ТОВ «ФОРА», можна зробити такі висновки:

1. Подальше розширення конкурентних мереж: Зі зростанням конкуренції може знизитися частка ринку компанії, що може призвести до зменшення прибутку та потребує удосконалення стратегій маркетингу та позиціонування.

2. Обмеження внаслідок війни та конфліктів: Воєнні дії та конфлікти можуть призвести до обмежень у веденні бізнесу, включаючи переривання поставок, зниження попиту та руйнування майна.

3. Дефіцит кадрів через відтік трудової сил з України: Необхідно приділяти увагу збереженню та повертання кваліфікованого персоналу, щоб запобігти можливим проблемам зі складністю персоналу та збереженням рівня обслуговування клієнтів.

4. Політична та соціальна нестабільність: Це може призвести до зниження споживчого попиту та неспокою серед споживачів, що може вплинути на продажі та загальну діяльність компанії.

5. Негативне сприйняття мережі в Києві через старі магазини та потребу у ремонті: Це може позначитися на іміджі компанії та призвести до втрати клієнтів та зниження обсягів продажів.

6. Міграція населення: Зменшення населення у певних регіонах може призвести до зменшення попиту на товари та послуги компанії в цих областях.

Загалом, ці загрози вказують на потенційні ризики та виклики, з якими може зіткнутися ТОВ «ФОРА», і підкреслюють важливість розроблення стратегій управління ризиками та адаптації до змін у зовнішньому середовищі.

Отже, сильні сторони (S) дають такі можливості (O):

– стратегія концентрованого зростання. Можливий вихід на нові ринки. Наприклад, у підприємства є потенціал до виходу на ринки інших країн, наприклад, Молдови, Польщі;

– стратегія інтегрованого зростання – зворотної вертикальної інтеграції. Достатньо ефективним буде придбання виробництв діючих постачальників, що понизить надалі витрати компанії.

загрози (T):

– стратегія концентрованого зростання. Доцільно почати виготовляти нові товари, наприклад, тістечка. Подібний крок підвищить конкурентоспроможність, а відповідно, збільшиться частка ринку;

– стратегія інтегрованого зростання – горизонтальної інтеграції. Придбання підприємств конкурентів, що, в результаті, поліпшить виробничу базу, підвищить потужності фірми. Особливо, якщо брати до уваги розгалуженість асортименту.

Слабкі сторони (W) можуть надати такі можливості (O):

– стратегія концентрованого зростання. Оскільки слабих сторін у ТОВ «ФОРА» майже порівну з сильними, то найбільш ефективними є дії з посилення позицій на ринку: створення позитивного іміджу, збільшення кількості клієнтів, ін.;

– стратегія скорочення витрат також є доцільною, оскільки прибуток у компанії недостатньо великий (підприємство – мале), а ціни на матеріали ростуть. Передбачувані витрати потребуватимуть великих фінансових вкладень, тому зараз необхідно понизити планку витрат. Наприклад, застосування ресурсозберігаючих технологій, які спочатку.

загрози (T):

– стратегія диверсифікованого зростання, а саме горизонтальної диверсифікації. ТОВ «ФОРА» необхідно закупити необхідні засоби праці та налагодити виробництво нових товарів;

– стратегія центрованої диверсифікації. ТОВ «ФОРА» може почати виготовляти та реалізувати нові товари на базі існуючих засобів, наприклад, булочки з ягідними та фруктовими начинками. Тут також виготовляються хлібобулочні вироби, але виробництво такої продукції складніше.

Таким чином, такі дії призведуть до збільшення прибутку без витрат на нове устаткування. Конкурентоспроможність також підвищиться за допомогою здачі в оренду пустих складських приміщень та продаж зайвого устаткування, що дозволить в майбутньому досягнути достатнього рівня оновлення основних засобів.

Головна різниця між мережами «ФОРА» та «АТБ» – це фокус на різні сегментні групи споживачів: «АТБ» надає перевагу бюджетним товарам та простоті формування полиць у магазинах, той час як « ФОРА » продає товари середнього сегмента та оформлює супермаркети за допомогою дизайнерів. Станом на 2024 р. мережа « ФОРА » нараховує 300 супермаркетів, у той час як у «АТБ» понад 1300 од.

2.2. Діагностика фінансово-економічного стану ТОВ «Фора»

Діагностика фінансово-економічного стану ТОВ «Фора» важлива для забезпечення успішного функціонування підприємства, його стабільності та конкурентоспроможності на ринку. Діагностика фінансово-економічного стану ТОВ «Фора» має декілька цілей:

1. Оцінка фінансового здоров'я: Діагностика дозволяє оцінити загальний фінансовий стан компанії, визначити її фінансові ризики та можливості. Це важливо для забезпечення стабільності та життєздатності бізнесу.

2. Виявлення проблемних аспектів: Аналіз фінансової звітності допомагає виявити проблеми та слабкі місця в управлінні фінансами компанії, такі як низька рентабельність, високий рівень заборгованості чи оборотність активів.

3. Планування стратегій: На основі діагностики можна розробити стратегії для подальшого розвитку компанії. Це може включати плани по зменшенню витрат, підвищенню ефективності виробництва, розширенню ринків збуту тощо.

4. Прийняття управлінських рішень: Інформація, отримана в результаті діагностики, допомагає приймати обґрунтовані управлінські рішення, щоб оптимізувати фінансові ресурси та максимізувати прибуток.

5. Звітність перед зацікавленими сторонами: Діагностика фінансового стану дозволяє підприємству представляти точну та об'єктивну інформацію перед зацікавленими сторонами, такими як інвестори, кредитори, державні органи тощо.

Для цього використаємо систему показників, які, на наш погляд, є головними при визначенні прибутковості, ефективності діяльності підприємства та його конкурентоспроможності (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Основні економічні показники господарської діяльності ТОВ «ФОРА» за
2021-2023 рр.

Показники	Роки			Відхилення 2023/2021	
	2021	2022	2023	+/-	%
1. Чистий дохід (виручка), млн. грн.	18920,1	19593,5	29493,1	10573,0	55,88
2. Валовий прибуток, млн. грн.	4541,3	5309,9	7455,0	2913,7	64,16
3. Операційний прибуток, млн. грн.	205,3	550,5	501,2	295,9	в 1,4 р.б.
4. Чистий прибуток, млн. грн.	17,7	16,0	47,8	30,1	в 1,7 р.б.
5. Середньооблікова чисельність працівників, осіб.	9815	9206	8872	-943	-9,61
6. Середньорічна вартість: - необоротних активів, млн. грн.	2380,9	3179,5	3968,7	1587,9	66,69
- в т.ч. основних засобів, млн. грн.	2180,9	2899,9	3613,8	1432,9	65,70
- оборотних активів, млн. грн.	3007,2	3779,8	4855,9	1848,7	61,48
7. Фондовіддача	8,68	6,76	8,16	-0,51	-5,92
8. Фондомісткість	0,12	0,15	0,12	0,00	0
9. Фондоозброєність, тис. грн./особу	222,20	315,00	407,32	185,12	83,31
10. Коефіцієнт оборотності оборотних активів	6,29	5,18	6,07	-0,22	-3,46
11. Продуктивність праці, тис. грн./особу.	1927,67	2128,34	3324,30	1396,63	72,45
12. Середньомісячна заробітна плата одного працівника, грн.	12171,23	18831,45	16445,35	4274,12	35,12
13. Рентабельність господарської діяльності, %	0,09	0,08	0,16	0,07	x

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства

Аналізуючи основні показники господарської діяльності у табл. 2.6, можна сказати, що чистий дохід ТОВ «ФОРА» у 2023 році у порівнянні з 2021 роком збільшився на 10573 млн. грн. (55,88%), валовий прибуток – на 2913,7 млн. грн. (64,16%), операційний прибуток – на 295,9 млн. грн. (в 1,4 рази), чистий прибуток – на 30,1 млн. грн. (в 1,7 рази) відповідно.

Значне зростання чистого доходу (+55,88%) в 2023 році порівняно з 2021 роком свідчить про успішну стратегію збільшення обсягів продажу або підвищення цін на товари ТОВ «Фора». Значне зростання валового прибутку (+64,16%) також є позитивним сигналом, що може свідчити про підвищення ефективності торгівлі або зменшення собівартості товарів. Зростання операційного прибутку в 1,4 рази від 2021 до 2023 року свідчить про

позитивні зміни в управлінні витратами та оптимізації бізнес-процесів. Значне збільшення чистого прибутку (+1,7 рази) також є важливим показником успішної діяльності підприємства. В 2023 році ТОВ «Фора» отримало 47,8 млн. грн. чистого прибутку.

Фондовіддача у 2023 році становить 8,16 пункти, що на 0,51 пункти менше, ніж у 2021 році. Вона виражає ефективність використання засобів праці, тобто показує, скільки виробляється готової продукції на одиницю основних засобів. Фондомісткість у 2023 році становить 0,12, як і у 2021 році, що показує, скільки потрібно витратити основних засобів на виготовлення одиниці продукції. Фондоозброєність у 2023 році становить 407,32 тис. грн., що на 185,12 тис. грн., або на 83,31% більше, ніж у 2021 році, що показує, яка частина вартості основних засобів припадає на одного працівника основної діяльності.

Коефіцієнт оборотності оборотних активів показує, скільки грошових одиниць продукції приносить кожна одиниця оборотних активів. Показник у 2023 році становить 6,07 об., що на 0,22 оберту менше, ніж у 2021 році.

Середньооблікова чисельність працівників у 2023 році становить 8872 особи, що на 943 працівника менше, ніж у 2021 році. Зменшення чисельності працівників може свідчити про впровадження ефективних технологій та процесів, що дозволили підприємству досягти більшого обсягу продукції з меншою кількістю працівників.

У 2023 році продуктивність праці у порівнянні з 2021 роком збільшилась на 1396,63 тис. грн./на 1 особу, тобто здатність працівників випускати певну кількість продукції за одиницю часу у 2023 році склала 3324,3 тис. грн./на 1 особу. Середньомісячна заробітна плата одного працівника у 2023 році у порівнянні з 2021 роком збільшилась на 4274,12 грн. (35,12%).

Значне зростання рентабельності господарської діяльності ТОВ «Фора» (+72,78%) свідчить про ефективне управління витратами та оптимізацію ділових процесів.

Загалом, на основі аналізу наведених показників можна зробити висновок, що ТОВ «Фора» успішно розвивається та показує позитивні тенденції у фінансових та операційних показниках. Можливо, це свідчить про ефективну стратегію управління та високу конкурентоспроможність на ринку.

Дослідимо тепер склад і структуру активів та зобов'язань ТОВ «ФОРА» у табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Аналіз активів та зобов'язань ТОВ «ФОРА» у розрізі статей балансу

Стаття	На 31.12.2021		На 31.12.2022		На 31.12.2023		Відхилення 2023/2021		
	млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%	+/-	%	П.С.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Актив									
I. Необоротні активи									
Нематеріальні активи	2,4	0,04	9,0	0,11	52,6	0,54	50,3	в 21,2 р.б.	0,50
Основні засоби:	2700,0	44,29	3099,8	39,63	4130,7	42,02	1430,7	52,99	-2,27
Усього за розділом I	2953,8	48,46	3405,1	43,53	4539,9	46,19	1586,1	53,70	-2,27
II. Оборотні активи									
Запаси	1306,9	21,44	2039,2	26,07	2320,5	23,61	1013,6	77,56	2,17
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	349,3	5,73	586,1	7,49	393,1	4,00	43,9	12,54	-1,73
Інша поточна дебіторська заборгованість	1020,6	16,74	1068,3	13,66	1313,7	13,36	293,1	28,72	-3,38
Гроші та їх еквіваленти	335,6	5,51	415,7	5,31	1134,4	11,54	798,8	в 2,4 р.	6,04
Інші оборотні активи	19,9	0,33	51,1	0,65	32,4	0,33	12,5	62,81	0,00
Усього за розділом 2	3142,0	51,54	4416,9	56,47	5289,8	53,81	2147,8	68,36	2,27
Баланс	6095,8	100	7822,0	100	9829,7	100	3733,9	61,25	0,00
Пасив									
I. Власний капітал									
Зареєстрований (пайовий) капітал	450,0	7,38	450,0	5,75	450,0	4,58	0	0,00	-2,80
Додатковий капітал	12,0	0,20	4,8	0,06	4,8	0,05	-7,1	-60,00	-0,15
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	-365,9	-6,00	-353,8	-4,52	-327,9	-3,34	38,0	-10,39	2,67
Усього за розділом I	89,0	1,46	100,9	1,29	134,1	1,36	45,2	50,67	-0,10
Довгострокові зобов'язання	1637,7	26,87	1916,8	24,50	1820,9	18,52	183,1	11,19	-8,34

III. Поточні зобов'язання і забезпечення									
Поточна кредиторська заборгованість	3389,2	55,60	77,8	1,00	5033,9	51,21	1644,7	48,53	-4,39

Продовження табл. 2.7

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Поточні зобов'язання за розрахунками	169,8	2,79	174,5	2,23	252,9	2,57	83,1	48,94	-0,21
Інші поточні зобов'язання	238,4	3,91	661,1	8,45	746,9	7,60	508,5	213,30	3,69
Усього за розділом III	4369,1	71,67	5804,4	74,21	7874,7	80,11	3505,6	80,24	8,44
Баланс	6095,8	100	7822,0	100	9829,7	100	3733,9	61,25	0,00

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства

Аналізуючи дані з таблиці 2.7 щодо активів, можна зазначити, що необоротні активи в 2023 році зросли на 1586,1 тис. грн. (що становить 53,7%) порівняно з 2021 роком, переважно завдяки збільшенню основних засобів у 2023 році на 1430,7 тис. грн. (52,99%). На рис. 2.1 відображено динаміку основних елементів активів підприємства.

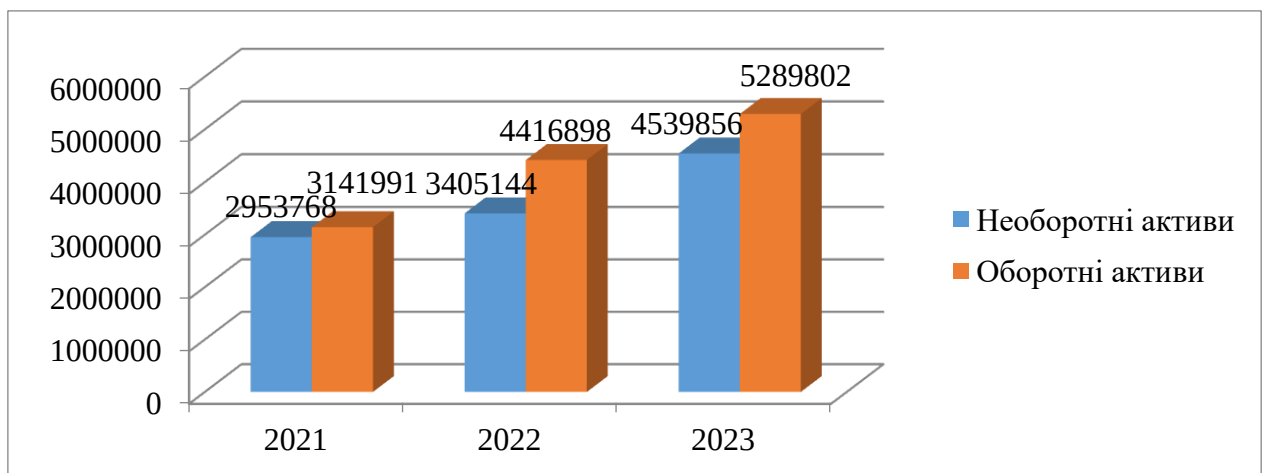


Рис. 2.3. Аналіз динаміки активів ТОВ «ФОРА», тис. грн.

Джерело: побудовано автором за даними фінансової звітності підприємства

Аналізуючи рисунок 2.3, можна зробити наступні висновки: оборотні активи переважають над необоротними, особливо за рахунок запасів, і відбувається загальне зростання вартості активів на підприємстві протягом періоду з 2021 року по 2023 рік.

Оборотні активи збільшилися у 2023 році на суму 2147,8 тис. грн. (або 68,36%) у порівнянні з 2021 роком. Це було спричинене зростанням таких

складових оборотних активів, як грошові кошти та їх еквіваленти, які збільшилися в 2,4 рази, запаси – на 1013,6 млн. грн. (або на 77,56%) тощо.

Аналізуючи дані з таблиці 2.7 за пасивами, можна зробити висновки щодо структури джерел формування майна підприємства. Пасиви складаються з власного капіталу та зобов'язань перед кредиторами. За період з 2021 року по 2023 рік спостерігається зростання загальної вартості пасивів, що свідчить про позитивну динаміку фінансового стану підприємства. При цьому можна відзначити збільшення як власного капіталу, так і зобов'язань перед кредиторами. Такий ріст може вказувати на здатність підприємства до залучення додаткових ресурсів для розвитку, а також на підвищення довіри до нього з боку інвесторів та кредиторів (рис. 2.4).

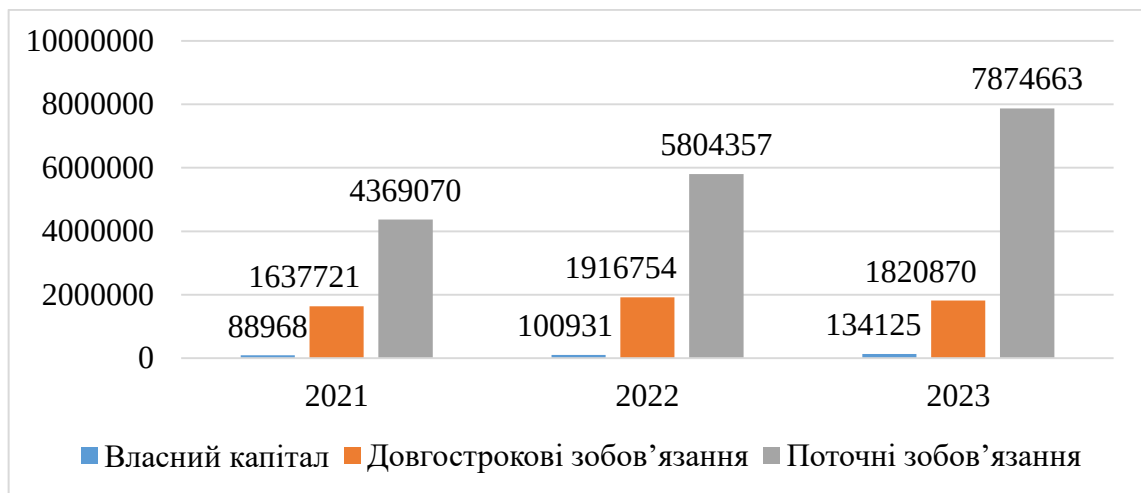


Рис. 2.4. Аналіз динаміки пасивів балансу ТОВ «ФОРА», тис. грн.

Джерело: побудовано автором за даними фінансової звітності підприємства

Аналізуючи дані про стан власного капіталу та зобов'язань ТОВ «ФОРА» на кінець 2023 року, можна зробити наступні спостереження.

Власний капітал досяг найменшої питомої ваги на кінець 2023 року, становлячи 1,36% від загальної вартості пасивів. Несприятлива динаміка характеризується збільшенням власного капіталу на 45,2 млн. грн. (або 50,67% порівняно з 2021 роком). Це збільшення відбулося за рахунок зменшення нерозподіленого збитку на 38 млн. грн. (або 10,39%). Нерозподілений збиток зменшився з 365,9 млн. грн. у 2021 році до 327,9 млн. грн. на кінець 2023 року.

Довгострокові зобов'язання зросли на 183,1 млн. грн. (або 11,19%) в порівнянні з 2021 роком. Їхня частка в пасивах ТОВ «ФОРА» склала 18,52%, що на 8,34 відсоткових пункти менше, ніж у 2021 році.

Поточні зобов'язання ТОВ «ФОРА» зросли на 3505,6 млн. грн. (або на 80,24%), що є негативною тенденцією і свідчить про майже повну фінансову залежність підприємства.

Отже, хоча спостерігається незначне збільшення власного капіталу, ТОВ «ФОРА» має відносно низьку питому вагу власних коштів у структурі пасивів, що може вказувати на його залежність від зовнішніх джерел фінансування.

У цілому, аналіз структури пасивів дозволяє оцінити фінансову стійкість та потенціал ТОВ «ФОРА» у забезпеченні своєї діяльності та подальшого розвитку.

У сучасних умовах ринкової конкуренції, одними з ключових аспектів оцінки фінансового стану підприємств є їхня ліквідність та платоспроможність. Ліквідність підприємства визначається його здатністю швидко та без втрати поточної вартості перетворювати майнові цінності в грошові кошти в умовах ринкової кон'юнктури. Цей показник відображає готовність підприємства виконати свої фінансові зобов'язання вчасно та без проблем.

Забезпечення оптимального рівня ліквідності є важливою умовою для успішного функціонування підприємства, оскільки воно дозволяє ефективно управляти грошовими потоками та забезпечує гнучкість у реагуванні на зміни на ринку. Підвищення рівня ліквідності сприяє зменшенню ризику неплатоспроможності та покращує фінансову стійкість підприємства перед зовнішніми викликами.

Таким чином, ефективне управління ліквідністю та платоспроможністю є важливою складовою стратегії фінансового управління підприємством в умовах сучасного ринкового середовища. Майновий стан ТОВ «ФОРА» наведено у табл. 2.8.

Аналізуючи показники майнового стану ТОВ «ФОРА» у табл. 2.8, можна зробити висновок, що зареєстрований (пайовий) капітал протягом трьох років становить 450016 тис. грн.

Таблиця 2.8

Показники майнового стану ТОВ «ФОРА» за 2021-2023 рр., тис. грн.

Показники	Роки			Відхилення 2023 р. до 2021 р.	
	2021	2022	2023	+/-	%
Власний капітал	88 968	100 931	134 125	45 157	50,76
В т.ч. зареєстрований капітал	450016	450016	450016	0,00	0
Залучений капітал	6006791	7721111	9695533	3688742	61,41
Дебіторська заборгованість	349 276	586 050	393 145	43 869	12,56
Кредиторська заборгованість	3389193	77831	5033856	1644663	48,53
Загальна вартість активів	6095759	7822042	9829658	3733899	61,25
Тривалість погашення дебіторської заборгованості	6,74	10,92	4,87	-1,87	-27,79
Тривалість погашення кредиторської заборгованості	65,38	1,45	62,30	-3,09	-4,72
Рентабельність власного капіталу, %	19,93	15,89	35,61	15,68	x

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства

Відбулося зростання власного капіталу ТОВ «ФОРА» на 45157 тис. грн., що складає 50,76% від вихідного рівня 2021 року. Це свідчить про збільшення внутрішніх ресурсів підприємства та його фінансову стійкість. Залучений капітал ТОВ «ФОРА» також збільшився на 61,41% від 2021 до 2023 року, що може свідчити про залучення додаткових інвестицій для розвитку підприємства. Загальна вартість активів зросла на 61,25%, що може свідчити про успішний розвиток ТОВ «ФОРА».

Показник дебіторської заборгованості зріс на 12,56% за 2021-2023 роки, що може вказувати на збільшення обсягів продажу товарів чи послуг та погіршення управління боргами. Зростання кредиторської заборгованості на 48,53% може вказувати на розширення умов кредитування чи збільшення обсягів закупівель ТОВ «ФОРА».

Тривалість погашення дебіторської заборгованості ТОВ «ФОРА» зменшилася на 27,79%, що може вказувати на покращення управління

дебіторською заборгованістю. Однак тривалість погашення кредиторської заборгованості зменшилася на 4,72%, що може викликати труднощі у відшкодуванні заборгованості.

Рентабельність власного капіталу значно зросла на 15,68%, що свідчить про ефективне використання власних ресурсів та покращення фінансової ефективності ТОВ «ФОРА».

Оцінка фінансового стану є ключовою складовою виробничо-фінансової діяльності підприємств. Показники фінансового стану ТОВ «ФОРА» наведено у таблиці 2.9.

Таблиця 2.9

Оцінка фінансового стану ТОВ «ФОРА» за 2021-2023 рр.

Показник	Роки			Відхилення 2023 р. до 2021 р.
	2021	2022	2023	+/-
Загальний коефіцієнт покриття (платоспроможності)	0,72	0,76	0,67	-0,05
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,30	0,38	0,36	0,06
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,08	0,07	0,14	0,07
Частка оборотних активів в загальній сумі активів	51,54	56,47	53,81	2,27
Коефіцієнт автономії	0,01	0,01	0,01	0,00
Маневреність робочого капіталу	-1,07	-1,47	-0,90	0,17
Коефіцієнт фінансової залежності	68,52	77,50	73,29	4,77
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	-13,79	-13,75	-19,27	-5,48
Співвідношення власного капіталу і поточних зобов'язань	0,01	0,01	0,01	0,00
Коефіцієнт фінансової стабільності	-0,20	-0,18	-0,27	-0,06

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства

Після аналізу показників фінансового стану ТОВ «ФОРА» за останні три роки можна зробити наступні висновки:

Загальний коефіцієнт покриття показує здатність підприємства відшкодувати свої зобов'язання. Загальний коефіцієнт покриття (платоспроможності) ТОВ «ФОРА» знизився з 0,72 в 2021 році до 0,67 в 2023 році, відбулося погіршення платоспроможності підприємства.

Коефіцієнт швидкої ліквідності зріс на 0,06 від 2021 до 2023 року, вказуючи на певне поліпшення у здатності підприємства погасити короткострокові зобов'язання.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності ТОВ «ФОРА» показав зростання з 0,08 в 2021 році до 0,14 в 2023 році, що свідчить про збільшення ліквідних активів.

Частка оборотних активів в загальній сумі активів ТОВ «ФОРА» зросла на 2,27% з 51,54% у 2021 році до 53,81% у 2023 році, вказуючи на певне поліпшення ліквідності.

Коефіцієнт фінансової залежності збільшився на 4,77% від 2021 до 2023 року, вказуючи на збільшення рівня фінансових зобов'язань ТОВ «ФОРА».

Коефіцієнт маневреності власного капіталу зменшився на 5,48% від 2021 до 2023 року, вказуючи на зростання використання зовнішніх джерел фінансування ТОВ «ФОРА».

Коефіцієнт фінансової стабільності зменшився на 0,06 від 2021 до 2023 року, вказуючи на певне зниження стабільності фінансового стану ТОВ «ФОРА».

Показники оцінки ділової активності ТОВ «ФОРА» за 2021-2023 рр. наведено у табл. 2.10.

Таблиця 2.10

Показники оцінки ділової активності ТОВ «ФОРА» за 2021-2023 рр.

Показники	Роки			Відхилення 2023 р. до 2021 р., +/-
	2021	2022	2023	
Коефіцієнт оборотності активів	3,51	2,82	3,34	-0,17
Тривалість обороту активів, днів	103,94	129,64	109,21	5,27
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	212,66	194,13	219,89	7,23
Тривалість обороту власного капіталу, днів	1,72	1,88	1,66	-0,06
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	54,17	33,43	75,02	20,85
Тривалість обороту дебіторської заборгованості, днів	6,74	10,92	4,87	-1,87
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	5,58	251,74	5,86	0,28

Тривалість обороту кредиторської заборгованості, днів	65,38	1,45	62,30	-3,09
---	-------	------	-------	-------

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства

Аналізуючи дані з таблиці 2.10 щодо оцінки ділової активності, можна зробити наступні висновки. У 2021 році коефіцієнт оборотності активів становить 3,51, що на 0,17 вище, ніж у 2023 році. Це свідчить про те, що у 2023 році оборотні активи здійснили лише 3,34 оберти. Це може означати, що ТОВ «ФОРА» не ефективно використовує усі наявні ресурси, незалежно від джерел їх залучення.

Тривалість обороту активів у 2023 році становить 109,21 днів, у 2022 році - 129,64 днів, у 2021 році - 103,94 дні. З цього можна зробити висновок, що активи зробили повний кругообіг у 2023 році за 109 днів.

У 2023 році коефіцієнт оборотності власного капіталу ТОВ «ФОРА» склав 219,89, що на 7,23 більше, ніж у 2021 році. Це свідчить про поступове зростання швидкості обороту власного капіталу протягом розглянутих років. У 2021 році власний капітал обернувся 213 разів, а у 2023 році – 220 разів, що свідчить про збільшення ефективності його використання. Таким чином, тривалість обороту власного капіталу скоротилася з 1,72 днів у 2021 році до 1,66 днів у 2023 році.

У 2023 році коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості ТОВ «ФОРА» склав 54,17, що на 20,85 більше, ніж у 2021 році. Це свідчить про позитивну тенденцію до збільшення кількості оборотів, що означає швидше отримання підприємством коштів від своїх боржників. Тривалість обороту дебіторської заборгованості скоротилася до 4,87 днів у 2023 році, що на 1,87 днів менше, ніж у 2021 році. Це свідчить про поліпшення у збиранні коштів від дебіторів та зменшення часу очікування на їхню оплату.

У 2023 році коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості ТОВ «ФОРА» становить 5,86, що на 0,28 більше, ніж у 2021 році. Порівнюючи роки, можна сказати, що за даними розрахунками ми бачимо зростання коефіцієнта, що означає збільшення швидкості оплати заборгованості підприємства у відносинах з постачальниками, бюджетом, позабюджетними

фондами, персоналом підприємства, іншими кредиторами. Характеризуючи тривалість обороту кредиторської заборгованості протягом трьох років можна сказати, що в 2023 році порівняно з 2021 роком показник зменшився на 3 дні, тобто у 2023 році тривалість обороту кредиторської заборгованості становить 62,3 дні - цей показник характеризує середню кількість днів, необхідних для здійснення платежів кредиторам.

В цілому, розраховані показники свідчать про ефективність ведення господарської діяльності ТОВ «ФОРА». За 2021-2023 роки чистий прибуток підприємства збільшився на 1216 тис. грн., або на 31,14%. Це, в свою чергу, вплинуло на покращення показників рентабельності підприємства. ТОВ «ФОРА» має стійкий фінансовий стан та високі показники ліквідності та платоспроможності.

Протягом трьох років діяльності ТОВ «Фора» спостерігається стійка та перспективна тенденція до зростання основних фінансових та операційних показників. Чистий дохід, валовий прибуток, операційний прибуток та чистий прибуток показують систематичне покращення, відображаючи успішність стратегій управління та виробництва компанії.

Паралельно з цим спостерігається позитивна динаміка у зменшенні середньооблікової чисельності працівників, що може свідчити про ефективність оптимізації ресурсів та впровадження нових технологій. Рентабельність господарської діяльності також систематично зростає, вказуючи на підвищення ефективності управління витратами та ризиками. Оглядаючи ці показники, можна зробити висновок, що ТОВ «Фора» проявляє стійкий та успішний розвиток, що відображає його високу конкурентоспроможність та потенціал на ринку.

2.3. Оцінка системи планування прибутку підприємства

Оцінка системи планування прибутку підприємства є критичним етапом в управлінні фінансовою діяльністю. Правильно налаштована система планування прибутку дозволяє підприємству прогнозувати свої фінансові результати, визначати стратегічні цілі та забезпечувати ефективне ресурсообіг з метою забезпечення стійкого зростання.

Переваги та недоліки системи планування прибутку ТОВ «ФОРА» наведені на рис. 2.5.



Рис. 2.5. Переваги та недоліки системи планування прибутку ТОВ «ФОРА»

Джерело: сформовано автором

Отже, оцінка системи планування прибутку потребує уважного аналізу переваг і недоліків з метою постійного вдосконалення та оптимізації фінансового управління ТОВ «ФОРА».

Загальна архітектура управлінської системи ТОВ «ФОРА» відповідає вимогам стандарту MRP II, що відображено на рисунку 2.6. В основі цього стандарту лежить ієрархічна структура планів, де нижньорівневі плани залежать від вищих за рівнем. Це означає, що результати планування на меншому рівні впливають на планування на більш високому рівні. Якщо виявляються нереалістичні результати планування на нижньому рівні, то це може вимагати перегляду планів на вищих рівнях. Така система дозволяє забезпечити взаємозв'язок і взаємозалежність між різними рівнями планування, що сприяє збалансованому управлінню ресурсами та ефективному реагуванню на зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі підприємства.

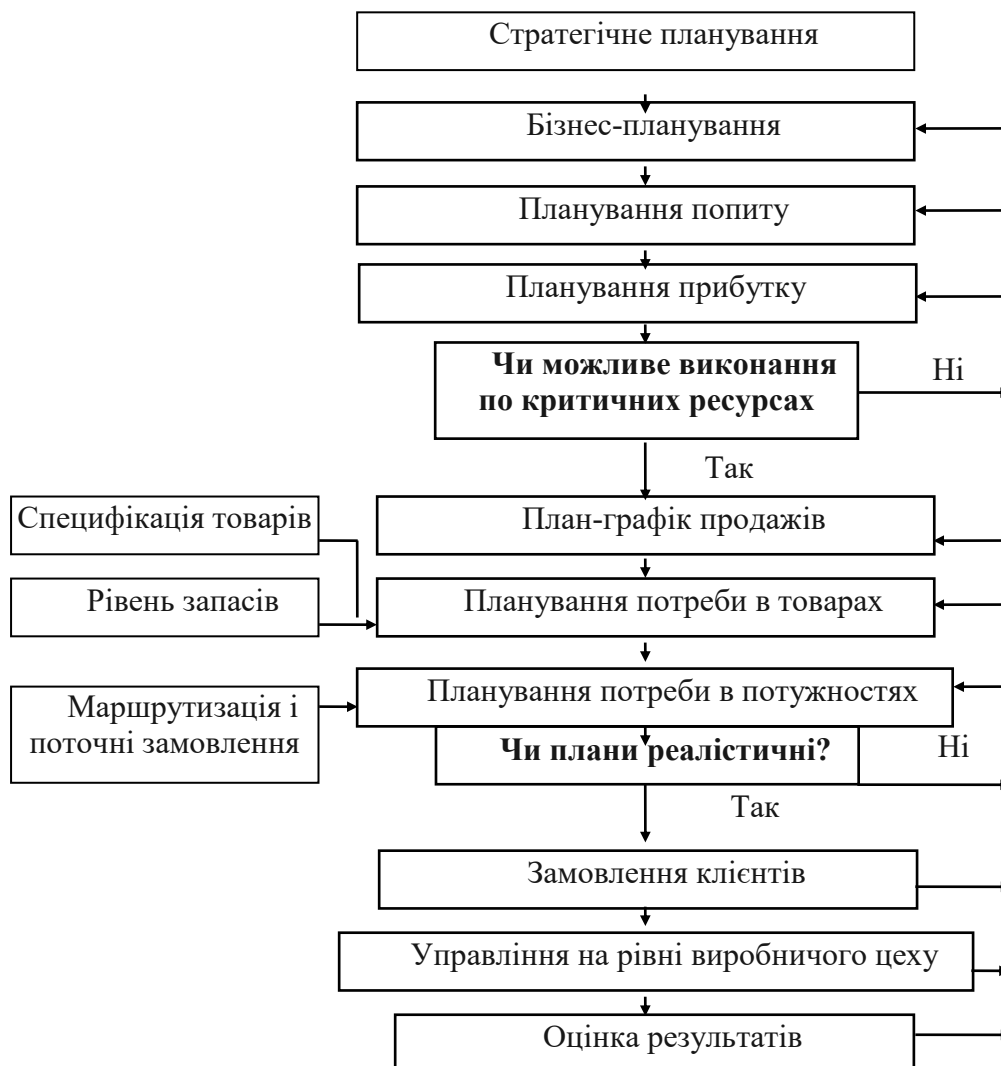


Рис. 2.6. Алгоритм планування діяльності ТОВ «ФОРА» згідно методики MRP II

Джерело: сформовано автором за даними підприємства

Система управління ТОВ «ФОРА» ретельно орієнтується на стандарт MRP II, який дозволяє ефективно координувати попит і пропозицію ресурсів на різних рівнях планування. Починаючи зі стратегічного планування, що охоплює період від одного до п'яти років, підприємство уважно аналізує макроекономічні тенденції, зміни в технологіях, а також стан ринку та конкуренцію. Бізнес-планування, яке відбувається щорічно і переглядається протягом року, є наступним важливим кроком у процесі управління. Воно враховує плани продажу, інвестицій, розвитку активів та потребу в капіталі. Ця інформація подається в грошовому вираженні, визначаючи планові показники за обсягами продажів і виробництва.

Плани обсягів продажу і виробництва розбиваються на асортиментні групи, що дозволяє ретельно контролювати виробничі процеси. Цей підхід дозволяє враховувати реальні результати, попередні плани та дані бізнес-плану. План обсягів продажів і виробництва включає в себе прогноз продажів, виробництво, управління запасами, незавершений обсяг виробництва та інші важливі елементи, що сприяють ефективному управлінню виробничим процесом. Обсяги продажу та відвантаження можуть лише прогнозуватись, оскільки залежать від факторів зовнішнього середовища, що прямому контролю не піддаються. Плани з обсягів запасів і незавершених обсягах виробництва контролюються побічно, маніпулюючи даними прогнозів обсягу продажів, прогнозів обсягу відвантаження і плану обсягів виробництва.

Обсяги запасів і незавершеного виробництва управляються по-різному, у залежності від типів продукції, що випускається або продається ТОВ «ФОРА».

Ядром планування обсягу продажу і виробництва є план виробництва,

який вимагає наявності достатнього обсягу ресурсів на всьому підприємстві. Наприклад, якщо відділ маркетингу передбачає значний ріст продажу певного асортименту товарів, інженери повинні забезпечити належну кількість обладнання, відділ матеріально-технічного забезпечення повинен знайти нових постачальників матеріалів, а відділ кадрів – додаткових робочих.

Планування ресурсів - це довгострокове планування, яке дозволяє оцінити, які ключові ресурси, такі як працівники, обладнання, будівлі тощо, будуть необхідні для виконання плану виробництва. Якщо виявиться, що потрібні додаткові ресурси, можливо, доведеться переглянути бізнес-план.

Планування ресурсів зазвичай охоплює тільки ключові позиції і здійснюється на термін дії плану виробництва, переважно на один рік. Ресурс може вважатися ключовим, якщо його вартість або термін постачання є значними, або якщо від нього залежать інші ресурси. Ці ресурси можуть бути зовнішніми (наприклад, можливості постачальників) або внутрішніми (наприклад, устаткування, складські приміщення, гроші).

Роль начальника відділу планування – переклад виробничого плану в специфічний план-графік продажів, тобто планування в часі. Для цього планові обсягові показники за асортиментною групою необхідно перекласти в планові обсяги і терміни за кожним продуктом цієї групи окремо. В залежності від типу й обсягу продукції, що випускається, план-графік продажів можна розбити на тижневі, денні і навіть змінні плани. План-графік продажів відображає те, що реально буде зроблено в відповідності з наявним попитом.

Як і планування ресурсів, загальне планування є довгостроковим і ведеться за ключовими ресурсами. Цей процес використовує дані план-графіка продажів, а не дані виробничого плану. Так, якщо план-графік продажів виражений в обсягових і часових характеристиках, то загальне планування потужностей використовується для створення більш

деталізованого плану, який може бути дуже корисним при оцінці середніх потреб ТОВ «ФОРА» в цілому, а також для оцінки плану-графіка продажів.

Планування обсягу та структури доходів ТОВ «ФОРА» є одним з відповідальних етапів в системі економічного управління прибутком підприємства. Це пояснюється важливим значенням цих показників в системі економічного та фінансового розвитку підприємства. Оскільки підприємство отримує операційні доходи від різних джерел, то планування цих доходів повинно проводитись відокремлена.

Головним джерелом отримання доходів є доходи від реалізації товарів. Основними вихідними передумовами планування цих доходів є: розроблений план реалізації товарів, що визнає обсяг та склад товарообороту підприємства за формами продажу та асортиментної структури; цільова сума прибутку підприємства, що забезпечує умови ефективного розвитку підприємства в плановому періоді; розроблена цінова політика.

Згідно з цим методом обсяг та структура реалізації товарів розраховуються через середньорічні темпи зростання за показниками, які представлені в таблиці 2.11 та рис. 2.7. Для оцінки ефективності планування прибутку ТОВ «ФОРА» розглянемо цей механізм на прикладі 2023 року (табл. 2.11) та оцінимо його ефективність за допомогою порівняння планових та фактичних показників за 2023 рік (табл. 2.15).

Таблиця 2.11

Планування фінансових результатів ТОВ «ФОРА» за середніми темпами зростання, тис. грн.

Показники	2020 рік	2021 рік	2022 рік	Розрахований темп росту, %	Прогноз на 2023 р.
Чистий дохід від реалізації продукції товарів, робіт, послуг	16375890	18920074	19593543	9,82	21518483
Собівартість реалізованої продукції	12583863	14378824	14283633	6,75	15248317
Валовий: прибуток	3792027	4 541 250	5 309 910	20,01	6372643
Інші операційні доходи	130 045	186 315	149 811	7,60	161196
Інші операційні витрати	9 992	12 780	88 566	393,18	436794

Фінансові результати від операційної діяльності	202 582	205 272	550 537	85,88	1023338
Фінансові результати і до оподаткування	-46 508	-3 617	935	-51,01	458
Чистий фінансовий результат	-39 023	17 734	16 038	-70,55	4723

Джерело: розраховано автором за даними підприємства

На основі прогнозу на 2023 рік можна зробити наступні висновки:

1. Чистий дохід від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг: Прогнозований чистий дохід від реалізації продукції очікувався зрости до 21,518,483 грн. Прогнозується позитивний темп росту на рівні 9.82%, що свідчить про збільшення обсягів реалізації продукції і покращення фінансових показників.

2. Собівартість реалізованої продукції: Прогнозована собівартість реалізованої продукції очікується досягнути рівня 15,248,317 грн. Темп росту собівартості реалізованої продукції прогнозується на рівні 6.75%, що може бути викликано збільшенням витрат на виробництво або подорожчанням ресурсів.

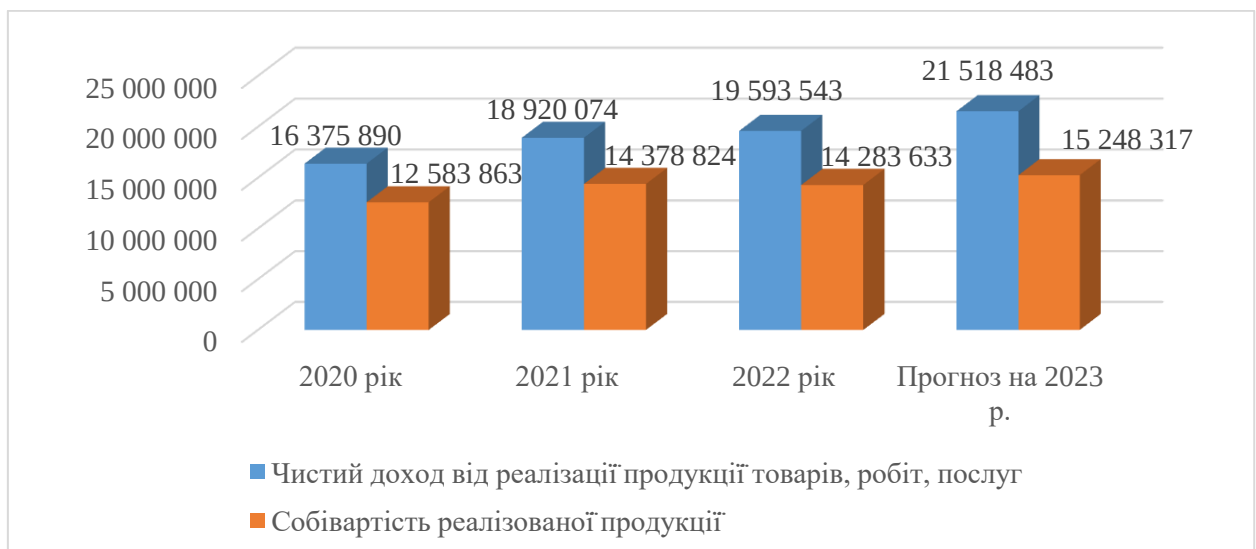


Рис. 2.7. Планові показники реалізації та собівартості продукції ТОВ «ФОРА», тис. грн.

Джерело: побудовано автором за даними підприємства

3. Валовий прибуток: Прогнозований валовий прибуток до 6,372,643 грн. Спостерігається позитивний темп росту валового прибутку на рівні 20.01%, що свідчить про збільшення прибутковості діяльності підприємства.

4. Інші операційні доходи і витрати: Прогнозовані інші операційні доходи та витрати також показують певну динаміку, але не суттєві зміни. Прогнозується збільшення операційних доходів на 7.60% та операційних витрат на 393.18%.

5. Фінансові результати: Прогнозовані фінансові результати від операційної діяльності досягнуть 10,233,338 грн., що є значним покращенням порівняно з попереднім періодом. Темп росту фінансових результатів становить 85.88%.

6. Чистий фінансовий результат: Прогнозований чистий фінансовий результат на рівні 4,723 грн., що відображає певне покращення порівняно з попереднім періодом, але він залишається в межах невеликого прибутку.

Отже, загальний прогноз на 2023 рік вказує на позитивну динаміку та покращення фінансової стабільності підприємства, хоча деякі показники все ще залишаються під контролем. Виходячи з того, що відповідно до розрахунків, темпи росту витрат менші, ніж темпи росту доходів, планується зростання прибутковості.

Важливе місце у аналізі господарської діяльності ТОВ «ФОРА» займає дослідження механізму формування його фінансових результатів (табл. 2.12).

Таблиця 2.12

Аналіз звіту про фінансові результати ТОВ «ФОРА» у 2021-2023 рр.

Стаття	Роки			Відхилення 2023/2021	
	2021	2022	2023	+/-	%
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	18920074	19593543	29493148	10573074	55,88
Собівартість реалізованої продукції	14378824	14283633	22038194	7659370	53,27
Валовий прибуток	4541250	5309910	7454954	2913704	64,16
Інші операційні доходи	186315	149811	264493	78178	41,96
Адміністративні витрати	166230	492838	788369	622139	в 3,7 р.б.
Витрати на збут	4343283	4327780	6420162	2076879	47,82
Фінансовий результат від	12780	88566	9674	-3106	-24,30

операційної діяльності: прибуток					
Фінансові витрати	205272	550537	501242	295970	144,18
Фінансовий результат до оподаткування: Прибуток	265726	297157	556646	290920	109,48
Витрати з податку на прибуток	-3617	935	41217	44834	В 12,4 п.б.
Чистий фінансовий результат (прибуток)	17734	16038	47765	30031	169,34

Джерело: розраховано автором за даними підприємства

Аналізуючи табл. 2.12 можна сказати, що чистий дохід у 2023 р. становить 29493148 тис. грн., що на 10573074 тис. грн. більше, ніж у 2021 р. Це свідчить, що чистий дохід збільшився на 55,88%. Це свідчить про значний ріст обсягів продажу продукції компанією протягом трьох років. Але також зростають і витрати підприємства, наприклад, собівартість реалізованої продукції зросла на 7,659,370 грн або на 53.27%, адміністративні витрати – в 3,7 рази, а витрати на збут – на 47, 82% у 2023 році в порівнянні з 2021 р. Це може свідчити про зростання витрат на виробництво або подорожчання ресурсів, що може вплинути на прибуток ТОВ «ФОРА».

Валовий прибуток зріс на 2913704 тис. грн, або на 64.16%. Це свідчить про збільшення ефективності реалізації продукції.

Інші операційні доходи зросли на 78178 тис. грн. або на 41.96%. Це може бути пов'язане з додатковими джерелами доходу, які з'явилися в ТОВ «ФОРА».

Адміністративні витрати та витрати на збут: Витрати на адміністрацію та збут зросли в 3.7 та 47.82 рази відповідно. Це може вказувати на зростання витрат на управління та рекламу продукції.

Фінансовий результат від операційної діяльності зменшився на 3,106 грн або на 24.30%, тоді як фінансові витрати зросли в 1.44 рази. Це може вказувати на певні фінансові труднощі або неефективне управління фінансами компанії.

Чистий фінансовий результат значно збільшився на 30,031 грн або на 169.34%, що свідчить про загальне покращення фінансової стабільності та прибутковості компанії.

Динаміку витрат господарської діяльності ТОВ «ФОРА» відображено на рис. 2.8.

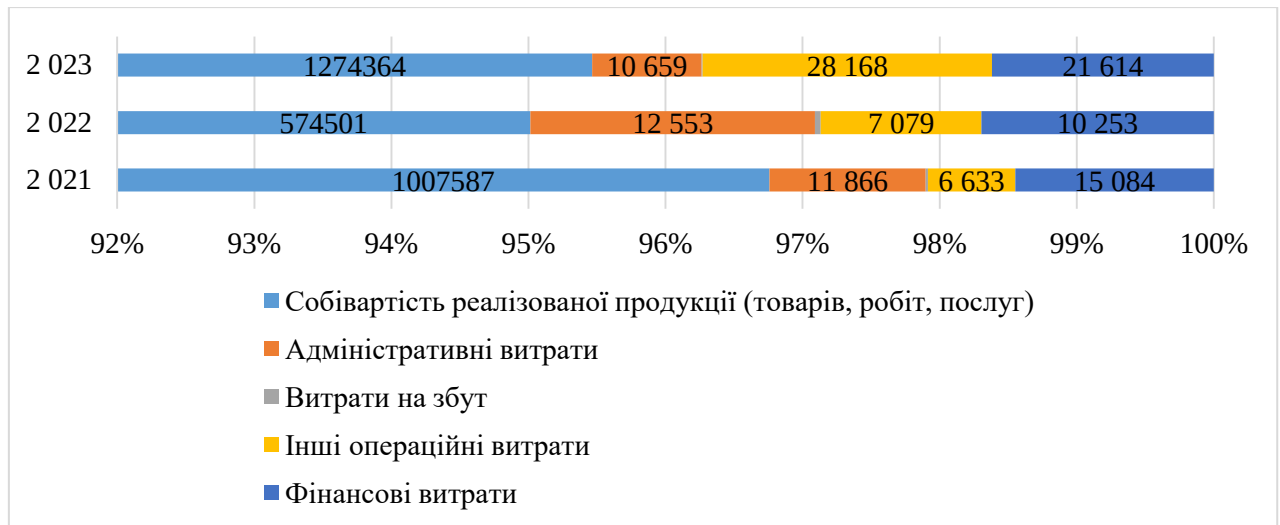


Рис. 2.8. Динаміка витрат ТОВ «ФОРА» у 2021-2023 рр., тис. грн.

Джерело: розраховано автором за даними підприємства

У цілому, відхилення вказують на позитивний тренд у фінансовій діяльності компанії, але важливо продовжувати уважно контролювати витрати та оптимізувати управління фінансами для подальшого розвитку і збільшення прибутковості.

Прослідивши динаміку витрат на рис. 2.8 можна зробити висновок, що всі витрати мають тенденцію до збільшення. Розглянемо динаміку операційних витрат ТОВ «ФОРА» у табл. 2.13.

Таблиця 2.13

Склад та структура операційних витрат ТОВ «ФОРА» за 2021-2023 рр.

Показники	Роки						Відхилення 2023 р. до 2021 р.		
	2021		2022		2023		2023 р. до 2021 р.		
	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%	+/-	%	п. с.
Матеріальні затрати	188858	4,18	318757	6,49	288790	4,00	99932	52,91	-0,18
Витрати на оплату праці	1750838	38,72	1433528	29,20	2080348	28,82	329510	18,82	-9,89
Відрахування на соціальні заходи	386375	8,54	322388	6,57	457334	6,34	70959	18,37	-2,21
Амортизація	580820	12,84	702152	14,30	989210	13,70	408390	70,31	0,86
Інші операційні витрати	1615402	35,72	2132359	43,44	3402523	47,14	1787121	110,63	11,42
Разом	4522293	100	4909184	100,00	7218205	100	2695912	59,61	0,00

Джерело: розраховано автором за даними підприємства

Аналізуючи табл. 2.13, слід сказати, що в цілому операційні витрати підприємства зросли у 2023 році порівняно з 2021 роком на 2695912 тис. грн. (59,61%). Найбільшу питому вагу займають інші операційні витрати – 47,14% у 2023 р., 43,44% – у 2022 р. та 35,72% – у 2021 р. Значну питому вагу має стаття «Витрати на оплату праці», а саме 38,72% у 2021 р., 29,20% у 2022 р. та 28,82% у 2023 р. Відрахування на соціальні заходи у 2023 році в порівнянні з 2021 роком зросли на 70959 тис. грн. (18,37%). Амортизаційні витрати зросли з 580820 тис. грн. (2021 р.) до 989210 тис. грн. (2023 р.).

Показники рентабельності ТОВ «ФОРА» за 2021-2023 рр. наведено у табл. 2.14.

Аналізуючи показники оцінки рентабельності у табл. 2.14, можна зробити наступні висновки. Рентабельність активів у 2023 році порівняно з 2021 роком збільшилася на 0,2 пункти, що характеризує рівень прибутку, що створюється всіма активами підприємства, які перебувають у його використанні згідно з балансом.

Таблиця 2.14

Показники рентабельності ТОВ «ФОРА» за 2021-2023 рр.

Показники	Роки			Відхилення 2023 р. до 2021 р.
	2021	2022	2023	+/-
Рентабельність продукції, %	31,58	37,17	33,83	2,24
Рентабельність господарської діяльності, %	0,09	0,08	0,16	0,07
Рентабельність активів, %	0,29	0,21	0,49	0,20
Рентабельність власного капіталу, %	19,93	15,89	35,61	15,68
Коефіцієнт окупності виробничих витрат	1,32	1,37	1,34	0,02
Коефіцієнт окупності активів	3,10	2,50	3,00	-0,10

Джерело: розраховано автором за даними підприємства

Рентабельність власного капіталу у 2023 році порівняно з 2021 роком зросла на 15,68 пункти, що характеризує збільшення прибутковості власного капіталу.

Рентабельність господарської діяльності у 2023 році становить 0,16%, що на 0,07% більше, ніж у 2021 році, показує, скільки отримано прибутку від господарської діяльності з 1 грн. витрат.

Рентабельність продукції у 2023 році порівняно з 2021 роком збільшилася на 2,24 пункти, що показує, скільки валового прибутку має підприємство з кожної гривні, витраченої на виробництво і реалізацію продукції.

Далі здійснимо аналіз прибутку за даними фінансового звіту за 2023 рік і плановими даними ТОВ «ФОРА». При цьому дається оцінка виконання плану прибутку (збитку) в цілому і за окремими його видами (табл. 2.15).

За даними табл. 2.15 можна зробити такі висновки. План з чистого прибутку ТОВ «ФОРА» перевиконало в 9 разів. Чистий фінансовий результат зріс на 43042 тис. грн., або 911.33%, що може бути наслідком покращення управління фінансовими ресурсами або інвестиційної політики.

Чистий дохід від реалізації зріс на 37.06%, що свідчить про ефективність виробництва та продажу товарів, робіт та послуг. Собівартість зросла на 44.53%, що може свідчити про зростання витрат на виробництво або зміни в структурі витрат. Інші операційні доходи зросли на 64.08%, що може свідчити про додаткові джерела доходів або ефективність управління.

Таблиця 2.15

Аналіз виконання плану фінансових результатів ТОВ «ФОРА» у 2023 році

Показники	2023 рік		Відхилення фактичних даних від плану	
	план	факт	+/-	%
Чистий дохід від реалізації продукції товарів, робіт, послуг	21518483	29493148	7974665	37.06
Собівартість реалізованої продукції	15248317	22038194	6789877	44.53
Валовий прибуток	6372643	7454954	1082311	16.98
Інші операційні доходи	161196	264493	103297	64.08
Фінансові результати від операційної діяльності	1023338	501 242	-522096	-51.02
Фінансові результати до оподаткування	458	41 217	40759	в 89 р.б.
Чистий фінансовий результат	4723	47 765	43042	в 9,11 р.б.

Джерело: розраховано автором за даними підприємства

Валовий прибуток збільшився на 16.98%, що може бути наслідком збільшення чистого доходу та/або оптимізації витрат. Фінансові результати від операційної діяльності зменшилися на 51.02%, що може вказувати на проблеми у фінансовому управлінні. Фінансові результати до оподаткування зросли на 8899.34%, що може бути наслідком змін у фінансовій політиці або оподаткуванні.

З огляду на великі відхилення фактичних даних від планованих показників, можна сказати, що даний механізм планування ТОВ «ФОРА» може потребувати покращень. Ось деякі аспекти, які можуть бути варто розглянути для покращення ефективності планування:

1. Аналіз попередніх даних: При плануванні слід ретельно аналізувати минулі тенденції та результати, щоб краще урахувати їх у планах на майбутнє.

2. Уточнення прогнозів: Прогнозування має бути засноване на об'єктивних даних і реалістичних припущеннях. Важливо враховувати внутрішні та зовнішні фактори, які можуть впливати на виконання плану.

3. Контроль за виконанням: Планові показники повинні бути регулярно моніторингом і порівнюватися з фактичними даними. Це допоможе вчасно виявляти відхилення і приймати коригувальні заходи.

4. Гнучкість планування: Плани повинні бути достатньо гнучкими, щоб враховувати зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі компанії. Гнучкість дозволить адаптуватися до непередбачуваних обставин.

5. Залучення зацікавлених сторін: Планування має бути проведене з урахуванням думки та поглядів всіх зацікавлених сторін. Це може включати керівництво, фінансових аналітиків, виробничий персонал та інших.

6. Навчання на помилках: Важливо вивчити причини відхилень та використовувати ці знання для поліпшення майбутніх планів.

Так після отриманих розрахунків маємо ситуацію, яка свідчить про те, що потрібно вживати заходів щодо нарощування реалізації та зниження

операційних витрат на підприємстві, адже це загрожує поступовим зменшенням фінансових результатів підприємства, тобто прибутку. Однак у даній ситуації підприємство проводить результативну політику щодо витрат на собівартість реалізованої продукції, проте це може свідчити про погіршення якості вироблених продуктів.

Отже, хоча планування може бути ефективним інструментом управління, постійне вдосконалення його процесів є ключем до досягнення успіху та вирішення виникаючих проблем.

2.4. Шляхи підвищення ефективності діяльності ТОВ «ФОРА» та планування його подальшого розвитку

Через жорстку конкуренцію, нерівномірність продажів, нестійкість економічного зростання, збільшення витрат на заробітну плату та інші фактори більшість роздрібних торговців прагнуть вміло реалізувати стратегію роздрібної торгівлі, тобто підвищити ефективність діяльності підприємства.

Метою роздрібного торгового підприємства є оптимізація основних показників продуктивності і ефективної діяльності ТОВ «ФОРА». Збільшення обсягу продажів є стовідсотковим способом зростання прибутку підприємства. За рахунок збільшення коштів можна розширити торгове підприємство, закупити додаткове обладнання, підвищити заробітну плату співробітникам. Методи підвищення обсягу продажів роздрібного торговельного підприємства наведено в табл. 2.16.

Таблиця 2.16

Методи збільшення обсягу продажів ТОВ «ФОРА»

Назва методу	Характеристика методу
--------------	-----------------------

Крос-продажі	При покупці одного товару клієнту пропонують надати відповідну послугу. Якщо магазин не спеціалізується на цих послугах, то йому треба мати домовленості з такими компаніями, залучати клієнтів і отримувати від цього відсоток.
Апселлінг	Продаж товарів і послуг, які дорожчі і мають кращі характеристики, ніж продукція, яка була спочатку обрана покупцем.
Визначення порогу покупки	При покупці, вартість якої вище певної суми, покупець отримує безкоштовну доставку, купон на розіграш або подарунок; купуючи два товари, третій дається безкоштовно; купівля трьох товарів за ціною двох
Виплата здачі товаром	Покупець, розплачуючись за товар, отримує здачу не грошима з каси, а товаром з магазину, наприклад сірниками або цукерками.
Жовті та червоні цінники	У багатьох супермаркетах, товари, у яких закінчується термін придатності, продаються за зниженими цінами, саме про це і говорять цінники різного кольору.
Обмежений час на ціну або знижку	Така формула збільшення продажів сильно мотивує покупців, змушуючи зробити покупку саме в цей час.
Підказки на цінниках	На цінниках розміщується інформація, що з цим товаром купують інші товари. Клієнт, побачивши це, обов'язково придбає щось в доповнення до того, що хотів купити.

Джерело: [54]

Перелічені методи дозволять здійснити збільшення роздрібних продажів, що зможе підвищити ефективність роботи торговельного підприємства.

Підвищити обсяг продажу можна за рахунок лояльності клієнтів. Для підприємства важливо не лише залучити клієнта, а й утримати його, постійно нагадуючи про себе. За допомогою маркетингових і рекламних технологій бренд-менеджери борються не просто за споживача, а за його емоції, за прихильність до товару, за його лояльність, саме це впливає на поведінку споживачів [54].

Робота над лояльністю дозволяє перетворити клієнта в прихильника бренду і постійного споживача. Чим більше у компанії постійних клієнтів, тим вище прибуток і нижче витрати на рекламу і маркетинг.

Торговельний простір може забезпечити максимальну виручку з квадратного метра тільки в тому випадку, якщо в магазині застосовується система візуального мерчандайзингу. Система візуального мерчандайзингу складається з трьох основних складових (рис. 2.9).



Рис. 2.9. Складові візуального мерчандайзингу

Джерело: [54]

Кожна з цих трьох складових утворена факторами, які ТОВ «ФОРА» повинна взяти до уваги при розробці своєї системи візуального мерчандайзингу. Конверсія – це співвідношення кількості відвідувачів, які здійснили покупку, до загальної кількості відвідувачів. Чим краще працює торговий персонал – тим вища конверсія.

Для підвищення коефіцієнта конверсії проводиться цілий комплекс робіт по підвищенню якості оформлення торгового приміщення, розстановки товару, коректності оформлення вітрини тощо. Для залучення уваги можуть бути організовані знижки, акції, бонуси при покупці певної кількості товарів.

Засоби, які впливають на підвищення конверсії в торговельній мережі:

- проведення розпродажу;
- проведення акцій типу «1+1=3»;
- зниження цін на товари;
- проведення рекламних заходів;
- поява нових товарів в асортименті;
- підвищення кваліфікації продавців.

На цей коефіцієнт також впливає сезонність і передсвяткові дні за рахунок підвищення обсягів продажу товарів.

Чим більша сума чека, тим більший прибуток виходить в кінцевому результаті та підвищується ефективність діяльності підприємства. В той момент, коли потенційний покупець стає реальним, продавцю у цей час потрібно вжити максимально можливих заходів для того, щоб клієнт придбав більше запланованого. Найбільш поширені і ефективні способи збільшення суми чека наведені в табл. 2.17 [54].

Таблиця 2.17

Методи підвищення суми середнього чека ТОВ «ФОРА»

Метод	Характеристика
-------	----------------

Перехресний продаж	Пропозиція клієнту придбання супутнього товару до вже придбаного основного.
Імпульсивна покупка	Розміщення в при касовій зоні важливих і привертаючи до себе увагу товарів
Ефект прив'язування	Якщо товар уцінено, то клієнт буде порівнювати ціну зі знижкою з початковою перекресленою ціною, а не думати про реальну вартість товару
Велика упаковка	Регулярний продаж товару у великих об'ємах підвищує рівень середнього чека
Більша кількість товарів	Продаж більшої кількості товарів за зниженою ціною або наборів товарів, компоненти яких окремо коштують дорожче
Безкоштовна доставка за	Клієнту пропонується безкоштовна доставка за умови придбання товару на певну суму
Розпродаж, знижки, акції	Сезонний розпродаж і передсвяткові акції підвищують суму середнього чека
Більш дешевий товар	Якщо клієнт вагається при виборі дорогого товару, то йому пропонують дешевший аналог і який-небудь супутній продукт з високою маржею. Разом з тим йому пояснюють, що за ту ж ціну він отримує дві речі.
Перехресне запислення	Підвищити продажі зможе розташування по сусідству продукції з різних товарних груп

Джерело: [54]

Таким чином, ефективність діяльності ТОВ «ФОРА» можна підвищити декількома способами: покращити продуктивність праці співробітників, збільшити обсяг продажів в розрахунку на квадратний метр площі магазину, а також інші показники за допомогою досконаліших програм навчання, масштабної реклами, знизити витрати за рахунок автоматизації, передачі постачальникам деяких завдань, використання знижок, пошуку постачальників з більш низькими цінами на товари, виявляючи велику гнучкість в роботі.

Ефективність кожного процесу у всьому ланцюгу створення вартості – необхідна відмінність прибуткового бізнесу від деградації. Гарні результати роботи за минулий рік – ще не показник. Прагнення рухатися швидше, оперативна реакція на зміни, відмова від зайвого, оптимізація процесів та зниження витрат – ті самі необхідні умови для наявності нищівної конкурентної переваги перед іншими гравцями.

Основні напрямки розвитку ТОВ «ФОРА» у 2024 році:

1. Зростання електронної комерції. Електронна комерція продовжує набирати обертів. Тому розвиток онлайн-каналів продажів має залишатися у

центрі уваги ритейлерів. Для ефективного функціонування таких каналів необхідно сконцентруватися на:

- зміцнення мобільної комерції, збільшення швидкості та безпеки роботи сайтів та додатків, адаптації їх для здійснення покупок за допомогою мобільних пристроїв, а також на розвитку соціальної комерції;

- використання чат-ботів, які дозволяють цілодобово залишатися на зв'язку з клієнтами, оперативно реагувати на їхні запити та оформляти замовлення 24*7;

- забезпечення можливості здійснювати покупки з будь-якого пристрою, а потім виконувати оперативні доставки замовлень.

2. Підвищення ефективності ланцюжка поставок. Військові дії серйозно порушили ланцюжки постачання практично у всіх галузях, включаючи ринок ритейлу. Споживачі зіткнулися з недоступністю звичних товарів, необхідністю шукати альтернативну продукцію, звертатися до інших продавців, щоб знайти бажаний товар, і навіть змінювати свої купівельні уподобання. ТОВ «ФОРА», у свою чергу, було змушене оперативно коригувати підходи до управління ланцюжками постачання.

Підвищення гнучкості та швидкості логістичних операцій, запобігання збоям у ланцюзі поставок для підтримки та покращення якості обслуговування клієнта, у тому числі й із застосуванням сучасних технологій – залишається одним із головних пріоритетів ритейл-компаній.

3. Захист даних та кібербезпека. Зростаюча кількість кібератак та шахрайських схем у мережі інтернет зумовлює гостру необхідність захисту підприємцем своїх онлайн-ресурсів. Покупець хоче бути впевненим у безпеці своїх даних. А для продавця простої в роботі сайту та додатків, витік даних, викликані DDoS-атаками, можуть спричинити не лише серйозні фінансові, але й не менш суттєві репутаційні втрати. Тому забезпечення захисту своїх веб-ресурсів, підвищення їхньої продуктивності за допомогою сучасних сервісів кібербезпеки є одним з найбільш актуальних трендів сьогодні і в найближчому майбутньому.

4. Омніканальність. Як свідчать дослідження, омніканальний підхід у food-ритейлі сприяє покращенню обслуговування покупця, підвищує його лояльність та може збільшити дохід мережі до 2%.

5. Стійкий розвиток та екологічна відповідальність. Екологічна свідомість споживача, турбота про власне здоров'я та про навколишнє середовище продовжують залишатися у тренді та впливати на рішення про покупку. Гості та учасники виставки, включаючи відомих світових ритейлерів, активно ділилися досвідом та розповідали про свої ініціативи у сфері сталого розвитку.

6. Надання додаткових сервісів. Введення окрім основного асортименту низки додаткових послуг на території торгової точки: створення кав'ярень, інтерактивних зон та впровадження інших компонентів, які можуть залучити відвідувача та покращити його клієнтський досвід. Ця тенденція спостерігається протягом кількох останніх років і продовжуватиме розвиватися далі.

7. Каси самообслуговування. Тенденція впровадження на торгових площах кас самообслуговування продовжує залишатися в тренді та сприяє збільшенню пропускної спроможності, скорочення черг у касовій зоні, забезпеченню позитивного купівельного досвіду, автоматизації процесів та скорочення витрат для ритейлера.

8. Штучний інтелект. Заміна традиційних сервісів на алгоритми штучного інтелекту (ІІ) та машинного навчання (МО) допомагає обробляти величезні потоки даних, сприяє покращенню якості обслуговування клієнтів та допомагає бізнесу набути конкурентної переваги. Сучасні інструменти з підтримкою ІІ та МО дозволяють оптимізувати асортимент, більш точно та якісно прогнозувати попит, при цьому заощаджуючи час персоналу та знижуючи кількість помилок у бізнес-процесах. Завдяки таким сервісам управлінські рішення в компанії ґрунтуються не тільки на інтуїції та досвіді, а й на точних наукових даних.

Прогнозування тенденцій – це складний, але корисний спосіб подивитися на минулі продажі чи зростання ринку, визначити можливі тенденції на основі цих даних і використовувати інформацію для екстраполяції того, що може статися в майбутньому. Фахівці з маркетингу зазвичай використовують прогнозування тенденцій, щоб допомогти визначити потенційне майбутнє зростання продажів [35].

Лінії тренду – надзвичайно цінний торговий інструмент. За визначенням, лінія тренду – це геометричне відображення середніх значень аналізованих показників, отримане за допомогою математичної функції, причому лінії проектується у майбутнє.

Як зазначалося, одним з головних показників ефективної діяльності підприємства є чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тобто, виручка. Станом на квітень 2024 р. воєнний стан все ще діє, відповідно, ТОВ «ФОРА» у 2024 р. надалі буде зазнавати витрати через російсько-українську війну, тож важливо враховувати вплив війни з метою забезпечення більш реалістичного прогнозування на рік.

Результат ранжування за значенням похибки апроксимації (R^2) при прогнозуванні показника чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) ТОВ «ФОРА» на 2024 р. наведено у табл. 2.18.

Таблиця 2.18

Результат ранжування за значенням похибки апроксимації (R^2) при прогнозуванні показника чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) ТОВ «ФОРА» на 2024 р.

Ранг	Вид апроксимації	Прогнозна модель	R^2
3	Лінійна	$y = 4002,5x + 11089$	0,8027
2	Логарифмічна	$y = 7824,3\ln(x) + 14879$	0,6652
1	Степенева	$y = 15479x^{0,3579}$	0,7266

Джерело: розраховано автором за допомогою Excel

Прогнозування зміни чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) ТОВ «ФОРА» на 2024 р. наведено на рис. 2.10.

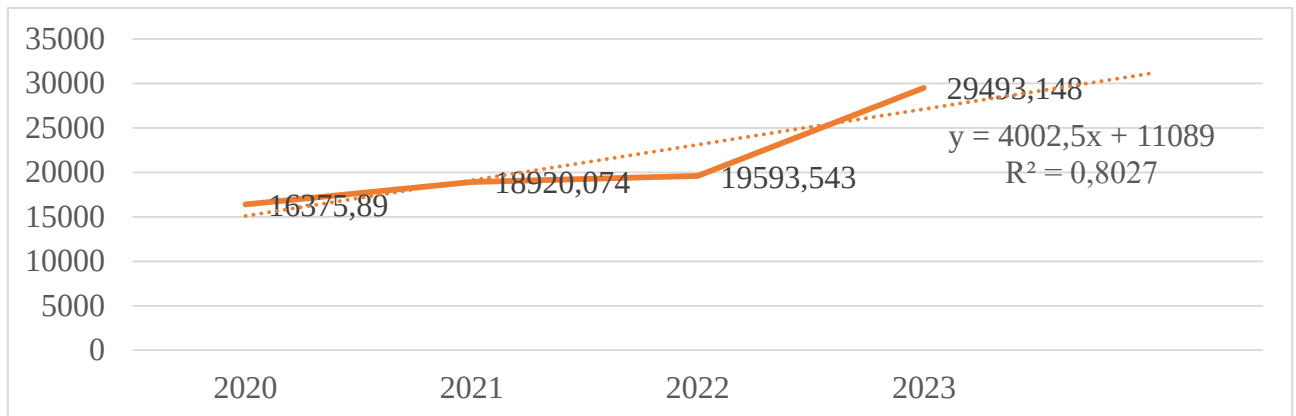


Рис. 2.10. Прогнозування зміни чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) ТОВ «ФОРА» на 2024 р., млн. грн.

Джерело: побудовано автором за допомогою Excel

Валовий прибуток залежить безпосередньо від чистого доходу. Якщо ТОВ «ФОРА» зможе зберегти, а ще краще – знизити витрати на собівартість, та отримати прогнозований чистий дохід у 2024 р., оптимістичні прогнози щодо валового прибутку можуть бути здійсненими.

Результат ранжування за значенням похибки апроксимації (R^2) при прогнозуванні показника валового прибутку ТОВ «ФОРА» на 2024 р. наведено у табл. 2.19.

Таблиця 2.19

Результат ранжування за значенням похибки апроксимації (R^2) при прогнозуванні показника валового прибутку ТОВ «ФОРА» на 2024 р.

Ранг	Вид апроксимації	Прогнозна модель	R^2
3	Лінійна	$y = 1175,7x + 2335,2$	0,9227
2	Логарифмічна	$y = 2355\ln(x) + 3403,5$	0,8027
1	Степенева	$y = 3583,6x^{0,4465}$	0,8752

Джерело: розраховано автором за допомогою Excel

Прогнозування зміни валового прибутку ТОВ «ФОРА» на 2023 р. наведено на рис. 2.11.

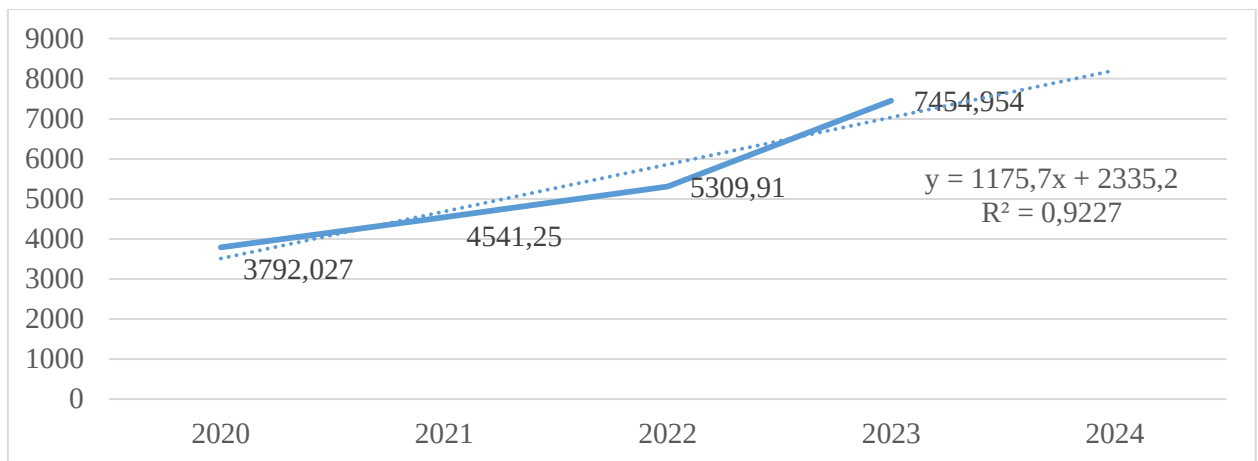


Рис. 2.11. Прогнозування зміни валового прибутку ТОВ «ФОРА» на 2024 р.,
млн. грн.

Джерело: побудовано автором за допомогою Excel

З достовірністю 92,27% лінійна апроксимація знову є найбільш точним прогнозом, де показник валового прибутку ТОВ «ФОРА» на 2024 р. буде дорівнювати 7338 млн. грн., що є меншим за 2023 р. на 1,6%. Даний прогноз також можна назвати песимістичним, бо навіть у 2022 р., рік під час війни, валовий прибуток збільшився на 16,9%.

Результат ранжування за значенням похибки апроксимації (R^2) при прогнозуванні показника фінансового результату від операційної діяльності ТОВ «Фора» на 2024 р. наведено у табл. 2.20.

Таблиця 2.20

Результат ранжування за значенням похибки апроксимації (R^2) при прогнозуванні показника фінансового результату від операційної діяльності ТОВ «ФОРА» на 2024 р.

Ранг	Вид апроксимації	Прогнозна модель	R^2
1	Лінійна	$y = 124,12x + 54,597$	0,7345
2	Логарифмічна	$y = 260,36\ln(x) + 158,05$	0,7008
3	Степенева	$y = 177,1x^{0,7737}$	0,7212

Джерело: розраховано автором за допомогою Excel

Оскільки лінійна функція є достовірною на 73,45%, а логарифмічна на 70,08%, їх можна розглядати як песимістичний та оптимістичний прогноз. Оптимістичний прогноз зміни фінансового результату від операційної діяльності ТОВ «ФОРА» на 2024 р. наведено на рис. 2.12.

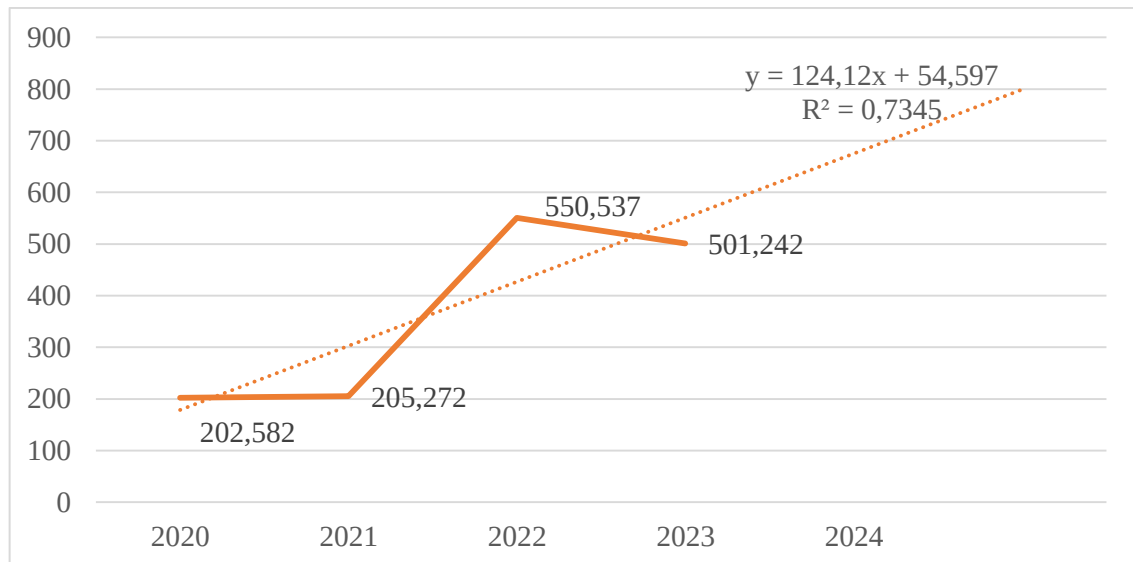


Рис. 2.12. Оптимістичний прогноз зміни фінансового результату від операційної діяльності ТОВ «ФОРА» на 2024 р., млн. грн.

Джерело: побудовано автором за допомогою Excel

Оптимістичний прогноз. З достовірністю на 73,45% ТОВ «ФОРА» у 2024 р. отримує прибутковий фінансовий результат від операційної діяльності, який буде дорівнювати 551,08 млн. грн., що є більшим за показник 2023 р. на 9,94%. Такий прогноз може бути реалістичним, якщо підприємство застосує заходів щодо підвищення ефективності підприємства,

безпосередньо зменшить витрати на збут та адміністративні витрати, збільшить валовий прибуток.

Песимістичний прогноз. З достовірністю на 70,08%, ТОВ «ФОРА» у 2024 р. отримує фінансовий результат від операційної діяльності, який буде дорівнювати 518,96 млн. грн., що є більшим за показник 2023 р. на 3,5%. Такий прогноз дійсно може здійснитися, якщо підприємство не зможе знайти шляхи до зменшення витрат, вдосконалити асортимент продукції, який відповідав би попиту у воєнний час, розвинути експорт та налагодити логістику. Песимістичний прогноз зміни фінансового результату від операційної діяльності ТОВ «ФОРА» на 2023 р. наведено на рис. 2.13.

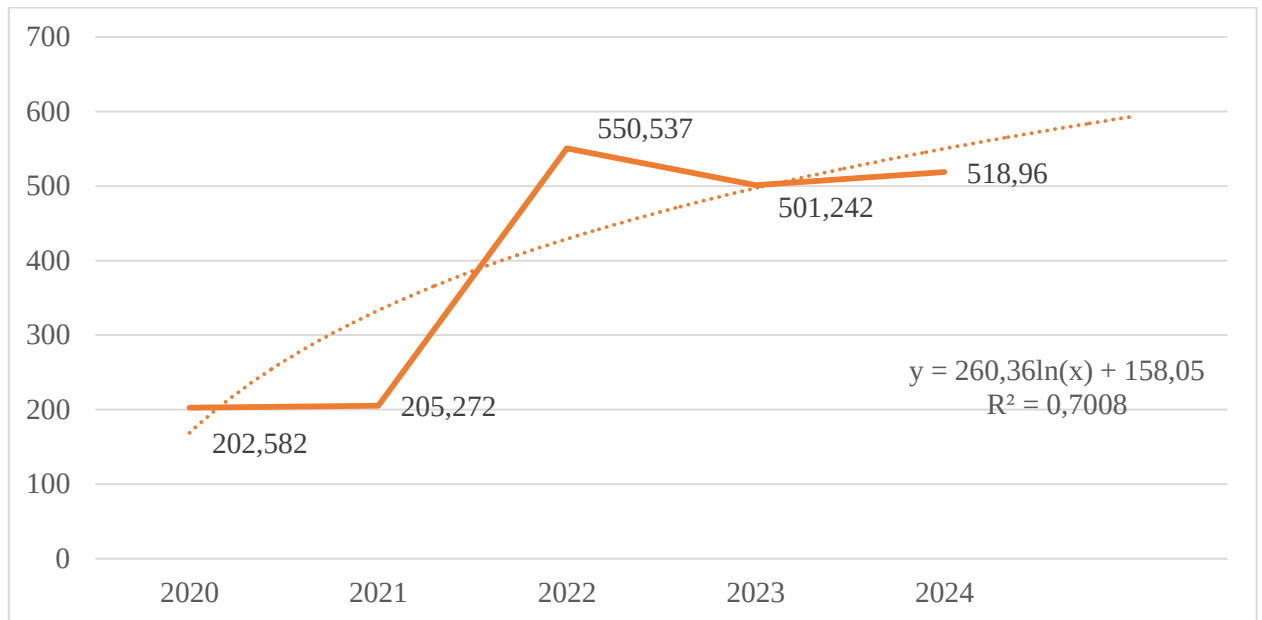


Рис. 2.13. Песимістичний прогноз зміни фінансового результату від операційної діяльності ТОВ «Фора» на 2024 р., млн. грн.

Джерело: побудовано автором за допомогою Excel

Побудовані прогнозні моделі чистого фінансового результату ТОВ «ФОРА» на 2024 р. є достовірними, оскільки похибка апроксимації в обох випадках більша за 85%. Результат ранжування за значенням похибки апроксимації (R^2) при прогнозуванні показника чистого фінансового результату ТОВ «ФОРА» на 2024 р. наведено у табл. 2.21.

Таблиця 2.21

Результат ранжування за значенням похибки апроксимації (R^2) при прогнозуванні показника чистого фінансового результату ТОВ «ФОРА» на 2024 р.

Ранг	Вид апроксимації	Прогнозна модель	R^2
1	Лінійна	$y = 25,867x - 54,039$	0,8525
2	Логарифмічна	$y = 57,508\ln(x) - 35,062$	0,9137
3	Степенева	-	-

Джерело: розраховано автором за допомогою Excel

Так як у 2020 році ТОВ «ФОРА» мало чистий збиток, то степеневу апроксимацію неможливо застосувати.

Отже, за логарифмічною моделлю прогнозоване значення фінансового результату ТОВ «Фора» для 2024 року становить приблизно 44,655 млн. грн.

Також прогнозування зміни чистого фінансового результату ТОВ «ФОРА» на 2024 р. буде проведено за допомогою методу ковзної середньої.

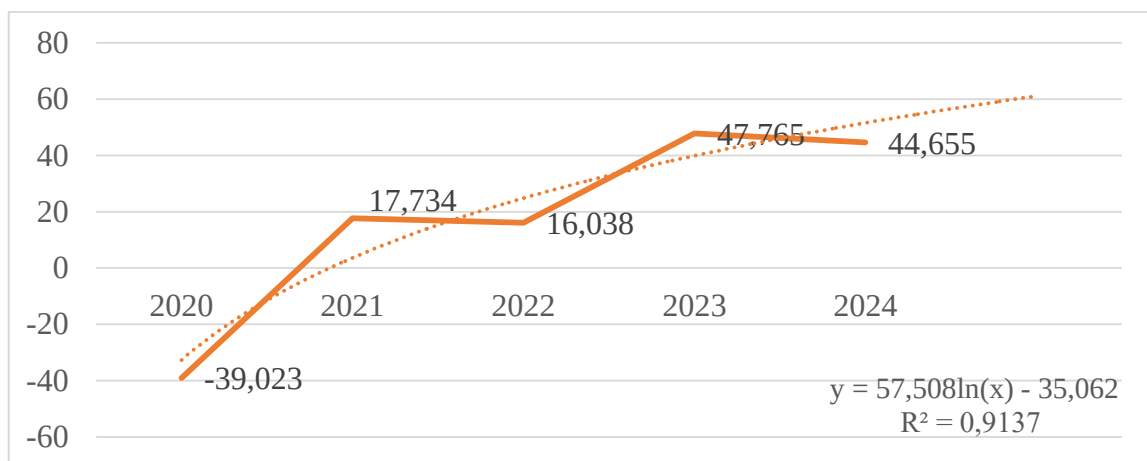


Рис. 2.14. Прогноз зміни фінансового результату ТОВ «Фора» на 2024 р., млн. грн.

Джерело: побудовано автором за допомогою Excel

Для прогнозування зміни чистого фінансового результату на 2024 рік методом ковзної середньої, спочатку необхідно обчислити середнє значення за попередні роки. Потім можна використати це середнє значення для прогнозування наступного року.

1. Обчислимо середнє значення за попередні роки (2020-2023):

$$\text{Середнє} = (-39,023 + 17,734 + 16,038 + 47,7654) = 42,5144 / 4 = 10,629$$

2. Використовуючи це середнє значення, можна прогнозувати зміну чистого фінансового результату ТОВ «ФОРА» на 2024 рік. Оскільки метод ковзної середньої використовує попередні дані для прогнозування, прогнозоване значення для 2024 року буде таким же, як і середнє значення за попередні роки:

Прогнозоване значення на 2024 рік = 10.629 млн. грн.

Отже, за допомогою методу ковзної середньої, прогнозоване значення чистого фінансового результату на 2024 рік становить близько 10.629.

Прогнозування зміни чистого фінансового результату ТОВ «Фора» на 2023 р. наведено на рис. 2.15.

Отже, прогнозований чистий фінансовий результат ТОВ «Фора» на 2024 р. дорівнює чистому прибутку розміром 10,629 млн. грн., що на 77,8% меншим за показник 2023 р.

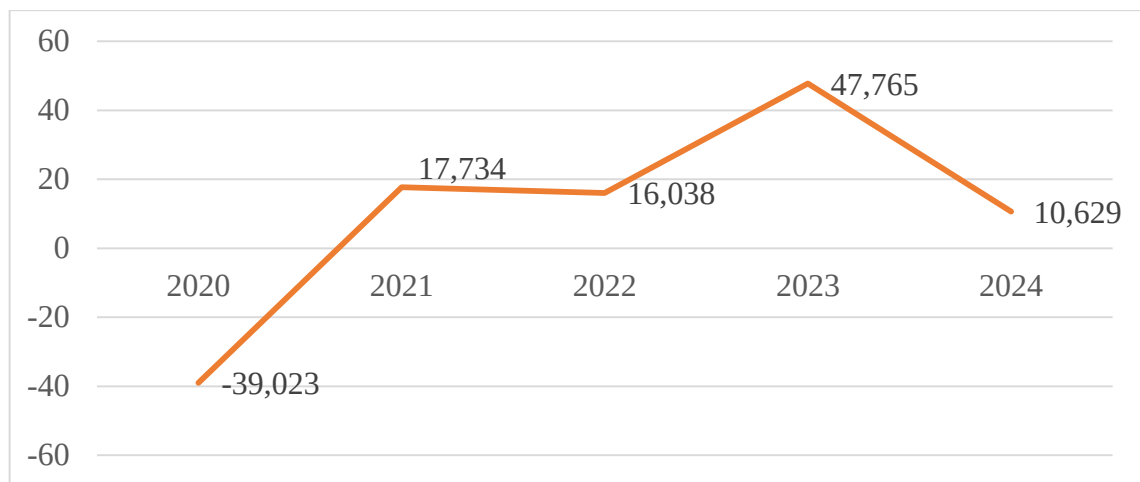


Рис. 2.15. Прогнозування зміни чистого фінансового результату ТОВ «Фора» методом ковзної середньої на 2024 р., млн. грн.

Джерело: побудовано автором за допомогою Excel

Загалом, такий показник є песимістичним, оскільки:

1. На другий рік кризи від пандемії COVID-19 чистий збиток перетворився на прибуток.

2. За майже 2,5 роки війни, українська протиповітряна оборона значно покращилась, таким чином, можна зменшити очікуванні витрати від

відбудування знищених торгових точок та складів підприємства, що своєю чергою у 2022-2023 роках призвело до великих витрат.

3. Якщо ТОВ «ФОРА» розробить та буде дотримуватись шляхів щодо збільшення прибутковості підприємства, безпосередньо зменшення витрат, розширення асортименту та розвитку експорту, виторг підприємства значно збільшиться і таким чином загальний збиток зменшиться. Також варто додати, що багато українців повернулись з-за кордону, тож попит на продукцію зростає, і ТОВ «ФОРА» має шанси на зростання показників ефективності у найближчі роки.

Висновки до розділу 2

В процесі аналітичної оцінки стану та напрямів удосконалення планування прибутку ТОВ «ФОРА» можна зробити наступні висновки.

1. Товариство з обмеженою відповідальністю «ФОРА» було створене у 2002 році. Контроль над Товариством здійснює компанія ПАТ «Бенефіт», яка знаходиться у власності ТОВ «Фоззі Груп» («Кінцеве материнське підприємство»). Основним напрямком діяльності підприємства є роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами. ТОВ «ФОРА» – магазин самообслуговування біля дому для щоденних швидких покупок. Кількість торгівельних об'єктів складається з 300 магазинів у 93 населених пунктах України, у тому числі преміальний food market Favore з преміальним асортиментом продуктів харчування.

2. Розраховані показники свідчать про ефективність ведення господарської діяльності ТОВ «ФОРА». За 2021-2023 роки чистий прибуток підприємства збільшився на 1216 тис. грн., або на 31,14%. Це, в свою чергу, вплинуло на покращення показників рентабельності підприємства. ТОВ «ФОРА» має стійкий фінансовий стан та високі показники ліквідності та платоспроможності. Протягом трьох років діяльності ТОВ «Фора»

спостерігається стійка та перспективна тенденція до зростання основних фінансових та операційних показників. Чистий дохід, валовий прибуток, операційний прибуток та чистий прибуток показують систематичне покращення, відображаючи успішність стратегій управління та виробництва компанії. Паралельно з цим спостерігається позитивна динаміка у зменшенні середньооблікової чисельності працівників, що може свідчити про ефективність оптимізації ресурсів та впровадження нових технологій. Рентабельність господарської діяльності також систематично зростає, вказуючи на підвищення ефективності управління витратами та ризиками. Оглядаючи ці показники, можна зробити висновок, що ТОВ «Фора» проявляє стійкий та успішний розвиток, що відображає його високу конкурентоспроможність та потенціал на ринку.

3. Здійснивши аналіз планування прибутку підприємства з'ясовано, що план з чистого прибутку ТОВ «ФОРА» перевиконало в 9 разів. Чистий фінансовий результат зріс на 43042 тис. грн., або 911.33%, що може бути наслідком покращення управління фінансовими ресурсами або інвестиційної політики. З огляду на великі відхилення фактичних даних від планованих показників, можна сказати, що даний механізм планування ТОВ «ФОРА» може потребувати покращень.

4. На основі прогнозування тенденцій зміни фінансово-майнового стану визначено, що ТОВ «ФОРА» має можливість покращення діяльності та фінансово-майнового стану. Встановлено, що відновити фінансово-майновий стан і забезпечити його зміцнення можливо за умови зниження адміністративних витрат, витрат на збут, підвищення доходу та впровадження нового програмного забезпечення на підприємство. Досягнення прибутковості та зменшення заборгованості – основні задачі, що потребують свого вирішення в процесі зміцнення фінансово-майнового стану ТОВ «ФОРА».

ВИСНОВКИ

Узагальнення теоретичних основ та дослідження особливостей функціонування та планування прибутку підприємства надало можливість зробити наступні висновки.

1. Роль прибутку в господарській діяльності підприємств є багатогранною та характеризується різноманітною кількістю його видів. Втім єдиного тлумачення сутності прибутку поки що немає. Незалежно від відмінностей у поясненні джерел виникнення прибутку всі відомі теорії ґрунтуються на необхідності його максимізації та розглядають його з позиції рушійної сили розвитку підприємництва. В сфері економіки та управління підприємствами прибуток розглядається як: чистий дохід на вкладений капітал; створена додана вартість (в сфері виробництва); активний дохід (в сфері обігу); грошова оцінка виробничої, фінансової діяльності; економічна форма додаткового продукту. З позиції фінансів та менеджменту прибуток виступає: формою комплексного доходу; частиною додаткової вартості спільного продукту; позитивним результатом господарської діяльності. В бухгалтерському обліку прибуток трактується як: перевищення отриманих доходів над понесеними витратами; приріст власного капіталу; форма вираження фінансових результатів; винагорода за підприємницьку діяльність у формі економічного ефекту. Хоча інтерпретація прибутку здійснюється в різних площинах, наведені визначення доповнюються, узагальнюються, чи навпаки більш деталізуються. Такий підхід є науково обґрунтованим, оскільки дана категорія є різновекторною, а розвиток суспільства, науково-технічного прогресу не стоїть на місці. З кожним історичним етапом виникають нові події (фактори, грані), які більш детально її окреслюють, наповнюють сучасними ознаками, що відповідають реаліям економічного життя суб'єктів господарювання.

2. У процесі планування прибутку значну роль відіграє аналіз прибутку, основними формами якого є: залежно від об'єкта дослідження –

процес формування прибутку, процес розподілу та використання прибутку; залежно від організації проведення – зовнішній і внутрішній аналіз прибутку; залежно від масштабів діяльності – аналіз прибутку в цілому по підприємству, аналіз прибутку по центру відповідальності, аналіз прибутку по окремій операції; залежно від глибини аналітичного дослідження – експрес-аналіз прибутку, фундаментальний аналіз прибутку; залежно від обсягу аналітичного дослідження – повний і тематичний аналіз прибутку; залежно від періоду проведення – попередній, оперативний і ретроспективний аналіз прибутку.

3. Під час процесу планування прибутку підприємства велике значення мають також показники рентабельності. Вони демонструють ефективність підприємницької діяльності, оскільки їх величина показує співвідношення між наявними та використаними фінансовими ресурсами. Показники рентабельності використовуються під час вибору варіантів формування асортименту та структури продукції, у ціноутворенні, інвестиційній політиці. Вони показують величину прибутку, одержану на одиницю ресурсу, витрат, активу. Рентабельність є показником, що комплексно характеризує ефективність діяльності підприємства. За його допомоги можна оцінити ефективність управління підприємством, оскільки отримання високого прибутку і достатнього рівня прибутковості багато в чому залежить від правильності і раціональності прийнятих управлінських рішень, тому рентабельність можна розглядати як один із критеріїв якості управління. За значенням рівня рентабельності можна оцінити довгострокове благополуччя підприємства, тобто здатність підприємства отримувати достатній прибуток та інвестиції.

4. Нормативно-правове та інформаційне забезпечення грає ключову роль у плануванні прибутку підприємства, надаючи необхідні ресурси і рамки для ефективного управління фінансами та досягнення стратегічних цілей. Акцентовано увагу, що формування якісної інформації щодо

фінансових результатів діяльності підприємства можливе на базі комплексного підходу до процесу забезпечення управління прибутком.

5. ТОВ «ФОРА» – підприємство, засноване 2002 року, є великою українською мережею супермаркетів, є частиною торгово-промислової групи Fozzy Group. Мережа «ФОРА» у 2024 році налічує 300 магазинів (у тому числі 150 у Києві) у 8 областях України, середньою площею 330 м² формату «мінімаркет» або «магазин біля дому», що працюють у низькому та середньому ціновому сегменті. Також є 6 майданчиків формату «Ексклюзив». Абсолютна більшість магазинів цієї мережі розміщуються у приміщеннях колишніх радянських гастрономів на перших поверхах житлових будинків. В асортименті – понад 23 000 найменувань продуктів харчування і побутових товарів залежно від розміру торговельної площі.

6. Розраховані показники свідчать про ефективність ведення господарської діяльності ТОВ «ФОРА». За 2021-2023 роки чистий прибуток підприємства збільшився на 1216 тис. грн., або на 31,14%. Це, в свою чергу, вплинуло на покращення показників рентабельності підприємства. ТОВ «ФОРА» має стійкий фінансовий стан та високі показники ліквідності та платоспроможності. Протягом трьох років діяльності ТОВ «Фора» спостерігається стійка та перспективна тенденція до зростання основних фінансових та операційних показників. Чистий дохід, валовий прибуток, операційний прибуток та чистий прибуток показують систематичне покращення, відображаючи успішність стратегій управління та виробництва компанії. Паралельно з цим спостерігається позитивна динаміка у зменшенні середньооблікової чисельності працівників, що може свідчити про ефективність оптимізації ресурсів та впровадження нових технологій. Рентабельність господарської діяльності також систематично зростає, вказуючи на підвищення ефективності управління витратами та ризиками. Оглядаючи ці показники, можна зробити висновок, що ТОВ «Фора» проявляє стійкий та успішний розвиток, що відображає його високу конкурентоспроможність та потенціал на ринку.

7. Здійснивши аналіз планування прибутку підприємства з'ясовано, що план з чистого прибутку ТОВ «ФОРА» перевиконало в 9 разів. Чистий фінансовий результат зріс на 43042 тис. грн., або 911.33%, що може бути наслідком покращення управління фінансовими ресурсами або інвестиційної політики. З огляду на великі відхилення фактичних даних від планованих показників, можна сказати, що даний механізм планування ТОВ «ФОРА» може потребувати покращень.

8. На основі прогнозування тенденцій зміни фінансово-майнового стану визначено, що ТОВ «ФОРА» має можливість покращення діяльності та фінансово-майнового стану. Встановлено, що відновити фінансово-майновий стан і забезпечити його зміцнення можливо за умови зниження адміністративних витрат, витрат на збут, підвищення доходу та впровадження нового програмного забезпечення на підприємство.

Досягнення прибутковості та зменшення заборгованості – основні задачі, що потребують свого вирішення в процесі зміцнення фінансово-майнового стану ТОВ «ФОРА».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрющенко І. Є., Омельченко В. В. Використання факторного моделювання в діагностиці фінансової діяльності. Ефективна економіка. 2020. № 10. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2020/3.pdf.
2. Базілінська О. Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика : навч. посіб. Київ : «Центр навчальної літератури». 2019. 328 с.
3. Бержанір І. А., Гвоздєй Н. І., Улянич Ю. В. Рентабельність як основний показник оцінки діяльності підприємства. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. 2015. № 1 (2). С. 58-62.
4. Бержанір І., Вінницька О., Гвоздєй Н. Інтегральна оцінка фінансового стану підприємства. Молодий вчений. 2018. №2 (54). С. 682-686. URL: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/520>
5. Бершадська І. І., Тульчинська С. О. Методи управління прибутком підприємства. Сучасні проблеми економіки і підприємництва. 2017. №20. С.181-188.
6. Боярко І. М. Оптимізація балансу підприємства. Світ фінансів. 2017. № 4. С. 158-166.
7. Буднікевич І. Маркетинг у галузях і сферах діяльності. К.: ЦУЛ, 2019. 536 с.
8. Букресєва Д. С., Тупіцина К. О., Больша А. К. Стратегічне планування та управління прибутком підприємств в умовах цифрової економіки. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія : Економічні науки. 2021. № 11(3). С. 98-104. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnjie_2021_11\(3\)_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnjie_2021_11(3)_15)
9. Вашків О. П., Фірман Н. Я. Економічна сутність фінансового результату підприємства. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2019. Випуск 5 (22). С. 162–168. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/35409>

10. Векслер Д. М. Види конкурентних стратегій і шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства. Вісник ХНАУ. 2019. № 4, Т. 1. С. 75-81.

11. Власенко В. В., Порфіренко В. І., Гребельник М. М. Суть та види конкурентних переваг підприємства. Економіка та управління підприємствами. 2020. Вип. 49. С. 97-103.

12. Гайбура Ю. А. Аналітичний інструментарій управління фінансовими результатами підприємства в умовах кризи. Ефективна економіка. 2021. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2021/105.pdf.

13. Гайбура Ю. А. Методичні підходи щодо оцінки і прогнозування прибутковості підприємства. Подільський вісник: сільське господарство, техніка, економіка. Економічні науки. Випуск 1 (38) 2023. С. 118-124. DOI: <https://doi.org/10.37406/2706-9052-2023-1.17>

14. Гайбура Ю. А., Загнітко Л. А. Прибутковість підприємства: поняття, фактори, резерви. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2017. №24 (2). С. 99-104.

15. Гнип Н., Коломієць Д. Аналіз впливу факторів щодо формування прибутку підприємства та методи його оптимізації. Фінансово-кредитні системи: перспективи розвитку. 2023. Вип. 3. С. 33-42. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/fcspd_2023_3_6

16. Господарський Кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>

17. Данченко О. Б., Дзюба Т. В. Маркетингові дослідження у проєктах: навчальний посібник. Київ: ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», 2021. 224 с.

18. Дяченко К. С., Хорєва А. Ю. Методичні підходи до оцінювання фінансово-майнового стану бізнес-структури. Ефективна економіка. 2020. №. 11. С. 1-7.

19. Економіка підприємства: підручник [Г. О. Швиданенко, К. С. Бойченко, В. Г. Васильков, А. І. Дмитренко та ін.]; за заг. та наук. ред. Г. О. Швиданенко; Київ: КНЕУ, 2019. 551 с.
20. Єпіфанова І. Ю., Гуменюк В. С. Фактори зростання прибутку підприємства. Молодий вчений. 2016. №7 (34). С. 46-49.
21. Єршова Н. Ю. Методичний підхід до аналізу платоспроможності для прогнозування розвитку бізнес-структур. Одеський національний політехнічний університет, 2018. №6 (5). С 52-58.
22. Зубко Л., Ігнатенко О. В. Планування прибутку у системі менеджменту як напрям удосконалення фінансової діяльності підприємства. Вісник [Київського інституту бізнесу та технологій]. 2017. № 1. С. 28-35. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkib_2017_1_8
23. Зудова І. Ю., Стась О. Г. Сутність та значення фінансових показників в системі функціонування підприємства. Молодий вчений. 2017. № 10 (50), жовтень. С. 893–897. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/10/202.pdf>
24. Іванілов О. С. Економіка підприємства : навч. посіб. Київ : «Центр учбової літератури», 2013. 728 с.
25. Каминський П. Д. Прибуток та рентабельність як показники ефективності діяльності підприємства. Вісник Донецького університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. 2016. №1.64. С.160-167.
26. Кириченко С. О., Кашпуренко Т. О. Диверсифікація виробництва як спосіб збільшення прибутковості підприємств у сучасних умовах. Ефективна економіка. 2023. № 5. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2023_5_55
27. Колісник В. О., Педченко Н. С. Особливості планування прибутку приватного підприємства. Тези Всеукраїнської молодіжної науково-практичної інтернет-конференції «Наука і молодь у ХХІ сторіччі». м. Полтава, 30 листопада 2022 року. С. 121-125.

28. Кононенко Ж. А., Грибовська Ю. М., Ходаківська Л. О. Фактори зміни величини фінансових результатів підприємства. Інвестиції: практика та досвід. 2020. № 1. С. 27–32. URL: <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=6968&i=3>
29. Кошельок Г.В., Малишко В. С. Факторний аналіз рентабельності власного капіталу підприємства. Економіка і суспільство. 2016. №7. С. 361–368.
30. Куцик П. О., Медвідь Л. Г., Шевчук В. О., Харинович-Яворська Д. О. Діяльність торговельних підприємств у конкурентному середовищі: контрольно-аналітичне забезпечення системи управління : монографія. Чернівці : Технодрук, 2015. 370 с.
31. Лесюк А. С. Оцінка фінансових результатів діяльності підприємств в Україні. Агросвіт. 2020. № 15. С. 67–73. URL: <http://www.agrosvit.info/?op=1&z=3274&i=9>
32. Лищенко М. О. Аналіз фінансової стійкості підприємства як елементу забезпечення фінансової стабільності роботи підприємства. Вісник Черкаського університету. Серія: Економічні науки, 2018. № 2. С. 49–57.
33. Лищенко М. О. Аналітичний інструментарій визначення основних показників рентабельності. Економічна аналітика: сучасні тенденції та прогностичні можливості. Збірник матеріалів МНПК, Київ: КНЕУ, 2019. С. 181–183.
34. Лучко М. Р. Фінансовий аналіз: навч. посіб. / М. Р. Лучко, С. М. Жукевич, А. І. Фаріон. Тернопіль. : ТНЕУ, 2016. 304 с.
35. Масюк Ю. В., Боюн В. Ю. Управління фінансовими результатами діяльності сільськогосподарського підприємства. Економіка та держава. 2021. № 10. С. 93–96. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/10_2021/18.pdf.
36. Мельник Т. Ю., Свірко С. В. Теоретико-методичні основи оцінювання майнового стану підприємства. Економіка, управління та адміністрування. 2021. № 1 (95). С. 8–16.
37. Наконечна С. А. Управління прибутком підприємства в сучасних

економічних умовах. Економіка та управління на транспорті. 2018. Вип. 7. С. 44–49. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eut_2018_7_8

38. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: затв. наказом Мінфіна України від 07.02.2013р. № 73. URL: <http://www.rada.gov.ua>.

39. Нескордева І. І., Аккерман О. С. Управління прибутком підприємства за допомогою моделі Дюпон. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2010. № 30. С. 269-270. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2010_30_166

40. Николишин С. Є. Прибуток підприємства та особливості управління ним. Молодий вчений. 2017. №2 (42). С.299-303

41. Опікунова Н. В., Лопата В. Г. Управління прибутком підприємства. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2014. № 46. С. 294-298. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2014_46_42

42. Орликовський М. О., Гришковець В. В., Зелінський Р. С., Мордюк В. В. Управління прибутком підприємства як умова його ефективного функціонування. Агросвіт. 2020. №1. С. 96-102. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/agrosvit_2020_1_15

43. Панасюк Т. П. Методичні підходи аналізу ефективності господарської діяльності підприємства. Збірник наукових праць молодих вчених факультету менеджменту та маркетингу КПП імені Ігоря Сікорського «Актуальні проблеми економіки та управління». Київ, 2018. №13. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua>.

44. Пармаклі Д. М., Деркач Т. В., Бахчиванжи Л. А. Методичний інструментарій прогнозування прибутку у бізнес-плануванні підприємницької діяльності підприємств аграрного сектору. Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка. 2020. Т. 25, Вип. 6. С. 158-166. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2020_25_6_31

45. Партола А. С. Шляхи підвищення прибутковості підприємства. Розвиток європейського простору очима молоді: економічні, соціальні та правові аспекти. 2017. С. 679–684.

46. Пігуль Н. Г., Власова О. М., Пігуль Є. І. Аналіз прибутковості підприємств України. Причорноморські економічні студії. 2019. №2. С. 90–94.

47. Податковий кодекс України: від 02 грудня 2010 р. № 2755-VI. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.

48. Поддєрьогін А. М., Джуфер Д. Б. Управління прибутком підприємства. Збірник наукових праць Університету державної фіскальної служби України. 2019. № 2. С. 211–223. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znprnudps_2019_2_17

49. Поп'юк Б. С. Аналіз підходів до планування прибутку підприємства/ Наукові праці МАУП. Сер. : Економічні науки. Психологічні науки. 2013. Вип. 2. С. 36–42. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npmaupe_2013_2_8

50. Русіна Ю., Полозук Ю. Економічна сутність фінансової стійкості підприємства та фактори, що на неї впливають. Міжнародний науковий журнал. 2015. № 2. С. 90–94.

51. Скалюк Р. В. Економічний механізм управління фінансовими результатами промислових підприємств: теоретичні основи забезпечення функціонування. Економічний вісник Донбасу. 2011. № 2. С. 86–93.

52. Соломянюк Н. М., Рябко О. І. Оцінювання ефективності діяльності роздрібного торговельного підприємства. The scientific heritage. 2017. URL до ресурсу: <https://mail.ukr.net/desktop#readmsg/14966471270373335070/f0/attach=2>.

53. Стеценко В. А., Якименко А. О., Блажкун І. В. Бренд: вигоди для споживача. The scientific heritage. 2016. Vol. 2, № 6 (5). Р.89–94.

54. Стеценко В.А., Рябко О.І., Ткачук С.В. Методи підвищення ефективності роботи роздрібного торговельного підприємства. Вісник

мукачівського державного університету. Випуск № 14. 2018. С. 522-527.
<https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/5267ef2a-d02e-49e6-92c3-d8c9123222c8/content>

55. Строченко Н., Коблянська І. Планування і контроль на підприємстві : навч. посіб. Суми : Сум. нац. аграр. ун-т., 2015. 271 с.

56. Суліма Н. М., Степасюк Л. М., Величко О. В. Економіка і фінанси підприємства: підручник. Київ: Цп КОМпрИНТ, 2015. 124-127 с.

57. Томчук О.Ф. Аналітичне забезпечення управління діловою активністю підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. №. 10. С. 991–995. URL: <http://global-national.in.ua/archive/10-2016/205.pdf>.

58. Тютюнник С.В., Тютюнник Ю. М. Факторно-фінансові оцінки у стратегічному управлінні прибутковістю суб'єктів малого підприємництва : монографія. Київ : Талком, 2020. С. 216-228.

59. Чигріна К. О. Рентабельність підприємства та шляхи її підвищення. Міжнародний науковий журнал Науковий огляд. 2015. №2.

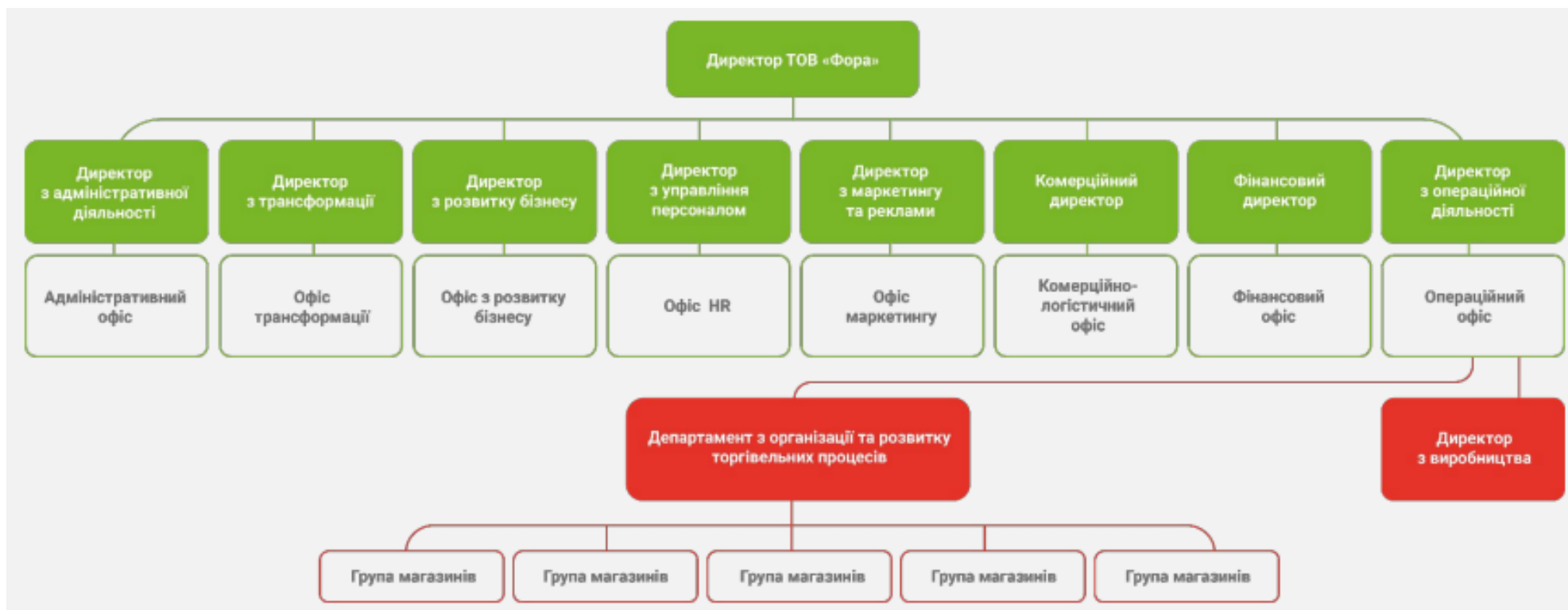
60. Шляга О. В., Шипуля Л. І. Прибуток та рентабельність як показники ефективності виробництва. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2014. №8. С. 75-81.

61. Щербіна В. В., Зубенко А. С. Управління фінансовими результатами підприємств портової галузі. Розвиток методів управління та господарювання на транспорті. 2018. № 3 (64). С. 23–35. URL: <https://www.daemmt.odesa.ua/index.php/daemmt/article/view/210/178>.

62. Щука В. Г., Мандрик Д. І. Дослідження методів прогнозування та обґрунтування вибору кращого з них для прогнозування показників фінансово-господарської діяльності підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2015. Вип. № 1. С. 102-104. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2015_1_20

ДОДАТКИ

Організаційна структура ТОВ «Фора»



Додаток Б

Додаток 1
до Національного положення (стандарту) бухгалтерського
обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»

Підприємство <u>ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «ФОРА»</u>	Дата (рік, місяць, число) _____ за ЄДРПОУ _____	КОДИ
Територія _____ за КОАТУУ _____	Організаційно-правова форма господарювання <u>Товариство з обмеженою відповідальністю</u> за КОПФГ _____	22 01 01 32294897
Вид економічної діяльності <u>Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами</u>	за КВЕД _____	UA800000000000980793
Середня кількість працівників ¹ <u>9815</u>		240
Адреса, телефон <u>08132, КИЇВСЬКА область, БУЧАНСЬКИЙ район, місто ВИШНЕВЕ, вулиця ПРОМИСЛОВА, будинок 5</u>	Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)	47.11
Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):		
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку		x
за міжнародними стандартами фінансової звітності		

Баланс (Звіт про фінансовий стан) станом на 31.12.2021 року

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи	1000	394	2 375,00
Нематеріальні активи			
первісна вартість	1001	1 216,00	5 542,00
накопичена амортизація	1002	822	3 167,00
Незавершені капітальні інвестиції	1005	23 322,00	57 566,00
Основні засоби	1010	1 661 829,00	2 700 006,00
первісна вартість	1011	2 961 115,00	4 357 771,00
знос	1012	1 299 286,00	1 657 765,00
Інвестиційна нерухомість	1015	19 782,00	29 803,00
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції:	1030		
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств			
інші фінансові інвестиції	1035	75 150,00	34 829,00
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	6 300,00	1 917,00
Відстрочені податкові активи	1045	20 232,00	41 583,00
Інші необоротні активи	1090	924,00	85 689,00
Усього за розділом I	1095	1 807 933,00	2 953 768,00
II. Оборотні активи	1100	1 010 715,00	1 306 913,00
Запаси			
Поточні біологічні активи	1110		
Векселі одержані	1120		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	297 076,00	349 276,00
Дебіторська заборгованість за розрахунками:	1130	66 962,00	109 390,00
за виданими авансами			
з бюджетом	1135	331,00	383,00
у тому числі з податку на прибуток	1136		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1 159 603,00	1 020 588,00
Поточні фінансові інвестиції	1160	0,00	
Гроші та їх еквіваленти	1165	325 524,00	335 572,00
Витрати майбутніх періодів	1170		
Інші оборотні активи	1190	12 115,00	19 869,00
Усього за розділом II	1195	2 872 326,00	3 141 991,00
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	231 223,00	
Баланс	1300	4 911 482,00	6 095 759,00

Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	450 016.00	450 016.00
Капітал у дооцінках	1405	2 290.00	4 824.00
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-383 664.00	-365 872.00
Неоплачений капітал	1425		
Вилучений капітал	1430		
Усього за розділом I	1495	68 642.00	88 968.00
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Довгострокові кредити банків	1510	549 784.00	733 698.00
Інші довгострокові зобов'язання	1515	530 549.00	904 023.00
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595	1 080 333.00	1 637 721.00
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	445 421.00	467 260.00
товари, роботи, послуги	1615	2 873 099.00	3 389 193.00
розрахунками з бюджетом	1620	74 890.00	79 979.00
у тому числі з податку на прибуток	1621	0.00	
розрахунками зі страхування	1625	6 290.00	7 803.00
розрахунками з оплати праці	1630	22 335.00	28 432.00
за одержаними авансами	1635	41 690.00	53 604.00
за розрахунками з учасниками	1640		
Поточні забезпечення	1660	93 080.00	104 370.00
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	205 702.00	238 429.00
Усього за розділом III	1695	3 762 507.00	4 369 070.00
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	4 911 482.00	6 095 759.00

Підприємство ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ за «ФОРА» (найменування)
Дата (рік, місяць, число) 2021 за 01 01 СДРПОУ

КОДИ		
22	01	01
32294897		

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за рік 2021 р.

Форма № 2

Код за ДКУД

1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	18 920 074.00	16 375 890.00
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	14 378 824.00	12 583 863.00
Валовий:			
прибуток	2090	4 541 250.00	3 792 027.00
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	186 315.00	130 045.00
Адміністративні витрати	2130	166 230.00	110 617.00
Витрати на збут	2150	4 343 283.00	3 598 881.00
Інші операційні витрати	2180	12 780.00	9 992.00
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	205 272.00	202 582.00
збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220	19 846.00	35 272.00
Інші доходи	2240	102 830.00	29 694.00
Фінансові витрати	2250	265 726.00	202 625.00
Втрати від участі в капіталі	2255		0.00
Інші витрати	2270	65 839.00	111 431.00
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290		
збиток	2295	3 617.00	46 508.00
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	21 351.00	7 485.00
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	17 734.00	
збиток	2355		39 023.00

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

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

Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	17 734.00	-39 023.00
---	------	-----------	------------

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	188 858.00	152 535.00
Витрати на оплату праці	2505	1 750 838.00	1 486 970.00
Відрахування на соціальні заходи	2510	386 375.00	328 886.00
Амортизація	2515	580 820.00	564 035.00
Інші операційні витрати	2520	1 615 402.00	1 187 064.00
Разом	2550	4 522 293.00	3 719 490.00

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

Додаток В

Додаток 1
до Національного положення (стандарту) бухгалтерського
обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»

Дата (рік, місяць, число) _____

Підприємство ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ за ЄДРПОУ _____

«ФОРА»

Територія _____ за КОАТУУ _____

Організаційно-правова форма господарювання Товариство з обмеженою за КОПФГ _____

відповідальністю

Вид економічної діяльності Роздрібна торгівля в неспеціалізованих за КВЕД _____

магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими

виробами

Середня кількість працівників¹ 9206

Адреса, телефон 08132, КИЇВСЬКА область, БУЧАНСЬКИЙ район, місто ВИШНЕВЕ, вулиця ПРОМИСЛОВА, будинок 5

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку _____

за міжнародними стандартами фінансової звітності _____

КОДИ		
2023	01	01
32294897		
UA800000000000980793		
240		
47.11		

x

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
станом на 31.12.2022 року

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи	1000	2 375,00	8 958.00
Нематеріальні активи			
первісна вартість	1001	5 542,00	15 800.00
накопичена амортизація	1002	3 167,00	6 842.00
Незавершені капітальні інвестиції	1005	57 566,00	52 348.00
Основні засоби	1010	2 700 006,00	3 099 767.00
первісна вартість	1011	4 357 771,00	5 002 536.00
знос	1012	1 657 765,00	1 902 769.00
Інвестиційна нерухомість	1015	29 803,00	56 945.00
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035	34 829,00	34 829.00
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	1 917,00	966.00
Відстрочені податкові активи	1045	41 583,00	56 686.00
Інші необоротні активи	1090	85 689.00	94 645.00
Усього за розділом I	1095	2 953 768.00	3 405 144.00
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	1 306 913.00	2 039 234.00
Поточні біологічні активи	1110		
Векселі одержані	1120		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	349 276.00	586 050.00
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	109 390.00	115 632.00
з бюджетом	1135	383.00	949.00
у тому числі з податку на прибуток	1136		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1 020 588.00	1 068 344.00
Поточні фінансові інвестиції	1160		139 950.00
Гроші та їх еквіваленти	1165	335 572.00	415 684.00
Витрати майбутніх періодів	1170		
Інші оборотні активи	1190	19 869.00	51 055.00
Усього за розділом II	1195	3 141 991.00	4 416 898.00
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	6 095 759.00	7 822 042.00

Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	450 016.00	450 016.00
Капітал у дооцінках	1405	4 824.00	4739.00
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-365 872.00	-353 824.00
Неоплачений капітал	1425		
Вилучений капітал	1430		
Усього за розділом I	1495	88 968.00	100 931.00
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Довгострокові кредити банків	1510	733 698.00	646 238.00
Інші довгострокові зобов'язання	1515	904 023.00	1 270 516.00
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595	1 637 721.00	1 916 754.00
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600		
Векселі видані	1605		198.00
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	467 260.00	754 080.00
товари, роботи, послуги	1615	3 389 193.00	3 879 211.00
розрахунками з бюджетом	1620	79 979.00	77 831.00
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625	7 803.00	12 513.00
розрахунками з оплати праці	1630	28 432.00	46 748.00
за одержаними авансами	1635	53 604.00	37 450.00
за розрахунками з учасниками	1640		
Поточні забезпечення	1660	104 370.00	335 255.00
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	238 429.00	661 071.00
Усього за розділом III	1695	4 369 070.00	5 804 357.00
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	6 095 759.00	7 822 042.00

Підприємство ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ за «ФОРА» (найменування)
Дата (рік, місяць, число) 23 01 01 за ЄДРПОУ 32294897

КОДИ		
23	01	01
32294897		

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

Форма № 2 Код за ДКУД 1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	19 593 543.00	18 920 074.00
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	14 283 633.00	14 378 824.00
Валовий:			
прибуток	2090	5 309 910.00	4 541 250.00
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	149 811.00	186 315.00
Адміністративні витрати	2130	492 838.00	166 230.00
Витрати на збут	2150	4 327 780.00	4 343 283.00
Інші операційні витрати	2180	88 566.00	12 780.00
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	550 537.00	205 272.00
збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220	26 308.00	19 846.00
Інші доходи	2240	109 638.00	102 830.00
Фінансові витрати	2250	297 157.00	265 726.00
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270	388 391.00	65 839.00
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	935.00	
збиток	2295	15 103.00	3 617.00
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300		21 351.00
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	16 038.00	17 734.00
збиток	2355		

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		
Накопичені курсові різниці	2410		
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		
Інший сукупний дохід	2445		
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450		
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460		
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	16 038.00	17 734.00

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	318 757.00	188 858.00
Витрати на оплату праці	2505	1 433 528.00	1 750 838.00
Відрахування на соціальні заходи	2510	322 388.00	386 375.00
Амортизація	2515	702 152.00	580 820.00
Інші операційні витрати	2520	2 132 359.00	1 615 402.00
Разом	2550	4 909 184.00	4 522 293.00

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

Додаток Г

Додаток 1
до Національного положення (стандарту) бухгалтерського
обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»

Дата (рік, місяць, число)		КОДИ		
Підприємство <u>ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ</u> за ЄДРПОУ		2024	01	01
«ФОРА»		32294897		
Територія _____ за КОАТУУ		UA800000000000980793		
Організаційно-правова форма господарювання <u>Товариство з обмеженою</u> за КОПФГ		240		
<u>відповідальністю</u>		47.11		
Вид економічної діяльності Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами за КВЕД				
Середня кількість працівників ¹ <u>8872</u>				
Адреса, телефон 08132, КИЇВСЬКА область, БУЧАНСЬКИЙ район, місто ВИШНЕВЕ, вулиця ПРОМИСЛОВА, будинок 5				
Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)				
Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):				
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку		x		
за міжнародними стандартами фінансової звітності				

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
станом на 31.12.2023 року**

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи	1000	8 958.00	52 648.00
Нематеріальні активи			
первісна вартість	1001	15 800.00	61 160.00
накопичена амортизація	1002	6 842.00	8 512.00
Незавершені капітальні інвестиції	1005	52 348.00	76 176.00
Основні засоби	1010	3 099 767.00	4 130 715.00
первісна вартість	1011	5 002 536.00	6 752 244.00
знос	1012	1 902 769.00	2 621 529.00
Інвестиційна нерухомість	1015	56 945.00	106 813.00
первісна вартість	1016		123 712.00
знос	1017		16 899.00
Довгострокові фінансові інвестиції:	1030		
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств			
інші фінансові інвестиції	1035	34 829.00	34 829.00
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	966.00	966.00
Відстрочені податкові активи	1045	56 686.00	56 686.00
Інші необоротні активи	1090	94 645.00	54 532.00
Усього за розділом I	1095	3 405 144.00	4 539 856.00
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	2 039 234.00	2 320 471.00
Поточні біологічні активи	1110		
Векселі одержані	1120		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	586 050.00	393 145.00
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	115 632.00	93 134.00
з бюджетом	1135	949.00	524.00
у тому числі з податку на прибуток	1136		
з нарахованих доходів	1140		2 119.00

Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1 068 344.00	1 313 668.00
Поточні фінансові інвестиції	1160	139 950.00	
Гроші та їх еквіваленти	1165	415 684.00	1 134 364.0
Витрати майбутніх періодів	1170		0
Інші оборотні активи	1190	51 055.00	32 377.00
Усього за розділом II	1195	4 416 898.00	5 289 802.00
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	7 822 042.00	9 829 658.00

Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	450 016.00	450 016.00
Капітал у дооцінках	1405	4739.00	11 971.00
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-353 824.00	-327 862.00
Неоплачений капітал	1425		
Вилучений капітал	1430		
Усього за розділом I	1495	100 931.00	134 125.00
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Довгострокові кредити банків	1510	646 238.00	274 040.00
Інші довгострокові зобов'язання	1515	1 270 516.00	1 546 830.00
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595	1 916 754.00	1 820 870.00
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600		
Векселі видані	1605	198.00	590 198.00
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	754 080.00	1 120 344.00
товари, роботи, послуги	1615	3 879 211.00	5 033 856.00
розрахунками з бюджетом	1620	77 831.00	120 946.00
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625	12 513.00	17 055.00
розрахунками з оплати праці	1630	46 748.00	63 768.00
за одержаними авансами	1635	37 450.00	51 149.00
за розрахунками з учасниками	1640		
Поточні забезпечення	1660	335 255.00	130 438.00
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	661 071.00	746 909.00
Усього за розділом III	1695	5 804 357.00	7 874 663.00
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	7 822 042.00	9 829 658.00

Підприємство ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ за «ФОРА» (найменування)
Дата (рік, місяць, число) 24 01 01 за ЄДРПОУ 32294897

КОДИ		
24	01	01
32294897		

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за _____ рік _____ 2023 р.

Форма № 2

Код за ДКУД

1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	29 493 148.00	19 593 543.00
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	22 038 194.00	14 283 633.00
Валовий: прибуток	2090	7 454 954.00	5 309 910.00
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	264 493.00	149 811.00
Адміністративні витрати	2130	788 369.00	492 838.00
Витрати на збут	2150	6 420 162.00	4 327 780.00
Інші операційні витрати	2180	9 674.00	88 566.00
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	501 242.00	550 537.00
збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220	112 945.00	26 308.00
Інші доходи	2240	88 764.00	109 638.00
Фінансові витрати	2250	556 646.00	297 157.00
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270	105 088.00	388 391.00
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	41 217.00	935.00
збиток	2295		
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	6 548.00	15 103.00
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	47 765.00	16 038.00
збиток	2355		

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		
Накопичені курсові різниці	2410		
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		
Інший сукупний дохід	2445		
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450		
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460		
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	47 765.00	16 038.00

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	288 790.00	318 757.00
Витрати на оплату праці	2505	2 080 348.00	1 433 528.00
Відрахування на соціальні заходи	2510	457 334.00	322 388.00
Амортизація	2515	989 210.00	702 152.00
Інші операційні витрати	2520	3 402 523.00	2 132 359.00
Разом	2550	7 218 205.00	4 909 184.00

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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